



Representasi Gaya Hidup Mahasiswa pada Instagram dalam Perspektif Hiperrealitas

Deby Febrina Octaria¹, Yenid Alda², Mulyani Istiqomah³, Vieronica Varbi Sununianty⁴,
Deni Aries Kurniawan⁵, Istiqoma⁶

¹⁻⁶ Sosiologi, Universitas Sriwijaya, Indonesia

Email: octariadebby240@gmail.com^{1,4,5,6}, yenisalda0@gmail.com², mlyniistqmh@gmail.com³

*Penulis Korespondensi: octariadebby240@gmail.com

Abstract. *This study aims to examine how student lifestyles are represented on Instagram and how these representations can be understood through the concept of hyperreality. The research applies a qualitative approach using a literature review method by analyzing relevant scientific articles published within the last ten years. The findings indicate that Instagram is not only used as a communication medium but also as a space for self-representation. Students tend to upload curated content that highlights selected aspects of their lives, often emphasizing positive and visually appealing experiences. This practice reflects a process of constructing identity in the digital space. Through Jean Baudrillard's perspective, these representations can be seen as forms of simulation that produce simulacra, where representations no longer directly refer to actual reality. As a result, a condition of hyperreality emerges, in which the boundary between reality and representation becomes increasingly blurred. This situation influences how students interpret social life and interact within digital environments. The study highlights the importance of understanding social media not only as a platform for interaction but also as a space where meanings and perceptions of reality are continuously shaped.*

Keywords: Hyperreality; Instagram; Self-Representation; Students; Lifestyle.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji representasi gaya hidup mahasiswa di Instagram serta memahami fenomena tersebut melalui konsep hiperrealitas. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur, menganalisis artikel ilmiah yang relevan dalam sepuluh tahun terakhir. Hasil kajian menunjukkan bahwa Instagram berfungsi tidak hanya sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai ruang representasi diri, di mana mahasiswa menampilkan konten yang telah diseleksi, menonjolkan pengalaman yang menarik, bernilai visual, dan mampu membentuk impresi tertentu di mata pengikutnya. Praktik ini mencerminkan proses konstruksi identitas di ruang digital, di mana setiap unggahan menjadi bagian dari narasi diri yang sengaja dibentuk. Menurut perspektif Jean Baudrillard, fenomena ini merupakan bentuk simulasi yang menghasilkan simulacra, yaitu representasi yang tidak lagi merujuk langsung pada realitas. Hasilnya memunculkan hiperrealitas, di mana batas antara realitas dan representasi menjadi kabur. Fenomena ini memengaruhi persepsi mahasiswa terhadap kehidupan sosial, membentuk cara mereka berinteraksi, mengekspresikan diri, serta membangun citra diri di dunia digital, sehingga interaksi daring menjadi medium penting dalam pembentukan identitas sosial dan budaya mereka.

Kata kunci: Gaya Hidup; Hiperrealitas; Instagram; Mahasiswa; Representasi Diri.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan media sosial, khususnya Instagram, telah mengubah cara mahasiswa menampilkan kehidupan sehari-hari di ruang digital. Mahasiswa tidak lagi hanya menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang untuk menunjukkan aktivitas, gaya hidup, serta pencapaian tertentu. Gejala ini terlihat dari maraknya unggahan terkait aktivitas nongkrong di kafe, perjalanan wisata, hingga gaya berpakaian yang estetis dan menarik. Fenomena tersebut menunjukkan adanya kecenderungan mahasiswa

dalam membangun citra diri melalui konten yang dipilih dan ditampilkan di media sosial, sehingga apa yang terlihat di Instagram sering kali bukan gambaran utuh dari kehidupan sebenarnya. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Instagram di kalangan mahasiswa cenderung dimanfaatkan sebagai sarana pembentukan citra diri yang positif. Mahasiswa secara sadar memilih dan menyusun konten tertentu agar terlihat menarik serta sesuai dengan ekspektasi sosial di dunia digital. Hal ini mengindikasikan bahwa konten yang diunggah merupakan hasil seleksi yang telah dikonstruksi sedemikian rupa, bukan representasi penuh dari realitas kehidupan sehari-hari (Prastiwi & Chainar, Batuallo, 2023). Fenomena serupa juga ditemukan dalam penelitian terkait perilaku konsumtif di media sosial, di mana aktivitas seperti mengunggah pengalaman kuliner atau kunjungan ke tempat tertentu menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi sarana untuk menampilkan gaya hidup yang dianggap ideal (Destriana et al., 2020). Meskipun telah banyak dikaji, penelitian-penelitian tersebut masih menunjukkan sejumlah keterbatasan. Sebagian besar penelitian lebih menekankan pada aspek penggunaan media sosial dan perilaku konsumtif, tetapi belum mengkaji secara mendalam bagaimana realitas yang ditampilkan di media sosial dapat berbeda dengan kondisi yang sebenarnya. Selain itu, banyak penelitian yang bersifat deskriptif dan belum mengaitkan fenomena tersebut dengan pembentukan realitas sosial yang lebih luas. Penelitian lain juga cenderung terbatas pada konteks tertentu sehingga belum memberikan gambaran yang komprehensif mengenai fenomena yang terjadi di kalangan mahasiswa (Rejeki et al., 2020). Kelemahan lainnya adalah kurangnya perhatian terhadap dampak representasi yang ditampilkan di media sosial terhadap cara pandang mahasiswa terhadap diri sendiri maupun orang lain. Beberapa penelitian hanya menyoroti intensitas penggunaan media sosial tanpa mengkaji makna di balik konten yang diunggah. Selain itu, kajian yang secara khusus membahas perbedaan antara tampilan digital dengan realitas kehidupan sehari-hari masih relatif terbatas, sehingga diperlukan analisis yang lebih mendalam terhadap fenomena tersebut (Musdalifah et al., 2019). Permasalahan dalam penelitian ini adalah bahwa representasi gaya hidup mahasiswa di Instagram belum sepenuhnya mencerminkan realitas yang sebenarnya, serta masih terdapat keterbatasan dalam penelitian terdahulu dalam menjelaskan fenomena tersebut secara komprehensif. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana representasi gaya hidup mahasiswa di Instagram terbentuk serta bagaimana fenomena tersebut dapat dipahami dalam konteks realitas sosial di media digital melalui pendekatan studi literatur.

Penelitian ini dilakukan sebagai upaya untuk melengkapi kekurangan penelitian sebelumnya serta memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai fenomena sosial yang terjadi di kalangan mahasiswa dalam penggunaan media sosial.

2. KAJIAN TEORITIS

Media sosial merupakan sarana komunikasi digital yang digunakan untuk berbagi informasi dan berinteraksi dengan orang lain. Salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh mahasiswa adalah Instagram. Platform ini tidak hanya digunakan untuk komunikasi, tetapi juga untuk menampilkan aktivitas, pengalaman, dan gaya hidup sehari-hari dalam bentuk foto maupun video. Melalui konten tersebut, pengguna dapat memilih apa yang ingin ditampilkan sehingga apa yang terlihat di media sosial tidak selalu mencerminkan kondisi yang sebenarnya.

Dalam hal ini, konsep *self-disclosure* menjadi penting untuk memahami perilaku mahasiswa di Instagram. *Self-disclosure* adalah proses ketika individu membagikan informasi tentang dirinya kepada orang lain melalui media sosial. Mahasiswa cenderung mengunggah konten yang menunjukkan sisi positif dirinya, seperti aktivitas menarik, pencapaian, atau pengalaman yang menyenangkan. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang diunggah merupakan hasil pilihan, bukan keseluruhan realitas kehidupan sehari-hari (Ode et al., 2025).

Penggunaan Instagram juga berkaitan dengan upaya membangun citra diri di ruang digital. Mahasiswa secara sadar mengatur bagaimana dirinya ingin dilihat oleh orang lain melalui konten yang dibagikan. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi ruang penting dalam membentuk identitas diri dan memperoleh pengakuan sosial (Muhammad Azhari, 2024). Fenomena tersebut dapat dipahami melalui konsep hiperrealitas. Hiperrealitas adalah kondisi ketika batas antara realitas dan tampilan di media menjadi tidak jelas. Dalam konteks media sosial, konten yang ditampilkan sering kali sudah diedit, dipilih, dan disesuaikan sehingga terlihat lebih menarik dibandingkan kondisi sebenarnya. Akibatnya, apa yang dilihat di Instagram dapat terasa lebih “nyata” daripada realitas itu sendiri (Nurmansyah, 2021).

Penggunaan Instagram di kalangan mahasiswa juga dapat memengaruhi cara pandang terhadap kehidupan sosial. Gaya hidup yang sering ditampilkan di media sosial dapat membentuk standar tertentu yang dianggap ideal. Hal ini membuat mahasiswa tidak hanya melihat media sosial sebagai hiburan, tetapi juga sebagai acuan dalam memahami kehidupan sehari-hari (Prastiwi & Chainar, Batuuallo, 2023). Kajian teoritis ini menjelaskan bahwa representasi gaya hidup mahasiswa di Instagram tidak terjadi secara langsung, tetapi melalui proses *self-disclosure*, pemilihan konten, dan upaya membangun citra diri di ruang digital.

Selain itu, media sosial juga ikut membentuk cara mahasiswa memahami realitas melalui fenomena hiperrealitas, sehingga apa yang ditampilkan di Instagram dapat memengaruhi cara mereka melihat dan menampilkan kehidupan sehari-hari.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur (*literature review*) untuk mengkaji fenomena representasi gaya hidup mahasiswa di Instagram. Data penelitian diperoleh dari artikel jurnal ilmiah yang diakses melalui Google Scholar dan basis data akademik lainnya. Sumber yang digunakan dipilih berdasarkan beberapa kriteria, yaitu memiliki keterkaitan dengan topik penelitian, dipublikasikan dalam rentang waktu 5–10 tahun terakhir, serta dapat diakses secara penuh. Pengumpulan data dilakukan dengan menelusuri kata kunci yang relevan, kemudian menyeleksi artikel sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Artikel yang terpilih dianalisis secara deskriptif-interpretatif melalui beberapa tahap, yaitu mengelompokkan tema, mengidentifikasi konsep dan temuan utama, membandingkan hasil antar penelitian, serta menyusun sintesis untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif. Penelitian ini tidak melibatkan pengumpulan data lapangan, melainkan berfokus pada kajian terhadap sumber tertulis. Oleh karena itu, hasil penelitian bersifat konseptual dan digunakan untuk menjelaskan fenomena representasi gaya hidup mahasiswa di media sosial dalam perspektif hiperrealitas.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Fenomena penggunaan Instagram di kalangan mahasiswa menunjukkan adanya pergeseran fungsi media sosial dari sekadar sarana komunikasi menjadi ruang representasi diri. Berdasarkan hasil kajian literatur, mahasiswa tidak hanya menggunakan Instagram untuk berbagi informasi, tetapi juga untuk menampilkan gaya hidup yang ingin mereka tunjukkan kepada publik (Yunita, 2019). Konten yang diunggah umumnya berkaitan dengan aktivitas yang memiliki nilai visual dan daya tarik tertentu, seperti kegiatan rekreasi, interaksi sosial, serta aktivitas yang mencerminkan gaya hidup modern. Proses pengunggahan konten tersebut tidak dilakukan secara spontan, melainkan melalui tahap pemilihan dan penyuntingan sehingga menghasilkan tampilan yang lebih menarik (Muharromah & Yunita, 2023; Saputra & Astari, 2024). Dalam praktiknya, mahasiswa secara aktif membentuk citra dirinya melalui konten yang dibagikan di media sosial. Proses ini melibatkan pemilihan momen tertentu yang dianggap layak untuk ditampilkan kepada publik. Alqiva & Gautama (2021) menjelaskan bahwa representasi diri di Instagram merupakan hasil dari proses seleksi dan pengelolaan

informasi yang dilakukan secara sadar oleh pengguna. Hal ini juga diperkuat oleh temuan bahwa interaksi di media sosial turut memengaruhi pembentukan citra diri mahasiswa (Khairi et al., 2025). Oleh karena itu, konten yang ditampilkan tidak sepenuhnya mencerminkan realitas, melainkan versi yang telah disesuaikan dengan citra yang ingin dibangun (Febiola & Satiadarma, 2024). Temuan lain menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung melakukan penyaringan terhadap pengalaman yang dibagikan. Aktivitas yang dianggap kurang menarik atau tidak sesuai dengan citra yang ingin ditampilkan cenderung tidak diunggah. Sebaliknya, pengalaman yang memberikan kesan positif, seperti kebahagiaan, kesuksesan, atau kesenangan, lebih sering dipublikasikan (Alqiva & Gautama, 2021). Kondisi ini berkaitan dengan kebutuhan akan validasi sosial, di mana individu berupaya memperoleh pengakuan dari orang lain melalui interaksi di media (Salsabila & Nur, 2025).

Pola penggunaan Instagram juga menunjukkan adanya kecenderungan mengikuti standar yang berkembang di lingkungan digital. Mahasiswa sering kali menyesuaikan jenis konten, gaya visual, hingga aktivitas yang ditampilkan dengan tren yang sedang populer. Fenomena ini memperlihatkan bahwa representasi gaya hidup tidak sepenuhnya bersifat personal, melainkan dipengaruhi oleh dinamika sosial yang berkembang di media sosial (Putri Islamy, Hambali, 2025; Sari & Rachmat, 2026). Dalam konteks ini, Instagram turut membentuk pola representasi yang relatif seragam di kalangan mahasiswa. Dalam perspektif dramaturgi, praktik tersebut dapat dipahami sebagai bentuk pengelolaan kesan (*impression management*), di mana individu berusaha menampilkan diri sesuai dengan peran yang diinginkan di hadapan audiens (Amin, 2022). Mahasiswa dalam hal ini berperan sebagai aktor yang mengatur bagaimana dirinya ingin dilihat oleh orang lain melalui konten yang dibagikan.

Melalui perspektif Jean Baudrillard, kecenderungan tersebut berkaitan dengan proses simulasi, yaitu ketika realitas dikonstruksi kembali melalui berbagai tanda dan citra yang telah dimodifikasi. Dalam konteks ini, mahasiswa tidak hanya menampilkan realitas, tetapi juga menciptakan versi realitas yang telah disesuaikan dengan kebutuhan pencitraan di ruang digital. Proses ini menyebabkan realitas yang ditampilkan menjadi berbeda dari kondisi yang sebenarnya. Praktik simulasi yang berlangsung secara berulang menghasilkan simulacra, yaitu representasi yang tidak lagi merujuk pada realitas asli. Gaya hidup yang ditampilkan di Instagram kemudian berkembang menjadi citra yang berdiri sendiri dan dianggap sebagai gambaran umum kehidupan mahasiswa. Representasi tersebut diterima dan diinternalisasi oleh pengguna lain, sehingga membentuk persepsi kolektif mengenai standar kehidupan yang dianggap ideal (Devia Balqis Rarasati, Hudaniah, 2019; Nurmansyah, 2021).

Kondisi ini berkontribusi pada terbentuknya hiperrealitas, yaitu situasi di mana batas antara realitas dan representasi menjadi semakin kabur. Mahasiswa tidak hanya mengonsumsi konten sebagai hiburan, tetapi juga menjadikannya sebagai acuan dalam memahami kehidupan sosial. Dalam situasi ini, realitas yang dikonstruksi di media sosial dapat terasa lebih dominan dibandingkan pengalaman langsung. Instagram dengan demikian tidak hanya berfungsi sebagai media representasi, tetapi juga sebagai ruang produksi realitas sosial yang memengaruhi cara pandang dan perilaku mahasiswa (Prastiwi & Chainar, Batuallo, 2023). Di sisi lain, fenomena ini juga memiliki implikasi terhadap dinamika sosial mahasiswa. Representasi gaya hidup yang cenderung ideal dapat memunculkan tekanan sosial, terutama ketika individu merasa perlu menyesuaikan diri dengan standar yang ditampilkan di media sosial. Hal ini dapat memengaruhi cara mahasiswa menilai diri sendiri maupun orang lain, serta mendorong munculnya kecenderungan untuk mempertahankan citra tertentu di ruang digital (Garcia & Winduwati, 2023; Santoso et al., 2025). Penelitian ini memiliki keterbatasan yang perlu diperhatikan. Kajian ini hanya mengandalkan sumber berupa artikel jurnal ilmiah sehingga tidak melibatkan pengalaman langsung dari subjek penelitian. Selain itu, keterbatasan dalam variasi sumber menyebabkan hasil kajian ini belum sepenuhnya mencerminkan kondisi yang terjadi di seluruh kalangan mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan penggunaan pendekatan lapangan untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif. Representasi gaya hidup mahasiswa di Instagram terbentuk melalui proses seleksi konten, pengaruh tren sosial, serta kebutuhan pencitraan diri di ruang digital. Dalam kerangka hiperrealitas, media sosial tidak hanya merepresentasikan realitas, tetapi juga turut membentuk cara individu memahami kehidupannya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kajian, penggunaan Instagram di kalangan mahasiswa tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai sarana representasi gaya hidup. Mahasiswa cenderung menampilkan konten yang telah melalui proses seleksi sehingga menghasilkan citra diri yang lebih menarik dibandingkan kondisi sebenarnya. Fenomena ini menunjukkan adanya hiperrealitas, yaitu kondisi ketika batas antara realitas dan representasi menjadi kabur akibat dominasi tampilan di media sosial. Penggunaan Instagram juga dapat membentuk persepsi mengenai gaya hidup ideal dan memengaruhi cara mahasiswa memandang diri sendiri maupun orang lain. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran dalam menggunakan media sosial agar tidak mudah terpengaruh oleh tampilan yang bersifat selektif.

Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan lapangan untuk memperoleh gambaran yang lebih nyata.

DAFTAR REFERENSI

- Alqiva, A., & Gautama, M. I. (2021). Representasi diri melalui Instagram oleh mahasiswa jurusan sosiologi Universitas Negeri Padang. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 4(4), 542–554.
- Amin, L. A., & S. (2022). Analisis self-presenting dalam teori dramaturgi Erving Goffman pada tampilan Instagram mahasiswa. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 1(2), 173–187.
- Destriana, N. M., Nurhadi, N., & Pranawa, S. (2020). Foodstagramming hyperreality in youth consumption behavior in Indonesia. *Harmoni Sosial: Jurnal Pendidikan IPS*, 7(1), 85–95. <https://doi.org/10.21831/hsjpi.v7i1.28916>
- Devia Balqis Rarasati, Hudaniah, S. P. (2019). Strategi presentasi diri pengguna Instagram ditinjau dari tipe kepribadian. *Jurnal Psikologi dan Pendidikan*, 7(2), 235–251.
- Febiola, S., & Satiadarma, M. (2024). Gambaran deskriptif Instagram false self-presentation dan phubbing pada mahasiswa di Jakarta. *Jurnal Psikologi Sosial*, 13(2), 39–47.
- Garcia, G., & Winduwati, S. (2023). Representasi standar kecantikan wanita di media sosial Instagram @springsummerstyle. *Koneksi*, 7(1), 248–255. <https://doi.org/10.24912/kn.v7i1.21313>
- Khairi, F. A., Lubis, F. H., Studi, P., Komunikasi, I., Muhammadiyah, U., & Utara, S. (2025). Interaksi di media sosial Instagram terhadap pembentukan citra diri pada mahasiswa UIN Sumut. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 4(3), 193–199.
- Muhammad Azhari, K. (2024). Self-presenting pada Instagram dalam perspektif dramaturgi di kalangan mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3, 64–76.
- Muharromah, I. A., & Yunita, Y. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai upaya meningkatkan personal branding. *Wistara: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 4(1), 96–101. <https://doi.org/10.23969/wistara.v4i1.10247>
- Musdalifah, F. S., Anzari, P. P., & Firdaus, R. Z. (2019). Representasi diri melalui unggahan foto aktivitas kebugaran di media sosial. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 1(2), 106–116.
- Nurmansyah, F. (2021). Hiperrealitas pada media sosial pengguna Instagram di kalangan mahasiswa. *Ad-Dariyah: Jurnal Dialektika Sosial dan Budaya*, 2(2), 1–15.
- Ode, W., Cahyani, D., Mau, M., & Akbar, M. (2025). Self-disclosure mahasiswa ilmu komunikasi di Instagram: Studi kualitatif tentang ekspresi diri di era digital. *Jurnal Komunikasi Digital*, 12(1), 9–15.
- Prastiwi, A., & Chainar, Batuallo, D. I. (2023). Instagram story: Kajian hiperrealitas pada mahasiswa. *Jurnal Antarpologi*, 4(Nov), 107–119. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/BALELE/article/viewFile/60060/pdf>
- Putri Islamy, Hambali, S. (2025). Pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap gaya hidup mahasiswa. *Jurnal Komunikasi dan Sosial*, 10(Sep).

- Rejeki, S., Komalawati, E., & Indriyanti, P. (2020). Penggunaan Instagram terhadap citra diri mahasiswa. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 4(2), 105–116. <https://doi.org/10.31334/lugas.v4i2.1225>
- Romaboida Situmorang, W., & Rahma, H. (2023). Media sosial Instagram sebagai bentuk validasi dan representasi diri. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 9(2), 253–266. <https://ejournal.unib.ac.id/index.php/jsn>
- Salsabila, A. A., & Nur, H. (2025). Representasi diri di media sosial: Antara identitas nyata dan identitas virtual. *Jurnal Komunikasi Digital*, 4(4), 5601–5620.
- Santoso, B., Pratiwi, T., Damayanti, E., & Manurung, A. S. (2025). Representasi kehidupan ideal dan tekanan sosial di Instagram terhadap strategi pencitraan diri di kalangan anak muda. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(12), 787–796. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15614949>
- Saputra, D. C., & Astari, D. W. (2024). Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai personal branding dalam membangun citra positif generasi Z. *Jurnal Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 149–158. <https://doi.org/10.31602/jm.v7i2.16578>
- Sari, S. L., & Rachmat, I. (2026). Pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap perubahan gaya hidup generasi Z (Studi survei pada mahasiswa UBSI Ciputat tahun angkatan 2025). *Jurnal Ilmu Sosial dan Komunikasi*, 2, 188–203.
- Yunita, Y. (2019). Hubungan penggunaan Instagram dengan self-presentation mahasiswa perguruan tinggi Tangerang Selatan. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 1(1), 68–78.