

## ABSTRAK

**Dewi Barokah Amalia. Program Studi Sosiologi. Hiperrealitas Dalam *Foodstagram* (Studi Fenomenologi Pada *Food Vlogger* Di Kota Bangkalan).**

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki terjadinya aktivitas *foodstagram* yang dilakukan para *food vlogger* di Kota Bangkalan, dengan fokus bagaimana mereka membentuk hiperrealitas di media sosial Instagram. Aktivitas ini sering ditemui dalam konten masyarakat yang menampilkan beragam foto kuliner dengan menciptakan suatu citra yang memperoleh prestise tersendiri.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi fenomenologi untuk mendalaminya. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan mengikuti pendekatan Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan. Keabsahan data diperkuat dengan menggunakan triangulasi sumber untuk memverifikasi hasil. Selain itu, penelitian ini merujuk pada teori hiperrealitas dari Jean Baudrillard.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa aktivitas *foodstagram* tidak hanya sekadar representasi visual makanan, tetapi juga telah mengubah perspektif masyarakat terhadap aspek makanan dan gaya hidup seseorang. Media sosial menjadi alat utama bagi individu untuk menciptakan citra diri yang baru, unik, dan lebih baik daripada realitas sebenarnya. Dalam konteks ini, media sosial tidak hanya mencerminkan realitas, tetapi lebih cenderung menciptakan hiperrealitas (Ritzer, 2003). Orang-orang terperangkap dalam kondisi hiperrealitas yang mendorong mereka untuk terus-menerus melakukan pencitraan diri meskipun menyadari perbedaan antara realitas sebenarnya dan narasi yang mereka konstruksikan di dunia maya. Sebab, realitas buatan lebih meyakinkan dan telah menenggelamkan realitas yang asli itu sendiri.

**Kata kunci: Hiperrealitas, *Foodstagram*.**

## **ABSTRACT**

***Dewi Barokah Amalia. Sociology Study Program. Hyperreality in Foodstagram (A Phenomenological Study on Food Vloggers in Bangkalan City).***

*This research aims to investigate foodstagram activities carried out by food vloggers in Bangkalan City, specifically focusing on how they construct hyperreality on the Instagram social media platform. This activity is commonly found in societal content displaying diverse culinary photos, creating an image that gains its own prestige.*

*The study utilizes qualitative research with a phenomenological approach. Data collection techniques include observation, interviews, and documentation. Data analysis follows the Miles and Huberman approach, involving three stages: data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Data validity is reinforced through source triangulation. Additionally, the research references Jean Baudrillard's hyperreality theory.*

*The findings reveal that Foodstagram activities go beyond visual representations of food, altering society's perspective on food and an individual's lifestyle. Social media serves as the primary tool for individuals to craft a new, unique, and improved self-image compared to actual reality. In this context, social media not only reflects reality but tends to create hyperreality (Ritzer, 2003). Individuals trapped in this hyperreal condition are compelled to continuously portray themselves, acknowledging the difference between actual reality and the narrative constructed in the virtual world. This is because the constructed reality is more convincing and has submerged the original reality itself.*

***Keywords: Hyperreality, Foodstagram.***