

Vina Mahdalena^{1*}, Lusia Handayani², Rini Riyantini³, Muhammad Raihan Amin⁴,
Firmansyah⁵, Danu Pudyo Isworo⁶, Ezaa⁷, Fillah⁸

1,2,3,4,5,6,7,8 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional
Veteran Jakarta, Indonesia

Surel Korespondensi: vinamahdalena@upnvj.ac.id

Abstract

Communication ecstasy is a phenomenon where individuals experience profound joy while communicating, often occurring on social media or other communication platforms. This educational video aims to comprehensively explain the concept of communication ecstasy, the factors that cause this phenomenon, and the consequences of communication ecstasy itself. Communication ecstasy can also lead to hyperreality, where information quickly published is perceived as truth and accuracy. This leads many people to believe rumors or opinions without considering the facts. This educational program targets teenagers who are frequently exposed to social media. Teenagers can reflect on communication ecstasy in their daily lives.

Keywords: communication ecstasy, social media, hyperreality, teenagers

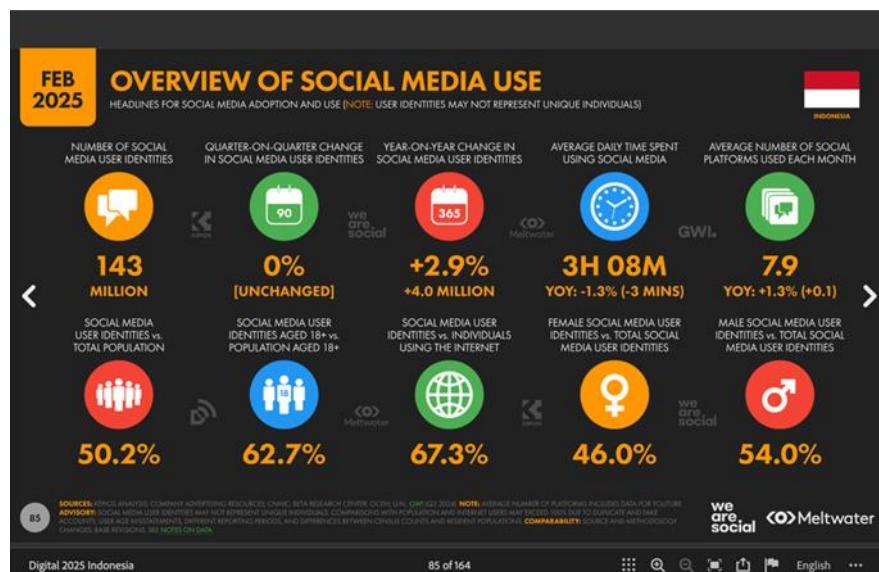
Abstrak

Ekstasi komunikasi adalah sebuah fenomena ketika individu mengalami kegembiraan yang mendalam saat berkomunikasi, hal ini biasanya sering terjadi dalam media sosial atau berbagai media komunikasi lainnya. Video edukasi ini bertujuan untuk menjelaskan secara komprehensif mengenai konsep ekstasi komunikasi, faktor dari apa yang menyebabkan fenomena ini terjadi serta akibat dari ekstasi komunikasi itu sendiri. Ekstasi komunikasi juga dapat menyebabkan hal seperti hiperrealitas terjadi dimana informasi yang serba cepat untuk dibagikan dianggap sebagai kebenaran dan ketepatan informasi. Sehingga banyak orang yang lebih percaya dengan isu atau opini orang tanpa memperhatikan fakta lapangan yang jelas. Target dari edukasi ini dikhawasukan pada remaja yang banyak terpapar dengan sosial media. Remaja dapat merefleksikan ekstasi komunikasi dengan kehidupan sehari-hari.

Kata Kunci: ekstasi komunikasi, media sosial, hiperrealitas, remaja

1. PENDAHULUAN

Kemajuan era teknologi, informasi, dan komunikasi mengembangkan segala cara untuk bisa mempermudah manusia dalam berkegiatan sehari-hari. Termasuk dalam mengirimkan pesan, menerima informasi baru setiap saat, hingga bahkan menjadi sumber hiburan. Tentu dalam mencari hiburan tersebut sudah tidak asing lagi dengan media sosial, sebuah penemuan yang sangat mutakhir sehingga menjadi platform utama bagi miliaran orang untuk bisa berkomunikasi, berbagi informasi, dan mengekspresikan diri.

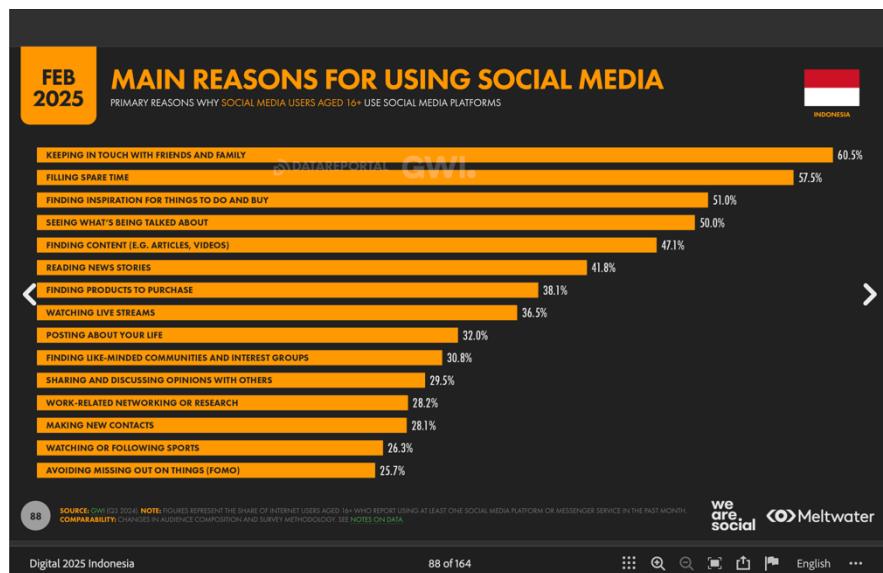


Gambar 1 Overview Pengguna Media Sosial

Sumber gambar: We Are Social, 2025

Media sosial dapat disebut sebagai komunikasi di era post modern, dapat disebut sebagai komunikasi di era post modern, hal ini disebabkan karena masyarakat sudah berubah menjadi masyarakat kontemporer. Kemudahan yang diberikan media sosial yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja menjadikan media sosial diminati oleh masyarakat terlebih remaja. Data pada Gambar 1 menunjukkan pengguna media sosial di Indonesia sejumlah 143 juta dengan durasi akses rerata 3 jam 8 menit per harinya.

Perkembangan yang secepat ini tidak menutup untuk terjadinya ketergantungan terhadap media sosial. Pada Gambar 2 terlihat alasan tertinggi untuk menggunakan sosial media adalah untuk berkomunikasi dengan teman dan keluarga, selanjutnya mengisi waktu luang serta mencari inspirasi untuk hal-hal yang bisa dilakukan dan dibeli.



Gambar 2 Data Grafik Alasan Orang Menggunakan Media Sosial
Sumber gambar: We Are Social, 2025

Media sosial seakan menjadi wajah masyarakat di dunia digital, sehingga hal ini dapat memicu ekstasi komunikasi. Ekstasi komunikasi merupakan sebuah bentuk komunikasi yang berlangsung begitu saja, tanpa memerlukan pemaknaan, tujuan, logika, dan landasan nilai gunanya (Piliang, 2001). Ekstasi komunikasi di media sosial dapat diartikan sebagai perasaan kegembiraan, keterhubungan, dan antusiasme yang luar biasa saat kita berinteraksi secara online. Ini bisa terjadi saat kita mengomentari postingan, berbagi cerita, atau bahkan saat kita mendapat respons positif dari orang lain.

Fitur like, comment, dan share yang memunculkan istilah ekstasi komunikasi atau kondisi dimana orang-orang punya gairah besar untuk menyampaikan informasi atau pesan secara cepat dan terus menerus, sehingga menimbulkan penilaian bahwa jika informasi disampaikan secara cepat, maka itu benar. Hal ini menyebabkan suatu fenomena yang disebut dengan hiperrealitas (hyperreality) untuk menjelaskan bagaimana kondisi realitas (komunikasi) terlampaui dengan ciri-ciri dipenuhi rekayasa, dan distorsi makna dalam komunikasi. Hiperrealitas komunikasi menciptakan sebuah fenomena dalam komunikasi yang menyimpan ketidakbenaran dianggap lebih nyata dibanding kenyataan sebenarnya, dan hal palsu dianggap lebih benar dibanding kebenaran, isu dan rumor lebih dipercaya dibanding informasi yang mutlak kenyataannya. Sehingga dalam fenomena ini, kebenaran dan kepalsuan dalam hiperrealitas komunikasi tidak dapat dibedakan.

SOLUSI DAN TARGET

Komunikasi yang dituntut untuk terus berlangsung secara cepat disebabkan oleh 'keharusan komunikasi' yang diciptakan oleh media komunikasi kapitalisme telah menyebabkan terperangkapnya komunikasi dan bahasa yang digunakan di dalamnya, dalam perangkap kecepatan, sehingga perhatian dan kesadaran pihak-pihak yang melakukan tindak komunikasi lebih berpusat pada mekanisme operasional medium, dan sebaliknya semakin menjauhkan mereka dari kandungan isi atau makna komunikasi itu sendiri. Penulis memiliki solusi dengan membuat video edukasi sebagai media penyalur pengetahuan terkait ekstasi komunikasi kepada remaja yang selalu terpapar media sosial. Menggunakan

bahasa yang jelas dan ringkas dalam berkomunikasi membuat makna dan isi dari komunikasi itu sendiri lebih terasa, karena dengan demikian kita lebih mengutamakan tersampainya pesan. Lebih bijak dalam menggunakan sosial media juga menjadi solusi yang tepat untuk mengurangi dampak buruk dari ekstasi komunikasi, karena dalam era postmodern ini privasi diri dan publik seakan akan tidak ada batasnya, padahal ketika kita menggunakan sosial media tanpa harus mengikuti cepatnya arus komunikasi dan hyperreality kita akan lebih merasa aman terhadap kegiatan yang kita jalani tanpa harus mementingkan komentar dan angka like dari feeds yang kita sebar luaskan.

2. METODE

Metode yang digunakan yaitu membuat video eksplanasi berdurasi 4-5 menit, tautan video <https://www.youtube.com/watch?v=WZIDc215Df8>. Tujuan dibuatnya video ini untuk memberikan pemahaman kepada remaja generasi perubahan, apa itu ekstasi komunikasi, dampak negatifnya dan agar bisa memilah terlebih dahulu informasi yang akan dibagikan, sehingga mengetahui mana informasi yang layak dibagikan dan mana yang tidak layak. Berikut langkah-langkah dalam pelaksanaan kegiatan, antara lain. Pertama, melakukan penulisan naskah dengan cara riset dan menulis naskah untuk shooting serta narasi. Kedua, melakukan shooting dengan cara merekam host yang sedang menjelaskan topik seperti pada Gambar 3. Ketiga, editing dengan cara menyunting video dan menambah efek serta voice over. Keempat, Melihat preview hasil pertama. Tahap terakhir adalah final editing dan produk siap di upload dan bagikan. Target sasaran yang kami libatkan terdiri atas remaja daerah Depok.



Gambar 3 Proses *shooting* video edukasi

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kami membuat sebuah video eksplanasi yang membahas fenomena "ekstasi komunikasi" di media sosial. Video ini bertujuan untuk mengedukasi penonton tentang bagaimana media sosial mempengaruhi perasaan dan interaksi kita secara digital. Melalui video ini, kita ingin menunjukkan betapa besar pengaruh media sosial dalam menciptakan perasaan kegembiraan, keterhubungan, dan antusiasme yang luar biasa saat berinteraksi secara *online*.

Isi video mencakup beberapa bagian utama:

1. Video eksplanasi yang membahas fenomena "ekstasi komunikasi" di media sosial. Video ini bertujuan untuk mengedukasi penonton tentang bagaimana media sosial mempengaruhi perasaan dan interaksi kita secara digital. Melalui video ini, kita ingin menunjukkan betapa besar pengaruh media sosial dalam menciptakan perasaan kegembiraan, keterhubungan, dan antusiasme yang luar biasa saat berinteraksi secara *online*.
2. *Host* menjelaskan bahwa ekstasi komunikasi adalah perasaan kegembiraan yang muncul saat kita berinteraksi di media sosial. Ini terjadi ketika kita mengomentari postingan, berbagi cerita, atau mendapatkan respons positif dari orang lain. *Host* memberikan perumpamaan sederhana, seperti mencari perhatian dari calon mertua dengan mengunggah kegiatan keren.
3. Media sosial memungkinkan kita untuk berhubungan dengan orang yang jauh dari lingkungan kita dan menemukan orang dengan minat yang sama. Ini menjadi alasan mengapa media sosial sangat menarik bagi banyak orang. Selain itu, fitur-fitur seperti *like*, *share*, *follower*, dan *comment* membuat kita berlomba-lomba untuk mendapatkan perhatian.
4. Host menjelaskan ciri-ciri utama dari ekstasi komunikasi di media sosial, termasuk keterlibatan tinggi, respon positif, interaksi bermakna, dan kebahagiaan serta kepuasan setelah berinteraksi.
5. Ekstasi komunikasi di media sosial penting karena dapat memperkuat hubungan dengan teman, keluarga, dan orang baru. Ini juga meningkatkan rasa kebersamaan dan dukungan sosial yang penting untuk kesehatan mental.
6. *Host* membahas dampak negatif dari ekstasi komunikasi, seperti penyebaran rumor dan informasi palsu yang dapat dianggap lebih benar daripada fakta. Ini dapat menciptakan *hyperreality*, dimana orang lebih percaya pada opini dan isu daripada kebenaran.
7. *Host* memberikan saran tentang bagaimana kita bisa menyikapi dunia digital dengan bijak. Penting untuk bersikap selektif dan mengontrol informasi yang kita bagikan. *Host* menekankan pentingnya berpikir sebelum berbagi konten dan menutup dengan pesan bahwa kita seharusnya mengontrol dunia digital, bukan sebaliknya.

Setelah menonton video ini, ada beberapa evaluasi dan saran yang diberikan oleh remaja yang telah menyaksikannya, antara lain:

Kelebihan: Video ini sudah memberikan penjelasan yang jelas dan mudah dipahami tentang konsep ekstasi komunikasi di media sosial. Penggunaan perumpamaan dan contoh sehari-hari membuat konten lebih relatable. Struktur video juga rapi, mulai dari pembukaan, penjelasan konsep, dampak, hingga saran praktis.

Kekurangan: Video bisa lebih menarik jika ditambahkan lebih banyak visual dan animasi yang mendukung penjelasan, seperti grafik interaktif atau animasi tentang *hyperreality*. Durasi video mungkin perlu dipersingkat atau dibagi menjadi beberapa segmen untuk menjaga perhatian penonton.

Saran untuk memperbaiki video edukasi ini yaitu menambahkan studi kasus atau cerita nyata untuk memperkuat penjelasan tentang dampak negatif dari ekstasi komunikasi. Menggunakan musik latar yang sesuai untuk menjaga *mood* video tetap dinamis dan menarik. Sertakan kutipan atau wawancara singkat dengan ahli di bidang psikologi atau media sosial untuk menambah kredibilitas konten. Mengajak penonton untuk berinteraksi di akhir video dengan memberikan pertanyaan reflektif atau *call-to-action*, seperti berbagi pengalaman mereka di media sosial. Dengan demikian, video ini akan lebih informatif dan menarik, memberikan dampak yang lebih besar pada penontonnya.

4. SIMPULAN

Ekstasi komunikasi di media sosial merupakan sesuatu penggambaran kegembiraan dan keterhubungan yang luar biasa saat seseorang berinteraksi secara daring. Media sosial merupakan tempat utama dalam berbagi informasi dan sebagai salah satu cara untuk mengekspresikan diri, namun apabila memiliki ketergantungan yang mendalam, maka hal tersebut akan menjadi penyakit bagi manusia sendiri. Fitur like, comment dan share dalam hal ini menjadi salah satu faktor terbesar dari adanya ekstasi komunikasi karena orang menjadi ter dorong untuk kerap membagikan informasi secara cepat tanpa mempertanyakan kebenarannya. Ekstasi komunikasi membuat sebuah fenomena bernama hyperreality yaitu fenomena dimana semua informasi yang datang dengan cepat, maka itu dapat diartikan sebagai informasi yang benar, informasi dengan kebenaran apabila datangnya tidak secepat informasi yang belum tentu benar dapat terlihat sebagai informasi yang salah karena tidak secepat informasi yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Lane, R. J. (2008). Jean Baudrillard. Routledge.
- Piliang, Y. A. (2001). Posmodernisme dan ekstasi komunikasi. Mediator: Jurnal Komunikasi, 2(2), 165-176.
- We are Social. (2025). Digital 2025 Indonesia. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>.
- Ecstasy Communication as an Educational Medium for Teenagers.