

Realitas Sosial: Ketika Kesepakatan Bersama Membentuk Kenyataan

Ditulis oleh: **Umar Abdul Aziz, C.HTE** | *Holistic Wellness Therapist*

ABSTRAK

Banyak hal yang dianggap sebagai "kenyataan" dalam kehidupan sehari-hari sebenarnya tidak berasal dari hukum alam, melainkan dari kesepakatan manusia. Uang memiliki nilai karena dipercaya. Gelar memiliki makna karena diakui. Emas menjadi berharga karena dipercaya sebagai aset. Merek menjadi terkenal karena masyarakat menganggapnya bernilai. Artikel ini membahas konsep realitas sosial, yaitu realitas yang terbentuk melalui kepercayaan, kesepakatan, dan pengakuan bersama. Pemahaman terhadap konsep ini penting dalam dunia *branding*, pemasaran, budaya, ekonomi, hingga kehidupan sosial modern.

Kata Kunci: Realitas sosial, konstruksi sosial, branding, persepsi, budaya, kepercayaan kolektif.

Pendahuluan

Manusia hidup dalam dua jenis realitas yang sangat berbeda namun saling melengkapi.

Pertama adalah realitas fisik, yaitu kenyataan yang tetap berlaku secara mutlak meskipun tidak ada manusia di bumi, seperti gravitasi, hukum kimia, atau pergantian siang dan malam.

Kedua adalah realitas sosial, yaitu kenyataan yang hanya dapat ada karena manusia bersama-sama mempercayainya. Negara, mata uang, jabatan, perusahaan, hukum, hingga reputasi adalah contoh realitas sosial. Semuanya tetap "nyata" dalam kehidupan manusia karena terus diakui dan dijalankan secara kolektif.

Apa Itu Realitas Sosial?

Realitas sosial merupakan kenyataan yang lahir dari interaksi manusia. Sesuatu dianggap benar, penting, atau bernilai karena masyarakat secara luas menerimanya.

Dalam konteks ini, persepsi bersama dapat menghasilkan konsekuensi yang sangat nyata dalam kehidupan sehari-hari.

ILUSTRASI PEMIKIRAN

Bayangkan sebuah dunia hipotetis di mana seluruh manusia sejak lahir diajarkan bahwa simbol " $1 + 1$ " harus ditulis atau dimaknai sebagai "5". Semua sekolah mengajarkan hal tersebut, seluruh buku menggunakan aturan itu, dan seluruh masyarakat menerimanya sebagai konvensi simbol.

Dalam situasi tersebut, masyarakat mungkin akan menganggap penulisan " $1 + 1 = 5$ " sebagai aturan simbol yang benar menurut sistem yang mereka gunakan.

Namun, penting untuk dipahami bahwa yang berubah adalah konvensi atau simbol yang disepakati masyarakat, bukan hubungan matematis yang mendasarinya. Dalam matematika formal yang kita gunakan saat ini, $1 + 1 = 2$ tetap benar berdasarkan aksioma dan definisi sistem tersebut. Eksperimen pemikiran ini menunjukkan bahwa simbol dan makna sosial dapat berubah melalui kesepakatan kolektif, meskipun tidak semua jenis kebenaran bergantung pada kesepakatan sosial.

Realitas Sosial dalam Kehidupan

Mata Uang

Uang tidak memiliki nilai intrinsik sebesar angka yang tertulis di atasnya. Nilainya muncul karena masyarakat percaya bahwa uang tersebut dapat digunakan sebagai alat tukar. Ketika kepercayaan hilang, nilai uang dapat turun drastis.

Merek (Brand)

Sebuah produk dengan kualitas biasa dapat memiliki harga tinggi apabila masyarakat percaya bahwa merek tersebut memiliki prestise. Sebaliknya, produk berkualitas tinggi dapat gagal apabila tidak memperoleh kepercayaan publik.

Jabatan

Seorang direktur memiliki kewenangan bukan karena tubuhnya berbeda dengan orang lain, tetapi karena organisasi mengakui posisi tersebut. Ketika pengakuan itu dicabut, kewenangannya juga hilang.

Gelar Akademik

Ijazah memiliki makna karena institusi pendidikan, pemerintah, perusahaan, dan masyarakat mengakuinya sebagai bukti kompetensi tertentu.

Hubungan dengan Dunia Branding

Dalam dunia *branding*, persepsi publik sering kali menentukan posisi sebuah merek. Brand bukan sekadar logo; brand adalah realitas sosial.

"Apabila jutaan orang percaya bahwa sebuah perusahaan berkualitas tinggi, maka persepsi tersebut akan memengaruhi keputusan pembelian, loyalitas pelanggan, hingga nilai bisnis perusahaan."

Karena itu, membangun *brand* pada dasarnya adalah proses membangun kepercayaan kolektif secara konsisten dan berkelanjutan.

Pembahasan

Realitas sosial tidak berarti bahwa segala sesuatu dapat diubah hanya dengan kesepakatan. Hukum fisika tidak berubah karena opini.

Namun, banyak struktur kehidupan manusia memang bergantung pada pengakuan bersama. Perusahaan, pasar modal, mata uang, sertifikat, hukum, hingga identitas organisasi hanya dapat berfungsi apabila masyarakat terus mengakuinya. Inilah yang menjadikan kepercayaan sebagai salah satu aset paling berharga dalam masyarakat modern.

Kesimpulan

Realitas sosial merupakan fondasi utama kehidupan manusia modern. Banyak hal yang mengatur kehidupan sehari-hari bukan berasal dari hukum alam, melainkan dari kesepakatan, kepercayaan, dan pengakuan bersama.

Memahami konsep ini membantu kita melihat bagaimana budaya, ekonomi, hukum, dan *branding* berkembang melalui interaksi sosial. Bagi perusahaan, membangun merek bukan hanya menciptakan produk yang baik, tetapi juga membangun kepercayaan yang membuat masyarakat mengakui nilai merek tersebut.

Daftar Pustaka

Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality*. Anchor Books.

Durkheim, E. (1982). *The Rules of Sociological Method*. Free Press.

Harari, Y. N. (2014). *Sapiens: A Brief History of Humankind*. Harvill Secker.

Searle, J. R. (1995). *The Construction of Social Reality*. Free Press.