Multidisciplinary Research Journal
Vol. 1 No. 1, August 2025, pages: 6-10
e-ISSN XXXX-XXXX | DOI: https://doi.org/10.70716/murej.v1i1.10

Media Sosial Membentuk dan Memengaruhi Identitas Sosial Generasi Z Di Kecamatan Bandung Kidul

Abdul Sahraz[1], Alfu Lily[2], Andrian Syah[3]
Program Ilmu Kesejahteraan Sosial, Universitas Pasundan, Indonesia
abdulsahraz14@gmail.com*1, alfulily@gmail.com2, andriansyah790@gmail.com3
* Corresponding Author: abdulsahraz14@gmail.com

Article History

Manuscript submitted:
16 Mei 2025
Manuscript revised:
01 Juni 2025
Accepted for publication:
18 Juni 2025

Keywords

generasi Z, identitas sosial, media sosial, self-presentation, bandung kidul.

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana media sosial membentuk dan memengaruhi identitas sosial Generasi Z, khususnya di Kecamatan Bandung Kidul. Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan generasi yang tumbuh dalam ekosistem digital dan menjadikan media sosial sebagai bagian penting dalam kehidupan sosial mereka. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, melibatkan remaja pengguna aktif platform seperti Instagram dan TikTok. Temuan penelitian menunjukkan bahwa media sosial berperan sebagai ruang representasi diri, tempat mereka menampilkan identitas yang dikonstruksi secara sadar sesuai dengan norma kelompok sosial tertentu. Dalam proses ini, interaksi dengan teman sebaya, influencer, dan komunitas digital sangat memengaruhi cara mereka memandang diri sendiri dan orang lain. Identitas sosial yang terbentuk bersifat dinamis, dan sering kali berbeda antara dunia maya dan kehidupan nyata. Fenomena ini memperkuat gagasan bahwa media sosial tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai medan simbolik di mana remaja merancang dan menegosiasikan identitas sosial mereka secara terus-menerus. Studi ini menekankan pentingnya literasi digital dan kesadaran kritis terhadap pengaruh sosial media dalam pembentukan jati diri.

Copyright © 2025, The Author(s)
This is an open access article under the CC BY-SA license

How to Cite: Sahraz, A., Lily, A., & Syah, A. (2025). Media Sosial Membentuk Dan Memengaruhi Identitas Sosial Generasi Z Di Kecamatan Bandung Kidul. *Multidisciplinary Research Journal, 1*(1), 6–10. https://doi.org/10.70716/murej.v1i1.10

Pendahuluan

Generasi Z adalah generasi yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, yang tumbuh dalam era digital yang sangat berbeda dari generasi sebelumnya. Mereka tidak hanya terbiasa dengan teknologi sejak usia dini, tetapi juga membentuk kehidupan sosial mereka melalui interaksi di dunia maya. Dalam konteks ini, media sosial menjadi lebih dari sekadar alat komunikasi, tetapi juga sebagai ruang simbolik untuk mengekspresikan diri dan membangun identitas sosial. Menurut Parker et al. (2018), Generasi Z cenderung membentuk identitas mereka melalui konten

yang mereka bagikan dan konsumsi di media sosial, yang memungkinkan mereka untuk terhubung dengan orang lain yang memiliki minat yang sama.

Perubahan pola komunikasi yang drastis pada generasi ini memperlihatkan pergeseran cara individu memahami dirinya dan orang lain. Identitas tidak lagi dibentuk hanya melalui interaksi langsung, melainkan juga melalui interaksi virtual yang dilakukan secara terus-menerus di berbagai platform digital. Marwick (2019) menjelaskan bahwa generasi muda kini belajar tentang siapa mereka melalui narasi yang dibangun dalam media digital, di mana mereka memilih untuk membangun dan mengontrol citra diri melalui platform-platform tersebut.

Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Twitter memungkinkan Generasi Z menampilkan versi diri mereka yang telah dikurasi. Tifferet & Viner (2020) dalam teori self-presentation menjelaskan bahwa individu berusaha membentuk impresi tertentu dalam interaksi sosial. Di media sosial, proses ini semakin intens karena adanya kemampuan untuk memilih, menyunting, dan mengatur tampilan diri secara visual dan naratif.

Dalam konteks lokal seperti Kecamatan Bandung Kidul, penggunaan media sosial oleh remaja sangat masif. Mereka tidak hanya menggunakan platform digital untuk berkomunikasi, tetapi juga untuk membangun citra, mencari pengakuan, dan menjadi bagian dari komunitas digital yang lebih luas. Fenomena ini mengindikasikan bahwa identitas sosial Generasi Z di wilayah tersebut tidak dapat dilepaskan dari pengaruh media sosial yang mereka konsumsi dan produksi setiap hari.

Identitas sosial menurut Phua et al. (2020) adalah bagian dari konsep diri individu yang berasal dari pengetahuannya sebagai anggota suatu kelompok sosial. Dalam praktiknya, remaja di Bandung Kidul banyak bergabung dengan komunitas atau tren tertentu di media sosial, yang tidak hanya memengaruhi gaya hidup mereka tetapi juga persepsi terhadap siapa mereka dan di mana mereka merasa "termiliki".

Proses pembentukan identitas sosial Generasi Z berlangsung sangat dinamis dan terbuka. Mereka bisa menjadi seseorang yang sangat berbeda di ruang digital dibandingkan dengan identitas mereka dalam kehidupan sehari-hari. Kuss & Griffiths (2017) menyatakan bahwa fenomena ini dapat melahirkan bentuk identitas ganda atau bahkan terdistorsi karena dorongan untuk mengikuti norma populer yang berlaku di media sosial.

Perubahan ini membawa dampak psikososial yang signifikan. Di satu sisi, media sosial memberikan ruang ekspresi diri yang luas dan kebebasan berkomunitas. Namun di sisi lain, tekanan sosial digital—dari like, followers, hingga komentar—sering kali membentuk keinginan untuk menyesuaikan diri, bahkan jika itu mengorbankan identitas otentik. Mokhtari & Houghton (2021) menekankan bahwa media sosial dapat menciptakan kecemasan dan perasaan tidak cukup baik, karena individu seringkali membandingkan diri mereka dengan orang lain di dunia maya, yang dapat merusak persepsi diri.

Fenomena ini juga relevan dengan konsep komunikasi jaringan (networked communication) dari Castells (2011), yang menyatakan bahwa media sosial memungkinkan individu membentuk relasi sosial baru berdasarkan minat bersama yang tersebar secara horizontal. Dalam jaringan ini, kekuatan kelompok tidak lagi bergantung pada lokasi fisik, melainkan pada algoritma dan keterlibatan digital.

Sementara dalam tataran lokal, remaja Bandung Kidul yang aktif di media sosial sering kali mengadopsi simbol dan bahasa populer yang bersifat global. Mereka mengidentifikasi diri melalui tagar, filter, tren dance TikTok, hingga mengikuti konten selebritas daring, yang kemudian menjadi bagian dari cara mereka membentuk identitas sosial. Proses ini memperlihatkan adanya relasi kompleks antara ruang virtual global dan konteks sosial lokal.

Menurut Nasrullah (2020), media sosial memungkinkan identitas dikonstruksi dalam “realitas yang dibayangkan,” yaitu bagaimana seseorang ingin dilihat, bukan semata siapa dirinya yang sebenarnya. Hal ini menantang konsep identitas sosial tradisional yang selama ini dikaitkan dengan relasi tatap muka, budaya lokal, dan struktur sosial yang lebih tetap.

Dalam kerangka ini, penelitian di Kecamatan Bandung Kidul menjadi penting karena mampu memberikan gambaran empiris tentang bagaimana generasi muda membentuk dan mengelola identitas sosial mereka dalam lingkungan yang terhubung secara digital namun tetap berada dalam lingkup budaya lokal tertentu. Kombinasi antara nilai lokal dan budaya digital global menciptakan realitas baru yang belum sepenuhnya dipahami dalam literatur akademik Indonesia.

Penelitian sebelumnya oleh Sari & Widodo (2021) telah mengungkap bahwa generasi muda mengalami tekanan untuk menyesuaikan diri dengan “standar popularitas” di media sosial. Hal ini membuat identitas sosial yang mereka tampilkan sangat dipengaruhi oleh persepsi eksternal, bukan sepenuhnya berasal dari refleksi internal diri.

Aspek psikologis dari konstruksi identitas sosial juga perlu diperhatikan. Generasi Z yang sedang berada dalam tahap pencarian jati diri menurut Erikson (1968), sangat rentan terhadap tekanan sosial, termasuk dari dunia maya. Mereka cenderung menjadikan opini digital sebagai cerminan nilai diri mereka, padahal realitas tersebut bersifat selektif dan manipulatif.

Dalam interaksi sosial sehari-hari di media sosial, remaja Bandung Kidul juga menunjukkan kecenderungan membangun "kelompok referensi" yang tidak selalu berbasis pada interaksi nyata, tetapi lebih pada interaksi digital yang intens. Ini dapat berbentuk fandom, komunitas daring, atau bahkan micro-celebrity yang memengaruhi cara mereka berbicara, berpikir, dan menilai diri.

Menariknya, meskipun media sosial bersifat terbuka, banyak pengguna dari kalangan Gen Z membentuk “ruang aman” digital untuk mengekspresikan identitas yang mungkin tidak diterima di lingkungan sosial langsung. Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial juga menjadi ruang pelarian identitas, yang memungkinkan mereka mengekspresikan sisi lain dari diri yang tersembunyi (Turkle, 2011).

Namun, perlu dicatat bahwa tidak semua identitas digital bersifat negatif. Banyak juga remaja yang justru menemukan jati dirinya melalui komunitas yang suportif di media sosial. Mereka merasa diterima, dipahami, dan memiliki ruang untuk berkembang sesuai minat dan nilai pribadi. Hal ini memperkuat argumen bahwa media sosial memiliki potensi positif dalam pembangunan identitas sosial jika digunakan secara sehat dan kritis.

Bahan dan Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi fenomenologi. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami pengalaman subjektif Generasi Z dalam membentuk identitas sosial melalui media sosial. Menurut Smith et al. (2009), fenomenologi sebagai pendekatan penelitian bertujuan untuk memahami pengalaman mendalam dan makna yang diberikan individu terhadap fenomena tertentu dalam kehidupan mereka. Penelitian ini difokuskan pada remaja usia 13–22 tahun yang tinggal di Kecamatan Bandung Kidul dan merupakan pengguna aktif media sosial, terutama Instagram dan TikTok. Dengan metode fenomenologi, peneliti dapat menggali bagaimana para responden menghayati peran media sosial dalam membentuk citra diri dan keterhubungan sosial mereka dalam kehidupan sehari-hari.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (in-depth interview) dan observasi digital. Wawancara dilakukan terhadap sepuluh informan terpilih yang memenuhi kriteria usia dan aktivitas media sosial yang intens. Wawancara bersifat semi-terstruktur dengan pertanyaan terbuka yang memungkinkan responden mengeksplorasi pengalaman mereka secara bebas. Kvale (1996) menyatakan bahwa wawancara mendalam sangat efektif untuk menggali pemahaman tentang pengalaman individu secara langsung dan mendalam. Peneliti juga melakukan observasi terhadap akun media sosial informan (dengan izin), termasuk konten yang dibagikan, interaksi komentar, penggunaan tagar, serta pola keterlibatan mereka dalam tren digital. Altheide dan Schneider (2013) berpendapat bahwa observasi digital adalah teknik yang efektif untuk memahami praktik sosial dalam konteks media digital.

Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis tematik. Data dari wawancara dan observasi direduksi, dikodekan, lalu dikelompokkan berdasarkan tema utama yang muncul, seperti “self-presentation,” “afliasi kelompok,” “persona online,” dan “tekanan popularitas.” Braun dan Clarke (2006) mengembangkan teknik analisis tematik untuk menggali pola-pola makna dalam data kualitatif secara sistematis dan menyeluruh. Proses analisis dilakukan secara iteratif untuk menemukan pola makna yang konsisten. Untuk menjaga validitas data, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber dan melakukan member checking kepada sebagian informan untuk memastikan interpretasi data tetap akurat dan sesuai pengalaman asli. Patton (2002) menekankan pentingnya triangulasi dalam penelitian kualitatif untuk meningkatkan kredibilitas hasil analisis data.

Aspek etis dalam penelitian ini dijaga dengan ketat. Semua informan diberikan lembar persetujuan tertulis dan dijamin kerahasiaan identitasnya. Creswell (2014) mengingatkan pentingnya pengelolaan aspek etis dalam penelitian, termasuk pengamanan data pribadi dan pengungkapan tujuan penelitian secara jelas. Peneliti juga menjelaskan tujuan penelitian secara terbuka dan memastikan tidak ada paksaan dalam proses pengambilan data. Observasi digital dilakukan hanya terhadap akun yang bersifat publik atau setelah memperoleh izin eksplisit dari

pemilik akun. Dengan desain metode ini, diharapkan penelitian dapat menghasilkan pemahaman yang mendalam mengenai pembentukan identitas sosial Generasi Z dalam konteks lokal melalui media sosial

Hasil dan Diskusi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memainkan peran sentral dalam pembentukan identitas sosial Generasi Z di Kecamatan Bandung Kidul. Para responden mengaku menjadikan media sosial sebagai ruang utama untuk menampilkan diri dan menjalin interaksi sosial. Dalam hal ini, mereka tidak hanya berbagi aktivitas sehari-hari, tetapi juga membentuk citra diri yang diinginkan di hadapan publik digital. Fenomena ini menguatkan konsep Goffman (1959) tentang self-presentation dalam ruang interaksi sosial yang kini bermigrasi ke ruang virtual.

Salah satu temuan penting adalah kecenderungan untuk menciptakan "persona digital." Sebagian besar responden menyatakan bahwa tampilan diri mereka di media sosial sengaja dikurasi agar tampak menarik, menyenangkan, atau sesuai dengan tren. Identitas digital tersebut tidak selalu mencerminkan kondisi nyata, namun dianggap perlu untuk membangun koneksi dan pengakuan dari kelompok sosial. Hal ini konsisten dengan temuan dalam studi Sari & Widodo (2021) yang menunjukkan bahwa pengguna media sosial remaja lebih sering menampilkan versi ideal dari diri mereka.

Interaksi dengan kelompok referensi di media sosial juga berpengaruh signifikan terhadap pembentukan identitas. Responden menyebutkan bahwa mengikuti influencer, komunitas fandom, atau tren populer membuat mereka merasa menjadi bagian dari "sesuatu yang besar." Keanggotaan dalam kelompok virtual ini memberikan rasa afiliasi sosial yang kuat, sebagaimana dijelaskan dalam teori identitas sosial oleh Tajfel dan Turner (1986). Bahkan dalam beberapa kasus, kelompok virtual lebih memengaruhi identitas sosial remaja daripada kelompok lingkungan fisik mereka.

Media sosial juga menjadi alat pembentukan identitas berbasis nilai. Beberapa responden aktif dalam isu-isu seperti lingkungan, feminisme, atau hak asasi manusia, dan menyebut media sosial sebagai tempat pertama mereka mengenal dan mengadopsi nilai-nilai tersebut. Ini menunjukkan bahwa identitas sosial juga dibentuk melalui konten yang dikonsumsi dan direspon dalam jaringan digital, sebagaimana dicatat oleh Fajriyah (2020) dalam penelitiannya tentang aktivisme digital remaja.

Namun, pembentukan identitas sosial di media sosial tidak selalu positif. Tekanan untuk tampil sempurna, mendapatkan "likes" atau validasi dari audiens digital membuat beberapa responden merasa cemas, kehilangan arah, dan bahkan mengalami krisis identitas. Beberapa mengaku pernah menghapus konten karena tidak mendapat cukup perhatian. Ini sesuai dengan temuan Khairunnisa dan Utami (2019) yang menunjukkan bahwa tekanan sosial di media sosial dapat menurunkan kepercayaan diri dan memicu kecemasan sosial.

Respons orang tua dan lingkungan terhadap identitas digital juga menjadi dinamika menarik. Sebagian responden menyembunyikan konten tertentu dari keluarga karena dianggap tidak sesuai dengan norma lokal. Ini menandakan adanya jurang antara identitas daring dan identitas sosial di dunia nyata. Seperti dijelaskan oleh Nasrullah (2020), media sosial memungkinkan realitas identitas yang diproduksi secara selektif, yang seringkali berseberangan dengan realitas sosial sehari-hari.

Konteks lokal Bandung Kidul juga memengaruhi pembentukan identitas. Responden menyebutkan bahwa mereka menyesuaikan konten dengan nilai lokal seperti kesopanan atau religiusitas, terutama jika akun mereka diketahui oleh tetangga atau kerabat. Namun, mereka tetap mempertahankan elemen global seperti bahasa gaul, filter visual, atau gaya komunikasi populer, sehingga terbentuk identitas sosial hybrid yang mencampurkan nilai lokal dan global secara bersamaan (Putri, 2021).

Beberapa responden menunjukkan perkembangan identitas sosial yang positif. Mereka memanfaatkan media sosial untuk membentuk jaringan pertemanan yang suportif, mengembangkan minat kreatif seperti menulis, menggambar, atau membuat konten edukatif. Dalam konteks ini, media sosial menjadi ruang pemberdayaan diri yang memperkuat nilai diri dan keterlibatan sosial, sebagaimana dicontohkan oleh studi Rosyada (2020) yang menyoroti sisi konstruktif media digital terhadap pengembangan kepribadian remaja.

Namun, perlu dicatat bahwa literasi digital masih menjadi kendala. Banyak responden tidak menyadari bahwa apa yang mereka tampilkan di media sosial berpengaruh terhadap cara orang lain melihat dan menilai mereka. Kurangnya pemahaman ini dapat menimbulkan risiko misinterpretasi identitas sosial dan konflik interpersonal. Oleh

karena itu, pendidikan literasi digital yang kontekstual dan kritis sangat dibutuhkan, seperti yang disarankan oleh Utami & Saputra (2022).

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi arena dominan dalam pembentukan identitas sosial Generasi Z. Ruang ini bersifat dinamis, kompleks, dan penuh negosiasi, terutama dalam konteks lokal seperti Bandung Kidul. Identitas sosial dibentuk bukan hanya oleh apa yang dibagikan, tetapi oleh bagaimana respon, komunitas, dan nilai dalam jaringan digital diterima dan diproses secara sosial oleh para remaja.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial berperan penting dalam membentuk dan memengaruhi identitas sosial Generasi Z di Kecamatan Bandung Kidul. Melalui platform seperti Instagram dan TikTok, remaja membentuk persona digital yang sering kali merupakan hasil dari proses kurasi diri, tekanan sosial, dan dorongan untuk mendapatkan pengakuan kelompok. Identitas yang ditampilkan di media sosial tidak selalu mencerminkan realitas kehidupan mereka secara penuh, melainkan hasil dari interaksi dengan kelompok sosial digital yang memberikan pengaruh besar terhadap persepsi diri.

Ditemukan pula bahwa media sosial memberikan ruang bagi generasi muda untuk mengeksplorasi nilai-nilai, memperluas jaringan sosial, dan bahkan membentuk afiliasi identitas yang bersifat global, meskipun tetap dalam batasan nilai-nilai lokal. Namun, tekanan untuk tampil sesuai norma populer di media sosial dapat menimbulkan tekanan psikologis dan krisis identitas, terutama ketika ekspektasi digital tidak sesuai dengan realitas sosial di lingkungan sehari-hari.

Dengan demikian, media sosial bersifat ambivalen: sebagai ruang ekspresi dan eksplorasi, sekaligus medan kompetisi identitas. Pendidikan literasi digital yang kuat dan pendekatan kritis terhadap konstruksi identitas daring perlu dikembangkan, agar generasi muda dapat membentuk identitas sosial yang sehat, otentik, dan adaptif dalam kehidupan bermasyarakat yang semakin terhubung secara digital.

Refrensi

Altheide, D. L., & Schneider, C. J. (2013). *Qualitative media analysis* (2nd ed.). Sage Publications.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). *Using thematic analysis in psychology*. *Qualitative Research in Psychology, 3*(2), 77-101.

Castells, M. (2011). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.

Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage Publications.

Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. Norton & Company.

Fajriyah, S. (2020). *Aktivisme digital remaja: Pembentukan identitas sosial melalui media sosial*. *Jurnal Komunikasi Digital, 10*(1), 45-56.

Khairunnisa, M., & Utami, S. (2019). *Tekanan sosial di media sosial: Dampaknya terhadap kepercayaan diri remaja*. *Jurnal Psikologi Sosial, 8*(2), 123-134.

Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2017). *Social networking sites and addiction: Ten lessons learned*. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 14*(3), 311.

Kvale, S. (1996). *Interviews: An introduction to qualitative research interviewing*. Sage Publications.

Marwick, A. E. (2019). *The dramatic rise of social media influencers: A new form of branding in the digital age*. *Social Media + Society, 5*(3), 1-7.

Mokhtari, M., & Houghton, S. (2021). *The role of social media in the construction of self-image among adolescents*. *Social Media and Society, 7*(2), 1-12.

Nasrullah, R. (2020). *Media sosial dan realitas identitas: Perspektif teori konstruksi sosial dalam dunia digital*. *Jurnal Komunikasi Sosial, 9*(3), 201-214.

Nasrullah, R. (2020). *Media sosial sebagai konstruksi identitas dalam realitas yang dibayangkan*. *Jurnal Komunikasi, 9*(1), 88-101.

Parker, K., Igielnik, R., & Shearer, E. (2018). *The 10 most important facts about Generation Z*. Pew Research Center.

Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research & evaluation methods* (3rd ed.). Sage Publications.

Putri, A. (2021). *Identitas sosial hybrid dalam media sosial: Menyeimbangkan nilai lokal dan global*. *Jurnal Sosial Budaya, 12*(4), 89-101.

Rosyada, S. (2020). *Media sosial dan pengembangan kepribadian remaja: Studi kasus dalam konteks digitalisasi*. *Jurnal Pendidikan Remaja, 7*(1), 112-125.

Sari, D. M., & Widodo, W. (2021). *Pengaruh media sosial terhadap pembentukan identitas diri remaja: Sebuah studi fenomenologi*. *Jurnal Komunikasi Muda, 5*(1), 101-112.

Smith, J. A., Flowers, P., & Larkin, M. (2009). *Interpretative phenomenological analysis: Theory, method, and research*. Sage Publications.

Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). *The social identity theory of intergroup behavior*. In S. Worchel & W. G. Austin (Eds.), *Psychology of intergroup relations* (pp. 7-24). Nelson-Hall.

Tifferet, S., & Viner, M. (2020). *Exploring self-presentation in social media: How teenagers use Instagram for self-presentation*. *Journal of Media Studies, 15*(1), 45-60.

Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Basic Books.

Utami, R., & Saputra, F. (2022). *Literasi digital untuk generasi muda: Membangun kesadaran kritis dalam penggunaan media sosial*. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi, 14*(2), 75-85.