



Media Sosial X dalam Membentuk Identitas Sosial Digital Generasi Z

Kevin Pramudya

Universitas Negeri Jakarta

Sujarwo

Universitas Negeri Jakarta

Desy Safitri

Universitas Negeri Jakarta

Alamat: Jalan Rawamangun Muka Raya No.11 RT.11 RW.14, Rawamangun, Kec.

Pulogadung, Jakarta Timur, DKI Jakarta

Korespondensi penulis: kevinpramudya207@gmail.com

Abstract. *Social media X has become a platform in shaping the digital society identity of Generation Z through tren dynamics, symbolic interactions, and algorithmic pressures. This research aims to analyze the role of social media X in the formation of Generation Z's digital identity. A descriptive qualitative method with a phenomenological approach is used in this study to deeply understand how social media X shapes Generation Z's digital identity. This research reveals three main factors of social media X's role in forming Generation Z's digital identity: (1) attachment to trends and the majority opinions of X users, (2) the need of validation through digital interactions, (3) the seperation between digital identity and real world identity.*

Keywords: *Digital Society Identity, Generation Z, Social Media X.*

Abstrak. Media sosial X telah menjadi *platform* dalam pembentukan identitas sosial digital Generasi Z melalui dinamika tren, interaksi simbolik, dan tekanan algoritmik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media sosial X dalam pembentukan identitas digital Generasi Z. Metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan fenomenologi digunakan pada penelitian ini untuk memahami secara mendalam bagaimana media sosial X dapat membentuk identitas digital Generasi Z. Penelitian ini mengungkap adanya tiga faktor utama dari peran media sosial X dalam membentuk identitas digital Generasi Z: (1) keterikatan dengan tren dan opini mayoritas pengguna X, (2) kebutuhan validasi melalui interaksi digital, (3) pemisahan identitas digital dengan identitas nyata.

Kata kunci: Generasi Z, Identitas Sosial Digital, Media Sosial X.

LATAR BELAKANG

Media sosial merupakan wadah untuk bersosialisasi dan bertukar informasi secara daring. Media sosial bukan hanya sebagai wadah untuk berkomunikasi, tetapi juga sebagai wadah bagi seseorang untuk menemukan dan mengekspresikan dirinya. Media sosial selalu mengalami perkembangan dari tahun ke tahun karena mengikuti perubahan tren yang ada pada masyarakat, sehingga banyak pengguna media sosial menganggap bahwa media sosial merupakan bagian dari kesehariannya.

Salah satu media sosial yang terus mengalami perubahan tren adalah X atau dahulu disebut sebagai twitter. Media sosial X adalah sebuah media daring yang memberikan kebebasan bagi penggunanya untuk menulis sebuah pesan singkat (*tweet*) mengenai opini pribadinya dan dapat dilihat serta ditanggapi oleh pengguna lainnya. Tidak jarang pengguna X akan saling berargumen mengenai isu sosial, politik, ekonomi, ataupun isu aktual lainnya yang sedang berada pada *trending topic* sebagai cara mereka mengekspresikan dirinya terhadap suatu isu.

Penggunaan media sosial X yang menyediakan informasi aktual yang beragam tidak luput dari campur tangan Generasi Z yang lahir pada rentang tahun 1997-2012 yang merasakan perkembangan teknologi dan media sosial. Generasi Z menggunakan X sebagai wadah untuk mengekspresikan dirinya melalui unggahan *tweet*, *retweet*, ataupun membuat sebuah *thread*. Hal tersebut dilakukan juga sebagai alat untuk menunjukkan posisi sekaligus identitas diri pada media sosial X yang dapat terukur melalui *followers*, *like*, dan *retweet* yang diperoleh pada suatu *tweet* atau *thread* yang telah dibuat.

Pembentukan identitas diri Generasi Z pada media sosial X didukung dengan adanya algoritma yang menyarankan unggahan serupa dengan preferensi konten yang sebelumnya telah di *like* oleh pengguna. Sehingga Generasi Z membutuhkan penyesuaian opini dengan apa yang dimilikinya dengan pengguna lain untuk menciptakan identitas diri yang ideal dan disukai para pengguna X walaupun bertentangan dengan karakter kepribadian Generasi Z pada kehidupan nyata.

Penelitian ini akan bertujuan untuk menganalisis kompleksitas tersebut dengan melakukan eksplorasi bagaimana media sosial X menjadi penyebab pembentukan identitas sosial digital Generasi Z. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman secara holistik mengenai peluang serta tantangan yang dihadapi generasi Z dalam membangun identitas diri di era digital.

KAJIAN TEORITIS

Pembentukan identitas sosial digital Generasi Z di media sosial X dapat dikaji melalui teori identitas sosial, teori tersebut menyatakan bahwa bagian dari konsep kepribadian seseorang berasal dari keanggotaannya pada sebuah kelompok sosial.¹ Teori ini menjelaskan bahwa seorang individu akan mengidentifikasi dirinya sendiri melalui pengelompokan sudut pandang (ideologi) dan juga membandingkan pandangan dirinya dengan kelompok lain. Hal tersebut ditandai dari kecenderungan yang dimiliki Generasi Z ketika menggunakan tanda agar (*hashtag*) serta fitur *trending topic* sebagai keterkaitan dirinya dengan topik yang sedang tren.

¹Sakroni, S., Subardhini, M., & ... (2024). Pelaku Bullying Ditinjau Dari Perspektif Teori Identitas Sosial Sebuah Systematic Review Literature. *Santhet (Jurnal Sejarah* <https://ejournal.unibabwi.ac.id/index.php/santhet/article/view/3926>

Teori lainnya yang digunakan untuk mempertajam analisis ini adalah teori dramaturgi yang menyatakan bahwa kehidupan manusia seakan seperti pentas drama yang terdiri atas panggung depan dan belakang, ditandai dengan individu akan berusaha untuk menampilkan sisi terbaiknya agar dapat diterima oleh orang lain.² Dalam media sosial X, identitas diri yang ideal akan dikurasi melalui *tweet* ataupun *thread* yang menarik dan merepresentasikan mayoritas opini pengguna lain akan ditampilkan bagaikan panggung yang ada di depan sedangkan aspek yang dianggap kurang menarik dari individu itu sendiri akan disembunyikan di panggung belakang. Fenomena tersebut menggambarkan adanya identitas diri asli Generasi Z yang menghilang dan digantikan dengan identitas digital dengan tujuan memenuhi keinginan pengguna lainnya sehingga dirinya akan diterima karena memiliki opini yang menarik dan sama.

Identitas Generasi Z yang fleksibel dan mudah untuk beradaptasi dan mengikuti tren yang sedang populer menunjukkan adanya konsep identitas cair (*liquid identity*). Konsep *liquid identity* menyatakan ketika seorang individu bergerak terus menerus secara sosial maka akan individu tersebut cenderung memiliki perkembangan identitas yang cair, dengan kata lain individu tersebut akan mengganti identitasnya mengikuti atau bahkan menjadi identitas yang dimiliki oleh orang atau tren yang diikutinya.³

Pada media sosial X, terjadi konvergensi media yaitu memadukan berbagai produk menjadi satu kesatuan dengan tujuan menjangkau banyak pengguna lainnya melalui sebuah konten yang menarik dan interaktif.⁴ Dalam hal ini membuktikan bahwa Generasi Z bukan hanya sebagai pengguna X yang melihat konten, tetapi juga membuat konten dengan mengombinasikan *thread* dan menyebar luaskannya dengan *quote tweet* dan *re-tweet*. Kombinasi tersebut memunculkan dinamika antara pengguna yang merasa sebagai penemu namun tanpa memberikan partisipasi pada kehidupan nyata.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif, dengan tujuan mengurai kompleksitas pembentukan identitas sosial digital Generasi Z di media sosial X. Metode tersebut membantu peneliti untuk memahami dan mempelajari makna subjektif, dinamika interaksi, serta motivasi yang tidak dapat terukur dengan numerik. Penelitian juga akan melibatkan studi fenomenologi yang berfokus pada pengalaman Generasi Z saat membangun identitas diri di media sosial X. Kemudian peneliti juga mengkaji pola komunikasi pada sosial media X sebagai gambaran mengenai performa membangun identitas diri.

Subjek penelitian merupakan seorang wanita dengan inisial S berusia 20 tahun yang memiliki identitas digital yang kuat pada akun media sosial X miliknya. Teknik

² Girnanfa, F. A., & Susilo, A. (2022). Studi dramaturgi pengelolaan kesan melalui Twitter sebagai sarana eksistensi diri mahasiswa di Jakarta. *Journal of New Media and*
<http://journal.sinergiinstitute.com/index.php/JNMC/article/view/2>

³ Kuntag, P., & Ohoitmur, J. (2025). Membaca Liquid Society dari Perspektif Burnout Society. *Media: Jurnal Filsafat Dan Teologi*, 6(1), 66–86.

⁴ Mardhiyyah, M. (2023). Konvergensi Media (Analisis Transformasi Media konvensional dalam Perspektif Ekonomi Kritis). *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 15(2), 129–144.

pengumpulan data menggunakan teknik wawancara mendalam untuk mempelajari bagaimana cara subjek penelitian membangun identitas diri, strategi yang digunakan, motivasi yang ia miliki untuk membangun identitas diri, dan tantangan yang dilaluinya. Peneliti juga akan melakukan observasi konten media sosial yang dominan pada akunnya dan pola interaksi yang terjadi pada akun subjek. Hasil dari wawancara serta observasi ini diharapkan akan menjadi gambaran yang akurat untuk menjadi dasar analisis pada penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti melakukan wawancara dengan narasumber yaitu S pada hari Sabtu tanggal 12 April 2025, wawancara tersebut dilakukan secara langsung di rumah peneliti. S merupakan seorang mahasiswi yang berusia 20 tahun dan pada saat ini sedang menempuh pendidikan di suatu Universitas. S sudah meluangkan waktunya dan menyatakan bersedia untuk menjadi narasumber untuk diwawancarai dan memberikan informasi yang sebenarnya untuk penelitian ini. Sebelum proses wawancara dimulai, peneliti diperlihatkan aktivitas narasumber di akun media sosial X dan bagaimana cara narasumber berinteraksi dengan *followers* nya.

Pada saat wawancara, S menyatakan telah menggunakan media sosial X sejak tahun 2020. S pada awalnya menggunakan X sebagai sarana hiburan dan untuk mendapatkan informasi mengenai berita atau isu terbaru.⁵ Selama satu tahun pertama ketika S menggunakan X ia juga bergabung dan berinteraksi dengan beberapa akun penggemar K-Pop kemudian ia kerap membalas *tweet* mengenai K-Pop pada saat itu. Ia juga aktif mengikuti topik yang tren dan memberikan opini mengenai topik tersebut lewat *tweet* pada akunnya. S ikut membahas topik viral khususnya mengenai isu sosial untuk mendapatkan teman *online* baru dan menambah *followers* di akun miliknya walaupun terkadang ia tidak merasa setuju dengan apa yang ia unggah dan hanya mengikuti mayoritas dari akun yang ia ikuti maupun opini akun besar. S mengaku dengan akun yang tidak menampilkan identitas asli dari dirinya ia lebih merasa percaya diri untuk memberikan opini dibandingkan memberikan opini di dunia nyata karena lebih rawan untuk memicu konflik.

S menyatakan dirinya memiliki ciri khas supel, ramah, dan aktif dalam membahas isu-isu sosial ataupun kemanusiaan pada akun X miliknya. Hal tersebut karena banyak *followers* yang dimilikinya tertarik untuk berdiskusi mengenai isu sosial yang sedang hangat atau tren dan harus menyesuaikan dirinya agar memiliki opini yang sama dengan mayoritas *followers* miliknya.⁶ S memiliki gaya penulisan *tweet* yang unik yaitu dengan memberikan kesan polos dan tidak mengerti apa-apa yang aslinya ia sedang menyinggung suatu masalah. Gaya penulisan yang satir tersebut menjadi hal yang unik pada akunnya sehingga banyak orang menunggu opini milik S setiap ada isu yang sedang tren.

Berdasarkan hasil analisis wawancara dengan S, peneliti menemukan adanya tiga faktor yang memengaruhi pembentukan identitas diri di media sosial X. Faktor pertama yaitu adanya keterikatan dengan tren dan opini mayoritas yang menjadi salah satu cara S untuk menyusun konten pada akun X miliknya. S mengaku ikut membahas topik yang tren untuk menjadi bahan *tweet* agar ia mendapatkan teman *online* baru dan *followers*.

⁵ Hasil wawancara dengan S, 12 April 2025, pukul 15.10 WIB

⁶ Hasil Wawancara dengan S, 12 April 2025, pukul 15.10 WIB

Terkadang ia memiliki opini yang berbeda dengan opini *followers* ataupun mayoritas akun besar di X, namun ia tetap memilih untuk mengikuti opini mayoritas akun besar serta *followers* agar *tweet* atau *thread* yang dibuatnya dapat diterima dan disukai oleh banyak orang.

Akun milik S yang menyesuaikan topik dengan tren khususnya pada tren yang mengarah kepada isu sosial menunjukkan adanya faktor kedua yaitu kebutuhan validasi melalui interaksi digital. S ingin memiliki akun yang menarik bagi orang lain sehingga menggunakan gaya bahasa satir untuk menarik perhatian orang lain. Pemilihan topik yang sering ia bahas seperti topik sosial menunjukkan adanya dominasi pada topik tersebut sehingga ketika ada isu terbaru mengenai kondisi sosial banyak orang akan mengunjungi akun S untuk bertukar opini.

Faktor ketiga adalah pemisahan identitas digital dengan identitas nyata yang dimiliki S menjadi hal penting baginya. S merasa bahwa untuk memberikan opini di X melalui *tweet* nya adalah hal penting untuk tetap menjaga interaksi dengan orang lain. Ia merasa bebas untuk memberikan opini bahkan opini yang kontroversial dengan gaya satirnya karena akun yang ia pakai merupakan akun yang tidak menggunakan identitas aslinya. Berbeda dengan kehidupan sehari-harinya, S merasa tidak perlu memberikan opini secara langsung untuk menghindari perdebatan atau konflik karena perbedaan pendapat antara dirinya dengan orang di sekitarnya.

Beberapa temuan tersebut mengonfirmasi bahwa teori identitas sosial menunjukkan bagaimana Gen Z menggunakan media sosial X menjadi wadah untuk melakukan negosiasi identitas. Konsep *liquid identity* yang menyatakan bahwa berubahnya identitas diri yang awalnya bersifat statis menjadi dinamis mengikuti arus informasi dibuktikan dengan hasil wawancara, yaitu S yang merupakan Gen Z mengikuti topik yang sedang tren untuk mengelompokkan ideologi atau opini untuk membuat rasa memiliki pada para pengguna X yang berinteraksi menjadi lebih kuat. Kemudian gaya komunikasi S yang menjadi satir dan terkesan provokatif ketika membahas isu sensitif menunjukkan adanya adaptasi identitas untuk menjaga relevansi yang ia miliki pada ruang digital.

Proses integrasi pada media sosial X dalam bentuk penggabungan konten yang saling berkaitan (*tweet*, *retweet*, *quote retweet*) memiliki peran untuk memperkuat ilusi partisipasi sosial. Meskipun S sering membuat *thread* mengenai opininya terhadap isu sosial, namun tidak ada korelasi antara opini yang ia unggah dengan aksi nyata pada kehidupan sehari-hari S. S tidak pernah menunjukkan aksi nyata terhadap opini yang ia unggah di akun X miliknya dan memilih untuk diam dan tidak menanggapi opini orang lain di dunia nyata. Hal tersebut menyatakan adanya pembentukan identitas di X seringkali hanya bersifat simbolik yang lebih mengutamakan pencitraan daripada substansi. Hal ini menyebabkan dampak negatif bagi para pengguna lain yang menerima algoritma berupa konten serupa yang akan menjebak dan terpengaruh sehingga mengikuti untuk membuat konten serupa. Dampak negatif dari hal tersebut adalah identitas diri pengguna lain akan terkikis secara perlahan oleh tekanan untuk memiliki opini yang selaras dengan akun-akun besar.

Teori dramaturgi juga memberikan perspektif yang jelas mengenai akun media sosial X yang dijadikan sebagai panggung depan kemudian dikurasi secara selektif pada fenomena ini. S yang hanya memilih topik yang sedang tren untuk dibahas melalui *tweet* pada akunnya agar mendapat *likes* ataupun perhatian yang tinggi dari para pengguna lain

merupakan identitas digital S yang ingin ditampilkan. Hal ini membuktikan bahwa Gen Z akan memilih kepribadian yang layak untuk ditunjukkan dan kepribadian yang tidak layak untuk ditunjukkan pada media sosial X. Ironisnya, hal yang dilakukan oleh Gen Z tersebut justru menciptakan sebuah paradoks dalam kepribadian Gen Z karena semakin sempurna dan kuat identitas digital yang dibuat, maka semakin lebar juga antara karakter pada media sosial dan karakter asli individu tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa media sosial X berperan dengan signifikan dalam membentuk identitas sosial digital Generasi Z melalui tiga faktor utama: keterikatan dengan tren dan opini mayoritas pengguna X, kebutuhan validasi melalui interaksi digital, dan pemisahan identitas digital dengan identitas nyata. Temuan tersebut menunjukkan adanya partisipasi dalam *trending topic* dan menggunakan *hashtag* bukan hanya memperkuat keterikatan antara para pengguna, namun juga untuk memicu pembentukan opini yang sama meskipun bertentangan dengan keyakinan pribadi. Teori identitas cair terkonfirmasi pada dinamika perubahan gaya komunikasi narasumber yang mengikuti arus informasi agar menjaga relevansi, sementara teori dramaturgi yang menunjukkan kurasi konten selektif sebagai bentuk langkah untuk mempertahankan persona yang baik pada “panggung depan”. Konstruksi identitas digital justru memperlebar jarak antara ekspresi diri digital dengan karakter asli yang menciptakan paradoks antara karakter pada media sosial dengan karakter asli. Ilusi keterlibatan yang diwujudkan dalam partisipasi simbolik narasumber pada media sosial X terhadap isu sosial walaupun pada dunia nyata tidak menunjukkan korelasi juga tergambar dengan jelas pada penelitian ini. Penelitian ini memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kemampuan memahami media sosial dengan berpikir kritis mengenai bagaimana membentuk identitas diri di media sosial serta dampaknya terhadap kesehatan mental. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk platform media sosial untuk membuat kebijakan yang mendukung kebebasan ekspresi autentik pengguna tanpa mengorbankan kesehatan mental pengguna.

DAFTAR REFERENSI

- Girnanfa, F. A., & Susilo, A. (2022). Studi dramaturgi pengelolaan kesan melalui Twitter sebagai sarana eksistensi diri mahasiswa di Jakarta. *Journal of New Media and ...* <http://journal.sinergiinstitute.com/index.php/JNMC/article/view/2>
- Kuntag, P., & Ohoitumur, J. (2025). Membaca Liquid Society dari Perspektif Burnout Society. *Media: Jurnal Filsafat Dan Teologi*, 6(1), 66–86.
- Mardhiyyah, M. (2023). Konvergensi Media (Analisis Transformasi Media konvensional dalam Perspektif Ekonomi Kritis). *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 15(2), 129–144.
- Sakroni, S., Subardhini, M., & ... (2024). Pelaku Bullying Ditinjau Dari Perspektif Teori Identitas Sosial Sebuah Systematic Review Literature. *Santhet (Jurnal Sejarah ...* <https://ejournal.unibabwi.ac.id/index.php/santhet/article/view/3926>