



Konstruksi Realitas Sosial di Indonesia dalam Peran Media dan Identitas Budaya di Era Globalisasi

Yudha Catur Pamungkas¹, Agoes Moh. Moefad¹, Ryan Purnomo²

¹Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Jawa Timur, Indonesia

²Universitas Nadhlatul Ulama Sidoarjo, Indonesia

¹hyundhaifa2310@gmail.com

Abstract

The construction of social reality in Indonesia is heavily influenced by the interplay between mass media and social media, reflecting the evolving dynamics of globalization and local culture. This study aims to explore how media platforms shape public perceptions, cultural identity, and social norms in the Indonesian context. Employing a qualitative case study approach, the research investigates how mass media and social media frame issues and construct meanings that resonate with societal values, traditions, and contemporary challenges. Data collection involved in-depth interviews with media practitioners and users, content analysis of mass and social media materials, and participatory observation of interactions within digital communities. Analytical frameworks included Berger and Luckmann's theory of social construction, media convergence theory, and framing analysis. The findings reveal that social media platforms, such as tiktok and Instagram, facilitate a participatory culture where users blend global and local narratives, creating a hybrid reality. This hybrid reality reflects the negotiation of traditional values with modern, globalized influences, particularly in shaping the identity of younger generations. In contrast, mass media frequently aligns its framing of social issues with political and economic interests, influencing public perceptions through selective narratives. Additionally, the use of language, religious symbols, and algorithms was found to reinforce social norms and stereotypes, illustrating the media's role in shaping societal expectations and behaviors. The study concludes that the interaction between traditional and digital media plays a significant role in constructing Indonesia's social reality. It highlights the necessity of critically understanding media influences to navigate the complexities of identity and social dynamics in an increasingly globalized world.

Keywords: *Social Reality Construction; Media Framing; Hybrid Reality; Social Media; Cultural Identity*

Abstrak

Konstruksi realitas sosial di Indonesia sangat dipengaruhi oleh interaksi antara media massa dan media sosial, yang mencerminkan dinamika globalisasi dan budaya lokal yang berkembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana platform media membentuk persepsi publik, identitas budaya, dan norma sosial dalam konteks Indonesia. Menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif, penelitian ini menyelidiki bagaimana media massa dan media sosial membingkai masalah dan membangun makna yang beresonansi dengan nilai-nilai masyarakat, tradisi, dan tantangan kontemporer. Pengumpulan data melibatkan wawancara mendalam dengan praktisi dan pengguna media, analisis konten materi media massa dan sosial, dan pengamatan partisipatif interaksi dalam komunitas digital. Kerangka kerja analitis meliputi teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann, teori konvergensi media, dan analisis pembedaan. Temuan ini mengungkapkan bahwa platform media sosial, seperti

tiktok dan Instagram, memfasilitasi budaya partisipatif di mana pengguna memadukan narasi global dan lokal, menciptakan *realitas hibrida*. Realitas hibrida ini mencerminkan negosiasi nilai-nilai tradisional dengan pengaruh modern dan global, terutama dalam membentuk identitas generasi muda. Sebaliknya, media massa sering menyelaraskan pembingkai masalah sosial dengan kepentingan politik dan ekonomi, memengaruhi persepsi publik melalui narasi selektif. Selain itu, penggunaan bahasa, simbol agama, dan algoritme ditemukan untuk memperkuat norma dan stereotip sosial, menggambarkan peran media dalam membentuk harapan dan perilaku masyarakat. Studi ini menyimpulkan bahwa interaksi antara media tradisional dan digital memainkan peran penting dalam membangun realitas sosial Indonesia. Ini menyoroti perlunya memahami secara kritis pengaruh media untuk menavigasi kompleksitas identitas dan dinamika sosial di dunia yang semakin mengglobal.

Kata Kunci: Konstruksi Realitas Sosial; Pembingkai Media; Realitas Hibrida; Media Sosial; Identitas Budaya

Pendahuluan

Konstruksi realitas sosial adalah proses dinamis yang melibatkan berbagai aktor sosial, termasuk media massa dan media sosial, yang memainkan peran penting dalam membentuk persepsi publik. Berger & Luckmann (1966), dalam *the social construction of reality*, mengemukakan bahwa realitas sosial bukanlah sesuatu yang objektif, melainkan hasil dari konstruksi sosial yang terjadi melalui interaksi sosial dan komunikasi. Media massa, baik cetak maupun elektronik, memainkan peran utama dalam mendistribusikan dan mengkonsolidasikan makna sosial yang dapat membentuk pemahaman masyarakat tentang dunia. Erving Goffman (1974) melalui teori framing nya menekankan bahwa media membingkai peristiwa sosial dengan cara tertentu untuk mempengaruhi cara pandang audiens terhadap isu-isu tertentu.

Menurut Entman (1993) juga menambahkan bahwa framing ini berperan dalam membentuk opini publik dengan cara memilih dan menyusun elemen-elemen dalam pesan media untuk mempengaruhi persepsi masyarakat. Di era digital, fenomena ini semakin diperkuat oleh media sosial yang memiliki algoritma untuk menyaring dan menyajikan konten sesuai dengan preferensi individu, sehingga menciptakan ruang bagi konstruksi realitas sosial yang lebih tersegmentasi. Menurut Pratiwi (2019) mengamati bagaimana algoritma media sosial dapat memperkuat stereotip gender dan membentuk persepsi masyarakat terhadap gender. Di sisi lain, dalam konteks Indonesia, menurut Rafiq (2016) menjelaskan bagaimana nilai-nilai tradisional, seperti gotong royong, dipengaruhi dan diubah oleh globalisasi, terutama dalam bidang pendidikan.

Menurutnya, budaya gotong royong yang khas Indonesia mengalami transformasi seiring dengan interaksi budaya lokal dan global yang terjadi melalui media massa dan media sosial. Menurut Ali (2017) juga mengkaji bagaimana simbol-simbol agama di Indonesia, yang awalnya merupakan bagian dari tradisi lokal, kini direpresentasikan ulang dalam konteks global melalui platform media sosial seperti youtube dan Instagram, menciptakan sebuah ruang di mana budaya dan agama dipertemukan dan berinteraksi. Ini menunjukkan bagaimana media digital dapat menjadi ruang bagi pertemuan antara nilai-nilai lokal dan global dalam bentuk yang lebih fluid dan terbuka. Sementara itu, Nurhadi Ma'ruf (2018) menekankan pentingnya pemahaman terhadap tradisi lokal dalam konteks media digital.

Dia berargumen bahwa meskipun teknologi digital dan media sosial menawarkan pengaruh global yang besar, budaya lokal, seperti gotong royong dan adat istiadat, tetap relevan dalam pembentukan realitas sosial Indonesia. Menurut Suhardi (2021) turut

memperkuat hal ini dengan mengungkapkan bagaimana media arus utama di Indonesia, terutama televisi, sering kali memanipulasi framing tertentu untuk memperkuat agenda politik dan ekonomi, tetapi juga memberi ruang bagi identitas budaya lokal untuk dipertahankan, meskipun dalam bentuk yang lebih disesuaikan dengan kebutuhan pasar media yang semakin global. Di sisi lain, Retno Wulandari (2021) juga melihat peran penting televisi dalam pembentukan identitas budaya keluarga Indonesia, dengan cara media memperkenalkan narasi tertentu tentang norma-norma keluarga yang lebih sesuai dengan perkembangan zaman.

Menurut Riyanto (2020), konstruksi identitas nasional di Indonesia sangat dipengaruhi oleh media massa, yang sering kali memfasilitasi narasi persatuan dan kesatuan melalui kampanye yang mengedepankan pentingnya identitas bangsa. Di era globalisasi, narasi tersebut bertemu dengan tantangan baru, terutama dalam cara individu dan kelompok mengkonstruksi identitas diri mereka. Menurut Pratiwi (2019) menambahkan bahwa media sosial turut memperkuat stereotip gender dengan algoritma yang cenderung menyajikan konten sesuai dengan bias sosial yang ada, menunjukkan bagaimana media sosial dapat memperkuat norma-norma gender yang telah lama ada dalam masyarakat Indonesia.

Fenomena ini, menurut Hariri (2022), menciptakan semacam *realitas hybrid* di Indonesia, di mana nilai-nilai lokal dan global berinteraksi dalam wacana sosial yang semakin cair. Hall (1997) melalui teori representasinya juga menawarkan pemahaman tentang bagaimana media, baik tradisional maupun digital, mengkonstruksi makna dan nilai sosial dalam masyarakat. Di Indonesia, hal ini terlihat pada bagaimana media sosial seperti tiktok dan Instagram membentuk representasi budaya yang seringkali berperan dalam memperkuat stereotip tertentu, seperti stereotip gender dan etnis. Bauman (2000), dengan teori modernitas cair nya, berpendapat bahwa globalisasi tidak hanya mengubah struktur sosial, tetapi juga membawa ketidakpastian yang mempengaruhi bagaimana identitas dibentuk dan diubah dalam masyarakat.

Menurut Ramadhan (2023) menunjukkan bagaimana media sosial di Indonesia berfungsi sebagai tempat bagi generasi muda untuk mengeksplorasi identitas mereka, dengan menggabungkan unsur-unsur budaya lokal dan global yang sering kali menciptakan benturan dan sintesis budaya. Menambahkan perspektif dari Pierre Bourdieu (1991), dalam konteks Indonesia, media sosial juga memperlihatkan bagaimana individu dan kelompok membangun habitus mereka berdasarkan jenis kapital yang mereka miliki. Santoso (2023) mengungkapkan bahwa mitos dan cerita rakyat Indonesia tetap menjadi bagian dari konstruksi realitas sosial yang disebarluaskan melalui platform digital.

Media sosial, dengan karakteristiknya yang sangat interaktif, memungkinkan narasi lokal ini untuk dipertahankan dan disebarkan dalam konteks global yang lebih luas. Dalam hal ini, Rafiq (2016) melihat bahwa ada semacam penyesuaian antara identitas budaya Indonesia dengan proses globalisasi, yang pada gilirannya memperkaya pengalaman sosial dalam masyarakat Indonesia. Namun, ini juga menciptakan ketegangan antara budaya lokal yang tetap relevan dan identitas global yang semakin dominan. Dalam kerangka globalisasi, Castells (2009) menekankan bahwa media digital tidak hanya menghubungkan individu di seluruh dunia, tetapi juga memungkinkan terbentuknya jaringan komunikasi yang lebih luas, yang mengarah pada pembentukan masyarakat jaringan global.

Di Indonesia, fenomena ini mempengaruhi bagaimana media sosial berfungsi dalam membentuk identitas individu dan kelompok, serta bagaimana mereka terhubung dengan budaya global yang terus berkembang. Derrida (1967), dengan teori dekonstruksinya, mengingatkan kita bahwa makna sosial dalam masyarakat selalu

terbuka untuk diinterpretasikan ulang, memungkinkan media sosial untuk menjadi ruang di mana makna baru dapat terbentuk, terlepas dari dominasi narasi media arus utama. Melalui teori-teori tersebut, dapat dipahami bagaimana konstruksi realitas sosial di Indonesia semakin kompleks seiring dengan pengaruh media sosial dan digital yang semakin kuat.

Fiske (1990) menekankan bahwa media tidak hanya mencerminkan struktur sosial, tetapi juga memberikan ruang bagi audiens untuk bernegosiasi dan menafsirkan makna yang disajikan. Dalam konteks Indonesia, Wulandari (2021) mengungkapkan bagaimana media arus utama berperan dalam memperkuat identitas budaya Indonesia, tetapi juga bagaimana generasi muda di Indonesia, yang lebih terbuka terhadap globalisasi, berperan dalam membentuk konstruksi realitas sosial yang lebih fleksibel dan dinamis. Berdasarkan teori-teori tersebut, kita bisa melihat bahwa media sosial dan digital semakin memainkan peran besar dalam pembentukan identitas sosial di Indonesia, di mana interaksi antara nilai-nilai lokal dan global menciptakan realitas sosial yang lebih tersegmentasi dan cair.

Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah pendekatan kualitatif dengan studi kasus yang bertujuan menggali secara mendalam bagaimana media massa dan media sosial membentuk konstruksi realitas sosial masyarakat Indonesia. Data dikumpulkan melalui tiga teknik utama, yaitu wawancara mendalam, analisis konten, dan observasi partisipatif. Wawancara mendalam dilakukan dengan para informan yang berperan penting dalam produksi dan konsumsi media, seperti jurnalis, akademisi, pekerja media sosial, dan audiens media, guna memperoleh wawasan mengenai peran media dalam membentuk persepsi sosial. Analisis konten dilakukan terhadap berbagai materi media, termasuk berita, artikel, video, dan postingan media sosial, untuk mengidentifikasi bagaimana isu-isu sosial dibingkai dan dipresentasikan kepada publik. Selanjutnya, observasi partisipatif dilakukan dengan mengamati interaksi antar pengguna media sosial dalam komunitas online untuk melihat bagaimana makna dibangun dalam konteks digital. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis tematik untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari wawancara dan materi media yang dianalisis. Peneliti juga mengelompokkan data berdasarkan proses eksternalisasi, objektifikasi, dan internalisasi dalam konstruksi realitas sosial, serta mengkaji bagaimana framing dan penggunaan bahasa dalam media membentuk persepsi dan makna sosial. Seluruh proses penelitian dilakukan dengan mempertimbangkan aspek etis, termasuk memperoleh persetujuan informan secara sukarela dan menjaga kerahasiaan identitas mereka. Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang peran media dalam membentuk konstruksi realitas sosial dan identitas budaya di Indonesia.

Hasil dan Pembahasan

1. Kontruksi Realitas Sosial di Indonesia

Penelitian ini mengungkapkan bahwa konstruksi realitas sosial di Indonesia tidak hanya dipengaruhi oleh interaksi langsung antar individu, tetapi juga oleh peran signifikan media massa dan media sosial. Sebagai platform yang memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi dalam pembuatan dan distribusi informasi, media sosial telah mengubah dinamika sosial dengan menjadikan audiens sebagai produsen sekaligus konsumen informasi. Dalam konteks ini, Jenkins (2006) melalui teori konvergensi media menyatakan bahwa budaya partisipatif memungkinkan individu berinteraksi dengan media untuk menciptakan makna sosial bersama.

Fenomena ini terlihat jelas pada generasi muda Indonesia yang sangat aktif di platform media sosial seperti tiktok dan Instagram. Mereka tidak hanya mengonsumsi konten yang mencerminkan tren global, tetapi juga menciptakan dan memproduksi konten yang mempertahankan nilai-nilai budaya lokal, seperti gotong royong dan solidaritas sosial. Sebagai contoh, kampanye sosial seperti penggalangan dana untuk korban bencana alam, yang sering kali beredar di media sosial, mencerminkan nilai gotong royong yang kuat dalam masyarakat Indonesia. Di sisi lain, meskipun media sosial memberikan ruang untuk kebebasan berekspresi, penelitian ini menemukan bahwa ia juga berpotensi memperkuat stereotip sosial yang sudah ada.

Salah satu fenomena yang ditemukan adalah bagaimana platform seperti tiktok sering kali mempromosikan konten yang menguatkan pandangan tradisional mengenai peran gender. Pratiwi (2019) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa algoritma media sosial cenderung memperkuat bias gender yang ada dalam masyarakat. Hal ini tercermin dari banyaknya konten di media sosial yang memperlihatkan peran gender tradisional, di mana perempuan lebih sering digambarkan dalam konteks domestik dan laki-laki dalam posisi dominan. Penelitian ini juga menemukan bahwa media massa arus utama di Indonesia sering membingkai isu-isu sosial, seperti politik, agama, dan pendidikan, sesuai dengan agenda politik dan ekonomi tertentu. Dalam analisis konten, ditemukan bahwa banyak pemberitaan politik di Indonesia yang mengedepankan narasi yang mendukung pemerintah atau elit politik tertentu, sehingga membentuk pandangan masyarakat terhadap isu-isu tersebut. Suhardi (2021) mengemukakan bahwa media arus utama di Indonesia berperan penting dalam mengarahkan diskursus sosial yang menguntungkan kelompok-kelompok politik tertentu. Fenomena framing ini, seperti yang dijelaskan oleh Robert Entman, membentuk cara masyarakat memaknai peristiwa atau fenomena sosial. Dengan memanipulasi pemilihan kata, gambar, dan informasi yang ditonjolkan dalam pemberitaan, media mengarahkan persepsi masyarakat tentang berbagai isu sosial.

Framing ini terlihat pada cara media mengatasi isu-isu sensitif, seperti kebijakan pemerintah, yang sering kali disajikan dengan narasi positif untuk mendukung agenda politik tertentu. Penelitian ini juga mendalami konsep *realitas hybrid*, yang mengacu pada pertemuan antara budaya lokal dan global. Dalam konteks ini, generasi muda Indonesia, meskipun terpapar oleh budaya global melalui media sosial, tetap mempertahankan tradisi lokal. Salah satu contohnya adalah penggunaan media sosial seperti Instagram dan tiktok untuk mempromosikan kegiatan sosial atau proyek bersama yang bertujuan memperkuat ikatan sosial di masyarakat. Fenomena ini mencerminkan bagaimana tradisi lokal, seperti gotong royong, dapat bertransformasi dalam dunia digital.

Ahmad Rafiq (2016) berpendapat bahwa realitas sosial Indonesia merupakan hasil dari interaksi antara tradisi lokal dan modernitas, di mana elemen-elemen budaya lokal bertahan sekaligus beradaptasi dengan globalisasi. Selain itu, temuan penelitian ini juga mengungkapkan peran penting bahasa dan simbol agama dalam media sosial. Bahasa yang digunakan dalam media sosial sering kali mencerminkan nilai-nilai budaya dan agama tertentu yang dapat memperkuat identitas sosial kelompok. Dalam konteks Indonesia, bahasa gaul yang berkembang pesat di kalangan generasi muda, misalnya, sering dipadukan dengan simbol agama dalam berbagai konten yang beredar di media sosial.

Nazir (1989) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa penggunaan bahasa dalam media memiliki dampak besar dalam membentuk konstruksi sosial, karena bahasa bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga sarana untuk membangun dan menguatkan identitas. Simbol agama, seperti kalimat-kalimat religius dalam postingan media sosial atau iklan yang bertemakan keagamaan, turut membentuk cara masyarakat Indonesia melihat nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari. Ini sejalan dengan temuan Ali

(2017), yang mengamati bagaimana simbol-simbol agama direpresentasikan dalam media digital, membentuk konstruksi sosial dakwah di Indonesia yang semakin mengglobal. Lebih jauh lagi, interaksi antara tradisi lokal dan globalisasi dalam konteks media dapat dijelaskan melalui teori *realitas hybrid*. Konsep ini merujuk pada pertemuan antara budaya lokal dan global yang menciptakan bentuk-bentuk baru dari identitas dan makna sosial.

Media sosial menjadi arena utama di mana globalisasi dan tradisi lokal bertemu, dengan masing-masing berinteraksi dan memengaruhi satu sama lain. Bauman (2000) dalam teori modernitas cairnya menyatakan bahwa globalisasi telah mengubah struktur sosial yang lebih tradisional, menciptakan ketidakpastian dan mobilitas dalam identitas individu dan kelompok. Hal ini terlihat jelas dalam cara generasi muda Indonesia mengadaptasi elemen-elemen budaya global, seperti tren mode dan musik internasional, namun tetap mempertahankan nilai-nilai tradisional dalam bentuk ekspresi sosial mereka. Seperti yang dikemukakan oleh Stuart Hall (1997), media memainkan peran penting dalam proses representasi budaya, di mana simbol-simbol dan gambar-gambar membentuk cara kita melihat diri kita sendiri dan orang lain dalam dunia yang semakin terhubung. Dalam hal ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai tempat pertukaran informasi, tetapi juga sebagai arena untuk merumuskan identitas budaya yang terus berkembang. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa konstruksi realitas sosial di Indonesia semakin kompleks dengan adanya peran media sosial dalam mempengaruhi persepsi masyarakat. Kombinasi antara pengaruh media massa, media sosial, dan nilai-nilai budaya lokal telah menciptakan bentuk-bentuk baru dari realitas sosial yang bersifat dinamis dan terfragmentasi. Dalam konteks ini, media sosial berfungsi sebagai jembatan antara globalisasi dan tradisi lokal, memungkinkan terjadinya pertemuan budaya yang menghasilkan identitas sosial yang lebih berkembang sesuai dengan perkembangan zaman.

2. Peran Penting Bahasa Membentuk Konstruksi Realitas Sosial

Penelitian ini menunjukkan bahwa media massa dan media sosial memiliki peran signifikan dalam membentuk konstruksi realitas sosial di Indonesia, dengan bahasa dan simbol memainkan peran penting dalam proses ini. Bahasa gaul yang berkembang di kalangan generasi muda, khususnya di media sosial, digunakan untuk membangun ikatan sosial dan memperkuat identitas sosial yang inklusif. Penggunaan bahasa yang fleksibel dan dinamis ini memungkinkan terciptanya ruang untuk berinteraksi tanpa batasan hierarki sosial. Sebaliknya, dalam konteks media massa, bahasa formal lebih dominan, terutama dalam komunikasi politik dan pendidikan, yang mencerminkan struktur sosial yang lebih hierarkis dan terpusat.

Seperti yang dijelaskan oleh Dardjowidjojo & Nazir, bahasa bukan hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga berfungsi sebagai sarana untuk membangun dan mempertahankan struktur sosial dalam masyarakat. Selain itu, simbol-simbol agama yang digunakan dalam media sosial, seperti kaligrafi atau kutipan religius, memainkan peran penting dalam memperkuat identitas agama tertentu. Penggunaan simbol ini berpotensi menciptakan polarisasi dalam masyarakat, memperkuat identitas kelompok tertentu, namun juga memicu ketegangan antar kelompok. Seperti yang dicatat oleh Muhammad Ali (2017), media digital memberikan ruang bagi simbol-simbol agama untuk dibingkai ulang dalam konteks global, sehingga memengaruhi cara masyarakat memaknai agama dalam kehidupan sehari-hari. Dalam hal konstruksi identitas nasional Indonesia, media massa berperan penting dalam membangun narasi persatuan nasional. Riyanto (2020) menyatakan bahwa media massa di Indonesia sering menggunakan simbol-simbol nasional seperti bendera atau lagu kebangsaan untuk mempromosikan ideologi persatuan.

Namun, di era globalisasi ini, identitas nasional Indonesia tidak hanya dipengaruhi oleh nilai-nilai lokal, tetapi juga oleh norma-norma internasional dan kekuatan politik global. Hal ini menciptakan identitas nasional yang dinamis, yang selalu berkembang seiring perubahan sosial, ekonomi, dan politik. Penelitian ini juga menemukan bahwa meskipun media sosial memberikan kebebasan berekspresi, ia juga menimbulkan tantangan baru terkait representasi yang adil dan setara.

Platform media sosial, melalui algoritma dan interaksi pengguna, sering kali memperkuat ketidaksetaraan sosial yang ada, khususnya terkait dengan gender dan kelas sosial. Algoritma media sosial, seperti yang dijelaskan oleh Pratiwi (2019), bekerja dengan cara memperkuat stereotip sosial yang sudah ada dalam masyarakat, seperti bias gender. Misalnya, algoritma tiktok cenderung memprioritaskan konten yang memiliki elemen yang lebih menarik atau viral, yang seringkali mengarah pada konten yang memperkuat pandangan tradisional mengenai peran gender, mempromosikan pandangan yang lebih konservatif mengenai perempuan dan laki-laki. Dalam analisis lebih lanjut, penelitian ini juga menemukan bahwa media massa sering membingkai isu-isu sosial sesuai dengan agenda politik atau ekonomi tertentu, yang dapat memengaruhi cara pandang masyarakat terhadap isu-isu tersebut.

Sebagai contoh, dalam pemberitaan politik di Indonesia, sering kali ditemukan framing yang mendukung pemerintah atau elite politik tertentu, dengan menggunakan narasi yang menguntungkan mereka. Dalam beberapa kasus, pemberitaan tentang kebijakan pemerintah atau masalah politik sering kali disajikan dengan cara yang positif, mengabaikan kritik atau masalah yang ada. Hal ini sesuai dengan pandangan Robert Entman tentang framing media, di mana media memilih informasi yang akan disorot dan diabaikan untuk membentuk persepsi masyarakat terhadap peristiwa atau isu sosial. Misalnya, pada pemilu atau pemilihan umum, beberapa media massa cenderung memfokuskan pemberitaan pada keberhasilan program-program pemerintah atau menciptakan citra positif terhadap kandidat tertentu, yang berpotensi memengaruhi opini publik. Dalam konteks media sosial, algoritma berperan sangat besar dalam memperkuat bias sosial yang ada.

Platform seperti instagram atau facebook menggunakan algoritma yang mengutamakan konten yang sering diklik, dibagikan, atau disukai, yang sering kali memprioritaskan konten yang sensasional dan sesuai dengan pandangan yang lebih dominan. Ini menciptakan *filter bubble*, di mana pengguna hanya melihat konten yang sesuai dengan pandangan mereka, memperkuat stereotip sosial yang ada. Algoritma ini juga dapat memperburuk marginalisasi kelompok tertentu, seperti perempuan atau kelompok minoritas, dengan menampilkan lebih sedikit konten yang mendukung keberagaman atau pandangan alternatif. Sebagaimana dikemukakan oleh Pariser (2011), *filter bubble* ini membatasi eksposur pengguna terhadap informasi yang lebih luas, memperkuat pandangan yang sudah ada, dan mempersulit terciptanya dialog yang lebih inklusif.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa media massa dan media sosial memiliki peran yang saling melengkapi dalam membentuk realitas sosial di Indonesia, dengan media sosial memberikan ruang lebih besar bagi kebebasan berekspresi dan pembentukan identitas yang lebih dinamis. Namun, kedua jenis media ini juga dapat memperkuat stereotip sosial yang sudah ada, baik melalui framing media massa yang mengarah pada penguatan kekuasaan politik tertentu maupun melalui algoritma media sosial yang memperburuk ketidaksetaraan sosial. Fenomena ini menunjukkan bahwa realitas sosial Indonesia terus berkembang dan semakin dipengaruhi oleh interaksi antara elemen-elemen lokal dan global, yang tercermin dalam penggunaan bahasa, simbol agama, serta framing dalam pemberitaan dan konten media sosial.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa konstruksi realitas sosial di Indonesia dipengaruhi oleh interaksi kompleks antara media massa, media sosial, nilai-nilai lokal, dan globalisasi. Media massa dan media sosial berperan penting dalam membentuk persepsi publik, dengan media sosial, khususnya tiktok dan instagram, memberikan platform bagi generasi muda untuk membangun identitas yang menggabungkan nilai global dan lokal. Fenomena *realitas hybrid* muncul, di mana budaya tradisional, seperti gotong royong, bertemu dengan budaya global melalui media digital, menciptakan dinamika sosial yang terus berkembang. Selain itu, media massa sering membingkai isu-isu sosial sesuai dengan agenda politik dan ekonomi tertentu, yang memengaruhi pandangan masyarakat terhadap realitas sosial. Penggunaan bahasa dalam media juga turut membentuk identitas sosial dan budaya, baik dalam bahasa gaul yang berkembang di kalangan generasi muda, maupun dalam bahasa formal yang digunakan dalam konteks politik dan pendidikan. Namun, media sosial juga cenderung memperkuat stereotip sosial dan gender, terutama melalui algoritma yang memperkuat bias yang sudah ada di masyarakat. Konstruksi identitas nasional Indonesia juga semakin dipengaruhi oleh kampanye media massa yang menonjolkan simbol-simbol nasional untuk memperkuat rasa persatuan. Meskipun media sosial menawarkan kebebasan berekspresi, platform ini tetap mempengaruhi pandangan sosial, baik dalam mempromosikan stereotip maupun dalam memperkuat peran-peran sosial tradisional. Secara keseluruhan, konstruksi realitas sosial di Indonesia mencerminkan interaksi antara berbagai faktor, baik lokal maupun global, yang terus berkembang dalam menghadapi dinamika teknologi dan perubahan sosial di era digital.

Daftar Pustaka

- Ali, M. (2017). Simbol Agama Dalam Media Sosial: Representasi Dan Konstruksi Sosial Dakwah. *Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia*, 14(2), 45–60.
- Bauman, Z. (2000). *Modernity and the Holocaust*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, P. (1991). *Language and Symbolic Power*. Cambridge: Harvard University Press.
- Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press.
- Dardjowidjojo, S., & Nazir, M. (1989). *Bahasa dalam Masyarakat Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- Derrida, J. (1967). *Of Grammatology*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification Of A Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Fauzan, H. (2022). Media Sosial Dan Realitas Sosial Indonesia: Antara Stereotip Gender Dan Identitas Lokal. *Jurnal Media dan Budaya*, 11(2), 88–102.
- Fiske, J. (1990). *Television Culture*. London: Routledge.
- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. New York: Harper & Row.
- Hall, S. (1997). The Work Of Representation. In *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publications.
- Hariri, F. (2022). Algoritma Media Sosial Dan Penguatan Stereotip Sosial Di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Digital*, 8(1), 33-50.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Ma'ruf, N. (2018). Digitalisasi Dan Budaya Lokal: Tantangan Dan Peluang Dalam Media Sosial. *Jurnal Komunikasi dan Teknologi*, 10(3), 74-89.

- Nazir, M. (1989). Bahasa Dalam Media Sebagai Sarana Pembentukan Konstruksi Sosial. *Jurnal Bahasa dan Sastra*, 5(2), 45-59.
- Pratiwi, D. (2019). Gender Dan Media Sosial: Pengaruh Algoritma Dalam Membentuk Stereotip. *Jurnal Komunikasi dan Gender*, 12(2), 101-118.
- Ramadhan, Y. (2023). Generasi Muda Indonesia Dan Eksplorasi Identitas Di Media Sosial. *Jurnal Generasi Digital*, 7(1), 58-74.
- Rafiq, A. (2016). Globalisasi Dan Transformasi Nilai Gotong Royong Di Indonesia. *Jurnal Sosial dan Budaya*, 10(4), 23-41.
- Riyanto, A. (2020). Kampanye Media Massa Dan Konstruksi Identitas Nasional. *Jurnal Kajian Nasional*, 9(1), 56-72.
- Santoso, A. (2023). Mitos Dan Cerita Rakyat Indonesia Dalam Konstruksi Realitas Sosial Di Media Sosial. *Jurnal Kebudayaan dan Media*, 14(3), 45-60.
- Stuart, H. (1997). Media Dan Representasi Budaya. *Cultural Studies Journal*, 5(4), 33-50.
- Suhardi, E. (2021). Bingkai Politik Dan Ekonomi Dalam Pemberitaan Media Arus Utama. *Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia*, 12(4), 20-37.
- Wulandari, R. (2021). Peran Televisi Dalam Membentuk Identitas Budaya Keluarga Indonesia. *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, 6(3), 89-103.
- Yusuf, R. (2023). Media Sosial Di Indonesia Dan Benturan Antara Budaya Lokal Dan Global. *Jurnal Sosial dan Digital*, 15(1), 100-118.
- Zygmunt, B. (2000). *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press.