

Mencari Jati Diri di Dunia Digital: Analisis Proses Pembentukan Identitas Gen Z

Qathrun Nada Al-Yahya¹, Afrizal Tjoetra²

^{1,2} Program Studi Sosiologi Program Magister, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Teuku Umar
(corresponding author: qathrunnada25@gmail.com)

Received: December 2026; Revised: March 2026; Accepted: April 2026; Published: May 2026

Abstract

This study discusses the development of digital technology that has fundamentally transformed social structures and the ways individuals construct their identities, particularly among Generation Z. This study aims to understand how Generation Z constructs and negotiates identity in the digital age using Anthony Giddens' theory of reflexive modernity as a framework for analysis. This study employs a qualitative method with a descriptive approach through a systematic literature review focusing on concepts related to reflexivity, modernity, and digital identity. The results show that Generation Z's identity is fluid and constantly changing, shaped through daily reflective practices in the virtual world such as sharing content, interacting online, and building a self-image (self-branding). The negotiation between self-authenticity and digital social demands is evident in how Generation Z presents itself and manages public perceptions of its existence. Social media functions not only as a means of expression but also as a space for reflecting on personal values and forming self-meaning. The conclusion shows that the digital identity of Generation Z is the result of a dynamic and responsive reflective process to technological changes and the modern social environment. This study contributes to filling the gap in the literature on how Giddens' reflexive modernity framework can be applied to understand digital identity formation in the Indonesian context.

Keywords: generation Z; digital identity; reflexivity; social media; reflexive modernity

Abstrak

Penelitian ini membahas perkembangan teknologi digital yang telah mengubah struktur sosial dan cara individu membangun identitas diri, khususnya pada Generasi Z. Kajian ini bertujuan untuk memahami bagaimana Generasi Z melakukan konstruksi dan negosiasi identitas di era digital dengan menggunakan teori *modernitas refleksif* dari Anthony Giddens sebagai kerangka analisis. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif melalui kajian pustaka (*literature review*) yang berfokus pada literatur terkait konsep refleksivitas, modernitas, dan identitas digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa identitas Generasi Z bersifat cair dan terus berubah, terbentuk melalui praktik reflektif sehari-hari di dunia maya seperti membagikan konten, berinteraksi secara daring, dan membangun citra diri (*self-branding*). Negosiasi antara keaslian diri dan tuntutan sosial digital terlihat dalam cara Generasi Z menampilkan diri serta mengelola persepsi publik terhadap eksistensinya. Media sosial berfungsi tidak hanya sebagai sarana ekspresi, tetapi juga sebagai ruang refleksi nilai-nilai pribadi dan pembentukan makna diri. Kesimpulan menunjukkan bahwa identitas digital Generasi Z merupakan hasil dari proses reflektif yang dinamis dan responsif terhadap perubahan teknologi serta lingkungan sosial modern. Kajian ini berkontribusi mengisi celah dalam literatur tentang bagaimana kerangka modernitas refleksif Giddens dapat diterapkan untuk memahami pembentukan identitas digital dalam konteks Indonesia.

Kata Kunci: generasi Z, identitas digital, refleksivitas, media sosial, modernitas refleksif

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang sangat cepat telah mengubah struktur dan pola interaksi sosial masyarakat (Sukmana et al., 2025). Perubahan ini menandai fase baru dalam dinamika sosial, di mana ruang digital menjadi arena utama interaksi manusia. Modernitas dan globalisasi yang berlangsung secara bersamaan telah membentuk realitas sosial baru yang menuntut individu untuk menyesuaikan diri secara reflektif terhadap perubahan sosial yang terus berlangsung (Abbas, 2025). Dalam konteks tersebut, media sosial berperan penting sebagai ruang publik baru, tempat individu mengekspresikan diri, membangun jaringan sosial, dan mengonstruksi identitas, terutama pada generasi Z (Fathurachman, 2025).

Generasi Z, yang lahir antara pertengahan 1990-an dan awal 2010-an, tumbuh dalam lingkungan yang sepenuhnya digital. Mereka dikenal sebagai “generasi internet” karena sejak kecil telah akrab dengan teknologi digital dan perangkat pintar seperti ponsel (Ramadhani & Khirunnisa, 2025; Raidifi & Emiyati, 2024). Bagi generasi Z, teknologi bukan sekadar alat komunikasi, melainkan bagian integral dari kehidupan sehari-hari (Nursakinah et al., 2025). Realitas sosial mereka tidak lagi terbentuk hanya melalui interaksi tatap muka, tetapi juga melalui ruang virtual yang memengaruhi cara pandang, nilai, dan perilaku. Pada era *network society* ini, identitas tidak hanya dibentuk oleh institusi sosial konvensional, tetapi juga oleh jaringan komunikasi digital yang membentuk ruang sosial baru (Castells, 2010).

Perilaku daring generasi Z berpengaruh besar terhadap pembentukan identitas kewarganegaraan yang reflektif dan partisipatif. Melalui media sosial, mereka mengembangkan kesadaran politik, keterlibatan sosial, serta pandangan terhadap kewarganegaraan global. Namun, arus informasi yang sangat cepat juga menimbulkan tantangan berupa disinformasi dan fragmentasi sosial yang dapat mengaburkan makna identitas nasional dan lokal (Putri et al., 2024). Dalam kondisi ini, kemampuan individu untuk melakukan refleksi kritis terhadap arus informasi menjadi sangat penting. Helsper & Eynon (2009) mengingatkan bahwa anggapan generasi muda sebagai *digital natives* yang secara otomatis mahir dan reflektif dalam dunia digital adalah klaim yang perlu diuji secara empiris, karena keterampilan dan kesadaran digital terbentuk melalui pengalaman, bukan semata-mata oleh usia.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa perilaku daring generasi Z berpengaruh besar terhadap pembentukan identitas sosial dan kultural mereka. Afifah dan Kuntari (2025) menemukan bahwa aplikasi seperti TikTok dan Instagram tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga arena di mana generasi muda membangun identitas sosial melalui praktik representasi diri. Ananda et al. (2024) juga menunjukkan bahwa media sosial berperan

langsung dalam pembentukan identitas diri, di mana interaksi digital menjadi sarana validasi sosial. Sementara itu, penelitian Sarni et al. (2025) menyoroti bagaimana intensitas penggunaan media digital dapat memengaruhi perilaku sosial remaja, memperkuat argumen bahwa media kini menjadi ruang pembentukan nilai dan perilaku sosial. Sahanaya (2025) Melalui pendekatan *systematic literature review*, ditemukan bahwa strategi konstruksi identitas utama Gen Z meliputi *selective self-disclosure*, *content curation*, dan pengembangan *multiple personas* dalam komunikasi digital mereka. Namun, kajian-kajian tersebut belum secara eksplisit menggunakan kerangka teori modernitas refleksif Giddens untuk menganalisis proses pembentukan identitas digital Generasi Z dalam konteks Indonesia. Sebagian besar penelitian yang ada berfokus pada aspek perilaku atau dampak psikologis penggunaan media sosial, tanpa menelaah secara mendalam bagaimana proses refleksivitas individu berlangsung dalam ruang digital. Celah inilah yang hendak diisi dalam kajian ini, yakni menganalisis proses pembentukan identitas digital Generasi Z secara sosiologis melalui lensa modernitas refleksif Giddens, sekaligus menempatkannya dalam konteks sosial-budaya masyarakat Indonesia.

Di Indonesia, media sosial seperti Instagram, TikTok, dan X (Twitter) menjadi ruang utama bagi generasi muda, terutama generasi Z, untuk mencari pengakuan sosial sekaligus menegaskan eksistensi diri (Sigalingging et al., 2023). Fenomena ini memperlihatkan bagaimana media digital berfungsi sebagai arena utama pembentukan identitas kultural dan sosial. Meskipun teknologi memberikan kemudahan akses informasi dan jaringan, ketergantungan berlebih terhadap media sosial menjadi tantangan tersendiri bagi generasi ini (Fathurachman, 2025). Dalam konteks tersebut muncul persoalan penting: bagaimana individu dapat membedakan antara identitas otentik dan identitas performatif di dunia maya. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya menciptakan peluang baru, tetapi juga menimbulkan dilema reflektif yang menuntut generasi Z untuk terus menegosiasikan jati dirinya (Watuseke et al., 2023).

Dalam arus digital yang sangat cepat, generasi Z menghadapi tekanan untuk menyesuaikan diri dengan standar sosial yang dibentuk oleh algoritma dan tren media sosial (Pramudya et al., 2025). Pariser (2011) menjelaskan bahwa algoritma menciptakan *filter bubble*, di mana pengguna hanya terpapar pada konten yang sesuai preferensi yang sudah ada sehingga tanpa disadari mempertebal identitas tertentu sekaligus mempersempit keterbukaan terhadap perspektif lain. Fenomena ini memperlihatkan identitas yang cair dan bergeser mengikuti logika perhatian serta popularitas, di mana banyak individu muda mengalami

kebingungan nilai ketika eksistensi diri diukur melalui jumlah pengikut atau unggahan yang viral.

Tantangan generasi Z di era digital tidak hanya berkaitan dengan perubahan sosial, tetapi juga pelestarian nilai-nilai nasional dan budaya lokal. Arus globalisasi dan budaya populer asing yang tersebar luas di media digital sering kali menyebabkan generasi muda kehilangan orientasi terhadap nilai-nilai Pancasila dan identitas kebangsaan (Oktaviana et al. 2024). Proses pencarian jati diri mereka berlangsung dalam konteks sosial yang sangat dinamis, ditandai oleh keterbukaan informasi, globalisasi nilai, serta komunikasi lintas budaya yang mempercepat transformasi identitas sosial. Kondisi ini juga menimbulkan bentuk alienasi baru ketika individu kehilangan keterikatan terhadap nilai-nilai lokal dan tradisional (Fitri et al., 2025).

Berdasarkan kondisi tersebut; permasalahan utama yang perlu dikaji adalah bagaimana generasi Z mengelola perubahan sosial yang terjadi akibat digitalisasi dan bagaimana mereka mampu membangun identitas yang stabil di tengah arus media digital yang terus berubah dengan cepat. Untuk menjelaskan fenomena tersebut, tulisan ini menggunakan teori modernitas refleksif yang dikemukakan oleh Anthony Giddens (1991). Dalam masyarakat modern, identitas tidak lagi diwariskan secara tradisional, melainkan menjadi proyek reflektif yang dibentuk melalui pilihan dan interaksi sosial yang berulang (Kuslarassakti & Sutopo, 2020; Sutopo, 2022). Teori Giddens memberikan dasar konseptual untuk menganalisis kompleksitas pembentukan identitas Generasi Z di era digitalisasi, di mana individu dituntut untuk terus sadar terhadap diri sendiri, lingkungan sosial, dan keputusan yang mereka ambil di tengah perubahan yang terus berlangsung.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan kajian pustaka (*literature review*) sebagai dasar analisis. Pemilihan pendekatan ini dikarenakan fokus penelitian tidak terletak pada pengumpulan data di lapangan, melainkan pada analisis mendalam terhadap literatur yang relevan (Kusumastuti & Khoiron, 2019; Fadli, 2021; Snyder, 2019). Pendekatan ini dilakukan dengan tujuan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana teori modernitas refleksif Giddens dapat digunakan untuk memahami pembentukan identitas Generasi Z di Indonesia dalam konteks media sosial.

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari data sekunder, yaitu literatur ilmiah yang mencakup buku, jurnal nasional serta hasil penelitian terdahulu yang membahas tentang modernitas refleksif, media sosial, dan generasi Z. Secara keseluruhan, terdapat 25 artikel

jurnal yang dianalisis dan dijadikan rujukan utama dalam penelitian ini. Proses penelusuran artikel dilakukan melalui tiga mesin pencari utama, yaitu Google Scholar, *Publish or Perish*, serta basis data SINTA (Science and Technology Index). Untuk artikel internasional, penelusuran juga dilakukan melalui Scopus dan DOAJ (*Directory of Open Access Journals*). Kata kunci yang digunakan dalam pencarian meliputi di antaranya *generasi Z* atau "*Generation Z*", *identitas digital* atau "*digital identity*", *modernitas refleksif* atau "*reflexive modernity*", *media sosial* atau "*social media*", *pembentukan identitas* atau "*identity formation*", dan *presentasi diri* atau "*self-presentation*".

Analisis data dilakukan secara tematik dengan meninjau teori dari Anthony Giddens tentang modernitas refleksif yang relevan dengan permasalahan penelitian, kemudian mengidentifikasi pola-pola berulang di seluruh literatur yang dianalisis, dan memetakannya ke dalam kerangka konseptual yang sudah ditetapkan. Proses ini dilakukan secara sistematis untuk memastikan bahwa setiap argumen yang diajukan dalam tulisan ini memiliki landasan empiris yang dapat diverifikasi dari literatur yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pemikiran Anthony Giddens, reflektivitas merupakan kemampuan individu maupun kelompok untuk secara terus-menerus mengevaluasi dan memikirkan kembali tindakan mereka dalam konteks struktur sosial yang ada. Dalam masyarakat modern, reflektivitas menjadi sangat penting karena individu selalu dihadapkan pada berbagai pilihan dan pertimbangan terhadap konsekuensi dari setiap tindakan yang dilakukan (Giddens, 1991). Modernitas dipahami sebagai fenomena yang ditandai oleh transformasi mendasar dalam kehidupan sosial, ekonomi, dan politik masyarakat, suatu kondisi yang tidak dijumpai pada masyarakat tradisional (Abbas, 2025).

Konsep modernitas refleksif yang dikemukakan Giddens menekankan bahwa identitas dalam masyarakat modern bukanlah entitas yang tetap, melainkan proyek reflektif yang senantiasa diperbarui berdasarkan pengalaman sosial dan perubahan lingkungan. Giddens (1991) menegaskan bahwa dalam *high modernity*, diri bukan lagi entitas yang pasif, melainkan aktif merekonstruksi narasinya sendiri melalui pilihan-pilihan yang diambil setiap hari. Konsep ini sangat relevan untuk memahami dinamika identitas Generasi Z yang hidup di tengah berbagai tawaran identitas yang difasilitasi oleh teknologi digital. Sutopo (2022) melalui penelitiannya terhadap musisi muda Indonesia menunjukkan secara empiris bahwa reflektivitas diri bukan semata-mata respons pasif terhadap modernitas, melainkan strategi

aktif yang memberdayakan individu untuk menentukan arah hidupnya sendiri.

Beck (1993) dalam karyanya *Risk Society* melengkapi gagasan Giddens dengan menjelaskan bahwa modernitas juga ditandai oleh meningkatnya kesadaran risiko pada individu. Dalam konteks digital, risiko yang dihadapi Generasi Z tidak hanya bersifat fisik, tetapi juga sosial dan reputasional, yakni risiko dihakimi, diabaikan, atau disalahpahami oleh komunitas daring. Oleh karena itu, pembentukan identitas digital bukan sekadar proses kreatif, tetapi juga proses kalkulatif yang melibatkan manajemen risiko sosial secara terus-menerus.

Dalam konteks Generasi Z di Indonesia, media sosial menjadi arena utama bagi proses refleksi identitas. Media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang bagi individu untuk menemukan serta mengekspresikan diri (Pramudya et al., 2025). Salah satu manifestasinya terlihat pada praktik gaya hidup digital, seperti penggunaan media sosial dalam bidang *fashion* untuk memperoleh pengakuan dan legitimasi sosial (Vhonita & Purnama, 2023). Melalui unggahan, komentar, dan interaksi yang dilakukan, Generasi Z membangun narasi tentang siapa diri mereka dan bagaimana mereka ingin dilihat oleh orang lain.

Generasi Z tumbuh di tengah arus informasi yang hampir tak terbatas, di mana batas antara realitas dan representasi digital menjadi semakin kabur. Dalam situasi ini, pencarian jati diri sering kali berlangsung di antara dua dunia: dunia nyata yang menuntut keaslian dan dunia digital yang menekankan pencitraan. Giddens (1991) menyebut kondisi ini sebagai “*reflexive project of the self*”, di mana individu secara terus-menerus mengonstruksi identitasnya berdasarkan refleksi diri terhadap perubahan sosial dan teknologi (Muflikhah et al., 2025). Bagi generasi muda, tindakan seperti mengunggah konten, memilih gaya hidup daring, atau mengikuti tren viral merupakan bagian dari praktik refleksivitas modernitas yang menunjukkan proses perenungan dan negosiasi makna diri.

Berkaitan dengan hal tersebut, Castells (2010) menjelaskan bahwa di era informasi, jaringan digital menjadi panggung utama yang di dalamnya identitas dikonstruksi, diuji, dan dinegosiasikan setiap hari. Proses ini diperumit oleh logika algoritma yang secara tidak kasat mata membentuk preferensi dan selera individu, menciptakan apa yang disebut sebagai *filter bubble* (Pariser, 2011), kondisi di mana individu hanya terpapar informasi yang sesuai dengan preferensi yang sudah ada. Helsper & Eynon (2009) menambahkan bahwa kemampuan navigasi digital yang sesungguhnya bukan bawaan generasi, melainkan hasil dari paparan, praktik, dan pendidikan yang terencana.

Namun, proses refleksi diri Generasi Z tidak selalu menghasilkan identitas yang stabil.

Media sosial menciptakan ruang baru bagi munculnya tekanan sosial, seperti keinginan untuk diakui, dihargai, atau diterima oleh komunitas digital. Karena itu, sebagian individu dari Generasi Z mengalami ambiguitas atas identitas diri mereka, di satu sisi ingin tampil autentik, tetapi di sisi lain terjebak dalam tuntutan algoritma dan budaya popularitas. Hal ini menunjukkan bahwa refleksivitas dalam modernitas tidak hanya membuka ruang bagi kebebasan ekspresi, tetapi juga menimbulkan bentuk ketergantungan sosial baru yang menuntut validasi eksternal dari dunia maya.

Goffman (1959) dalam karyanya *The Presentation of Self in Everyday Life* telah lebih dahulu menjelaskan bahwa interaksi sosial pada dasarnya adalah sebuah pertunjukan (*performance*), di mana individu mengelola kesan (*impression management*) yang mereka berikan kepada orang lain. Dalam konteks media sosial, teori Goffman ini menjadi semakin relevan karena setiap unggahan, cerita, atau komentar pada dasarnya adalah aksi performatif yang bertujuan membangun dan memelihara citra diri tertentu di hadapan audiens digital (Bullingham & Vasconcelos, 2013). Perbedaan mendasarnya dengan interaksi tatap muka adalah bahwa di ruang digital, individu memiliki kendali yang jauh lebih besar terhadap "panggung depan" mereka (*front stage*) karena memiliki waktu untuk menyunting dan memilih konten sebelum ditampilkan kepada publik.

Identitas digital Generasi Z dapat disebut bersifat cair (*fluid identity*), dapat berubah sesuai konteks sosial dan budaya yang melingkupinya. Bauman (2000) dalam konsep *liquid modernity* menjelaskan bahwa ciri utama modernitas adalah ketidakpastian dan ketidakstabilan yang konstan, sehingga identitas pun bersifat cair dan tidak pernah benar-benar selesai dikonstruksi. Dalam kerangka teori Giddens, hal ini merupakan konsekuensi dari modernitas yang mendorong individu untuk terus menyesuaikan diri dengan perubahan global dan teknologi. Identitas tidak lagi berakar pada tradisi, tetapi pada refleksi terhadap pilihan gaya hidup dan nilai-nilai yang dibangun secara mandiri.

Fenomena seperti *self-branding*, *influencer culture*, dan *digital self-presentation* menjadi bukti bahwa Generasi Z membangun identitasnya melalui strategi komunikasi yang dipengaruhi oleh norma-norma digital yang berlaku di media (Afifah & Kuntari, 2025); (Sahanaya, 2025).

Generasi Z memanfaatkan ruang digital sebagai sarana untuk menegaskan nilai-nilai pribadi dan sosial yang mereka anggap penting. Mereka tidak hanya menjadi konsumen budaya digital, tetapi juga berperan sebagai aktor yang aktif memproduksi makna dan menantang norma serta struktur sosial konvensional. Misalnya, melalui kampanye sosial,

gerakan kesetaraan gender, dan isu keberlanjutan lingkungan, Generasi Z menunjukkan penggunaan media digital sebagai medium untuk merefleksikan dan menegaskan identitas sosial mereka sebagai generasi yang kritis dan progresif.

Namun, arus globalisasi digital juga menghadirkan ancaman nyata terhadap identitas kultural lokal. Paparan konten dari berbagai belahan dunia dapat menyebabkan proses *cultural homogenization*, yaitu penyeragaman budaya yang mengikis keunikan dan keberagaman lokal. Fitri et al. (2025) mencatat bahwa sebagian Generasi Z Indonesia mengalami keterputusan dengan budaya daerah dan nilai-nilai tradisional akibat paparan yang masif terhadap konten budaya populer asing. Oktaviana et al. (2024) lebih jauh menjelaskan bahwa nilai-nilai Pancasila sebagai landasan identitas kebangsaan berpotensi tergerus jika tidak diinternalisasi secara reflektif oleh Generasi Z dalam keseharian digital mereka.

Walaupun begitu, sejumlah penelitian juga menunjukkan bahwa Generasi Z tidak sepenuhnya pasif dalam menghadapi arus globalisasi digital. Terdapat fenomena *glocalization*, yaitu penyesuaian konten dan nilai global ke dalam konteks lokal, yang dilakukan secara kreatif oleh Generasi Z Indonesia. Mereka tidak sekadar meniru konten asing, tetapi juga mengadaptasinya dengan nuansa budaya lokal, menciptakan bentuk-bentuk ekspresi digital yang unik dan khas Indonesia (Raidifi & Emiyati, 2024). Fenomena ini mencerminkan kapasitas reflektif Generasi Z untuk menjadi subjek yang aktif menegosiasikan identitas di persimpangan antara nilai global dan lokal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang utama bagi Generasi Z dalam membangun dan menegosiasikan identitas diri mereka di dunia digital. Platform seperti TikTok dan Instagram bukan hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai arena representasi diri yang kompleks. Generasi Z memanfaatkan fitur visual, narasi singkat, dan interaksi sosial untuk menampilkan versi ideal dari diri mereka, yang sering kali dipengaruhi oleh ekspektasi sosial dan algoritma platform.

Dalam konteks teori modernitas reflektif Anthony Giddens, proses ini menggambarkan bagaimana individu secara terus-menerus merefleksikan dan menata ulang identitasnya melalui interaksi sosial digital yang dinamis. Identitas tidak lagi bersifat tetap, melainkan menjadi proyek reflektif yang dibentuk melalui praktik keseharian di ruang maya, di mana individu berusaha menyeimbangkan antara autentisitas diri dan tuntutan sosial yang dikonstruksi secara digital (Ananda et al. 2024). Kuslarassakti & Sutopo (2020) memperkuat hal ini dengan menunjukkan bahwa pemuda Indonesia yang reflektif mampu menegosiasikan posisi sosialnya secara strategis meski di tengah ketidakpastian modernitas.

Algoritma media sosial berperan sebagai agen struktural yang membentuk arah dan pola

ekspresi diri Generasi Z. Muflikhah et al. (2025) melalui analisis terhadap tren *Dress Well* di TikTok menunjukkan bahwa kebebasan dalam membentuk identitas bersifat semu karena tetap berada dalam batasan struktur sosial dan teknologi yang mengatur visibilitas serta penerimaan sosial. Konstruksi identitas di media sosial mencerminkan ketegangan antara agensi individu dan kekuatan struktural platform digital yang membentuk norma-norma baru dalam masyarakat.

Aktivitas seperti *posting, liking, sharing*, dan mengikuti tantangan viral menjadi bentuk performatif dari proyek reflektif diri, di mana individu mencari pengakuan dan rasa kebermaknaan dalam komunitas daring (Afifah & Kuntari, 2025). Praktik tersebut menegaskan bahwa refleksivitas modern tidak hanya terjadi dalam ruang pribadi, tetapi juga dimediasi oleh teknologi yang memungkinkan individu untuk terus menegosiasikan citra dirinya di hadapan publik global. Goffman (1959) menyebut ini sebagai pengelolaan kesan (*impression management*) yang kini dijalankan melalui arsitektur visual media sosial, dengan Bullingham & Vasconcelos (2013) mengonfirmasi bahwa prinsip tersebut berlaku penuh dalam interaksi digital.

Temuan ini juga menunjukkan bahwa identitas digital Generasi Z tidak dapat dipahami secara terpisah dari konteks kelembagaan dan struktural yang lebih luas. Platform media sosial tidak bersifat netral; mereka dirancang dengan logika kapitalisme perhatian (*attention capitalism*) yang mendorong keterlibatan maksimal pengguna melalui rancangan antarmuka yang adiktif. Dalam kondisi seperti itu, identitas Generasi Z terbentuk bukan hanya sebagai hasil dari kehendak bebas individu, tetapi juga dari tekanan struktural yang inheren dalam arsitektur platform digital itu sendiri (Beck, 1993; Giddens, 1991).

KESIMPULAN

Era digital telah membawa perubahan mendalam terhadap cara Generasi Z memahami dan membentuk identitas dirinya. Identitas kini muncul sebagai hasil dari proses refleksi dan negosiasi yang berlangsung secara berkelanjutan antara dunia nyata dan ruang digital. Mengacu pada gagasan modernitas reflektif yang dikemukakan oleh Giddens (1991) Generasi Z menghadapi tantangan untuk secara aktif membangun kembali makna eksistensinya di tengah dinamika sosial dan kemajuan teknologi yang terus berkembang begitu cepat. Media sosial kini menjadi ruang utama bagi Generasi Z untuk melakukan refleksi diri. Melalui aktivitas daring seperti berbagi pengalaman, menyampaikan pendapat, dan mengekspresikan pandangan hidup, mereka membentuk representasi diri yang bersifat dinamis dan terus

berubah, sebagai hasil dialog antara keinginan personal dan harapan sosial yang berkembang di dalam komunitas digital.

Namun, di balik kebebasan berekspresi tersebut, terdapat tekanan sosial baru yang bersumber dari tuntutan popularitas dan kebutuhan akan pengakuan, yang kerap menimbulkan kegelisahan identitas. Bauman (2000) menjelaskan bahwa ketidakstabilan identitas adalah ciri khas modernitas cair yang tidak dapat dihindari. Oleh karena itu, pencarian jati diri di era digital bukan hanya proses kreatif untuk menegaskan eksistensi, tetapi juga perjuangan reflektif untuk mempertahankan keaslian diri di tengah tekanan budaya digital dan algoritma popularitas.

Dari perspektif sosiologi modern, identitas Generasi Z bersifat cair dan reflektif, terbentuk melalui interaksi antara individu, budaya digital, serta struktur sosial global yang senantiasa berubah. Kajian ini menegaskan bahwa pencarian jati diri Generasi Z di ruang digital menggambarkan dinamika antara kebebasan dan keterikatan, antara refleksi diri dan pengaruh sosial. Tantangan terbesar generasi ini bukan hanya bagaimana menampilkan diri di media sosial, tetapi bagaimana menjaga konsistensi identitas di tengah arus perubahan yang cepat.

Kajian ini memberikan implikasi praktis bagi pemangku kepentingan pendidikan dan kebijakan. Pertama, institusi pendidikan perlu mengintegrasikan literasi digital yang berdimensi kritis-reflektif agar Generasi Z mampu mengelola identitas digitalnya secara sadar dan bertanggung jawab. Kedua, pembuat kebijakan perlu mempertimbangkan regulasi platform digital yang melindungi ruang ekspresi diri Generasi Z dari eksploitasi algoritmik. Ketiga, kajian lanjutan perlu dilakukan dengan metode empiris, khususnya etnografi digital, untuk mengamati secara langsung bagaimana proses refleksivitas identitas berlangsung dalam kehidupan sehari-hari Generasi Z Indonesia. Generasi Z berpotensi menjadi motor penggerak masa depan masyarakat modern melalui kesadaran diri yang kritis, adaptif, dan terus berkembang.

REFERENSI

- Abbas, A. I. (2025). Modernitas, Globalisasi, dan Realisme Sosial: Perspektif Anthony Giddens terhadap Perubahan Sosial. *Al-Musthalah: Jurnal Riset dan Penelitian Multidisiplin*, 2(1), 14–27.
- Afifah, N., & Kuntari, S. (2025). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Sosial Gen Z di Aplikasi TikTok dan Instagram. *Peshum: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(3), 4409–4415. <https://doi.org/10.56799/peshum.v4i3.8367>
- Ananda, M., Suriansyah, A., & Rafianti, W. R. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Pembentukan Identitas Diri pada Generasi Z. *MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 2(4), 2279–2289. <https://doi.org/10.60126/maras.v2i4.634>

- Bauman, Z. (2000). Liquid Modernity. In *Contemporary Sociology* (Vol. 30, Issue 4). Polity Press. <https://doi.org/10.2307/3089803>
- Beck, U. (1993). Risk Society: Towards a New Modernity. In M. (University of T. Featherstone (Ed.), *Sage Publications* (Vol. 69, Issue 4). <https://doi.org/10.2307/143601>
- Bullingham, L., & Vasconcelos, A. C. (2013). 'The presentation of self in the online world': Goffman and the study of online identities. *Journal of Information Science*, 39(1), 101–112. <https://doi.org/10.1177/0165551500000000>
- Castells, M. (2010). The Power of Identity Second edition With a new preface. In *Wiley-Blackwell*. <https://doi.org/10.4324/9781003528180-3>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- Fathurachman, K. A. (2025). *Terhubung Media Digital dan Alienasi Sosial : Dilema Budaya Gen-Z di Era 4.0*. January.
- Fitri, A. A., Zakiah, L., Izzah, A. N., Trianingsih, M., Sanjaya, N. A. A., & Ifadha, R. D. (2025). Generasi Z dan Identitas Budaya Di Indonesia: Apakah Globalisasi Mengikis Keberagaman Budaya Lokal? *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(02), 478–49.
- Giddens, A. (1991). Modernity and Self-Identity self and society in the late modern age. In *modernity and self-identity*. Polity Press.
- Goffman, E. (1959). The presentation of self in everyday life. In *The Overlook Press*. <https://doi.org/10.4324/9781315775357>
- Helsper, E., & Eynon, R. (2009). Digital natives: Where is the evidence? *British Educational Research Journal*, 1–22. <https://doi.org/10.1080/01411920902989227>
- Kuslarassakti, M. P., & Sutopo, O. R. (2020). Mobilitas dan Refleksivitas: Strategi Pemuda Yogyakarta di Masa Transisi menuju Dunia Kerja. *JSW (Jurnal Sosiologi Walisongo)*, 4(1), 87–100. <https://doi.org/10.21580/jsw.2020.4.1.5312>
- Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitati* (F. Annisya & Sukarno (eds.)). Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo.
- Muflikhah, A., D' Vega, F., Setiawan, P. D., Faizal, A. R., Putra, P., & Zaimasuri. (2025). Analisis Konstruksi Identitas Melalui Tren Dress Well Di TikTok. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 8(2), 81–90.
- Nursakinah, N., Alim, J. A., & Ulya, Z. (2025). *Pengalaman Generasi Z dalam Menggunakan Media Sosial sebagai Sarana Ekspresi Diri*. 3(2), 1–6.
- Oktaviana, S., Khasanah, I. R., Meilina, F., & Sami'an, A. (2024). PANCASILA DAN GENERASI Z DALAM MENGUATKAN IDENTITAS KEBANGSAAN DI ERA DIGITAL Pancasila and Generation Z in the Era Digital. *Jurnal Kebhinnekaan Dan Wawasan Kebangsaan*, 1, 2809–3976. <https://journal.unindra.ac.id/index.php/jagaddhita>
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble*. The Penguin Press.
- Pramudya, K., Sujarwo, & Safitri, D. (2025). Media Sosial X dalam Membentuk Identitas Sosial Digital Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa*, 3(2), 178–183. <https://doi.org/10.61722/jipm.v3i2.807>
- Putri, M. D., Susanti, E., Santri, L., Susanti, N., Ananda, R., & Daimatussalimah. (2024). Analisis Dampak Perilaku Online Gen Z Terhadap Identitas Kewarganegaraan Dalam Era Digital. *Khatulistiwa: Jurnal Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 4(2), 211–223. <https://doi.org/10.55606/khatulistiwa.v4i2.3300>
- Raidifi, E., & Emiyati, A. (2024). Transformasi Sosial oleh Generasi Z dalam Konteks Masyarakat Majemuk. *Proceeding National Conference of Christian Education and*

- Theology*, 2(2), 143–153. <https://doi.org/10.46445/nccet.v2i2.961>
- Ramadhani, O., & Khirunnisa. (2025). Generasi Z dan Teknologi : Gaya Hidup Generasi Z di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu*, 3(1), 323–331.
- Sahanaya, C. (2025). Konstruksi identitas sosial melalui komunikasi di media digital: Studi literatur tentang pembentukan self-presentation pada Generasi Z. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(9), 11293–11300. <http://jiip.stkipyapisdampu.ac.id/jiip/index.php/JIIP/article/view/9378>
- Sigalingging, N. F., Elsera, M., & Syafitri, R. (2023). Fenomena Oversharing di Instagram pada Generasi Muda di Kota Tanjung Pinang. *Jurnal Empirika*, 8(2), 84–92.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104(August), 333–339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Sukmana, O., Damanik, H. S., Muslim, P. P., Tuwu, D., Fadila mas'udi, S. Y., Rosyida, hamdan N., Ledyawati, Iswatiningsih, D., Adiwidjaja, N. H., Kharisma, N., Wahjudin, L., Moita, S., Yuliyantini, Macdum, S. V., & Oktavina, S. (2025). *Sosiologi Perubahan Sosial* (A. Juansa & D. F. Romiza (eds.)). PT. Star Digital Publishing, Yogyakarta-Indonesia.
- Sutopo, O. R. (2022). Musisi Muda, Refleksivitas Diri Dan Karier DIY Di Era Modernitas Lanjut. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 11(3), 364–382. <https://doi.org/10.20961/jas.v11i3.59166>
- Vhonita, U., & Purnama, D. H. (2023). Gaya Hidup Konsumsi Fashion Mahasiswa Universitas Sriwijaya Asal Kabupaten Muara Enim. *Jurnal Empirika*, 8(2), 93–109. <https://doi.org/10.47753/je.v8i2.142>
- Watusoke, C., Warouw, D. M. D., & Mingkid, E. (2023). Motif Generasi Z Dalam Berekspresi Diri Melalui Second Account di Instagram. *Jurnal Acta Diurna Komunikasi*, 5(3), 1–7.