



## Budaya Digital dan Pembentukan Identitas Sosial Gen Z di TikTok

Ahmad Naufal<sup>1</sup>, Romi Mesra<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Terbuka, Indonesia

<sup>2</sup>Universitas Negeri Manado, Indonesia

Email: [naufaldesign23@gmail.com](mailto:naufaldesign23@gmail.com)<sup>1</sup>, [romimesra@unima.ac.id](mailto:romimesra@unima.ac.id)<sup>2</sup>

### Abstrak

Penelitian ini akan mengkaji pengaruh budaya digital terhadap pembentukan identitas sosial Gen Z di platform TikTok. Penelitian ini menggunakan teknik kualitatif deskriptif interpretatif berdasarkan kerangka teoritis Studi Budaya Stuart Hall, yang memandang identitas sebagai hasil dari praktik representasi dan dinamika kekuasaan simbolik. Data dikumpulkan melalui pemantauan digital materi TikTok dan wawancara mendalam dengan pengguna TikTok aktif berusia 17-25 tahun. Temuan menunjukkan bahwa TikTok berfungsi sebagai ruang sosial di mana identitas Gen Z terbentuk melalui ekspresi diri, keterlibatan dalam tren budaya digital, dan hubungan simbolis yang difasilitasi oleh algoritma platform. Identitas sosial ditandai oleh performativitas, kolektivitas, dan dorongan menuju standarisasi sesuai dengan tren yang viral, popularitas, dan validasi sosial setelah terbentuk. Meskipun TikTok memfasilitasi kreativitas dan solidaritas simbolis, penelitian ini juga menemukan adanya tekanan terhadap keaslian individu terkait dengan dinamika ekonomi perhatian platform tersebut. Namun, terdapat beberapa pengguna yang menunjukkan literasi digital reflektif sebagai cara bernegosiasi dengan, atau menentang, diskursus digital hegemonik. Oleh karena itu, penelitian ini berkontribusi pada sosiologi digital dengan menekankan bahwa pembentukan identitas di kalangan Gen Z di media sosial merupakan proses sosial dinamis yang melibatkan hubungan kuasa yang khas dalam budaya digital era saat ini.

**Kata Kunci:** Budaya digital, identitas sosial, Gen Z, TikTok, Cultural Studies

### Abstract

*This research will examine the influence of digital culture on the formation of Gen Z's social identity on the TikTok platform. This study uses a descriptive interpretive qualitative technique based on Stuart Hall's Cultural Studies theoretical framework, which views identity as a result of representational practices and the dynamics of symbolic power. Data was collected thru digital monitoring of TikTok content and in-depth interviews with active TikTok users aged 17-25. The findings indicate that TikTok serves as a social space where Gen Z identity is formed thru self-expression, engagement with digital cultural trends, and symbolic connections facilitated by the platform's algorithms. Social identity is characterized by performativity, collectivity, and a drive toward standardization in accordance with viral trends, popularity, and social validation after it is formed. Although TikTok facilitates creativity and symbolic solidarity, this research also found pressure on individual authenticity related to the platform's attention economy dynamics. However, there are some users who demonstrate reflective digital literacy as a way to negotiate with, or challenge, hegemonic digital discourse. Therefore, this research contributes to digital sociology by emphasizing that identity formation among Gen Z on social media is a dynamic social process involving unique power relations within the current digital culture. This research will examine the influence of digital culture on the formation of Gen Z's social identity*

---

*on the TikTok platform. This study uses a descriptive interpretive qualitative technique based on Stuart Hall's Cultural Studies theoretical framework, which views identity as a result of representational practices and the dynamics of symbolic power. Data was collected thru digital monitoring of TikTok content and in-depth interviews with active TikTok users aged 17-25. The findings indicate that TikTok serves as a social space where Gen Z identity is formed thru self-expression, engagement with digital cultural trends, and symbolic connections facilitated by the platform's algorithms. Social identity is characterized by performativity, collectivity, and a drive toward standardization in accordance with viral trends, popularity, and social validation after it is formed. Although TikTok facilitates creativity and symbolic solidarity, this research also found pressure on individual authenticity related to the platform's attention economy dynamics. However, there are some users who demonstrate reflective digital literacy as a way to negotiate with, or challenge, hegemonic digital discourse. Therefore, this research contributes to digital sociology by emphasizing that identity formation among Gen Z on social media is a dynamic social process involving unique power relations within the current digital culture.*

---

**Keywords:** Digital culture, social identity, Gen Z, TikTok, Cultural Studies

---

## A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital di era globalisasi seperti sekarang telah membawa kita menuju perubahan yang mendasar dalam berkomunikasi dan interaksi sosial sesama manusia. Media sosial menjadi ruang baru bagi masyarakat untuk terus berinteraksi, berbagi informasi, dan membangun identitas personal. Kelompok yang paling aktif dalam menggunakan ruang digital ini adalah Generasi Z atau yang sering kita singkat Gen Z, mereka adalah individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, yang tumbuh dalam lingkungan yang sepenuhnya terkoneksi dengan teknologi digital dan juga internet. Gen Z dikenal sebagai digital native karena sejak usia dini sudah terbiasa menggunakan perangkat digital dan terlibat aktif dalam berbagai kegiatan di platform media sosial, seperti Facebook, Instagram, TikTok, Youtube, Twitter dan media sosial lainnya. (Yulian, 2024)

TikTok, merupakan salah satu aplikasi yang berbasis video pendek terpopuler secara global, telah menjadi ruang untuk mengekspresikan diri yang dimoniasi oleh Gen Z. TikTok memungkinkan penggunaanya untuk berpartisipasi dalam berbagai bentuk

keaktivitas, seperti membuat konten hiburan, mengikuti tren viral, hingga membuat konten bagaimana mereka menyampaikan pandangan sosial dan budaya mereka. Aktivitas tersebut tidak hanya berfungsi sebagai hiburan semata, akan tetapi juga menjadi bagian penting dari proses pembentukan identitas sosial Gen Z. Melalui TikTok, seseorang dapat menegaskan keberadaan diri mereka di dunia maya atau media sosial, memperoleh validasi sosial melalui interaksi seperti mendapatkan likes, komentar, dan share, serta membangun citra diri yang ingin mereka tampilkan kepada publik. (Afifah, 2025)

Budaya digital yang sudah melekat pada kehidupan masyarakat Gen Z telah menciptakan bentuk baru dari sebuah proses sosialisasi dan pembentukan identitas sosial. Dalam konteks sosiokultural, interaksi sosial yang terjadi di dalam platform seperti TikTok menjadi sarana pembelajaran sosial di mana individu belajar mengenal diri sendiri melalui interaksi dengan komunitas daring lainnya. Hal ini sejalan dengan teori sosiokultural Vygotsky yang menekankan bahwa perkembangan individu terjadi melalui interaksi sosial dan lingkungan budaya. Dalam penelitian Yulian (2024) TikTok berperan penting sebagai ruang

simbolik di mana tempat Gen Z menafsirkan nilai, norma, dan perilaku yang relevan dengan budaya digital masa kini.

Namun di balik berbagai peluang tersebut, fenomena keterlibatan Gen Z dalam budaya digital juga turut menghadirkan sejumlah tantangan baru. Media sosial dapat menimbulkan tekanan sosial, memiliki kecenderungan untuk mengikuti standar tertentu demi sebuah validasi, serta potensi kecanduan terhadap pengakuan publik. Yulian (2024)

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yulian (2024) dalam penelitiannya yang berjudul “Realitas Keterlibatan Gen Z dalam Media Sosial Tiktok Perspektif Sosiokultural.” Jenis penelitian ini merupakan hasil wawancara mendalam dan observasi partisipatif dalam pengumpulan data dari sejumlah partisipan Gen Z. Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah objek yang diteliti sama-sama soal Gen Z dan TikTok, jenis dan metode pendeketannya sama-sama menggunakan metode wawancara mendalam. Sedangkan perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah teori yang digunakan, jika penelitian sebelumnya menggunakan teori Sosiokultural maka penelitian ini menggunakan teori Cultural Studies.

Penelitian terdahulu selanjutnya dari Amelia, N (2024) dengan judul “Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Sosial Anak Muda”. Penelitian ini menggunakan kajian pustaka sebagai metode dalam menyusun artikelnya. Metode ini memberikan pemahaman mendalam tentang kajian pustaka yang telah ada sebelumnya, mengidentifikasi temuan, metode, dan kerangka konseptual yang relevan.

Penelitian terdahulu dari Pratami, R (2025) dengan judul “Influencer Culture Dalam Pembentukan Budaya Konsumtif dan Hiperrealitas Gen Z (Studi Pada Akun Tiktok @tasyafarasya)” menggunakan teori komunikasi parasosial, hiperealitas, semiotika, serta analisis wacana kritis. Metode yang digunakan dalam penelitian terdahulu ini adalah obeservasi konten, analisis komentar, serta rujukan literatur akademik, dan laporan media sosial.

Peneiltian ini bertujuan untuk menganalisis peran budaya digital dalam pembentukan identitas sosial Gen Z di platform TikTok. Fokus penelitian ini diarahkan ppada bagaimana interaksi digital, partisipasi dalam tren, serta ekspresi diri di media sosial mencerminkan proses konstruksi identitas dalam konteks budaya dan sosial kontemporer. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian sosiologi digital, khususnya terkait dengan hubungan antara budaya bermedia, identitas sosial, dan generasi muda di era transformasi digital.

Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki bagaimana platform TikTok beroperasi sebagai arena sosial yang dikendalikan oleh logika algoritma, norma komunitas, dan simbol-simbol budaya populer yang tersebar luas, selain berfungsi sebagai platform untuk ekspresi individu. Menurut interpretasi ini, identitas sosial Gen Z terus-menerus dinegosiasikan melalui representasi diri, pengakuan sosial (suka, tampilan, dan komentar), serta penyesuaian terhadap tuntutan audiens digital. Tujuan penelitian ini adalah untuk menunjukkan bagaimana dinamika ini mempengaruhi pola identitas yang performatif, kolektif, dan sering kali distandarisasi oleh tren.

Hubungan antara agen pribadi dan struktur digital dalam proses pembentukan

identitas merupakan tujuan lain dari penelitian ini. Meskipun Gen Z sering digambarkan sebagai generasi yang kreatif dan bebas, penelitian ini menunjukkan bahwa kebebasan tersebut dibatasi oleh algoritma, budaya viral, dan logika ekonomi perhatian. Akibatnya, penelitian ini menunjukkan bagaimana identitas tidak hanya dibentuk tetapi juga dibingkai, diarahkan, dan terkadang dibatasi oleh kekuatan platform digital.

Secara umum, tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman kritis tentang bagaimana budaya digital memengaruhi pembentukan identitas remaja. Dalam hal popularitas, legitimasi sosial, dan diferensiasi identitas, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan bagaimana praktik media di TikTok berkontribusi pada pembentukan identitas sosial kolektif namun hierarkis. Oleh karena itu, di era transformasi digital yang semakin intensif, penelitian ini tidak hanya memperkaya bidang studi sosiologi digital tetapi juga menyediakan landasan analitis untuk memahami pergeseran pola sosialisasi, budaya, dan interpersonal Gen Z.

## B. Tinjauan Teoritis

### 1. Teori Cultural Studies

Teori Cultural Studies atau kajian budaya milik Stuart Hall (1997) merupakan salah satu pendekatan yang berupaya untuk memahami hubungan antara budaya, kekuasaan, dan identitas dalam konteks sosial yang dinamis. Stuart (1997) menegaskan dalam teorinya budaya bukanlah sekedar kumpulan praktik simbolik atau ekspresi estetis, melainkan sebuah medan pertarungan makna di mana ideologi dan kekuasaan bekerja secara halus untuk membentuk kesadaran sosial individu maupun kelompok.

Menurutnya budaya selalu bersifat politis karena ia menjadi ruang di mana makna sosial dinegosiasikan dan dibangun melalui representasi.

Teori Cultural Studies menempatkan media sebagai panggung utama dalam proses representasi. Media, termasuk dalam hal ini media digital, berperan dalam memproduksi dan menyalurkan makna yang memengaruhi cara individu memahaminya diri sendiri dan dunia sosial yang ada di sekitarnya. Stuart (1997) menjelaskan bahwa konsep encoding dan decoding sebagai pesan budaya dibangun dan ditafsirkan. Proses encoding terjadi pada saat produsen media, yang dalam hal ini TikTok, menyediakan makna tertentu melalui simbol, bahasa, dan citra visual dalam konten digital. Decoding terjadi saat pemirsa atau audiens menafsirkan pesan tersebut berdasarkan pengalaman sosial, nilai, dan budaya mereka sendiri. Oleh karena itu makna budaya tidak bersifat tetap, akan tetapi bersifat terbuka untuk berbagai interpretasi pada konteks sosial si penerima.

Dalam Konteks budaya digital, teori cultural Studies menjelaskan jika media sosial seperti TikTok menjadi ruang representasi yang aktif, di mana pengguna tidak hanya menjadi konsumen pasif, akan tetapi menjadi produsen. Seorang Gen Z, melalui aktivitas media sosialnya berpartisipasi dalam pembentukan identitas sosialnya dengan cara membuat konten, meniru tren, dan mengasosiasikan simbol-simbol budaya yang mereka anggap relevan. (Storey, 2018)

### 2. Budaya Digital Sebagai Ruang Produksi Makna dan Identitas

Budaya digital terlahir dari teknologi komunikasi dan internet yang berkembang, kemudian membentuk ruang sosial baru yang di mana identitas dibangun melalui simbol-

simbol, tanda, dan representasi visual. Rizki Setiawan (2020) menyebut fenomena ini sebagai “ekspansi ruang sosial ke dalam cyberspace,” di mana seseorang hidup di dua relaitas yang berbeda, yakni dunia nyata dan dunia maya atau digital. Jika dikatiakan dengan konteks TikTok, maka budaya digital bukan hanya alat hiburan semata, akan tetapi juga seabgai wadah pembentukan makna dan nilai sosial baru bagi Gen Z.

Yulian (2024) menjelaskan, Gen Z tidak hanya menjadi pengguna pasif aplikasi TikTok, akan tetapi juga sebagai produsen aktif konten digital yang menggambarkan diri mereka melalui ekspresi kreatif, gaya hidup, dan partisipasi mereka mengikuti tren terbaru. Kemudian aktivitas digital inilah yang menjadi bagian dari proses sosial yang membentuk identitas sosial dan mempertegas keberadaan mereka di ranah dunia maya. Jika menarik pemikiran Stuart, praktik budaya seperti ini menggambarkan bagaimana Gen Z beradaptasi dengan sturktur simbolik melalui proses reprensentasi.

### 3. Identitas Sosial dan Relasi Simbolik di Media Sosial

Stuart Hall melihat identitas sebagai sebuah “a process of becoming” yang terbentuk dari relasi kekuasaan dan praktik representasi. Identitas sosial di era sekarang, yang serba digital dibangun melalui keterlibatan simbolik dengan medaia dan budaya pop. TikTik contohnya, sebagai media berbasis alogaritma, memfasilitasi pra penggunaanya dengan gaya berpakaian, perilaku, hingga prefensi konsumsinya. Hal itulah yang menjadikannya sebagai simbol status dan pengakuan dalam komunitas dunia maya.

Rezki (2025) dalam jurnalnya menegaskan bahwa fenomena budaya

influencer di TikTok menciptakan sebuah realitas yang hyper-syimbolic di mana makna sosial suatu produk ditentukan oleh gambaran digital daripada fungsi utamanya. Dalam Cultural Studies, kondisi ini tentu merupakan bentuk daripada hegemoni budaya yang bekerja dengan halus melalui media, menciptakan pemahaman baru mengenai citra seseorang yang ideal kemudian dibentuk oleh logika kapitalisme digital.

## C. Metode

### 1. Pendekatan

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif interpretatif, fokus penlitian ini adalah memahami makna, representasi, dan bagaimana proses ppembentukan identitas sosial Gen Z di platform TikTok. Pendekatan yang digunakan untuk menjelaskan realitas sosial yang sifatnya subjektif dan simbolik, agar sesuai dengan sudut pandang Cultural Studies mililh Stuart Hall yang dimana ia menempatkan budaya sebagai arena produksi makna dan represntasi.

Metode yang digunakan ini memungkinkan peneliti untuk menggali secara mendalam pengalaman, ekspresi diri, dan simbol-simbol budaya digital yang digunakan oleh Gen Z dalam membentuk identitas sosialnya di dunia maya. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat menggambarkan dinamika budaya digital sebagai praktik sosial yang bermakna.

Dalam konteks Studi Budaya Stuart Hall, penelitian ini memandang identitas sosial sebagai hasil dari proses representasi yang secara terus-menerus diciptakan dan direproduksi melalui praktik-praktik budaya, bukan sebagai kualitas yang diperlukan atau bawaan dalam diri manusia. Untuk menyelidiki bagaimana Generasi Z

mendefinisikan diri mereka melalui konten, narasi visual, bahasa, dan simbol yang mereka tampilkan di TikTok, pendekatan kualitatif deskriptif interpretatif dipilih. Sebagai bagian dari proses pengkodean dan penguraian makna di ruang budaya digital, penelitian ini berfokus pada praktik-praktik pembentukan makna tersebut.

Selain itu, pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menafsirkan konten TikTok sebagai teks budaya yang kaya akan ideologi, nilai-nilai, dan dinamika kekuasaan, bukan sekadar sebagai produk media. Ekspresi diri Gen Z dianalisis sebagai bentuk representasi sosial yang dipengaruhi oleh budaya populer, norma komunitas digital, dan mekanisme visibilitas yang ditetapkan oleh algoritma platform. Pembentukan identitas pun dipandang sebagai hasil negosiasi antara subjektivitas pribadi dan struktur budaya digital yang lebih luas.

## 2. Objek Penelitian

Pendekatan interpretatif digunakan dalam penelitian ini untuk mengungkap wawasan tentang aspek-aspek tertentu dari dinamika sosial yang sulit diidentifikasi ketika menggunakan pendekatan kuantitatif, seperti ambiguitas identitas, konflik antara otentisitas dan performativitas, serta perjuangan individu untuk mendapatkan pengakuan sosial di platform digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang praktik pembentukan identitas Gen Z di TikTok dan bagaimana budaya online berfungsi sebagai praktik yang membentuk definisi diri, orang lain, dan posisi yang diambil oleh pemuda dalam tatanan sosial yang ada.

Objek penelitiannya adalah konten video, komentar, dan interaksi sosial digital yang dihasilkan oleh pengguna TikTok berusia antara 17-25 tahun. Penelitian ini diarahkan pada bagaimana bentuk representasi diri, nilai sosial, dan simbol budaya dihubungkan oleh

pengguna melalui pembuatan konten video dan pola interaksi online.

## 3. Sumber Data

### a. Data Primer:

- Melakukan observasi langsung terhadap aktivitas dan konten pengguna TikTok berupa video, caption, hastag, komentar, dan interaksi sesama pengguna.

- Wawancara mendalam terhadap sejumlah user TikTok dari kalangan Gen Z yang aktif menggunakannya, seperti membuat konten atau hanya sekedar mengonsumsi konten.

### b. Data Sekunder:

Penelitian ini juga menggunakan kajian literatur dan artikel ilmiah yang mendukung dan juga relevan dengan topik budaya digital, identitas sosial, dan media.

## 4. Teknik Pengumpulan Data

### a. Observasi Digital

Metode observasi digital digunakan untuk memahami secara kontekstual, mengamati sejauh mana interaksi dan aktivitas pengguna TikTok. Observasi dilakukan pada konten video, tren, komentar, dan simbol-simbol budaya yang sering muncul dalam representasi Gen Z.

### b. Wawancara Mendalam

Wawancara akan dilakukan kepada 5 informan yang merupakan pengguna aktif TikTok berusia 17-25 tahun. Informan akan dipilih dengan menggunakan teknik purposive sampling, yakni berdasarkan keaktifan pengguna dalam menggunakan TikTok minimal selama 1 tahun terakhir, memiliki pemahaman terhadap penggunaan media sosial, dan bersedia memberikan pandangan terkait pengalaman mereka dalam membentuk identitas sosial melalui media digital.

## 5. Etika Penelitian

Penelitian ini tentu memperhatikan prinsip etika penelitian sosial dengan:

- Menjaga kerahasiaan identitas informan;
- Menghindari penyebutan nama akun TikTok tanpa izin informan;
- Menggunakan data publik secara bertanggung jawab dan tidak menampilkan konten yang sifatnya pribadi atau bersifat sensitif;
- Peneliti menjunjung tinggi nilai objektivitas dan kejujuran ilmiah dalam proses pengumpulan data.

#### 6. Alasan Pemilihan Metode

Metode kualitatif dipilih dengan menggunakan Cultural Studies berdasarkan apda kebutuhan untuk memahami fenomena budaya digital secara mendalam dan interpretatif. Oleh karena itu, menggunakan pendekatan ini memungkinan peneliti untuk mengungkap bagaimana TikTok menjadi panggung representasi di mana identitas sosial Gen Z dibicarakan, dibangun, dan dimaknai ulang dalam kehidupan berdigital mereka.

#### D. Hasil dan Pembahasan

##### Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan dua metode, yakni observasi digital dan wawancara mendalam terhadap 5-7 pengguna aktif media sosial TikTok dari kalangan Gen Z berusia 17-25 tahun. Peneliti mengkategorikan hasil ke dalam 2 sub pembahasan, yakni budaya digital dan pembentukan identitas sosial.

##### a. Budaya Digital

1) Budaya Digital Sebagai Ruang Produksi Makna dan Identitas

Hasil observasi dengan menggunakan media sosial TikTok menunjukkan indikator temuan peneliti menunjukkan bahwa selera fashion, hobi, dan opini pribadi menjadi indikator utama dalam proses pembentukan identitas sosial Gen Z di TikTok. Ketiga aspek tersebut tidak hanya

menampilkan sebagai ekspresi pribadi, melainkan dibangun secara sadar melalui pembuatan konten visual dan narasi yang disesuaikan dengan algoritma platform TikTok.

Kemudian selera fashion, hal ini berfungsi sebagai simbol difrensiansi yang juga sekaligus sebagai afiliasi sosial, di mana pilihan dalam gaya berpakaian setiap creator menggambarkan kelas selera, prefensi budaya yang mereka tampilkan, juga kedekatan dengan tren-tren tertentu. Kemudian hobi yang ditampilkan seperti fotografi, olahraga, musik, atau aktivitas hobi lainnya yang cenderung kreatif, juga berperan sebagai penanda kompetensi dan keunikan tiap konten kreator yang mengunggah atau membuat kontennya di TikTok, selain itu juga berperan sebagai sarana untuk membangun komunitas dengan kecendrungan minat yang sama. Sementara itu, opini yang disampaikan secara pribadi konten kreator, adalah respon terhadap isu yang sedang populer, atau komentar terhadap fenomena sosial, di mana hal ini berfungsi sebagai alat untuk mendapatkan legitimasi identitas, menunjukkan posisi mereka dalam hal nilai, norma, dan wacana yang berkembang di ruang digital berupa TikTok.

Dengan demikian, sosial media seperti TikTok tidak hanya menjadi tempat bagaimana konten kreator merepresentasikan diri mereka, akan tetapi juga sebagai tempat produksi identitas sosial, di mana prefensi personal diartikulasikan secara performatif untuk mendapatkan pengakuan, afiliasi, serta validasi sosial dari followers mereka.

Hasil Wawancara menunjukkan pengguna merasa lebih bebas menampilkan kepribadian dirinya dengan mengunggah konten di TikTok dibanding dunia nyata. "Aku sih merasa jadi lebih bisa jadi diri sendiri, gak takut diliatin atau di judge." (Gebi 25 tahun)

Menurut pendapat peneliti Budaya Digital sebagai Produksi Makna dan Identitas bahwa selera fashion, hobi, dan opini pribadi menjadi indikator utama dalam proses pembentukan identitas sosial Gen Z di TikTok.

## 2) Partisipasi Digital

Hasil observasi peneliti menunjukkan bahwa dalam partisipasi Gen Z dalam budaya digital di platform TikTok tercapai secara nyata dengan melalui keterlibatan aktif pengguna dalam membuat tantangan atau challenge, mengikuti tren konten terbaru, dan bagaimana penggunaan musik yang sedang viral sebagai tempat membangun koneksi sosial. Partisipasi ini tidak hanya bersifat konsumtif saja, melainkan juga melibatkan di dalamnya sebuah proses adaptasi, reproduksi, dan modifikasi konten yang kemudian memungkinkan user merasa menjadi bagian dari komunitas TikTok yang lebih luas lagi. Tantangan dan tren tentu berguna untuk mereka dalam merangkai simbolik bersama dan kebersamaan dalam hal pengalaman. Melalui keterlibatan tersebut, kreator membangun relasi sosial yang berdasar pada partisipasi simbolik, yang di mana kehadiran mereka akan diakui melalui kesamaan format konten, referensi budaya dan timing dalam mengunggah konten-konten mereka.

Tema ini juga diperkuat oleh hasil wawancara yang kemudian menjelaskan bahwa mengikuti tren di TikTok dimaknai oleh mereka para pengguna sebagai sebuah strategi untuk bisa terhubung dengan pengguna TikTok yang lain. “Kalau lagi ada tren, rasanya pengen ikut aja biar nggak ketinggalan.” (Cahyo 25 tahun) hasil wawancara yang lain menunjukkan bahwa keikutsertaan dalam tren menciptakan sebuah ilusi kedekatan sosial yang sifatnya simbolik, “Kalau ikut challenge atau pakai sound yang lagi viral-viral itu, ngerasa lebih gampang masuk ke circle TikTok. Ada rasa kayak kita

lagi main bareng, walaupun nggak saling kenal” (Aldi 20 tahun)

Pendapat peneliti bagaimana Partisipasi Digital dapat membentuk budaya digital tentu hal tersebut menunjukkan jika musik yang viral tidak hanya berguna sebagai pelengkap secara estetis, melainkan juga sebagai alat penghubung sosial yang memediasi terbentuknya relasi antar pengguna. Oleh karena itu, partisipasi dalam hal ini menjadi alat penting dalam pembentukan koneksi sosial Gen Z di TikTok, dan memperlihatkan bagaimana budaya digital mendorong pola interaksi yang berdasarkan pada kebersamaan simbolik itu terjadi.

## 3) Budaya Visual dan Tindakan Digital

Dari hasil observasi pada platform TikTok, peneliti dapat memahaminya sebagai praktik sosial yang di mana identitas dibangun, dibicarakan, dan divalidasi melalui tampilan visual yang diseleksi dan tindakan yang berulang. Bagaimana format video pendek mendominasi yang kemudian menjadikan visual bukan sekedar tempat berkomunikasi secara online, melainkan bahasa utama Gen Z dalam berinteraksi sosial. Ekspresi diri direalisasikan dengan melalui gestur tubuh, mimik wajah, gaya berpakaian, bagaimana penataan ruang, pemakaian filter, sampai pada pemilihan audio, di mana semua hal tersebut berfungsi sebagai simbol sosial untuk Gen Z dalam menyampaikan makna identitas tertentu.

Lebih jauh lagi, budaya visual ini tentu mendorong praktik self-curation, dimana pemilihan dan penyaringan dari aspek-aspek diri yang dianggap paling menarik dengan tren yang sedang berlangsung. Biasanya aspek diri yang tidak sesuai dengan standar visual TikTok cenderung disembunyikan, dihapus, bahkan tidak ditampilkan. Kemudian hal ini berakibat pada identitas sosial Gen Z terbentuk secara selektif dan sangat terpilah, karena mengikuti

algoritma platform.

Temuan ini kemudian diperkuat dengan wawancara yang dilakukan peneliti, “Sebagai pengamat, sering kali saya melihat jumlah popularitas mencerminkan tingkat kepercayaan diri seseorang di ranah publik. Gen Z terlalu mengagungkan sosial media, meski diri saya sendiri Gen Z menurut saya hubungan yg organik dengan saling bertatap mudah itu lebih baik dari pada hanya mengaktualisasikan diri lewat sosial media yang dimana mereka tidak menunjukkan watak asli dll hanya karakter yg ingin di tunjukan agar trending dsbnya.” (Zamroni 25 tahun)

#### b. Pembentukan Identitas Sosial Gen Z di TikTok

##### 1) Identitas Sosial dan Relasi Simbolik di Media Sosial

Hasil observasi peneliti menunjukkan jika identitas sosial seorang Gen Z yang menggunakan platform media sosial berupa TikTok terbentuk melalui bagaimana hubungan simbolik yang diperantarai oleh tanda-tanda digital seperti banyaknya jumlah likes, komentar, followers, juga disertai respon pengguna lain terhadap konten yang diunggah kreator tersebut. Hubungan simbolik ini berguna sebagai mekanisme pertukaran makna, di mana seseorang menafsirkan posisi sosialnya berdasarkan pengakuan dan feed back yang diterima dari pengguna TikTok lainnya. Interaksi tersebut tentu tidak bersifat netral, akan tetapi sarat akan makna simbolik yang memengaruhi bagaimana cara informan memahami diri mereka sendiri dan bagaimana relasi sosialnya di media digital.

Tentunya sebuah identitas sosial tidak hanya dibentuk atau dibangun melalui apa saja yang ditampilkan, akan tetapi juga melalui bagaimana sebuah konten itu dibuatkemudia

diterima dan direspon oleh audiens secara online. Oleh karena itu dalam hal ini, TikTok berperan penting sebagai wadah sosial tempat terjadinya negosiasi makna, validasi atau pengakuan identitas, serta pembentukan tingkatan simbolik antar pengguna TikTok lainnya.

Temun ini diperkuat dengan hasil wawancara dengan informan yang berpendapat bahwa tanggapan ppengguna memiliki pengaruh yang signifikan terhadap bagaimana cara mereka menampilkan diri mereka sendiri. “Mungkin sebagaian orang menganggap like dan komentar itu sebagai popularitas mereka, tapi buat aku biasa saja. Ya memang ada yang merasa bangga dengan jumlah like dan komen karena dengan itu mereka jadi lebih dilihat di sosial media.” (Miftah 23 tahun) selain itu ada juga yang menyampaikan, “Kadang ada perasaan yang bangga kalau video saya banyak yang like, komen dan banyak yang share. Rasanya bangga aja dapet pengakuan dari hal-hal seperti itu.” (R 21 tahun)

Pendapat peneliti terkait Identitas Sosial dan Relasi Simbolik di Media Sosial menjelaskan bahwa bagaimana relasi simbolik di medaia sosial sangat memungkinkan terjadinya pembentukan identitas yang bisa saja terlepas dari struktur sosial secara offline. Oleh karena itu, identitas sosial Gen Z di TikTOk tidak hanya menggambarkan realitas sosial, akan tetapi juga membangun secara aktif melalui sebuah proses interaksi secara simbolik yang berulang dan terorganisir dalam algoritma TikTok.

##### 2) Pembentukan Identitas Gen Z melalui Media Sosial

Hasil observasi peneliti bahwa media sosial, seperti dalm hal ini adalah TikTok, menjadi ruang penting bagi Gen Z dalam

pembentukan identitas diri mereka secara berkelanjutan. Proses tersebut tentu tidak berlangsung secara statis, akan tetapi melalui uji coba konten, refleksi, dan kemudian menyesuaikan diri terhadap respon sosial yang diterimanya.

Pengguna TikTok lebih cenderung menggunakan fitur-fitur yang tersedia diplatform TikTok untuk mencoba berbagai gaya komunikasi, visual yang digunakan, hingga narasi pribadi, yang kemudian membentuk identitas yang dianggap paling sesuai dengannya dan diterima oleh pengguna lain atau followersnya. Dengan demikian identitas seorang pengguna TikTok, yakni dalam hal ini Gen Z bersifat cair dan kontekstual, yakni dibentuk dengan melalui interaksi yang berulang antara kecenderungan pribadi dan ekspektasi sosial di TikTok.

Temuan ini kemudian diperkuat dengan hasil wawancara yang menjelaskan bagaimana kesadaran dengan berfikir kritis dalam proses pembentukan identitas tersebut. “Sekarang tuh aku jadi lebih pilih-pilih konten, nggak semua yang viral aku percaya dan ikuti. Gak semua konten juga aku konsumsi seperti tentang informasi kesehatan, ya intinya pilih-pilih dengan bijak.” (Pram 22 tahun)

Pendapat peneliti dengan Pembentukan Identitas Gen Z melalui Media Sosial menjelaskan bahwa batas antara identitas secara online dan offline menjadi semakin kabur. Oleh karena itu, media sosial tidak hanya bergiuna sebagai sarana prasarana pengkeskpresian diri, akan tetapi juga sebagai wadah sosial yang aktif membentuk bagaimana cara Gen Z memahami, mengafirmasi, dan membuat identitasnya dalam kehidupan sehari-hari.

3) Identitas Sosial Berbasis Ekspresi Diri Visual

Hasil obeservasi peneliti terkait identitas sosial dengan basis ekspresi diri secara visual, bahwa ekspresi diri secara visual tersebut tidak sepenuhnya bersifat personal, akan tetapi dibentuk melalui sebuah proses adaptasi terhadap norma-norma estetika yang berlaku di TikTok. Narasumber yang peneliti wawancarai secara sadar menyesuaikan cara berpakaian, bagaimana pencahayaan, sudut pengambilan gambar, sampai ekspresi wajah agar sesuai dengan standar visual yang dianggap baik FYP.

Hasil temuan ini kemudian diperkuat dengan argumen narasumber yang mengungkapkan bahwa ekspresi visual menjadi sarana pembeda sosial di antara sesama pengguna TikTok. “Biasanya kalau posting video di TikTok jarang ada yang nonton, tapi setelah resolusi video bagus, cara berpakaian yang unik, jadi sekarang videonya ramai.” (Nita 21 tahun)

Secara keseluruhan peneliti menemukan bahwa identitas sosial Gen Z di TikTok terbentuk melalui praktik-praktik visual secara sadar, terencana, dan mengarah pada validasi sosial.

## Pembahasan

1. Budaya Digital
  - a. Budaya Digital Sebagai Ruang Produksi Makna dan Identitas

Hasil penelitian ini menunjuk jika budaya digital, dan khususnya yang tumbuh dalam platform TikTok, berguna sebagai ruang produksi makna dan identitas seorang Gen Z. Media sosial tidak lagi sebagai sarana komunikasi, akan tetapi berkembang dan bergeser sebagai ruang sosial tempat setiap individu secara aktif memproduksi, membagikan, dan membicarakan makna tentang diri sendiri dan membaut realisasi sosial. Menurut Mesra et al. (2025) yang menekankan

jika media sosial adalah merupakan ruang sosioteknologis, yang di mana praktik budaya, struktur teknologi, dan interaksi sosial saling terikat dalam pembentukan realitas sosial digital. Dalam hal ini, identitas Gen Z dibuat melalui simbol, narasi, dan estetika yang diulang-ulang, dan diakui melalui mekanisme partisipasi dan validasi di dalam platform TikTok.

Hasil penelitian ini juga menguatkan pandangan Cloudry dan Hepp (2017) tentang mediated construction of reality, yang di mana kenyataan sosial dibangun melalui proses mediasi yang mendalam. Dalam hal ini TikTok, adalah sebagai bagian dari sebuah ekosistem media online, membingkai cara penggunaannya memahami diri, audiens, dan dunia sosialnya. Platform media sosial seperti TikTok membentuk budaya konektivitas yang mengarahkan aksi penggunaannya melalui logaritma, fitur, dan popularitas. Peneliti menemukan bahwa Gen Z tidak hanya menjadi konsumen budaya digital, akan tetapi juga sebagai konten kreator atau produsen makna yang aktif, meskipun kadang kala praktik pembuatannya tersebut berlangsung dalam batasan struktur platform.

Dalam identitas budaya, proses penciptaan makna merupakan tugas yang terus-menerus dinamis dan kontekstual. Hall (1996) memandang identitas sebagai konsep yang terus berubah dan berkembang, bukan sebagai konsep statis. Pendekatan ini dapat diamati dalam studi tentang Generasi Z dan TikTok, di mana konstruksi dan negosiasi identitas selalu mengalami perubahan dan transformasi sesuai dengan tren terbaru dan pengalaman pribadi anggota kelompok. Afifah dan Kuntari (2025), sebagaimana dikutip oleh Amelia (2024), menunjukkan bahwa media sosial menyediakan ruang bagi pembentukan identitas sosial Gen Z melalui interaksi simbolik dan pengakuan, dan kekuatan visual dan audio TikTok memperkuat

kinerja simbolik ini melalui sirkulasi simbol yang masif dengan kecepatan sangat tinggi.

Selain itu, dinamika produksi makna di TikTok tidak dapat dipisahkan dari logika visibilitas dan platformisasi. Abidin (2016) menyatakan bahwa logika visibilitas dalam produksi makna menjadikan keberadaan online sebagai bentuk kerja simbolik yang memiliki nilai inheren bagi masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa generasi Gen Z memproduksi identitas sambil mempertimbangkan visibilitas, keterlibatan, dan potensi pengakuan. Selain itu, logika platformisasi TikTok, menurut temuan Kaye et al. (2021), mendukung gagasan bahwa budaya ranah digital ditentukan oleh hubungan antara teknologi, ekonomi, dan pengguna. Faktanya, budaya produksi makna di ranah TikTok, seperti yang digambarkan oleh Harahap et al. (2023), cenderung menuju simulasi diri dan estetika, di mana representasi identitas berubah menjadi bentuk komoditas yang perlu diinterpretasikan dalam ranah budaya online. Datareportal (2024) mendukung konteks ini, di mana intensitas penggunaan TikTok oleh pengguna mencapai posisi dominan terkait pengaruh platform dalam konstruksi makna dan identitas Gen Z.

#### b. Partisipasi Digital

Hasil penelitian menunjukkan jika partisipasi digital Gen Z dalam menggunakan TikTok adalah hasil praktik sosial yang berperan penting bagaimana pembentukan identitas itu terjadi, relasi sosial berlangsung, dan bagaimana produksi makna budaya berjalan. Berperan aktif tidak hanya diwujudkan dengan tindakan mengunggah konten, akan tetapi melalui bagaimana keterlibatan aktif dalam mengikuti tren, interaksi simbolik, dan membuat wacana populer. Mesra et al. (2025) menegaskan jika partisipasi di dalam media sosial harus juga dipahami sebagai bentuk praktik

sosioteknologis, yang di mana tindakan pengguna akan selalu berada dalam hubungan dengan struktur dalam platform, budaya digital, serta dinamika sosial yang menjangkau lebih luas.

Temuan ini cenderung mendukung gagasan bahwa media sosial merupakan bentuk ruang publik yang terhubung secara jaringan, sebagaimana diungkapkan oleh Boyd (2014), merujuk pada ruang publik yang terhubung secara jaringan, memungkinkan partisipasi yang terbuka, terarsip, dan disebarluaskan secara publik. Tujuan penggunaan media sosial tidak hanya untuk mengemukakan pendapat, seperti yang disebutkan sebelumnya, tetapi juga untuk menciptakan sarana kehadiran sosial. Amelia (2024), menemukan bahwa penggunaan TikTok dan Instagram merupakan praktik yang memperkuat rasa afiliasi sosial mereka, yang berfungsi sebagai cara untuk menegosiasikan identitas sosial mereka. Partisipasi di ruang siber ini merupakan platform kritis yang dapat memberikan pengakuan sosial bagi Gen Z di dunia maya.

Dalam konteks budaya populer dan representasi, penelitian Storey (2018) menunjukkan bahwa interaksi dengan budaya media tidak dapat dipisahkan dari konstruksi dan representasi makna. Temuan menunjukkan bahwa Generasi Z berinteraksi dengan konten dan merepresentasikan diri serta budayanya melalui bentuk-bentuk konten standar yang disediakan oleh ruang sosial digital. Hal ini semakin mendukung formulasi “visibility labor” yang dijelaskan oleh Abidin (2016), di mana interaksi online dengan ruang sosial bersifat simbolis dan memerlukan konsistensi untuk mempertahankan visibilitas. Dalam konteks budaya influencer dan keterlibatan Gen Z dalam partisipasi sosial, penelitian oleh Pratami dan Estriana (2023) menggambarkan bagaimana keterlibatan Gen Z berkontribusi pada konstruksi budaya konsumtif dan

hiperrealitas kinerja sosial terkait ekspresi diri dan komodifikasi yang tidak lagi jelas dibedakan.

### c. Budaya Visual dan Tindakan Digital

Budaya visual di platform TikTok tidak lepas dari tindakan digital Gen Z yang secara sadar membuat, mengelola, dan membagikan cerminan diri ke ruang media sosial. Dalam pandangan Nasrullah (2018) yang menjelaskan bahwa media sosial membentuk ruang budaya baru, di mana praktik visual akan menjadi alat utama yang terpenting dalam produksi makna sosial. Dalam konteks TikTok sebagai platform, tindakan Gen Z seperti memilih sudut pengambilan gambar, filter yang digunakan, cara berpakaian, serta narasi visual yang digunakan berguna sebagai strategi penggambaran diri yang sara akan kepentingan sosial.

Lebih jauh, budaya visual dan tindakan digital yang ada di platform TikTok, juga membentuk pola konsumsi secara simbolik dan realitas palsu di kalangan Gen Z. Pratami dan Estriana (2023) menunjukkan bahwa visual TikTok sering kali membuat realitas yang terhalangi, di mana cirta kecantikan, gaya hidup, dan kesuksesan ditampilkan secara berlebihan. Gen Z cenderung menyesuaikan tindakan digitalnya supaya sralas dengfan standar visual yang dominan.

## 2. Pembentukan Identitas Sosial Gen Z di TikTok

### a. Identitas Sosial dan Relasi Simbolik di Media Sosial

Hasil penelitian ini menunjukkan jika identitas sosial para Gen Z di media sosial, khususnya TikTok, terjadi melalui relasi simbolik yang diperantarakan oleh interaksi, representasi, dan bagaimana platform TikTok melihat. Sebuah identitas sosial tidak hadir

sebagai sebuah atribut seseorang, akan tetapi dibangun secara rasional melalui pertukaran tanda, makna, dan validasi sosial. Nasrullah (2018) menegaskan jika media sosial merupakan ruang sosioteknologis yaitu sebuah tempat bagi simbol-simbol sosial diproduksi, disalurkan, dan ditafsirkan secara ramai atau kolektif. Dalam hal ini, tertaksi seperti *likes*, komentar, *followers*, serta respon terhadap konten berguna sebagai simbol yang menandai level sosial seseorang dalam dunia digital (TikTok).

Temuan ini sejalan dengan gagasan boyd (2014) bahwa publik yang terhubung secara jaringan merupakan ruang yang mewakili hubungan sosial yang disediakan melalui media digital, yang diekspresikan dalam ruang terbuka, tercatat, dan responsif yang mencakup berbagai audiens. Identitas sosiologis di kalangan Gen Z, seperti yang digambarkan, terbentuk dengan mengakui adanya audiens yang luas, tidak teridentifikasi, atau didefinisikan secara tepat. Amelia (2024) menunjukkan bahwa verifikasi sosial dan reaksi di TikTok dan Instagram merupakan inti dalam pembentukan identitas sosial di kalangan individu Gen Z. Pandangan ini telah dipertimbangkan di sini, karena informan memasukkan intensitas interaksi sebagai dimensi untuk memverifikasi penerimaan sosial mereka serta legitimasi terkait ekspresi identitas sosial mereka.

Dari sudut pandang budaya populer dan representasi, Hall (1997) menyoroti bagaimana praktik representasi, yang selalu bersifat historis dan kontekstual, membentuk identitas dan makna. Menurut penelitian, identitas sosial Gen Z di TikTok terbentuk melalui representasi diri yang terus-menerus direplikasi dan diubah sesuai dengan diskursus, tren, dan estetika yang dominan. Menurut Storey (2018), budaya populer menyediakan kerangka simbolis yang

memungkinkan orang untuk menegosiasikan posisi sosial dan makna mereka. Pada kenyataannya, simbol-simbol budaya populer berfungsi sebagai bahasa bersama di TikTok, memfasilitasi koneksi simbolis di antara pengguna.

Oleh karena itu, identitas sosial seseorang yang dalam hal ini Gen Z terbentuk dari relasi simbolik yang sifatnya dinamis, berlapis, dan sarat akan negosiasi makna. Media sosial tidak hanya menjadi tempat fasilitas dalam berinteraksi, akan tetapi juga membentuk struktur simbolik yang dapat memengaruhi cara pandang seseorang dalam memahami diri, orang lain, dan juga posisi sosialnya dalam budaya digital hari ini.

#### b. Pembentukan Identitas Gen Z melalui Media Sosial

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembentukan identitas Generasi Z melalui media sosial merupakan proses sosial yang dinamis dan kompleks, yang sangat dipengaruhi oleh struktur platform digital. Selain berfungsi sebagai platform untuk ekspresi diri, media sosial khususnya TikTok juga berfungsi sebagai platform untuk penciptaan dan replikasi identitas yang dibentuk oleh logika visibilitas, keterlibatan, dan pengakuan sosial. Menurut Mesra dkk. (2025), media sosial perlu dipandang sebagai ruang sosioteknologis di mana teknologi, budaya populer, dan praktik komunikasi saling mempengaruhi dalam kehidupan sehari-hari. Kesimpulan studi ini menunjukkan bagaimana Generasi Z membentuk identitas mereka melalui interaksi simbolik, representasi diri yang berulang, dan partisipasi dalam budaya digital yang terstruktur oleh platform.

Proses pembentukan identitas ini sesuai dengan teori Hall (1996) bahwa identitas selalu dalam proses pembentukan

rather than bersifat tetap. Menurut Hall (1997), identitas Gen Z di media sosial bersifat kontekstual dan fleksibel, terus-menerus dinegosiasikan melalui praktik representasi. Representasi diri di TikTok berbentuk konten visual, narasi pribadi, dan asosiasi dengan simbol-simbol budaya populer dan tren. Menurut Storey (2018), budaya populer menyediakan sumber makna yang memungkinkan orang untuk menciptakan dan menegosiasikan identitas mereka. Kesimpulan studi ini menunjukkan bahwa Gen Z menggunakan simbol-simbol budaya digital sebagai bahasa sosial untuk mengekspresikan identitas dan preferensi mereka dalam mencari pengakuan.

#### c. Identitas Sosial Berbasis Ekspresi Diri Visual

Identitas sosial terkait ekspresi diri visual di kalangan Generasi Z di TikTok dibentuk melalui praktik representasi diri, di mana visual menjadi saluran utama untuk menciptakan makna sosial. Hasil penelitian ini mendukung pernyataan Hall (1997) tentang fakta bahwa identitas bukanlah esensi dan tidak tetap, tetapi diciptakan melalui praktik representasi yang terjadi dalam konteks budaya tertentu. Dengan kata lain, di TikTok, representasi ini dicapai melalui visual termasuk gaya, ekspresi, bahasa tubuh, dan estetika video, yang memiliki pesan simbolis tentang siapa individu tersebut dan bagaimana mereka harus dikenali dalam konteks sosial mereka. Nasrullah (2018) berpendapat bahwa media sosial menciptakan budaya visual baru di mana visual menjadi sarana utama komunikasi dan oleh karena itu, ekspresi diri visual memiliki peran penting dalam membentuk identitas sosial Generasi Z.

Identitas sosial yang mengandalkan ekspresi diri visual juga dipengaruhi oleh sifat struktural dan algoritmis TikTok. Kaye, Chen,

dan Zeng (2021) menemukan bahwa TikTok muncul sebagai platform yang sangat menghargai konten visual dan menunjukkan tingkat keterlibatan yang tinggi, sehingga memengaruhi pengguna untuk menyesuaikan ekspresi diri mereka agar kompatibel dan konsisten dengan logika TikTok. Menurut Couldry dan Hepp (2017), skenario jenis ini mewakili bentuk konstruksi realitas yang dimediasi, di mana realitas dan identitas individu dipengaruhi dan dibangun kembali melalui praktik media yang didorong oleh teknologi. Boyd (2014) melanjutkan dengan menjelaskan bahwa kaum muda ada dan berinteraksi dalam ruang publik yang terhubung, ini berarti ekspresi visual yang ditampilkan secara online memengaruhi masyarakat, yang berarti ada implikasi sosial dari identitas sosial yang ditampilkan secara online, berdasarkan bagaimana mereka dikenali dan diperlakukan.

#### E. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa budaya digital di platform TikTok memiliki dampak yang signifikan terhadap pembentukan identitas sosial Gen Z. Identitas bukanlah entitas yang esensial, melainkan suatu konstruksi yang terbentuk melalui praktik presentasi diri, pengamatan terhadap tren budaya digital, serta logika interaksi simbolik yang difasilitasi oleh fitur-fitur platform TikTok. Platform TikTok merupakan arena sosial bagi Gen Z, di mana makna diri dinegosiasikan, pengakuan sosial diperoleh, dan posisi simbolik dalam komunitas online ditetapkan.

Sesuai dengan paradigma Studi Budaya Stuart Hall, hasil ini menegaskan bahwa identitas sosial Gen Z merupakan hasil dari proses representasi yang berkelanjutan, yang diproduksi dan direproduksi melalui simbol-simbol visual, bahasa, dan praktik budaya

dominan. Kemunculan kebebasan berekspresi di TikTok terjadi dalam logika kekuasaan simbolik yang diatur oleh logika algoritmik, viralitas, dan ekonomi perhatian. Hal ini berarti bahwa identitas online Gen Z merupakan identitas performatif dan kolektif yang umumnya distandarkan berdasarkan norma-norma platform online.

Dalam penelitian tersebut juga secara jelas dinyatakan bahwa ambivalensi terlihat dalam penggunaan media oleh Gen Z. Meskipun TikTok meningkatkan potensi kreativitas, kesatuan simbolis, dan kesadaran akan isu-isu sosial, platform ini juga menimbulkan tekanan tertentu terkait popularitas, visibilitas, dan validasi, yang mungkin membatasi keaslian individu. Perkembangan bentuk literasi digital yang reflektif pada sebagian peserta menunjukkan bahwa Gen Z jauh dari pasif, mereka mempraktikkan negosiasi terhadap dominasi diskursus digital, bahkan melakukan perjuangan makna di dalam arena budaya digital TikTok.

#### F. Daftar Pustaka

- Abidin, C. (2016). Visibility labour: Engaging with influencers' fashion brands and #OOTD advertorial campaigns on Instagram. *Media International Australia*, 161(1), 86–100.
- 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>
- Aliah, A. R. H., & Nurfazri, M. (2022). TikTok as a media for self-existence among Gen Z in the middle of the COVID-19 pandemic. *Jurnal Sosial Ilmu-Ilmu Sosial*, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Amelia, N. (2024). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Sosial Anak Muda. *LANCAH: Jurnal Inovasi dan Tren*, 2(1), 142–147.
- boyd, d. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. New Haven: Yale University Press.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge: Polity Press.
- Datareportal. 2024. Essential TikTok Stats. Datareportal. Tersedia pada: <https://datareportal.com/essential-tiktok-stats> (diakses pada 25 November 2025).
- Harahap, R. H., Asengbaramae, R., & Karindra, N. A. (2023). TikTok and beauty in the age of Gen Z: A Baudrillard economic sociological analysis. *Journal of Social Economics*, Universitas Sumatera Utara.
- Hall, S. (1996). *Cultural Identity and Diaspora. In Contemporary Postcolonial Theory: A Reader*. London: Routledge.
- Kaye, D. B. V., Chen, X., & Zeng, J. (2021). The co-evolution of two Chinese mobile short video apps: Parallel platformization of Douyin and TikTok. *Mobile Media & Communication*, 9(2), 229–253.
- Mesra, R., Rinaldi, R., Sasea, S. C., Suryadi, R., Idrus, I. I., Syarifudin, A., & Efrianti, R. (2025). *Buku ajar sosiologi digital*.

- Naluri Edukasi Press.
- Konsumerisme. *Intercode – Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 33-55.
- Nasrullah, R. (2018). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publications.
- Pratami, R., & Estriana, V. (2023). Influencer culture dalam pembentukan budaya konsumtif dan hiperrealitas Gen Z (Studi pada akun TikTok @tasyafarasya). *Jurnal Sosial Teknologi*, 3(5).
- Purnamawati, N., Hidayat, M. A., & Wahyuningsih, S. (2024). TikTok, identitas sosial dan stereotip negatif etnik Madura di kalangan Gen Z. *Jurnal Sosioglobal, Universitas Padjadjaran*.
- Putra, Y. D., & Junita, D. (2024). Realitas Keterlibatan Gen Z dalam Media Sosial TikTok: Perspektif Sosiokultural. *INTERCODE – Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 33–55.
- Setiawan, R. (2020). Karakteristik Dasar Literasi Digital dan Relasi Sosial Generasi Milenial Banten. *SOSIOGLOBAL: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Sosiologi*, 4(2), 154–160.
- Storey, John. (2018). *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction* (8th ed.). London: Routledge.
- Yulian, D. (2024). Realitas Keterlibatan Gen Z dalam Media Sosial TikTok: Faktor Budaya Digital, Individualisme dan