



Submitted March 28, 2026, Accepted April 23, 2026, Published May 31, 2026

Pembentukan Kesadaran Sosial Generasi Z melalui Interaksi di Ruang Virtual

Maya Fera Farnanda¹, Romi Mesra²

¹Universitas Terbuka

²Universitas Negeri Manado

Email: 049270445@ecampus.ut.ac.id¹, romimesra@unima.ac.id²

Abstract

The development of digital technology has brought changes to the social interaction patterns of Generation Z in daily life. Social media is not only used as a means of communication, but also as a social space in forming social awareness and understanding of values, norms, and social issues in society. This study aims to find out the interaction process of Generation Z in virtual space, understand the formation of social awareness through digital interaction experiences, and analyze Generation Z's understanding of values, norms, and social issues through digital media at PT Seowon Manufacturing Tangerang Banten. This research uses a qualitative approach with a case study type of research. The data collection technique was carried out through interviews, observations, and documentation of four Generation Z employees at PT Seowon Manufacturing Tangerang Banten. The results of the study show that social media is an important part of Generation Z's social life because it is used to communicate, exchange information, and build social relationships. The interaction that takes place in the virtual space also forms social awareness, empathy, and Generation Z's understanding of various social phenomena that develop in society. In addition, digital media influences the way Generation Z understands social values and norms in daily life.

Keywords: *Generation Z, Social Interaction, Social Awareness, Digital Media, Virtual Space.*

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan terhadap pola interaksi sosial Generasi Z dalam kehidupan sehari-hari. Media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang sosial dalam membentuk kesadaran sosial serta pemahaman terhadap nilai, norma, dan isu sosial di masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses interaksi Generasi Z di ruang virtual, memahami pembentukan kesadaran sosial melalui pengalaman interaksi digital, serta menganalisis pemahaman Generasi Z terhadap nilai, norma, dan isu sosial melalui media digital di PT Seowon Manufacturing Tangerang Banten. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap empat orang karyawan Generasi Z di PT Seowon Manufacturing Tangerang Banten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial menjadi bagian penting dalam kehidupan sosial Generasi Z karena digunakan untuk berkomunikasi, bertukar informasi, dan membangun hubungan sosial. Interaksi yang berlangsung di ruang virtual juga membentuk kesadaran sosial, rasa empati, serta pemahaman Generasi Z terhadap berbagai fenomena sosial yang berkembang di masyarakat. Selain itu, media digital memengaruhi cara Generasi Z memahami nilai dan norma sosial

181

dalam kehidupan sehari-hari.

Kata kunci: *Generasi Z, Interaksi sosial, Kesadaran sosial, Media digital, Ruang virtual.*

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital pada era globalisasi telah membawa perubahan yang sangat signifikan terhadap kehidupan sosial masyarakat. Kehadiran internet dan media sosial tidak hanya mengubah pola komunikasi, tetapi juga memengaruhi cara individu membangun hubungan sosial, memahami realitas sosial, hingga membentuk kesadaran terhadap berbagai persoalan yang terjadi di lingkungan sekitarnya. Dalam perspektif sosiologi, perubahan tersebut menunjukkan adanya transformasi pola interaksi sosial dari ruang konvensional menuju ruang virtual yang semakin mendominasi kehidupan masyarakat modern. (Wulandari & Mesra, 2026) menjelaskan bahwa interaksi sosial merupakan proses yang kompleks dan dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu imitasi, sugesti, identifikasi, dan simpati. Faktor imitasi, menurut Gabriel Tarde, adalah dorongan untuk meniru orang lain dan berperan penting dalam pembentukan keseragaman perilaku, bahasa, dan kebiasaan dalam masyarakat, meskipun bukan satu-satunya faktor interaksi sosial. Ruang virtual saat ini tidak lagi dipandang sekadar sebagai media komunikasi, melainkan telah berkembang menjadi ruang sosial baru tempat individu membangun identitas, nilai, simbol, dan pola perilaku sosial dalam kehidupan sehari-hari.

Media sosial sebagai bagian dari perkembangan teknologi digital memiliki peranan penting dalam proses interaksi sosial masyarakat modern. Menurut (Nasrullah, 2017) media sosial merupakan media berbasis internet yang memungkinkan penggunanya untuk mengekspresikan diri, berinteraksi, berbagi, bekerja sama, serta membangun hubungan sosial secara virtual. Kehadiran media sosial

telah menciptakan pola komunikasi yang lebih terbuka, cepat, dan tanpa batas ruang maupun waktu. Individu tidak lagi bergantung pada interaksi tatap muka untuk membangun relasi sosial, melainkan dapat menjalin hubungan melalui ruang digital dengan intensitas yang tinggi. Dalam konteks ini, media sosial menjadi arena sosial yang memungkinkan terjadinya pertukaran informasi, pembentukan opini, hingga munculnya kesadaran kolektif terhadap isu-isu sosial tertentu.

Kelompok masyarakat yang paling dekat dengan perkembangan teknologi digital adalah Generasi Z. Generasi ini lahir dan tumbuh bersamaan dengan perkembangan internet, media sosial, dan teknologi komunikasi modern sehingga dikenal sebagai generasi digital native. (Safitri, 2025) menjelaskan bahwa Generasi Z merupakan generasi yang lahir pada pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an dan tumbuh dalam lingkungan yang telah didominasi oleh teknologi digital. Kehadiran media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Twitter tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan dan komunikasi, tetapi juga menjadi media utama dalam memahami fenomena sosial yang berkembang di masyarakat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh besar terhadap pembentukan pola pikir, sikap, dan kesadaran sosial Generasi Z.

Generasi Z juga dikenal sebagai generasi internet yang dalam kehidupan sehari-harinya sangat bergantung pada penggunaan smartphone dan media sosial. (Roesma & Mulya, 2018) menyebutkan bahwa Generasi Z sering disebut sebagai *iGeneration* karena kesehariannya selalu bersentuhan dengan teknologi digital, khususnya media sosial sebagai sarana komunikasi utama. Karakteristik

Generasi Z cenderung lebih terbuka terhadap perubahan, cepat beradaptasi, praktis, serta memiliki akses informasi yang luas melalui media digital. (Tety, 2020) menjelaskan bahwa Generasi Z memiliki karakter yang lebih global, terbuka dalam berpikir, mudah beradaptasi dengan perkembangan teknologi, serta aktif dalam membangun relasi sosial melalui ruang digital. Kondisi tersebut menjadikan media sosial sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sosial Generasi Z.

Dalam perspektif sosiologi budaya dan komunikasi, identitas sosial tidak dipahami sebagai sesuatu yang bersifat tetap, melainkan terbentuk melalui proses interaksi sosial yang berlangsung secara terus-menerus. (Sari & Alfianti, 2025) menjelaskan bahwa media sosial merupakan ruang budaya yang merepresentasikan nilai, simbol, dan struktur sosial dalam masyarakat. Melalui ruang digital, individu membangun cara pandang, memahami nilai sosial, serta menyesuaikan diri terhadap lingkungan sosialnya. Interaksi yang terjadi di media sosial secara tidak langsung membentuk konstruksi sosial baru yang memengaruhi pola hubungan sosial masyarakat modern, khususnya Generasi Z yang sangat aktif dalam ruang virtual.

Fenomena tersebut juga terlihat pada lingkungan kerja PT Seowon Manufacturing Tangerang Banten yang sebagian besar tenaga kerjanya berasal dari kalangan Generasi Z. Dalam aktivitas sehari-hari, pekerja tidak hanya melakukan interaksi secara langsung di lingkungan kerja, tetapi juga aktif berinteraksi melalui ruang virtual seperti grup WhatsApp, Instagram, TikTok, maupun platform digital lainnya. Media sosial digunakan untuk berbagi informasi, hiburan, menyampaikan opini, hingga membahas berbagai isu sosial yang sedang berkembang. Bahkan dalam beberapa kondisi, komunikasi digital lebih dominan dibandingkan interaksi tatap muka karena dianggap lebih praktis dan efisien. Kondisi ini

menunjukkan adanya perubahan pola interaksi sosial di lingkungan kerja, di mana ruang virtual menjadi bagian penting dalam membangun hubungan sosial antar individu.

Interaksi yang berlangsung di ruang virtual tersebut secara tidak langsung memengaruhi pembentukan kesadaran sosial Generasi Z. (Girsang et al., 2025) menjelaskan bahwa Generasi Z memiliki tingkat kesadaran sosial yang cukup tinggi terhadap berbagai isu sosial yang berkembang di media digital, seperti isu lingkungan, kemanusiaan, dan ketidakadilan sosial. Media sosial menjadi sumber utama informasi sekaligus ruang ekspresi bagi Generasi Z dalam menunjukkan kepedulian sosial melalui diskusi daring, berbagi informasi, maupun dukungan terhadap kampanye sosial tertentu. Akan tetapi, kesadaran sosial yang terbentuk melalui media digital sering kali bersifat reaktif dan dipengaruhi oleh tren informasi yang sedang viral. Hal ini menunjukkan bahwa pembentukan kesadaran sosial di ruang virtual memiliki karakter yang berbeda dengan kesadaran sosial yang terbentuk melalui interaksi sosial secara langsung di masyarakat.

Selain membentuk kesadaran sosial, ruang virtual juga menjadi arena pembentukan identitas sosial bagi Generasi Z. (Jelita et al., 2026) menjelaskan bahwa identitas individu dalam ruang digital bersifat dinamis, fleksibel, dan performatif. Individu secara aktif memilih bagaimana dirinya ingin dipersepsikan oleh orang lain melalui unggahan, komentar, maupun bentuk interaksi digital lainnya. Dalam konteks ini, media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang representasi diri yang memengaruhi perilaku sosial individu. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa interaksi virtual memiliki peran penting dalam membentuk cara berpikir, pola perilaku, serta hubungan sosial Generasi Z dalam kehidupan sehari-hari.

Secara sosiologis, pembentukan

kesadaran sosial tidak dapat dipisahkan dari proses interaksi sosial yang berlangsung dalam lingkungan masyarakat. Kesadaran sosial terbentuk melalui pengalaman individu dalam memahami nilai, norma, serta realitas sosial yang berkembang di sekitarnya. S. Widanarto menjelaskan bahwa aspek sosial mencakup nilai kejujuran, tanggung jawab, sikap saling menghargai, menghormati, dan keadilan dalam kehidupan bermasyarakat. Nilai-nilai tersebut menjadi dasar penting dalam membentuk kesadaran sosial individu. Dalam konteks Generasi Z, proses pembentukan nilai sosial tersebut banyak berlangsung melalui media digital yang menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari mereka.

Penelitian sebelumnya lebih banyak membahas media sosial dalam konteks pembentukan identitas digital, partisipasi sosial, maupun aktivisme digital Generasi Z secara umum. (Aryani et al., 2025) menjelaskan bahwa partisipasi sosial Generasi Z berkembang melalui komunitas virtual dan jejaring digital yang membentuk solidaritas sosial baru di masyarakat urban. Sementara itu, (Saputri et al., 2025) menunjukkan bahwa media sosial digunakan Generasi Z sebagai ruang pengelolaan identitas dan pengungkapan diri melalui akun digital. Hasil-hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam membentuk perilaku sosial Generasi Z, namun kajian yang secara khusus menyoroti proses terbentuknya kesadaran sosial melalui pengalaman interaksi virtual dalam lingkungan kerja industri masih relatif terbatas. Dengan demikian, terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) berupa belum banyaknya penelitian yang mengkaji hubungan antara interaksi virtual dan pembentukan kesadaran sosial Generasi Z pada konteks dunia kerja, khususnya di sektor industri manufaktur.

Selain itu, kondisi empiris di PT Seowon Manufacturing Tangerang Banten

menunjukkan bahwa pekerja Generasi Z tidak hanya berinteraksi secara langsung dalam aktivitas kerja, tetapi juga secara intens melalui berbagai platform digital seperti WhatsApp, Instagram, TikTok, dan media sosial lainnya. Interaksi tersebut digunakan untuk berbagi informasi, berdiskusi, membangun relasi sosial, hingga merespons berbagai isu yang berkembang di masyarakat. Fenomena ini menunjukkan bahwa ruang virtual telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sosial pekerja Generasi Z dan berpotensi memengaruhi cara mereka memahami nilai, norma, serta berbagai persoalan sosial yang berkembang di lingkungan sekitarnya.

Berdasarkan kondisi tersebut, kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada fokus kajian yang menghubungkan pengalaman interaksi virtual dengan proses pembentukan kesadaran sosial Generasi Z dalam konteks lingkungan kerja industri. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang lebih menitikberatkan pada identitas digital, partisipasi sosial, atau aktivisme digital, penelitian ini berupaya memahami bagaimana ruang virtual membentuk kesadaran sosial pekerja Generasi Z melalui pengalaman interaksi yang mereka lakukan dalam kehidupan sehari-hari di PT Seowon Manufacturing Tangerang Banten.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami bagaimana proses interaksi Generasi Z di ruang virtual dalam kehidupan sehari-hari, bagaimana kesadaran sosial terbentuk melalui pengalaman berinteraksi di ruang virtual, serta bagaimana Generasi Z memahami nilai, norma, dan isu sosial melalui media digital. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman sosiologis mengenai perubahan pola interaksi sosial Generasi Z di era digital serta menjelaskan peran ruang virtual dalam membentuk kesadaran sosial di lingkungan kerja industri modern.

B. Tinjauan Teoritis

1. Teori Interaksi Simbolik

Penelitian ini menggunakan teori interaksi simbolik sebagai dasar dalam memahami proses interaksi sosial Generasi Z di ruang virtual. Teori interaksi simbolik pertama kali dikembangkan oleh George Herbert Mead dan kemudian dikembangkan kembali oleh Herbert Blumer. Menurut Mead, teori interaksi simbolik membahas sisi subjektif manusia dalam kehidupan sosial melalui penggunaan simbol-simbol yang memiliki makna tertentu dalam proses interaksi sosial (West & Turner, 2018). Mead menjelaskan bahwa terdapat tiga konsep utama dalam teori interaksi simbolik, yaitu pikiran (mind), diri (self), dan masyarakat (society). Ketiga konsep tersebut saling berkaitan dalam membentuk tindakan dan perilaku sosial individu. Pikiran (mind) dipahami sebagai kemampuan individu dalam menggunakan simbol-simbol sosial yang memiliki makna yang sama di tengah masyarakat. Dalam proses tersebut, bahasa menjadi bagian penting karena manusia berkomunikasi menggunakan simbol yang dipahami bersama dalam kehidupan sosial (Cahyadi & Pribadi, 2023).

Mead juga menjelaskan bahwa dalam proses berpikir terdapat kemampuan

pengambilan peran (role taking), yaitu kemampuan individu untuk menempatkan dirinya pada posisi orang lain atau memahami sudut pandang orang lain dalam suatu interaksi sosial. Selain itu, konsep diri (self) dipahami sebagai kemampuan individu dalam merefleksikan dirinya berdasarkan pandangan orang lain. Mead menyebut hal tersebut sebagai looking-glass self, yaitu kemampuan seseorang dalam melihat dirinya melalui pantulan penilaian sosial dari lingkungan sekitarnya. Dalam kehidupan sosial, individu tidak hanya dipengaruhi oleh dirinya sendiri, tetapi juga dipengaruhi oleh ekspektasi sosial yang muncul dari lingkungan masyarakat. Menurut Mead, masyarakat merupakan jaringan hubungan sosial yang terbentuk melalui interaksi antar individu dalam lingkungan sosial tertentu (Cahyadi & Pribadi, 2023).

Teori interaksi simbolik kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh Herbert Blumer pada tahun 1939. Blumer menjelaskan bahwa interaksi simbolik berfokus pada aktivitas manusia dalam menggunakan simbol-simbol yang memiliki makna tertentu dalam proses komunikasi sosial. Menurut Blumer, perilaku manusia harus dipahami sebagai suatu proses yang memungkinkan individu membentuk dan mengatur perilakunya berdasarkan makna yang muncul dari interaksi sosial. Makna tersebut

tidak muncul secara alami, melainkan dikonstruksi melalui proses komunikasi dan pertukaran simbol di dalam Masyarakat (Hasbullah et al., 2022). Dalam teori interaksi simbolik, kehidupan sosial dipandang sebagai proses interaksi manusia yang berlangsung melalui penggunaan simbol-simbol sosial, baik berupa bahasa, tindakan, maupun bentuk komunikasi lainnya. Individu memberikan makna terhadap lingkungan sosialnya melalui proses interpretasi yang berlangsung secara terus-menerus dalam kehidupan sosial.

2. Kesadaran Sosial

Ajhuri mengemukakan bahwa kesadaran sosial merupakan kepekaan anak terhadap situasi sosial yang dialami oleh diri sendiri dan orang lain, sehingga anak tersebut dapat menjadi tahu dan menyadari hal-hal yang terjadi disekelilingnya (Mufidah et al., 2024). Selain itu, Kesadaran sosial adalah kemampuan seseorang untuk memahami, merasakan, dan merespons emosi serta situasi orang lain di sekitarnya. Hal ini mencakup kepekaan terhadap kebutuhan sesama, sikap empati, dan pemahaman akan norma sosial, yang mendorong individu untuk bertindak peduli dan bertanggung jawab dalam bermasyarakat (Sofyan et al., 2025).

3. Generasi Z

Salah satu generasi adalah generasi Z

(Gen Z) yaitu generasi yang lahir pada tahun 1995-2010 (Pohan & Rialdy, 2024). Dalam banyak hal, kita perlu berhenti berasumsi bahwa Gen Z hanya akan menjadi ekstensi dari Gen Y. mereka adalah rekan-rekan termuda untuk generasi yang lebih tua dan tumbuh dengan teknologi baru yang menandai mereka. Sementara Gen Y tumbuh dengan computer, Gen Z dibesarkan dengan layar sentuh. Gen Z sering diasumsikan sama dengan generasi Millenial karena generasi ini sama dalam kecenderungan penggunaan teknologi. Lahir saat penggunaan teknologi seperti internet, smartphone, dan jejaring media social sedang marak, membuat gen Z sangat akrab dengan penggunaan teknologi. Sejak kecil, mereka lebih suka bermain dengan smartphone dibandingkan permainan tradisional anak generasi sebelumnya. Generasi ini mempunyai cara pikir yang terbuka (*open minded*) dan cenderung menyukai sesuatu yang serba instant, termasuk dalam hal berbelanja.

4. Interaksi

Sebagai makhluk sosial interaksi merupakan kunci dari semua kehidupan sosial karena tidak mungkin jika ada kehidupan bermasyarakat jika tidak adanya sebuah interaksi. Interaksi merupakan dasar proses sosial yang menunjukkan sebuah hubungan yang dinamis. Proses sosial terjadi jika orang-

perorangan atau kelompok bertemu dan bekerjasama, saling berbicara, dan seterusnya untuk mencapai tujuan bersama. Bertemunya individu dengan individu, individu dengan kelompok ataupun kelompok dengan kelompok dapat disebut interaksi.

Interaksi sosial yang pertama adalah pertukaran, yang merupakan suatu tindakan memberi atau menerima sebagai ganti dari pemerolehan sesuatu. Pertukaran merupakan bentuk interaksi manusia yang murni dan terfokus pada suatu kepentingan yang diberikan (Fadhilah, 2025). Hal ini bermaksud bahwa pertukaran merupakan suatu bentuk interaksi yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada yang lain dan mendapatkan umpan balik atas informasi yang diberikan. Pertukaran memiliki sifat saling mencari keuntungan satu sama lain. Di dalam berinteraksi dengan sesama, pertukaran akan selalu ada karena bersifat saling menguntungkan. Pihak pertama dan pihak kedua saat melakukan interaksi, maka mayoritas selanjutnya adalah dengan diadakan pertukaran informasi antara pihak pertama dan pihak kedua.

5. Interaksi di Ruang Virtual

Interaksi di ruang virtual merupakan proses hubungan sosial yang terjadi melalui media digital dengan memanfaatkan internet dan teknologi komunikasi (Piwari, 2025).

Interaksi ini memungkinkan individu untuk berkomunikasi, bertukar informasi, membangun hubungan sosial, serta berpartisipasi dalam berbagai aktivitas tanpa harus berada pada lokasi yang sama. Seiring perkembangan teknologi digital, ruang virtual tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang sosial baru tempat individu membentuk identitas, mengekspresikan diri, serta membangun komunitas dengan orang lain. Media digital telah menciptakan ruang interaksi yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi, berbagi informasi, dan membangun hubungan sosial secara virtual. Dalam perkembangannya, interaksi di ruang virtual menjadi semakin kompleks dengan hadirnya berbagai platform digital yang memungkinkan komunikasi berlangsung secara cepat, luas, dan tanpa batas geografis. Oleh karena itu, interaksi di ruang virtual dapat dipahami sebagai bentuk hubungan sosial yang terjadi melalui media digital dan menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat modern, khususnya Generasi Z yang sangat dekat dengan perkembangan teknologi dan internet.

C. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus.

Pendekatan ini digunakan untuk memahami secara mendalam proses interaksi Generasi Z di ruang virtual serta pembentukan kesadaran sosial yang terjadi di lingkungan PT Seowon Manufacturing Tangerang Banten. Menurut Sudaryono, (2016), penelitian kualitatif bertujuan untuk mendeskripsikan dan memahami fenomena sosial berdasarkan pengalaman subjek penelitian, sedangkan menurut Khaerunnisa, (2020) dalam Anriani & Nasution, (2024), studi kasus digunakan untuk mengkaji suatu fenomena secara rinci dalam konteks tertentu. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan empat orang karyawan Generasi Z di PT Seowon Manufacturing Tangerang Banten yang aktif menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui buku, jurnal, dan artikel ilmiah yang relevan dengan penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara terstruktur menggunakan pedoman pertanyaan yang telah disusun sesuai fokus penelitian.

Tabel 1 Data Informan/Narasumber

Keterangan

P1	YD, Operator Mesin (Karyawan
----	------------------------------

	PT Seowon Selama 3 Tahun) Usia 35 Tahun
P2	WL, Bagian Sewing (Jahit) Mesin (Karyawan PT Seowon Selama 1,5 Tahun) Usia 23 Tahun
P3	RS, Bagian Cutting Mesin (Karyawan PT Seowon Selama 3 Tahun) Usia 29 Tahun
P4	FK, Bagian QC Mesin (Karyawan PT Seowon Selama 2 Tahun) Usia 27 Tahun

Selanjutnya, data dianalisis

menggunakan model Miles yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menguji keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi data dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dokumentasi, serta sumber pustaka yang relevan (Sarosa, 2021). Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April hingga Juni 2026.

D. Hasil dan Pembahasan

Hasil Penelitian

1. **Pola Interaksi Generasi Z dalam Ruang Virtual**
 - a. **Penggunaan Media Sosial sebagai Media Interaksi Utama**

Perkembangan teknologi digital telah menjadikan media sosial sebagai salah satu sarana utama interaksi bagi Generasi Z di lingkungan kerja PT Seowon Manufacturing

Tangerang Banten. Berdasarkan hasil penelitian, media sosial yang paling sering digunakan oleh informan adalah WhatsApp, Instagram, dan TikTok. Ketiga platform tersebut digunakan untuk berkomunikasi, memperoleh informasi, berbagi pengalaman, serta menjalin hubungan sosial dengan sesama rekan kerja maupun lingkungan pertemanan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan P1 (YD, 35 Tahun), penggunaan media sosial telah menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari karena komunikasi lebih sering dilakukan melalui ruang virtual dibandingkan secara langsung. Informan menjelaskan bahwa media sosial memudahkan proses penyampaian informasi sehingga komunikasi dapat berlangsung lebih cepat. *“Kalau sekarang lebih sering komunikasi lewat WhatsApp atau Instagram dibanding ngobrol langsung, apalagi kalau lagi kerja. Informasi juga lebih cepat masuk dari grup.”* (Wawancara pada tanggal 13 Mei 2026)



Gambar 1. Kondisi Karyawan Saat Jam Istirahat

Sumber : Observasi Peneliti, 2026

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa media sosial menjadi sarana komunikasi yang lebih sering digunakan dibandingkan komunikasi tatap muka. Kemudahan akses dan kecepatan penyampaian informasi membuat media sosial menjadi pilihan utama bagi Generasi Z dalam berinteraksi sehari-hari.

Selain digunakan sebagai media komunikasi, media sosial juga menjadi sumber informasi bagi Generasi Z. Informan P2 (WL, 23 Tahun), menyampaikan bahwa berbagai informasi dan isu yang sedang berkembang biasanya pertama kali diketahui melalui media sosial sebelum dibahas kembali bersama teman-teman di lingkungan kerja. *“Biasanya kalau ada berita atau isu yang lagi ramai pasti tahu duluan dari TikTok atau Instagram, terus nanti dibahas lagi sama teman-teman.”* (Wawancara pada tanggal 13 Mei 2026).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi media memperoleh informasi yang kemudian menjadi bahan interaksi dan pembicaraan dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti, penggunaan media sosial terlihat cukup aktif di lingkungan PT Seowon Manufacturing Tangerang Banten. Pada saat jam istirahat maupun setelah jam kerja selesai, sebagian besar karyawan Generasi Z terlihat menggunakan smartphone untuk mengakses WhatsApp, Instagram, dan TikTok. Aktivitas tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian dari rutinitas keseharian para informan.

Hasil observasi juga menunjukkan bahwa komunikasi melalui media sosial berlangsung tidak hanya untuk kepentingan pekerjaan, tetapi juga untuk berbagi informasi, hiburan, dan pengalaman sehari-hari. Interaksi yang berlangsung melalui ruang virtual terlihat tetap aktif meskipun para pengguna tidak berada dalam lokasi yang sama.

Temuan tersebut diperkuat oleh hasil wawancara dengan informan P3 (RS, 29 Tahun) yang menjelaskan bahwa hubungan sosial dengan rekan kerja sering kali lebih aktif terjalin melalui media sosial dibandingkan melalui komunikasi langsung di tempat kerja. *“Kadang di tempat kerja jarang ngobrol, tapi*

kalau di grup malah lebih aktif. Jadi lebih kenal sama teman-teman lewat cara mereka chat atau posting.” (Wawancara pada tanggal 13 Mei 2026).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa media sosial menjadi sarana yang membantu Generasi Z dalam membangun dan mempertahankan hubungan sosial dengan orang lain. Melalui interaksi yang berlangsung di ruang virtual, informan dapat mengenal karakter dan kebiasaan teman-temannya meskipun interaksi secara langsung tidak terlalu sering dilakukan.

Selain sebagai media komunikasi dan hubungan sosial, media sosial juga digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan pendapat. Informan P4 (Fikri Kurniawan, 27 Tahun) menyampaikan bahwa dirinya merasa lebih nyaman mengemukakan opini melalui media sosial dibandingkan secara langsung. *“Kalau di media sosial lebih nyaman buat kasih pendapat karena lebih bebas dibanding ngomong langsung.” (Wawancara pada tanggal 13 Mei 2026).*

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa media sosial memberikan ruang bagi Generasi Z untuk menyampaikan pandangan dan pendapat yang mungkin tidak selalu disampaikan secara langsung dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan dokumentasi penelitian, terlihat bahwa penggunaan smartphone dan media sosial merupakan aktivitas yang cukup sering dilakukan oleh karyawan Generasi Z di lingkungan PT Seowon Manufacturing Tangerang Banten. Dokumentasi berupa aktivitas penggunaan media sosial saat jam istirahat dan interaksi dalam grup komunikasi digital menunjukkan bahwa ruang virtual telah menjadi bagian dari kehidupan sosial para informan.

Menurut peneliti tingginya penggunaan WhatsApp, Instagram, dan TikTok menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi

media interaksi utama bagi Generasi Z di lingkungan PT Seowon Manufacturing Tangerang Banten. Media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga dimanfaatkan untuk memperoleh informasi, membangun hubungan sosial, serta menyampaikan pendapat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa ruang virtual memiliki peran penting dalam kehidupan sosial Generasi Z sehari-hari.

b. Bentuk-Bentuk Interaksi Virtual Generasi Z di Lingkungan Kerja

Berdasarkan hasil penelitian, interaksi virtual yang dilakukan Generasi Z di PT Seowon Manufacturing Tangerang Banten berlangsung dalam berbagai bentuk dan menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari. Interaksi tersebut tidak hanya digunakan untuk kepentingan pekerjaan, tetapi juga untuk membangun hubungan sosial, berbagi informasi, hiburan, serta mendiskusikan berbagai isu yang sedang berkembang di media digital. Media yang paling sering digunakan oleh informan adalah WhatsApp, Instagram, TikTok, dan Telegram karena dianggap lebih praktis dan memudahkan komunikasi tanpa harus bertemu secara langsung.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan P1 (YD, 35 Tahun), komunikasi melalui grup WhatsApp menjadi bentuk interaksi virtual yang paling sering dilakukan di lingkungan kerja. Informan menjelaskan bahwa selain digunakan untuk menyampaikan informasi pekerjaan, grup WhatsApp juga menjadi sarana bertukar informasi dan berinteraksi dengan rekan kerja. *“Kalau di grup WhatsApp bukan cuma bahas kerjaan, kadang juga saling kirim informasi, bercanda, atau bahas hal yang lagi ramai di media sosial.” (Wawancara dengan Informan P1, Pada 13 Mei 2026)*



Gambar 2. Kondisi Saat Karyawan Sedang Duduk dan Berinteraksi

Sumber : Obeservasi Peneliti, 2026

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa interaksi virtual di lingkungan kerja tidak hanya berfungsi sebagai media koordinasi pekerjaan, tetapi juga menjadi sarana membangun hubungan sosial antar karyawan. Melalui komunikasi digital, individu dapat tetap berinteraksi meskipun tidak berada dalam ruang dan waktu yang sama.

Selain komunikasi melalui grup percakapan, bentuk interaksi virtual lainnya terlihat dari aktivitas berbagi konten digital di media sosial. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan P2 (WL, 23 Tahun), Generasi Z sering saling mengirim video, foto, maupun informasi yang dianggap menarik melalui WhatsApp atau media sosial lainnya. *“Biasanya kalau ada video lucu, informasi menarik, atau berita yang lagi viral sering dibagikan ke teman-teman. Nanti dari situ jadi ada obrolan lagi.”* (Wawancara dengan Informan P2, Pada 13 Mei 2026)

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa aktivitas berbagi konten digital menjadi salah satu bentuk interaksi virtual yang cukup dominan. Konten yang dibagikan kemudian menjadi bahan diskusi dan memperkuat komunikasi antar individu dalam lingkungan kerja.

Berdasarkan hasil observasi, peneliti menemukan bahwa pada saat jam istirahat maupun setelah jam kerja selesai, sebagian besar karyawan Generasi Z tetap aktif

berinteraksi melalui media digital. Komunikasi yang dilakukan tidak hanya berkaitan dengan pekerjaan, tetapi juga mengenai pengalaman pribadi, hiburan, maupun berbagai isu sosial yang sedang berkembang di media sosial. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa ruang virtual telah menjadi bagian dari kehidupan sosial Generasi Z yang sulit dipisahkan dari aktivitas sehari-hari.

Dokumentasi penelitian juga memperlihatkan adanya penggunaan grup WhatsApp dan media sosial sebagai sarana komunikasi yang aktif di kalangan karyawan Generasi Z. Aktivitas tersebut terlihat dari adanya pertukaran pesan, berbagi informasi, serta diskusi yang berlangsung secara berkelanjutan melalui platform digital.

Informan P3 (RS, 29 Tahun), menyampaikan bahwa interaksi virtual membuat hubungan antar karyawan menjadi lebih dekat meskipun tidak selalu berkomunikasi secara langsung di lingkungan kerja. *“Kadang ketemu di tempat kerja biasa saja, tapi kalau di grup atau media sosial lebih sering ngobrol. Jadi lebih akrab karena sering komunikasi.”* (Wawancara dengan Informan P3, Pada 13 Mei 2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa ruang virtual berfungsi sebagai sarana yang membantu mempererat hubungan sosial antar individu. Interaksi yang berlangsung secara berulang melalui media digital memungkinkan terbentuknya kedekatan sosial meskipun frekuensi pertemuan langsung relatif terbatas.

Menurut teori interaksi simbolik yang dikemukakan oleh George Herbert Mead, hubungan sosial terbentuk melalui proses interaksi yang melibatkan pertukaran simbol dan makna antar individu (Cahyadi & Pribadi, 2023). Dalam konteks penelitian ini, bentuk-bentuk interaksi virtual yang dilakukan Generasi Z melalui pesan, komentar, gambar, video, maupun berbagai aktivitas komunikasi

digital lainnya merupakan bagian dari proses pertukaran simbol sosial yang membangun hubungan antar individu.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dipahami bahwa bentuk-bentuk interaksi virtual Generasi Z di PT Seowon Manufacturing Tangerang Banten meliputi komunikasi melalui grup digital, berbagi informasi dan konten media sosial, diskusi mengenai isu yang sedang berkembang, serta interaksi sosial yang bertujuan mempererat hubungan antar sesama karyawan. Keberadaan ruang virtual telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sosial Generasi Z karena memudahkan komunikasi sekaligus memperluas kesempatan untuk membangun hubungan sosial di lingkungan kerja.

Menurut peneliti, berbagai bentuk interaksi virtual yang dilakukan Generasi Z menunjukkan bahwa media digital tidak lagi hanya digunakan sebagai alat komunikasi, tetapi telah berkembang menjadi ruang sosial yang mendukung terbentuknya hubungan antar individu. Interaksi melalui grup percakapan, berbagi konten, maupun diskusi di media sosial memperlihatkan bahwa ruang virtual memiliki peran penting dalam menjaga komunikasi dan memperkuat relasi sosial Generasi Z di lingkungan kerja PT Seowon Manufacturing Tangerang Banten.

c. Pertukaran Simbol dan Makna dalam Komunikasi Digital

Interaksi yang berlangsung di ruang virtual tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi proses pertukaran simbol dan makna antar individu. Dalam kehidupan sehari-hari, Generasi Z di PT Seowon Manufacturing Tangerang Banten menggunakan berbagai bentuk simbol digital seperti pesan teks, emoji, stiker, gambar, video, serta komentar dalam berkomunikasi melalui media sosial. Simbol-simbol tersebut memiliki makna tertentu yang dipahami bersama oleh para pengguna sehingga mampu mempermudah

proses komunikasi dan membangun pemahaman sosial dalam ruang virtual.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Informan P1 (YD, 35 Tahun), penggunaan simbol digital sudah menjadi bagian dari komunikasi sehari-hari karena dianggap lebih praktis dan mudah dipahami. *“Kadang cukup pakai emoji atau stiker saja teman-teman sudah paham maksudnya tanpa harus dijelaskan panjang lebar.”* (Wawancara dengan Informan P1, 13 Mei 2026).



Gambar 3 Sedang bertukar Informasi Secara Daring

Sumber : Observasi Peneliti, 2026

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa komunikasi digital tidak selalu dilakukan melalui kata-kata, tetapi juga melalui simbol-simbol yang memiliki makna sosial tertentu. Emoji, stiker, maupun simbol digital lainnya menjadi alat komunikasi yang membantu individu menyampaikan perasaan, sikap, maupun tanggapan terhadap suatu pesan.

Hasil wawancara dengan Informan P2 (WL, 23 Tahun), juga menunjukkan bahwa simbol digital sering digunakan untuk memperjelas maksud komunikasi sehingga dapat mengurangi kesalahpahaman dalam percakapan. *“Biasanya kalau chat pakai emoji biar orang tahu kita lagi bercanda atau serius. Kalau cuma tulisan kadang suka beda pemahamannya.”* (Wawancara dengan Informan P2, 13 Mei 2026).

Berdasarkan hasil observasi penelitian, penggunaan emoji, stiker, GIF, dan berbagai bentuk simbol digital lainnya terlihat cukup

dominan dalam komunikasi antar karyawan Generasi Z, baik dalam grup WhatsApp maupun media sosial lainnya. Simbol-simbol tersebut digunakan untuk menunjukkan ekspresi, memberikan tanggapan terhadap informasi, serta mempererat hubungan sosial antar anggota kelompok. Kondisi ini menunjukkan bahwa komunikasi virtual memiliki karakteristik yang berbeda dengan komunikasi tatap muka karena makna banyak dibangun melalui penggunaan simbol-simbol digital.

Selain itu, hasil wawancara dengan Informan P3 (RS, 29 Tahun), menunjukkan bahwa aktivitas seseorang di media sosial sering menjadi dasar dalam memahami karakter dan kepribadian individu lain. *“Kadang kita bisa tahu sifat seseorang dari cara dia posting, komentar, atau respon di media sosial.”* (Wawancara dengan Informan P3, 13 Mei 2026).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa simbol yang ditampilkan dalam media digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi representasi diri bagi pengguna media sosial. Cara seseorang membuat unggahan, memberikan komentar, maupun merespons suatu informasi dapat membentuk kesan tertentu bagi orang lain yang melihatnya.

Hal serupa juga disampaikan oleh Informan P4 (Fikri Kurniawan, 27 Tahun) yang menjelaskan bahwa media sosial sering digunakan untuk melihat cara pandang seseorang terhadap suatu persoalan. *“Kalau lihat postingan atau komentar seseorang biasanya kita bisa tahu dia orangnya seperti apa dan cara dia melihat suatu masalah.”* (Wawancara dengan Informan P4, 13 Mei 2026).

Dalam perspektif teori interaksi simbolik, George Herbert Mead menjelaskan bahwa manusia bertindak berdasarkan makna yang diperoleh melalui proses interaksi sosial

dengan menggunakan simbol-simbol tertentu (Cahyadi & Pribadi, 2023). Simbol tersebut dapat berupa bahasa, tulisan, gambar, maupun bentuk komunikasi lainnya yang digunakan individu dalam kehidupan sosial. Dalam konteks media digital, simbol-simbol tersebut menjadi sarana bagi Generasi Z untuk membangun komunikasi, memahami orang lain, serta membentuk makna sosial dalam kehidupan sehari-hari.

Pendapat tersebut diperkuat oleh Herbert Blumer yang menjelaskan bahwa manusia memberikan makna terhadap suatu tindakan berdasarkan proses interpretasi yang dilakukan dalam interaksi sosial (Hasbullah et al., 2022). Melalui proses interpretasi tersebut, individu memahami maksud dari simbol yang digunakan orang lain dan kemudian memberikan respons sesuai dengan pemaknaan yang dimilikinya.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dipahami bahwa pertukaran simbol dan makna merupakan bagian penting dalam proses interaksi Generasi Z di ruang virtual PT Seowon Manufacturing Tangerang Banten. Penggunaan emoji, stiker, komentar, unggahan, maupun berbagai bentuk simbol digital lainnya tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga menjadi sarana untuk membangun pemahaman sosial, mengenali karakter individu, serta membentuk hubungan sosial dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, interaksi virtual yang dilakukan Generasi Z merupakan proses pertukaran makna sosial yang berlangsung secara terus-menerus melalui penggunaan simbol-simbol digital.

2. Pembentukan Kesadaran Sosial

Generasi Z melalui Interaksi Virtual

a. Peran Media Digital dalam Membentuk Kepekaan dan Empati Sosial

Media digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan penyebaran

informasi, tetapi juga memiliki peran dalam membentuk kepekaan dan empati sosial Generasi Z terhadap berbagai persoalan yang terjadi di masyarakat. Melalui media sosial, individu dapat dengan mudah memperoleh informasi mengenai kondisi sosial, kemanusiaan, lingkungan, maupun berbagai peristiwa yang dialami oleh masyarakat di berbagai daerah. Kemudahan akses informasi tersebut membuat Generasi Z lebih cepat mengetahui dan memahami berbagai realitas sosial yang berkembang di sekitarnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Informan P1 (YD, 35 Tahun), media sosial membuat dirinya lebih mudah mengetahui berbagai persoalan sosial yang sedang terjadi di masyarakat. *“Kalau sekarang informasi apa pun cepat sekali muncul di media sosial. Jadi lebih tahu tentang masalah sosial, orang yang butuh bantuan, atau isu yang lagi ramai dibahas.”* (Wawancara dengan Informan P1, 13 Mei 2026).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa media digital menjadi sumber informasi sosial yang penting bagi Generasi Z. Berbagai informasi yang diperoleh melalui media sosial membantu individu memahami kondisi masyarakat sehingga dapat meningkatkan kepedulian terhadap lingkungan sosial di sekitarnya.

Hasil wawancara dengan Informan P2 (WL, 23 Tahun), juga menunjukkan bahwa konten-konten sosial yang muncul di media digital sering kali menimbulkan rasa empati terhadap kondisi orang lain. *“Kadang kalau lihat video orang yang lagi susah atau butuh bantuan jadi ikut kepikiran juga. Dari situ jadi lebih sadar kalau banyak masalah sosial di sekitar kita.”* (Wawancara dengan Informan P2, 13 Mei 2026).



Gambar 4. Kondisi Karyawan Saat Berinteraksi di Jam Istirahat

Sumber : Obeservasi Peneliti, 2026

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa media digital memungkinkan Generasi Z melihat berbagai kondisi sosial yang sebelumnya tidak mereka ketahui secara langsung. Tayangan berupa video, gambar, maupun cerita yang beredar di media sosial mampu menghadirkan pengalaman emosional yang mendorong munculnya rasa empati dan kepedulian sosial terhadap orang lain.

Berdasarkan hasil observasi penelitian, sebagian besar karyawan Generasi Z di PT Seowon Manufacturing Tangerang Banten aktif mengikuti berbagai informasi yang beredar melalui TikTok, Instagram, WhatsApp, maupun platform digital lainnya. Informasi mengenai bencana alam, kegiatan sosial, bantuan kemanusiaan, dan berbagai isu sosial lainnya sering menjadi bahan diskusi di antara mereka. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media digital berperan sebagai ruang yang mempertemukan Generasi Z dengan berbagai realitas sosial yang berkembang di masyarakat.

Selain meningkatkan pengetahuan sosial, media digital juga berperan dalam membangun kepekaan sosial terhadap kondisi orang lain. Informasi yang disampaikan melalui media digital memungkinkan individu melihat berbagai bentuk ketimpangan sosial, kesulitan hidup, maupun persoalan kemanusiaan yang terjadi di masyarakat. Pengalaman tersebut

secara tidak langsung memengaruhi cara Generasi Z memahami dan merespons berbagai persoalan sosial yang mereka temui.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dipahami bahwa media digital memiliki peran penting dalam membentuk kepekaan dan empati sosial Generasi Z di PT Seowon Manufacturing Tangerang Banten. Melalui berbagai informasi dan pengalaman yang diperoleh dari media sosial, Generasi Z menjadi lebih mudah memahami kondisi sosial masyarakat, mengenali berbagai persoalan kemanusiaan, serta menumbuhkan rasa kepedulian terhadap lingkungan sosial di sekitarnya. Dengan demikian, media digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi media pembelajaran sosial yang berkontribusi dalam pembentukan empati dan kepekaan sosial Generasi Z.

b. Partisipasi Sosial Generasi Z melalui Ruang Virtual

Perkembangan media digital telah membuka peluang yang lebih luas bagi Generasi Z untuk berpartisipasi dalam berbagai kegiatan sosial melalui ruang virtual. Partisipasi sosial yang sebelumnya lebih banyak dilakukan secara langsung kini juga dapat dilakukan melalui media sosial dalam berbagai bentuk, seperti membagikan informasi sosial, mengikuti kampanye sosial, memberikan dukungan terhadap suatu gerakan, maupun berpartisipasi dalam kegiatan donasi secara daring. Kehadiran media digital membuat Generasi Z lebih mudah terlibat dalam berbagai aktivitas sosial tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu.

Berdasarkan hasil penelitian, sebagian besar informan mengaku pernah terlibat dalam berbagai bentuk aktivitas sosial yang diperoleh melalui media digital. Keterlibatan tersebut umumnya dilakukan melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp yang menjadi sumber utama informasi mengenai

kegiatan sosial dan kemanusiaan.

Hasil wawancara dengan Informan P3 (RS, 29 Tahun), menunjukkan bahwa media sosial memudahkan dirinya untuk ikut membantu orang lain melalui berbagai kegiatan sosial yang disebarakan secara digital. *“Kalau ada penggalangan dana atau bantuan biasanya tahu dari Instagram atau TikTok. Kadang saya ikut share atau bantu donasi kalau memang bisa.”* (Wawancara dengan Informan P3, 13 Mei 2026).



Gambar 5 Sedang bertukar konten Viral
Sumber : Observasi Peneliti, 2026

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa media digital tidak hanya menjadi sarana memperoleh informasi, tetapi juga menjadi media yang mendorong munculnya tindakan sosial. Kemudahan akses informasi membuat Generasi Z lebih cepat mengetahui adanya kegiatan sosial sehingga dapat berpartisipasi sesuai kemampuan yang dimiliki.

Berdasarkan hasil observasi penelitian, beberapa karyawan Generasi Z di PT Seowon Manufacturing Tangerang Banten terlihat aktif membagikan ulang informasi mengenai kegiatan sosial, bantuan kemanusiaan, maupun kampanye sosial melalui media sosial pribadi mereka. Aktivitas tersebut menunjukkan bahwa ruang virtual telah menjadi salah satu sarana partisipasi sosial yang cukup penting dalam kehidupan Generasi Z.

Selain itu, hasil wawancara dengan Informan P4 (Fikri Kurniawan, 27 Tahun) menunjukkan bahwa media sosial memberikan kesempatan bagi individu untuk menunjukkan

dukungan terhadap berbagai isu sosial yang berkembang di masyarakat. *“Biasanya kalau ada isu sosial yang menurut saya penting, saya sering ikut share atau kasih komentar supaya lebih banyak orang tahu.”* (Wawancara dengan Informan P4, 13 Mei 2026).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa partisipasi sosial dalam ruang virtual tidak selalu berbentuk tindakan langsung, tetapi juga dapat berupa penyebaran informasi, pemberian dukungan, maupun keterlibatan dalam diskusi mengenai suatu isu sosial. Melalui aktivitas tersebut, Generasi Z turut berkontribusi dalam meningkatkan perhatian masyarakat terhadap berbagai persoalan yang sedang terjadi.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dipahami bahwa media digital memiliki peran penting dalam mendorong partisipasi sosial Generasi Z di PT Seowon Manufacturing Tangerang Banten. Melalui ruang virtual, Generasi Z dapat terlibat dalam berbagai aktivitas sosial seperti berbagi informasi, mendukung kampanye sosial, serta berpartisipasi dalam kegiatan kemanusiaan secara daring. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang partisipasi sosial yang memungkinkan Generasi Z menunjukkan kepedulian dan keterlibatannya terhadap berbagai persoalan sosial yang berkembang di masyarakat.

c. Pengaruh Viralitas Informasi terhadap Perhatian Sosial Generasi Z

Perkembangan media digital menyebabkan penyebaran informasi berlangsung sangat cepat dan menjangkau masyarakat dalam waktu yang singkat. Informasi yang memperoleh perhatian besar dari pengguna media sosial biasanya akan menjadi viral dan banyak diperbincangkan oleh masyarakat. Kondisi tersebut turut memengaruhi perhatian sosial Generasi Z terhadap berbagai isu yang berkembang di

ruang digital. Semakin sering suatu informasi muncul dan dibahas di media sosial, maka semakin besar pula kemungkinan informasi tersebut memperoleh perhatian dari pengguna media sosial.

Berdasarkan hasil penelitian, perhatian sosial Generasi Z terhadap suatu isu sering kali dipengaruhi oleh tingkat viralitas informasi yang beredar di media digital. Informasi yang sedang ramai dibahas cenderung lebih mudah menarik perhatian dibandingkan informasi yang jarang muncul di media sosial. Hasil wawancara dengan Informan P4 (Fikri Kurniawan, 27 Tahun) menunjukkan bahwa isu sosial yang sedang viral biasanya menjadi topik pembicaraan di media sosial maupun dalam komunikasi sehari-hari. *“Biasanya kalau ada isu yang lagi ramai pasti dibahas juga di grup atau media sosial. Dari situ jadi tahu pendapat orang lain dan kadang jadi ikut peduli.”* (Wawancara dengan Informan P4, 13 Mei 2026).



Gambar 6 Membahas Isu Yang Sedang Viral
Sumber: Observasi Peneliti, 2026

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa viralitas informasi memiliki pengaruh dalam membentuk perhatian sosial Generasi Z. Ketika suatu isu menjadi pembahasan utama di media sosial, individu akan lebih mudah mengetahui, memahami, dan memberikan perhatian terhadap isu tersebut melalui berbagai interaksi yang terjadi di ruang virtual.

Berdasarkan hasil observasi penelitian,

berbagai isu sosial yang sedang viral sering menjadi bahan diskusi di antara karyawan Generasi Z PT Seowon Manufacturing Tangerang Banten. Informasi mengenai bantuan kemanusiaan, bencana alam, kasus sosial, maupun isu-isu yang sedang menjadi perhatian publik umumnya cepat menyebar melalui media sosial dan kemudian dibahas kembali dalam percakapan sehari-hari. Kondisi ini menunjukkan bahwa media digital memiliki peran penting dalam menentukan isu-isu sosial yang memperoleh perhatian masyarakat.

Hal serupa juga disampaikan oleh Informan P1 (YD, 35 Tahun), yang menjelaskan bahwa perhatian masyarakat di media sosial umumnya meningkat ketika suatu isu sedang banyak diperbincangkan. *"Kalau lagi viral biasanya semua orang ikut peduli dan bahas terus, tapi kalau sudah nggak ramai biasanya mulai dilupakan lagi."* (Wawancara dengan Informan P1, 13 Mei 2026).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa perhatian sosial di media digital cenderung bersifat dinamis dan mengikuti perkembangan informasi yang sedang populer. Isu yang memperoleh eksposur tinggi biasanya akan mendapatkan perhatian yang lebih besar dibandingkan isu yang kurang mendapat sorotan di media sosial.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga menjadi ruang yang membentuk perhatian sosial masyarakat. Isu yang viral akan lebih mudah menarik simpati, empati, maupun partisipasi sosial dari Generasi Z karena memperoleh eksposur yang lebih luas dibandingkan isu lainnya. Sebaliknya, isu yang kurang mendapatkan perhatian publik cenderung lebih cepat terlupakan meskipun memiliki dampak sosial yang cukup besar.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dipahami bahwa viralitas informasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap

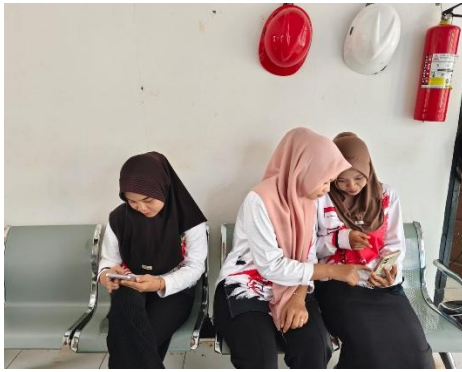
perhatian sosial Generasi Z di PT Seowon Manufacturing Tangerang Banten. Melalui media digital, berbagai isu sosial dapat dengan cepat memperoleh perhatian publik dan membentuk kepedulian sosial masyarakat. Namun, perhatian sosial yang terbentuk melalui ruang virtual juga cenderung mengikuti arus informasi yang sedang berkembang sehingga bersifat dinamis dan dapat berubah sesuai dengan tingkat viralitas suatu isu di media sosial.

3. Pemahaman Generasi Z terhadap Nilai, Norma, dan Isu Sosial melalui Media Digital

a. Pembentukan Pemahaman Nilai Sosial melalui Pengalaman Interaksi Digital

Media digital tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang bagi Generasi Z untuk memahami berbagai nilai sosial dalam kehidupan sehari-hari. Melalui interaksi yang berlangsung di media sosial, Generasi Z memperoleh pengalaman yang memengaruhi cara mereka memahami pentingnya menghargai orang lain, menjaga etika komunikasi, serta menunjukkan kepedulian sosial.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Informan P1 (YD, 35 Tahun), media sosial memberikan pemahaman mengenai pentingnya menjaga sikap dalam berkomunikasi dengan orang lain. *"Kadang kalau lihat komentar orang di media sosial jadi sadar juga kalau bicara itu harus dijaga. Karena apa yang kita tulis bisa memengaruhi perasaan orang lain."* (Wawancara dengan Informan P1, 13 Mei 2026). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pengalaman berinteraksi di media sosial dapat membentuk pemahaman individu mengenai nilai saling menghargai dan menjaga etika dalam berkomunikasi.



Gambar 7 Membahas Isu Yang Sedang Viral di Media Sosial

Sumber : Observasi Peneliti, 2026

Berdasarkan hasil observasi penelitian, sebagian besar karyawan Generasi Z aktif menggunakan media sosial untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan memberikan tanggapan terhadap berbagai unggahan. Aktivitas tersebut secara tidak langsung menjadi sarana pembelajaran sosial dalam memahami perilaku yang dianggap baik maupun tidak baik di lingkungan Masyarakat.

Menurut peneliti, pengalaman interaksi yang diperoleh melalui media digital memberikan pengaruh terhadap pembentukan pemahaman nilai sosial Generasi Z. Melalui berbagai informasi dan pengalaman yang diperoleh di media sosial, Generasi Z belajar memahami pentingnya menghargai orang lain, menjaga komunikasi yang baik, serta meningkatkan kepedulian terhadap lingkungan sosial di sekitarnya.

b. Internalisasi Norma Sosial dalam Lingkungan Virtual

Selain membentuk pemahaman terhadap nilai sosial, media digital juga berperan dalam proses internalisasi norma sosial pada Generasi Z. Norma sosial dalam ruang virtual berkembang melalui berbagai aturan tidak tertulis yang dipahami dan diterapkan oleh pengguna media sosial dalam aktivitas sehari-hari. Melalui interaksi yang berlangsung secara terus-menerus, Generasi Z belajar memahami perilaku yang dianggap

pantas maupun tidak pantas dalam lingkungan digital.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Informan P2 (WL, 23 Tahun), penggunaan media sosial membuat dirinya lebih berhati-hati dalam menyampaikan pendapat maupun membagikan informasi. *"Kalau sekarang sebelum posting atau komentar pasti dipikir dulu, karena takut disalahpahami atau malah jadi masalah."* (Wawancara dengan Informan P2, 13 Mei 2026). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Generasi Z mulai memahami adanya norma yang harus diperhatikan dalam penggunaan media sosial. Kesadaran tersebut muncul karena setiap tindakan yang dilakukan di ruang virtual dapat memperoleh respons dan penilaian dari pengguna lain.



Gambar 8 Jam Istirahat

Sumber : Observasi Peneliti, 2026

Berdasarkan hasil observasi penelitian, sebagian besar karyawan Generasi Z menunjukkan sikap yang cukup berhati-hati dalam menggunakan media sosial, terutama saat memberikan komentar, membagikan informasi, maupun menanggapi isu yang sedang berkembang. Mereka cenderung mempertimbangkan dampak dari aktivitas digital yang dilakukan agar tidak menimbulkan kesalahpahaman atau konflik dengan pengguna lain.

Menurut peneliti, pengalaman berinteraksi di media digital membantu Generasi Z memahami norma-norma sosial yang berlaku dalam lingkungan virtual. Melalui

berbagai respons, komentar, dan penilaian yang muncul di media sosial, individu belajar menyesuaikan perilakunya agar dapat diterima dalam lingkungan sosial digital. Dengan demikian, media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang pembelajaran norma sosial bagi Generasi Z dalam kehidupan sehari-hari.

c. Konstruksi Pemahaman Generasi Z terhadap Isu Sosial di Media Digital

Media sosial menjadi salah satu sumber utama informasi bagi Generasi Z dalam memahami berbagai isu sosial yang berkembang di masyarakat. Melalui media digital, Generasi Z dapat memperoleh informasi mengenai isu kemanusiaan, lingkungan, pendidikan, maupun berbagai permasalahan sosial lainnya secara cepat dan mudah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Informan P3 (RS, 29 Tahun), media sosial membantu dirinya mengetahui berbagai persoalan sosial yang terjadi di masyarakat. *"Kalau sekarang apa pun cepat muncul di media sosial. Jadi lebih tahu banyak masalah sosial yang terjadi di masyarakat."* (Wawancara dengan Informan P3, 13 Mei 2026). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa media sosial memberikan akses informasi yang luas sehingga membantu Generasi Z memahami berbagai fenomena sosial yang terjadi di lingkungan sekitar maupun di luar daerahnya.



Gambar 9 Penggunaan Sosial Media dalam Perayaan Momen Tertentu
Sumber : Observasi Peneliti, 2026

Berdasarkan hasil observasi penelitian, sebagian besar informan aktif mengikuti perkembangan informasi melalui platform seperti TikTok, Instagram, dan WhatsApp. Berbagai informasi sosial yang diperoleh dari media digital sering menjadi bahan diskusi dan pertukaran pendapat antar sesama karyawan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media digital berperan dalam membentuk cara pandang Generasi Z terhadap berbagai isu sosial yang berkembang.

Menurut peneliti, media digital memiliki peran penting dalam membentuk pemahaman Generasi Z terhadap berbagai isu sosial. Informasi yang diperoleh melalui media sosial membantu individu memperluas wawasan sosial serta memahami berbagai persoalan yang terjadi di masyarakat. Dengan demikian, media sosial menjadi salah satu sarana yang berkontribusi dalam pembentukan pengetahuan sosial Generasi Z di era digital.

d. Sikap Selektif Generasi Z dalam Menyaring Informasi Digital

Perkembangan media digital memberikan kemudahan bagi Generasi Z dalam memperoleh berbagai informasi. Namun, banyaknya informasi yang beredar di media sosial juga menuntut pengguna untuk lebih selektif dalam menerima dan menyebarkan informasi. Sikap selektif menjadi penting agar individu tidak mudah terpengaruh oleh informasi yang belum jelas kebenarannya. Berdasarkan hasil wawancara dengan Informan P2 (WL, 23 Tahun), dirinya mengaku tidak langsung mempercayai seluruh informasi yang ditemukan di media sosial karena masih banyak informasi yang belum tentu benar. *"Sekarang harus hati-hati juga lihat informasi di media sosial, karena kadang ada berita yang ternyata cuma dibuat supaya viral."* (Wawancara dengan Informan P2, 13 Mei 2026). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Generasi Z mulai memiliki kesadaran untuk melakukan penyaringan terhadap informasi yang diperoleh

melalui media digital. Informasi yang diterima tidak langsung dipercaya, tetapi terlebih dahulu dipertimbangkan dan dibandingkan dengan sumber lainnya.



Gambar 10 Keadaan Jam Pulang Kerja
Sumber : Observasi Peneliti, 2026

Berdasarkan hasil observasi penelitian, sebagian besar informan menunjukkan sikap yang cukup kritis terhadap informasi yang beredar di media sosial. Mereka cenderung mencari informasi tambahan atau melihat sumber lain sebelum mempercayai suatu berita, terutama jika informasi tersebut berkaitan dengan isu sosial yang sedang ramai diperbincangkan. Menurut penulis, pengalaman menggunakan media digital membuat Generasi Z semakin memahami pentingnya menyaring informasi sebelum menerima maupun menyebarkannya kepada orang lain. Sikap selektif tersebut menunjukkan adanya kesadaran untuk menggunakan media digital secara lebih bijak dan bertanggung jawab. Dengan demikian, kemampuan menyaring informasi menjadi salah satu bentuk kesiapan Generasi Z dalam menghadapi arus informasi yang semakin cepat di era digital.

Pembahasan

1. Pola Interaksi Generasi Z dalam Ruang Virtual

a. Penggunaan Media Sosial sebagai Media Interaksi Utama

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial menjadi sarana utama interaksi sosial Generasi Z di PT Seowon Manufacturing Tangerang Banten. Platform seperti WhatsApp,

Instagram, TikTok, dan Telegram tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga sebagai media komunikasi, pertukaran informasi, dan pembentukan relasi sosial antar rekan kerja. Hal ini menandakan bahwa interaksi sosial telah bergeser dari ruang fisik ke ruang virtual. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui teori interaksi simbolik George Herbert Mead yang menyatakan bahwa interaksi sosial terbentuk melalui penggunaan simbol yang dimaknai bersama (West & Turner, 2018). Dalam media digital, simbol tersebut berupa pesan teks, emoji, gambar, hingga fitur respons seperti like dan komentar yang memiliki makna sosial tertentu dalam komunikasi.

Dalam konsep mind, Generasi Z mampu memahami dan menggunakan simbol digital secara cepat karena telah terbiasa dengan bahasa komunikasi media sosial. Sementara dalam konsep *society*, media sosial membentuk jaringan hubungan sosial baru di lingkungan kerja yang tidak hanya terjadi secara langsung, tetapi juga secara virtual. Blumer (Hasbullah et al., 2022) menegaskan bahwa makna dalam interaksi sosial terbentuk melalui proses interpretasi terhadap simbol dalam komunikasi. Dalam konteks ini, intensitas respon dan komunikasi di media sosial menjadi indikator kedekatan sosial antarindividu. Selain itu, konsep *role taking* dan *looking-glass self* menjelaskan bahwa Generasi Z menyesuaikan cara berkomunikasi berdasarkan respon sosial orang lain, serta membentuk konsep diri dari feedback seperti komentar atau like di media sosial.

Temuan ini juga sejalan dengan (Nasrullah, 2017) yang menyatakan bahwa media sosial merupakan ruang interaksi virtual yang memungkinkan komunikasi tanpa batas ruang dan waktu. Selain itu, (Safitri, 2025) menjelaskan bahwa Generasi Z sebagai digital native menjadikan media digital sebagai bagian utama kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, media sosial bukan hanya alat komunikasi,

tetapi telah menjadi ruang sosial baru yang membentuk interaksi, makna, dan relasi sosial Generasi Z melalui pertukaran simbol dalam ruang virtual.

b. Bentuk-Bentuk Interaksi Virtual Generasi Z di Lingkungan Kerja

Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi virtual Generasi Z di PT Seowon Manufacturing Tangerang Banten tidak hanya terbatas pada komunikasi pekerjaan, tetapi juga mencakup interaksi sosial seperti pertukaran informasi, diskusi isu sosial, serta pemeliharaan hubungan antar rekan kerja melalui media digital seperti WhatsApp, Instagram, TikTok, dan Telegram. Hal ini menunjukkan bahwa ruang virtual telah menjadi bagian penting dari kehidupan sosial di lingkungan kerja. Dalam perspektif teori interaksi simbolik George Herbert Mead, interaksi sosial terjadi melalui pertukaran simbol yang dimaknai bersama oleh individu (Hasan et al., 2023). Dalam konteks ini, simbol tersebut hadir dalam bentuk pesan teks, emoji, gambar, video, dan fitur komunikasi digital lainnya yang digunakan untuk menyampaikan makna sosial tertentu dalam interaksi virtual.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa bentuk interaksi virtual tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga relasional. Generasi Z menggunakan media digital untuk menjaga kedekatan sosial meskipun tidak selalu berinteraksi secara langsung di tempat kerja. Hal ini menunjukkan bahwa makna hubungan sosial tidak lagi bergantung pada interaksi fisik, tetapi juga dibentuk melalui komunikasi simbolik di ruang digital. Pandangan ini sejalan dengan (Nasrullah, 2017) yang menyatakan bahwa media sosial menciptakan ruang interaksi baru yang memungkinkan individu membangun dan mempertahankan hubungan sosial tanpa batas ruang dan waktu. Dengan demikian, media digital berfungsi sebagai sarana yang memperluas bentuk interaksi sosial di lingkungan kerja.

Selain itu, interaksi virtual juga berperan sebagai media pertukaran informasi dan diskusi sosial yang kemudian memperkaya pemahaman Generasi Z terhadap berbagai isu yang berkembang. Proses ini menunjukkan bahwa interaksi simbolik tidak hanya terjadi dalam bentuk komunikasi personal, tetapi juga dalam proses berbagi makna terhadap informasi sosial di ruang digital. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa bentuk interaksi virtual Generasi Z mencakup komunikasi interpersonal, pertukaran informasi, diskusi sosial, serta pemeliharaan relasi sosial melalui simbol digital yang membentuk pola interaksi sosial baru di lingkungan kerja.

c. Pertukaran Simbol dan Makna dalam Komunikasi Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi Generasi Z di ruang virtual tidak hanya berisi penyampaian informasi, tetapi juga merupakan proses pertukaran simbol dan makna yang berlangsung secara terus-menerus. Dalam aktivitas sehari-hari, Generasi Z menggunakan berbagai simbol digital seperti pesan teks, emoji, stiker, gambar, video, komentar, serta fitur interaktif lainnya untuk mengekspresikan perasaan, pendapat, dan respons terhadap suatu informasi.

Dalam perspektif teori interaksi simbolik George Herbert Mead, tindakan sosial manusia dibentuk melalui makna yang diperoleh dari penggunaan simbol dalam proses interaksi (Hasan et al., 2023). Makna tersebut tidak bersifat alami, tetapi dikonstruksi melalui proses komunikasi dan interpretasi antarindividu dalam kehidupan sosial. Dalam ruang virtual, simbol digital menjadi media utama yang menggantikan sebagian fungsi komunikasi verbal dalam interaksi sosial.

Proses ini terlihat ketika Generasi Z memberikan komentar, menggunakan emoji, atau membagikan konten tertentu sebagai bentuk respons sosial. Setiap simbol yang digunakan tidak hanya menyampaikan pesan,

tetapi juga mengandung makna sosial yang dipahami bersama oleh pengguna media digital. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi digital tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga simbolik dan interpretatif.

Hal tersebut diperkuat oleh Herbert Blumer yang menjelaskan bahwa interaksi simbolik terjadi ketika individu memberikan makna terhadap tindakan orang lain melalui proses interpretasi sosial (Hasbullah et al., 2022). Dalam konteks media digital, individu tidak hanya menerima pesan secara langsung, tetapi juga menafsirkan makna dari simbol-simbol yang muncul sebelum memberikan respons. Proses interpretasi ini kemudian memengaruhi cara individu membangun hubungan sosial dalam ruang virtual. Selain itu, simbol digital juga berperan dalam pembentukan identitas sosial Generasi Z. Cara individu berkomentar, membuat unggahan, atau merespons isu tertentu di media sosial dapat mencerminkan citra diri yang ingin ditampilkan kepada orang lain. Dengan demikian, simbol digital tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai media representasi diri dalam interaksi sosial.

Temuan ini sejalan dengan (Jelita et al., 2026) yang menyatakan bahwa identitas di ruang digital bersifat dinamis dan terbentuk melalui proses interaksi serta representasi diri dalam media sosial. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa komunikasi digital Generasi Z merupakan proses interaksi simbolik yang melibatkan pertukaran makna secara aktif. Ruang virtual tidak hanya menjadi media komunikasi, tetapi juga menjadi ruang sosial tempat individu membangun makna, identitas, dan hubungan sosial melalui simbol-simbol digital.

2. Pembentukan Kesadaran Sosial Generasi Z melalui Interaksi Virtual

a. Peran Media Digital dalam Membentuk Kepekaan dan Empati Sosial

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media digital berperan penting dalam membentuk kepekaan dan empati sosial Generasi Z di PT Seowon Manufacturing Tangerang Banten. Melalui media sosial, Generasi Z secara aktif menerima berbagai informasi mengenai isu kemanusiaan, lingkungan, kemiskinan, dan ketidakadilan sosial. Paparan informasi ini membuat individu lebih mudah memahami kondisi sosial orang lain dan menumbuhkan rasa empati serta kepedulian sosial. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui teori interaksi simbolik George Herbert Mead, yang menekankan bahwa tindakan sosial terbentuk melalui proses pemaknaan simbol dalam interaksi sosial (West & Turner, 2018). Dalam konteks media digital, simbol tidak hanya berupa teks, tetapi juga video, gambar, dan unggahan yang mengandung makna sosial tertentu yang kemudian diinterpretasikan oleh pengguna.

Proses interaksi tersebut terlihat ketika Generasi Z tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi juga memberikan respons berupa komentar, berbagi ulang informasi, atau bentuk dukungan terhadap isu sosial tertentu. Dalam proses ini terjadi *role taking*, yaitu kemampuan individu memahami posisi dan perasaan orang lain berdasarkan simbol sosial yang mereka lihat di media digital. Blumer (Hasbullah et al., 2022) juga menegaskan bahwa makna sosial tidak muncul secara otomatis, tetapi dibentuk melalui proses interpretasi dalam interaksi sosial. Artinya, empati sosial Generasi Z terbentuk karena adanya proses penafsiran terhadap pengalaman orang lain yang ditampilkan melalui simbol-simbol digital di media sosial.

Selain itu, media sosial juga berfungsi sebagai ruang ekspresi kepedulian sosial, di

mana Generasi Z dapat menunjukkan empati melalui tindakan digital seperti membagikan informasi bantuan atau ikut serta dalam kampanye sosial. Hal ini menunjukkan bahwa ruang virtual tidak hanya membentuk pemahaman, tetapi juga mendorong tindakan sosial berbasis empati. Hal ini sejalan dengan (Girsang et al., 2025) yang menyatakan bahwa Generasi Z memiliki kesadaran sosial yang cukup tinggi dan aktif merespons isu sosial melalui media digital. Sementara itu, Widiyono (2021) menegaskan bahwa pengetahuan sosial individu terbentuk dari pengalaman interaksi yang terus-menerus dengan lingkungan sosial, termasuk lingkungan digital. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa kepekaan dan empati sosial Generasi Z terbentuk melalui proses interaksi simbolik di ruang virtual, di mana simbol-simbol digital menjadi media utama dalam membangun pemahaman dan kepedulian terhadap realitas sosial.

b. Partisipasi Sosial Generasi Z melalui Ruang Virtual

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media digital tidak hanya membentuk pemahaman sosial Generasi Z, tetapi juga mendorong munculnya partisipasi sosial melalui ruang virtual. Generasi Z di PT Seowon Manufacturing Tangerang Banten terlibat dalam berbagai aktivitas sosial seperti berbagi informasi, mendukung kampanye sosial, menyebarkan informasi penggalangan dana, serta menunjukkan dukungan terhadap isu-isu tertentu melalui media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi sosial kini tidak selalu membutuhkan kehadiran fisik, tetapi juga dapat dilakukan melalui ruang digital.

Dalam perspektif teori interaksi simbolik George Herbert Mead, tindakan sosial individu terbentuk melalui proses pemaknaan simbol dalam interaksi sosial (West & Turner, 2018). Dalam konteks ini, informasi, unggahan, dan kampanye sosial di media digital berfungsi sebagai simbol yang memiliki makna tertentu,

yang kemudian ditafsirkan oleh Generasi Z sebelum mereka memutuskan untuk terlibat dalam suatu tindakan sosial.

Proses ini menunjukkan adanya *mind* dalam interaksi simbolik, yaitu kemampuan individu untuk memahami makna dari simbol sosial yang mereka temui di media digital. Ketika Generasi Z memahami suatu isu sosial sebagai sesuatu yang penting, maka pemahaman tersebut mendorong mereka untuk merespons dalam bentuk partisipasi, seperti membagikan informasi atau memberikan dukungan. Selain itu, konsep *role taking* juga terlihat dalam partisipasi sosial digital, di mana individu membayangkan posisi orang lain yang mengalami suatu permasalahan sosial. Hal ini mendorong munculnya empati yang kemudian diwujudkan dalam bentuk tindakan sosial di ruang virtual.

Blumer (Hasbullah et al., 2022) menegaskan bahwa tindakan sosial merupakan hasil interpretasi individu terhadap simbol dalam proses interaksi. Dalam konteks ini, partisipasi sosial Generasi Z tidak muncul secara otomatis, tetapi terbentuk melalui proses interpretasi terhadap informasi sosial yang mereka terima di media digital.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa media sosial menjadi sarana yang memudahkan Generasi Z dalam melakukan partisipasi sosial karena bersifat cepat, luas, dan tidak dibatasi ruang dan waktu. Hal ini membuat keterlibatan sosial dapat dilakukan hanya melalui tindakan sederhana seperti membagikan unggahan atau mengikuti kampanye sosial digital. Temuan ini sejalan dengan (Aryani et al., 2025) yang menyatakan bahwa partisipasi sosial Generasi Z berkembang melalui jejaring digital yang membentuk solidaritas sosial baru dalam masyarakat modern. Sementara itu, (Widiyono, 2021) menegaskan bahwa pengalaman interaksi sosial yang berulang dalam lingkungan digital dapat membentuk kesadaran dan tindakan

sosial individu. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa partisipasi sosial Generasi Z melalui ruang virtual merupakan hasil dari proses interaksi simbolik yang berlangsung secara terus-menerus, di mana simbol digital menjadi media utama dalam membentuk pemahaman, kesadaran, dan tindakan sosial di era digital.

c. Pengaruh Viralitas Informasi terhadap Perhatian Sosial Generasi Z

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perhatian sosial Generasi Z terhadap berbagai isu yang berkembang di masyarakat sangat dipengaruhi oleh tingkat viralitas informasi di media digital. Isu yang ramai diperbincangkan di media sosial cenderung lebih cepat menarik perhatian, dibahas, dan direspons oleh Generasi Z dibandingkan isu yang kurang mendapat eksposur. Hal ini menunjukkan bahwa perhatian sosial dalam ruang digital banyak ditentukan oleh arus simbol dan informasi yang beredar secara masif. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui teori interaksi simbolik George Herbert Mead yang menekankan bahwa individu bertindak berdasarkan makna yang dibentuk melalui proses interaksi dan simbol sosial (West & Turner, 2018). Dalam konteks media sosial, informasi yang viral berfungsi sebagai simbol sosial yang terus-menerus diulang, dibagikan, dan dikomentari, sehingga membentuk makna kolektif bahwa isu tersebut penting untuk diperhatikan.

Dalam konsep *mind*, Generasi Z menafsirkan informasi yang sering muncul sebagai sesuatu yang memiliki nilai sosial tinggi. Semakin sering suatu isu muncul dalam ruang digital, semakin besar kemungkinan isu tersebut dianggap relevan dan penting untuk dibahas. Proses ini menunjukkan bahwa perhatian sosial terbentuk melalui pemaknaan terhadap simbol digital yang berulang. Selain itu, konsep *role taking* juga terlihat dalam respons Generasi Z terhadap isu viral. Individu tidak hanya melihat informasi secara pasif,

tetapi juga membayangkan posisi orang yang terdampak dari isu tersebut. Namun, proses ini sangat dipengaruhi oleh intensitas eksposur informasi, sehingga empati dan perhatian sosial lebih kuat muncul pada isu yang viral dibandingkan isu yang tidak banyak muncul di ruang digital.

Blumer (Hasbullah et al., 2022) menjelaskan bahwa makna sosial tidak melekat pada objek, tetapi terbentuk melalui proses interpretasi dalam interaksi sosial. Dalam konteks ini, viralitas informasi membentuk pola interpretasi kolektif Generasi Z terhadap isu sosial, sehingga perhatian mereka lebih terfokus pada isu yang sedang ramai diperbincangkan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa perhatian sosial Generasi Z bersifat dinamis, mengikuti arus informasi yang berkembang di media digital. Ketika suatu isu terus diproduksi dan disebarluaskan secara luas, perhatian sosial meningkat, namun ketika isu tersebut tidak lagi viral, perhatian cenderung menurun. Hal ini sejalan dengan (Girsang et al., 2025) yang menyatakan bahwa media sosial menjadi sumber utama informasi bagi Generasi Z, sehingga intensitas eksposur informasi sangat memengaruhi fokus perhatian mereka terhadap isu sosial. Sementara itu, (Widiyono, 2021) menegaskan bahwa pemahaman individu terhadap realitas sosial dibentuk melalui pengalaman interaksi dengan lingkungan sosial, termasuk lingkungan digital. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa viralitas informasi membentuk perhatian sosial Generasi Z melalui proses interaksi simbolik di ruang digital, di mana makna terhadap suatu isu sosial dikonstruksi berdasarkan intensitas dan frekuensi simbol informasi yang beredar di media sosial.

3. Pemahaman Generasi Z terhadap Nilai, Norma, dan Isu Sosial melalui Media Digital

a. Pembentukan Pemahaman Nilai Sosial melalui Pengalaman Interaksi Digital

Berdasarkan hasil penelitian, media digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang sosial baru yang membentuk pemahaman Generasi Z terhadap nilai-nilai sosial dalam kehidupan sehari-hari. Interaksi yang terjadi di media sosial memberikan pengalaman langsung bagi individu dalam memahami etika komunikasi, penghargaan terhadap orang lain, serta kepedulian sosial dalam ruang digital. Dalam perspektif teori interaksi simbolik George Herbert Mead, makna sosial tidak terbentuk secara langsung, tetapi lahir melalui proses interaksi yang menggunakan simbol-simbol sosial yang kemudian diinterpretasikan oleh individu (Hasan et al., 2023). Dalam konteks media digital, simbol tersebut hadir dalam bentuk komentar, emoji, teks, gambar, hingga video yang memiliki makna sosial tertentu dan dipahami secara kolektif oleh pengguna.

Proses ini menunjukkan adanya kerja *mind*, yaitu kemampuan Generasi Z dalam memahami dan menafsirkan simbol-simbol digital yang mereka temui dalam interaksi sosial. Dari proses tersebut, individu belajar membedakan perilaku yang dianggap sopan, tidak sopan, atau sesuai dengan norma sosial yang berlaku di ruang virtual. Hasil observasi penelitian juga menunjukkan bahwa Generasi Z tidak hanya menggunakan media sosial untuk hiburan, tetapi juga aktif berinteraksi dan merespons unggahan orang lain. Dalam proses tersebut terjadi *role taking*, yaitu kemampuan individu menempatkan diri pada posisi orang lain sebelum memberikan respons. Hal ini terlihat dari kecenderungan pengguna untuk lebih berhati-hati dalam berkomentar agar tidak menyinggung pihak lain.

Blumer (Hasbullah et al., 2022) menegaskan bahwa makna sosial terbentuk melalui proses interpretasi terhadap simbol dalam interaksi

sosial. Dalam konteks ini, pengalaman berulang di media digital membuat Generasi Z secara bertahap menginternalisasi nilai sosial seperti sopan santun, empati, dan penghargaan terhadap orang lain. Menurut peneliti, proses interaksi yang terus-menerus di ruang digital menjadikan media sosial sebagai ruang sosialisasi nilai yang efektif, karena nilai sosial tidak hanya dipahami secara teoritis, tetapi juga dipraktikkan secara langsung dalam komunikasi sehari-hari.

b. Internalisasi Norma Sosial dalam Lingkungan Virtual

Selain membentuk pemahaman nilai, media digital juga berperan dalam proses internalisasi norma sosial pada Generasi Z. Norma dalam ruang virtual tidak bersifat formal, tetapi terbentuk melalui kebiasaan, kesepakatan tidak tertulis, serta respons sosial yang muncul dalam interaksi antar pengguna media sosial. Dalam perspektif teori interaksi simbolik Herbert Blumer, individu bertindak berdasarkan makna yang terbentuk melalui proses interaksi sosial dan interpretasi terhadap respons orang lain (Hasbullah et al., 2022). Artinya, norma dalam media sosial tidak ditentukan secara langsung, tetapi dikonstruksi melalui pengalaman interaksi yang berulang dan penilaian sosial dari pengguna lain.

Hasil observasi menunjukkan bahwa Generasi Z cenderung lebih berhati-hati dalam berkomentar, terutama pada isu yang sensitif atau sedang viral. Mereka juga menyesuaikan cara berkomunikasi agar tidak menimbulkan konflik atau kesalahpahaman. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku digital mereka telah dipengaruhi oleh norma sosial yang berkembang di ruang virtual. Dalam konteks ini, konsep *looking-glass self* dari Mead menjadi relevan, yaitu individu membentuk konsep diri berdasarkan refleksi penilaian orang lain dalam interaksi sosial. Respons seperti like, komentar, kritik, atau dukungan menjadi “cermin sosial” yang memengaruhi cara

Generasi Z memahami perilaku yang dianggap pantas di ruang digital. Dengan demikian, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang sosialisasi norma sosial yang membentuk perilaku, sikap, dan cara Generasi Z menyesuaikan diri dalam interaksi sosial di lingkungan digital.

c. Konstruksi Pemahaman Generasi Z terhadap Isu Sosial di Media Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam membentuk pemahaman Generasi Z terhadap berbagai isu sosial yang berkembang di masyarakat. Informasi yang tersebar di media digital menjadi sumber utama dalam membangun pengetahuan sosial karena dapat diakses secara cepat, luas, dan *real-time*. Dalam perspektif teori interaksi simbolik George Herbert Mead, pemahaman terhadap isu sosial terbentuk melalui proses penggunaan simbol dan interpretasi makna dalam interaksi sosial (Hasan et al., 2023). Dalam konteks media digital, isu sosial yang muncul dalam bentuk teks, video, komentar, dan unggahan menjadi simbol yang kemudian ditafsirkan oleh Generasi Z untuk membentuk pemahaman terhadap realitas sosial. Proses ini berkaitan dengan konsep *mind*, di mana individu menggunakan kemampuan berpikir untuk menafsirkan informasi yang diterima dari media sosial. Semakin sering suatu isu muncul dan dibahas di ruang digital, semakin kuat makna sosial yang terbentuk dalam pemikiran individu terhadap isu tersebut.

Hasil observasi menunjukkan bahwa informasi dari media sosial sering menjadi bahan diskusi antar karyawan Generasi Z. Diskusi tersebut tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga menjadi proses pertukaran simbol yang membentuk pemahaman bersama mengenai suatu isu sosial. Dalam hal ini, Blumer menegaskan bahwa makna sosial tidak melekat pada objek, tetapi dibentuk melalui

proses interpretasi dalam interaksi sosial (Hasbullah et al., 2022). Jika dikaitkan dengan teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann, proses ini juga menunjukkan tahapan eksternalisasi dan internalisasi, di mana informasi dari media sosial dipahami kembali oleh individu dan membentuk realitas sosial yang dianggap “nyata” dalam kehidupan sehari-hari (Berger & Luckmann, 1966). Menurut peneliti, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai penyedia informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi simbolik yang membentuk cara Generasi Z memahami, menilai, dan memaknai isu sosial melalui proses komunikasi yang berlangsung terus-menerus.

d. Sikap Selektif Generasi Z dalam Menyaring Informasi Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki kecenderungan untuk lebih selektif dalam menyaring informasi yang diperoleh dari media digital. Hal ini merupakan respons terhadap derasnya arus informasi di media sosial yang tidak semuanya memiliki tingkat validitas yang jelas. Dalam perspektif konstruksi sosial Berger dan Luckmann, individu tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi juga melakukan proses interpretasi berdasarkan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki (Widiyono, 2021).

Dalam perspektif teori interaksi simbolik George Herbert Mead, proses seleksi informasi tersebut berkaitan dengan kemampuan *mind*, yaitu kemampuan individu dalam menafsirkan simbol-simbol informasi yang muncul di media sosial sebelum mempercayai atau meresponsnya. Informasi digital seperti berita, unggahan, maupun komentar tidak langsung dimaknai sebagai kebenaran, tetapi melalui proses berpikir dan interpretasi sosial terlebih dahulu. Hasil observasi juga menunjukkan bahwa Generasi Z cenderung mencari informasi tambahan dari sumber lain sebelum mempercayai suatu berita, terutama jika berkaitan dengan isu sosial yang

sedang viral. Hal ini menunjukkan adanya proses interpretasi aktif sebagaimana dijelaskan dalam teori interaksi simbolik Herbert Blumer, bahwa individu bertindak berdasarkan makna yang dibentuk melalui interaksi sosial dan proses penafsiran terhadap simbol yang diterima (Hasbullah et al., 2022).

Menurut peneliti, sikap selektif ini merupakan bentuk adaptasi Generasi Z terhadap lingkungan digital yang ditandai oleh arus informasi yang cepat, masif, dan tidak selalu akurat. Dalam proses ini, media sosial tidak hanya menjadi ruang komunikasi, tetapi juga ruang evaluasi makna sosial yang menuntut individu untuk lebih kritis dalam menerima informasi. Selain itu, sejalan dengan (Fadilla & Mesra, 2026), interaksi sosial dalam ruang digital yang bersifat terbuka dapat membentuk sikap saling percaya, solidaritas, serta kehati-hatian dalam menerima informasi sebagai bagian dari penguatan modal sosial di masyarakat digital. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa sikap selektif Generasi Z dalam menyaring informasi menunjukkan bahwa mereka tidak bersifat pasif dalam menerima informasi digital, melainkan aktif melakukan interpretasi terhadap simbol-simbol informasi yang mereka temui. Proses ini mencerminkan bahwa ruang virtual telah membentuk pola pikir kritis Generasi Z dalam menghadapi arus informasi di era digital.

E. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai *Pembentukan Kesadaran Sosial Generasi Z melalui Interaksi di Ruang Virtual di PT Seowon Manufacturing Tangerang Banten*, dapat disimpulkan bahwa pola interaksi Generasi Z di ruang virtual menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi media utama dalam berkomunikasi dan berinteraksi di lingkungan kerja maupun kehidupan sehari-hari. Interaksi yang terjadi tidak hanya berkaitan dengan pekerjaan, tetapi juga mencakup pertukaran informasi, hiburan, serta

hubungan sosial yang dilakukan melalui berbagai bentuk komunikasi digital seperti pesan teks, emoji, gambar, dan konten media sosial. Kondisi ini menunjukkan bahwa ruang virtual telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sosial Generasi Z.

Selanjutnya, pembentukan kesadaran sosial Generasi Z terjadi melalui interaksi di media digital yang mendorong meningkatnya kepekaan, empati, serta partisipasi sosial terhadap berbagai isu yang berkembang di masyarakat. Paparan informasi sosial melalui media digital membuat Generasi Z lebih mudah memahami realitas sosial yang terjadi di sekitarnya, sekaligus mendorong keterlibatan mereka dalam bentuk dukungan maupun tindakan sosial secara daring. Selain itu, viralitas informasi juga berpengaruh dalam menentukan perhatian sosial Generasi Z terhadap isu-isu tertentu yang sedang ramai diperbincangkan di media sosial.

Selain itu, pemahaman Generasi Z terhadap nilai, norma, dan isu sosial juga terbentuk melalui pengalaman interaksi di ruang virtual. Melalui media digital, Generasi Z belajar mengenai etika komunikasi, perilaku sosial yang dianggap pantas, serta pentingnya sikap selektif dalam menyaring informasi. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan informasi, tetapi juga sebagai ruang pembelajaran sosial yang membentuk cara pandang, sikap kritis, serta pemahaman Generasi Z terhadap berbagai realitas sosial yang berkembang di masyarakat. Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa interaksi Generasi Z di ruang virtual tidak hanya bersifat komunikatif, tetapi juga merupakan proses sosial yang membentuk kesadaran sosial, pemahaman nilai, dan pola pikir kritis dalam kehidupan sehari-hari. Dalam perspektif teori interaksi simbolik dan konstruksi sosial, media digital menjadi ruang pembentukan makna sosial yang memengaruhi cara Generasi Z memahami dan merespons realitas sosial di era

digital.

F. Daftar Pustaka

- Anriani, T., & Nasution, K. (2024). ADAPTASI MAHASISWA PERANTAU DI KOTA YOGYAKARTA: PERSPEKTIF TEORI KONSTRUKSI SOSIAL PETER L. BERGER. *Huma: Jurnal Sosiologi*, 3(2), 168–177.
- Aryani, W. N., Fatianjani, A. E., Taher, A., Kabat, A., Safitri, A. P., Tunjung, A. S., Cantria, A. M., Agustin, B., Nisa, S., Daniyati, T., & Pratama, T. (2025). Partisipasi Sosial Generasi Z Dalam Pembangunan Masyarakat Urban: Analisis Perspektif Sosiologi Partisipasi. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, 5(2), 285–293. <https://databoks.katadata.co.id>
- Cahyadi, J., & Pribadi, M. A. (2023). Implementasi Interaksi Simbolik dalam Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Divisi Copywriter Sevenads Indonesia) Kasus pada Divisi Copywriter di Agensi Digital Sevenads Indonesia). *Kiwari*, 3(2), 213–220.
- Fadhilah, H. N. (2025). KONFIGURASI INTERAKSI SOSIAL DALAM NOVEL RASA KARYA TERE LIYE : KAJIAN INTERAKSI SOSIAL GEORG SIMMEL. *Bapala*, 12(1), 22–32.
- Fadilla, Y., & Mesra, R. (2026). Pola Komunikasi Antarwarga dalam Menghadapi dan Menjaga Integritas Saat Terjadi Banjir di Lingkungan RT03 Duren Sawit. *COMTE: Journal of Sociology Research and Education*, 2(6), 377–388.
- Girsang, M. E., Keguruan, F., Ekonomi, P. S., Pamulang, U., & Selatan, T. (2025). Kesadaran Sosial Generasi Z di Tengah Arus Informasi Digital. *JURIHUM : Jurnal Inovasi Dan Humaniora*, 3(3), 449–453.
- Hasan, S. R., Mu'aziz, F., & Cahyadi, T. D. (2023). Riswah Dalam Rangka Mengambil Hak. *Al-Majalis: Jurnal Dirasat Islamiyah*, 10(3), 188–03.
- Hasbullah, A. R., Ahid, N., & Sutrisno. (2022). Penerapan Teori Interaksi Simbolik dan Perubahan Sosial di Era Digital. *At-Tahdzib: Jurnal Studi Islam Dan Mu'amalah*, 10(1), 633–634.
- Jelita, M. V., Atriwanti, D. D., Victory, A., Pake, Y. D., Mite, P. S., Jehamat, L., & Nahak, I. (2026). FOMO dan Negosiasi Identitas Generasi Z Di Ruang Digital Mahasiswa Universitas Nusa Cendana Kupang (Scrolling- Self Constrution). *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 4(1), 2309–2322. <https://doi.org/https://doi.org/10.61104/alz.v4i1.3506>
- Mufidah, A., Raharjo, & Mustopa. (2024). PENANAMAN KESADARAN SOSIAL SISWA DALAM PEMBELAJARAN PENDIDIKAN AGAMA ISLAM DAN IMPLIKASINYA TERHADAP PERILAKU SOSIAL KEAGAMAAN. *Journal of PAI Studies*, 16(3), 310–332.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Siosioteknologi*. Remaja Rosdakarya.
- Piwari, B. (2025). Analisis Dampak Metaverse Sosial terhadap Interaksi Masyarakat di Era Digital Menggunakan Metode Kualitatif Deskriptif. *KAMPUS AKADEMIK PUBLISING Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 434–440.
- Pohan, M., & Rialdy, N. (2024). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU GEN Z. *KAMPUS AKADEMIK PUBLISING Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(6), 295–302.
- Roesma, J., & Mulya, N. (2018). *Media Sosialita Eksis Narasi Jadi Daring Darling*. Gramedia Pustaka Utama.
- Safitri, F. (2025). Peran Media Sosial Dalam Membentuk Kesadaran Sosial Generasi Z. *Intelektual: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Mahasiswa Dan Akademisi*, 1(2), 11–24.
- Saputri, D. E., Zain, D., Rachman, M. A., & Wicaksono, R. D. (2025). *Komunikasi Bertopeng di Media Sosial : Strategi Generasi Z dalam Menggunakan Akun Kedua untuk Mengelola Identitas Digital*. 904–917.
- Sari, & Alfianti. (2025). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas. *Jurnal Siosioteknologi*, 21(2), 110–118.
- Sarosa, S. (2021). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Kanisius.

- Sofyan, S., Kurniawan, M. B., Octarina, H., Sahusilawane, N. A., Safira, A., Sulastris, T., Yusnaldi, E., Negeri, I., & Utara, S. (2025). Kesadaran Sosial Melalui Pembelajaran IPS Sekolah Dasar Shifa. *JURNAL MUDABBIR (Journal Research and Education Studies) Volume*, 5(1), 258–268.
- Sudaryono, D. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan*. PT Kharisma Putra Utama.
- Tety, D. dkk. (2020). *Gagasan Millenial & Generasi Z Untuk Indonesia Emas 2045*. Fianosa Publishing.
- Widiyono, A. (2021). *Konstruksi dan Persepsi Batik Peter L. Berger*. Unisnu Press.
- Wulandari, U., & Mesra, R. (2026). Interaksi Sosial Anak Asuh di Unit Pelaksana Teknis Perlindungan Dan Pelayanan Sosial Asuhan Anak (UPT PSAA) Banyuwangi. *ETIC (EDUCATION AND SOCIAL SCIENCE JOURNAL)*, 3(2), 146–158.