

PERAN MEDIA SOSIAL DALAM AKTIVISME SOSIAL DI KALANGAN GENERASI Z

Sitiaisa Marbun¹, Arina Muntazah²
sitiaisamarbun@gmail.com¹, arina.rtz@bsi.ac.id²
Universitas Bina Sarana Informatika

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media sosial dalam memfasilitasi dan membentuk aktivisme sosial di kalangan generasi z, dengan fokus khusus pada platform tiktok. Generasi z dikenal sebagai generasi yang sangat melek teknologi dan secara aktif menggunakan media sosial sebagai alat utama untuk berkomunikasi dan berekspresi. Media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai platform hiburan, tetapi telah bertransformasi menjadi ruang penting untuk mobilisasi sosial dan politik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mendalami bagaimana individu-individu generasi z menggunakan fitur-fitur tiktok, seperti video pendek, audio viral, dan tantangan (challenges), untuk menyebarkan kesadaran, menggali dukungan, dan mengorganisir aksi terkait isu-isu sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tiktok memiliki peran signifikan dalam mempopulerkan narasi-narasi aktivisme melalui format konten yang mudah dicerna dan dibagikan. Karakteristik algoritma tiktok yang mendorong konten viral memfasilitasi penyebaran pesan aktivisme secara cepat dan luas, bahkan menjangkau audiens di luar lingkaran aktivis tradisional. Selain itu, fitur duet dan stitch memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi langsung dalam percakapan, menciptakan rasa komunitas dan kepemilikan kolektif terhadap isu yang diperjuangkan. Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi tantangan, seperti potensi misinformasi, dangkalnya pemahaman isu karena durasi konten yang terbatas, dan fenomena "slacktivism" di mana partisipasi hanya sebatas interaksi digital tanpa diikuti oleh aksi nyata. Meskipun demikian, media sosial, khususnya tiktok, terbukti menjadi alat yang efektif dalam mendorong partisipasi politik dan sosial yang inklusif dan dinamis di kalangan generasi z.

Kata Kunci: Aktivisme Sosial, Media Sosial, Generasi Z, Tiktok.

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of social media in facilitating and shaping social activism among generation z, with a particular focus on the tiktok platform. Generation z is known as a highly tech-savvy generation and actively uses social media as a primary tool for communication and expression. Social media no longer functions solely as an entertainment platform, but has transformed into an important space for social and political mobilization. This study uses a qualitative approach with a case study method to explore how generation z individuals use tiktok features, such as short videos, viral audio, and challenges, to spread awareness, garner support, and organize actions related to social issues. The results show that tiktok plays a significant role in popularizing activism narratives through content formats that are easy to digest and share. The characteristics of tiktok's algorithm that encourages viral content facilitate the rapid and widespread dissemination of activism messages, even reaching audiences outside traditional activist circles. Furthermore, the duet and stitch features allow users to participate directly in conversations, creating a sense of community and collective ownership of the issues being championed. However, this study also identified challenges, such as the potential for misinformation, shallow understanding of issues due to limited content duration, and the phenomenon of "slacktivism," where participation is limited to digital interactions without any concrete action. Nevertheless, social media, particularly tiktok, has proven to be an effective tool in encouraging inclusive and dynamic political and social participation among generation z.

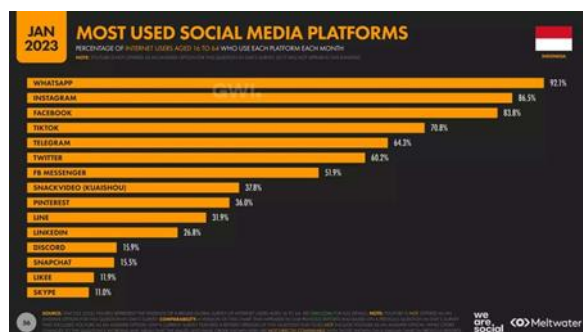
Keywords: Social Activism, Social Media, Generation Z, Tiktok.

PENDAHULUAN

Era digital telah membawa perubahan mendasar pada banyak aspek kehidupan manusia, termasuk cara individu berinteraksi, berkomunikasi, dan berpartisipasi dalam

masalah sosial dan politik. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, terutama dengan munculnya platform media sosial, telah merevolusi lanskap aktivisme sosial. Media sosial tidak hanya alat untuk berbagi informasi dan terhubung dengan orang lain, tetapi juga platform yang ampuh untuk menyelenggarakan gerakan sosial, menyebarkan kesadaran tentang isu-isu penting, dan memobilisasi dukungan publik.

Menurut (Sikumbang, K, Ramadhina, & Permana, B.G. pada tahun 2024) mengatakan bahwa Istilah “media sosial” digunakan untuk merujuk pada jenis media baru yang memungkinkan orang berpartisipasi secara interaktif. Peranan Media Sosial Instagram terhadap Interaksi Sosial dan Etika pada Generasi Z. *Journal on Education*, 6(2), 11029-11037. Saat ini, orang dapat berinteraksi satu sama lain dalam skala besar, lebih mudah daripada sebelumnya, berkat hadirnya teknologi digital dan seluler. Oleh karena itu, interaktivitas merupakan inti dari cara kerja media baru. Sekarang satu orang dapat berbicara dengan banyak orang, dan ada kemungkinan adanya umpan balik langsung. Saat ini, komunitas dan pelanggan memiliki suara yang lebih kuat dan tanpa hambatan daripada sebelumnya.



Gambar 1. Presentase Penggunaan Media Sosial

Media sosial adalah alat komunikasi di mana pengguna media daring dapat dengan mudah berbagi, membuat, dan berpartisipasi dalam konten. Menurut (Putri, Nurwati dan S), media sosial juga merupakan tempat media fokus terhadap keberadaan penggunaannya. Salah satu perkembangan internet adalah jaringan sosial. Orang dapat dengan mudah mengambil foto di mana saja, kapan saja, lalu mengunggahnya di media sosial. Media sosial sangat umum dalam kehidupan sehari-hari saat ini, dan beberapa orang bahkan tidak dapat hidup tanpanya. Salah satu aplikasi yang paling banyak diunduh pada tahun 2020 saat ini adalah TikTok, dan mereka mengubah permainan di media sosial dengan video berdurasi 15 hingga 60 menit.

Populasi dunia yang terus bertambah menciptakan banyak generasi. Dimulai dari Generasi Baby Boomers (1946-1960) hingga generasi yang saat ini memegang peranan vital, yaitu generasi Z atau Gen Z (1995-2010). Menurut (Fikri, R., Mujahidin, M. H., Sutisna, N. A., Najat, K., & Laksana, A. 2024), generasi Z merupakan generasi pertama yang terpapar teknologi sejak usia muda. Teknologi ini berupa komputer atau media elektronik lainnya, seperti telepon seluler, jaringan internet, dan bahkan aplikasi media sosial. Generasi Z tumbuh dengan media sosial, yang berpusat pada digital dan teknologi adalah identitas mereka. Lahir dan tumbuh seiring kemajuan dunia. Digital adalah yang membuat generasi Z berbeda dari generasi sebelumnya. Perbedaan paling mencolok antara generasi Z dan generasi lainnya adalah penggunaan telepon seluler.

Menurut (Prensky, 2001), generasi Z yang lahir antara pertengahan 1990-an dan awal 2010-an, tumbuh dalam lingkungan digital dan sangat terhubung. Mereka adalah “penduduk asli digital” yang mahir menggunakan berbagai platform media sosial, seperti Instagram, Twitter, TikTok, Facebook, dan YouTube, dalam kehidupan sehari-hari. (Gulo, A. 2023) mengatakan bahwa bagi generasi ini, media sosial bukan sekadar alat komunikasi,

tetapi juga bagian integral dari identitas, interaksi sosial, dan partisipasi mereka dalam berbagai aspek kehidupan termasuk aktivisme sosial.

TikTok, atau Douyin di China, adalah layanan jejaring sosial berbagi yang menggunakan video berdurasi pendek sebagai media untuk menangkap dan menyajikan kreativitas, pengetahuan, dan momen lainnya yang dimiliki oleh ByteDance, sebuah perusahaan teknologi internet yang berbasis di Beijing dan diciptakan pada tahun 2012 oleh Zhang Yiming. Awal mula tiktok berawal dari tahun 2016 dengan nama Douyin dan baru berlayar di China hingga tahun 2017 diluncurkan dengan nama tiktok untuk seluruh dunia. Sebelum sepenuhnya beroperasi, tiktok bergabung dengan Musical.ly, aplikasi lip sync, sebagai aplikasi seutuhnya. Tiktok disukai oleh generasi z karena karakteristik

tiktok yang belum pernah dimiliki oleh media sosial lainnya. Seolah-olah dengan penggunaan tiktok, generasi z dapat mengungkapkan identitas atau jati dirinya masing-masing.



Gambar 2. Logo TikTok

Salah satu media sosial yang sedang hangat dibicarakan dan paling banyak digunakan oleh generasi z adalah tiktok. Dengan menggunakan perspektif konstruksionis sosial dimana hasil interpretasi dari interaksi sosial membentuk sense of self kepada pengguna dan penonton yang tertarik pada konten tertentu di tiktok.

Aksi sosial, yang secara tradisional melibatkan demonstrasi fisik, petisi, dan aktivitas tatap muka lainnya, telah mengalami transformasi signifikan dengan munculnya media sosial. Platform ini menyediakan ruang virtual yang memungkinkan individu untuk mengekspresikan pendapat mereka, mengatur tindakan kolektif, dan menjangkau khalayak yang lebih luas tanpa batasan geografis. Media sosial memungkinkan penyebaran informasi yang cepat dan viral tentang isu-isu sosial, politik, dan lingkungan, meningkatkan kesadaran publik dalam skala yang belum pernah terjadi sebelumnya. Dalam konteks ini, generasi z muncul sebagai kekuatan pendorong utama dalam memanfaatkan potensi media sosial untuk tujuan aktivisme.

Mereka menggunakan platform ini untuk mengekspresikan keprihatinan mereka tentang berbagai isu, mulai dari ketidakadilan sosial, kesenjangan ekonomi, diskriminasi hingga isu lingkungan dan politik. Karakteristik unik generasi z, seperti pengetahuan teknologi yang mendalam, kreativitas dalam menyampaikan pesan, dan keinginan untuk terlibat dalam perubahan sosial, membuat mereka sangat efektif dalam menggunakan media sosial untuk aktivisme. Mereka mampu membuat konten yang menarik dan memikat, membangun komunitas online yang solid, dan menggunakan berbagai fitur media sosial untuk mengorganisir aksi dan kampanye secara daring maupun luring.

Perilaku generasi z dalam menggunakan tiktok sebagai media penyaluran edukasi dan aktivisme merupakan suatu perilaku manusia dalam periode umur remaja yang inovatif dan kreatif. Namun, kreativitas yang disajikan dalam tiktok oleh para pengguna merupakan salah satu cara yang dapat mengubah perspektif negatif menjadi positif.

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi motivasi keterlibatan generasi z, bentuk, dan dampak dari aktivisme yang dilakukan melalui tiktok. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru tentang dinamika aktivisme digital modern, serta kontribusinya terhadap perubahan sosial di era digital.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan Teori Keterlibatan Media Sosial (TKMS). Penelitian ini mengadopsi desain penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pendekatan studi kasus dipilih karena memungkinkan peneliti untuk melakukan eksplorasi mendalam dan komprehensif terhadap fenomena peran media sosial dalam aktivisme sosial di kalangan generasi z dalam konteks alaminya. Studi kasus tidak bertujuan untuk generalisasi statistik, melainkan untuk memberikan pemahaman yang kaya dan mendalam tentang kasus atau fenomena tertentu. Dalam konteks ini, "kasus" dapat berupa kelompok aktivis generasi z tertentu, kampanye aktivisme daring yang spesifik, atau pengalaman individu generasi z dalam menggunakan media sosial untuk tujuan aktivisme.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Media Sosial

Sejarah media sosial adalah cerminan evolusi teknologi komunikasi manusia, dari bentuk paling sederhana hingga jejaring global yang kompleks seperti saat ini. Konsep dasar untuk saling terhubung dan berbagi informasi sebenarnya sudah ada jauh sebelum internet hadir, namun era digital membuka babak baru yang revolusioner. Akar mula media sosial dapat ditarik hingga akhir tahun 1970-an dengan munculnya Bulletin Board System (BBS). BBS memungkinkan pengguna untuk berinteraksi melalui pesan teks, mengunduh file, dan berkomunikasi dalam komunitas daring yang masih terbatas. Kemudian, pada tahun 1980-an, Usenet hadir sebagai sistem diskusi yang lebih mirip forum online, memungkinkan pertukaran pesan dalam "newsgroups". Titik balik signifikan datang pada tahun 1990-an dengan popularitas internet dan World Wide Web. Pada tahun 1997, Six Degrees muncul sebagai salah satu situs jejaring sosial pertama yang memungkinkan pengguna membuat profil dan menambahkan teman. Meskipun tidak bertahan lama, Six Degrees menjadi pionir dalam membentuk fondasi interaksi sosial daring.

Awal tahun 2000-an menjadi era kebangkitan jejaring sosial dengan munculnya Friendster (2002), MySpace (2003), dan LinkedIn (2002). Friendster sempat sangat populer di kalangan anak muda sebelum dominasinya digantikan oleh MySpace. Namun, kehadiran Facebook pada tahun 2004 menjadi pengubah permainan. Facebook memperkenalkan fitur-fitur interaktif yang revolusioner, mengubah cara orang berkomunikasi dan berbagi informasi secara daring, dan dengan cepat menjadi platform terbesar di dunia.

Aktivisme Sosial Dikalangan Generasi Z

Aktivisme sosial, dalam intinya, adalah upaya kolektif individu atau kelompok untuk membawa perubahan positif dalam masyarakat. Sejarahnya membentang ribuan tahun, jauh sebelum istilah "aktivisme" populer, bermula dari perlawanan terhadap ketidakadilan, penindasan, dan diskriminasi. Bentuk-bentuk awalnya mungkin sederhana, seperti pemberontakan petani atau protes masyarakat adat menentang penguasa, namun benang merahnya adalah keinginan kuat untuk memperbaiki kondisi hidup dan memperjuangkan hak-hak dasar. Inilah yang menjadi pondasi bagi gerakan-gerakan yang lebih terorganisir di kemudian hari. Pada abad pertengahan dan awal modern, muncul berbagai bentuk perlawanan yang lebih terstruktur. Misalnya, gerakan reformasi agama di Eropa, meskipun berpusat pada spiritualitas, juga memiliki dimensi sosial yang kuat, menentang korupsi dan ketidakadilan dalam institusi keagamaan. Perlawanan petani di berbagai belahan dunia, menunjukkan bahwa aktivisme sering kali lahir dari penderitaan yang meluas dan kebutuhan mendesak akan kebebasan serta kesetaraan.

Abad ke-18 dan ke-19 menyaksikan kebangkitan aktivisme yang lebih terorganisir, dipicu oleh Revolusi Industri dan gagasan pencerahan tentang hak asasi manusia. Gerakan

abolisionis untuk menghapus perbudakan, terutama di Inggris dan Amerika Serikat, adalah salah satu contoh paling menonjol. Mereka menggunakan berbagai taktik, mulai dari petisi, boikot, hingga demonstrasi massal, dan berhasil menunjukkan kekuatan opini publik dalam mempengaruhi kebijakan pemerintah. Periode ini juga melihat lahirnya gerakan-gerakan buruh yang memperjuangkan hak hak pekerja, upah yang layak, dan kondisi kerja yang lebih baik. Generasi z, sering disebut juga generasi z, adalah kelompok demografi yang lahir setelah generasi milenial. Meskipun rentang tahunnya bervariasi antar peneliti, sebagian besar sepakat bahwa generasi z lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, umumnya sekitar tahun 1995 hingga 2012. Di Indonesia, Badan Pusat Statistik (BPS) menetapkan rentang tahun 1997-2012 untuk generasi z. Mereka adalah generasi pertama yang sepenuhnya tumbuh di era digital.

Sejarah generasi z tidak bisa dilepaskan dari lonjakan revolusioner dalam teknologi. Mereka menyaksikan evolusi internet dari dial-up ke broadband, kemunculan media sosial seperti Friendster, MySpace, Facebook, Twitter, hingga Instagram, Tiktok, dan platform video seperti YouTube. Ketersediaan informasi yang tak terbatas dan kemampuan untuk terhubung secara global menjadi hal yang lumrah bagi mereka. Ciri paling mendasar dari generasi z adalah status mereka sebagai "digital natives". Mereka tidak pernah mengenal dunia tanpa internet, ponsel pintar, dan media sosial. Sejak kecil, teknologi sudah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, mulai dari pendidikan, hiburan, hingga interaksi sosial. Hal ini membentuk pola pikir mereka yang sangat adaptif terhadap teknologi dan perubahan.

Aktivisme sosial di era modern semakin memanfaatkan platform digital untuk menyebarkan informasi, meningkatkan kesadaran, dan mendorong tindakan kolektif demi perubahan yang diinginkan dalam aspek kehidupan masyarakat. 42 Namun untuk mengetahui lebih dalam, aktivisme sosial kalangan gen z memiliki berbagai macam jenis bentuk, seperti pada berikut: Demonstrasi dan aksi langsung, advokasi online, kampanye media sosial, motivasi dan tujuan aktivisme. Secara keseluruhan, sejarah aktivisme sosial adalah cerminan dari perjuangan manusia yang tak ada habisnya untuk keadilan, martabat, dan hak asasi. Ini adalah kisah tentang bagaimana individu, ketika bersatu, memiliki kekuatan untuk mengubah dunia, sedikit demi sedikit, demi generasi yang akan datang.

Peran Tiktok Dalam Aktivisme Sosial Di Kalangan Generasi Z

Tiktok, adalah beberapa platform yang paling sering digunakan oleh generasi z untuk tujuan aktivisme. Algoritma platform ini, yang memprioritaskan konten yang menarik dan relevan, memungkinkan pesan aktivisme untuk menyebar dengan cepat dan menjangkau audiens yang luas yang sering kali jauh melampaui lingkaran sosial langsung mereka. Alasan penggunaan platform tiktok sebagai aktivisme sosial di media sosial adalah karena algoritma tiktok yang unik. Algoritma ini mempromosikan konten berdasarkan minat pengguna, bukan hanya dari akun yang mereka ikuti.

Hal ini memungkinkan pesan-pesan aktivisme untuk menyebar dengan cepat dan menjangkau audiens yang jauh lebih luas daripada di platform media sosial lainnya. Konten yang dibuat oleh satu orang bisa menjadi viral dan dilihat oleh jutaan orang dalam hitungan jam, tanpa perlu memiliki banyak pengikut sebelumnya. Selain itu, format video pendek tiktok yang menarik dan mudah dipahami juga berperan besar. Video berdurasi 15 hingga 60 detik sangat ideal untuk menyebarkan informasi singkat dan mudah dicerna tentang isu-isu sosial.

Fitur seperti duet dan stitch memungkinkan pengguna untuk berinteraksi langsung dengan video lain, memberikan tanggapan, atau menambahkan perspektif mereka sendiri. Ini menciptakan ruang diskusi yang dinamis dan mendorong partisipasi massa.

Dalam melakukan aktivisme di media sosial, maka diperlukan media sosial yang

aktif dan cepat penyebarannya agar isu-isu yang disampaikan oleh aktivis segera sampai kepada masyarakat umum dan langsung segera ditindak lanjuti oleh pemerintah, salah satu platform yang dipercayai masyarakat adalah tiktok karena dengan fitur yang dimiliki oleh platform tersebut dapat membantu para aktivis di media sosial untuk menyuarakan pendapat mereka agar didengarkan oleh banyak pihak.



Gambar 3. Penggunaan #saverajaempat

Dari gambar di atas aktivisme identik dengan demonstrasi besar atau petisi formal. Namun, di era digital, medan pertempuran telah bergeser ke layar ponsel. Seperti pada hastag yang viral #saverajaempat, yang dimana ini dipicu oleh pembukaan tambang emas di raja empat yang mengakibatkan raja empat rusak akibat keserakahan manusia yang tidak bertanggung jawab.



Gambar 4. Repost tentang surat resmi dari Dandim 05/01 Jakarta Pusat, Letkol Inf Harry Ismail yang ditujukan ke bea cukai soetta

Dari gambar di atas dapat diketahui bahwa generasi z setuju tentang hal itu, karena menurut pihak bea cukai bandara soekarno hatta isi surat dari letkol inf harry ismail adalah agar proses pemeriksaan barang salah satu rekan nya dapat segera diselesaikan tanpa mengikuti peraturan yang ada, alias letkol inf harry ismail telah menyalahgunakan jabatannya sebagai letkol. Hal ini memicu emosi warga masyarakat Indonesia karena tidak becusan letkol tersebut dan meminta agar pangkat letkol nya dihapus.

Media sosial dipandang sebagai media yang kuat untuk visual storytelling dan kampanye visual. Narasumber menyoroti kemampuannya dalam menyampaikan pesan secara ringkas dan menarik melalui gambar dan video pendek, yang sangat sesuai dengan preferensi generasi z. Fitur seperti Stories dan Reels memungkinkan penyebaran cepat konten informatif dan memotivasi, seringkali dengan daya tarik estetika yang tinggi,

sehingga menarik perhatian dan mendorong interaksi.

Tiktok diakui karena kapasitasnya dalam viralitas dan jangkauan luas. Para narasumber sepakat bahwa format video pendek yang menghibur namun informatif di Tiktok sangat efektif dalam menarik perhatian generasi z yang cenderung mencari konten yang mudah dicerna dan dibagikan. Fenomena "challenge" dan tren di tiktok seringkali berhasil mengangkat isu-isu sosial ke permukaan dan menjadikannya bahan diskusi yang lebih luas, bahkan bagi audiens yang sebelumnya tidak terpapar.

Sementara itu aplikasi ini tetap dianggap sebagai platform kunci untuk diskusi real-time dan diseminasi berita cepat. Narasumber menekankan peran tiktok dalam membangun narasi, memantau tren, dan memungkinkan interaksi langsung dengan tokoh publik atau organisasi.

Oleh karena itu, bagi mereka, menggunakan media sosial untuk aktivisme adalah hal yang intuitif dan efektif. Sama halnya dengan penelitian ini, media sosial terlebih seperti tiktok, digunakan oleh para aktivis gen z karena memang keunggulan yang mereka punya sangat membantu para aktivis dalam melancarkan misinya. Jadi penggunaan teori keterlibatan media sosial (TKMS) sangat relevan dengan judul penelitian ini yaitu "Peran Media Sosial Dalam Aktivisme Sosial Dikalangan Generasi Z".

Bentuk keterlibatan media sosial dalam aktivisme generasi z bukan hanya sekadar tren, melainkan sebuah manifestasi dari bagaimana teknologi telah memberdayakan kaum muda untuk menjadi agen perubahan yang lebih vokal dan terhubung.

Motivasi keterlibatan media sosial dalam aktivisme adalah karena tiktok merupakan alat komunikasi dimana pengguna media daring dapat dengan mudah berbagi, membuat, dan berpartisipasi dalam konten. Salah satu perkembangan internet adalah jaringan sosial. Orang dapat dengan mudah mengambil foto dimana saja, kapan saja, lalu mengunggahnya di media sosial. Media sosial sangat umum dalam kehidupan sehari-hari saat ini, dan bahkan beberapa orang bahkan tidak dapat hidup tanpanya. Bukan sekadar platform untuk berbagi meme atau foto, media sosial adalah katalisator kuat yang mendorong partisipasi aktif generasi z dalam aktivisme sosial.

Sementara dampak keterlibatan media sosial sangat luas, mencakup aspek positif dan negatif. Di sisi positif, media sosial mempermudah komunikasi jarak jauh, meningkatkan akses informasi, dan menjadi sarana efektif untuk kampanye sosial maupun pemasaran bisnis. Namun, di sisi lain, media sosial juga membawa tantangan seperti penyebaran informasi palsu (hoaks), masalah privasi, hingga potensi kecanduan dan penurunan interaksi langsung.

Pengalaman berinteraksi dengan konten aktivisme sosial di berbagai platform media sosial menunjukkan bahwa konten yang ringkas dan visual, khususnya di platform seperti Tiktok, membuat informasi lebih mudah dipahami. Visualisasi yang kuat dan pesan yang padat seringkali lebih efektif dalam menyampaikan informasi kompleks dan memicu respons emosional yang dapat memotivasi tindakan. Mereka telah membuktikan bahwa perubahan bisa dimulai dari layar ponsel dan menyebar ke jalanan. Media sosial bukan hanya alat, melainkan bagian integral dari identitas aktivisme generasi z cepat, terhubung, dan tanpa henti memperjuangkan dunia yang lebih baik menurut pandangan mereka. Sementara itu, dalam perbandingan efektivitas antara media sosial sebagai alat aktivisme dan bentuk aktivisme tradisional, media sosial terbukti jauh lebih efektif. Kecepatan, kepraktisan, kemudahan akses, dan kemampuan untuk memberikan respons langsung menjadikan media sosial unggul. Berbeda dengan aktivisme tradisional yang seringkali membutuhkan waktu dan sumber daya yang besar, media sosial memungkinkan mobilisasi cepat dan interaksi instan, yang sangat dihargai oleh generasi z.

Kemampuan untuk mencapai audiens yang luas dalam waktu singkat ini telah

terbukti krusial dalam keberhasilan banyak gerakan sosial kontemporer. Selain itu, platform ini memfasilitasi koordinasi gerakan yang efisien, memungkinkan para aktivis untuk berbagi pembaruan real-time, mengatur logistik, dan mengkoordinasikan tindakan di lapangan, bahkan di tengah tekanan. Bahkan hasil dari suatu postingan yang dilakukan oleh aktivis di media sosial itu berdampak nyata di lingkungan sekitar.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai peran media sosial dalam aktivisme sosial di kalangan generasi z, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini secara jelas mengungkapkan bagaimana peran media sosial telah secara fundamental mengubah cara generasi terlibat dalam aktivisme sosial. Meskipun ada tantangan yang signifikan, seperti penyebaran hoaks dan dampak dari cancel culture platform digital seperti tiktok tetap menjadi alat yang sangat efektif untuk menciptakan kesadaran dan mendorong perubahan sosial. Keberhasilan aktivisme digital, pada akhirnya, sangat bergantung pada keseimbangan yang tepat antara keterlibatan online dan aksi nyata di luar jaringan. Platform aktivisme yang paling sering disebutkan dan digunakan adalah tiktok yang semuanya memfasilitasi gerakan hashtag dan penyebaran informasi.

Tiktok memberdayakan mereka untuk melampaui batasan tradisional aktivisme, menciptakan gerakan-gerakan yang lebih inklusif, cepat, dan adaptif. Ke depan, pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana generasi z menavigasi ruang digital untuk mencapai tujuan sosial akan menjadi kunci untuk mendukung dan mengoptimalkan peran vital mereka dalam membentuk masa depan masyarakat yang lebih adil dan setara.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan, beberapa saran strategis dapat diajukan untuk memaksimalkan potensi media sosial dalam aktivisme sosial di kalangan generasi z sambil mengatasi tantangan yang ada. Pertama, para aktivis dan organisasi sosial harus fokus pada memfasilitasi transisi dari keterlibatan daring ke tindakan luring yang substansial. Ini berarti merancang kampanye media sosial yang tidak hanya memicu kesadaran atau "like," tetapi juga secara eksplisit mendorong langkah-langkah nyata, seperti menandatangani petisi, menghadiri pertemuan komunitas, berpartisipasi dalam demonstrasi, atau menjadi sukarelawan.

Kedua, penting untuk mengembangkan strategi konten yang beragam dan menarik yang secara khusus menargetkan nuansa keterlibatan generasi z di media sosial. Ini termasuk penggunaan format visual yang kaya seperti video pendek, infografis, dan meme, yang sangat resonan dengan generasi z. Narasi pribadi dan kisah-kisah otentik juga terbukti lebih efektif dalam membangun empati dan mendorong tindakan dibandingkan dengan pesan-pesan formal yang kering. Memanfaatkan platform yang berbeda untuk tujuan yang berbeda (misalnya, Tiktok untuk viralitas, Instagram untuk visual, X/Twitter untuk diskusi cepat) juga akan sangat bermanfaat.

Ketiga, para pemangku kepentingan harus berinvestasi dalam literasi media dan kritis digital bagi generasi z. Edukasi tentang cara mengidentifikasi misinformasi dan disinformasi, serta pentingnya memverifikasi informasi sebelum menyebarkannya, adalah krusial.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, N. F. D. Buku PENGARUH TIKTOK SEBAGAI ARENA POLITIK DI KALANGAN GEN Z
- Ananta, K. D., Ambodo, T., & Tohawi, A. (2024). Pengaruh Media Sosial terhadap Peningkatan Kejahatan Siber di Indonesia. *Islamic Law: Jurnal Siyasah*, 9(2), 118-13.

- Anggraini, M. (2025). TikTok dan Aktivisme Digital (Struktur Komunikasi Konten Marriage is Scary di TikTok) (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).
- Bajari, A. H., & Morin, J. P. H. (2025). Pengaruh Konten Digital Terhadap Partisipasi Politik: Kajian Literatur Tentang Aktivisme Media Sosial. *Journal of Community Dedication*, 5(1), 30-41.
- Chanra, M., & Tasruddin, R. (2025). Peran media sosial sebagai platform dakwah di era digital: Studi kasus pada generasi milenial. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 8(1), 872-881.
- Farid, M. (2024). Pemetaan Aktivisme Digital Studi Netnografi Kampanye# FreePalestine di Media Sosial. *Communicology: Jurnal Ilmu*
- Fazrina, I. N., Safitri, D., & Sujarwo, S. (2025). Persepsi Generasi Z terhadap Efektivitas Aktivisme Digital sebagai Bentuk Partisipasi Sosial. *RISOMA: Jurnal Riset Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 3(3), 53-62.
- Fikri, R., Mujahidin, M. H., Sutisna, N. A., Najat, K., & Laksana, A. (2024). Dinamika komunikasi korporasi dalam meningkatkan keterlibatan karyawan generasi Z. *ETIC (Education and Social Science Journal)*, 1(2), 107-118.
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2020). Perilaku generasi Z terhadap penggunaan media sosial TikTok: TikTok sebagai media edukasi dan aktivisme. *Share: Social Work Journal*, 10(2), 199-208.
- Ginting, R., Yulistiyono, A., Rauf, A., Manullang, S. O., Siahaan, A. L. S., Kussanti, D. P., ... & Effendy, F. (2021). *Etika komunikasi dalam media sosial: Saring sebelum sharing (Vol. 1)*. Penerbit Insania.
- Gulo, A. (2023). Revitalisasi budaya di era digital dan eksplorasi dampak media sosial terhadap dinamika Sosial-Budaya di tengah masyarakat. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan (JURDIKBUD)*, 3(3).
- Junita, D. (2024). Realitas Keterlibatan Gen Z dalam Media Sosial Tiktok Perspektif Sosiokultural. *INTERCODE*, 4(1).
Komunikasi, 12(2), 282-299.
- Marlina, D., & Hakim, L. (2025). Peran TikTok dalam Kampanye Politik: Strategi Menarik Gen Z di Pemilu 2024. *Jurnal Audiens*, 6(1), 196-213.
- Maulida, A. I., Amandy, R. D., Novitasari, R. T., & Ridho, K. (2024). Dampak stereotip media sosial X terhadap interaksi sosial dan perilaku generasi Z. *Communicative: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 5(1), 1-17.
- Noventa, C., Soraya, I., & Muntazah, A. (2023). Pemanfaatan media sosial Instagram buddyku sebagai sarana informasi terkini. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 3(3), 626-635.
- Rochmawati, A., & Alamiyah, S. S. (2024). Aktivisme Media Sosial di Instagram: Studi Literatur. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(3), 2572-2580.
- Sikumbang, K., Ramadhina, W., Yani, E. R., Arika, D., Hayati, N., Hasibuan, N. A., & Permana, B. G. (2024). Peranan Media Sosial Instagram terhadap Interaksi Sosial dan Etika pada Generasi Z. *Journal on Education*, 6(2), 11029-11037.
- Wibowo, S. E., & Situmorang, L. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Rumah Zakat. *DEDIKASI: Jurnal Ilmiah Sosial, Hukum, Budaya*, 22(2), 73-83.
- Zahra, S. F., Anwar, R. K., & Lusiana, E. (2025). Trend Publikasi Tentang Peran Media Sosial Dalam Aktivisme Pendekatan Bibliometrik. *Jurnal Pustaka Budaya*, 12(1), 39-51.