



Konstruksi Nasionalisme Generasi Z di Era Media Digital Membangun Ketahanan Informasional

Ferra Martian, Alexandria Cempaka Harum*, Aldin Aldama, Mesya Febriana, Samiaji Bagja Pratama

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 08/07/2024

Revised : 26/12/2024

Published : 30/12/2024



Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 4

No. : 2

Halaman : 133 - 140

Terbitan : **Desember 2024**

Terakreditasi [Sinta Peringkat 4](#)

berdasarkan Ristekdikti

No. 72/E/KPT/2024

ABSTRAK

Penelitian ini akan mengkaji: “Bagaimana Konstruksi Nasionalisme Generasi Z di Era Digital dalam Membangun Ketahanan Informasional? Kegunaan penelitian ini menjadi referensi bagi partai politik, lembaga pendidikan, Kemendagri, Kemenkominfo untuk membuat kebijakan yang berkaitan dengan pembentukan ketahanan informasional pada Generasi Z. Metode penelitian yang digunakan adalah, mix method, yaitu menganalisis isi informasi tentang nasionalisme di media sosial, dan diperdalam melalui metode penelitian kualitatif. Penelitian bersifat interpretif dengan pendekatan etnografi untuk melihat nilai-nilai sosial dan kultural Generasi milenial tentang ekspresi “nasionalisme” mereka di media digital. Subjek penelitian ini adalah generasi Z dengan kategori mahasiswa PTN/PTS, kader partai, anggota ormas yang menggunakan media sosial Instagram dan TikTok yang dipilih secara purposif. Peneliti melakukan analisis dengan memakai teknik Analisis Media Siber (AMS), serta teknik triangulasi data sebagai tahap validasi data. Hasil penelitian ini mengemukakan bahwa representasi aktivis memahami nasionalisme dan cinta tanah air melalui konten media sosial masih berada di level pertengahan atau out set the box. Nasionalisme dimaknai hanya mencintai tanah air dengan mengikuti bela negara, program-program pemerintah di kampus, dan membela bangsa.

Kata Kunci : Gen-Z, Ketahanan Informasional, Media Sosial

ABSTRACT

The use of this research is as a reference for political parties, educational institutions, the Ministry of Home Affairs, the Ministry of Communication and Information to create policies related to the formation of informational resilience in Generation Z. The research method used is a mix method, namely analyzing the content of information about nationalism on social media, and deepening it through qualitative research methods. The research is interpretive with an ethnographic approach to see the social and cultural values of the millennial generation regarding their expression of "nationalism" in digital media. The subjects of this research were generation Z in the categories of PTN/PTS students, party cadres, members of mass organizations who used social media Instagram and TikTok who were selected purposively. Researchers carried out analysis using Cyber Media Analysis (AMS) techniques, as well as data triangulation techniques as a data validation stage. The results of this research suggest that the representation of activists understanding nationalism and love of the country through social media content is still at the middle level or out of the box. Nationalism is interpreted as simply loving one's homeland by participating in defending the country, government programs on campus, and defending the nation.

Keywords : Gen-Z, Informational Resilience, Social Media

Copyright© 2024 The Author(s).

Corresponding Author : Email : alexandriacempakaharum@unisba.ac.id

Indexed : Garuda, Crossref, Google Scholar

DOI : <https://doi.org/10.29313/jrmk.v4i2.4399>

A. Pendahuluan

Kemajuan teknologi media digital seperti pedang bermata dua, di satu sisi menghadirkan kebaikan dan kemanfaatan yang besar bagi bangsa, namun di sisi lain mengandung dampak negatif yang dapat mengancam kebudayaan tradisional, kerugian, bahkan kebangkrutan moral bangsa. Untuk itu diperlukan upaya penyelamatan anak bangsa, terutama Generasi Z dari “serangan” informasi dan media global, sehingga setiap warga negara tetap memiliki karakter kebangsaan dan nasionalisme yang tinggi. Penelitian (Rachmiate et al., 2013) menemukan bahwa, “ruang media massa, saat ini cenderung menjadi arena pertarungan di antara pemilik kekuatan ekonomi, politik maupun budaya. Ketidakjelasan visi, misi, dan orientasi kebangsaan media mainstream menjauhkan media dari terminologi pembangunan karakter bangsa”. Karena itu, hubungan media dan karakter bangsa perlu dirumuskan kembali sesuai dengan kondisi jaman, disosialisasikan dan dimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari. Proses nation building, state building dan government building pada masyarakat majemuk, dipengaruhi oleh beberapa faktor internal maupun eksternal. Untuk itu, membangun kesadaran informasional (definisi cinta tanah air dan ancamannya, faktor pembentuk dan pengikisnya, penguat dan merusak kebanggaan sebagai Bangsa Indonesia) menjadi penting untuk keberlangsungan bangsa Indonesia, terutama pada kalangan milenial sebagai penerus bangsa.

Keberadaan Generasi Z dalam memiliki potensi yang besar bagi kekuatan politik, di tengah potensi bonus demografi yang dimiliki Indonesia. Generasi ini lahir setelah generasi Y tahun 1977 hingga tahun 1994. Generasi ini hidup pada era informasi yang diperoleh secara terbuka dari internet. Pengalaman bersejarah yang unik para milenial, telah membentuk hubungan antara politik dengan komunitasnya. Generasi ini kurang tertarik terlibat dalam politik secara konvensional, mereka lebih memilih jalur yang lebih mudah diakses untuk berpartisipasi seperti menjadi relawan melalui media sosial (Al Mega & Ahmadi, 2022; Refi Maulana Yusuf & Dadi Ahmadi, 2022; Sabil M Sungkar & Dadi Ahmadi, 2023).

Tantangan utama dalam menelaah ketahanan informasi Generasi Z di Indonesia mencakup penyalahgunaan teknologi, pengaruh asing tanpa filter, dan dampak negatif media sosial ((Adamentha Tarigan et al., 2022)). dan penggunaan meme sejarah sebagai alat pendidikan yang menarik (Rozikin, 2021). Pentingnya penguatan nasionalisme melalui sosialisasi dan internalisasi nilai-nilai karakter bangsa melalui kebangkitan berpikir yang kritis (Suntara et al., 2024) Analisis media sosial mengungkapkan bahwa nasionalisme Generasi Z di Indonesia telah terpecah menjadi dua kubu, dimana akun non-manusia dan sentimen primordial berkontribusi besar terhadap perpecahan ini (Adamentha Tarigan et al., 2022; Martian, 2020; Rachmiate et al., 2013; Rozikin, 2021; Santoso, 2021; Suntara et al., 2024) . Studi-studi ini menyoroti perlunya pendekatan inovatif untuk menumbuhkan nasionalisme di kalangan Generasi Z sambil menavigasi kompleksitas era digital untuk memperkuat ketahanan informasi.

Informasi tentang konsep “negara”, “politik”, “nasionalisme”, “bangsa” di kalangan Generasi Z di media sosial menjadi isu yang menarik. Keberadaan ruang publik baru di jaringan media sosial mampu membentuk pengetahuan, kesadaran dan perilaku mereka sebagai warga negara. Masyarakat virtual mempunyai kekuatan dalam memberikan dukungan dan membentuk opini masyarakat serta mampu menjadi aksi di kehidupan nyata. Sifat media sosial yang independen, bebas dan tanpa batas, memungkinkan Generasi Z dapat berinteraksi langsung dalam fenomena politik dan kebangsaan yang sedang terjadi. Kampanye secara masif dan terus menerus di jejaring sosial juga akan berdampak pada mindset dan perilaku para warga “netizen” ketika berhadapan dengan urusan dengan pemerintah, legislatif maupun Yudikatif. Mereka bisa berinteraksi langsung dengan para calon legislatif ataupun calon presiden. Tentunya interaksi tersebut bisa berupa pendapat, saran atau bahkan kritikan (Wahid, 2016).

Konsep komunikasi politik mencakup tiga perspektif hubungan antara individu sebagai warga negara terhadap politik yaitu perspektif nilai, faktor psikologis, dan aspek kognitif. MC Quail, ((Rachmiate et al., 2013)) dalam membuat perubahan model komunikasi sehubungan dengan kehadiran internet sebagai media baru. Pada model lama sumberinformasi sangat terbatas, isi cenderung homogen, sedangkan pada model baru terdapat banyak sumber informasi dan isinya sangat variatif. Audiens pun terfragmentasi dan sangat aktif, tidak lagi pasif. Sehingga dengan karakteristik Generasi Z yang cenderung mudah beradaptasi, tidak suka birokrasi yang berbelit, serba instant, maka dapat terbentuk pengetahuan dan sikap cinta tanah air, kesadaran berbangsa dan bernegara yang khas.

Kondisi ini diteguhkan melalui digital life style. Menurut David Marsh, Cambridge Schools Conference, (2017), bahwa Generasi Z memiliki karakteristik perilakunya sebagai berikut: Restless, Collaborative, Learning by Doing, Swift Gratification, Multiple Identities, Changing Thinking Skills, Empowered. Berdasarkan penjelasan sebelumnya, maka diperlukan pengkajian secara komprehensif, tentang bagaimana ekspresi diri

kaum milenial yang terkait dengan nilai nasionalisme dan wawasan kebangsaan mereka, bagaimana upaya pemerintah me “maintenance” warga negaranya melalui media massa dan media sosial agar tetap memiliki “sense of belongingness”, bagaimana posisi dan pemanfaatan media digital sebagai pendidikan informal bagi masyarakat tentang wawasan kebangsaan? Untuk itu penelitian ini akan dilakukan melalui pendekatan sosiologi komunikasi, media baru/digital, juga manajemen content media informasi dan komunikasi politik di kalangan Generasi Z.

Permasalahan penelitian yang penting untuk dikaji dirumuskan untuk menjawab konstruksi tentang pengetahuan, kesadaran dan sikap milenial terhadap konsep nasionalisme saat ini, memetakan konten informasi tentang nilai-nilai jati diri bangsa dan kewarganegaraandalam media digital, mengetahui upaya institusi pemerintah dan media mainstream dalam mensosialisasikan tentang nilai-nilai kebangsaan, mengetahui faktor-faktor apa yang melatarbelakangi eksklusivitas kebangsaan pada kalangan milenial (Radikalisme, kesukuan), mengetahui faktor pendukung dalam membangun ketahanan informasional dan wawasan kebangsaan melalui media digital, dan optimalisasi pemanfaatan media digital dan media mainstream untuk membangun wawasan kebangsaan (Faiq Muhammad Fauzan et al., 2024; Mediani Tri Rahmawati et al., 2023).

Artikel ini menggabungkan perspektif ketahanan informasi dalam pemahaman konstruksi nasionalisme Generasi Z di era media digital, yang merupakan pendekatan baru dalam penelitian nasionalisme. Dalam mengkaji permasalahan penelitian ini, digunakan pendekatan normatif, teori, dan konsep yang terkait dengan wawasan kebangsaan, media digital, budaya komunikasi politik, regenerasi politik, dan karakteristik generasi milenial sebagai warga negara penerus bangsa. Terkait dengan eksistensi Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI dan cita-cita bangsa, tercantum dalam Pasal 27 (ayat 3) UUD 1945 Negara Republik Indonesia bahwa: “Setiap warga negara berhak dan wajib ikut serta dalam upaya pembelaan negara.” Selain itu ditambahkan dalam Undang Undang Nomor 3 Tahun 2002 tentang Pertahanan Negara, Penjelasan Pasal 9 ayat 1 bahwa : “Sikap dan perilaku warga negara yang dijiwai oleh kecintaannya kepada Negara Kesatuan Republik Indonesia yang berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 dalam menjamin kelangsungan hidup bangsa dan negara.

Kalangan Generasi Z yang tidak mengikuti sejarah eksistensi bangsa dari para “*Founding Father*” (Perintis kemerdekaan), sudah tentu hanya mendapatkan mozaik informasi dari berbagai media informasi ini yang sudah sangat massif, heterogen dengan aneka kepentingan ekonomi, politik dan sosiobudaya. Untuk itu penanaman kesadaran berbangsa dan bernegara perlu ditanamkan pada kalangan Z.

Saat ini Indonesia memasuki fase *post-politics*, yaitu suatu konsep yang dinarasikan atau dibangun oleh semua pihak yang berkepentingan melalui media massa mainstream atau media sosial di media digital (Ahmadi et al., 2023). Informasi tentang kehidupan politik dan negara merupakan produk pasca-kebenaran (*post-truth*), opini publik yang terbentuk tentang kebangsaan lebih didasarkan kepada emosi dan keyakinan pribadi ketimbang fakta objektif. Nampak orientasi bisnis sangat kental bagi pelaku media, sedangkan kesadaran bagi pemilik, pelaku media belum terbentuk secara konsisten untuk meneguhkan karakter kita sesungguhnya sebagai sebuah bangsa yang bermartabat. (FGD Para pemilik, produsen media, penyiar & tokoh pendidikan, Bandung, Juni 2019). Proses *nation building*, *state building* dan *government building* bangsa dengan masyarakat majemuk berpenduduk 230 juta, merupakan pekerjaan rumah yang tidak mudah. Tanggungjawab ini harus dipikul bersama, bukan hanya dibebankan kepada kelompok tertentu. Namun juga pada media komunikasi dan informasi yang ternyata berpengaruh kuat pada masyarakat sebagai penggunanya. Menjadi masuk akal bila kemudian banyak harapan sekaligus tuntutan bahwa konten media bukan hanya menjadi tontonan, tetapi harus menjadi tuntunan bagi pembentukan karakter bangsa yang bermoral dan bermartabat.

Di sisi lain, kebijakan pemerintah dalam mengatur media digital masih belum memenuhi harapan, undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) nomor 11 tahun 2008 dan perubahannya nomor 19 tahun 2016 Sehingga interaksi pemerintah dengan masyarakat sebagai warga negara tidak optimal. Padahal dunia global menjadikan bangsa Indonesia sebagai sasaran dalam perang informasi. Saat ini, negara-negara yang ingin menguasai negara lain, tidak perlu ekspansi secara fisik untuk “menjajah” nya, tapi cukup melalui penguasaan atas budaya, ekonomi atau kehidupan politiknya melalui “serangan” informasi. Pakar peperangan menyatakan, media massa dan teknologi komunikasi digital menjadi penting di masa mendatang, karena media menjadi “*weapons of mass persuasion*” kemudian “*weapons of mass destruction*”. (Rajib Ghani, 2008). Propaganda, persuasi, penyebarluasan informasi, strategi komunikasi dan diplomasi publik merupakan alat yang jauh lebih efektif untuk mencapai tujuan negara bangsa dari pada penggunaan kekuatan tradisional lainnya yang umumnya hanya membawa konflik lebih lanjut.

Ideologi Pancasila saat ini menuju “desakralisasi dan demitologi” yang bermakna bahwa seharusnya menempatkan Pancasila sebagai entitas omnipresent. Demikian pula konsep “nasionalisme” dalam pandangan generasi milenial harusnya “nasionalisme” sebagai counter (konservatisme, kolonialisme dan status quo) menjadi inward looking dialogue (nasionalisme religius dan cinta kasih/kemanusiaan).

Disinilah perlunya membangun kesadaran informasional yaitu: mendefinisikan kembali cinta tanah air itu seperti apa, ancaman yang dihadapi oleh sebuah bangsa dan negara itu seperti apa Kemudian juga apa yang faktor pembentuk dan pengikisnya rasa cinta tanah air, termasuk penguat dan perusak kebanggaan sebagai Bangsa Indonesia. Berikut dari hasil riset terdahulu tentang konsep “cinta tanah air” (Suryadi, 2020) dan diwujudkan dalam tindakan generasi Z : (1) Mencintai dan melestarikan budaya Indonesia; (2) Menggunakan produk buatan Indonesia; (3) Toleransi beragama; (4) *Traveling* di Indonesia untuk memajukan pariwisata; (5) Tidak menghujat di media sosial; (6) menggunakan hak pilih dalam pemilu; (7) Mentaati peraturan; (8) Melakukan Tindakan berprestasi.

Dari indikator rujukan, nampak bahwa terdapat pergeseran atau deformalisasi penanaman rasa berbangsa dan bernegara bagi Generasi Z. Untuk itu yang sangat penting saat ini adalah bagaimana membangun Ketahanan Informasional bagi semua warga negara. Salah satu Langkah yang harus dilakukan adalah sikap disiplin konfirmasi atas informasi yang diterima. Kemudian literasi mediyang terus menerus digelorkan, sehingga sadar akan makna informasi tersebut, tidak sekedar like and share. Ketergantungan pada media digital membentuk melalui kesadaran informasional (definisi cinta tanah air dan ancamannya, faktor pembentuk & pengikisnya, penguat & perusak kebanggaan sebagai bangsa Indonesia).

Konsep “Ketahanan Informasional” terkait dengan kondisi kualitas SDM yang mampu memproduksi informasi, pengetahuan dan menyebarkannya di masyarakat melalui berbagai saluran yang dapat mereka akses sebagai kunci utamanya. Strategi dari pimpinan di pemerintahan, politik, agama, pendidikan menjadi sangat krusial dalam membangun ketahanan informasional komunitasnya. Keberadaan media sosial dalam “personal gadget” jauh lebih intens membangun komunikasi yang berdampak pada penggunaannya, sehingga pimpinan dan lembaga negara perlu menjadikannya sebagai saluran utama untuk peneguhan karakter dan jati diri warga.

Konsep Media Baru dan Media Sosial

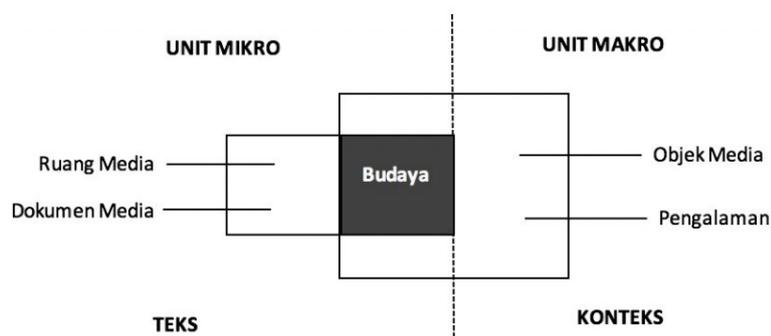
Teori media baru merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy. Levy, memandang *World Wide Web* sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat. Hal ini menandakan media baru membuka ruang informasi yang lebihluas, serta menyediakan tempat untuk berbagi pandangan secara luas.

Sebuah studi oleh Kluver dan Soon (2007) di Internet dan komunitas politik online di Singapura menemukan bahwa partai politik dan kelompok ekspresi politik menggunakan hyperlink untuk membuat dan menjalin aliansi satu sama lain, membentuk komunitas yang memiliki pandangan yang sama. Teknologi media baru memungkinkan kelompok-kelompok politik untuk menghindari kontrol tertentu untuk mewujudkan tujuan mereka, yang tidak dapat mereka lakukan di dunia offline karena aturan yang ketat. Sehingga menghasilkan aktivisme cyber. Media sosial sebagai aplikasi online Web 2.0 merupakan transformasi teknologi yang memberikan dampak pada kehidupan sosial dan politik masyarakat. Individu dan kelompok dapat membuat profil pengguna yang dapat terhubung dengan pengguna yang lain. Peranan warga negara semakin berpengaruh secara global untuk menghasilkan perubahan politik. Di negara-negara otoriter seperti Mesir dan Libya, fungsi komunikasi sering difasilitasi oleh media sosial karena menyediakan ruang virtual yang memfasilitasi informasi dan berbagai pendapat dan membangun komunitas yang dapat memobilisasi aksi kolektif. Dengan demikian, fungsi komunikasi di media sosial dapat mendorong partisipasi politik dan membentuk masyarakat demokratis. Media sosial telah memberdayakan pengguna dan berhasil memberikan informasi politik pada ruang publik baru, namun tantangannya adalah mentransformasi ruang publik baru ini menjadi budaya politik partisipasi. Wacana politik online memicu ketidaksopanan ekstrem, sederhana, cepat, sering merendahkan dan kadang tidak berperikemanusiaan, menumbuhkan lelucon dan fanatisme, dan berkontribusi terhadap kebodohan dan penghinaan berupaya memprovokasi netizen melalui penggunaan

generalisasi yang berlebihan, sensasionalisme, menyesatkan atau informasi yang kurang akurat, serangan iklan, dan gempuran kebenaran parsial tentang lawan. (Jayson Harsin, 2015)

B. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian gabungan (mix method) yaitu mengidentifikasi content media sosial melalui teknik Analisis Media Siber (AMS). Teknik ini sebagai panduan mengurai realitas, baik online maupun offline, serta bagaimana perangkat teknologi media siber itu digunakan atau memberi pengaruh pada pembentukan sikap nasionalisme dan wawasan kebangsaan di kalangan generasi milenial. Terdapat empat level unit Analisis Media Siber, yaitu ruang media, dokumen media, objek media, dan pengalaman. Hal ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1: Level Analisis Media Siber

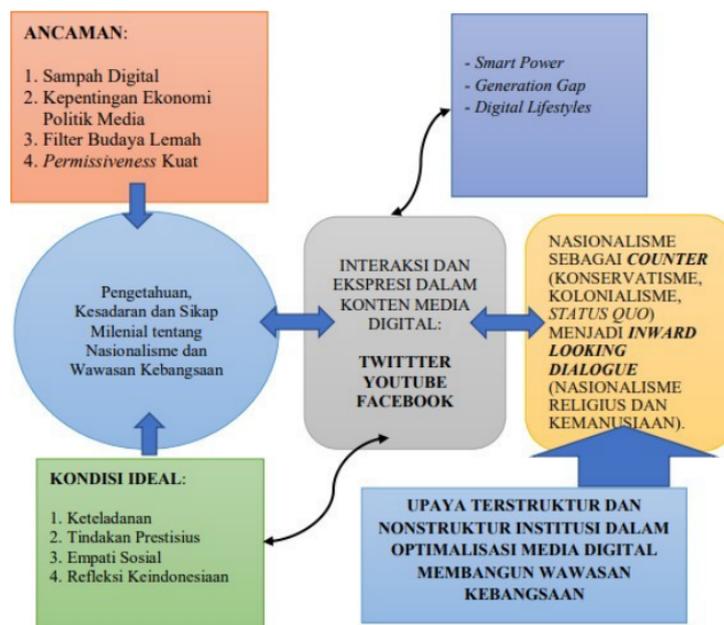
Selanjutnya setelah menemukan data kuantitatif, untuk menemukan jawaban penelitian berikutnya digunakan metode penelitian kualitatif yaitu bersifat interpretif (menggunakan penafsiran) dalam menelaah permasalahan agar peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai fenomena yang diteliti. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah etnografi komunikasi yaitu “pengkajian peranan Bahasa dalam Pola Perilaku komunikasi suatu masyarakat yang berbeda-beda kebudayaannya” atau mengenai pola komunikasi yang digunakan manusia dalam suatu masyarakat tutur; Mengkaji nilai-nilai sosial dan kultural generasi milenial tentang nilai-nilai nasionalisme dan wawasan kebangsaan yang diekspresikan melalui Bahasa verbal di media sosial 14. Paradigma yang digunakan yaitu paradigma interpretif.

Subjek penelitian adalah Generasi Z di 4 Kota Besar di Pulau Jawa yang representatif yaitu: Bandung, Yogyakarta, Semarang dan Surabaya yang menggunakan media sosial Twitter, YouTube, Facebook sebagai alat komunikasi dalam mengkonsumsi atau memproduksi informasi yang berhubungan dengan kebangsaan. Dalam penentuan informan, peneliti melakukan identifikasi terhadap tipe-tipe pengguna media sosial. Jadi kriteria Informan adalah yang diwakili oleh Mahasiswa PTN/PTS, politisi muda/kader partai atau anggota organisasi masyarakat (ORMAS) yang berafiliasi pada partai politik di kota-kota tersebut yang memiliki akun twitter, face book dan instagram (Anshari, 2013; Moch. Dickry Sabbieq Nursidqi & Aning Sofyan, 2023). Kozinets (2002),¹⁵ menentukan tipe-tipe pengguna media sosial sebagai Tourists, Minglers, Devotees, atau Insiders. Tourists menunjukkan tipe pengguna yang tidak memiliki ikatan kuat terhadap konten di media sosial. Tipe Minglers merupakan pengguna yang memiliki ikatan kuat terhadap konten di mediasosial, tetapi tidak menunjukkan minat yang besar terhadap informasi politik dan kebangsaan. Sebaliknya, tipe Devotees atau bisa diterjemahkan sebagai penggemar memiliki aktivitas tinggi dalam mengonsumsi konten di media sosial, namun hanya sedikit melakukan kontak dan berinteraksi dengan pengguna media sosial yang lain. Terakhir, insiders atau bisa dikatakan sebagai pengguna media sosial aktif yang saling berinteraksi dengan pengguna media sosial lainnya dalam mengonsumsi dan memproduksi konten informasi. Maka dua tipe terakhir yaitu tipe devotees dan insiders (setiap hari minimal 4 jam untuk berinteraksi, menerima atau mengirim pesan terkait dengan konten nasionalisme di media sosial) yang akan dijadikan narasumber.

Peneliti menggunakan teknik purposive sampling, yaitu dari tipe devotees dan insiders di media sosial yang bersedia untuk dijadikan informan, untuk menjangkau sebanyak mungkin informasi dari berbagai macam sumber dan bangunannya (constructions). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui Focus group discussion (FGD), kuesioner, wawancara dan studi pustaka. Dari hasil penelitian, peneliti melakukan teknik analisis dan pembahasan menurut Hubbermann and Miles. Adapun untuk mengujikeabsahan data, peneliti menghubungi informan kembali dan memberikan hasil penelitian telah dilakukan, dalam konteks untuk memastikan bahwa apa yang didapat oleh peneliti merupakan temuan yang telah dikonstruksi dalam suatu model. Peneliti juga akan melakukan teknik triangulasi data, dengan melakukan triangulasi sumber, triangulasi metode dan triangulasi teori.

C. Hasil dan Pembahasan

Berikut bagan dari hasil penelitian ini.



Gambar 2: Hasil Pembahasan

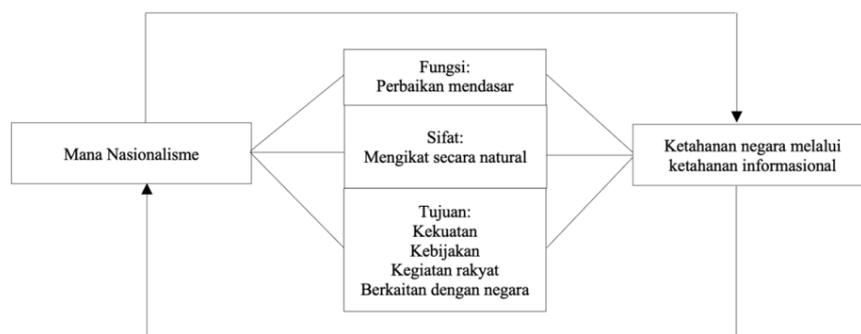
Terdapat dua informan yang merupakan representatif aktivis dari Universitas Islam Bandung (Unisba) dan Universitas Pasundan (Unpas) yaitu informan Kamal Ihya Syawaludin (Unisba) dan Satria Cakra Nugraha (Unpas). Ranah yang digali dalam penelitian ini diantaranya pengetahuan, kesadaran, sikap atau emosional di era media digital dalam membangun ketahanan informasional. Di bawah ini merupakan temuan hasil penelitian yang didapatkan melalui wawancara. Informan Kamal memaknai bahwa nasionalisme merupakan cinta tanah air sedangkan informan Satria memaknai nasionalisme yang berarti paham yang bisa diartikan lebih luas.

“Hal yang terbesit di kepala saya itu adalah cinta tanah air.” Ujar informan Kamal. Berbeda dengan informan Satria. “Hal yang terbesit pertama kali dari kata nasionalis adalah “paham”, di mana paham ini bisa diartikan lebih luas lagi, karena susah memahami suatu paham tanpa ada dasar pemahamannya terlebih dahulu.

Makna nasionalisme diketahui oleh kedua informan sejak duduk di bangku sekolah. Informan Kamal mengetahuinya saat SMP, saat pelajaran IPS dari penejasan guru di sekolah lalu dimantapkan oleh media sosial. Informan Satria mengetahui saat duduk di bangku SD yang berasal dari pelajaran pendidikan kewarganegaraan (PKN). Namun, untuk lebih luasnya dari buku yang dibaca saat SD, buku *Bung Karno Penyambung Lidah Rakyat Indonesia* karya Cindy Adams. Mungkin isinya sekadar autobiografi, tapi disitulah yang mulai membuat sedikit tercerahkan terkait nasionalisme itu sendiri.

Dari hasil wawancara dan *highlight* kutipan di atas. Peneliti menelaah dua perbedaan cara pandang pada masing-masing informan. Pengetahuan nasionalisme sudah tidak asing lagi bagi Gen Z, hanya *follow up* dalam memaknai secara lebih dalam tergantung pada buku yang ia baca, konten media sosial yang sering dicari, sehingga menimbulkan algoritma tertentu. Informan Kamal dikategorikan memiliki pemikiran pragmatis dan idealis sedangkan informan Satria memiliki karakteristik politis dan ideologis. Sehingga pada tatanan nasionalisme dan cinta tanah air, menyinggung pula keterkaitannya dengan politik. Bahwasanya ia sepekat nasionalisme tidak dapat dibangun dengan “satu malam” dan menjadi penikmat konten media sosial atau hanya mengikuti definisi secara dangkal tetapi perlu memahami sejarah dan politik yang ada.

Politik dan kaum muda, pada dasarnya ibarat kedua mata uang yang tidak dapat dipisahkan. Dua puluh tahun lalu para leluhur atau politisi senior menapaki tempatnya. Kini situasi sudah berubah, di mana era Gen Z mendominasi tatanan kehidupan. Beda usia beda makna. Tidak sedikit generasi milenial atau kaum muda memaknai politik dengan perspektif yang sama. Dalam perspektif Islam politik adalah ri’ayah (mengurusi) umat, kepentingan, seni, hingga berbicara kekuasaan (Martian, 2020). Namun, tanpa kita sadari politik selalu hadir dalam setiap poros kehidupan. Dari mulai rancangan Undang-Undang, melonjak atau turunnya harga, hingga tatanan terkecil sebagaimana yang disebutkan oleh informan Satria di mana tarif kuota yang saat ini kita pakai tidak akan pernah lepas dari politik. Politik merupakan kewajiban dasar yang harus diemban oleh setiap manusia (Rachmiatie et al., 2013). Politik adalah sesuatu yang integral, yang ketika kita meninggalkannya maka kita akan sedikit memahami dan tidak mampu mengikuti apa yang terjadi serta berpikir apa yang seharusnya terjadi. Peneliti menggambarkan ekstraksi makna politik bagi milenial berdasarkan hasil temuan penelitian sebagai berikut:



Gambar 3: Hasil Penelitian Makna Nasionalisme bagi Aktivitas Gen Z

D. Kesimpulan

Generasi Z memandang nasionalisme sebagai paham cinta tanah air yang memiliki makna luas. Untuk memahaminya, pengetahuan dasar diperlukan. Bentuk nasionalisme dapat dimulai dengan kegiatan bela negara, partisipasi dalam pemilu, dan ketaatan pada peraturan pemerintah. Pendidikan nilai-nilai nasionalisme sebaiknya dimulai sejak dini, termasuk mengajarkan cinta tanah air dan mengikuti kegiatan bertema nasionalisme di sekolah dasar. Seiring perkembangan zaman, media sosial menjadi sarana bagi Generasi Z untuk memahaminya. Postingan yang mengandung unsur nasionalisme mendapat respon beragam: disukai, dibagikan, atau disimpan. Tokoh inspiratif seperti pahlawan dan pejabat pemerintahan juga berperan dalam mempengaruhi pandangan Generasi Z tentang nasionalisme. Melalui media sosial, mereka membangun identitas nasional dan berpartisipasi dalam gerakan yang relevan.

Daftar Pustaka

Adamentha Tarigan, T., Liui, F., Hanif, M., & Glorino Rumambo Pandin, M. (2022). Challenges And Solutions In Maintaining Indonesian Generation Z Nationalism In The Digitalization Era. *Jurnal Syntax Fusion*, 2(02), 350–362. <https://doi.org/10.54543/fusion.v2i02.160>

- Ahmadi, D., Rinawati, R., Fardiah, D., Darmawan, F., Umar, M., & Syam, N. K. (2023). *Digital Literacy for Women's Empowerment: A Solution to Raising Awareness of Countering Hoaxes*. <https://doi.org/10.29313/mimbar.v39i2.2645>
- Al Mega, A. N. P., & Ahmadi, D. (2022). Perencanaan Komunikasi Digital Akun Instagram @ASPAN_Lampung. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(2). <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i2.3592>
- Anshari, F. (2013). Komunikasi Politik di Era Media Sosial. *Jurnal Komunikas. Jurnal Komunikasi*, 8(1), 91–101.
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*.
- Faiq Muhammad Fauzan, Firmansyah, & Dadi Ahmadi. (2024). Bentuk Jurnalisme Warga dalam Pemberitaan di Media Online. *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital (JRJMD)*, 4(1), 1–8.
- Fauzi, F., Al-Khowarizmi, A. K., & Muhathir, M. (2020). *The e-business community model is used to improve communication between businesses by utilizing union principles*.
- Martian, Ferra. (2020). Motif Orientasi Politik Partai Solidaritas Indonesia. *Jurnal Dialektika. Volume 7. Nomor 2*.
- Mediani Tri Rahmawati, Zulfebriges, & Dadi Ahmadi. (2023). Penggunaan Umpan Klik pada Situs Grid.id. *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital*, 123–132. <https://doi.org/10.29313/jrjmd.v3i2.2746>
- Moch. Dickry Sabbieq Nursidqi, & Aning Sofyan. (2023). Kampanye Politik Anggota DPRD Kabupaten Garut Jawa Barat pada Pemilu 2019. *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital*, 87–98. <https://doi.org/10.29313/jrjmd.v3i2.2644>
- Rachmattie, A., Hasbiansyah, O., Khotimah, E., & Ahmadi, D. (2013). Strategi Komunikasi Politik dan Budaya Transparansi Partai Politik. *MIMBAR, Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 29(2), 123. <https://doi.org/10.29313/mimbar.v29i2.384>
- Refi Maulana Yusuf, & Dadi Ahmadi. (2022). Kampanye Budaya Beberes di Media Sosial Instagram. *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital*, 151–158. <https://doi.org/10.29313/jrjmd.v2i2.1530>
- Rozikin, F. C. (2021). Historical Meme As a Solution to Improve Generation Z Nationalism in Indonesia. *HISTORIA: Jurnal Program Studi Pendidikan Sejarah*, 9(2), 151. <https://doi.org/10.24127/hj.v9i2.3823>
- Sabil M Sungkar, & Dadi Ahmadi. (2023). Pengelolaan Konten Instagram dalam Konten Dakwah #Shift1MinuteBooster Shift Media. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 3(2), 121–124. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v3i2.3226>
- Santoso, D. H. (2021). New Media and Nationalism in Indonesia: An Analysis of Discursive Nationalism in Online News and Social Media after the 2019 Indonesian Presidential Election. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 37(2), 289–304. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2021-3702-18>
- Suntara, R. A., Satrio, N., & Asista, A. (2024). Penguatan Nasionalisme Generasi Z pada Era Disrupsi sebagai Upaya Peningkatan Nilai-Nilai Karakter Bangsa di SMA Negeri 1 Kelapa Kabupaten Bangka Barat. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*.