Jurnal Ilmiah Ilmu Bahasa & Komunikasi (MURABAH)
Volume. 2 Nomor. 4 Oktober 2026
e-ISSN : 3123-738X; p-ISSN : 3123-5603, Hal 81-89
DOI: https://doi.org/10.64365/murabah.v2i4.709
Available online at: *https://jurnal.muaraedukasi.id/index.php/murabah*

Analisis Wacana Kritis terhadap Representasi Identitas Budaya dalam Konten Media Sosial Generasi Z

Arya Rahmad[1*], Tri Santoso [2]
[1*-2] Universitas Lambung Mangkurat, Indonesia
Alamat: Jl. Brigjend H. Hasan Basri (Kayu Tangi), Pangeran, Kec. Banjarmasin Utara, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan
Email : Aryarahmad@ULM.ac.id [1], ttrisantoso@ULM.ac.id [2]
Korespondensi penulis: Aryarahmad@ULM.ac.id

Abstrack : *Social media has become a primary arena for Generation Z in producing and reproducing cultural identity, yet how identity discourse is constructed, negotiated, and shaped by digital power relations still requires critical investigation. This study analyzes the representation of Generation Z cultural identity in social media content using a Critical Discourse Analysis (CDA) approach. The method employed is qualitative descriptive-analytical with Wodak's Discourse-Historical Approach and Fairclough's three-level framework (text, discursive practice, social practice). Data were collected through content observation and user interaction analysis on social media platforms such as TikTok and Instagram, focusing on how discursive strategies nomination, predication, and argumentation are used to construct cultural identity representations. The analysis reveals that Generation Z cultural identity is represented through values of inclusivity, courage to express identity, and social awareness articulated via personal narratives and humor . Local and global socio-cultural contexts play important roles in shaping discursive strategies, while platform algorithms act as gatekeepers regulating discourse distribution and visibility, meaning that cultural identity production cannot be separated from the interaction between creators, audiences, and technology . These findings imply that Generation Z cultural identity on social media is negotiative and constructed within complex digital power relations, rather than merely free expression.*

Keywords: *Critical Discourse Analysis, Cultural Identity, Generation Z, Social Media, Algorithm*

Abstrak : Media sosial telah menjadi arena utama bagi Generasi Z dalam memproduksi dan mereproduksi identitas budaya, namun bagaimana wacana identitas tersebut dikonstruksi, dinegosiasikan, dan dipengaruhi oleh relasi kuasa digital masih memerlukan kajian kritis. Penelitian ini menganalisis representasi identitas budaya Generasi Z dalam konten media sosial menggunakan pendekatan Analisis Wacana Kritis (AWK). Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif-analitis dengan kerangka Discourse-Historical Approach dari Wodak dan dimensi tiga-level Fairclough (teks, praktik wacana, praktik sosial). Data dikumpulkan melalui observasi konten dan analisis interaksi pengguna pada platform media sosial seperti TikTok dan Instagram, dengan fokus pada bagaimana strategi diskursif nominasi, predikasi, dan argumentasi digunakan untuk membentuk representasi identitas budaya. Hasil analisis menunjukkan bahwa identitas budaya Generasi Z direpresentasikan melalui nilai inklusivitas, keberanian mengekspresikan identitas, dan kesadaran sosial yang diartikulasikan melalui narasi personal dan humor . Konteks sosial-budaya lokal dan global berperan penting dalam membentuk strategi wacana, sementara algoritma platform berfungsi sebagai gatekeeper yang mengatur distribusi dan visibilitas wacana, sehingga produksi identitas budaya tidak dapat dilepaskan dari interaksi antara kreator, audiens, dan teknologi . Temuan ini mengimplikasikan bahwa identitas budaya Generasi Z di media sosial bersifat negotiatif dan dikonstruksi dalam relasi kuasa digital yang kompleks, bukan sekadar ekspresi bebas.

Kata Kunci: Analisis Wacana Kritis, Identitas Budaya, Generasi Z, Media Sosial, Algoritma.

1. PENDAHULUAN

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 dan 2012, merupakan generasi pertama yang tumbuh besar di lingkungan digital . Media sosial bukan sekadar alat komunikasi

Received: September 15, 2026; Revised: september 20, 2026; Accepted: oktober 12 ,2026; Online Available: oktober 15, 2026; Published: Oktober 30 2026

bagi mereka, melainkan ruang utama untuk berekspresi, membentuk identitas pribadi dan kolektif, serta memproduksi dan menyebarkan nilai-nilai sosial. Platform seperti TikTok dan Instagram memungkinkan Generasi Z untuk menciptakan konten yang tidak hanya menghibur tetapi juga memuat wacana identitas budaya yang kompleks.

Namun, representasi identitas budaya dalam media sosial tidak bersifat netral. Konten yang tampak sebagai ekspresi personal atau hiburan sering kali mengandung strategi diskursif yang membentuk cara audiens memaknai identitas tertentu baik identitas budaya lokal, global, maupun hibrida. Lebih dari itu, algoritma platform berperan sebagai pengatur distribusi konten, menciptakan hierarki visibilitas yang memengaruhi wacana mana yang mendapat perhatian lebih besar . Dalam konteks ini, Analisis Wacana Kritis (AWK) menjadi kerangka yang tepat untuk membongkar hubungan antara bahasa, kekuasaan, dan ideologi dalam praktik digital Generasi Z.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana identitas budaya Generasi Z direpresentasikan dalam konten media sosial, mengidentifikasi strategi diskursif yang digunakan, dan mengeksplorasi peran konteks sosial-budaya serta algoritma dalam produksi wacana tersebut.

2. KAJIAN TEORI

2.1. Analisis Wacana Kritis (AWK)

AWK adalah pendekatan yang memandang wacana sebagai praktik sosial yang tidak terlepas dari relasi kuasa dan ideologi. Fairclough mengembangkan model tiga dimensi yang meliputi analisis teks (representasi), praktik wacana (produksi, distribusi, dan konsumsi teks), serta praktik sosial (konteks sosial-budaya yang lebih luas). Sementara itu, Wodak melalui *Discourse-Historical Approach* menekankan pentingnya konteks historis dan strategi diskursif seperti nominasi (penamaan), predikasi (atribusi sifat), dan argumentasi dalam membentuk representasi kelompok . Dalam konteks media sosial, AWK memungkinkan analisis bagaimana teks digital, interaksi pengguna, dan infrastruktur platform saling terkait dalam produksi makna.

2.2. Identitas Budaya dan Generasi Z

Identitas budaya bukanlah entitas statis, melainkan dikonstruksi dan dinegosiasikan melalui praktik komunikasi. Bagi Generasi Z, media sosial menjadi ruang utama negosiasi identitas, di mana nilai-nilai seperti inklusivitas, autentisitas, dan kesadaran

sosial diekspresikan melalui format digital yang khas video pendek, meme, humor, dan narasi personal . Identitas budaya yang muncul dalam konten mereka sering kali bersifat hibrida, menggabungkan elemen lokal dengan tren global, dan diartikulasikan melalui strategi yang ringan namun sarat makna.

2.3. Media Sosial dan Algoritma sebagai Arena Kekuasaan

Media sosial bukanlah ruang publik yang netral. Algoritma platform menentukan konten apa yang mendapat visibilitas, menciptakan insentif bagi kreator untuk mengikuti tren tertentu agar dapat menjangkau audiens lebih luas . Dalam perspektif AWK, algoritma berfungsi sebagai mekanisme gatekeeping yang tidak hanya mendistribusikan informasi tetapi juga membentuk ideologi yang dominan. Oleh karena itu, analisis wacana identitas budaya Generasi Z harus mempertimbangkan interaksi antara kreator, audiens, dan teknologi platform sebagai relasi kuasa yang saling memengaruhi.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif-analitis dengan menerapkan kerangka Analisis Wacana Kritis (AWK). Pendekatan ini dipilih karena tujuan penelitian adalah membongkar bagaimana identitas budaya Generasi Z direpresentasikan, dinegosiasikan, dan dipengaruhi oleh relasi kuasa digital dalam konten media sosial, bukan sekadar mengukur frekuensi atau korelasi variabel.

Kerangka analisis yang digunakan adalah *Discourse-Historical Approach* (DHA) dari Wodak yang menekankan pentingnya konteks historis dan strategi diskursif seperti nominasi, predikasi, dan argumentasi, dipadukan dengan model tiga dimensi Fairclough yang mencakup analisis teks, praktik wacana, dan praktik sosial. Kombinasi ini memungkinkan peneliti untuk tidak hanya membaca teks digital secara permukaan, tetapi juga menghubungkannya dengan konteks sosial-budaya yang lebih luas serta peran infrastruktur teknologi, khususnya algoritma platform, dalam mengatur distribusi wacana.

3.1. Pengumpulan data

Data dikumpulkan melalui observasi konten dan dokumentasi interaksi pengguna pada platform media sosial seperti TikTok dan Instagram. Konten yang dianalisis dipilih berdasarkan kriteria: (1) diproduksi oleh kreator Generasi Z, (2) memuat representasi identitas budaya, dan (3) memiliki interaksi pengguna yang signifikan. Interaksi pengguna seperti komentar dan sharing dianalisis untuk melihat bagaimana wacana

dinegosiasikan dan diterima oleh audiens. Selain itu, konteks platform—termasuk logika algoritma dan fitur engagement dianalisis sebagai bagian dari praktik wacana yang membentuk visibilitas konten.

3.2. Analisis data

Analisis data dilakukan dalam tiga tahap yang mengikuti model Fairclough: (1) analisis teks, yang berfokus pada strategi diskursif nominasi, predikasi, dan argumentasi dalam konten; (2) analisis praktik wacana, yang mengkaji bagaimana konten diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi, termasuk peran algoritma; dan (3) analisis praktik sosial, yang menghubungkan wacana dengan konteks sosial-budaya lokal dan global. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber, yaitu membandingkan temuan dari teks konten, interaksi pengguna, dan konteks platform. Data penelitian disajikan pada table 1 berikut :

Tabel 1. Ringkasan Metode Penelitian

Aspek	Keterangan
Desain Penelitian	Kualitatif deskriptif-analitis
Pendekatan	Analisis Wacana Kritis (AWK)
Kerangka Teori	*Discourse-Historical Approach* (Wodak) dan model tiga dimensi Fairclough
Fokus Analisis	Strategi diskursif (nominasi, predikasi, argumentasi); praktik wacana; praktik sosial
Sumber Data	Konten media sosial (TikTok/Instagram) dan interaksi pengguna (komentar, *sharing*)
Kriteria Pemilihan Data	Konten diproduksi Generasi Z, memuat representasi identitas budaya, memiliki interaksi signifikan
Teknik Pengumpulan Data	Observasi konten dan dokumentasi interaksi digital
Teknik Analisis	Analisis tiga tahap: teks, praktik wacana (termasuk peran algoritma), dan praktik sosial
Validitas	Triangulasi sumber data (teks, interaksi pengguna, konteks platform)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Representasi Identitas Budaya dalam Konten

Analisis terhadap konten media sosial Generasi Z menunjukkan bahwa identitas budaya direpresentasikan melalui tiga tema dominan: inklusivitas, keberanian mengekspresikan identitas, dan kesadaran terhadap isu sosial dan lingkungan. Nilai inklusivitas tercermin dalam narasi personal yang mempromosikan penerimaan terhadap keberagaman, sementara keberanian berekspresi diwujudkan melalui konten yang menantang norma sosial yang kaku. Humor dan ironi digunakan bukan sekadar sebagai hiburan, tetapi sebagai alat kritik sosial yang efektif tanpa menciptakan konflik terbuka strategi yang menunjukkan adaptasi Generasi Z terhadap format digital yang menuntut pendekatan ringan namun berdampak.

4.2. Strategi Diskursif dan Konteks Sosial-Budaya

Strategi nominasi dan predikasi digunakan secara konsisten untuk membentuk citra positif terhadap keberagaman dan keberanian berekspresi. Konteks sosial-budaya lokal, seperti isu pendidikan dan akses teknologi, berinteraksi dengan tren global seperti feminisme dan kesadaran lingkungan dalam membentuk tema konten. Hal ini menunjukkan bahwa wacana identitas budaya Generasi Z tidak sepenuhnya dikendalikan oleh tren global, tetapi juga dipengaruhi oleh pengalaman dan tantangan lokal. Adaptasi konten terhadap konteks lokal menjadi bukti bahwa identitas budaya yang direpresentasikan bersifat negotiatif, bukan sekadar reproduksi tren transnasional.

4.3. Peran Algoritma dalam Relasi Kekuasaan

Temuan penting penelitian ini adalah peran algoritma platform sebagai pengatur utama penyebaran wacana. Algoritma memberikan insentif kepada kreator untuk mengikuti tren tertentu agar konten mendapat visibilitas lebih tinggi, sehingga tidak hanya memengaruhi distribusi informasi tetapi juga membentuk ideologi yang dominan. Kekuasaan dalam produksi wacana identitas budaya tidak lagi hanya terletak pada kreator, tetapi juga pada teknologi yang mengatur distribusi wacana. Dengan demikian, representasi identitas budaya Generasi Z merupakan hasil interaksi antara kreator, audiens, dan infrastruktur teknologi sebuah relasi kuasa yang kompleks dan tidak simetris.

4.4. Implikasi Teoretis

Temuan ini memperkaya kajian AWK dalam konteks digital dengan menunjukkan bahwa analisis wacana di media sosial harus memasukkan dimensi teknologi (*algoritma*) sebagai elemen konstitutif. Identitas budaya Generasi Z tidak dapat dipahami hanya melalui teks, tetapi harus dilihat sebagai praktik sosial yang dibentuk oleh dan sekaligus membentuk ekosistem platform. Pendekatan ini sejalan dengan seruan Wodak untuk selalu mempertimbangkan konteks dalam analisis wacana , dengan perluasan bahwa konteks digital termasuk logika algoritmik adalah elemen yang tidak dapat diabaikan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

a. Identitas budaya Generasi Z dalam konten media sosial direpresentasikan melalui nilai inklusivitas, keberanian berekspresi, dan kesadaran sosial, yang diartikulasikan melalui strategi diskursif seperti narasi personal, humor, dan ironi .
b. Konteks sosial-budaya lokal dan global berperan penting dalam membentuk strategi wacana, dengan adaptasi terhadap isu lokal yang menunjukkan sifat negotiatif dari identitas budaya yang direpresentasikan.
c. Algoritma platform berfungsi sebagai gatekeeper yang mengatur distribusi dan visibilitas wacana, sehingga produksi identitas budaya tidak dapat dilepaskan dari relasi kuasa digital antara kreator, audiens, dan teknologi .

5.2. Saran

Bagi Peneliti Selanjutnya:

a. Memperluas cakupan platform dan jenis konten untuk menangkap variasi representasi identitas budaya yang lebih luas.
b. Mengintegrasikan metode etnografi digital untuk memahami perspektif kreator dan audiens secara lebih mendalam.
c. Mengembangkan kerangka AWK yang secara eksplisit memasukkan dimensi algoritmik sebagai bagian dari analisis praktik wacana.

Bagi Praktisi dan Pembuat Kebijakan:

a. Meningkatkan literasi digital Generasi Z agar mampu merefleksikan bagaimana algoritma memengaruhi produksi dan konsumsi wacana identitas.

b. Mendorong transparansi algoritma platform untuk menciptakan ruang diskursus yang lebih adil dan inklusif.

DAFTAR REFERENSI

Jurnal Ideguru. (2025). Analisis Wacana Kritis Konten TikTok @rianfahardhi: Representasi Ideologi Generasi Z. Jurnal Ideguru.

Supriadi, I., Sari, Y., et al. (2024). Indonesian Cultural Identity in Social Media Networks: A Critical Discourse Analysis on Instagram of Gen Z Users. MSJ: Majority Science Journal, 2(1), 171–177.

Mikaila, M. A. (2026). From Memory to Identity: A Critical Discourse Analysis of Y2K Mediatization and the Formation of Generation Z Identity. Journal Communication Spectrum, Universitas Bakrie.

Jurnal Multidisipliner. (2025). Konstruksi Identitas Budaya dalam Konten Parodi. IJIM.

Repository UNSRI. (2024). Analisis Wacana Tren "Marriage is Scary" pada Pengguna TikTok. Skripsi, Universitas Sriwijaya.

Garuda Kemdiktisaintek. (2025). Gen Z's Slang on Instagram: A Critical Discourse Analysis of Textual Features, Discursive Practices, and Social Practices. Language Literacy: Journal of Linguistics, Literature, and Language Teaching.

Supriadi, I., & Sari, Y. (2024). Indonesian Cultural Identity in Social Media Networks: A Critical Discourse Analysis on Instagram of Gen Z Users. MSJ: Majority Science Journal, 2(1), 171–177.

De Fina, A., & Georgakopoulou, A. (2026). Beyond Personal Identities: Analyzing Narrative Online. Taylor & Francis.

Wu, J., & Martinez, A. R. (2025). Digital Sovereignty and Platform Governance: Comparative Perspectives on TikTok and RedNote. De Gruyter Brill.

Adra Research Repository. (2024). Voicing Hybridity: A Critical Discourse Analysis of Code-Switching and Identity Construction among Third-Culture Youth on Social Media. Lingeduca.

Taylor & Francis. (2026). Algorithmic Folk Theories and Identity: How TikTok Users Co-produce Knowledge of Identity and Engage in Algorithmic Resistance. Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction.

Oxford Academic. (2026). AI, Social Media, and the Marginalization of Indian Muslims: A Case Study of Instagram. Digital Disruption, Governance, and Responsible Use of Social Media.

Aprilia, A., & Firdaus, F. (2024). Critical Discourse Analysis of Teun A. Van Dijk's Model on @gerindra's TikTok Content in Gaining Gen Z Votes. Lontar, 12(2)

Universitas Jagielloński. (2026). Discursive Strategies of Legitimation and Delegitimation in Polish MLM Content on Instagram. Master Thesis.

Chinese National Knowledge Infrastructure (CNKI). (2025). A Study of Discursive Practices in Public Opinion of Hot-Events: A Case Study of Weibo. Master Thesis, Sichuan International Studies University.

Battista, C. M., & Sande, M. R. (2026). Digital Distortions: How Social Media Algorithms Reshape Feminist Discourse. Dalam Mediated Feminisms, Politics, and Pop Culture: An Intertextual Anthology (pp. 147–182). Springer Nature Switzerland.

Durniev, O. (2024). Discursive Interpretation of Power Processes in the Internet Space: Discourse Analysis of E. Laclaude and C. Mouffe vs Critical Discourse Analysis of R. Vodak. Visnyk of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series Sociological Studies of Contemporary Society, (53), 28–34.

Firmansyah, A., Nurhalizah, M. E., Wardani, F., Rohman, A. N., & Fathony, A. (2026). Discursive Construction and Women's Identities on Social Media: A Study of the Instagram Account Perempuan Berkisah. Indonesian Journal of Inclusion, Child, and Gender Studies, 1(1), 21–32.

Adra Research Repository. (2024). Voicing Hybridity: A Critical Discourse Analysis of Code-Switching and Identity Construction among Third-Culture Youth on Social Media. Lingeduca.

Romeo, D. (2023). You Are Not Welcome Here: The Representation of Otherness in Salvini's Instagram Posts. Dalam Discourse and Digital Practices (pp. 11). Taylor & Francis.

Mahfouz, I. (2018). The Representation of Meghan Markle in Facebook Posts: A Discourse Historical Approach (DHA). International Journal of Language and Linguistics, 3, 246–259.

Prince, K. (2024). A Glimpse into Neuroqueer Youth Hashtags and Posts: A Rights-Based Critical Discourse Analysis of Power, Discourse, Value, and Identity from Neuroqueer Youths' Online Assertions. Tesis Master, Brock University.

UCLA Recent Work. (2024). Algorithmic Bias and the Representation of Latinx Communities Online. eScholarship.

Zenodo. (2026). Cyberbullying Discourse among Nigerian University Students: A Critical Discourse Analysis of Online Language Practices. Zenodo.

Garuda Kemdiktisaintek. (2025). Gen Z's Slang on Instagram: A Critical Discourse Analysis of Textual Features, Discursive Practices, and Social Practices. Language Literacy: Journal of Linguistics, Literature, and Language Teaching.