

## MENYINGKAP IDEALISME, PREFERENSI, DAN KEBERPIHAKAN SOSIAL ANAK MUDA INDONESIA DI ERA DIGITAL

Nursyamsi<sup>1</sup>, Bambang Mudjiyanto<sup>2</sup>, Fit Yanuar<sup>3</sup>, Launa<sup>4\*</sup>

<sup>1</sup> Dosen Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Politik, UNIMUDA, Sorong

<sup>2</sup> Peneliti Badan Riset dan Inovasi Nasional, Jakarta

<sup>3,4</sup> Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Sahid, Jakarta

\*Email: launa@usahid.ac.id

### ABSTRAK

Studi ini membahas idealisme, preferensi, dan keberpihakan sosial anak muda era digital. Sebab, saat ini anak muda terlanjur di label dari negatif: alay, hedon, konsumtif, dan panik. Lewat kajian kualitatif, dengan pendekatan etnografi virtual dan analisis deskriptif-interpretif, studi ini menyimpulkan bahwa gen Z yang tumbuh di bawah pengaruh ekologi virtual dan ekosistem digital sesungguhnya memiliki orientasi dan sikap unik, yakni punya kesadaran etis, visi politik kritis, dan keberpihakan sosial pada isi-isu sensitif publik. Dengan dukungan techno-digital, gen Z mampu mewarnai cara berpikir masyarakat informasi, menavigasi dunia yang tumbuh di bawah algoritma e-demokrasi, sambil menantang isu ketidakadilan dan dehumanisasi yang diproduksi elite. Mengulik cara pandang anak muda yang punya dimensi etis dan kritis akan membantu kita untuk memahami orientasi dan sikap mereka secara lebih obyektif. Memahami karakter anak muda yang etis, idealis, kritis, dan dinamis menjadi modal penting bagi siapa pun yang ingin terkoneksi dengan kelompok ini. Sebab, anak muda adalah generasi yang akan menggantikan posisi generasi tua, dan di pundak merekalah hitam-putih nasib dan masa depan bangsa ini ditentukan.

**Keywords:** Anak muda, digital natives, idealisme, preferensi, keberpihakan sosial, ekologi digital.

### 1. PENDAHULUAN

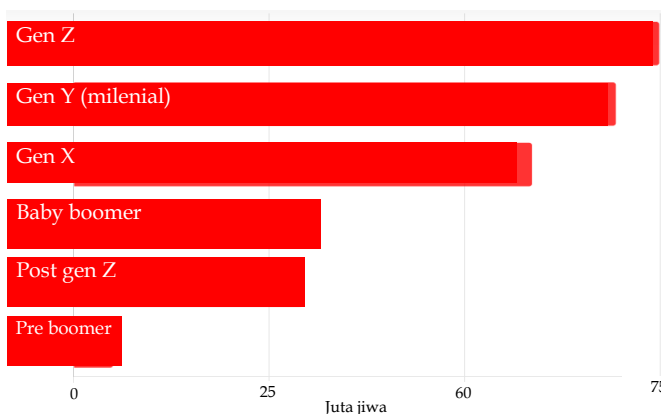
Di era serba *digitalize* saat ini, potret idealisme anak muda era *tecno-digital* tentu berbeda dengan idealisme anak muda era industrial, apalagi anak muda yang hidup di era agraris. Jika anak muda masa lalu berinteraksi secara langsung, maka di era ini anak muda berkomunikasi via internet, atau berinteraksi secara online. Lewat teknologi informasi yang kian canggih, anak muda punya ragam cara membangun komunikasi, interaksi, dan intimasi sosial melalui saluran media sosial, seperti WhatsApp, Line, Facebook, Instagram, Tiktok, LinkedIn, Telegram, Pinterest, dan berbagai platform media sosial lainnya.

Jejaring internet saat ini adalah ruang interaksi virtual paling banyak diakses ragam

kalangan, mulai dari generasi tua, generasi dewasa, generasi muda, anak remaja, hingga anak balita. Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyebut, jumlah pengguna internet di Indonesia terus melejit tajam. Tahun 2024 lalu saja, angka pengguna internet telah mencapai 221.563.479 jiwa dari total penduduk Indonesia tahun 2024 sebesar 278.696.200 jiwa. Data APJII ini menunjukkan, tingkat penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 79,5%, naik 1,4% dibanding tahun 2023 sebesar 78,19%.

Dari sisi usia, orang yang berselancar di dunia maya ini mayoritas dihuni gen Z (lahir antara 1995-2010) sebanyak 34,40%, disusul generasi milenial (lahir antara 1977-1994) sebanyak 30,62%, gen X (lahir antara 1965-

1976) sebanyak 18,98%, Post gen Z (kelahiran tahun 2023) sebanyak 9,17%, *baby boomers* (lahir antara 1946-1964) sebanyak 6,58%, dan generasi *pre boomer* (lahir sebelum tahun 1945) sebanyak 0,24%. Ditelisik dari sisi gender, kontribusi penetrasi internet terbesar Indonesia berasal dari laki-laki (50,7%), disusul perempuan (49,3%). Sedangkan tingkat pengguna internet dari sisi zonasi, menurut data APJII, masih diduduki wilayah perkotaan (*urban areas*) di posisi pertama dengan kontribusi 69,5%, disusul wilayah pedesaan/zona penyangga (*rural areas*) di posisi kedua dengan kontribusi 30,5% (apjii.or.id, 2024).



**Gambar 1.** Populasi Indonesia Saat Ini Didominasi Gen Z dan Generasi Milenial

Sumber: data.goodstats.id, 2023

Kelompok anak muda atau yang saat ini tren disebut ‘gen Z’ atau ‘generasi milenial’ (‘gen Y’) adalah substratum dari entitas demografis yang lahir antara tahun 1995-2010 dan 1977-1994. Mereka adalah dua generasi paling unik, eksentrik, dan distingtif yang lahir, tumbuh, dan besar di era digital. Istilah lain yang juga kerap disematkan pada Gen Z adalah *digital natives*, *post-milenial*, *screenagers*, *i-Gen*, *instant generation*, *zoomers*, *net-gen*, atau *gen-tech*. Gen Z (dalam beberapa kasus juga generasi milenial) adalah kluster sosial budaya yang memiliki kultur *ciamik*. Mereka gemar

berlaku instan dalam ragam aktivitasnya karena didukung penuh oleh teknologi komunikasi/informasi. Hampir seluruh aktivitas gen Z dikerjakan di dunia maya, termasuk urusan mencari pasangan dan berbelanja kebutuhan harian.

Sebagai anak muda yang memasuki usia matang, wajar jika mereka kadang bersikap labil atau ambigu. Namun, harus diakui bahwa anak muda seperti gen Z dan generasi milenial memiliki cara pandang yang futuristik, sirkuler, bahkan kadang ‘melompat’ jauh ke depan. Melalui kultur digital, mereka mampu membentuk tata nilai, sistem norma, tren sosial, fitur budaya, dan perspektif ekonomi baru. Sebagai generasi yang sangat akrab dan melekat teknologi, paparan informasi dari ragam platform digital yang cukup intens, barang tentu memaksa gen Z berpikir terbuka (*open minded*), seperti peduli pada isu lingkungan, aktif dalam isu-isu sosial, bahkan punya gagasan dan sikap politik progresif, seperti terbaca dalam berbagai komen-komen kritis mereka di berbagai lini masa media sosial.

Namun, anak muda dengan ciri unik seperti gen Z dan gen Y saat ini oleh masyarakat terlanjur di stempel dengan ragam konotasi negatif, seperti generasi *alay*, hedon, konsumtif, gemar *having fun*, *pleasure*, atau gandrung berbelanja online. Tuduhan itu cenderung sarkas, bias, dan tendensius; belum tentu mewakili perilaku mayoritas anak muda Indonesia. Dalam banyak kasus, tak sedikit anak muda Indonesia yang punya sikap hidup positif, kritis, futuris, dan memiliki segudang prestasi. Benar, saat ini banyak anak muda yang lebih memilih menjadi *net-gen*, yang menekuni hidup di dunia jejaring. Namun, mereka juga punya idealisme, kesadaran, dan keberpihakan sosial, tidak melulu apatis. Tagar ‘Indonesia Gelap’ atau Tagar ‘Kabur Aja Dulu’ adalah contoh aktual sikap kritis anak muda akibat krisis moral (korupsi, kriminalisasi, dan

*abuse of power*) yang dilakukan oleh para elite politik.

Faktual, anak muda era digital hidup dalam tiga zona waktu: masa lalu (*the past*), masa kini (*the present*), dan masa depan (*the future*). Dari sisi masa lalu (*the past*) dan situasi hari ini (*the present*) tidak sedikit anak muda yang punya latar pendidikan dan pengalaman hidup serba pas dan minimal. Namun, dalam kondisi serba terbatas itu, mereka tetap dituntut untuk selalu siap menyambut dan merebut masa depan yang terus berubah. Mereka juga hidup bersama dengan generasi yang alam pikirnya masih dipenuhi sisa-sisa kultur masa lampau (*the past generation*).

Kekacauan hidup di era disrupsi saat ini adalah sebuah fakta yang sulit untuk dibantah. Ada generasi yang berambisi mempraktikkan cara-cara hidup masa depan ke masa kini (gen utopis). Ada generasi yang berupaya membawa masa lalu ke masa kini (gen konservatif). Ada *new generation* yang sudah menanggalkan cara hidup masa lalu dan masa kini dan menawarkan masa depan (gen futuris). Gen Z dan Gen Y adalah entitas generasi baru yang masuk kategori generasi futuris. Dalam menyikapi hidup, kedua gen di atas menggunakan paradigma, pendekatan, metode, dan cara-cara baru.

Realitas inilah yang oleh Charles Duhigg dalam *The Power of Habit* (2012). disebut sebagai ‘lingkaran kebiasaan’ (*habit circle*). Kebiasaan atau *habit* anak muda (*youth habit*) muncul ketika ada pemicu (*trigger*), ‘pemicu’ memantik ‘keinginan’ (*want*), ‘keinginan’ memicu tindakan (*action*), dan ‘tindakan’ akan menghasilkan imbalan (*reward*). Lingkaran kebiasaan versi Duhigg adalah cara sederhana untuk memahami sikap dan perilaku anak muda yang hadir di tiap etape zaman, termasuk anak muda era digital yang *everyday* hidup dalam pengaruh langsung kultur teknologi digital (*determined by digital culture*).

Menurut Kotler (2011), perilaku anak muda yang gemar berbelanja (*online shop*), misalnya, tidak terjadi begitu saja. Namun, perilaku itu dipengaruhi oleh faktor sosial, budaya, pribadi, dan psikologi. Keempat faktor determinan ini berperan penting dalam mempengaruhi perilaku anak muda sebagai aktor budaya. Secara budaya, anak muda era digital adalah substratum sosial yang lahir dan tumbuh dalam pengaruh *high-tech* atau dalam tatanan struktur ekologi digital. Realitas hidup anak muda dalam pengaruh ekosistem digital yang intens ini, tentu akan memberi warna tersendiri pada pembentukan watak dan orientasi hidup anak muda. Tesis Kotler di atas jelas mengafirmasi signifikansi aspek budaya, sosial, pribadi, dan psikologi sebagai varian penting yang menginduksi pembentukan perilaku berbelanja anak muda selaku konsumen impulsif.

Menurut Kotler (2011), aspek budaya (seperti nilai, norma, keyakinan, sikap) jelas memberi pengaruh pada pilihan akhir konsumen muda atas produk tertentu; aspek sosial (interaksi, status, keluarga, kelompok pergaulan, kelompok acuan) juga mempengaruhi perilaku konsumen muda; aspek pribadi (usia, kepribadian, pendidikan, profesi, pendapatan, posisi ekonomi, status sosial) pun memberi pengaruh pada putusan konsumen muda dalam mengonsumsi produk tertentu; sementara aspek psikologi (emosi, intensi, motivasi, pengetahuan, persepsi) juga ikut mengarahkan preferensi konsumen muda saat mereka memutuskan untuk membeli atau tidak membeli produk tertentu.

Beberapa hasil studi menunjukkan, Gen Z adalah entitas sosial berciri plural dan berwatak global yang—dalam banyak hal—masih memiliki idealisme, kesadaran politik, dan keberpihakan sosial. Mereka cenderung vokal dalam menyuarakan isu *social justice*, *human right*, *gender equality*, dan *climate changes*. Kemajuan teknologi dan dominasi gen z di

ruang media sosial telah memberi akses luas mereka masuk ke sumber-sumber informasi; dan memungkinkan gen Z berpartisipasi dalam diskusi luas yang terkait isu-isu sensitif publik.

Beberapa hasil studi terdahulu yang dipakai sebagai landas pijak studi ini menunjukkan, gen Z adalah generasi yang dipersepsi banyak pihak masih memiliki rasa idealisme tinggi (William, dkk., 2024; Pradipta, dkk., 2024; Musthafa & Darmawan, 2024), punya empati, simpati, kepekaan, kesadaraan, dan komitmen sosial (Nurhayati, dkk., 2020; Cassey, 2021; Kusaini & Amalianita, 2024), dan punya aspirasi terlibat dalam isu/aktivitas politik (Alfaruqy, dkk., 2022; Majed, 2023; Wijaya, dkk., 2024; Said, 2024). Dengan kata lain, gen Z masih dianggap representasi suara publik terkait sikap, pandangan, komentar, dan kritik yang mereka disampaikan di ruang-ruang sosial media.

Jika studi terdahulu menganalisis gen Z dari satu atau dua aspek tertentu, maka studi ini coba mengaitkan kontribusi gen Z dalam konteks idealisme, sikap kritis, dan keberpihakan sosial. Studi ini juga coba mengaitkan kontribusi gen Z dalam hal pertumbuhan ekonomi kreatif, dinamika ekonomi digital, dan ekonomi *gig*. Dengan mengompilasi berbagai sudut pandang (pertumbuhan ekonomi kreatif, penciptaan pasar digital, dan peluang ekonomi *side job/gig economy*; termasuk isu keamanan ekonomi [kesempatan kerja, *job stability*, *good salary*, perumahan yang terjangkau, dan utang/kredit], serta isu ketimpangan sosial (*social gap*), kesehatan mental, *human right*, pemerataan, keadilan sosial, akses pendidikan, perubahan iklim/konservasi lingkungan, dampak negatif teknologi, ketimpangan gender, serta isu reformasi politik dan partisipasi politik anak muda).

Studi ini berupaya mengisi celah (*research gap*) terkait kondisi empiris gen Z Indonesia yang terbukti masih memiliki idealisme, sikap

kritis, keberpihakan sosial dan politik pro publik; serta kontribusi gen Z pada geliat ekonomi kreatif, dinamika ekonomi digital, dan pertumbuhan ekonomi *gig* mengacu pada temuan data kualitatif hasil survei dan riset empiris yang disajikan secara faktual, valid, dan argumentatif dalam kajian ini.

Target studi ini adalah bisa memberi kontribusi akademis untuk meletakkan dan memosisikan kajian gen Z secara lebih faktual, kritis, dan proporsional.

## 2. METODE PENELITIAN

Kajian ini menggunakan paradigma konstruktivis (*constructivist paradigm*) yang berciri kualitatif (subjektif dan interpretif). Riset kualitatif berupaya menghasilkan data deskriptif untuk memahami perilaku manusia (baca: idealisme, preferensi, dan keberpihakan sosial anak muda) yang hidup di era digital. Secara generik, riset kualitatif ditujukan untuk memotret fenomena natural yang dialami oleh obyek penelitian terkait orientasi, persepsi, motivasi, sikap, dan perilaku yang digambarkan melalui rangkaian frasa, kata atau bahasa (Moleong, 2014: 6). Kajian ini menggunakan teknik analisis data berciri taksonomik (deskriptif-interpretif) berbasis pendekatan analisis etnografi virtual.

Paradigma konstuktivis dalam riset kualitatif bertujuan memahami perilaku manusia yang berciri subjektif dalam kapasitasnya selaku subjek sosial maupun sebagai objek sosial. Mereka diasumsikan sebagai aktor yang mengonstruksi realitas sosial ke dalam berbagai simbol dan makna yang sukses mengonstruksi tata nilai, struktur, dan sistem sebagai basis kehidupan sosial (baca: realitas sosial digital). Konstruksi sosial dimaknai Berger dan Luckmann (1990) sebagai proses dimana tindakan dan interaksi sosial yang dilakukan manusia secara subjektif, kolektif, dan kontinyu (baca: gen Z sebagai entitas sosial) dapat menciptakan suatu realitas

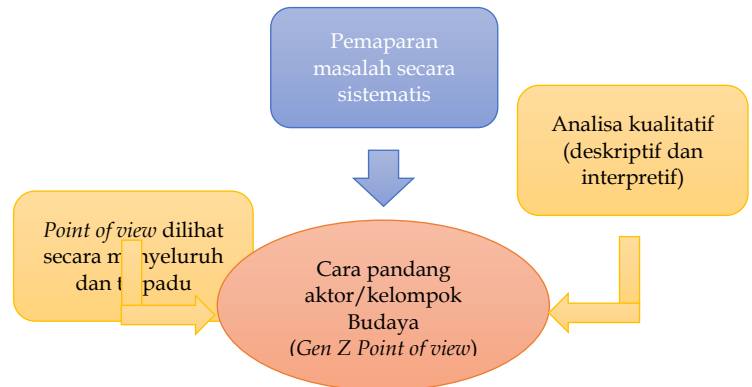


(kesadaran) baru, yakni kesadaran digital yang di klaim sebagai milik bersama (Mason, 2002: 25; McLeod, 2024; Basrowi & Suwandi, 2008).

Studi kualitatif dengan pendekatan etnografi virtual fokus pada proses interaksi virtual atau pembentukan budaya digital (baca: interaksi individu atau kelompok di ranah digital) melalui penggunaan observasi virtual/data digital; menggunakan teknik analisis kualitatif, dimana data dikumpulkan dari postingan, komentar, atau percakapan (*discourse*) di platform media sosial; melibatkan analisis isi, analisis teks, atau analisis wacana.

Secara kualitatif, etnografi virtual mempelajari berlangsungnya komunikasi sosial, interaksi simbol-simbol budaya, dan konstruksi nilai dari relasi antar pengguna media sosial (para netter/netizen) melalui perangkat teknologi digital; mengeksplor dan menafsirkan sistem makna dalam komunitas virtual yang menjadi obyek studi. Sementara pendekatan interpretif digunakan untuk merefleksikan kembali berbagai nilai, norma, dan makna sosial-budaya mengacu pada sikap, perilaku anak muda (gen Z) yang menyampaikan opini mereka di ruang media sosial sebagai produk inheren dari sistem nilai, sistem sosial, dan sistem budaya era digital (Borkovich, 2022; Rahardjo, 2018).

Data dianalisis menggunakan teknik analisis tematis melalui pengorganisasian data sesuai dengan tema-tema kajian yang relevan untuk menemukan gambaran utuh (*point of view*) terkait perilaku idealis dan keberpihakan sosial anak muda era digital, baik melalui sumber data pustaka maupun melalui sumber data sosial media. Analisis tekstual dilakukan dengan mengonfirmasi temuan data dengan asumsi teori etnografi virtual. Sementara analisis interpretif dilakukan untuk melihat makna simbolik dari perilaku idealis, sikap kritis, dan keberpihakan anak muda era digital dalam rangkaian simbol, makna, dan data yang ditemukan (Daniel, 2011; Purfitasari, 2014).



**Gambar 2.** Model Riset Kualitatif Dengan Pendekatan Etnografi Virtual  
Sumber: Spradley (1997: 35)

Data kajian ini sepenuhnya bersandar pada data kualitatif, seperti laporan hasil penelitian, dokumen hasil survei, jurnal, dan hasil interaksi sosial komunitas Gen Z di media sosial (postingan, komentar, atau percakapan). Adapun strategi analisis data dilakukan melalui 4 tahap berikut: tahap pengumpulan dan pengorganisasian data; tahap identifikasi dan kategorisasi data; (3) tahap interpretasi dan analisis data; dan (4) tahap penarikan kesimpulan/verifikasi.

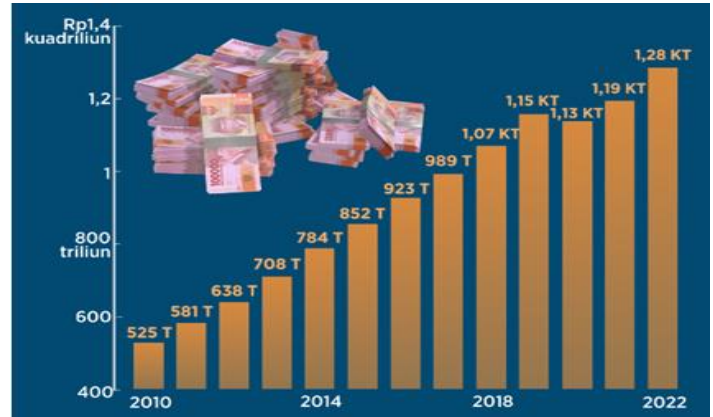
### 3. PEMBAHASAN

Kajian tentang idealisme, preferensi, dan keberpihakan sosial anak muda era digital ini coba mengelaborasi karakter dan perilaku anak muda era digital yang kerap disalahpahami banyak pihak. Anak muda kerap dituding generasi *alay* alias FoMO (*fear of missing out*), hedon, gemar bergaya, konsumtif, santai (*having fun*), penikmat traveling (*pleasure*), kurang peka, dan tidak kritis pada isu-isu populis. Sebagai gen *digital natives* yang tumbuh di era pasca reformasi, anak muda, terutama gen Z dan gen Y, tentu punya preferensi, keberpihakan, dan kesadaran posisional sendiri (orientasi, sikap, dan perilaku

yang berbeda) dibandingkan generasi lainnya. Memahami dan menyelami nilai, norma, orientasi hidup, cara pandang, *interest*, tujuan, dan tantangan yang dihadapi anak muda digital akan membantu kita bersikap lebih objektif dan proporsional.

Adalah fakta sosio-demografis, anak-anak muda era digital tumbuh sebagai kelompok dengan populasi terbesar di negeri ini. Berbasis data riset, gen Z tak hanya berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi (terutama ekonomi digital), namun generasi *digital native* ini juga memberi pengaruh penting pada dinamika sosial dan lanskap pepolitikan bangsa (data.goodstats.id, 2023).

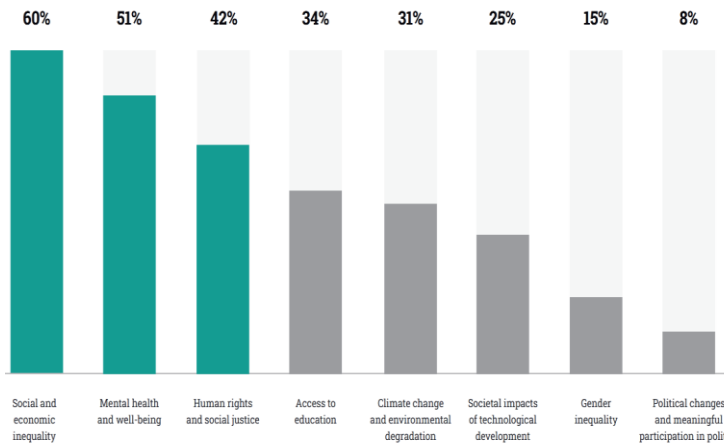
Terkait Ekonomi digital atau ekonomi kreatif, gen Z punya kontribusi besar pada kemunculan ekonomi digital dan *gig economy* (jenis aktivitas *side job*). Gen Z tidak melulu bertindak sebagai konsumen, tetapi juga sebagai produsen dan penyedia layanan konten di banyak platform digital. Banyak dari mereka yang memilih bekerja sebagai *freelancer* (memulai usaha kecil) yang menawarkan fleksibilitas, peluang, dan konsultasi bisnis berbasis teknologi pada anak-anak muda yang *well* teknologi. Ekonomi *gig* yang dikembangkan gen Z mencakup berbagai sektor layanan online, seperti transportasi, pengiriman makanan, hingga layanan konsultasi. Hadirnya ragam platform di pasar-pasar online atau *online market*, seperti Shopee, Lazada, Bukalapak, OLX, Blibli, dan Tokopedia misalnya, diakui memfasilitasi peluang layanan online dan menciptakan geliat ekonomi digital yang lebih kokoh dan dinamis di Indonesia (Zirzis, 2004: 79).



**Gambar 3.** Nilai PDB Ekonomi Kreatif Indonesia (2010-2022)

Sumber: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2024)

Tak hanya berkontribusi dalam hal ekonomi (terutama ekonomi digital dan *gig economy*), gen Z juga memberi impuls penting pada dinamika sosial dan konstelasi politik bangsa. Data survei IDN Research Institute/IDN-RI (2024) yang mewawancarai 602 responden (dan 30 ahli via metode *depth interview*/FGD) yang tersebar di 10 kota besar di Indonesia (Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Bali, Palembang, Medan, Balikpapan, dan Makassar) menunjukkan, adanya isu-isu *trend setter* yang menjadi *concern* Gen Z. Hasil survei ini setidaknya memberi petunjuk dan perspektif baru, bahwa secara moral-intelektual gen Z masih memiliki atensi dan keberpihakan pada isu-isu populis, seperti terekam dalam gambar 4 di bawah.



**Gambar 4.** Isu-isu Utama yang Menjadi Perhatian *Digital Natives* Indonesia  
Sumber: IDN Research Institute (2024)

Data survei IDN-RI (2024) juga mengungkapkan, porsi terbesar yang menjadi perhatian anak gen Z adalah isu ketimpangan sosial (60%), disusul isu kesehatan mental dan kesejahteraan (51%), isu hak asasi manusia dan keadilan sosial (42%), isu akses pendidikan yang lebih merata (34%), isu perubahan iklim dan kerusakan lingkungan (31%), isu dampak sosial perkembangan teknologi (25%), isu ketimpangan gender atau *gendelect* (15%), serta isu perubahan politik dan partisipasi politik anak muda (8%).

Mengutip *report State of Gen Z* (2023) yang dirilis oleh Center for Generational Kinetics ([genhq.com](https://genhq.com), 2023), keamanan ekonomi anak muda menjadi isu paling sensitif bagi gen Z. Riset yang melibatkan 1.027 responden anak-anak muda berusia 18 hingga 26 tahun ini melaporkan, isu ancaman keuangan pribadi, pekerjaan, utang, biaya hidup, dan perumahan menjadi keprihatinan utama. Sebanyak 64% gen Z (usia 12-26 tahun) menyebut sumberdaya keuangan menjadi problem yang menghantui masa depan mereka. Mereka ingin memiliki pekerjaan yang stabil dan bergaji baik, perumahan yang terjangkau, dan menghindari utang yang melumpuhkan.

Mereka menilai pejabat negara kurang fokus dalam mendukung keamanan ekonomi anak muda Amerika. Lebih dari dua pertiga atau 70% gen Z Amerika mengeritik pemerintah yang harusnya menyediakan pendapatan dasar untuk anak muda, dibandingkan untuk seluruh warga negara yang sebagian dari mereka telah hidup mapan.

Gen Z Indonesia juga sangat miris dan prihatin dengan isu ketimpangan sosial, mencakup spektrum kesenjangan yang luas, seperti *gap* ekonomi (kemiskinan), pendidikan, dan sosial. Gen Z Indonesia sangat menyadari, bahwa pasca pandemi corona, *gap* ekonomi yang kian menajam menjadi tanggungjawab negara untuk segera mengatasi problem krusial ini. Gen Z cukup memahami, bahwa ke depan, isu kesetaraan ekonomi tak hanya akan menguntungkan masyarakat luas, tetapi juga memberi kesempatan bagi anak muda Indonesia—yang mayoritas lahir tanpa keistimewaan ekonomi—untuk meraih masa depan hidup yang lebih baik.

Faktual, dalam beberapa tahun terakhir, *gap* ekonomi di Indonesia terus bergerak naik dan kian ekstrim, terutama akibat pandemi corona yang menyerang sendi-sendi perekonomian nasional selama empat tahun (2019-2023). Ketimpangan ini sering kali diukur dengan Koefisien Gini (atau Gini Rasio), yang berkisar antara 0 (angka kesetaraan sempurna) hingga 1 (angka ketimpangan maksimum). Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan, per Maret 2024, koefisien Gini Indonesia (baik di perkotaan maupun di pedesaan) berada di angka 0,379, dibandingkan dengan 0,385 pada September 2020. Laju ketimpangan yang jauh dari kata membaik ini mendapat perhatian kritis anak muda gen Z Indonesia. Jika tidak diatasi secara serius oleh pemerintahan, gen Z melihat kondisi itu akan makin memperparah angka kemiskinan di antara berbagai kelompok sosial ekonomi ([bps.go.id](https://bps.go.id), 2024).

Data BPS ini sejalan dengan Laporan Sosial Dunia 2020 yang dirilis oleh PBB, bahwa *income gap* telah melonjak tajam di banyak negara berkembang, bahkan di negara maju. Tren ini juga menimpa Cina, negara *middle income*, yang memiliki pertumbuhan ekonomi paling cepat di dunia. Laporan PBB ini menotifikasi, bahwa situasi ketimpangan global saat ini sudah berada dalam kondisi ‘gawat-darurat’. Kondisi ketimpangan *income* dan terbatasnya akses (*limited opportunities*) ini potensial memicu siklus ketidakpuasan massa dan frustrasi sosial. Sekjen PBB, António Guterres, bahkan mengakui ada dampak negatif dari situasi kesenjangan dan kemiskinan akut saat ini kritisisme masyarakat global (www.un.org, 2020).

Konsen anak muda gen Z melalui interaksi di jejaring sosial media terkait isu hak asasi manusia dan keadilan sosial juga terdengar nyaring dan mendapat *support* dan respons positif dari netizen atau warganet. Data survei lapangan IDN-RI 2024 menyebut, ada 42% gen Z (dari total 602 responden) yang masih menjunjung tinggi isu *human right* dan *social justice*—senafas dengan prinsip keadilan sosial yang terkandung dalam Pancasila. Kendati isu *human rights* dan *social justice* di Indonesia masih bersifat sensitif, politis, dan subjektif, namun gen Z menempatkan dua isu ini sebagai isu sentral dari amanat reformasi 98’ yang saat ini masih menjadi prioritas dan perlu terus disuarakan secara lantang.

34% (dari 602 responden) gen Z juga konsen terhadap akses pendidikan publik. terdapat 82% responden gen Z yang ingin melanjutkan pendidikan mereka, sementara 36% lainnya menyatakan kekhawatiran mereka terkait biaya pendidikan. Hal ini cukup signifikan mengingat masih banyak responden usia muda yang belum menikah. Hanya 30% responden muda yang percaya bahwa semua orang dapat mengakses pendidikan berkualitas dengan biaya terjangkau. 64% responden percaya, bahwa beasiswa atau

dukungan dana pendidikan pemerintah masih sangat diperlukan, dan 6% percaya bahwa hanya individu dengan latar keluarga *middle class* yang mampu mengakses pendidikan berkualitas.

Meski pemerintah telah menyediakan beasiswa dan pendidikan dasar gratis (baik melalui BOS, BOP, atau Bidik Misi), masih saja ada masyarakat yang tidak menerima rejeki pendidikan gratis sehingga orangtua tetap kesulitan membiayai pendidikan anak-anak mereka.

Menabung untuk pendidikan ada di posisi penting dalam prioritas anak muda. Mereka menyadari bahwa meraih gelar sarjana sangat penting untuk prospek karir dan masa depan profesi mereka ke depan. Kesadaran ini perlu digaribawahi, karena kesadaran ini berangkat dari keprihatinan anak muda terhadap kesulitan yang dihadapi oleh generasi sebelumnya, terutama dalam menavigasi pasar kerja dengan sistem kontrak atau *outsourcing*, juga adaptasi pada lanskap pasar kerja yang terus berubah akibat kemajuan teknologi.

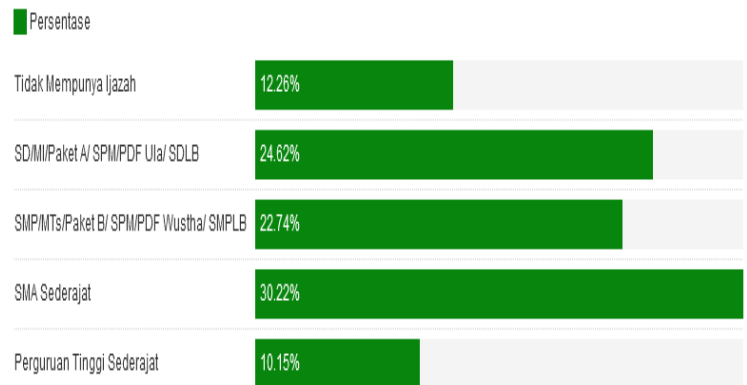
Senada dengan hasil survei Gallup (2023), untuk kategori pendidikan tinggi, 83% responden muda percaya bahwa pendidikan tinggi ‘sangat penting’ atau ‘cukup penting’. Konsisten dengan ini, anak muda gen Z yang berasal dari keluarga menengah-atas adalah mereka yang paling kecil kemungkinannya putus sekolah alias berpeluang besar untuk melanjutkan ke perguruan tinggi dibandingkan dengan generasi menengah-bawah. Hanya 43% dari responden muda yang memiliki jawaban ‘pasti akan kuliah’ karena mereka merasa mampu (baik dari sisi akademik maupun finansial) untuk melanjutkan ke jenjang pendidikan berikutnya (The Annie Cassey Fondation, 2024).

Sementara untuk anak muda kategori gen Z subkelompok pelajar, 68% lebih tertarik pada jenis pendidikan keterampilan yang lulusannya mudah mendapat pekerjaan; 72% menghargai pendekatan pengajaran yang fleksibel dan



personal serta model pembelajaran inovatif, mandiri, kreatif, aktif, *well technologies* (menyukai pengalaman belajar yang mendalam dan aktif daripada duduk dan mendengarkan ceramah guru secara pasif selama berjam-jam). Gen Z subkelompok pelajar ini berasal dari beragam lingkungan sosial dengan latar belakang dan gaya belajar yang berbeda, sehingga muncul alasan mengapa model pembelajaran fleksibel yang ‘berpusat pada siswa’ (seperti metode belajar visual, auditori, kinestetik, multimedia, dan penemuan diri) lebih sesuai dan cocok untuk mereka (The Annie Cassey Fondation, 2024).

Data BPS tahun 2023 menunjukkan, tingkat partisipasi tertinggi pendidikan generasi muda di Indonesia (usia 15 tahun ke atas), sejak 20 tahun lalu, masih berkuat di lulusan SMA/SMK/ sederajat. Jumlahnya lumayan besar, yakni 30,22%, disusul tamatan SD (24,62%) dan tamatan SMP (22,74%). Angka ini menunjukkan, angkatan kerja Indonesia secara rerata masih berpendidikan rendah (*unskilled workers*). Di sisi lain, angka partisipasi anak muda yang tamat/lulus perguruan tinggi (diploma/sarjana) masih berada di angka 10,15%. Ironisnya, setelah bangsa ini 78 tahun merdeka, masih ada 12,26% warga negara kita (umumnya anak-anak muda produktif) yang tidak memiliki ijazah sama sekali. Di Indonesia, *skill mismatch* adalah kondisi krusial yang membebani perusahaan/industri akibat keahlian/*skill* tenaga kerja yang *mismatch* alias tidak sesuai dengan kebutuhan pasar kerja.



**Gambar 5.** Perkembangan Tingkat Partisipasi Pendidikan Tahun 2023

Sumber: cnbcindonesia.com, 2024

Untuk isu lingkungan, survei Jakpat dan Veritas Edukasi Lingkungan (VEL) tahun 2023 yang berhasil mewawancari 458 responden remaja, melaporkan, ada 78% responden (berstatus pelajar SMP dan SMA/SMK) dari wilayah Jakarta dan sekitarnya yang mengaku punya perhatian tinggi dan minat besar terhadap isu lingkungan dan gerakan *zero waste*. Bahkan 16% responden siswa SMP/SMA/SMK kategori gen Z telah menerapkan *zero waste* di sekolah-sekolah mereka (detik.com, 2024). Dalam simposium di UNIKA Atmajaya Jakarta bertajuk “The Power of Youth: Gen Z The Catalysts of Change” disepakati oleh semua panelis, gen Z adalah ‘generasi emas 2045’ yang akan berperan penting dalam mewujudkan program pembangunan berkelanjutan dan *communication sustainability* di masa depan (kompas.com, 2024).

Ragu Rahman, seorang akademisi, pernah membuat studi khusus tentang ‘*Vishu Thaineetham*’, sebuah ide brilian berbasis budaya lokal yang diinisiasi oleh gen Z India untuk memelopori gerakan menanam pohon dan menghijaukan bumi. Gagasan ini menghidupkan kembali kultur bangsa India yang punya nilai konservasi dan lingkungan. Gerakan yang diinisiasi para mahasiswa ini

mendapat dukungan dari puluhan kampus besar di India. Para mahasiswa, para akademisi, dan pihak universitas memanfaatkan posisi strategis kampus sebagai aktor dalam program *Sustainable Development Goals* (SDGs). Ide dan inisiatif ‘*Vishu Thaineetham*’ memberi inspirasi pada komunitas global bahwa tradisi dapat direvitalisasi menjadi aksi konkret program konservasi lingkungan yang memberi dampak fungsional pada pengembangan model aplikatif ide budaya dengan ide konservasi lingkungan hasil inisiasi mahasiswa India lewat gerakan ‘*Vishu Thaineetham*’ (Rahman, et al., 2024).

Wacana berikut adalah isu mekanisasi dan otomatisasi teknologi, terutama isu *artificial intelligence* (AI) yang belakangan memberi implikasi serius pada penciptaan lapangan kerja yang kian hari kian sulit dan kompetitif. Meningkatnya otomatisasi dan implikasinya terhadap peluang kerja (seperti di sektor manufaktur, transportasi, dan layanan pelanggan). Sektor-sektor ini diprediksi akan mengalami otomatisasi signifikan ditambah polarisasi/gejakan sosial-politik terkait penggunaan teknologi yang saat ini beroperasi kian ekstensif.

Kondisi ini telah memantik perhatian gen Z terkait isu dampak sosial disrupsi teknologi, otomatisasi, dan media sosial yang kian canggih sebagai isu-isu sensitif masa depan. Meningkatnya otomatisasi dan implikasinya terhadap peluang kerja, ditambah polarisasi dan gesekan sosial-politik akibat penggunaan ekstensif media sosial, tentu telah memberi warna baru tumbuhnya kesadaran gen Z atas isu ini.

Menurut Nuttall (2024), ada 25% gen Z yang juga memberi catatan kritis pada *side effect* yang ditimbulkan teknologi, seperti *mental health*, *digital security*, *cyber bullying*, interkoneksi teknologi yang berlebihan, terganggunya perhatian/konsentrasi, atau potensi *bullying* dunia maya yang kian masif.

Banyak dari kalangan gen Z yang menghadapi stres akibat situasi dunia yang penuh tekanan dan serba tidak pasti. Di sisi lain, gen Z adalah entitas yang punya cara pandang tersendiri terkait nasib dan masa depan mereka yang kian *insecure*, karena mereka hidup di era kemudahan teknologi. Dibanding gen Z, gen Y/gen milenial lebih siap menghadapi tekanan teknologi. Pasalnya, gen milenial pernah merasakan hidup di masa-masa sulit transisi politik, resesi ekonomi, dan transformasi teknologi yang terjadi antara tahun 1990 hingga awal tahun 2000.

Seperti laporan hasil survei IDN-RI (2024), ada jumlah yang cukup besar, yakni 15% anak muda (terutama gen Z dan gen Y) yang melihat pentingnya isu kesetaraan gender (*gender equality*). Saat ini gen Z memiliki pemahaman inklusif dan progresif terkait isu gender dan seksualitas dibandingkan generasi X atau *baby boomer*. Gen Z dan gen Y memaknai isu gender dalam spektrum yang luas, bukan sekadar benar-salah atau dominan-subordinan. Keduanya (gen Z dan gen Y) menganggap seksualitas dan identitas gender adalah hal yang bisa diubah, yang memungkinkan mereka menerima konsep *mainstream* baru, seperti gender *non-biner* (ada di antara perempuan dan laki-laki) atau gender *fluidity* (dapat berubah seiring waktu).

Hal ini mencerminkan perubahan besar cara pandang anak muda terhadap *social norms* era digital yang berhasil mengadopsi berbagai teori/perspektif baru terkait identitas seksual dan gender. Perubahan sudut pandang ini dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti media sosial yang berperan penting dalam membentuk pandangan mereka. Platform media sosial seperti TikTok, Instagram, atau Twitter (X), menyediakan ruang luas bagi gen Z untuk berdiskusi secara kritis dan terbuka tentang berbagai isu gender dan seks. Melalui media sosial, gen Z akan terus terkoneksi dengan orang-orang dari ragam latar belakang, meraih

perspektif baru, dan mengidentifikasi diri mereka ke dalam berbagai spektrum pemahaman gender non-konvensional. Selain itu, pendidikan yang lebih inklusif tentang gender dan seks di kampus juga mempengaruhi cara berpikir *digital natives*, dimana gen Z pada akhirnya lebih menghargai keragaman identitas dari tiap-tiap individu; di samping pengaruh keluarga, paparan info teman sebaya, atau intrusi rekan kerja (Twenge, 2023).

Anak muda era digital menunjukkan sikap lebih progresif, bahwa perubahan peran gender dan purifikasi seksual dapat membawa warna baru dalam kehidupan sosial-budaya. Ini menunjukkan reputasi gen Z sebagai generasi progresif dan mudah beradaptasi; sekaligus komitmen besar gen Z untuk menerima perubahan di ruang sosial-budaya. Sikap inklusif anak muda *digital natives* ini kemungkinan besar dipengaruhi secara luas dan intens oleh gagasan global tentang kesetaraan gender dan keyakinan kuat pada hasil positif dari transformasi tatanan sosial-budaya yang selama ini berlangsung timpang dan eksploitatif. Berbeda dengan gen Z, gen Y (milenial) meski secara formal mendukung isu kesetaraan gender, namun gen Y masih lebih menyukai model adaptasi bertahap dan masih mengakui sebagian nilai-nilai tradisional yang—dalam beberapa hal—dianggap memberi keuntungan pada kelompok ini (Mahapatra, et al., 2024).

Masih ada 8% *digital natives* (rata-rata berusia gen Z) yang memiliki perhatian atas isu-isu politik, partisipasi politik, dan demokrasi. Pada pemilu dan pilpres Juni 2024 lalu, gen Z dan gen Y adalah pemilih dan pemilik suara dominan. Data Komisi Pemilihan Umum menyebut, dari 204 juta pemilih, 46,8 juta adalah pemilih gen Z dan 66,8 juta adalah pemilih gen Y. Tim IDN-RI (2024) melakukan survei terhadap 300 gen Z untuk memahami perspektif mereka tentang pemilu 2024 dan opini mereka tentang lanskap politik Indonesia.

Kajian IDN-RI menemukan ketidakpuasan yang meluas dalam demokrasi Indonesia saat ini. 15% gen Z mengatakan mereka sama sekali tidak puas, 59% mengatakan kualitas demokrasi masih jauh panggang dari api, 24,3% mengatakan cukup puas, dan hanya 1,7% yang mengatakan bahwa mereka sangat puas dengan demokrasi di Indonesia saat ini.

Ketidakpuasan ini muncul pasca 25 tahun reformasi politik yang membawa spirit baru masa depan demokrasi di Indonesia. Hal ini memprihatinkan karena mengikis kepercayaan terhadap demokrasi sebagai sebuah sistem politik yang kenyal, adaptif, inklusif, dan kredibel. Dalam poin pertanyaan terkait *review* pandangan gen Z tentang sistem politik, 25,3% menyebut bahwa demokrasi mungkin bukan yang paling baik untuk semua situasi tertentu; 10,7% mengatakan bahwa sistem politik apa pun tidak akan mampu mengubah apa pun; dan 64% gen Z masih melihat demokrasi lebih unggul dibandingkan dengan sistem politik lain, seperti model sistem politik *hybrid* atau model otoriter populis. Kekecewaan gen Z pada sistem demokrasi saat ini bukanlah sesuatu yang bisa dianggap remeh dan sepele oleh pemerintah, karena hal itu bisa memicu ketidakpercayaan rakyat (*public distrust*), menyulut konflik politik (*political conflict*), bahkan huru-hara politik (*political unrest*).

Contoh dramatis kemarahan anak muda adalah pada sikap pejabat dan elite politik yang melakukan pelecehan hukum dan demokrasi, spontan di respon oleh aksi puluhan ribu mahasiswa dan pelajar (dibantu elemen-elemen masyarakat sipil) melakukan aksi besar-besaran, mengepung gedung parlemen. Kondisi ini dipicu oleh ketidakpatuhan fraksi-fraksi (dan Badan Legislasi) DPR yang menganulir putusan Mahkamah Konstitusi (MK) tentang syarat pemilihan kepada daerah. MK telah memutuskan melalui Keputusan MK No. 70/PUU-XXII/2024 terkait batas usia calon kepala daerah minimal 30 tahun saat penetapan

calon oleh KPU. Kuat dugaan, putusan MK itu merusak skenario politik ‘istana’ yang secara hukum jadi terhalang untuk mengusung putera kedua Jokowi, Kaesang Pangarep, sebagai bakal calon Gubernur Jawa Tengah (tempo.co, 2024).



**Gambar 6.** Tagar “#KaburAjaDulu” yang Viral Awal Tahun 2025

Sumber: Puja Pratama, 2024

Contoh lain adalah tagar “#KaburAjaDulu”. Hasil analisis menunjukkan, tagar yang diviralkan anak-anak muda usia 19-29 tahun ini viral akibat mereka mengaku frustrasi dengan kondisi ekonomi Indonesia yang dianggap stagnan; terlihat dari tingginya angka pengangguran dan sulitnya anak muda mendapat pekerjaan dan upah kerja yang layak.

Tagar “#IndonesiaGelap” juga viral akibat situasi ekonomi, kondisi politik, dan nafas demokrasi Indonesia pasca Jokowi yang terus memburuk. Tagar ini menjadi refleksi kekecewaan publik atas kebijakan pemerintahan Prabowo yang dinilai tidak pro publik, seperti pemangkasan anggaran sosial dan pendidikan, pembatasan elpiji yang merugikan masyarakat, retret kepala daerah yang dinilai boros, serta pendirian lembaga Danantara yang kontroversial. Tagar “#IndonesiaGelap” mendapat lebih dari 13 juta *engagement* di Twitter (X) dan 4 juta *engagement* di Instagram. Arus protes warganet

mencapai puncaknya pada 17 dan 21 Februari 2025, bertepatan dengan aksi demonstrasi mahasiswa dan berbagai elemen masyarakat di berbagai daerah. Akun-akun media sosial menjadi motor penggerak isu; dimana 99% percakapan yang bernada kritis berasal dari akun-akun individu anak muda (tempo.co, 2025).



**Gambar 6.** Tagar “#IndonesiaGelap” yang Viral Awal Tahun 2025

Sumber: tempo.co, 2025

Berbasis pada data-data di atas, kita mendapat warna baru terkait idealisme, preferensi, sikap kritis, dan keberpihakan anak muda Indonesia. Mereka bukan semata generasi hedon, konsumtif, *impulsive*, dan panik. Jika kita telusuri lebih dalam, lanskap politik anak muda ternyata dipenuhi oleh visi masa depan Indonesia yang lebih baik, sekaligus memberi notifikasi pada elemen bangsa ini tentang bagaimana mengembalikan kepercayaan anak muda pada lembaga-lembaga politik dan institusi demokrasi yang ada. Mayoritas atau 65,7% anak muda berharap Indonesia bisa menjunjung tinggi supremasi hukum; mempertahankan sistem antikorupsi yang kuat; membangun birokrasi responsif, cekatan, dan melayani; mendesain partai politik yang berdaulat; institusi penegak hukum (kepolisian, Kejaksaan, dan KPK) yang punya *maruah* tinggi; serta pemerintah yang



dihormati dan disegani di panggung global (IDN-RI, 2024).

Dapat dikatakan bahwa seluruh responden anak muda berharap besar pemimpin Indonesia ke depan adalah mereka yang memiliki karakter. Namun, sosok pemimpin yang benar-benar akan mempengaruhi dukungan anak muda adalah mereka yang berani mengusung ide-ide yang berpihak secara konsisten pada aspirasi dan gejolak anak muda.

Keselarasan platform pemimpin dengan visi prioritas anak muda, seperti memiliki integritas dan sikap antikorupsi, beretika dan dekat dengan rakyat, tegas-karismatik, pro demokrasi, berwatak sipil, dan komit pada program anak muda (perluasan lapangan kerja, peningkatan kesejahteraan, perlindungan kesehatan, konservasi lingkungan, kesetaraan, dan demokrasi) akan menjadi pendulum penting dalam menentukan perolehan elektoral mereka. Intinya, meski karakter adalah hal penting dan vital, namun komitmen dan proposal kebijakan untuk mengatasi isu-isu kritis dan sensitif bangsa inilah yang akan mempengaruhi suara anak muda Indonesia dalam memilih sosok pemimpin masa depan.

Berdasarkan data hasil wawancara IDN-RI pada komunitas *digital natives* Indonesia, terdapat 18,7% gen Z yang masih berpikir kritis-ideal terkait nasib bangsa, salah satunya dicirikan oleh ide mereka tentang layanan publik yang berkualitas (bukan yang nepotis, berbelit, apalagi syarat uang pelicin). Sebanyak 8,7% gen Z menekankan pentingnya keberagaman dan toleransi, berkeinginan kuat untuk melihat para elite negara yang mampu merangkul individu dari berbagai latar belakang; sebagai perwujudan dari motto Bhinneka Tunggal Ika. Sementara itu, terdapat 7% responden gen Z ingin pemimpin Indonesia ke depan mampu merealisasikan sebuah negara yang sungguh bisa melindungi hak dan kebebasan semua warganya.

Persepsi sosial politik anak muda Indonesia juga terpaut dengan gagasan anak muda di level global, yakni adanya kesadaran dan komitmen tinggi pada isu-isu lingkungan (*environment issues*) sebagai referensi yang mempengaruhi perilaku belanja mereka. Anak muda Indonesia lebih termotivasi memilih produk/merek yang menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan lingkungan dan praktik bisnis yang etis (*green product*). Mereka juga lebih cenderung mendukung bisnis lokal yang komit pada produk yang ramah lingkungan (Amrita, dkk., 2024: 13-18).

Terakhir, gen Z juga menghargai (*respect*) pengalaman belanja digital yang dipersonalisasi oleh situs-situs pengelola (admin) pasar online (*market place, e-commerce* atau *online shop*). *Personalized online shopping* adalah jenis sistem belanja online atau panduan belanja online yang disesuaikan dengan preferensi, minat, dan perilaku yang relevan dengan karakteristik spesifik pelanggan yang disiapkan oleh para pengelola pasar online. Menurut hasil studi McKinsey & Company, gen Z lebih cenderung berbelanja di situs-situs belanja online yang menawarkan rekomendasi produk yang mengutamakan idealisme, preferensi pribadi, dan keberpihakan sosial terkait produk-produk tertentu. Situs belanja online yang mengarahkan konsumen pada perilaku ‘pembeli cerdas’ atau memberi panduan kritis atas produk/ merek yang pro lingkungan (*green product*) sangat menarik dan menjadi pilihan konsumen gen Z (mckinsey.com, 2024).

#### 4. KESIMPULAN

Gen Z adalah substratum yang lahir, tumbuh, dan besar dalam pengaruh intens lingkungan ekologi dan ekosistem digital, dimana *smart phone*, media sosial, jejaring dan jenis teknologi disruptif lain menjadi bagian dari keseharian mereka. Pada 2030, gen Z akan memasuki usia matang (antara 25 hingga 35 tahun); menjadikan mereka kekuatan paling

efektif yang akan menavigasi peta pasar, skema pasar kerja, struktur ekonomi, corak gerakan sosial, dan postur politik Indonesia ke depan.

Dengan representasi demografis yang besar, gen Z akan siap menjadi pemain utama. Mereka akan memastikan masa depan Indonesia yang lebih baik. Banyak dari mereka yang belum sepenuhnya matang dalam bidang politik dan urusan sosial, namun tidak berarti mereka tidak peduli. Sebab, motif setiap generasi sangat berbeda, dipengaruhi oleh kondisi sosial dan didorong oleh nilai-nilai yang melatari kepentingan kelompoknya. Wajar, jika isu-isu seperti perubahan iklim, postur politik ideal, atau kinerja demokrasi menjadi bagian dari agenda mereka. Pengalaman gen Z, terutama saat mereka menghadapi pandemi, sulitnya lapangan kerja, dan membengkaknya angka pengangguran telah memberi pengaruh besar pada perubahan kesadaran dan cara pandang mereka. Atas dasar itu, sangat mungkin mereka mau berpartisipasi pada urusan sosial, terutama yang terkait langsung dengan masa depan mereka yang secara teoritis terlihat kian sumir.

Secara sosiologis, mereka adalah substratum yang tengah menjalani liku-liku kehidupan dalam bentang kemudahan usia. Mereka cenderung pragmatis dan rentan pada isu ketidakpastian, namun tetap punya atensi besar pada isu sosial, ekonomi, politik, lingkungan, gender, dan demokrasi, terutama isu pluralisme, kesetaraan, dan inklusi sosial. Mereka dikenal sebagai kelompok paling terampil dan adaptif dalam urusan teknologi; dan punya ketergantungan tinggi pada asupan *techno*-informasi. Dalam banyak hal, sikap gen Z memang terlihat kontradiktif: mereka ambisius namun dihantui rasa cemas, pragmatis sekaligus idealis, globalis tetapi juga nasionalis. Dengan dukungan ekosistem digital, gen Z dan gen Y terus berupaya membentuk untuk menata cara berpikir masyarakat informasi yang logis, terbuka, dan kreatif—

sambil memperbaiki norma kolot masyarakat guna menavigasi dunia yang saat ini tumbuh di bawah algoritma dan logika *techno*-digital.

Studi ini diharapkan bisa memberi implikasi akademik, bahwa di era digital yang disruptif masih ada entitas yang bisa membawa dinamika hidup bangsa ke arah yang lebih baik. Untuk itu, dibutuhkan cara pandang baru yang lebih kritis, utuh, dan komprehensif dalam memahami dinamika anak muda, baik dari sisi idealisme, preferensi, dan keberpihakan sosial mereka atas isu-isu sosial, politik, ekonomi, dan budaya yang kian krusial. Perubahan cara berkomunikasi, cara memproduksi wacana, cara mengonsumsi informasi, atau cara mereka membangun budaya digital sebagai cara hidup baru, ke depan, menjadi topik menarik untuk dikaji. Argumen akademisnya, bahwa setiap generasi punya sisi unik dengan perspektif nilai, variasi norma, orientasi berpikir, perilaku dinamis, fitur sikap, dan rencana-rencana besar yang berbeda.

Studi ini menyimpulkan, gen Z adalah generasi dengan ciri unik-dinamis. Mereka dituding negatif, di stempel *impulsive*, dan di cap sebagai generasi panik. Gen Z seolah mewakili perilaku buruk yang menjadi stigma permanen anak muda. Padahal, tiap generasi punya kesadaran uniknya sendiri, yang bisa berbeda dengan kesadaran generasi lain. Memahami nilai, norma, orientasi hidup, cara pandang, *interest*, *goals*, dan tantangan gen Z akan membantu kita memahami posisi gen Z secara faktual, objektif, dan proporsional.

Memahami perilaku gen Z yang unik dan dinamis akan menjadi modal penting bagi pemerintah, dunia usaha, dan para pemangku kepentingan yang ingin terhubung secara efektif dengan kelompok potensial, berpengaruh, dan menentukan nasib dan masa depan bangsa ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2024, April 29). Nilai PDB Ekonomi Kreatif Indonesia Meningkatkan Usai Pandemi. <https://databoks.kata-data.co.id/infografik/2024/04/29/nilai-pdb-ekonomi-kreatif-indonesia-meningkat-usai-pandemi>.
- Alfaruqy, Z. M., et al. (2022). Explaining the Forms of Generation Z's Political Engagement: A Study on Generation Z in Semarang, Indonesia. *Simulacra: Jurnal Sosiologi*, 5(2), 99-112. doi: 10.21107/sml.v5i2.17047.
- Amrita, N, D. A., et al. (2024) *Green Marketing: Dunia Baru dalam Dunia Marketing*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- apjii.or.id (2024, February 07). Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>.
- Basrowi & Suwandi (2009). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (2012). *Tafsir Sosial Atas Kenyataan: Risalah Sosiologi Pengetahuan*. Jakarta: LP3ES.
- Borkovich, D. J. (2022) Digital Ethnography: A Disruptive Qualitative Approach to Inquiry. *Journal of Issues in Information Systems*, 23(4), 119-134. doi: 10.48009/4\_iis\_2022\_111.
- BPS (2024, July 01) Gini ratio Maret 2024 tercatat sebesar 0,379. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2024/07/01/2371/gini-ratio-maret-2024-tercatat-sebesar-0-379-.html>.
- Casey, A. E. (2021, March 31). Social Issues That Matter to Generation Z. <https://www.aecf.org/blog/generation-z-social-issues>.
- cnbcindonesia.com (2024, June 04) Warga RI yang Kuliah Cuma 10%, Gimana Nih Pak Jokowi? <https://www.cnbcindonesia.com/research/20240604120106-128-543650/warga-ri-yang-kuliah-cuma-10-gimana-nih-pak-jokowi>.
- brainacademy.id (2024, December 10). Generasi Boomers, X, Y, Z, & Alpha. <https://www.brainacademy.id/blog/karakteristik-generasi-boomers-x-y-z-alpha>.
- Daniel, B. K. (2011). *Handbook of Research on Methods and Techniques for Studying Virtual Communities: Paradigms and Phenomena*. New York: Information Science Reference.
- data.goodstats.id (2023, August 29). Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z. <https://data.goodstats.id/statistic/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv>.
- detik.com (2024, October 29) Minat & Kesadaran Gen Z Terhadap Isu Lingkungan Ternyata Tinggi. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-7612433/minat-kesadaran-gen-z-terhadap-isu-lingkungan-ternyata-tinggi>.
- Duhigg, C. (2012) *The Power of Habit* (First Edition). New York: Random House.
- genhq.com (2023), "The State of Gen Z® 2023: Gen Z's Expectations, Consumer Behavior, and Life Perspectives". <https://genhq.com/the-generations-hub/state-of-gen-z/>
- IDN Research Institute (2024) Indonesia Gen Z Report 2024: Understanding and Uncovering the Behavior, Challenges, and Opportunities.

- <https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-gen-z-report-2024.pdf>.
- kompas.com (2024, August 27) Gen Z Jadi Penentu Keberhasilan Pembangunan Berkelanjutan. <https://www.kompas.com/edu/read/2024/08/27/142029071/gen-z-jadi-penentu-keberhasilan-pembangunan-berkelanjutan>.
- Korhonen, V. (2024, July 03) Generation Z in the United States - Statistics & Facts. <https://www.statista.com/topics/10522/generation-z-in-the-united-states/>
- Kotler, P. (2011) Reinventing Marketing to Manage the Environmental Imperative. *Journal of Marketing*, 75(4), 132-135. doi: 10.1509/jmkg.75.4.132.
- Kusaini, U. N., & Amalianita, B. (2024). Changes and Interactions of Social Sensitivity of Generation Z Students in the Digital Era. (2024). *Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 6(2), 43-50. <https://jurnal.ubt.ac.id/index.php/jbkb/article/view/10>.
- Mahapatra, G. P., et al. (2024) Gen Z: An emerging phenomenon. *NHRD Network Journal*, 15(2), 246-256. doi: 10.1177/26314541221077137.
- Majed, M. A. A. S. (2023). Generation Z Engagement in Politics: Preferences and Perspectives. <https://pircenter.org/en/editions/generation-z-engagement-in-politics-preferences-and-perspectives/>
- Mason, J. (2002) *Qualitative Researching* (2<sup>nd</sup> Edition). California, Thousand Oaks: SAGE Publications Inc.
- mckinsey.com (2024, February 27) Curated Reads for Gen Z—And Their Z-Curious Colleagues. <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/email/genz/2024/02/2024-02-27d.html>.
- McLeod, S. (2024) Phenomenology in Qualitative Research. <https://www.simplypsychology.org/phenomenology-in-qualitative-research.html>.
- Moleong, L. J. (2014) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Musthafa, N. Q., & Darmawan, W. (2024). Generasi Z Sebagai Agen Perubahan Dalam Melestarikan Budaya Lokal di Era Globalisasi. *International Conference of Humaniora and Social Science (ICHSS)*, Vol. 4, 983-990. <https://programdoktorpbiuns.org/index.php/proceedings/article/view/460>.
- Nurhayati, et al. (2020). Analisis Kepekaan Sosial Generasi Z di Era Digital dalam Menyikapi Masalah Sosial. *Bhineka Tunggal Ika: Kajian Teori dan Praktik Pendidikan PKn*, 7(1), 17-23. doi: 10.36706/jbti.v7i1.11415.
- Nuttall, C. (2024, October 14) 12 Characteristics of Gen Z in 2025. <https://www.gwi.com/blog/generation-z-characteristics>.
- Pradipta, M. A. et al. (2024). Cinta Tanah Air pada Era Digital: Peran Generasi Z dalam Mempertahankan Identitas Nasional. *Populer: Jurnal Penelitian Mahasiswa*, 3(4), 109-118. doi: 10.58192/populer.v3i4.2787.
- Pratama, P. (2025, February 18). KOMIK: Serbuan Tagar '#KaburAjaDulu'. <https://katadata.co.id/infografik/67b3e70dbe8f8/komik-serbuan-tagar-kabur-aja-dulu>.
- Purfitasari, S. (2014) Prostitusi Keling: Konstruksi Sosial Masyarakat dan Stigmatisasi. *Journal of Educational*



- Social Studies*, 3(2), 44-50. doi: 10.15294/JESS.V3I2.6655.
- Rahardjo, M. (2018). Paradigma Interpretif. <http://repository.uin-malang.ac.id/2437/1/2437.pdf>.
- Rahman, R., et al. (2024) The Impact of Gen Z's Pro-Environmental Behavior on Sustainable Development Goals Through Tree Planting. *Sustainable Future*, 8(5), 1-16. doi: 10.1016/j.sftr.2024.100251.
- Said, S. M. (2024, January 31). Politik Gen Z. <https://rumahpemilu.org/politik-gen-z/>
- Spradley, J. P. (1997). *Metode Etnografi*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- tempo.co (2024, August 22) Masyarakat Sipil Bersatu dari Mahasiswa hingga Aktivis Gelar Demo Protes DPR Soal Putusan MK. <https://www.tempo.co/politik/masyarakat-sipil-bersatu-dari-mahasiswa-hingga-aktivis-gelar-demo-protos-dpr-soal-putusan-mk-17090>.
- tempo.co (2025, March 19). Tagar Indonesia Gelap Dapat Sentimen Negatif. <https://www.tempo.co/politik/tagar-indonesia-gelap-dapat-81-persen-sentimen-negatif-1221552>.
- The Annie-Cassey-Fondation (2024, March 31) Social Issues That Matter to Generation Z. <https://www.aecf.org/blog/generation-z-social-issues>.
- Twenge, J. M. (2023, May 01) How Gen Z Changed Its Views On Gender. <https://time.com/6275663/generation-z-gender-identity/>
- Wijaya, I., et al. (2024). The Influence of Digital Competence on Generation Z's Political Participation in the City of Jayapura. *Tamalanrea: Journal of Government and Development (JGD)*, 1(3), 162-172. doi: 10.69816/jgd.v1i3.42588.
- William, H., et al. (2024). Peran Generasi Z Dalam Membangun Harmoni di Tengah Keberagaman. *Proceeding National Conference of Christian Education and Theology*, 2(2), 121-132. doi: 10.46445/nccet.v2i2.960.
- Zirzis, M. (2024) Evolusi Ekonomi di Era Digital: Kontribusi Generasi Z Dalam Perekonomian. *Jurnal Literasi Indonesia*, 1(2), 77-83. <https://jli.staiku.ac.id/index.php/st/article/view/11/30>.