



Prosiding

Seminar Nasional

Unit Kegiatan Mahasiswa Penalaran dan Riset

IKIP PGRI Bojonegoro

Tema “Eksplorasi Penalaran dalam Riset untuk Meningkatkan Kualitas Publikasi Ilmiah”



Upaya Meningkatkan Jiwa Nasionalisme pada Generasi Z melalui Media Sosial

Heviona Deanty Laura¹, Cahyo Hasanudin²

^{1,2}Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, IKIP PGRI Bojonegoro, Indonesia

hevionadeantylaura@gmail.com

abstrak— Nasionalisme adalah paham kebangsaan dalam bernegara berupa kesetiaan terhadap tanah airnya yang ada pada setiap warga negara. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui upaya meningkatkan jiwa nasionalisme pada generasi z melalui media sosial. Metode di dalam penelitian ini menggunakan metode SLR. Data dalam penelitian ini termasuk data sekunder yang berbentuk frasa, klausa, dan kalimat yang diambil dari buku dan jurnal nasional. Teknik pengumpulan data dengan metode simak dan catat. Data dianalisis dengan teknik triangulasi teori. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada upaya 1) membuat konten edukatif dan menarik, 2) mengadakan challenge, 3) mengadakan diskusi online, 4) membuat hashtag yang menarik, 5) kolaborasi dengan influencer, yang dapat dilakukan dalam meningkatkan jiwa nasionalisme generasi z.

Kata kunci— nasionalisme, media sosial, generasi z

Abstract— Nationalism is an understanding of nationalism in the form of loyalty to the homeland that exists in every citizen. The purpose of this research is to find out efforts to increase the spirit of nationalism in generation z through social media. The method in this research uses the SLR method. The data in this research includes secondary data in the form of phrases, clauses, and sentences taken from books and national journals. The data collection technique used the method of listening and noting. The data were analyzed using theoretical triangulation techniques. The results showed that there were efforts 1) creating educational and interesting content, 2) holding challenges, 3) holding online discussions, 4) creating interesting hashtags, 5) collaboration with influencers that can be done in increasing the spirit of nationalism of generation z.

Keywords— nationalism, social media, generation z

PENDAHULUAN

Nasionalisme merupakan sesuatu yang penting dalam kehidupan bernegara (Alfaqi, 2016). Nasionalisme adalah kesadaran dari masyarakat akan rasa cinta tanah air (Amalia, Furnamasari, dan Dewi, 2021). Nasionalisme dalam arti luas, yaitu pengabdian tertinggi setiap warga negara terhadap bangsa dan tanah airnya (Asril, dkk, 2023). Jadi Nasionalisme adalah paham kebangsaan dalam bernegara berupa kesetiaan terhadap tanah airnya yang ada pada setiap warga negara.

Setiap warga negara harus mempunyai jiwa nasionalisme untuk memperkuat dan mempertahankan persatuan dan kesatuan bangsa. Tujuan nasionalisme yaitu mempertahankan keutuhan dan kedaulatan negara (Annisak, dan Nasution, 2024). Nasionalisme digunakan sebagai label identitas terhadap suatu bangsa (Kusumawardani, dan Faturachman, 2004). Nasionalisme sebagai wujud dari mempertahankan kekuatan masyarakat nasional dalam melawan musuh dari luar (Surono, 2017).

Mempertahankan kekuatan masyarakat untuk melawan musuh asing melalui nasionalisme di era digital memiliki tantangan dan peluang dalam menumbuhkan rasa cinta tanah air. Di era digital nasionalisme termasuk keadaan yang rumit dalam perkembangan sosial (Kurniawaty, dan Widayatmo, 2024). Memperkuat identitas nasional merupakan tujuan dari nasionalisme di era (Amanda, Azzahrah, dan Santoso, 2022). Nasionalisme di era digital memperkuat pembentukan identitas nasional generasi z melalui media sosial (Sari, dkk, 2024).

Media sosial merupakan sarana dimana pengguna dapat menjelaskan dirinya maupun berinteraksi (Nasrullah dalam Rafiq, 2020). Media sosial merupakan tempat yang memungkinkan penggunanya untuk membuat konten seperti blog hingga forum (Cahyono, 2016). Hadirnya media sosial mempercepat interaksi masyarakat di internet (Juanda, 2017). Jadi media sosial adalah media untuk berinteraksi di internet. Media sosial yang digunakan untuk berinteraksi memiliki banyak jenis.

Jenis media sosial paling umum adalah situs jejaring sosial. Proyek Kolaborasi, Blog dan Microblog Blog, Situs Jejaring Sosial (Nainggolan, Rondonuwu, dan Waleleng, 2018). Jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Youtube (Achmad dalam Putra, dan Yasa, 2019). LinkedIn, Pinterest, Snapchat, WhatsApp (Yeniarti, 2019). Media sosial terdapat pengguna dari berbagai kalangan.

Pengguna media sosial didominasi oleh anak muda. Umumnya dalam usia produktif 19-35 tahun (Hayati, 2018). Khususnya kalangan usia muda yang berumur 17-21 tahun (Silvana, dan Darmawan, 2018). Usia tersebut masih labil sehingga mudah terpengaruh melakukan tindakan-tindakan negatif (Wirmando, dkk, 2021). Pengguna media sosial kebanyakan merupakan generasi z.

Generasi z sudah familiar dengan teknologi karena tumbuh di era digital. Individu yang lahir antara tahun 1995 hingga 2010 merupakan generasi z (Akbar, dkk, 2022). Generasi z memiliki antusias terhadap penggunaan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat tinggi (Bakti, dan Safitri, 2017). Juga disebut iGeneration atau generasi internet (Dewi, dkk, 2022). Memiliki ketergantungan teknologi yang tinggi merupakan karakteristik generasi z.

Karakteristik generasi z yaitu mahir menggunakan teknologi dan cenderung hidup sendiri. Generasi Z sangat suka menggunakan gadgetnya (Hastini, Fahmi, dan Lukito, 2020). Terbiasa dengan kehidupan yang serba sendiri (Arum, Zahrani, dan Duha, 2023). Konsumen yang melakukan impulse buying (Venia, Marzuki, dan Yuliniar, 2021). Generasi z juga memiliki karakteristik multitasking.

Sebagai generasi multitasking harus diarahkan untuk menjunjung bela negara menggunakan teknologi (Hartinah dalam Rahayu, dan Saputra, 2024). Keterlibatan generasi z dalam menghadapi perkembangan keamanan yang pesat (Ulum, dan Yuhertiana, 2024). Dilakukan dengan menyampaikan pemahaman yang berkaitan dengan keamanan negara pada masyarakat lewat konten (Ahyati, dan Dewi, 2021). Jadi peran generasi z dalam bela negara di era digital dapat dilakukan dengan memanfaatkan media sosial seperti membuat postingan tentang bela negara.

Artikel ini bertujuan agar pembaca dapat menyadari pentingnya menumbuhkan jiwa nasionalisme pada generasi z di era digital. Dengan media sosial dapat menumbuhkan jiwa nasionalisme pada generasi z dengan membuat postingan yang sederhana dan menarik mengenai nasionalisme.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian *Systematic Literature Review* atau sering dikenal dengan singkatan SLR. Sebuah metode untuk dapat menguji, mengusut, dan mendefinisikan mengenai tema dan masalah yang relevan (Triandini dkk., 2019 dalam Hikmah dan Hasanudin, 2024).

Data penelitian ini berbentuk data sekunder. Data sekunder menurut Umaroh dan Hasanudin (2024) didapatkan dari berbagai jurnal, buku pustaka, skripsi, dokumen yang bersangkutan. Data sekunder yang digunakan di dalam penelitian ini berupa kata, frasa, klausa, atau bahkan kalimat.

Teknik pengumpulan data menggunakan metode simak dan catat. Metode mendapatkan data lewat mengamati dan mencatat data yang diperoleh (Sudharta, dan Meilantari, 2024). Metode simak di penelitian ini melalui membaca data yang didapatkan dari beragam sumber. Metode catat di penelitian ini dilakukan dengan menulis data yang telah didapatkan dari membaca jurnal, lalu diparafrasa.

Teknik validasi data menggunakan teknik triangulasi. Teknik triangulasi menurut Puspita dan Hasanudin (2024) merupakan metode mengembangkan kredibilitas dengan cara menyatukan data. Triangulasi di dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi teori. Dalam penelitian ini teori yang didapat dari hasil riset atau konsep para ahli digunakan sebagai validasi terhadap definisi atau konsep yang sedang disampaikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Upaya meningkatkan jiwa nasionalisme pada generasi z melalui media sosial dapat dilakukan sebagai berikut.

1. Konten edukatif dan kreatif

Melalui konten yang menarik dan singkat di jejaring sosial seperti TikTok, Instagram, Twitter, dan YouTube dapat digunakan untuk mengedukasi generasi z tentang sejarah dan budaya bangsa. Cara ini sangat cocok untuk menyampaikan edukasi yang sederhana namun mendalam. Menurut Kurniawan dkk (2023) mengenalkan sejarah dan budaya bangsa melalui media sosial dapat membantu generasi z untuk menambah wawasan baru dan meningkatkan jiwa nasionalisme dengan cara yang tidak membosankan.

2. Mengadakan challenge

Tantangan atau challenge dapat membuat pengguna media sosial tertarik untuk ikut membuat konten dengan tema yang serupa. Seperti membuat challenge saat merayakan hari Kemerdekaan Indonesia. Menurut Ambarwati, dan Utina (2022) melakukan challenge di media sosial sangat mudah dan praktis karena tersedia berbagai fitur yang menarik. Mengadakan challenge di media sosial dapat meningkatkan kesadaran generasi z tentang cinta tanah air, dan melestarikan budaya bangsa.

3. Diskusi online

Bertukar pendapat mengenai berbagai topik negara dapat dilakukan melalui media sosial. Menurut Perangin-angin, dan Zainal (2018) media sosial dapat mempermudah diskusi online. Mengadakan webinar tentang nasionalisme dengan menggunakan media sosial seperti Instagram Live, atau Twitter Spaces, peserta dapat ikut dalam percakapan langsung. Melalui platform Instagram Live, dan Twitter Spaces generasi z dapat ikut serta dalam percakapan yang membuat mereka tertarik tentang isu kebangsaan.

4. Membuat hashtag yang menarik

Hashtag dapat mempermudah pengguna media sosial dalam mencari informasi. Menurut Fahimah, dan Ainiyah (2023) hashtag merupakan label yang berfungsi untuk menemukan postingan yang diinginkan di media sosial. Melalui hashtag yang unik dan mudah diingat dapat mendorong generasi z untuk tertarik ikut berpartisipasi dalam kegiatan bernegara. Misalnya membuat hashtag unik tentang pemilu agar generasi z tertarik berpartisipasi, seperti #pemilu2024, #pilkada2024, atau #pilkadacore2024.

5. Kolaborasi dengan Influencer

Influencer saat ini memiliki pengaruh besar di era digital dan kalangan generasi z. Melalui kolaborasi dengan influencer dapat menjangkau banyak penonton dari konten yang diunggah (Ahmadi, dkk, 2024). Kolaborasi dengan influencer dapat menggerakkan rasa nasionalisme pada generasi z yang sangat aktif di media sosial. Influencer dapat memberikan edukasi cinta tanah air dengan cara yang menarik.

SIMPULAN

Simpulan di dalam penelitian ini adalah terdapat upaya 1) membuat konten edukatif dan menarik, 2) mengadakan challenge, 3) mengadakan diskusi online, 4) membuat hashtag yang menarik, 5) kolaborasi dengan influencer, yang dapat dilakukan dalam meningkatkan jiwa nasionalisme generasi z.

REFERENSI

- Ahmadi, M. A., Shobahiya, M., Prakosa, B. P., Hidayah, J. N., & Sulistianingsih, E. (2024). Strategi pemasaran digital menggunakan influencer marketing dalam pembuatan video promosi outlet oleh-oleh. *MUJAHADA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 1-17. <https://doi.org/10.54396/mjd.v2i1.1219>.
- Ahyati, A. I., & Dewi, D. A. (2021). Implementasi bela negara di era teknologi dalam pembelajaran pendidikan kewarganegaraan. *Journal on Education*, 3(3), 236-247. <https://doi.org/10.31004/joe.v3i3.371>.
- Akbar, M. S. F., Fauzi, R., Tsamanyah, Z. A., & Marini, A. (2022). Pengaruh penggunaan gadget dalam kegiatan belajar dan mengajar terhadap pembentukan karakter anak generasi z. *Jurnal Pendidikan Dasar dan Sosial Humaniora*, 2(2), 375-384. <https://doi.org/10.53625/jpdsh.v2i2.4418>.
- Alfaqi, M. Z. (2016). Melihat sejarah nasionalisme Indonesia untuk memupuk sikap kebangsaan generasi muda. *Jurnal Civics: Media Kajian Kewarganegaraan*, 13(2), 209-216. <http://dx.doi.org/10.21831/civics.v13i2.12745>.

- Amalia, G., Furnamasari, Y. F., & Dewi, D. A. (2021). Menumbuhkan rasa nasionalisme pada anak sd melalui pembelajaran pkn. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 8985-8989. <https://doi.org/10.31004/jptam.v5i3.2408>.
- Amanda, S. P., Azzahrah, S., & Santoso, G. (2022). Nasionalisme dan patriotisme: peluang dan tantangan di era digital. *Jurnal Pendidikan Transformatif*, 1(2), 107-117. <https://doi.org/10.9000/jpt.v1i2.460>.
- Ambarwati, D. D., & Utina, U. T. (2022). Pengaruh dance challenge pada media sosial TikTok terhadap minat menari remaja Kabupaten Blora di era pandemi Covid-19. *Jurnal Seni Tari*, 11(1), 22-35. <https://journal.unnes.ac.id/sju/jst/article/view/51408>.
- Annisak, F., & Nasution, A. G. J. (2024). Peran guru pkn dalam menumbuhkan jiwa nasionalisme pada siswa mi/sd. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 1736-1739. <https://doi.org/10.31004/jptam.v8i1.12641>.
- Arum, L. S., Zahrani, A., & Duha, N. A. (2023). Karakteristik generasi z dan kesiapannya dalam menghadapi bonus demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2(1), 59-72. <https://doi.org/10.62108/asrj.v2i1.5812>.
- Asril, A., Jaenam, J., Syahrizal, S., Armalena, A., & Yuherman, Y. (2023). Peningkatan nilai-nilai demokrasi dan nasionalisme pada mahasiswa melalui pembelajaran pendidikan pancasila dan kewarganegaraan. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(3), 1300-1309. <https://doi.org/10.24815/jimps.v8i3.25109>.
- Bakti, C. P., & Safitri, N. E. (2017). Peran bimbingan dan konseling untuk menghadapi generasi z dalam perspektif bimbingan dan konseling perkembangan. *Jurnal Konseling GUSJIGANG*, 3(1). <https://doi.org/10.24176/jkg.v3i1.1602>.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140-157. <https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.79>.
- Dewi, N. K. L. A., Mahardika, A., Santhi, I. R., & SE, M. (2022). Pentingnya pendidikan karakter bagi generasi z pada era society 5.0. *Prosiding Pekan Ilmiah Pelajar (PILAR)*, 2, 247-255. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/pilar/article/view/4437>.
- Fahimah, M., & Ainiyah, I. R. (2023). Minat Beli Produk Fashion: Penggunaan hashtag dan review produk pada aplikasi TikTok. *Jurnal Ecoment Global*, 8(2), 79-87. <https://ejournal.uigm.ac.id/index.php/EG/article/download/2780/2001>.
- Hastini, L. Y., Fahmi, R., & Lukito, H. (2020). Apakah pembelajaran menggunakan teknologi dapat meningkatkan literasi manusia pada generasi z di Indonesia?. *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, 10(1), 12-28. <https://doi.org/10.34010/jamika.v10i1.2678>.
- Hayati, L. (2018). Konsep diri anak-anak pengguna aktif media sosial. *Society*, 6(2), 58-64. <https://doi.org/10.33019/society.v6i2.65>.

- Hikmah, Y. D., & Hasanudin, C. (2024, June). Eksplorasi konsep matematika dalam pembelajaran di sekolah dasar. In *Seminar Nasional dan Gelar Karya Produk Hasil Pembelajaran* (Vol. 2, No. 1, pp. 316-324). <https://prosiding.ikipgribojonegoro.ac.id/index.php/SNGK/article/view/2382/pdf>.
- Juanda, H. (2017). Media sosial sebagai penyebarluasan informasi Pemerintah Aceh. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 1(1). <http://dx.doi.org/10.22373/jp.v1i1.1988>.
- Kurniawan, H., Damingtyas, C. P., Leryan, L. P. A., Melati, M. N. M., Nugraha, A. C., & Christiyanto, N. A. (2023). Edukasi sejarah publik melalui media sosial pada era 4.0 bagi siswa sma di Yogyakarta. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 14(1), 24-31. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v14i1.5995>.
- Kurniawaty, J. B., & Widayatmo, S. (2024). Nasionalisme di era digital: tantangan dan peluang bagi generasi z Indonesia. *JAGADDHITA: Jurnal Kebhinnekaan dan Wawasan Kebangsaan*, 3(2), 42-50. <https://doi.org/10.30998/jagaddhita.v3i2.3039>.
- Kusumawardani, A., & Faturachman, M. A. (2004). Nasionalisme. *Buletin Psikologi*, 12(2). <https://doi.org/10.22146/bpsi.7469>.
- Nainggolan, V., Rondonuwu, S. A., & Waleleng, G. J. (2018). Peranan media sosial instagram dalam interaksi sosial antar mahasiswa fakultas ilmu sosial dan politik UNSRAT Manado. *ACTA Diurna Komunikasi*, 7(4). <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/22022>.
- Perangin-angin, L. L., & Zainal, M. (2018). Partisipasi politik pemilih pemula dalam bingkai jejaring sosial di media sosial. *Jurnal Aspikom*, 3(4), 737-754. <http://dx.doi.org/10.24329/aspikom.v3i4.210>.
- Puspita, W. R., & Hasanudin, C. (2024, June). Strategi untuk meningkatkan kemampuan berhitung dasar matematika siswa sekolah dasar melalui metode drill. In *Seminar Nasional dan Gelar Karya Produk Hasil Pembelajaran* (Vol. 2, No. 1, pp. 1552-1561). <https://prosiding.ikipgribojonegoro.ac.id/index.php/SNGK/article/view/2585>.
- Putra, G. L. A. K., & Yasa, G. P. P. A. (2019). Komik sebagai sarana komunikasi promosi dalam media sosial. *Jurnal nawala visual*, 1(1), 1-8. <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v1i1.1>.
- Rafiq, A. (2020). Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3(1), 18-29. <https://doi.org/10.33822/gk.v3i1.1704>.
- Rahayu, S. T. W., & Saputra, A. E. (2024). Penyuluhan peningkatan kesadaran bela negara bagi generasi z melalui media sosial. *Jurnal Gembira: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(04), 1219-1226. <https://gembirapkm.my.id/index.php/jurnal/article/view/584>.

- Sari, N. Z. P., Luthfi, D. M., Daulatil, E. A., Daniswanto, A. M. K. S., Oktavia, K. N., & Putri, S. J. (2024). Media sosial dan penguatan nasionalisme dalam tren dan implikasinya era digital. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(5). <https://doi.org/10.62281/v2i5.339>.
- Silvana, H., & Darmawan, C. (2018). Pendidikan literasi digital di kalangan usia muda di Kota Bandung. *Pedagogia*, 16(2), 146-156. <https://doi.org/10.17509/pdgia.v16i2.11327>.
- Sudharta, I. B. P. A., & Meilantari, N. L. G. (2024). Kepribadian introvert tokoh Hakobiya dalam anime Akudama drive: kajian psikologi sastra. *Jurnal Daruma: Linguistik, Sastra dan Budaya Jepang*, 4(02), 1-15. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/daruma/article/view/7738>.
- Surono, K. A. (2017). Penanaman karakter dan rasa nasionalisme pada kegiatan ekstrakurikuler pramuka di smp n 4 Singorojo Kabupaten Kendal. *Indonesian Journal of Conservation*, 6(1). <https://doi.org/10.15294/ijc.v6i1.12527>.
- Ulum, M. T., & Yuhertiana, I. (2024). Studi literatur: relevansi perilaku keuangan dan nilai-nilai bela negara pada generasi z. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 7(4), 7728-7738. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.10075>.
- Umaroh, C., & Hasanudin, C. (2024, June). Teori bilangan: Mengenalkan jenis-jenis bilangan pada anak usia dasar. In *Seminar Nasional dan Gelar Karya Produk Hasil Pembelajaran* (Vol. 2, No. 1, pp. 370-378). <https://prosiding.ikipgribojonegoro.ac.id/index.php/SNGK/article/view/2457/pdf>.
- Venia, M., Marzuki, F., & Yuliniar, Y. (2021). Analisis faktor yang mempengaruhi perilaku impulse buying (studi kasus pada generasi z pengguna e-commerce). *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 929-941. <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/korelasi/article/view/1158>.
- Wirmando, W., Anita, F., Hurat, V. S., & Korompis, V. V. N. (2021). Dampak penggunaan media sosial terhadap perilaku bullying pada remaja. *Nursing Care and Health Technology Journal (NCHAT)*, 1(3), 117-122. <https://doi.org/10.56742/nchat.v1i3.19>.
- Yenianti, I. (2019). Promosi perpustakaan melalui media sosial di perpustakaan IAIN Salatiga. *Pustabiblia: Journal of Library and Information Science*, 3(2), 223-237. <https://doi.org/10.18326/pustabiblia.v3i2.223-237>.