

## Konstruksi Identitas Sosial oleh Media Sosial: Studi Kritis Berdasarkan Pemikiran Marcuse dan Habermas

Agesty Petra Amelia<sup>1</sup>, Izzaty Nagita Putri<sup>2\*</sup>, Jonathan Raymond Frederick<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Sriwijaya

\*Corresponding author, e-mail: [izzatynagitap@gmail.com](mailto:izzatynagitap@gmail.com)

### Abstrak

Konstruksi identitas sosial di era digital merupakan fenomena kompleks yang dipengaruhi oleh dinamika media sosial, teknologi komunikasi, dan interaksi virtual. Dalam konteks ini, teori One-Dimensional Man karya Herbert Marcuse dan konsep ruang publik Jürgen Habermas memberikan perspektif kritis terhadap bagaimana identitas sosial dibentuk dan dipengaruhi oleh struktur sosial dan media. Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka untuk menganalisis relevansi kedua teori tersebut dalam memahami pembentukan identitas sosial di era digital. Hasil kajian menunjukkan bahwa algoritma media sosial berkontribusi pada homogenisasi identitas, khususnya di kalangan generasi muda Indonesia, melalui penyaringan informasi dan penguatan norma-norma dominan. Marcuse menyoroti bagaimana sistem kapitalistik melalui media massa menciptakan individu yang teralienasi, sementara Habermas menunjukkan bahwa ruang publik digital saat ini tidak lagi mendukung diskusi rasional, melainkan dikendalikan oleh komersialisasi dan komunikasi satu arah. Temuan ini menunjukkan bahwa teknologi digital tidak hanya menjadi sarana ekspresi, tetapi juga alat reproduksi struktur kekuasaan sosial yang memengaruhi pembentukan identitas individu.

**Kata Kunci:** Era Digital; Identitas Sosial; Habermas; Konstruksi Sosial; Marcuse.

### Abstract

The construction of social identity in the digital era is a complex phenomenon shaped by the dynamics of social media, communication technology, and virtual interaction. This article analyzes how social identities are formed in the context of digital society through a theoretical lens, drawing on Herbert Marcuse's One-Dimensional Man and Jürgen Habermas's concept of the public sphere. Using a literature review method, this study reveals that social media algorithms contribute to the homogenization of identity—particularly among Indonesia's younger generation—by filtering information and reinforcing dominant norms. Marcuse highlights how the digital capitalist system fosters alienation through a culture of consumption, while Habermas critiques the decline of rational public discourse in favor of a commercialized and algorithm-driven communication space. The findings suggest that social media is not merely a medium of self-expression, but also a mechanism for reproducing power structures that influence how individuals perceive and construct their identities. The study underscores the importance of digital literacy and critical awareness in navigating identity formation in the age of information.

**Keywords:** Digital era; Habermas; Marcuse; Social Construction; Social identity.

**How to Cite:** Amelia, A. P., Putri, I. N. & Frederick, J. N. (2025). Konstruksi Identitas Sosial oleh Media Sosial: Studi Kritis Berdasarkan Pemikiran Marcuse dan Habermas. *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan*, 8(3), 363-369.



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Share-Alike 4.0 International License. If you remix, transform, or build upon the material, you must distribute your contributions under the same license as the original. ©2025 by author.

---

## Pendahuluan

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi di era digital saat ini telah banyak mengubah cara manusia berinteraksi dan membentuk identitas sosial (Nurlela et al., 2024). Media sosial dan platform digital lainnya kini menjadi ruang utama bagi individu untuk mengekspresikan diri, membangun citra, serta menjalin hubungan sosial secara online (Rahman et al., 2024). Jika dulu identitas sosial dibentuk melalui pertemuan langsung dan norma sosial di dunia nyata, kini proses tersebut semakin dipengaruhi oleh interaksi di dunia maya yang kompleks dan dinamis.

Di satu sisi, dunia digital memberi banyak peluang bagi individu untuk mengeksplorasi dan menampilkan identitas mereka secara lebih bebas. Namun di sisi lain, ada tantangan baru yang muncul, seperti tekanan untuk menyesuaikan diri dengan tren, norma-norma populer, atau bahkan algoritma yang mengatur apa yang dilihat dan dikonsumsi. Dalam hal ini, teori-teori kritis dari Herbert Marcuse dan Jürgen Habermas bisa digunakan untuk memahami lebih dalam bagaimana identitas sosial dibentuk dan dipengaruhi di era digital ini.

Marcuse dalam bukunya *One-Dimensional Man* (1964) menjelaskan bahwa masyarakat industri modern cenderung menciptakan individu yang pasif dan kehilangan kemampuan berpikir kritis, karena sudah terlalu dikontrol oleh sistem kapitalisme dan media massa. Kalau kita kaitkan dengan media sosial sekarang, bisa jadi pengguna tidak sepenuhnya menyadari bahwa identitas yang mereka tampilkan sebenarnya dibentuk oleh konten-konten yang muncul karena dorongan algoritma dan budaya digital yang dominan (Habibi, 2019).

Sementara itu, teori ruang publik dari Habermas menyoroti pentingnya ruang diskusi yang bebas dan rasional dalam membentuk opini dan identitas sosial. Tapi dalam praktiknya, ruang publik digital saat ini justru sering terfragmentasi, penuh dengan informasi instan, dan tidak mendorong dialog kritis (Pembayun, 2017). Ini membuat proses pembentukan identitas sosial jadi terpengaruh oleh interaksi yang sifatnya emosional dan konsumtif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana algoritma media sosial memengaruhi konstruksi identitas sosial, dengan menggunakan pendekatan teori *One-Dimensional Man* dari Marcuse dan teori ruang publik dari Habermas. Melalui dua teori ini, penulis ingin memahami lebih dalam bagaimana ruang digital memengaruhi cara individu memandang dan membentuk diri mereka di tengah arus informasi yang sangat cepat dan terkadang tidak terkendali. Yang menjadi kebaruan dalam kajian ini adalah pendekatan teoritis yang menggabungkan dua teori kritis sekaligus. Biasanya, teori Marcuse dan Habermas dibahas secara terpisah, tapi dalam tulisan ini penulis mencoba melihat keduanya secara bersamaan untuk menjelaskan bagaimana dominasi kapitalisme digital dan rusaknya ruang publik digital sama-sama memengaruhi identitas sosial, khususnya dalam konteks penggunaan media sosial di Indonesia.

Penelitian ini penting karena penggunaan media sosial di Indonesia, terutama oleh generasi muda, sangat tinggi. Menurut laporan *We Are Social & Kepios* (2025), lebih dari 84% pengguna internet di Indonesia yang berusia 16–34 tahun aktif menggunakan media sosial setiap hari, dengan durasi rata-rata lebih dari tiga jam per hari. Sayangnya, masih banyak yang belum sadar bahwa aktivitas mereka di media sosial sebenarnya dibentuk dan diarahkan oleh sistem algoritma dan tekanan sosial digital. Literasi digital yang rendah juga menjadi faktor yang memperkuat pentingnya kajian ini. Jika masyarakat, khususnya generasi muda, tidak memahami bagaimana identitas mereka bisa dibentuk oleh kekuatan-kekuatan yang tak terlihat ini, maka bisa muncul masalah seperti kehilangan jati diri, tekanan sosial, hingga kecanduan media sosial.

Tulisan ini juga merujuk pada beberapa penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Nurlela et al. (2024) yang membahas dampak media sosial terhadap identitas sosial anak-anak di Makassar. Penelitian lain oleh Rahman et al. (2024) juga relevan karena membahas bagaimana identitas nasional dibentuk melalui media sosial. Kedua studi ini menjadi dasar penting bagi penulis untuk mengembangkan kajian ini lebih jauh secara teoritis maupun kontekstual.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka (*library research*) untuk mengkaji konstruksi identitas sosial di era digital dengan pendekatan teori kritis, khususnya melalui pemikiran Herbert Marcuse dalam *One-Dimensional Man* dan Jürgen Habermas dalam teori ruang publik. Metode ini dipilih karena fokus kajian terletak pada analisis konseptual dan teoritis tanpa melibatkan pengumpulan data primer dari lapangan. Penelitian dilakukan dengan mengkaji berbagai sumber literatur yang relevan dan terkini.

Sumber data sekunder diperoleh dari artikel ilmiah, jurnal akademik, dan publikasi online terpercaya yang diakses melalui Google Scholar dan database jurnal terindeks lainnya. Peneliti mengumpulkan 22 artikel yang diterbitkan antara tahun 2017 hingga 2024, dengan kriteria topik yang berkaitan dengan identitas

sosial, media sosial, teknologi digital, serta teori kritis. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis isi tematik, yaitu dengan mengidentifikasi pola, isu utama, serta wacana-wacana dominan terkait pembentukan identitas sosial dalam konteks media digital. Temuan-temuan tersebut kemudian diinterpretasikan dan dikaitkan dengan teori Marcuse dan Habermas untuk memahami bagaimana media sosial membentuk dan memengaruhi identitas individu di ruang digital.

Beberapa studi yang menjadi acuan penting dalam kajian ini antara lain penelitian oleh [Nurlela, Ras, & Usman \(2024\)](#) yang membahas pengaruh media sosial terhadap pembentukan identitas sosial anak-anak di Makassar, serta [Rahman et al. \(2024\)](#) yang mengulas konstruksi identitas nasional dan kewarganegaraan dalam media sosial. Selain itu, studi oleh [Kristiyono & Ida \(2021\)](#) mengenai identitas digital dalam konteks seni dan budaya, dan oleh [Melia & Mesra \(2025\)](#) yang menyoroti transformasi nilai budaya dan identitas sosial akibat globalisasi digital, juga menjadi rujukan utama dalam mendukung analisis. Dengan merujuk pada berbagai sumber ini, penelitian ini bertujuan memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang bagaimana media sosial dan sistem digital membentuk identitas sosial di masyarakat kontemporer, khususnya di Indonesia.

## Hasil dan Pembahasan

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi platform utama bagi individu untuk membentuk, mengelola, dan menampilkan identitas sosial mereka. Fenomena ini tidak hanya melibatkan pembentukan identitas pribadi, tetapi juga berkaitan dengan dinamika sosial yang lebih luas, seperti identitas kelompok, komunitas, dan bahkan identitas nasional. Pemahaman tentang bagaimana konstruksi identitas sosial terjadi di era digital dapat dilihat melalui lensa teori-teori kritis, khususnya teori One-Dimensional Man yang dikemukakan oleh Herbert Marcuse dan konsep ruang publik dari Jürgen Habermas. Artikel ini akan membahas bagaimana media sosial sebagai instrumen utama dalam masyarakat digital berperan dalam pembentukan identitas sosial, serta menghubungkannya dengan kedua teori ini.

### Identitas Sosial di Era Digital

Sebelum membahas lebih jauh, penting untuk memahami apa yang dimaksud dengan konstruksi identitas sosial di era digital. Identitas sosial merujuk pada bagaimana individu atau kelompok membangun kesadaran diri melalui interaksi sosial, dan bagaimana mereka dipersepsikan dalam konteks sosial yang lebih besar. Di era digital, terutama dengan hadirnya media sosial, konstruksi identitas tidak lagi terbatas pada interaksi tatap muka, tetapi melalui platform-platform seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan TikTok, yang memungkinkan individu mengekspresikan diri mereka secara terbuka, atau bahkan membentuk identitas yang berbeda dari kenyataan mereka.

[Nurlela, Ras & Usman, 2024](#)) mengemukakan bahwa media sosial memiliki dampak besar dalam pembentukan identitas sosial anak di era digital. Di Makassar, misalnya, anak-anak membangun identitas sosial mereka dengan mengikuti tren yang ada di media sosial, yang turut memengaruhi cara mereka berinteraksi dengan dunia luar. Fenomena ini mengilustrasikan bagaimana media sosial memungkinkan individu untuk mengkonstruksi identitas yang sering kali didorong oleh kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan atau validasi sosial dari lingkungan digital mereka.

### *Teori One-Dimensional Man: Marcuse dan Masyarakat Konsumtif*

Herbert Marcuse, dalam karya terkenalnya *One-Dimensional Man* (1964), berargumen bahwa perkembangan masyarakat industri modern telah menciptakan individu yang tereduksi menjadi satu dimensi, di mana kebebasan individu semakin terbatas oleh struktur sosial dan ekonomi yang ada. Masyarakat konsumtif yang dihasilkan oleh kapitalisme, menurut Marcuse, menghalangi individu untuk berpikir kritis dan membentuk identitas mereka secara otentik. Mereka lebih fokus pada konsumsi barang dan simbol yang telah ditentukan oleh media dan budaya massal, yang membentuk cara mereka berpikir dan bertindak.

Di era digital, konstruksi identitas sosial sering kali dipengaruhi oleh logika konsumtif yang dikendalikan oleh industri media sosial dan iklan. [Kristiyono & Ida \(2021\)](#) dalam studi mereka tentang pameran seni di Jawa Timur menunjukkan bagaimana identitas individu, terutama yang terkait dengan karya seni digital, dibentuk oleh ekspektasi sosial yang diciptakan oleh teknologi dan pasar seni digital. Identitas yang ditampilkan di media sosial seringkali merupakan citra yang dikendalikan dan distorsi dari realitas individu, sebuah contoh dari konsep "one-dimensional" yang digagas oleh Marcuse.

Penting untuk dicatat bahwa media sosial sering kali menciptakan ilusi kebebasan ekspresi, namun pada kenyataannya, individu sering terjebak dalam pola pikir yang didorong oleh kapitalisme digital. Di sini, mereka tidak hanya mengonsumsi konten, tetapi juga menjadi produk dari konten yang mereka konsumsi.

### ***Teori Ruang Publik: Habermas dan Interaksi Sosial di Dunia Digital***

Jürgen Habermas, dalam teori ruang publiknya, menyatakan bahwa ruang publik adalah arena diskursus di mana individu dapat bertukar pendapat secara rasional dan bebas tanpa adanya dominasi dari pihak manapun. Dalam masyarakat modern, terutama dalam konteks media sosial, ruang publik ini telah terdistorsi oleh kepentingan ekonomi dan politik yang menguasai media massa.

Namun, dalam dunia digital, ruang publik juga dapat dipahami secara berbeda. [Rahman et al. \(2024\)](#) meneliti bagaimana media sosial dapat memperkuat identitas nasional dan kesadaran kewarganegaraan di era digital. Mereka menemukan bahwa media sosial berperan sebagai ruang publik alternatif yang memungkinkan individu untuk berpartisipasi dalam diskusi sosial, meskipun sering kali diskursus ini dipengaruhi oleh algoritma yang dikendalikan oleh perusahaan besar. Ini menimbulkan pertanyaan tentang sejauh mana ruang publik digital masih bisa menjadi arena diskursus yang bebas dan rasional sebagaimana dimaksud oleh Habermas.

Sebagai contoh, [Sitinjak \(2024\)](#) meneliti pembentukan identitas gender di media sosial, di mana individu dapat mengekspresikan diri mereka dengan bebas, namun sering kali dibatasi oleh norma-norma sosial dan algoritma yang mendominasi platform tersebut. Dalam konteks ini, meskipun media sosial memberi individu kebebasan untuk berpartisipasi dalam ruang publik, kebebasan tersebut sering tereduksi oleh intervensi komersial yang lebih besar, mirip dengan pengaruh kapitalisme yang dibahas oleh Marcuse.

### **Transformasi Nilai-Nilai Budaya dan Identitas Sosial di Era Globalisasi**

Era digital juga terkait erat dengan globalisasi, yang membawa pengaruh budaya asing ke dalam identitas sosial individu. [Melia & Mesra \(2025\)](#) menunjukkan bahwa generasi muda di Indonesia banyak mengadopsi nilai-nilai, gaya hidup, dan preferensi budaya dari luar negeri yang mereka temukan melalui media sosial.

Dalam konteks ini, konstruksi identitas sosial tidak hanya terbatas pada ruang lokal atau nasional, tetapi juga melibatkan identitas global yang lebih kompleks. [Wulansari et al. \(2024\)](#) juga mencatat bagaimana mahasiswa di Universitas Jember terpengaruh oleh estetika global dalam cara berpakaian, berbicara, hingga dalam menentukan nilai-nilai sosial yang mereka anggap penting.

Namun, seperti dicatat [Pamungkas et al. \(2024\)](#), proses ini juga memicu ketegangan karena pengguna media sosial berusaha menyeimbangkan nilai tradisional lokal dengan tuntutan menjadi "global citizen." Di sinilah media sosial menjadi arena negosiasi identitas, bukan hanya cermin budaya dominan.

Temuan-temuan dari berbagai studi di atas memperlihatkan bahwa pembentukan identitas sosial di media sosial tidak hanya bersifat personal atau psikologis, melainkan melibatkan mekanisme struktural dan algoritmik yang kompleks. Untuk memudahkan pemahaman tentang bagaimana algoritma, fitur media sosial, dan dinamika platform digital memengaruhi proses konstruksi identitas sosial, tabel berikut menyajikan ringkasan visual yang mengaitkan temuan-temuan tersebut secara komparatif:

**Tabel 1. Aspek Konstruksi Identitas Sosial dalam Ruang Digital**

<b>Aspek Konstruksi Identitas</b>	<b>Platform Media Sosial</b>	<b>Peran Algoritma &amp; Fitur Digital</b>	<b>Dampak terhadap Identitas Sosial</b>	<b>Referensi</b>
Ekspresi diri mahasiswa	Instagram, TikTok	Durasi konten berdasarkan popularitas, filter visual, likes, dan views.	Identitas dibentuk berdasarkan estetika dan validasi publik digital	<a href="#">Kristiyono &amp; Ida (2021)</a>
Tekanan sosial anak & remaja	Facebook, WhatsApp, TikTok	Notifikasi grup, komentar, eksposur tren yang viral	Anak dan remaja meniru trend untuk diterima secara sosial, membentuk identitas dari tekanan peers	<a href="#">Nurlela et al. (2024)</a>
Representasi gender di ruang digital	Twitter, TikTok	Tagar populer, <i>trending topic</i> , penguatan normatif oleh algoritma <i>engagement</i>	Ekspresi gender terbuka namun tetap dibatasi oleh norma sosial dan logika algoritmik	<a href="#">Sitinjak (2024)</a>

Diskursus publik dan kebebasan berekspresi	YouTube, Twitter, Instagram	Moderasi konten, algoritma promosi konten tertentu, kapitalisasi diskursus	Ruang publik digital cenderung dikendalikan oleh kepentingan komersial, membatasi diskursus bebas	Habermas (1989); Sitinjak (2023)
Identitas dalam globalisasi	lokal arus Instagram, YouTube	Rekomendasi tren global, iklan budaya populer internasional	Identitas sosial terpengaruh budaya global, memunculkan ketegangan antara nilai lokal dan global	Melia & Mesra (2025); Pamungkas et al. (2024)
Konsumsi simbolik dan kapitalis digital	Semua Platform	Perasonalisasi konten, monetisasi personal branding, <i>engagement based visibility</i>	Identitas menjadi komoditas digital, sesuai konsep "One Dimention" Marcuse	Marcuse (1964); Kristiyono & Ida (2021)

### ***Konstruksi Identitas Sosial dan Implikasi Teoritis***

Berdasarkan pemetaan tersebut, dapat disimpulkan bahwa konstruksi identitas sosial di era digital bukanlah proses yang netral atau sepenuhnya otonom. Media sosial memediasi ekspresi diri individu melalui mekanisme algoritmik dan struktur kapitalisme digital yang mempengaruhi bagaimana identitas ditampilkan dan diterima oleh publik. Teori One-Dimensional Man dari Marcuse menjelaskan bagaimana masyarakat modern cenderung kehilangan kedalaman reflektif dan digantikan oleh identitas yang dikonstruksi secara konsumtif dan dangkal. Identitas sosial dalam konteks ini menjadi produk dari logika pasar dan estetika populer yang terus direproduksi melalui media digital.

Konstruksi identitas sosial di era digital tidak dapat dipahami tanpa mempertimbangkan bagaimana media sosial mempengaruhi individu dalam konteks sosial yang lebih luas. Teori One-Dimensional Man dari Marcuse dan teori ruang publik dari Habermas memberikan kerangka untuk memahami bagaimana individu di era digital sering terjebak dalam pola konsumtif dan terdistorsi dalam mengekspresikan identitas mereka. Sementara itu, media sosial berfungsi sebagai ruang publik alternatif yang memungkinkan individu untuk membangun dan menampilkan identitas mereka, meskipun terkadang diwarnai oleh dominasi kapitalisme dan manipulasi algoritma.

Identitas sosial yang terbentuk di media sosial, baik di kalangan anak-anak, remaja, atau mahasiswa, menunjukkan bagaimana individu berinteraksi dengan dunia digital dan bagaimana identitas mereka dipengaruhi oleh budaya konsumtif, serta pengaruh globalisasi. Oleh karena itu, konstruksi identitas sosial di era digital tidak hanya mencerminkan keinginan individu untuk menampilkan diri, tetapi juga menunjukkan keterikatan mereka pada norma sosial dan ekonomi yang lebih besar.

### **Kesimpulan**

Konstruksi identitas sosial di era digital merupakan proses kompleks yang dipengaruhi oleh interaksi antara teknologi, budaya, dan kekuasaan. Media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi telah bertransformasi menjadi ruang utama pembentukan dan representasi identitas individu maupun kelompok. Melalui kerangka teori *One-Dimensional Man* dari Herbert Marcuse dan teori ruang publik dari Jürgen Habermas, penelitian ini menunjukkan bahwa ruang digital yang tampak terbuka dan partisipatif ternyata tetap dikendalikan oleh kekuatan kapitalisme, logika algoritmik, serta narasi dominan yang mereproduksi norma sosial tertentu. Berdasarkan analisis literatur dari berbagai studi, termasuk karya Nurlela et al. (2024), Rahman et al. (2024), dan Kristiyono & Ida (2021), dapat disimpulkan bahwa konstruksi identitas sosial di media sosial tidak semata-mata berdasarkan pilihan personal. Identitas tersebut banyak dipengaruhi oleh tekanan sosial digital, simbol-simbol budaya populer, serta sistem platform yang mengarahkan interaksi dan ekspresi diri. Di satu sisi, media sosial membuka ruang ekspresi baru dan komunitas yang lebih inklusif. Namun di sisi lain, terdapat risiko homogenisasi budaya, tekanan terhadap konformitas, dan manipulasi identitas yang tidak disadari.

Temuan ini memiliki implikasi penting bagi dunia pendidikan, kebijakan publik, dan pengelolaan platform digital. Literasi digital perlu ditingkatkan agar masyarakat terutama generasi muda lebih sadar terhadap proses konstruksi identitas yang berlangsung di ruang digital. Individu perlu dibekali kemampuan

berpikir kritis dan reflektif agar tidak hanya menjadi konsumen identitas yang dibentuk oleh algoritma, tetapi juga agen aktif dalam membangun identitas yang otentik. Pemerintah, institusi pendidikan, dan penyedia platform digital juga memegang peran penting dalam menciptakan ekosistem digital yang mendorong kebebasan berekspresi, melindungi keragaman, dan mencegah dominasi nilai-nilai tunggal yang bersifat konsumtif. Penelitian ini bersifat teoretis dan berbasis analisis pustaka, sehingga belum menyentuh secara langsung pengalaman personal para pengguna media sosial. Selain itu, kajian ini masih berfokus pada dimensi umum konstruksi identitas sosial, tanpa mengulas secara mendalam aspek kontekstual seperti kelas sosial, gender, etnisitas, atau wilayah geografis, yang juga berpengaruh besar dalam dinamika pembentukan identitas. Untuk memperkaya pemahaman teoretis yang telah dibangun, penelitian lanjutan sebaiknya menggunakan pendekatan empiris, seperti wawancara mendalam, observasi digital, atau etnografi virtual. Kajian terhadap pengguna media sosial dari berbagai kelompok usia atau latar sosial dapat memberikan wawasan yang lebih spesifik tentang bagaimana identitas dibentuk dalam konteks yang berbeda. Selain itu, penelitian lintas budaya atau perbandingan antarnegara juga dapat menambah perspektif global mengenai variasi pola konstruksi identitas di era digital.

## Daftar Pustaka

- Christanti, M. F., & Cahyani, I. P. (2022). Instagram: Konstruksi identitas budaya virtual melalui unggahan foto para influencer Indonesia. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 6(1), 1. doi: <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v6i1.9620.2022>
- Kamisya, A. N., & Setiawan, R. (2024). Konstruksi identitas gender pada remaja pengguna media sosial Twitter. *Edu Sociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 7(1), 162-173.
- Kristiyono, J., & Ida, R. (2021). *Identitas digital: Konstruksi identitas pada pameran karya seni Biennale Jawa Timur Satwika: Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(2), 187-198. <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i2.16514>
- Kumalasari, D., Kamila, I. F., & Salsabila, N. R. (2024). Peran simulakra dalam pembentukan realitas: Konstruksi dunia permainan roleplaying dan dampaknya terhadap identitas individu. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 4(1), 299-307. doi: <https://doi.org/10.57250/ajsh.v4i1.388>
- Manalu, D. K., Bukit, D. G. B., & Hutabarat, M. (2024). Identitas nasional dan nasionalisme di era digital: Kajian kewarganegaraan. *Jagaddhita: Jurnal Kebhinnekaan dan Wawasan Kebangsaan*, 4(1), 18-29. doi: <https://doi.org/10.30998/jagaddhita.v4i2.4155>
- Melia, Y., & Mesra, R. (2025). Transformasi nilai-nilai budaya dan identitas sosial di era globalisasi: Perspektif sosiologis. *COMTE: Journal of Sociology Research and Education*, 1(6), 268-276.
- Nabila, A. P., (2022). Transformasi budaya dalam media sosial: Pengaruh terhadap identitas generasi muda. *TANDA: Jurnal Kajian Budaya, Bahasa, dan Sastra*, 2(5), 14-21. doi: <https://doi.org/10.69957/tanda.v2i05.1850>
- Nugraha, A. S., Komariah, S., & Nurbayani, S. (2023). Streaming musik sebagai konstruksi identitas: Kajian literatur. *National Conference on Applied Business, Education, & Technology (NCABET)*, 3(1), 885-797.
- Nurlela, A., Ras, A., & Usman, M. (2024). Dampak media sosial terhadap pembentukan identitas sosial anak di era digital: Sebuah tinjauan sosiologis di kota Makassar. *Jurnal Neo Societal*, 9(4), 185-194.
- Pamungkas, Y. C., Moefad, A. M., & Purnomo, R. (2024). Konstruksi realitas sosial di Indonesia dalam peran media dan identitas budaya di era globalisasi. *Metta: Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 4(4), 28-36. doi: <https://doi.org/10.37329/metta.v4i4.3737>
- Pembayun, J. G. (2017). Rekonstruksi pemikiran Habermas di era digital. *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*, 1(1), 1-14.
- Pramartha, I. N. B. (2025). Pemikiran Soekarno tentang nasionalisme dan multikulturalisme di era revolusi industri 4.0: Membangun identitas nasional dalam arus globalisasi. *Jurnal Sangkala*, 4(1), 31-40. doi: <https://doi.org/10.62734/js.v4i1.583>
- Pramudya, K., Sujarwo, S., & Safitri, D. (2025). Media sosial x dalam membentuk identitas sosial digital generasi Z. *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa*, 3(2), 178-183. doi: <https://doi.org/10.61722/jipm.v3i2.807>
- Rahman, R. D., Prasojo, N. J., Baya, A. M., Dira, M. A., Ningsih, N. W., & Ghozali, I. (2024). Media sosial terhadap konstruksi identitas nasional dan kesadaran kewarganegaraan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 213-222. doi: <https://doi.org/10.3342/jkepmas.v1i3.136>

- 
- Ramadhan, A. P., & Iman, A. N. (2024). Konstruksi identitas sosial fashion remaja: Studi kualitatif pada pengguna pinteret di Jabodetabek. *Jurnal Komunikasi, Masyarakat dan Keamanan*, 6(2). doi: <https://doi.org/10.31599/ykxn8x58>
- Rofidah, L., & Muhid, A. (2022). Media dan hibrid identitas keagamaan di era digital. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 7(1), 81-94.
- Saraswati, G. P. D., Astuti, P., Darmawan, R. I., & Idris, M. A. S. (2022). Literasi digital untuk mendukung upaya konstruksi identitas guru sebagai pembelajar sepanjang hayat: Pelatihan bagi Ikatan Guru Indonesia (IGI) Jawa Tengah. *Varia Humanika*, 3(1), 190-196. doi: 10.15294/vh.v3i1.55247
- 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). doi: 10.62281
- Sitinjak, Y. (2024). Pembentukan identitas individu dalam budaya digital: Studi kualitatif tentang identitas gender di media sosial. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 1461-1467. doi: <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i1.8020>
- Sumantri, H. (2020). Model Pendidikan Kewarganegaraan dalam Membangun Etika Berpolitik Mahasiswa. Universitas Negeri Jakarta.
- Wulansari, Y. D., Afcarina, J. S., Zahrafani, S. A. W., & Afifah, W. (2024). Pengaruh media sosial terhadap konstruksi identitas mahasiswa Universitas Jember. *Akademik: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(2), 336-346. doi: <https://doi.org/10.37481/jmh.v4i2.768>
- Yustia, F. A. A., Utomo, A. W., & Yanuartha, R. A. (2024). Konstruksi identitas sosial di media sosial terkait cyberbullying dalam penggunaan bahasa: Analisis prespektif sosiologi. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(4), 14058-14072.