

Representasi Identitas Remaja Melalui Budaya Tren di Media Sosial

Rizqi Fitrianti¹, Ahmad Adnil Hanaf^{2*}

^{1,2} Ilmu komunikasi, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Bina Bangsa, Indonesia
mataharisenja15@gmail.com¹, ahmaadnil357@gmail.com^{2*}

Alamat: Jl. Raya Serang-JKT KM.03 No. 1B, Panancangan, Kec. Cipocok Jaya, Kota Serang, Banten (42124)

Korespondensi penulis: mataharisenja15@gmail.com

Abstract. Social media has become a new cultural space for teenagers to express themselves, interact socially, and form a self-image online. Trend culture on social media has become an important phenomenon in the dynamics of digital communication, especially among teenagers and the younger generation. Trend culture is a fluid cultural space where values, norms and identities are constantly negotiated through virtual interactions. Rapidly evolving trends through platforms such as TikTok, Instagram, and YouTube not only reflect lifestyle changes, but also become a means of self-expression, identity formation, and the search for social validation. This research aims to analyze how adolescent identity is represented through trend culture on social media in interaction patterns, meaning construction, and user self-representation. This research uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques in the form of digital observation of active teenage users of the Instagram and TikTok platforms. The theory used is Stuart Hall's representation theory. The representation is not singular, but rather fluid and performative, depending on social dynamics, recognition needs, and symbolic interactions in digital space. The results show that cultural trends, such as viral challenges, clothing styles, the use of visual filters, and the use of certain captions, become an important medium in the construction and representation of teenage identity.

Keywords: Identity Gender, Media Analyst, Social Media

Abstrak. Media sosial telah menjadi ruang kultural baru bagi remaja dalam mengekspresikan diri, berinteraksi sosial, dan membentuk citra diri secara daring. Budaya tren di media sosial telah menjadi fenomena penting dalam dinamika komunikasi digital, terutama di kalangan remaja dan generasi muda. Budaya tren menjadi ruang kultural yang cair, di mana nilai, norma, dan identitas dinegosiasikan secara terus-menerus melalui interaksi virtual. Tren yang berkembang secara cepat melalui platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube tidak hanya mencerminkan perubahan gaya hidup, tetapi juga menjadi sarana ekspresi diri, pembentukan identitas, dan pencarian validasi sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana identitas remaja direpresentasikan melalui budaya tren di media sosial dalam pola interaksi, konstruksi makna, dan representasi diri pengguna. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi digital terhadap remaja aktif pengguna platform Instagram dan TikTok. Teori yang digunakan adalah teori representasi Stuart Hall. Representasi tersebut tidak bersifat tunggal, melainkan cair dan performatif, bergantung pada dinamika sosial, kebutuhan pengakuan, dan interaksi simbolik dalam ruang digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya tren, seperti tantangan viral, gaya berpakaian, penggunaan filter visual, dan penggunaan caption tertentu, menjadi medium penting dalam konstruksi dan representasi identitas remaja. Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi dalam budaya tren berkaitan erat dengan kebutuhan akan penerimaan sosial, pemenuhan eksistensi digital, serta reproduksi simbol-simbol budaya populer.

Kata kunci: Identitas Gender, Analis Media, Media Sosial

1. LATAR BELAKANG

Media sosial telah mengalami perkembangan pesat dalam dua dekade terakhir dan menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, terutama bagi generasi remaja. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube tidak hanya berfungsi sebagai medium komunikasi interpersonal, tetapi juga sebagai ruang budaya yang memungkinkan produksi dan pertukaran simbol, makna, serta identitas secara masif dan cepat. Munculnya fenomena

budaya tren yang mendominasi pola interaksi digital remaja, di mana tren tertentu seperti tantangan viral (*viral challenges*), gaya berpakaian, filter visual, dan caption populer menjadi sarana penting untuk mengekspresikan diri (Agustin et al., 2024). Dalam era digital, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai saluran komunikasi, tetapi juga sebagai arena pembentukan dan representasi identitas. Remaja merupakan kelompok yang paling aktif menggunakan media sosial, terutama dalam mengikuti dan memproduksi konten berbasis tren, seperti gaya berpakaian, musik, tantangan (*challenges*), dan ekspresi visual lainnya. Budaya tren di media sosial bukan hanya bentuk hiburan, melainkan mencerminkan dinamika identitas yang sedang dibentuk dan dinegosiasikan oleh para remaja. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan penting mengenai bagaimana identitas remaja direpresentasikan melalui budaya tren digital. Representasi ini penting dikaji untuk memahami pola komunikasi, relasi sosial, dan pengaruh media terhadap pembentukan diri generasi muda.

Budaya tren yang bersifat cepat, viral, dan populer telah membentuk ekosistem baru dalam proses pencarian serta pembentukan identitas remaja. Identitas tidak lagi dibangun secara statis melalui interaksi tatap muka atau lingkungan sosial secara konvensional, melainkan dikonstruksi secara digital melalui representasi diri dalam ruang media sosial (M Ravii Marwan, 2023). Fenomena ini sejalan dengan pandangan Hall (1997) bahwa representasi adalah praktik produksi makna yang memainkan peran penting dalam pembentukan identitas kultural. Remaja tidak hanya mengonsumsi budaya tren, tetapi juga menjadi produsen aktif dalam menyebarkan dan memodifikasi simbol-simbol tersebut untuk membentuk citra diri mereka di hadapan publik digital (Riset & Edukasi, 2025).

Dalam ruang media sosial, identitas remaja cenderung bersifat performatif dan cair. Setiap unggahan, komentar, dan partisipasi dalam tren menjadi bagian dari upaya menampilkan identitas yang dapat diterima, diakui, dan dikonfirmasi oleh komunitas daring. Identitas digital yang terbentuk pun tidak lepas dari dinamika validasi sosial, seperti jumlah 'likes', komentar, dan jumlah pengikut (*followers*), yang secara simbolik merepresentasikan nilai sosial dalam komunitas tersebut (Djafarova & Trofimenko, 2019).

Penelitian terdahulu banyak membahas peran media sosial dalam pembentukan identitas, namun masih terbatas yang secara khusus mengkaji hubungan antara budaya tren dan representasi identitas remaja secara mendalam. Padahal, budaya tren telah menjadi elemen penting dalam dinamika sosial dan psikologis remaja di era digital. Oleh karena itu, penting untuk melihat bagaimana tren-tren ini membentuk persepsi, perilaku, dan

representasi diri remaja secara lebih kritis, khususnya dalam konteks budaya populer dan interaksi simbolik di ruang digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana representasi identitas remaja terbentuk melalui budaya tren di media sosial. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan metode pengumpulan data berupa observasi digital dan wawancara mendalam terhadap remaja pengguna aktif media sosial. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritik dan praktis dalam pemahaman tentang konstruksi identitas di era digital, serta menjadi dasar untuk pengembangan literasi media yang lebih adaptif terhadap dinamika budaya generasi muda saat ini.

2. KAJIAN TEORITIS

Teori Representasi – Stuart Hall

Teori representasi yang dikembangkan oleh Stuart Hall merupakan salah satu kerangka penting dalam kajian budaya dan komunikasi kontemporer. Hall menegaskan bahwa representasi bukan sekadar proses refleksi realitas, melainkan sebuah konstruksi makna melalui bahasa, simbol, dan praktik diskursif (Efendy et al., 2025). Representasi adalah cara bagaimana makna dibentuk dan disebarkan melalui berbagai media, termasuk media sosial. Dalam perspektif ini, identitas tidak dianggap sebagai sesuatu yang tetap atau esensial, melainkan sebagai hasil dari proses representasional yang terus-menerus dinegosiasikan dalam ranah sosial dan kultural.

Menurut Hall, representasi adalah proses di mana makna diproduksi dan dipertukarkan melalui bahasa, gambar, dan praktik sosial. Identitas remaja direpresentasikan melalui simbol-simbol visual, caption, dan partisipasi dalam tren digital (Ivana Grace Sofia Radja & Leo Riski Sunjaya, 2024). Representasi bekerja dalam sistem tanda dan bahasa yang memungkinkan individu dan kelompok mengartikulasikan makna tentang diri mereka sendiri dan orang lain. Remaja menggunakan teks, gambar, video, dan simbol visual lainnya untuk merepresentasikan identitas mereka sesuai dengan tren atau nilai-nilai budaya populer yang tengah dominan. Namun, representasi ini tidak netral atau objektif, ia dibentuk oleh kekuasaan, ideologi, dan wacana yang berlaku. Oleh karena itu, representasi juga menjadi medan pertarungan makna antara berbagai kelompok sosial yang berusaha menegaskan posisi dan identitasnya (Alamsyah, 2020).

Hall menekankan bahwa makna tidak melekat secara alami pada objek atau simbol, melainkan dikonstruksikan secara sosial melalui proses *encoding* (pemberian makna oleh

pembuat pesan) dan *decoding* (penafsiran oleh khalayak) (Triadi & Aziz, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa identitas remaja yang ditampilkan melalui budaya tren di media sosial dapat dimaknai secara berbeda oleh berbagai audiens. Dengan demikian, representasi identitas di media tidak hanya mencerminkan siapa mereka, tetapi juga bagaimana mereka ingin dipersepsikan, serta bagaimana mereka dimaknai dalam tatanan budaya digital yang terus berubah.

Dalam era digital saat ini, media sosial menjadi arena utama produksi dan distribusi representasi identitas. Hal ini memperkuat gagasan Stuart Hall bahwa representasi selalu bersifat selektif dan subjektif, karena pengguna media sosial, termasuk remaja, secara sadar maupun tidak, memilih elemen-elemen tertentu untuk ditampilkan kepada publik. Representasi diri melalui unggahan, gaya berpakaian, pilihan filter, caption, hingga penggunaan hashtag, semuanya merupakan praktik budaya yang membentuk narasi identitas. Namun demikian, pilihan-pilihan ini seringkali dipengaruhi oleh norma-norma dominan dan ekspektasi sosial yang berkembang di dalam komunitas digital tertentu.

Lebih kritis lagi, teori representasi Hall memberi perhatian terhadap hubungan antara kekuasaan dan produksi makna (Trimas & Rahmawati, 2024). Platform-platform digital seperti Instagram, TikTok, atau YouTube tidak hanya menjadi wadah ekspresi, tetapi juga agen ideologis yang meregulasi wacana tertentu melalui algoritma dan logika komodifikasi. Identitas remaja yang ditampilkan dalam budaya tren media sosial dapat dilihat sebagai bentuk partisipasi dalam logika konsumsi visual dan pencarian validasi sosial. Maka, representasi diri di media sosial menjadi bagian dari proses hegemonik di mana remaja belajar dan sekaligus mempertanyakan peran sosial mereka di tengah arus budaya populer.

Implikasi dari pendekatan Hall terhadap studi representasi identitas remaja di media sosial adalah perlunya analisis kritis terhadap bagaimana makna-makna tentang ‘menjadi remaja’, ‘trendi’, atau ‘diakui’ dikonstruksikan. Representasi bukanlah refleksi langsung dari identitas, melainkan hasil dari proses simbolik yang kompleks, dipengaruhi oleh struktur sosial, politik, ekonomi, dan budaya. Dengan demikian, studi representasi tidak hanya memetakan bagaimana remaja menampilkan diri mereka, tetapi juga mengungkap dinamika kekuasaan yang membentuk identitas tersebut. Pendekatan ini sangat relevan untuk mengkaji bagaimana budaya tren di media sosial membentuk persepsi remaja terhadap diri dan dunia sekitarnya secara kontinyu dan simultan. Serta membuka ruang kritis untuk memahami bagaimana identitas remaja terbentuk dan dinegosiasikan dalam era konvergensi media.

Budaya Tren dan Identitas Digital

Budaya tren mencakup fenomena yang berkembang cepat dan meluas melalui media sosial. Tren - tren ini berperan sebagai simbol budaya populer yang memberi ruang ekspresi dan identifikasi diri, namun juga dapat menciptakan tekanan sosial dan standar identitas yang homogen. Budaya tren yang berkembang di media sosial sering kali menjadi acuan utama dalam membentuk identitas digital, yaitu representasi diri yang dibangun melalui simbol, narasi visual, bahasa, serta interaksi daring. Identitas digital tidak lagi bersifat statis atau tunggal, melainkan dinamis dan beragam, tergantung pada konteks sosial dan platform yang digunakan.

Budaya tren di media sosial umumnya ditandai oleh siklus cepat perubahan gaya hidup, preferensi estetik, dan ekspresi diri, yang dipengaruhi oleh figur publik, influencer, algoritma platform, serta komunitas daring. Remaja cenderung mengikuti tren tertentu sebagai bentuk partisipasi sosial sekaligus cara membangun rasa afiliasi dan pengakuan. Melalui penggunaan tagar populer, gaya berpakaian, challenge viral, hingga gaya berbicara tertentu, mereka menegosiasikan identitas mereka agar selaras dengan tren yang sedang berlangsung. Dalam proses ini, identitas digital menjadi ruang simbolik yang dikonstruksi secara aktif dan performatif.

Budaya tren juga berperan dalam membentuk norma sosial baru di ranah digital. Remaja belajar mengenai apa yang dianggap ‘keren’, ‘estetik’, atau ‘relatable’ dari narasi-narasi visual yang beredar di media sosial. Proses ini tidak hanya mencerminkan preferensi individu, tetapi juga menunjukkan bagaimana struktur sosial digital bekerja dalam membentuk aspirasi dan citra diri. Oleh karena itu, budaya tren tidak dapat dipisahkan dari dinamika kuasa yang mengatur visibilitas dan popularitas identitas tertentu, di mana algoritma platform dan logika kapitalisme digital memainkan peran penting dalam menentukan apa yang tampil dan dilihat.

Dalam hal ini, identitas digital remaja bukanlah representasi otentik dari diri mereka, melainkan hasil dari proses kurasi, editing, dan seleksi yang kompleks. Identitas digital menjadi semacam ‘brand diri’ (self-branding) yang dikonstruksi demi mendapatkan validasi sosial berupa *likes*, *comments*, dan *followers* (Nuresa et al., 2025). Praktik semacam ini menciptakan tekanan performatif yang besar bagi remaja untuk terus mengikuti tren agar tetap relevan dan eksis secara sosial. Konsekuensinya, identitas menjadi terfragmentasi, terstandarisasi oleh tren, dan sering kali terlepas dari pengalaman otentik keseharian mereka.

Oleh karena itu, penting untuk memandang budaya tren dan identitas digital remaja sebagai proses representasional yang dipengaruhi oleh relasi simbolik dan sosial dalam ekosistem media digital. Identitas remaja di media sosial bukanlah cermin diri, melainkan hasil dari negosiasi makna, tuntutan kultural, dan konstruksi sosial. Pemahaman ini membuka ruang kritis untuk menelaah bagaimana media sosial tidak hanya menjadi medium komunikasi, tetapi juga arena di mana ideologi, kuasa, dan kepentingan pasar turut membentuk subjektivitas remaja secara kultural dan politis.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggali secara mendalam bagaimana remaja merepresentasikan identitas mereka melalui budaya tren di media sosial, serta analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, dengan pendekatan interpretatif. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang berfokus pada makna, pengalaman subjektif, dan representasi simbolik yang tidak dapat diukur secara kuantitatif. Dengan pendekatan ini, peneliti berupaya memahami realitas sosial dari perspektif pelaku, yakni remaja sebagai pengguna aktif media sosial. Selain itu, penelitian ini juga menerapkan observasi netnografi terhadap akun-akun media sosial milik remaja, baik secara personal maupun kolektif (komunitas daring) (Wigati et al., 2023). Netnografi atau yang disebut Etnografi virtual adalah salah satu bentuk metode baru dalam penelitian komunikasi, yang menganalisa tentang perilaku konsumen dalam penggunaan media baru (new media). Tujuan etnografi dalam dunia maya adalah untuk mengetahui urgensi dan dampak dari penggunaan internet (Fitrianti & Laksana, 2022).

Observasi ini mencakup analisis terhadap konten visual (foto, video), narasi teks (caption, komentar), simbol-simbol identitas (gaya berpakaian, bahasa, gesture), serta penggunaan elemen-elemen budaya tren seperti hashtag atau tantangan viral. Observasi dilakukan dalam jangka waktu tertentu untuk melihat konsistensi dan dinamika representasi identitas yang ditampilkan. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan analisis wacana kritis (Critical Discourse Analysis), dengan merujuk pada teori representasi Stuart Hall. Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengkaji bagaimana makna identitas dibentuk, dinegosiasikan, dan disebarluaskan melalui simbol dan bahasa yang digunakan dalam konten media sosial. Analisis juga mempertimbangkan konteks sosial-budaya yang melatarbelakangi produksi pesan serta relasi kuasa yang terlibat dalam konstruksi identitas digital remaja.

Melalui metode ini, penelitian berupaya mengungkap tidak hanya bentuk-bentuk representasi identitas remaja di media sosial, tetapi juga dinamika sosial, budaya, dan ideologis yang membentuk praktik representasi tersebut. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam memahami peran media digital dalam pembentukan identitas generasi muda di era budaya populer dan tren digital yang terus berkembang.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berangkat dari perspektif teori representasi Stuart Hall, identitas tidak dipandang sebagai sesuatu yang tetap atau esensial, melainkan sebagai konstruksi sosial yang dibentuk melalui simbol, bahasa, dan praktik budaya yang beredar dalam ruang digital. Media sosial berfungsi bukan hanya sebagai saluran komunikasi, tetapi sebagai arena di mana identitas dinegosiasikan, dipertontonkan, dan divalidasi melalui interaksi sosial dan partisipasi dalam tren budaya populer. Tren-tren ini tidak hanya memengaruhi estetika visual dan gaya penyampaian konten, tetapi juga membentuk nilai-nilai simbolik yang diinternalisasi oleh remaja sebagai bagian dari konstruksi identitas digital mereka. Proses ini mencerminkan apa yang disebut Hall sebagai praktik representasi yang sarat makna, di mana remaja tidak hanya menjadi konsumen tren, tetapi juga produsen makna dalam ruang simbolik media sosial.

Partisipasi Remaja dalam Budaya Tren

Partisipasi remaja dalam budaya tren di media sosial merupakan salah satu wujud keterlibatan aktif generasi muda dalam proses pembentukan identitas digital. Media sosial menyediakan ruang terbuka di mana remaja tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga produsen konten yang merefleksikan gaya hidup, preferensi, nilai-nilai, dan eksistensi diri. Budaya tren yang muncul dalam bentuk tantangan viral, gaya berpakaian tertentu, penggunaan filter, atau gaya bahasa khas merupakan sarana ekspresif yang digunakan remaja untuk menegaskan keberadaan sosial mereka di dunia digital (Fernanda, 2023).

Remaja secara aktif mengikuti tren bukan semata-mata karena tekanan sosial, melainkan karena tren tersebut memberi peluang untuk membangun relasi simbolik dengan kelompok sebaya. Dengan mengikuti tren, mereka dapat merasa ‘terhubung’ dan mendapatkan pengakuan dari komunitas daring yang mereka ikuti. Partisipasi ini sering terlihat dalam bentuk replikasi konten yang sedang viral, baik berupa video pendek di TikTok, unggahan OOTD (outfit of the day) di Instagram, maupun partisipasi dalam

challenge atau meme yang sedang ramai diperbincangkan. Fenomena ini menunjukkan bagaimana remaja menggunakan budaya tren sebagai alat untuk membentuk dan merawat identitas kolektif. Remaja menunjukkan partisipasi tinggi dalam tren digital seperti #OOTD, #TikTokChallenge, dan #FYP (Limilia & Fuady, 2021). Mereka memanfaatkan fitur visual (filter, efek, musik) sebagai sarana pencitraan diri.

Namun, partisipasi ini tidak lepas dari dimensi performatif. Remaja sering kali merasa terdorong untuk menampilkan diri mereka dalam format yang sesuai dengan standar estetika dan nilai-nilai yang diidealkan dalam komunitas digital tertentu. Tekanan untuk terus mengikuti tren terkini memunculkan budaya performa yang tinggi, di mana identitas yang ditampilkan sering kali bersifat kuratif dan disesuaikan dengan harapan sosial dari audiens daring. Partisipasi dalam budaya tren bukan hanya tentang ekspresi diri, tetapi juga tentang manajemen kesan dan strategi eksistensi. Partisipasi remaja juga dapat dibaca sebagai bentuk respon terhadap logika media digital yang sangat visual, cepat, dan algoritmik. Banyak remaja mengikuti tren sebagai strategi untuk mendapatkan visibilitas (views, likes, followers) di tengah persaingan konten yang padat (Chandra, 2023). Hal ini menunjukkan bagaimana partisipasi mereka juga berkaitan dengan pemahaman atas mekanisme kerja media sosial sebagai ruang sosial yang diatur oleh logika pasar dan teknologi. Akibatnya, partisipasi dalam tren menjadi bentuk adaptasi sekaligus reproduksi nilai-nilai dominan yang berkembang dalam budaya digital.

Secara keseluruhan, partisipasi remaja dalam budaya tren mencerminkan dinamika sosial dan kultural dalam membentuk identitas digital mereka. Partisipasi tersebut tidak bersifat pasif, melainkan penuh dengan strategi simbolik untuk membangun koneksi, mendapatkan validasi, dan memperkuat posisi sosial di dunia maya. Budaya tren menjadi wahana artikulasi identitas yang selalu berubah dan dinegosiasikan ulang sesuai dengan perkembangan tren, teknologi, dan komunitas yang mereka ikuti. Maka dari itu, partisipasi remaja dalam budaya tren harus dipahami sebagai proses sosial yang kompleks, bukan sekadar fenomena permukaan dalam media sosial.

Representasi Identitas Melalui Tren

Representasi identitas remaja di media sosial tidak dapat dilepaskan dari pengaruh budaya tren yang berkembang secara masif dan cepat. Melalui tren, remaja menyusun narasi diri yang dapat dikenali, diterima, dan dirayakan dalam komunitas

digital. Tren-tren ini menjadi sarana simbolik untuk mengekspresikan bagaimana remaja ingin dilihat oleh orang lain, sekaligus bagaimana mereka memahami diri mereka sendiri. Identitas yang dibentuk melalui tren pada dasarnya adalah bentuk performa sosial yang direkayasa secara sadar atau tidak sadar melalui simbol, gaya, dan praktik komunikasi yang sesuai dengan arus dominan di media sosial (Wibowo et al., 2025). Identitas yang ditampilkan cenderung mengarah pada citra ideal: fashionable, populer, kreatif. Namun di sisi lain, muncul tekanan untuk menyesuaikan diri dengan estetika yang sedang tren agar tidak merasa terasing dari kelompok sosial digital.

Salah satu bentuk representasi yang menonjol adalah penggunaan gaya visual. mulai dari cara berpakaian, pilihan warna, ekspresi wajah, hingga tata letak konten. Banyak remaja meniru estetika visual dari tren populer, seperti gaya K-Pop, gaya e-girl/e-boy, atau tren vintage, sebagai bagian dari penegasan identitas mereka. Hal ini mencerminkan bahwa identitas digital bukanlah refleksi langsung dari diri ‘yang sesungguhnya’, melainkan konstruksi sosial yang dibentuk berdasarkan nilai-nilai budaya populer yang tengah dominan. Dalam konteks ini, tren berfungsi sebagai kerangka representasional yang menyediakan ‘template’ identitas yang bisa diadopsi dan dimodifikasi.

Selain aspek visual, bahasa juga menjadi elemen penting dalam representasi identitas melalui tren. Penggunaan istilah gaul, singkatan, emoji, hingga caption yang mengikuti narasi populer menunjukkan bagaimana bahasa menjadi alat performatif dalam membangun kedekatan sosial dan pengenalan identitas kelompok. Bahasa yang digunakan dalam tren sering kali mencerminkan afiliasi terhadap komunitas tertentu, misalnya komunitas gamer, K-Popers, atau aktivis digital, dan menjadi indikator posisi sosial remaja dalam struktur simbolik ruang digital.

Namun, representasi identitas melalui tren juga mengandung ambivalensi. Di satu sisi, remaja memperoleh ruang untuk berekspresi dan mengeksplorasi berbagai bentuk identitas; namun di sisi lain, mereka juga terjebak dalam standar representasi yang homogen. Identitas yang ditampilkan cenderung mengikuti pola yang seragam dan dapat memunculkan tekanan untuk menyesuaikan diri. Akibatnya, keberagaman identitas sering kali terpinggirkan, dan hanya identitas yang ‘layak ditampilkan’ dalam logika tren yang mendapatkan ruang visibilitas. Fenomena ini menunjukkan bahwa representasi identitas melalui tren tidak hanya mencerminkan preferensi individu, tetapi juga dipengaruhi oleh struktur kekuasaan media dan algoritma platform (Nur & Kayano, 2020).

Untuk itu, representasi identitas melalui budaya tren menunjukkan bahwa remaja tidak hanya sebagai subjek pasif, melainkan agen aktif dalam membentuk identitas mereka melalui praktik simbolik yang kompleks. Namun, praktik ini selalu berada dalam ketegangan antara ekspresi otonom dan tekanan sosial dari budaya digital yang kapitalistik, visual, dan cepat berubah. Oleh karena itu, representasi identitas di media sosial melalui tren merupakan hasil dari negosiasi sosial, kultural, dan teknologi yang berkelanjutan, yang mencerminkan dinamika identitas remaja dalam era digital.

Performa Identitas dan Validasi Sosial

Banyak remaja menyatakan bahwa jumlah likes dan komentar menjadi indikator keberhasilan dalam membentuk identitas daring. Identitas remaja tidak hanya direpresentasikan melalui simbol-simbol budaya tren, tetapi juga dipentaskan secara performatif untuk memperoleh pengakuan atau validasi dari lingkungan sosial digital. Konsep performa identitas mengacu pada gagasan bahwa individu menampilkan versi tertentu dari diri mereka kepada publik, dengan harapan mendapatkan tanggapan positif, seperti *likes*, *comments*, dan *followers*. Hal ini sejalan dengan teori performativitas identitas dari Judith Butler, yang menyatakan bahwa identitas bukanlah sesuatu yang tetap, melainkan sesuatu yang terus-menerus dilakukan dan dinegosiasikan melalui tindakan-tindakan sosial dan simbolik yang berulang.

Remaja sebagai pengguna media sosial aktif sangat menyadari bahwa identitas yang mereka tampilkan akan dinilai dan diterima oleh audiens. Oleh karena itu, banyak dari mereka menyusun strategi representasi, baik dari segi visual maupun naratif, untuk menciptakan citra diri yang menarik dan dapat diterima dalam komunitas digitalnya. Misalnya, memilih pose tertentu, filter estetis, kutipan motivasi, hingga mengikuti tren konten viral bukan hanya bentuk ekspresi diri, tetapi juga bagian dari upaya untuk membangun 'persona digital' yang sesuai dengan ekspektasi publik daring. Identitas digital dalam hal ini menjadi sangat tergantung pada kinerja sosial yang mendapat respons positif.

Validasi sosial dari komunitas media sosial berperan penting dalam memperkuat identitas yang dipentaskan. Ketika unggahan mendapatkan banyak interaksi, remaja merasa identitas mereka telah diterima atau bahkan diposisikan sebagai panutan dalam kelompoknya. Sebaliknya, ketika interaksi rendah atau mendapat respons negatif, hal ini dapat menimbulkan krisis identitas, rasa tidak percaya diri, atau keinginan untuk mengubah performa demi mengejar validasi tersebut. Maka, validasi sosial tidak hanya

menjadi insentif simbolik, tetapi juga membentuk ulang orientasi nilai dan persepsi diri remaja. Namun, tekanan untuk mendapatkan validasi sosial juga membawa dampak psikologis dan sosial. Ketergantungan pada feedback digital dapat menciptakan kecemasan performatif (*performative anxiety*), di mana remaja merasa harus selalu tampil ‘sempurna’ dan sesuai dengan standar estetika yang terus berubah (Dyah et al., 2024). Dalam jangka panjang, kondisi ini berpotensi menghambat eksplorasi identitas yang lebih otentik dan beragam, karena remaja lebih memilih mengikuti pola - pola representasi yang terbukti populer. Fenomena ini menunjukkan bahwa performa identitas yang dilakukan remaja tidak sepenuhnya bebas, melainkan dibatasi oleh logika kapitalisme digital dan algoritma yang menstandarkan popularitas.

Dengan demikian, performa identitas dan validasi sosial merupakan dua aspek yang saling berkaitan erat dalam praktik representasi identitas remaja di media sosial. Identitas yang dipentaskan bukan sekadar refleksi diri, melainkan hasil dari interaksi kompleks antara keinginan individu, norma sosial daring, dan mekanisme teknologi digital. Pemahaman terhadap dinamika ini penting untuk melihat bagaimana media sosial membentuk ruang identitas yang cair, kompetitif, dan rentan terhadap tekanan sosial, terutama di kalangan remaja yang tengah membangun jati diri mereka di tengah budaya tren yang sangat dinamis.

Cairnya Identitas Digital

Identitas digital remaja dalam ekosistem media sosial bersifat cair (*fluid*), tidak tetap, dan terus mengalami perubahan mengikuti dinamika tren, lingkungan sosial, serta perkembangan teknologi digital. Ini menunjukkan bahwa identitas digital lebih bersifat performatif daripada substansial. Ketidakstabilan ini mencerminkan pergeseran paradigma dari pemahaman identitas sebagai entitas esensial menuju identitas sebagai konstruksi sosial yang fleksibel dan kontekstual. Dalam era digital, remaja memiliki kebebasan untuk memodifikasi, mengganti, atau menyembunyikan aspek-aspek identitasnya sesuai dengan tuntutan ruang sosial tertentu. Platform media sosial memungkinkan terciptanya berbagai ‘versi diri’ yang disesuaikan dengan audiens yang berbeda, sebuah proses yang menunjukkan bahwa identitas digital bersifat multipel dan tidak tunggal.

Cairnya identitas digital juga dipengaruhi oleh logika budaya digital yang mendorong perubahan cepat, tren sesaat, dan tekanan untuk selalu relevan. Remaja yang aktif di media sosial akan cenderung menyesuaikan diri dengan wacana dan simbol yang

sedang populer, meskipun hal tersebut belum tentu mencerminkan nilai pribadi atau identitas asli mereka. Fenomena ini menunjukkan bahwa identitas digital bukanlah cermin dari diri yang stabil, melainkan hasil dari negosiasi konstan antara keinginan untuk mengekspresikan diri dan kebutuhan untuk diterima secara sosial. Dengan demikian, identitas digital bersifat temporer dan adaptif terhadap konteks sosial yang berubah-ubah (Ramadhany, 2025).

Dalam kerangka teori posmodern, cairnya identitas digital mencerminkan hilangnya batas yang jelas antara realitas dan representasi. Jean Baudrillard, misalnya, menjelaskan bahwa dalam budaya simulasi, representasi bisa menjadi lebih nyata daripada realitas itu sendiri (hyperreality). Remaja dapat menciptakan identitas yang sepenuhnya dibangun oleh citra visual, caption, atau simbol digital, yang sering kali terpisah dari kehidupan nyata mereka. Akibatnya, media sosial menjadi arena di mana identitas dapat dimainkan, dikonstruksi ulang, dan dibentuk secara performatif tanpa keterikatan pada stabilitas diri yang tradisional.

Meski cairnya identitas digital membuka ruang kreativitas dan eksperimentasi diri, kondisi ini juga menimbulkan tantangan serius dalam pembentukan identitas jangka panjang. Ketika representasi identitas terlalu bergantung pada dinamika eksternal, seperti tren viral atau algoritma platform, remaja berisiko kehilangan kontinuitas diri yang konsisten. Identitas yang terus berganti bukan hanya mencerminkan kebebasan, tetapi juga potensi disorientasi identitas, terutama ketika media sosial menjadi satu-satunya acuan validasi diri. Oleh karena itu, penting bagi analisis kritis untuk tidak hanya merayakan fleksibilitas identitas digital, tetapi juga memahami kerentanan yang tersembunyi di baliknya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Budaya tren di media sosial memainkan peran penting dalam representasi identitas remaja. Identitas yang dibentuk melalui tren bersifat cair, situasional, dan sangat dipengaruhi oleh interaksi sosial dalam ruang digital. Media sosial menjadi arena pertunjukan diri di mana remaja berusaha membangun citra sesuai dengan ekspektasi sosial. Representasi ini mencerminkan dinamika kompleks antara ekspresi diri dan kebutuhan akan validasi sosial.

Penelitian ini menunjukkan bahwa representasi identitas remaja di media sosial sangat dipengaruhi oleh budaya tren yang berkembang secara cepat dan masif. Remaja tidak hanya menjadi konsumen tren, tetapi juga produsen makna yang secara aktif

mengonstruksi identitas digital mereka melalui simbol, gaya, dan narasi visual. Dalam proses tersebut, media sosial berfungsi sebagai ruang performatif tempat identitas ditampilkan, dinegosiasikan, dan divalidasi oleh komunitas digital. Identitas digital remaja bersifat cair, adaptif, dan sangat dipengaruhi oleh dinamika sosial maupun algoritmik yang bekerja di balik platform media. Budaya tren membentuk semacam ‘template sosial’ yang mengarahkan bagaimana remaja seharusnya menampilkan diri agar dapat diterima dalam komunitas daring. Validasi sosial berupa *likes*, *comments*, dan *followers* menjadi tolok ukur keberhasilan representasi, yang secara tidak langsung menciptakan tekanan performatif. Representasi identitas tidak bersifat netral atau otentik, melainkan merupakan hasil dari proses selektif yang sering kali menyesuaikan diri dengan norma estetika dominan dan standar popularitas digital. Hal ini mengindikasikan bahwa identitas remaja di media sosial tidak hanya menjadi ekspresi diri, tetapi juga menjadi komoditas simbolik dalam ekosistem digital kapitalistik.

Cairnya identitas digital memperlihatkan bahwa remaja memiliki fleksibilitas dalam menampilkan berbagai versi diri, namun kondisi ini juga menimbulkan ambivalensi. Di satu sisi, ruang digital membuka peluang eksplorasi identitas; di sisi lain, ketergantungan pada tren dan validasi sosial dapat mengaburkan batas antara identitas personal dan performa publik. Identitas menjadi tidak stabil, tidak terikat pada nilai internal, dan terus-menerus bergantung pada respons eksternal. Hal ini menciptakan kerentanan psikososial yang patut dicermati dalam konteks perkembangan remaja di era digital.

Adapun saran yang dapat ditindaklanjuti sebagai referensi penelitian selanjutnya yaitu:

a. Pendidikan Literasi Digital Kritis

Diperlukan penguatan literasi digital yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga kritis. Remaja perlu dibekali dengan kemampuan memahami cara kerja media sosial, termasuk bagaimana algoritma memengaruhi eksposur konten dan bagaimana budaya tren dapat membentuk persepsi identitas. Literasi ini penting agar remaja tidak hanya menjadi pengikut tren, tetapi juga mampu membangun identitas yang reflektif dan berkesadaran sosial.

b. Peran Keluarga dan Institusi Pendidikan

Keluarga dan lembaga pendidikan perlu hadir sebagai ruang diskusi yang terbuka terkait tantangan yang dihadapi remaja dalam membentuk identitas di dunia digital. Orang tua dan guru tidak cukup hanya mengawasi, tetapi juga perlu memahami

dinamika simbolik di balik perilaku daring remaja. Keterlibatan ini dapat mendorong terciptanya keseimbangan antara identitas digital dan nilai - nilai personal yang lebih mendalam.

c. Platform Media Sosial yang Lebih Etis dan Inklusif

Perusahaan teknologi dan penyedia platform media sosial diharapkan lebih bertanggung jawab dalam membangun ruang digital yang sehat bagi perkembangan identitas remaja. Ini termasuk meminimalkan tekanan performatif melalui desain algoritma yang lebih adil serta memperkuat ruang ekspresi yang tidak hanya mengutamakan popularitas visual, tetapi juga mendukung keberagaman identitas dan pengalaman.

d. Riset Lanjutan

Penelitian lebih lanjut perlu dilakukan secara longitudinal untuk melihat perubahan identitas digital remaja dalam jangka waktu yang lebih panjang. Pendekatan interdisipliner yang menggabungkan ilmu komunikasi, psikologi, dan sosiologi juga diperlukan agar pemahaman terhadap representasi identitas ini semakin komprehensif dan relevan dalam merespons dinamika zaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, S., Hafidloh, N., Damayanti, L. P., & Abadi, T. W. (2024). Transforming teen communication through the visual influence of social media: Mengubah komunikasi remaja melalui pengaruh visual media sosial. *Indonesian Journal of Cultural and Community Development*, 15(3). <https://doi.org/10.21070/ijccd.v15i3.1078>
- Alamsyah, F. F. (2020). Representasi, ideologi dan rekonstruksi media. *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 3(2), 92–99. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jail/article/view/2540>
- Chandra, E. (2023). Kekuatan algoritma dalam komunikasi pemasaran digital aplikasi TikTok. *Maha Widya Duta: Jurnal Penerangan Agama, Pariwisata Budaya, dan Ilmu Komunikasi*, 7(2), 191–200. <https://doi.org/10.55115/duta.v7i2.3860>
- Djafarova, E., & Trofimenko, O. (2019). 'Instafamous'—credibility and self-presentation of micro-celebrities on social media. *Information, Communication & Society*, 22(10), 1432–1446. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1438491>
- Dyah, M., Widirahayu, A., & Husna, J. (2024). Dampak perbandingan sosial di Instagram terhadap FOMO dan social anxiety di era digital: Sebuah kajian deskriptif pada mahasiswa. *01(November)*, 64–73.
- Efendy, L., Hikam, A. I., Islam, U., Hasan, Z., & Probolingo, G. (2025). Konstruksi identitas remaja dalam tekanan sosial pada novel *Argantara*: Kajian sosiologi sastra.

- Fernanda, D. A. N. (2023). Pengaruh influencer dan media sosial Instagram terhadap gaya hidup climber remaja usia 15–18 tahun. *Repository.UINJKT.ac.id*, 175. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/66743>
- Fitrianti, R., & Laksana, A. (2022). Public opinion on the postponing the 2024 election on Twitter social media by online media of Koran Tempo. *Legal Brief*, 11(3), 1705–1713.
- Grace Sofia Radja, I., & Sunjaya, L. R. (2024). Representasi budaya Jember dalam Jember Fashion Carnival: Pendekatan teori representasi Stuart Hall. *WISSEN: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 2(3), 13–20. <https://doi.org/10.62383/wissen.v2i3.160>
- Limilia, P., & Fuady, I. (2021). Literasi media, *chilling effect*, dan partisipasi politik remaja. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 9(1), 40. <https://doi.org/10.24198/jkk.v9i1.31939>
- Marwan, M. R. (2023). Analisis dampak new media dalam pembentukan identitas diri remaja. *Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 2(1), 11–20. <https://doi.org/10.56127/jushpen.v2i1.546>
- Nur, W., & Kayano, S. (2020). Kuasa algoritmik dalam masyarakat digital: Interpretasi pandangan Foucault atas teknologi. *Teknosains: Media Informasi Sains dan Teknologi*, 14(1), 97–103. <https://doi.org/10.24252/teknosains.v14i1.12359>
- Nuresa, D., Sosial, M., Sosial, U., & Dan, L. (2025). Ketika like dan share menjadi mata uang sosial di era digital. *Journal of Mandalika Social Science*, 3.
- Ramadhany, A. N. C. (2025). Peran media sosial dalam mendorong gaya hidup konsumtif di kalangan remaja komunitas pesisir. 02(01), 18–25.
- Riset, J., & Edukasi, M. (2025). Pengaruh budaya populer terhadap pola pikir remaja di Indonesia. 2, 337–349.
- Triadi, R. B., & Aziz, F. (2019). Konstruksi media pada politikus wanita: Judul pemberitaan kasus hoaks tokoh politik perempuan di media massa online Indonesia. *Deiksis*, 11(2), 140. <https://doi.org/10.30998/deiksis.v11i02.3636>
- Trimas, W., & Rahmawati, D. (2024). Representasi tubuh remaja ideal dalam iklan Pocari Sweat “Kembali Aktif, GO!”. *Jurnal Audiens*, 5(1), 11–20. <https://doi.org/10.18196/jas.v5i1.266>
- Wibowo, W., Ayuningtyas, F., & Agency, I. (2025). Tren dan masa depan komunikasi digital (Issue April). *Universitas Pembangunan Nasional Veteran*.
- Wigati, O. T. N., Mulyadi, R. M., & Nugrahanto, W. (2023). Identitas musik: Studi netnografi rilisan musik di Bandung. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 7(1), 153–166. <https://doi.org/10.22219/satwika.v7i1.25253>