



PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMBENTUK CINTA TANAH AIR GEN Z MELALUI KONTEN KEBERAGAMAN BUDAYA INDONESIA

**Kyara Nathashia¹, Nazwa Rahma Aulia², Shafira Anggun Aulia³, Latifah Liwanti
Putri⁴, Putri Alifia Rahmadani⁵, Sri Tiatri⁶**

Universitas Tarumanagara^{1,2,3,4,5,6}

e-mail: kyara.705220148@stu.untar.ac.id

Diterima: 2/12/2025; Direvisi: 6/1/2026; Diterbitkan: 12/1/2026

ABSTRAK

Keberagaman budaya di Indonesia merupakan salah satu ciri khas bangsa yang perlu dibanggakan oleh masyarakat Indonesia, yaitu dengan menunjukkan rasa cinta tanah air. Di era yang serba teknologi, peran media sosial akan memberikan banyak dampak terhadap individu dalam membentuk rasa cinta tanah air melalui perasaan bangga ketika melihat banyak konten viral yang berisikan keberagaman budaya Indonesia, hingga terbentuk identitas nasional bagi setiap individu. Bagi Gen Z, proses pembentukan identitas nasional tidak hanya terbentuk dari interaksi langsung, tetapi juga dipengaruhi oleh komunikasi digital yang berlangsung di media sosial. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui peran media sosial dalam membentuk rasa cinta tanah air pada individu Gen Z melalui berbagai macam konten viral terkait keberagaman budaya Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode *scoping review* sebagai pendekatan utama. Hasil *scoping review* menunjukkan bahwa penelitian mengenai nasionalisme dan cinta tanah air di era digital, masih menjadi fokus penting dalam bidang pendidikan, budaya, dan komunikasi. Melalui partisipasi aktif di media sosial, generasi Z dapat ikut melestarikan kebudayaan Indonesia yang beragam, serta memperkuat semangat kebangsaan yang mencerminkan nilai Bhinneka Tunggal Ika dalam lingkup media sosial.

Kata Kunci: *Media Sosial, Nasionalisme, Keberagaman Budaya, Gen Z*

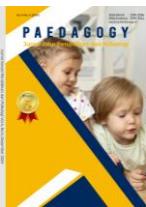
ABSTRACT

Cultural diversity in Indonesia is one of the nation's most distinctive characteristics and serves as a source of national pride, reflected through the expression of nationalism among its people. In this technological era, social media plays a significant role in shaping individuals' sense of national pride by exposing them to viral content that highlights Indonesia's cultural diversity, thereby forming a national identity for each individual. For Generation Z, the process of forming a national identity is not only shaped by direct interaction, but also influenced by digital communication that takes place on social media. This study aims to explore the role of social media in shaping nationalism among Generation Z individuals through various types of viral content related to Indonesia's cultural diversity. This study used a scoping review method as the main approach. The results of the scoping review show that research on nationalism and love for the homeland in the digital age remains an important focus in the fields of education, culture, and communication. Through active participation in social media, Generation Z can help preserve Indonesia's diverse culture and strengthen the spirit of nationalism that reflects the value of Bhinneka Tunggal Ika (unity in diversity) within the realm of social media.

Keywords: *Social Media, Nationalism, Cultural Diversity, Gen Z*

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara multikultural memiliki kekayaan budaya yang sangat beragam, mulai dari seni, tradisi, bahasa, yang menjadi identitas bangsa. Berdasarkan Sensus Copyright (c) 2026 PAEDAGOGY : Jurnal Ilmu Pendidikan dan Psikologi



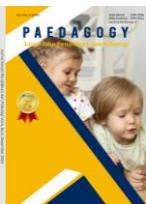
Penduduk 2010 oleh Badan Pusat Statistik (BPS), terdapat 1.331 kelompok suku bangsa di Indonesia. Selain itu, Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan telah memverifikasi terdapat 652 bahasa daerah yang berbeda (Azanella et al., 2019). Keberagaman yang dimiliki bangsa Indonesia merupakan sebuah anugerah sekaligus merupakan salah satu kekayaan bangsa Indonesia yang jarang dimiliki oleh negara lain di dunia. Keberagaman ini dipengaruhi oleh kondisi geografis serta adanya perkembangan bahasa yang berbeda pada setiap kelompok masyarakat. Perbedaan yang ditimbulkan oleh faktor geografis, misalnya bahasa dan budaya masyarakat pesisir sangat berbeda dengan masyarakat yang hidup di daerah pegunungan. Perbedaan tersebut dapat terlihat pada intonasi dan pemilihan kata dalam berbicara, bentuk rumah dan pakaian, pelaksanaan upacara adat, hingga jenis peralatan kerja yang digunakan (Peter & Simatupang, 2022).

Beragam budaya Indonesia yang dikenal oleh masyarakat luas, salah satu contoh budaya Indonesia yang menjadi viral melalui media sosial adalah Pacu Jalur, yaitu tradisi lomba mendayung perahu panjang yang berasal dari daerah Kuantan Singingi, Riau. Pacu Jalur menunjukkan keterkaitan erat antara olahraga tradisional dengan upacara adat dan perayaan masyarakat setempat. Pada awalnya, kegiatan ini berkaitan dengan tradisi agraris, di mana masyarakat menyelenggarakan acara meriah diatas air untuk menyambut berakhirnya musim panen (Bakri, 2022; Erlisnawati et al., 2023). Makna ritual dalam tradisi ini, yaitu penghormatan terhadap sumber air dan kesuburan lahan, yang mencerminkan topografi budaya serta memori kolektif masyarakat (Hastuti et al., 2022). Dalam perkembangannya, Pacu Jalur kemudian mengalami pergeseran fungsi, dari hanya aktivitas agraris menjadi festival yang menarik minat wisatawan lokal maupun mancanegara, sekaligus menjadi sarana pelestarian nilai-nilai tradisional masyarakat (Maharani dan Raflesia, 2023).

Tradisi budaya lokal ini menjadi sorotan publik setelah munculnya video berdurasi 20 detik yang menampilkan gerakan anak kecil bernama Rayyan Arkan Dikha di ujung perahu melakukan tari “aura farming” menjadi viral setelah dedit dengan iringan lagu “young black and rich” dan diunggah ke media sosial. Konten tersebut telah ditonton jutaan kali melalui platform tiktok dan memicu tren yang semakin meluas. Aksi ini tidak hanya mendapat respon dari masyarakat indonesia, tetapi juga diikuti oleh sejumlah atlet internasional yang menirukan gerakan tersebut (Adit, 2025; BBC News Indonesia, 2025; Siregar, 2025). Fenomena viralnya Pacu Jalur menunjukkan bagaimana media sosial mampu memperluas tradisi budaya lokal ke kancan internasional.

Media sosial memiliki peran besar dalam membangun dan menyebarkan rasa cinta tanah air. Tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga menjadi wadah yang memperkenalkan budaya lokal ke masyarakat luas, bahkan hingga tingkat internasional. Fenomena viralnya budaya tradisional di platform seperti TikTok, Instagram, maupun YouTube menunjukkan bagaimana konten digital dapat menjadi sarana efektif untuk memperkuat kebanggaan masyarakat atas keberagaman budaya Indonesia. Penelitian menunjukkan bahwa media sosial berperan dalam mempromosikan festival budaya sehingga mampu menarik perhatian generasi muda dan masyarakat internasional (Ningsih et al., 2023; Oksapianus et al., 2024). Terutama pada Gen Z yang lebih sering mengakses media sosial, dan mengamati keberagaman budaya Indonesia yang unik, dari hal ini Gen Z menjadi salah satu individu yang akan menerima pengaruh dari konten viralnya budaya Indonesia sehingga dapat menumbuhkan rasa bangga terhadap menariknya keberagaman budaya tanah air, yang dikenal oleh banyak masyarakat internasional.

Cinta tanah air merupakan salah satu aspek penting dalam membangun identitas nasional, yang dapat diwujudkan melalui rasa bangga terhadap keberagaman budaya Indonesia.



Cinta Tanah Air juga sebuah nilai dari sila Pancasila yang ketiga. Rasa cinta tanah air ini memiliki arti yaitu mengharumkan tanah air dan menjadi konsep untuk berpikir, bersikap, berbuat, peduli dan menghargai serta menjunjung tinggi bahasa, sosial, budaya dan bangsa. Anak-anak sebagai generasi penerus bangsa selanjutnya harus mampu membangun bangsa serta memiliki sikap dan tingkah laku dari norma-norma atau nilai-nilai kebudayaan bangsa Indonesia. Hal ini dilakukan untuk menciptakan generasi yang unggul dengan penanaman rasa cinta Tanah Air pada anak sebagai fondasi yang penting dalam proses pembentukan karakter sejak dini (Anggraeni & Rahman, 2023).

Identitas nasional dapat dijelaskan melalui *social identity theory* yang dikemukakan oleh Tajfel (1979). Teori ini menjelaskan bahwa identitas sosial terbentuk ketika individu menempatkan dirinya sebagai bagian dari suatu kelompok, dalam hal ini bisa disebut warga negara. Identitas sosial seseorang yang kuat, maka ia ter dorong untuk mengamalkan nilai-nilai kolektif seperti solidaritas, tanggung jawab sosial, serta rasa cinta tanah air. Lebih lanjut, Tajfel dan Turner (2004) menekankan bahwa identitas sosial berperan dalam membentuk bagaimana individu menilai dirinya sendiri maupun orang lain, khususnya ketika berhadapan dengan perbedaan budaya dan pengaruh global (Sumenda et al., 2024). Selanjutnya proses kategorisasi diri sebagai bagian dari suatu bangsa dengan menciptakan keterikatan emosional yang mendorong perilaku mendukung *in-group*. Bagi generasi muda, khususnya Gen Z, proses pembentukan identitas kebangsaan tidak hanya terbentuk dari interaksi langsung, tetapi juga dipengaruhi oleh komunikasi digital yang berlangsung di media sosial (Panie et al., 2025).

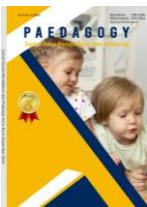
Dari perspektif identitas sosial, ketika seseorang menjadi anggota dalam kelompok tertentu (*in group*) menghasilkan proses depersonalisasi. Hal ini berarti individu berintegrasi dengan kelompok, menjadi serupa dengan anggota kelompok lainnya, dan mengadopsi perspektif serta norma kelompok tersebut dalam memandang dunia. Sebaliknya, teori identitas menjelaskan bahwa memiliki identitas peran (*role identity*) tertentu melibatkan serangkaian tindakan berbasis ekspektasi. Ini mencakup upaya untuk memenuhi harapan peran, mengoordinasikan dan menegosiasikan interaksi dengan mitra peran (*role partner*). Perbedaan mendasar yang diamati adalah, identitas sosial menekankan pada kesamaan dan perspektif bersama (*being one with the group*), sementara identitas peran berfokus pada tindakan, interaksi, dan negosiasi untuk memenuhi tugas fungsional.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui peran media sosial dalam membentuk rasa cinta tanah air pada individu Gen Z melalui berbagai macam konten viral terkait keberagaman budaya Indonesia. Serta melihat dampak yang ditimbulkan oleh beragam budaya Indonesia yang menjadi konten viral di media sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *scoping review* sebagai pendekatan utama untuk menjawab pertanyaan penelitian mengenai peran media sosial dalam membentuk cinta tanah air pada generasi Z melalui konten keberagaman budaya Indonesia. *Scoping review* adalah pendekatan yang digunakan untuk memetakan dan menelusuri literatur secara komprehensif dari berbagai sumber dan jenis penelitian, dengan tujuan menemukan keterkaitan yang relevan dengan topik kajian (Widiasih et al., 2020).

Langkah pertama dalam penelitian ini dimulai dengan melakukan proses pencarian artikel. Sumber data penelitian diperoleh dari artikel jurnal dengan menggunakan *Boolean operators* pada *database Google Scholar*, yaitu “social media”, “generasi z”, “cinta tanah air”, dan “keberagaman budaya Indonesia”. Setelah tahap pencarian artikel selesai, langkah berikutnya adalah melakukan artikel berdasarkan kriteria inklusi meliputi artikel jurnal yang



dipublikasikan dalam bahasa Indonesia atau Inggris, penelitian yang membahas media sosial dan generasi Z di Indonesia, serta publikasi yang terbit antara tahun 2021-2025 dan kriteria eksklusi mencakup artikel tanpa akses *full-text*, penelitian yang tidak fokus pada konteks Indonesia, serta studi yang tidak relevan dengan topik penelitian ini. Hasil pencarian akan menghasilkan sejumlah artikel yang kemudian dianalisis secara sistematis menggunakan pendekatan *scoping review* untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Selanjutnya, proses ekstraksi data akan dilakukan menggunakan formulir standar yang mencakup karakteristik studi, jenis platform media sosial yang digunakan, karakteristik partisipan generasi Z, serta temuan utama terkait pembentukan cinta tanah air. Data yang telah diekstraksi kemudian akan dianalisis secara deskriptif dan tematik untuk mengidentifikasi pola-pola penting dalam literatur yang dikaji. Hasil penelitian akan disajikan dalam bentuk analisis deskriptif numerik dan analisis tematik kualitatif untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif.

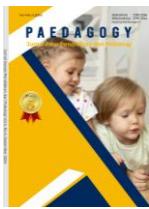
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

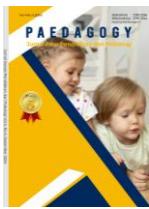
Hasil pencarian artikel menggunakan kalimat *Boolean* seperti (“nasionalisme” *OR* “cinta tanah air”) *AND* (“Generasi Z” *OR* “Gen Z”) melalui data utama *Google Scholar* yang terpublikasi dalam kurun waktu empat tahun terakhir, yaitu antara tahun 2022 hingga 2025. Dari hasil seleksi awal terdapat 35 artikel yang memenuhi kriteria, kemudian dilanjutkan ke tahap peninjauan menyeluruh sehingga artikel penelitian yang tersisa untuk *di-review* berjumlah 15 artikel. Berikut hasil kajian literatur yang disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Kajian Literatur

No.	Peneliti & Tahun	Judul	Desain	Sumber Data	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Cahlia & Marni (2025)	Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Dalam Meningkatkan Kesadaran Nasionalisme Warga Negara Indonesia	Kualitatif deskriptif (studi pustaka dan deskripsi konten)	Konten media sosial dan referensi pustaka	Pemanfaatan media sosial, Kesadaran nasionalisme	Media sosial berperan penting dalam meningkatkan kesadaran nasionalisme generasi muda melalui konten kreatif, interaktif, dan positif. Akun seperti @republikindonesia dan @goodnewsfrom Indonesia efektif menumbuhkan rasa bangga dan cinta tanah air, meski masih ada tantangan berupa hoaks dan rendahnya literasi digital.
2.	Panie et al. (2025)	Nilai Patriotisme dalam Era Digital: Analisis Konstruktif terhadap Manifestasi Kebangsaan di Media Sosial	Kualitatif (studi pustaka)	Literatur akademik, fenomena digital sebagai ilustrasi	Media sosial di era digital, nilai patriotisme	Patriotisme di era digital berkembang menjadi lebih partisipatif dan kritis. Media sosial menjadi sarana efektif untuk mengekspresikan cinta tanah air melalui gerakan digital, tetapi perlu dukungan literasi dan kolaborasi agar tidak terjebak pada sikap pasif atau ekstrem.
3.	Erlisnawati et al. (2023)	<i>Cultural Literacy: Understanding the Cooperation Value in Pacu Jalur Tradition</i>	Kualitatif (etnografi)	Masyarakat Teluk Kuantan, Kabupaten Kuantan Singingi, Provinsi Riau	Nilai kerjasama, literasi budaya	Tradisi Pacu Jalur mengandung nilai-nilai luhur, terutama nilai kerjasama yang terlihat dari proses pembuatan



					jalur hingga pelaksanaan lomba. Nilai kerjasama menjadi inti dalam tradisi ini karena seluruh kegiatan hanya dapat terlaksana melalui gotong royong dan kebersamaan masyarakat.
4. Hastuti et al. (2022) <i>Indigenous Knowledge Values of Bahuma as a Preservation of the National Culture of Indonesia</i>					Kegiatan Bahuma mengandung nilai-nilai luhur seperti religius, kerja keras, pantang menyerah, tanggung jawab, peduli lingkungan, gotong royong, tidak menyakiti, kebersamaan, berbagi, sabar, ikhlas, kekeluargaan, dan adaptasi. Nilai-nilai ini menjadi bentuk pelestarian budaya bangsa sekaligus strategi menghadapi dampak negatif globalisasi.
5. Peter & Simatupang (2022) <i>Keberagaman Bahasa dan Budaya sebagai Kekayaan Bangsa Indonesia</i>					Keberagaman bahasa dan budaya merupakan anugerah dan kekayaan bangsa Indonesia yang memperkuat identitas nasional. Bahasa berperan penting sebagai pengikat budaya dan alat pemersatu bangsa. Pelestarian serta pemanfaatan keberagaman bahasa dan budaya dapat memperkuat jati diri nasional dan menjadi potensi ekonomi melalui promosi seni dan budaya di tingkat nasional maupun internasional.
6. Oksapianus et al. (2024) <i>Pemanfaatan Media Promosi sebagai Sarana Pemasaran Pariwisata Festival Budaya Peh Cun di Kota Tangerang Tahun 2024</i>					Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran terpadu (IMC) digunakan melalui media cetak, elektronik, media sosial (terutama Instagram), serta kolaborasi dengan influencer dan komunitas lokal. Faktor penghambatnya meliputi keterbatasan waktu, anggaran, dan cuaca, sedangkan faktor pendukungnya adalah dukungan pemerintah, partisipasi masyarakat, dan antusiasme wisatawan. Promosi yang terintegrasi terbukti meningkatkan kesadaran dan partisipasi publik terhadap festival.



7.	Maharani & Raflesia (2023)	Tradisi Pacu Jalur sebagai Penguat Nilai-Nilai Karakter	Kajian literatur	Artikel dan sumber literatur tentang budaya Pacu Jalur masyarakat Kuantan Singgingi	Tradisi Pacu Jalur, nilai-nilai karakter	Tradisi Pacu Jalur bukan sekadar perlombaan perahu, tetapi tradisi yang mengandung nilai karakter tinggi seperti religius, gotong royong, disiplin, tanggung jawab, kerja keras, sportifitas, dan persatuan. Nilai-nilai tersebut menjadi dasar pembentukan karakter masyarakat dan perlu dilestarikan sebagai warisan budaya bangsa. Penelitian menunjukkan bahwa Instagram menjadi platform utama komunikasi pemasaran Biennale Jogja 2021. Strateginya mencakup pembuatan konten visual menarik, penjadwalan unggahan tiga kali sehari, penggunaan bahasa non-formal, dan tagar tematik untuk meningkatkan engagement. Hasilnya, pengikut Instagram meningkat signifikan (dari 17.400 menjadi 24.600), dengan jangkauan akun naik 370%. Strategi ini efektif dalam membangun keterlibatan audiens dan memperluas jangkauan promosi di masa pandemi.
8.	Ningsih et al. (2023)	<i>Instagram for Marketing Communication Art Events During Covid-19 (Case Study of 2021 Biennale Jogja in Yogyakarta, Indonesia)</i>	Deskriptif kualitatif (studi kasus tunggal)	Penyelenggara Biennale Jogja XVI (direktur, kepala divisi komunikasi publik, kepala divisi desain grafis) dan 3 pengunjung/follower Instagram Biennale Jogja	Strategi komunikasi pemasaran	Penguatan karakter kebangsaan berperan penting dalam mencegah krisis identitas, meningkatkan kesatuan sosial, dan menjaga integritas budaya di tengah arus globalisasi. Nilai-nilai kebangsaan seperti cinta tanah air, solidaritas, gotong royong, toleransi, dan tanggung jawab terhadap bangsa menjadi pondasi utama pembentukan identitas nasional. Penelitian menekankan perlunya pendidikan karakter kebangsaan yang berkelanjutan serta kebijakan pemerintah yang mendukung identitas nasional di era global.
9.	Sumenda et al. (2024)	Karakter Kebangsaan	Kualitatif (studi literatur/tinjauan pustaka)	Sumber literatur, wawancara pakar, dan kajian kebijakan di bidang pendidikan dan budaya nasional	Karakter kebangsaan	Tradisi Pacu Jalur mencerminkan nilai-nilai Pancasila seperti Ketuhanan, Persatuan, dan Musyawarah. Nilai-
10.	Bakri (2022)	Nilai Pancasila dan Kewarganegaraan dalam Tradisi Pacu Jalur di	Kualitatif (studi kepustakaan)	Sumber literatur, dokumen, dan referensi budaya masyarakat Kuantan Singgingi	Nilai-nilai Pancasila dan kewarganegaraan, tradisi Pacu Jalur	



Kabupaten
Kuantan Singingi
Provinsi Riau

nilai kewarganegaraan juga tampak dari partisipasi masyarakat, rasa cinta tanah air, dan upaya melestarikan budaya lokal. Pacu Jalur menjadi media penanaman nilai nasionalisme dan gotong royong di tengah kemajuan zaman.

Wawasan Nusantara adalah cara pandang bangsa Indonesia tentang diri dan tanah airnya yang meliputi pengetahuan atas wilayah, sejarah, budaya, dan keberagaman NKRI. Konsep yang lahir dari Deklarasi Djuanda 1957 ini bertujuan untuk memupuk rasa cinta tanah air, persatuan, dan kesatuan. Di era globalisasi, pemahaman ini sangat penting bagi Generasi Z yang rentan terpengaruh budaya asing. Dengan memahami Wawasan Nusantara, generasi muda dapat membangun identitas nasional yang kuat, lebih menghargai kebhinekaan, serta menjadi lebih selektif terhadap pengaruh global, sehingga pada akhirnya rasa cinta dan bangga terhadap tanah air dapat tumbuh dengan kokoh.

Wawasan
nusantara,
meningkatkan
motivasi rasa cinta
tanah air, generasi
Z

11. Armani et al. (2024) Peran Wawasan Nusantara untuk Meningkatkan Motivasi Rasa Cinta Tanah Air pada Generasi Z di Era Globalisasi

Kualitatif (studi literatur)

Mengambil data melalui buku, artikel, jurnal, artikel ilmiah

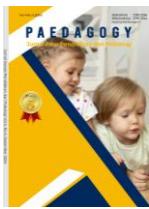
12. Tarigan et al, (2024) Menumbuhkan Rasa Cinta Tanah Air pada Generasi Muda dalam Menghadapi Era Masyarakat 5.0 melalui Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan

Kualitatif (studi literatur)

Mengambil data melalui buku, artikel, jurnal, artikel ilmiah, menganalisis dan mengutip teori

Menumbuhkan rasa cinta tanah air, era masyarakat, pendidikan pancasila dan kewarganegaraan

Pendidikan Kewarganegaraan bertujuan membangun individu yang berakhlik mulia dan berperilaku sesuai nilai-nilai Pancasila. Nasionalisme, yang didefinisikan sebagai rasa patriotisme, dinilai telah melemah pada generasi muda. Faktor penyebabnya terdiri dari faktor internal (contoh buruk pemegang kewenangan, etnosentrisme) dan eksternal (pengaruh globalisasi). Untuk menanamkannya, diperlukan tiga tahap pembangunan karakter dan tindakan seperti menggunakan produk lokal serta mempromosikan budaya. Pendidikan

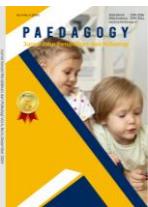


					Kewarganegaraan sangat berpengaruh dalam menumbuhkan konsep kebangsaan dan membangun karakter generasi muda.
13.	Aini (2024)	Bentuk Cinta Tanah Air di Era Globalisasi	Kualitatif deskriptif (studi pustaka)	Buku, artikel, dan jurnal yang mendukung.	Globalisasi, cinta tanah air
14.	Murdani & Haqqi (2023)	Penguatan Nilai Nasionalisme melalui Kearifan Lokal bagi Gen-Z sebagai Counter Hegemoni Asing	Kualitatif deskriptif (pengabdian berbasis FGD dan kampanye media sosial)	Kegiatan FGD dan kampanye kearifan lokal bagi 30 peserta Gen-Z; konten media sosial	Kearifan lokal, nasionalisme, hegemoni asing
15.	Vinasty et al. (2024)	Implikasi Kemajuan Teknologi terhadap Jiwa Nasionalisme dan Semangat Cinta Tanah Air terhadap Mahasiswa	Kualitatif (studi kasus - wawancara terpusat)	8 mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia dari berbagai fakultas	Kemajuan teknologi, jiwa nasionalisme, semangat cinta tanah air, pendidikan kewarganegaraan

Pembahasan

Temuan dari hasil pemetaan literatur menunjukkan bahwa perkembangan media sosial saat ini telah menjadi ruang baru bagi generasi muda, khususnya Generasi Z, dalam membentuk dan mengekspresikan rasa nasionalisme di era digital. Media sosial berperan tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai arena untuk memperkuat kesadaran kolektif, menanamkan nilai kebangsaan, dan memperkenalkan kekayaan budaya lokal kepada dunia. Berbagai penelitian menegaskan bahwa ekspresi nasionalisme kontemporer tidak lagi hanya diwujudkan dalam bentuk upacara formal atau kegiatan kenegaraan, tetapi juga melalui aktivitas digital seperti berbagi konten budaya, mengikuti kampanye sosial, dan menciptakan narasi positif tentang Indonesia di ruang daring.

Penelitian Cahlia dan Marni (2025) serta Panie et al. (2025) memperlihatkan bagaimana media sosial seperti Instagram, TikTok, dan X (Twitter) menjadi sarana efektif untuk



menumbuhkan rasa cinta tanah air di kalangan generasi muda. Melalui konten yang bersifat interaktif, visual, dan emosional, generasi Z dapat menginternalisasi nilai-nilai kebangsaan secara alami. Konten digital yang menampilkan simbol-simbol nasional, sejarah perjuangan, atau keberagaman budaya terbukti mampu menumbuhkan rasa bangga terhadap identitas Indonesia. Fenomena ini disebut sebagai nasionalisme digital, yaitu bentuk nasionalisme yang diekspresikan melalui partisipasi aktif di dunia maya (Manalu et al., 2024).

Cahlia dan Marni (2025) menemukan bahwa akun-akun seperti @republikindonesia dan @goodnewsfromindonesia memainkan peran penting dalam membangun persepsi positif masyarakat terhadap bangsa sendiri. Narasi yang disampaikan tidak hanya informatif, tetapi juga membangun emosi kebanggaan dan kepercayaan diri kolektif. Hal ini sejalan dengan konsep *social identity theory* yang dikemukakan oleh Tajfel (1979), di mana identitas sosial terbentuk melalui proses identifikasi individu terhadap kelompoknya. Dalam konteks ini, interaksi digital di media sosial menciptakan pengalaman emosional yang memperkuat rasa memiliki terhadap bangsa sebagai “*in-group*” yang dihargai bersama.

Lebih jauh, penelitian Panie et al. (2025) menekankan bahwa patriotisme di era digital bersifat partisipatif dan reflektif. Generasi muda tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga produsen nilai kebangsaan. Mereka menciptakan konten kreatif yang merepresentasikan kecintaan terhadap tanah air, seperti video budaya, parodi nasionalisme, atau kampanye digital bertema keberagaman. Bentuk-bentuk ekspresi baru ini menandakan bahwa nasionalisme kini tidak terbatas pada ritual kenegaraan, melainkan berkembang menjadi gerakan kultural yang lahir dari kesadaran digital masyarakat. Dimensi penting lain yang ditemukan dari literatur adalah peran nilai-nilai kearifan lokal dalam memperkuat rasa cinta tanah air.

Artikel yang ditulis oleh Erlisnawati et al. (2023), Hastuti et al. (2022), dan Bakri (2022) menyoroti bagaimana tradisi lokal seperti *Pacu Jalur* di Riau dan kegiatan *Bahuma* di Kalimantan Selatan berfungsi sebagai media pendidikan karakter yang menanamkan nilai gotong royong, kerja keras, tanggung jawab, serta solidaritas sosial. Nilai-nilai ini menjadi cerminan semangat kebangsaan yang tumbuh dari akar budaya masyarakat. Erlisnawati et al. (2023) menekankan bahwa kegiatan *Pacu Jalur* mengandung filosofi kerjasama dan kesetiaan terhadap komunitas, yang selaras dengan nilai Pancasila dan semangat nasionalisme. Sementara itu, Hastuti et al. (2022) menemukan bahwa *Bahuma* tidak hanya berfungsi sebagai praktik pertanian tradisional, tetapi juga sebagai wujud pelestarian budaya yang mengajarkan tanggung jawab dan kedulian sosial. Dalam konteks ini, media sosial berperan sebagai penghubung antara kearifan lokal dan kesadaran nasional. Tradisi yang sebelumnya bersifat lokal kini dapat dikenal luas melalui unggahan video, dokumentasi digital, atau liputan daring yang viral. Fenomena viralnya *Pacu Jalur* di media sosial, seperti yang dijelaskan dalam penelitian Bakri (2022), membuktikan bahwa digitalisasi budaya mampu menciptakan resonansi emosional lintas daerah bahkan lintas negara. Video yang memperlihatkan anak kecil menari di ujung perahu jalur menjadi simbol kebanggaan nasional baru, di mana ekspresi budaya lokal diterima sebagai identitas kolektif bangsa Indonesia. Melalui konten digital semacam ini, masyarakat bukan hanya menjadi penonton, melainkan turut berpartisipasi dalam melestarikan dan mempopulerkan kebudayaan nasional.

Murdani dan Haqqi (2023) menyoroti bahwa kampanye digital berbasis kearifan lokal efektif dalam memperkuat nasionalisme generasi muda dan melawan hegemoni budaya asing. Melalui kegiatan *focus group discussion* (FGD) dan kampanye media sosial, peserta generasi Z mampu menumbuhkan kembali rasa bangga terhadap budaya sendiri. Kegiatan tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi saluran hiburan, tetapi juga ruang edukasi untuk menginternalisasi nilai-nilai nasionalisme secara modern. Penelitian ini juga



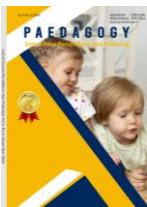
menegaskan bahwa literasi digital merupakan aspek penting dalam memperkuat nasionalisme di dunia maya. Literasi digital tidak hanya mencakup kemampuan teknis dalam menggunakan teknologi, tetapi juga kemampuan kritis dalam menyeleksi, memahami, dan menyebarkan informasi yang bermuatan nilai kebangsaan. Dalam konteks ini, media sosial dapat menjadi alat transformasi sosial apabila dikelola dengan tujuan edukatif dan konstruktif.

Kajian oleh Tarigan et al. (2024), Armani et al. (2024), dan Vinasty et al. (2024) menunjukkan bahwa pendidikan kewarganegaraan, wawasan nusantara, dan teknologi merupakan tiga komponen yang saling melengkapi dalam menumbuhkan rasa cinta tanah air. Tarigan et al. menekankan bahwa pendidikan kewarganegaraan berfungsi membangun karakter kebangsaan yang tangguh di tengah derasnya arus globalisasi. Melalui kurikulum yang relevan dan kontekstual, peserta didik didorong untuk memahami nilai-nilai Pancasila sebagai dasar perilaku sosial. Armani et al. (2024) menambahkan bahwa pemahaman tentang wawasan nusantara memberikan kerangka berpikir yang menyatukan keberagaman geografis, budaya, dan etnis di Indonesia. Dengan memahami konsep ini, generasi muda lebih mampu memaknai kebhinekaan sebagai kekuatan, bukan perbedaan yang memecah belah. Sementara itu, Vinasty et al. (2024) menyoroti peran teknologi dan media sosial sebagai sarana memperkuat nasionalisme melalui penyebarluasan konten edukatif dan kampanye digital. Ketiga penelitian ini menegaskan pentingnya integrasi antara literasi digital dan pendidikan karakter kebangsaan agar Gen Z mampu menjaga identitas nasional di era global yang dinamis.

Beberapa penelitian lain, seperti Aini (2024) serta Peter dan Simatupang (2022), menggarisbawahi bahwa globalisasi memiliki dua sisi yang saling bertentangan. Di satu sisi, globalisasi membuka peluang besar bagi kemajuan teknologi, inovasi, dan pertukaran pengetahuan lintas budaya. Namun disisi lain, arus budaya asing yang tidak disaring dapat mengikis jati diri nasional. Generasi muda cenderung mengadopsi budaya global tanpa memahami konteks lokalnya, yang berpotensi menimbulkan krisis identitas nasional (Sanjaya et al., 2025). Untuk mengatasi hal ini, literasi budaya dan pemahaman terhadap nilai-nilai kebangsaan menjadi elemen yang tak terpisahkan. Media sosial dapat berperan positif apabila digunakan untuk memperkenalkan, mengedukasi, dan menginspirasi kebanggaan terhadap budaya sendiri. Aini (2024) menyarankan agar masyarakat selektif terhadap konten global dan tetap menempatkan nilai-nilai Pancasila sebagai filter utama dalam berinteraksi di ruang digital.

Selain fungsi edukatif, media sosial juga terbukti efektif sebagai alat promosi budaya nasional. Ningsih et al. (2023) dan Oksapianus et al. (2024) menegaskan bahwa promosi berbasis seni dan media digital mampu menarik perhatian publik secara luas. Melalui pendekatan estetika dan visual yang menarik, budaya lokal dapat disampaikan secara lebih dekat dan relevan dengan selera Gen Z. Strategi komunikasi digital yang terencana, seperti kolaborasi dengan influencer budaya, pembuatan konten sinematik, dan penggunaan *hashtag campaign*, terbukti meningkatkan keterlibatan publik dalam mengenal dan mencintai budaya Indonesia. Contohnya, kampanye promosi *Biennale Jogja* di Instagram berhasil meningkatkan kesadaran seni lokal dan kebanggaan terhadap karya anak bangsa. Sementara itu, promosi *Festival Peh Cun* di Kota Tangerang menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi katalisator keterlibatan masyarakat lintas generasi dalam kegiatan budaya. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan kampanye kebudayaan di media sosial sangat bergantung pada kreativitas, konsistensi, dan kemampuan mengadaptasi pesan kebangsaan ke dalam format digital yang menarik.

Secara keseluruhan, hasil *scoping review* ini menegaskan bahwa media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan rasa cinta tanah air pada generasi muda Indonesia. Melalui konten yang menonjolkan keberagaman budaya, nilai kebangsaan dapat diinternalisasi



dengan cara yang lebih dekat dengan keseharian digital Gen Z. Perpaduan antara pendidikan nilai kebangsaan, literasi digital, dan pelestarian budaya lokal menjadi pondasi utama dalam menjaga identitas nasional di tengah tantangan globalisasi (Rahman, 2025). Temuan ini menunjukkan bahwa ruang digital memiliki potensi strategis sebagai medium pembentukan karakter kebangsaan yang kontekstual dan berkelanjutan.

Media sosial dengan demikian bukan hanya sekedar alat komunikasi, melainkan wahana pembelajaran sosial dan budaya yang mempertemukan nilai tradisional dengan inovasi modern (Ubaidullah, 2025). Penguatan identitas nasional di ruang digital menuntut kolaborasi berbagai pihak: pemerintah, lembaga pendidikan, komunitas kreatif, dan masyarakat umum. Kolaborasi tersebut perlu diarahkan untuk mengembangkan *digital citizenship* yang berkarakter, adaptif, dan berlandaskan nilai-nilai Pancasila. Sinergi lintas sektor ini menjadi kunci agar pesan kebangsaan tidak terfragmentasi, tetapi tersampaikan secara konsisten dan bermakna.

Dengan demikian, pemanfaatan media sosial secara positif, kreatif, dan edukatif menjadi strategi efektif dalam memperkuat rasa cinta tanah air serta menumbuhkan kebanggaan terhadap keberagaman budaya Indonesia. Di tangan generasi Z yang melek digital, nasionalisme tidak lagi terbatas pada simbol formal, tetapi hadir dalam bentuk ekspresi, kolaborasi, dan inovasi di dunia maya yang merepresentasikan semangat Bhinneka Tunggal Ika di era modern. Pendekatan ini sekaligus membuka peluang lahirnya bentuk-bentuk baru nasionalisme yang inklusif dan relevan dengan dinamika sosial kontemporer.

KESIMPULAN

Hasil *scoping review* menunjukkan bahwa penelitian mengenai nasionalisme dan cinta tanah air di era digital dan globalisasi masih menjadi fokus penting dalam bidang pendidikan, budaya, dan komunikasi. Sebagian besar kajian menyoroti bagaimana kemajuan teknologi, media sosial, dan kearifan lokal berperan dalam membentuk identitas nasional generasi Z serta menumbuhkan rasa bangga dan memperkuat rasa cinta tanah air bagi generasi Z. Melalui penyebaran konten keberagaman budaya Indonesia, media sosial dapat berfungsi sebagai sarana pembelajaran bagi generasi Z.

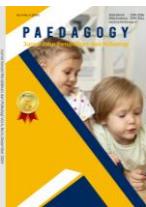
Penggunaan media sosial yang dikelola secara kreatif dan edukatif, merupakan langkah strategis untuk membentuk nasionalisme yang relevan dengan karakter generasi Z. Melalui partisipasi aktif di media sosial, generasi Z dapat ikut melestarikan kebudayaan Indonesia yang beragam, serta memperkuat semangat kebangsaan yang mencerminkan nilai Bhinneka Tunggal Ika dalam lingkup media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Adit, A. (2025, August 24). *Tarian Viral Rayyan Angkat Pacu Jalur Riau ke Panggung Dunia*. Kompas. <https://www.kompas.com/global/read/2025/08/24/133911770/tarian-viral-rayyan-angkat-pacu-jalur-riau-ke-panggung-dunia>
- Aini, I. A. (2024). Bentuk Cinta Tanah Air Di Era Globalisasi. *Jurnal Pancasila dan Bela Negara*, 4(1). <https://doi.org/10.31315/jpbn.v4i1.5698>
- Anggraeni, R., & Rahman, B. (2023). Menerapkan rasa cinta tanah air pada anak usia dini. *Educivilia: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(2), 96-101. <https://doi.org/10.30997/ejpm.v4i2.7346>
- Armani, M. D., Tumanggor, R. O., Kartohadiprodjo, A. P., Halim, M. L. M., Jhon, C., & Ramli, Y. H. (2024). Peran Wawasan Nusantara untuk Meningkatkan Rasa Cinta Tanah Air pada Generasi Z. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(1), 1846-1853. <https://doi.org/10.56799/jceki.v4i1.5745>



- Azanella, L. A., Tamtomo, A. B., Velarosdela, R. N., & Galih, B. (2019, March 30). *CEK FAKTA: Jokowi Sebut Ada 714 Suku dan 1.001 Bahasa di Indonesia*. Kompas. <https://nasional.kompas.com/read/2019/03/30/21441421/cek-fakta-jokowi-sebut-ada-714-suku-dan-1001-bahasa-di-indonesia>
- Bakri, A. (2022). Nilai Pancasila dan Kewarganegaraan dalam Tradisi Pacu Jalur di Kabupaten Kuantan Singingi Provinsi Riau. *De Cive : Jurnal Penelitian Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 2(4), 165–170. <https://doi.org/10.56393/decive.v2i4.1665>
- BBC News Indonesia. (2025, July 12). *Cerita bocah di balik tarian viral balap Pacu Jalur – “Gerakan itu tercipta secara spontan.”* BBC News Indonesia. <https://www.bbc.com/indonesia/articles/c8rp10mvxeyo>
- Cahlia, & Marni. (2025). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Dalam Meningkatkan Kesadaran Nasionalisme Warga Negara Indonesia. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 4(4). <https://doi.org/10.59025/tnztye42>
- Erlisnawati, Marhadi, H., & Ibrahim, B. (2023). Cultural Literacy: Understanding the Cooperation Value in Pacu Jalur Tradition. In *Proceedings of the Fifth Sriwijaya University Learning and Education International Conference (SULE-IC 2022)* (pp. 122–127). Atlantis Press SARL. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-010-7_15
- Hastuti, K. P., Arisanty, D., Rahman, A. M., & Angriani, P. (2022). Indigenous knowledge values of Bahuma as a preservation of the national culture of Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1089(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1089/1/012061>
- Maharani, T., & Raflesia, C. (2023). Tradisi Pacu Jalur sebagai Penguat Nilai-Nilai Karakter. *Kaganga: Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora*, 6(2), 467–472. <https://doi.org/10.31539/kaganga.v6i2.7689>
- Manalu, D. K., Bukit, D. G. B., & Hutabarat, M. (2024). Identitas nasional dan nasionalisme di era digital: Dalam kajian kewarganegaraan. *JAGADDHITA: Jurnal Kebhinnekaan dan Wawasan Kebangsaan*, 4(1), 18-29. <https://doi.org/10.30998/jagaddhita.v4i1.3650>
- Murdani, A., & Haqqi, H. (2023). Penguatan Nilai Nasionalisme melalui Kearifan Lokal bagi Gen-Z sebagai Counter Hegemoni Asing. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 3(4), 236-242. <https://doi.org/10.31004/jh.v3i4.366>
- Ningsih, I. N. D. K., Syamila, M. R., & Prasty, N. M. (2023). Instagram For Marketing Communication Art Events During Covid-19 (Case Study Of 2021 Biennale Jogja In Yogyakarta, Indonesia). *Journal of Creative Industry and Sustainable Culture*, 2, 34–51. <https://doi.org/10.32890/jcisc2023.2.3>
- Oksapianus, D. S., Hardiyanti, R., & Suseno, A. (2024). Pemanfaatan Media Promosi Sebagai Sarana Pemasaran Pariwisata Festival Budaya Peh Cun di Kota Tangerang Tahun 2024. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(6). <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v4i6.5166>
- Panie, E. E., Salam, C. M., & Amalia, K. N. (2025). Nilai Patriotisme dalam Era Digital: Analisis Konstruktif terhadap Manifestasi Kebangsaan di Media Sosial. *National Citizenship Journal*, 1(01), 1-5. <https://ejournal.icmandiri.com/index.php/NCJ/article/view/31>
- Peter, R., & Simatupang, M. S. (2022). Keberagaman Bahasa dan Budaya Sebagai Kekayaan Bangsa Indonesia. *Dialektika: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Budaya*, 9(1), 96–105. <https://ejournal.uki.ac.id/index.php/dia/article/view/4028>



- Rahman, A. (2025). Identitas Nasional dan Masyarakat Madani: Fondasi Kekuatan Bangsa Indonesia di Era Globalisasi. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 1(3), 567-578. <https://doi.org/10.63822/zrvkxj50>
- Sanjaya, G. Z. K., Putri, G. D. C., & Pasaribu, N. T. (2025). Krisis Identitas pada Generasi Muda karena Dampak Globalisasi dan Media Sosial. *Nusantara: Jurnal Pendidikan, Seni, Sains dan Sosial Humaniora*, 3(01), 1-15. <https://journal.forikami.com/index.php/nusantara/article/view/980>
- Siregar, K. (2025, August 25). Berkenalan dengan Dhika, joki Pacu Jalur yang viral dengan tarian “aura farming.” CNA.id. <https://www.cna.id/lifestyle/dhika-joki-pacu-jalur-aura-farming-riau-37086>
- Sumenda, A., Tampilang, N., Rompis, C., & Pangemanan, M. (2024). Karakter Kebangsaan. *VitaMedica : Jurnal Rumpun Kesehatan Umum*, 2(2), 122-131. <https://doi.org/10.62027/vitamedica.v2i2.246>
- Tajfel, H. (1979). Individuals and groups in social psychology. *British Journal of social and clinical psychology*, 18(2), 183-190. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8260.1979.tb00324.x>
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (2004). The social identity theory of intergroup behavior. In *Political psychology* (pp. 276-293). Psychology Press. <https://psycnet.apa.org/doi/10.4324/9780203505984-16>
- Tarigan, E. R. P., Dewi, D. A., & Adriansyah, M. I. (2024). Menumbuhkan Rasa Cinta Tanah Air pada Generasi Muda dalam Menghadapi Era Masyarakat 5.0 melalui Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan. *MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 2(1), 23–29. <https://doi.org/10.60126/maras.v2i1.121>
- Ubaidullah, U. (2025). Dampak Media Sosial terhadap Perubahan Nilai-nilai Budaya di Kalangan Generasi Muda. *DEIKTIS: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 5(2), 1338-1342. <https://doi.org/10.53769/deiktis.v5i2.1694>
- Vinasty, R. Z., Monica, C., Wangisuta, G. M., Salsabila, K. S., & Kembara, M. D. (2024). Implikasi Kemajuan Teknologi Terhadap Jiwa Nasionalisme Dan Semangat Cinta Tanah Air Terhadap Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 3(2), 888-902. <https://publisherqu.com/index.php/pediaqu/article/view/951>
- Widiasih, R., Susanti, R. D., Sari, C. W. M., & Hendrawati, S. (2020). Menyusun protokol penelitian dengan pendekatan SETPRO: Scoping review. *Journal of Nursing Care*, 3(3), 188–198. <https://doi.org/10.24198/jnc.v3i3.28831>