



JURNAL PSIKOHUMANIKA

<http://ejournal.setiabudi.ac.id/ojs/index.php/psikohumanika>

PEMAKNAAN SOLIDARITAS DIGITAL GENERASI Z DALAM FENOMENA “WARGA JAGA WARGA”: STUDI FENOMENOLOGI

Hasna Muthi'ah^{1*}, Nazla Maisya Nabilah², Syaffa Fathimatuz Zahra³, Naila Aulia Rahma⁴, Gemala Nurendah⁵, Indah Mulia Sari⁶

^{1,2,3,4,5,6}Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia

ARTICLE INFO ABSTRACT

Article History

Be accepted:

Jan 2026

Approved:

Feb 2026

Published:

Jun 2026

Keywords:

digital activism;
generation z; social
media; social solidarity;
warga jaga warga

The “Warga Jaga Warga” phenomenon reflects the rise of digital social solidarity amid declining public trust in formal authorities, with Generation Z as a key actor. This study aims to explore how Generation Z interprets and experiences their involvement in this phenomenon using a qualitative phenomenological approach. The participants consisted of four 20-year-old female individuals who are active social media users and engaged in the #WargaJagaWarga movement. Data were collected through in-depth online interviews, social media observation, and documentation. The findings indicate that the movement is perceived as a form of horizontal solidarity based on collective awareness in response to weak structural protection. Participation is shaped by repeated exposure on social media, reinforced by algorithmic mechanisms and social influence. Motivations for participation include external factors (fear of missing out and social pressure) as well as internal factors (empathy, moral awareness, and distrust toward the government). These findings theoretically imply the need to strengthen the integration of cognitive, emotional, and structural perspectives in explaining Generation Z’s digital participation. Practically, the findings highlight the importance of adaptive public communication strategies that align with social media dynamics to foster more constructive and sustainable civic engagement.

Alamat Korespondensi:

Jl. Dr. Setiabudhi No. 229, Bandung, Jawa Barat,
Indonesia 40154

p-ISSN: 1979-0341

e-ISSN : 2302-0660

E-mail:

hasnamuthiah02@upi.edu (correspondence)

nazlamaisya@upi.edu

syaffa01@upi.edu

nailaauliarahma33@upi.edu

gemalanurendah@upi.edu

indahmulfiasari@upi.edu

Hasna Muthi'ah^{1*}, Nazla Maisya Nabilah², Syaffa Fathimatuz Zahra³, Naila Aulia Rahma⁴, Gemala Nurendah⁵, Indah Mulia Sari⁶

INFO ARTIKEL**Sejarah Artikel****Diterima:**

Januari 2026

Disetujui:

Februari 2026

Dipublikasikan:

Juni 2026

Kata Kunci:

aktivisme digital;
generasi z; media sosial;
solidaritas sosial; warga
jaga warga

ABSTRAK

Fenomena “Warga Jaga Warga” mencerminkan solidaritas sosial digital yang menguat di tengah menurunnya kepercayaan terhadap otoritas formal, dengan Generasi Z sebagai aktor utama. Penelitian ini bertujuan mengkaji pemaknaan dan pengalaman keterlibatan Generasi Z dalam fenomena tersebut menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi. Subjek penelitian terdiri dari empat perempuan berusia 20 tahun yang aktif di media sosial dan terlibat dalam tagar #WargaJagaWarga. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi media sosial, dan dokumentasi. Hasil menunjukkan bahwa gerakan ini dimaknai sebagai solidaritas horizontal berbasis kesadaran kolektif sebagai respons atas lemahnya perlindungan struktural. Keterlibatan terbentuk melalui paparan media sosial yang diperkuat algoritma dan pengaruh sosial. Motivasi partisipasi mencakup faktor eksternal (*fear of missing out* dan tekanan sosial) serta faktor internal (empati, kesadaran moral, dan distrust terhadap pemerintah). Temuan ini berimplikasi secara teoretis pada penguatan integrasi perspektif kognitif, emosional, dan struktural dalam menjelaskan partisipasi digital Generasi Z. Secara praktis, temuan ini berimplikasi pada perlunya strategi komunikasi publik yang adaptif terhadap dinamika media sosial untuk mendorong partisipasi warga yang lebih konstruktif dan berkelanjutan.

PENDAHULUAN

Fenomena “Warga Jaga Warga” muncul sebagai wujud solidaritas sosial di tengah masyarakat, terutama ketika menghadapi situasi krisis, keterbatasan, maupun masalah bersama. Menurut Ramadhani dalam Sriyanti (2021) solidaritas sosial merupakan wujud kepedulian yang tumbuh dalam suatu kelompok, yang mencerminkan keterikatan antara individu dan kelompok berdasarkan kepercayaan serta pengalaman bersama. Dalam konteks ini *Tagline* “Warga Jaga Warga” berfungsi sebagai simbol komunikasi yang merepresentasikan ajakan untuk saling menjaga dan peduli antarwarga, *Tagline* tersebut menjadi populer dan banyak disebarakan melalui media sosial, baik dalam bentuk *post*, *feeds*, *reels*, maupun *story*, untuk mencegah provokasi saat aksi demonstrasi pada awal September tahun 2025 sekaligus menciptakan iklim sosial yang mendorong kepedulian generasi muda, khususnya Generasi Z.

Istilah “Warga Jaga Warga” merujuk pada bentuk saling membantu dan kewaspadaan komunitas yang berakar pada nilai *gotong royong* dalam masyarakat Indonesia. Bentuk ini terus mengalami perubahan sering adanya perubahan sosial dan perkembangan teknologi, serta kembali menguat dalam situasi krisis, seperti pada masa pandemi COVID-19, ketika jaringan informal masyarakat berperan penting dalam memberikan dukungan sosial. Bagi Generasi Z sebagai *digital natives*, nilai-nilai tersebut tidak hanya dialami dalam komunitas fisik, tetapi juga dimaknai melalui ruang digital, yang memunculkan bentuk-bentuk solidaritas sosial yang baru (Maddox).

Generasi Z, yang dikenal sebagai *digital natives*, merupakan kelompok individu yang lahir pada rentang tahun 1997 hingga 2012. Generasi ini terbiasa dan merasa nyaman menggunakan berbagai platform digital, termasuk media sosial, perangkat seluler, serta teknologi digital lainnya untuk memperoleh informasi, hiburan, dan menjalin komunikasi (Mulyadi et al., 2025). Karakteristik tersebut menjadikan generasi Z sebagai kelompok yang aktif dalam merespons berbagai isu sosial melalui ruang digital.

Media sosial berperan sebagai ruang produksi dan reproduksi makna sosial yang memungkinkan terbentuknya solidaritas kolektif secara lebih luas. Zizi Papacharissi (2015)

melalui konsep *affective publics* menjelaskan bahwa keterlibatan publik di media sosial dibentuk oleh sirkulasi emosi dan narasi dalam jaringan digital. Sejalan dengan itu, Bennett dan Segerberg (2012; 2013) melalui konsep *connective action* menekankan bahwa partisipasi kolektif di era digital tidak lagi bergantung pada organisasi formal, melainkan pada konektivitas individu melalui simbol digital seperti tagar dan slogan. Dalam konteks ini, teknologi tidak hanya berfungsi sebagai alat, tetapi sebagai konteks yang membentuk dinamika gerakan sosial (Bimber, 2017). Dengan demikian, slogan seperti “Warga Jaga Warga” dapat dipahami sebagai simbol bersama yang mendorong keterlibatan masyarakat secara luas meskipun tidak terorganisir secara formal dan bersifat fleksibel.

Fenomena maraknya slogan “Warga Jaga Warga” di media sosial menunjukkan bagaimana Generasi Z memanfaatkan media digital sebagai ruang perjuangan sosial yang efektif. Khususnya sebagai sarana ekspresi identitas diri serta keterlibatan dalam isu-isu sosial. Bagi Generasi Z, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai ruang untuk membangun keterhubungan sosial (*social connection*) melalui respon berupa like, share, dan komentar. Bentuk interaksi tersebut dapat memperkuat motivasi untuk terlibat lebih jauh, namun pada saat yang sama juga berpotensi melahirkan partisipasi semu atau *pseudo-participation* (Fazrina et al., 2025).

Kecenderungan Generasi Z merespons isu sosial melalui media digital tercermin dalam berbagai peristiwa sosial dan politik dalam konteks nasional, fenomena slogan “Warga Jaga Warga” ini tidak berdiri sendiri, melainkan diperkuat oleh berbagai data dari pemberitaan media. MetroTVnews (1 September 2025) melaporkan bahwa slogan “Warga Jaga Warga” dimaknai sebagai pesan agar masyarakat turut melindungi sesama dari provokasi negatif, termasuk kelompok minoritas dan etnis.

Penguatan makna slogan tersebut juga tercermin dari masifnya penyebaran tagar #WargaJagaWarga di media sosial. Tagar ini pertama kali muncul di unggahan Instagram pada tanggal 3 September 2025. Hingga saat ini, tercatat sudah lebih dari 14,9 ribu *posting-an* yang menggunakan tagar #WargaJagaWarga. Selain Instagram, di platform X (Twitter) juga banyak pengguna yang menggunakan tagar #WargaJagaWarga, meskipun jumlah penggunaannya tidak dapat ditampilkan secara pasti. Serangkaian data tersebut menunjukkan bahwa slogan “Warga Jaga Warga” tidak hanya sebatas seruan moral, melainkan telah berkembang menjadi kesadaran kolektif masyarakat untuk menjaga keamanan dan ketertiban sosial.

Berbagai penelitian telah menjelaskan peran media sosial sebagai ruang partisipasi dan aktivisme dikalangan generasi muda. Studi oleh Katili et al., (2025) menjelaskan bahwa media sosial telah menjadi ruang strategis bagi generasi muda untuk mengekspresikan kesadaran kritis, menyuarakan sikap politik, serta merespons isu sosial melalui unggahan, tagar, dan interaksi digital. Sementara itu, studi tentang politik digital oleh Sarah Amalina Salim (2025) menemukan bahwa komunikasi politik digital melalui jejaring sosial dapat secara signifikan meningkatkan kesadaran dan keterlibatan politik Generasi Z, terutama dalam diskusi online dan niat untuk berpartisipasi dalam aksi sosial. Penelitian lain oleh Layli Yusriah dan Saeful Mujab (2025) juga menegaskan bahwa media sosial menjadi ruang baru bagi Generasi Z untuk mengekspresikan keterlibatan politik

mereka, termasuk melalui kampanye digital dan diskusi tentang isu-isu yang relevan dengan masyarakat.

Penelitian oleh Kristianto et al (2021) menunjukkan bahwa solidaritas digital di media sosial, khususnya Twitter, muncul sebagai respons terhadap krisis pandemi COVID-19 dan dilakukan secara personal tanpa keterikatan struktural yang kuat. Meskipun demikian, aktor tertentu yang berperan sebagai *opinion leader* memiliki pengaruh signifikan dalam memperluas jangkauan aksi solidaritas melalui mekanisme interaksi digital seperti *retweet* dan *mention*. Hal ini menunjukkan bahwa solidaritas digital terbentuk melalui interaksi antara individu, jaringan sosial, dan mekanisme platform.

Berdasarkan kajian penelitian terdahulu, sejumlah penelitian menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang strategis bagi generasi muda dalam mengekspresikan keterlibatan sosial dan politik (Katili et al., 2025; Salim, 2025; Yusriah & Mujab, 2025). Namun demikian, studi-studi tersebut umumnya masih berfokus pada partisipasi digital secara umum, seperti aktivisme dan komunikasi politik, tanpa secara spesifik mengkaji peran simbol digital seperti tagline atau tagar dalam membentuk solidaritas sosial.

Selain itu, penelitian terdahulu cenderung menekankan aspek perilaku partisipasi, sementara dimensi pengalaman subjektif dan motivasi keterlibatan individu masih relatif kurang dieksplorasi. Padahal, keterlibatan dalam gerakan digital dapat dipengaruhi oleh faktor internal seperti empati dan kesadaran moral, serta faktor eksternal seperti tekanan sosial dan *fear of missing out*. Dengan demikian, terdapat research gap, yaitu (1) keterbatasan kajian mengenai peran tagline sebagai simbol digital dalam membentuk solidaritas sosial Generasi Z, dan (2) kurangnya eksplorasi terhadap pengalaman subjektif serta motivasi multidimensional dalam keterlibatan digital Generasi Z.

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap esensi pengalaman subjektif Generasi Z dalam memaknai dan terlibat dalam gerakan “Warga Jaga Warga” yang berkembang di media sosial. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami bagaimana individu membangun makna terhadap keterlibatan sosialnya dalam konteks digital. Secara khusus, penelitian ini berfokus pada eksplorasi pengalaman pemaknaan, dinamika keterlibatan, serta dorongan internal dan eksternal yang dirasakan individu dalam menggunakan dan menyebarkan tagline “Warga Jaga Warga”, termasuk bagaimana bentuk dukungan dan ekspresi solidaritas dimanifestasikan melalui platform media sosial.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain fenomenologi untuk mengungkap esensi pengalaman subjektif Generasi Z dalam memaknai dan terlibat dalam fenomena “Warga Jaga Warga”. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti memahami *lived experience* partisipan secara mendalam dalam konteks sosial digital.

Partisipan penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu (Sugiyono, 2020), yaitu: (1) termasuk Generasi Z (18–25 tahun); (2) aktif menggunakan media sosial; (3) pernah terlibat dalam gerakan digital melalui tagar #WargaJagaWarga; (4) bersedia berbagi pengalaman secara terbuka; dan (5) mampu merefleksikan pengalaman secara mendalam.

Jumlah partisipan sebanyak empat orang ditentukan berdasarkan prinsip *information-rich cases* dalam penelitian fenomenologi, di mana fokus utama adalah kedalaman data, bukan jumlah partisipan (Creswell & Poth, 2018). Selain itu, jumlah tersebut dianggap memadai karena data yang diperoleh telah mencapai *data saturation*, yaitu tidak ditemukannya informasi baru yang signifikan dari wawancara tambahan.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*), observasi, dan dokumentasi. Ketiga teknik ini digunakan secara komplementer untuk memperoleh data yang kaya dan mendalam, sebagaimana dijelaskan oleh Hadi et al. (2021) bahwa kombinasi berbagai teknik pengumpulan data dapat memberikan gambaran yang lebih utuh terhadap fenomena yang diteliti. Dalam penelitian kualitatif, penggunaan berbagai teknik ini juga penting untuk memperkuat kedalaman dan validitas data (Creswell & Poth, 2018).

Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan durasi 30–40 menit per partisipan melalui platform daring (Zoom/Google Meet). menggunakan panduan wawancara yang dirancang untuk menggali pengalaman pemaknaan dan keterlibatan partisipan. Observasi dilakukan terhadap aktivitas partisipan di media sosial, khususnya terkait penggunaan tagar #WargaJagaWarga. Sementara itu, dokumentasi berupa tangkapan layar (*screenshot*) dari unggahan yang relevan digunakan sebagai data pendukung. Seluruh proses pengumpulan data dilakukan secara daring dan wawancara direkam serta ditranskripsikan secara verbatim.

Tahap analisis data dilakukan menggunakan pendekatan fenomenologis sebagaimana dijelaskan oleh Creswell (2018). Proses ini bersifat berulang (*iterative process*) dan berjalan seiring dengan pengumpulan data. Tahapan analisis mencakup: (1) organisasi data: mentranskrip wawancara dan menata data lapangan; (2) pembacaan menyeluruh: memahami konteks pengalaman partisipan; (3) pengkodean: mengidentifikasi pernyataan bermakna dan mengelompokkan ke dalam tema-tema utama; (4) deskripsi tekstural dan struktural: menggambarkan apa dan bagaimana pengalaman partisipan terjadi; dan (5) penafsiran makna: menghubungkan temuan dengan teori dan penelitian terdahulu untuk memperoleh pemahaman mendalam.

Untuk memastikan keabsahan data (*trustworthiness*), penelitian ini menerapkan *member checking*, yaitu mengonfirmasi hasil wawancara kepada partisipan. Kemudian melakukan audit proses penelitian secara sistematis, dan menjaga objektivitas dengan mendokumentasikan seluruh proses analisis secara transparan. Selain itu, triangulasi teknik (wawancara, observasi, dan dokumentasi) digunakan untuk memperkuat validitas temuan.

Peneliti juga menerapkan reflektivitas dengan menyadari posisi dan potensi bias sebagai bagian dari Generasi Z yang juga aktif menggunakan media sosial. Untuk meminimalkan bias, peneliti melakukan *bracketing*, yaitu menunda asumsi pribadi selama proses pengumpulan dan analisis data, serta menjaga keterbukaan terhadap perspektif partisipan (Breton, 2020, dalam Dakhi et al., 2024). Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu menghasilkan pemahaman yang mendalam mengenai esensi pengalaman Generasi Z dalam membangun makna dan keterlibatan dalam solidaritas sosial digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1.
Responden Penelitian

Responden	Karakteristik
Responden GK	Merupakan seorang wanita berusia 20 tahun yang berkuliah di jurusan Hubungan Internasional di Kota Bandung.
Responden AS	Merupakan seorang wanita berusia 20 tahun yang sedang berkuliah di Kota Solo jurusan Desain Komunikasi Visual.
Responden PB	Merupakan seorang wanita berusia 20 tahun yang sedang berkuliah di luar negeri.
Responden DM	Merupakan seorang wanita berusia 20 tahun yang sedang berkuliah di Daerah Istimewa Yogyakarta jurusan Psikologi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan 4 responden, diketahui bahwa paparan awal terhadap gerakan *Warga Jaga Warga* sebagian besar diperoleh melalui media sosial, khususnya Instagram dan Twitter. Media sosial menjadi pintu masuk utama yang mempertemukan individu dengan isu sosial yang sedang berkembang secara masif. Responden GK menyatakan bahwa dirinya pertama kali mengetahui gerakan tersebut melalui Twitter, yang menurutnya menjadi ruang utama penyebaran informasi politik dan sosial saat itu.

“Kalau aku, karena aku sebenarnya di Twitter kan, dan kayak menurutku info-info kayak gitu kan banyak berada di Twitter kan. Jadi pertama kali taunya, of course dari Twitter. Dan sebenarnya awalnya aku gak yang terlalu pay attention to yang tag warga jaga warga itu. Nah, ternyata kayak setelah baca-baca dan setelah nontonin isunya lebih lanjut, aku baru tahu gitu loh kalau emang si tagline jaga warga ini emang inisiatif orang-orang. Pertama kayaknya munculnya di Twitter sih setahu aku.” (S1.W1.J1-J3)

“Instagram sih paling. Cuma menurut aku Instagram nggak semasih Twitter gerakannya. Jadi lebih banyak di Twitter.” (S1.W1.J5)

Hal serupa juga diungkapkan oleh Responden AS, yang menyatakan bahwa paparan awal muncul dari unggahan teman-teman di media sosial, terutama Instagram.

“Pas baru dapet sinyal, rame di Instagram, banyak yang bikin story dan berita-berita gitu. Pertama kali aku tahu dari sosial media.” (S2.W1.J1-J2)

Sementara itu, Responden PB dan DM juga mengungkapkan pengalaman yang serupa, di mana algoritma media sosial berperan besar dalam mempertemukan mereka dengan isu tersebut secara berulang.

“Eeee pastinya karena ngeliat di sosial media dari berita-berita itu eee demonya

parah banget kan, dan kasian sama orang-orang yang kaya misalnya punya toko terus tokonya dijarah.” (S3.W1.J8)

“Aku pertama kali tau itu dari Instagram sih. Banyak banget orang yang repost konten tentang solidaritas warga ini. Paling sering sih Instagram dan TikTok ya... karena algoritma mereka kan cepat banget nyebarin konten dari banyak akun. Jadi sering lewat juga gitu di beranda aku. Temen deketku juga sih. Dia tuh aktif banget di kegiatan sosial, kayak sering ikut volunteer juga, jadi dia sering banget share info soal gerakan solidaritas. Influencer juga sebenarnya sama berpengaruhnya dan kalau komunitas paling itu dari BEM/Hima kampus gitu sih.” (S4.W1.J1-J3)

Paparan yang berulang tersebut kemudian memicu rasa ingin tahu dan mendorong individu untuk mencari informasi lebih lanjut, yang pada akhirnya berkembang menjadi keterlibatan emosional dan sikap peduli terhadap isu yang sedang berlangsung.

Makna “Warga Jaga Warga” dipahami oleh para responden sebagai bentuk solidaritas horizontal antar sesama warga, terutama ketika kepercayaan terhadap institusi formal dirasa menurun. Tagline ini dimaknai sebagai ajakan dan kesadaran moral untuk saling menjaga di tengah kondisi yang sulit. Responden GK memaknai tagline ini sebagai simbol kesadaran kolektif warga terhadap kondisi sosial yang sedang dihadapi.

“Sebenarnya inisiatif sesama warga aja buat saling bantu sih, karena kemarin kan narasinya juga Kita cuma punya kita-kita aja gitu loh, kita nggak bisa ngandelin yang lain. Even kayak pemerintah, terus sekalian sama aparatnya, sekalian sama seluruh penjaga keamanannya, sama pokoknya semua mereka yang pemangku kekuasaan lah. Itu kan kayak kelihatannya nggak ada yang berpihak sama kita sama sekali kan. Dibikinlah si tag yang jaga warga itu, karena narasinya adalah kita cuma punya kita sendiri buat ngebela hak kita juga. Jadi menurut aku itu inisiatif yang bagus sih, karena munculin awareness juga. Jadi ya, kalau misalnya ngerasa bagian dari kita, ngerasa bagian yang tertindas juga, ya coba ikut speak up lah lewat si tagline itu, hashtag itu gitu.” (S1.W1.J10-J11)

Pandangan serupa juga diungkapkan oleh responden AS, yang melihat tagline tersebut sebagai refleksi menurunnya kepercayaan terhadap otoritas dan mengubah cara pandangnya terhadap dinamika masyarakat.

“kemarin kan kayak pas kepercayaan kita kepada apa itu namanya ya, istilahnya yang di atas gitu kayak udah gak percaya di atas lagi gitu kan istilah kasarnya. Jadi kayak kita tuh cuma punya satu sama lain yang bisa saling menjaga gitu.” (S2.W1.J11)

“Mempengaruhi cara pandang gitu ya? Menurutku iya sih, karena kayak aku belajar kan gimana sih, dinamika masyarakat tuh kayak mereka tuh sebenarnya bisa loh saling peduli satu sama lain tapi emang harus ada triggernya dulu aja gitu.” (S2.W1.J34)

Responden PB memaknai tagline sebagai sarana penyebaran pesan positif untuk saling menjaga dan sekaligus alat untuk tetap terhubung dengan kondisi Indonesia,

terutama bagi individu yang berada jauh secara geografis.

“Menurut aku tagline-nya itu bagus banget untuk menyebarkan hal-hal yang positif ke orang-orang yang di sosial media apa lagi buat orang-orang yang emm misalnya jauh dari Indonesia, aku jadi bisa ngeliat apa yang terjadi di Indonesia pakai tagline itu.” (S3.W1.J1)

“Aku pakai tagline ini juga warga tuh saling jaga jangan kepecah, itu sih.” (S3.W1.J7)

Sementara itu, responden DM memaknai tagline tersebut sebagai ajakan moral dan simbol bagi anak muda bahwa mereka masih memiliki empati dan kepedulian yang besar ditunjukkan dari gerakan digital yang sederhana namun tetap memberikan dampak.

“Buat aku itu sebenarnya ajakan buat saling bantu euu tanpa harus nunggu pemerintah, organisasi, atau orang yang punya power tertentu buat bergerak sih. Kayak, kita tuh punya kapasitas untuk jaga sesama, sekecil apa pun. Entah bantu sebar info, bantu makanan, atau sekadar ngedengerin kalau ada yang curhat. Simbol bahwa anak muda tuh punya empati dan kepedulian yang besar gitu. Kita tuh dekat sama teknologi dan medsos, jadi bentuk kepedulian kita pun sering lewat hal-hal digital yang simple tapi impactful. Jujur awalnya aku ngeliatnya kayak tren... karena banyak banget yang posting dan fomo-fomo an aja. Tapi makin ke sini aku lihat, yang bertahan itu bukan orang yang cuma ikut-ikutan, tapi orang yang benar-benar peduli. Dan banyak juga aksi yang nggak pernah diposting, tapi nyata.” (S4.W1.J5-J7)

“Aku jadi sadar bahwa solidaritas itu bukan cuma tentang bantuan besar atau aksi besar. Tapi tentang kehadiran, perhatian, atau bahkan sekadar nyebarin info... Tindakan kecil itu justru punya dampak yang besar gitu karena dilakukan dari hati. Jadi, aku sekarang lebih punya kesadaran bahwa kita semua punya peran dalam saling menjaga, apapun bentuknya.” (S4.W1.J15-J16)

Dengan demikian, tagline “Warga Jaga Warga” dipahami sebagai simbol solidaritas sosial yang lahir dari kesadaran kolektif masyarakat sipil dan sebagai respons atas persepsi kurangnya perlindungan dari otoritas formal, yang mendorong munculnya solidaritas horizontal antarwarga.

Pandangan responden terhadap pemerintah cenderung kritis, terutama terkait respons pemerintah terhadap kondisi sosial yang terjadi. Beberapa responden menyampaikan kekecewaan terhadap pemerintah yang dinilai kurang responsif dan tidak berpihak pada masyarakat. Responden GK dan AS secara eksplisit menyatakan bahwa ketidakpuasan terhadap kebijakan dan sikap pemerintah menjadi pemicu keterlibatannya.

“Pemerintah tuh kayak nggak dengerin rakyat, jadi kita ngerasa harus bersuara sendiri.” (S1.W1.J7)

“Kemarin kan kayak pas kepercayaan kita kepada apa itu namanya ya, istilahnya yang di atas gitu, kayak udah gak percaya di atas lagi gitu kan istilah kasarnya. Jadi kayak kita tuh cuma punya satu sama lain yang bisa saling menjaga gitu. Kalau singkatnya dari aku begitu.” (S2.W1.J11)

Pandangan ini menunjukkan bahwa gerakan “Warga Jaga Warga” diposisikan sebagai respons sosial atas persepsi lemahnya peran negara dalam melindungi warganya.

Media sosial berperan penting sebagai jembatan utama dalam menyebarkan informasi, membangun kesadaran, dan memperluas jangkauan gerakan. Seluruh responden menyebutkan bahwa platform seperti Instagram, Twitter, dan TikTok menjadi sarana utama untuk mengekspresikan dukungan. Responden GK merasa media sosial efektif membangun solidaritas dan menjadi ruang penyebaran informasi yang luas terhadap khalayak dari latar belakang yang berbeda.

“Menurut aku sosial media sangat amat efektif, kalau in terms of bangun solidaritas ya. Karena kemarin kita juga lihat, even dari grassroots, dari yang emak-emak ikut demo, terus segala macam kalangan warga ikut bersuara juga, mulai dari artis, musisi. Siswa segala macam itu kan semua pada ikut semua kan, ikut bersuara di media sosial. Siswa, orang tua, segala macam itu ikut semua. Jadi menurutku kalau lewat sosial media dan in terms of bangun solidaritas, menurut aku efeknya sangat amat masif, sangat amat inklusif dan kayak bisa kena ke semua orang. Karena bahkan kemarin kayak sampe TikTok pun masuk kan. TikTok tuh kan si audiensnya beda kan dari Twitter sama Instagram. Walaupun kadang tuh TikTok kan kayak suka agak untouchable gitu ya, tapi somehow kemarin tuh kena. Karena live-live demo tuh kan banyaknya di TikTok gitu-gitu kan. Jadi menurut aku lewat sosial media tuh sangat amat oke.” (S1.W1.J6)

“Media sosial itu persebaran informasinya kenceng banget dan apa ya, at least satu repost dari kita tuh pasti ada gunanya lah, gitu.” (S1.W1.J14)

Responden AS menegaskan bahwa media sosial memungkinkan penyebaran pesan dan informasi tidak terbatas serta menjaga kontinuitas isu.

“Jadi cuma ikut bantu nge-hype-in aja gitu, biar tetap naik topiknya.” (S2.W1.J23)

“Menurutku kalau media sosial tuh bisa dibilang lumayan efektif ya kalau buat nyebarin isu-isu kayak gitu. Kenapa? kalau di offline kita terbatas, tapi di online itu kayak nggak terbatas gitu.” (S2.W1.J25)

Begitu juga dengan responden PB yang menjelaskan bahwa media sosial membantunya memahami isu yang terjadi dan sebagai wadah penyebaran informasi.

“Iya itu sangat ... tagline itu kalau nggak ada mungkin enggak akan bisa ngelihat semua.” (S3.W1.J2)

“Karena kan nggak bisa apa-apa ya kecuali dengan ngepost gitu, jadi ya walaupun aksinya kecil tapi ya pengen terlibat.” (S3.W1.J6)

Sementara itu, responden DM juga menambahkan bahwa media sosial memungkinkan penyebaran informasi yang lebih cepat namun tetap perlu diiringi dengan aksi nyata, disamping itu juga media sosial menjadi alternatif lain bagi orang-orang yang tidak bisa turun ke jalan. Konten-konten relatable yang lewat di media sosial juga dapat menyentuh sisi emosional.

“Mungkin banyak dari temen-temen di luar sana juga sama kayak aku nggak bisa

ikut secara langsung turun ke jalan untuk menyuarakan suara ini, jadi satu-satunya jalan lain ini adalah lewat internet atau media sosial. Anak muda tuh dekat banget sama internet kan, persebarannya juga cepet dan luas. Jadi ketika lihat masalah sosial lewat konten yang relatable, itu tuh menyentuh sisi emosional.” (S4.W1.J10)

“Cukup efektif kalau tujuannya nyebarin info dengan cepet. Tapi memang, euu dampak nyatanya baru terlihat kalau ada aksi nyata juga. Jadi menurutku euu dua-duanya perlu. Sosial media itu pintu awalnya lah, karena penyebaran disitu cepat juga.” (S4.W1.J12)

Dengan demikian, media sosial berfungsi sebagai ruang alternatif bagi generasi muda untuk mengekspresikan kepedulian, menyebarkan informasi, dan membangun solidaritas kolektif.

Motivasi keterlibatan responden dalam gerakan Warga Jaga Warga dipengaruhi oleh kombinasi faktor eksternal dan faktor psikologis internal. Faktor-faktor tersebut meliputi dorongan emosional, empati sosial, serta kebutuhan untuk tidak bersikap pasif terhadap situasi sosial yang dianggap bermasalah. Beberapa responden mengungkapkan bahwa keterlibatan mereka berawal dari dorongan emosional berupa rasa kesal dan keprihatinan terhadap kondisi sosial yang sedang terjadi. Responden GK dan PB menyatakan bahwa keterlibatan mereka muncul karena ketidakmampuan untuk bersikap diam melihat situasi yang dinilai tidak adil, rasa keprihatinan, dan identitas sebagai warga Indonesia menjadi dasar motivasi untuk berpartisipasi.

“jujur aku nggak ada mikirin trend sama sekali, karena menurut aku itu bukan trend, karena menurut aku itu kewajiban sih, kayak bare minimum lah sebagai warga negara Indonesia, at least buat speak up di medsos.” (S1.W1.J13)

“Jadi menurut aku, lebih ke keinginan sendiri sih, karena ya gitu, menurut aku kayak situasinya emang udah genting banget gitu loh, dan kayak aku greget aja sama orang-orang yang sebenarnya mereka tahu, mereka punya kemampuan untuk mengerti hal itu, tapi mereka nggak ada speak up juga, gitu loh. Dan kayak, apa ya, kan kita sama-sama kena dampaknya nih kalau misalnya kita nggak ikut speak up. Jadi kayak, ya cobalah ikut juga, gitu loh. Coba suarain sama-sama kalau itu sebenarnya keadaannya tuh udah segenting ini, gitu loh. Jadi kayak, balik lagi sih, balik ke motivasi internal sih.” (S1.W1.J14)

Responden PB juga menambahkan bahwa lingkungan di media sosial juga mempengaruhi keinginannya untuk ikut berkontribusi.

“Karena aku orang Indonesia dan aku pengen eee secara nggak langsung walaupun aksinya kecil banget, cuman bisa ngerepost doang aku tetap pengen terlibat.” (S3.W1.J3)

“Sebenarnya pasti kaya lebih ke ini sih kaya pengen ngepost tapi ngeliat orang-orang juga jadi pengen ngepost lebih lagi... karena ini sih rasa prihatin yang besar ke negara sendiri sih.” (S3.W1.J6-J7)

Pernyataan tersebut menunjukkan adanya dorongan internal berupa empati dan

kebutuhan untuk mengekspresikan sikap dan solidaritas terhadap kondisi sosial yang dirasakan tidak sesuai dengan nilai keadilan yang diyakini responden.

Sementara itu, responden AS mengungkapkan bahwa motivasi keterlibatannya dipengaruhi oleh rasa penasaran dan fear of missing out (FOMO), yang kemudian berkembang menjadi bentuk kepedulian sosial. Paparan informasi melalui lingkungan sosial dan media digital mendorong responden untuk ikut terlibat.

“Sebenarnya kalau secara umum, dari semua orang yang bikin story gitu sih, kayak, pertama kan lihat dari temen gitu kan, dia bikin story yang ad yours gitu, nah terus jadi kayak mulai penasaran apa sih kok rame-rame bikin, jadinya mulai ikut gitu. Jadi nggak cuma satu orang doang sih kalau aku tuh.kayak story temen, Itu kan sering lewat-lewat gitu kan... dan kebetulan isinya sama semua. Jadi penasaran ” (S2.W1.J5-J7)

“Aku juga fomo sih sebenarnya, akhirnya bikin juga.” (S2.W1.J31)

Selain itu, responden DM menambahkan bahwa keterlibatannya berawal dari rasa FOMO untuk mengikuti arus informasi yang kemudian berkembang menjadi kesadaran akan pentingnya bersikap terhadap isu sosial yang sedang terjadi.

“Mungkin awalnya aku juga ada rasa FOMO. Tapi, karena rasanya ini cara paling mudah buat aku berkontribusi sih. Aku juga kan nggak bisa ikut langsung turun ke jalan kayak temen-temen yang lain karena nggak dibolehin sama mamah, tapi aku bisa bantu lewat hal-hal kecil melalui repost-an tadi gitu.” (S4.W1.J9)

Hal ini menunjukkan bahwa motivasi awal yang bersifat situasional dapat berkembang menjadi kesadaran sosial yang lebih reflektif.

Bentuk dukungan yang paling dominan dilakukan oleh para responden adalah melalui aktivitas digital, seperti membagikan ulang unggahan, membuat story, dan menyebarkan informasi terkait gerakan. Responden GK, AS, dan PB menyampaikan bahwa meskipun tidak dapat terlibat langsung di lapangan, kontribusi digital tetap memiliki makna.

“Aku nggak bisa turun langsung, tapi aku bisa bantu lewat repost dan nyebarin info.” (S1.W1.J14-15)

“Menurut aku juga tadi informasi di Twitter itu sirkulasinya sangat cepat, jadi aku biasanya either nge-repost postingan-postingan yang emang lagi update banget ke timeline aku dan ke mutual aku, atau sekadar nge-tweet aja sih kayak apa yang aku rasain ke pemerintah dan isu itu particularly. Jadi, kalau aku sih lebih kayak jadi perpanjangan tangan persebaran informasi aja gitulah, repost-repost konten yang emang lagi rame, update-update, atau kayak kondisi current update lokasi demo lah. Tapi nggak cuma di Twitter aja, aku coba ikut repost di IG juga, di first aku maupun second aku, karena menurut aku dua-duanya sama-sama ada lah audiensnya gitu targetnya. jadi paling aku repost terus aku kayak menulis apa yang aku rasain juga pendapat aku kayak gimana gitu-gitu sih paling.” (S1.W1.J17)

“Kalau untuk turun ikut demo, aku belum berani, karena aku agak tergelongnya

minoritas, jadi aku jujur takut ya diapa-apain..Ya adu domba itu sebenarnya bukan dari kita kan... aku lebih takut ketindakan aparatnya terhadap para pendemo dibanding adu domba, karena ya aku percaya aja gitu loh sama-sama warga dan sama-sama kita menuntut hak bareng tuh kayak agak ridiculous aja gitu loh untuk kayak bikin isu adu domba yang rasisme dan segala macam itu jadi aku lebih takutnya ke aparatnya sih bukan kewarganya.” (S1.W1.J20-22)

Responden AS dan PB juga melakukan dukungan dengan me-repost konten yang ada di media sosial.

“Kalau yang demo itu, sebenarnya di Solo banyak sih. Cuma agak keos ya, jadi aku tidak ikut.” (S2.W1.J23)

“Kalau diskusi, nggak sih, tapi pernah bikin kajian habis kejadian itu.” (S2.W1.J28)

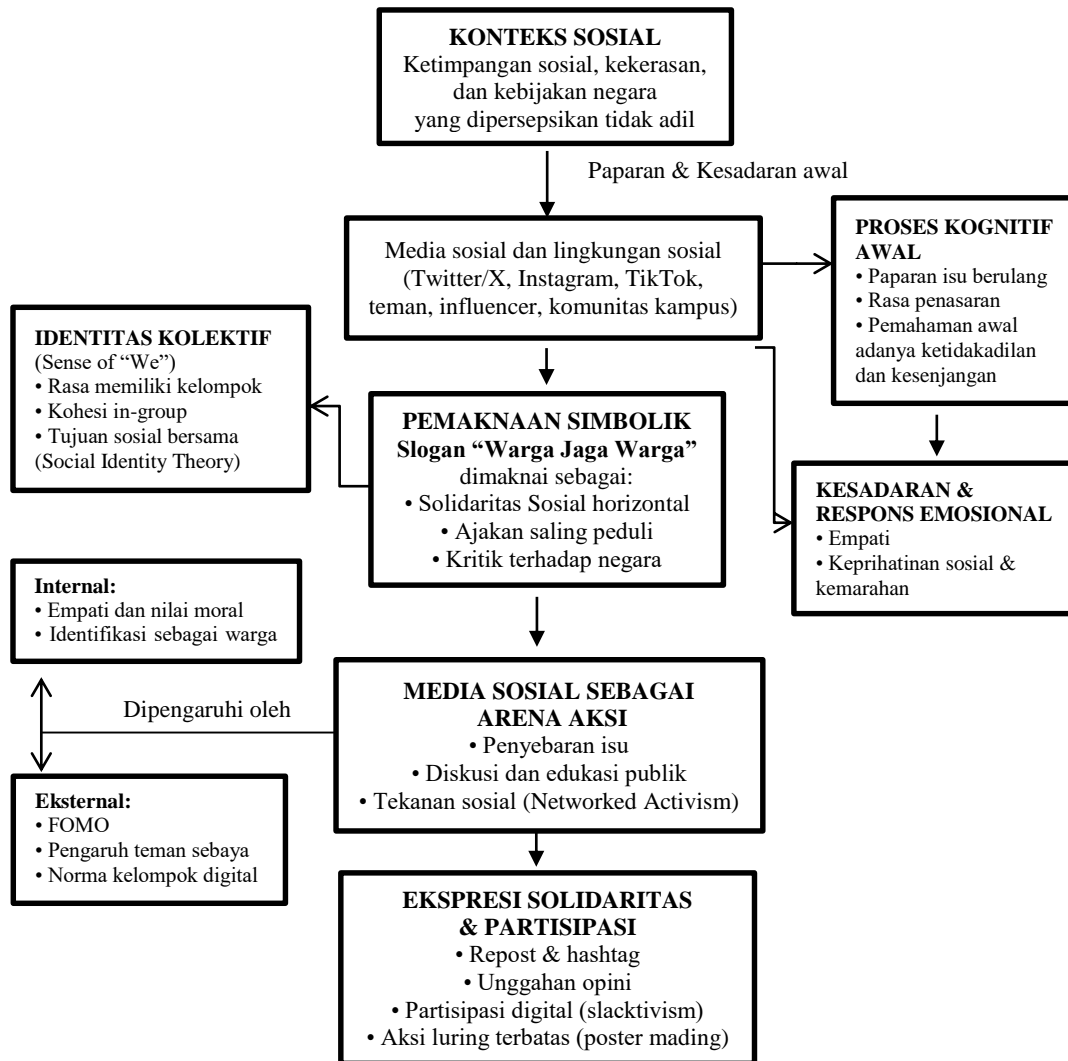
“Biasanya cuma nge-repost punya orang aja.” (S2.W1.J32)

“Nge-repost, karena nggak bisa banyak yah, nggak bisa datang ke demo eee jadi ya cuman bisa ngerepost doang biar di notice sama pemerintah.” (S3.W1.J8)

Selain itu, responden DM disamping menunjukkan dukungannya lewat media sosial, ia juga melakukan dukungan luring, seperti menempelkan poster di mading-mading kampus.

“Yang bisa aku lakuin itu adalah dari bentuk posting-an dan repost-an di Story Instagram gitu, dengan tujuannya sih menyebarkan awareness juga. Waktu udah masuk kuliah juga aku ikut menyebarkan poster secara langsung gitu di kampus, yang tadi menempelnya di mading-mading kampus.” (S4.W1.J11)

Temuan ini menunjukkan bahwa solidaritas generasi muda tidak selalu diwujudkan dalam bentuk aksi fisik besar, tetapi juga melalui tindakan kecil yang konsisten dan bermakna.



Gambar 1. Model Konseptual Dinamika Solidaritas Digital Generasi Z dalam Gerakan Warga Jaga Warga

Aspek pertama mengacu pada proses awal ketika Generasi Z mulai menyadari, memahami, serta merasa terlibat dalam gerakan “Warga Jaga Warga”.

Tabel 2.

Proses Paparan Awal dan Kesadaran Keterlibatan

Responden	Sumber Paparan Awal	Gambaran Momen Kesadaran
Responden GK	Twitter/X (utama) dan Instagram	Kesadaran muncul melalui paparan diskusi kritis dan isu ketidakadilan yang berulang di Twitter, kemudian diperkuat oleh konten di Instagram.
Responden AS	Instagram dan Twitter/X	Kesadaran awal terbentuk melalui rasa penasaran dan pengaruh lingkungan dari unggahan teman di Instagram, lalu

		berkembang saat mengikuti diskusi lanjutan di Twitter dan mulai ikut menyebarkan informasi.
Responden PB	Media Sosial (umum)	Menyadari gerakan secara bertahap melalui proses membaca dan memahami isu dari berbagai platform tanpa keterikatan pada satu media tertentu.
Responden DM	Instagram dan TikTok	Kesadaran awal terbentuk melalui cerita dari teman, media sosial, konten Influencer, dan komunitas BEM/HIMA kampus yang memicu ketertarikan terhadap isu sosial.

Hasil temuan menunjukkan bahwa kesadaran awal Generasi Z terhadap gerakan “Warga Jaga Warga” terbentuk secara bertahap melalui interaksi digital dan pengaruh lingkungan sosial. Twitter/X, Instagram, dan TikTok menjadi titik awal keterlibatan responden, yang umumnya dipicu oleh unggahan teman, influencer, maupun komunitas sosial.

Secara fenomenologis, pengalaman ini menunjukkan struktur makna yang bergerak dari keterpaparan informasi, resonansi emosional, dan refleksi sosial, hingga akhirnya menghasilkan keterlibatan simbolik. Pada responden GK dan PB, paparan terhadap narasi ketidakadilan memunculkan refleksi kritis mengenai kondisi sosial dan peran negara. Sebaliknya, pada responden AS dan DM, keterlibatan awal lebih dipengaruhi oleh rasa penasaran dan interaksi dengan lingkungan digital. Meskipun titik awal pengalaman berbeda, seluruh responden menunjukkan pola yang serupa, yaitu pergeseran dari penerima informasi pasif menjadi individu yang mulai memaknai isu sebagai bagian dari realitas sosial mereka.

Temuan ini sejalan dengan literatur tentang aktivisme digital, di mana media sosial menyediakan ruang diskusi, edukasi, dan mobilisasi yang memungkinkan Gen Z membangun empati dan keterlibatan aktif dalam isu-isu sosial, kemampuan mereka dalam memanfaatkan fitur-fitur digital memperkuat peran media sosial sebagai alat penyadaran kolektif (Safitri, 2025). Hal serupa disampaikan oleh Subiakto et al. (2025) yang menemukan bahwa media sosial menjadi arena simbolik bagi negosiasi identitas dan pembangunan solidaritas kelompok. Penelitian ini memperkuat temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa interaksi digital juga membentuk kesadaran sosial dan identitas kolektif, sehingga Gen Z mengembangkan keterlibatan sosial melalui proses *meaning-making* yang bertahap. Dengan kata lain, Gen Z mengembangkan kesadaran kolektif melalui interaksi digital.

Aspek kedua mengacu pada bagaimana Generasi Z memahami makna slogan dan solidaritas sosial, serta peran warga dalam merespons kondisi sosial yang berkembang melalui media sosial.

Tabel 3.
Pemaknaan Slogan “Warga Jaga Warga” oleh Generasi Z

Responden	Gambaran Aspek Pemaknaan
Responden GK	Dimaknai sebagai bentuk solidaritas horizontal warga yang muncul akibat kekecewaan terhadap peran negara, serta sebagai bentuk kritik sosial terhadap ketidakadilan sosial dan ekonomi yang terjadi.
Responden AS	Dipahami sebagai ajakan untuk saling peduli dan menjaga sesama warga di tengah situasi sosial yang dianggap tidak aman dan tidak menentu.
Responden PB	Dimaknai sebagai wujud empati dan kepedulian antarwarga, terutama kepada kelompok masyarakat yang rentan dan terdampak kebijakan sosial.
Responden DM	Ditafsirkan sebagai simbol persatuan dan kebersamaan warga untuk saling mendukung serta menguatkan satu sama lain serta simbol bahwa aksi sekecil apapun memiliki makna sosial yang besar.

Dalam psikologi sosial, solidaritas dikaitkan dengan ideal-ideal kemanusiaan seperti kohesi, kesetaraan, dan persahabatan, serta orientasi solidaritas yang berkorelasi positif dengan kerja sama dan tindakan saling membantu (Kastner & Matthies, 2023). Hasil temuan menunjukkan bahwa slogan “Warga Jaga Warga” dimaknai Generasi Z sebagai bentuk solidaritas sosial yang menegaskan tanggung jawab antarwarga di tengah kondisi sosial yang dipersepsikan tidak stabil dan kurang berpihak pada masyarakat.

Pemaknaan slogan ini memperlihatkan struktur pengalaman yang bergerak dari kesadaran akan ketidakadilan, munculnya rasa kebersamaan, hingga pembentukan tanggung jawab moral kolektif. Pada responden GK, slogan dipahami sebagai bentuk kritik terhadap ketimpangan sosial dan lemahnya keberpihakan negara. Pada responden AS dan PB, slogan lebih dimaknai sebagai ajakan untuk saling peduli dan melindungi kelompok yang rentan. Sementara itu, responden DM menempatkan slogan tersebut sebagai simbol persatuan yang menegaskan bahwa tindakan sederhana tetap memiliki nilai sosial. Meskipun terdapat variasi penekanan makna, seluruh responden menunjukkan pola yang sama, yaitu memandang slogan sebagai representasi hubungan horizontal antarwarga yang didasarkan pada kepedulian bersama.

Pembentukan *collective identity* memperkuat solidaritas (*sense of we*) di antara anggota kelompok sosial, di mana identitas kolektif menjadi fondasi rasa memiliki dan tujuan bersama dalam gerakan sosial (Subiakto et al., 2025). Francesca Polletta dan James M. Jasper (2001) mendefinisikan identitas kolektif sebagai ikatan kognitif, moral, dan emosional individu dengan komunitas atau kelompok yang lebih luas. Dalam konteks ini, slogan “Warga Jaga Warga” berfungsi sebagai simbol psikologis yang memperkuat kesadaran “kita” di antara partisipan. Ketika individu mulai melihat dirinya sebagai bagian dari kelompok sosial yang sama, muncul dorongan untuk melindungi kepentingan bersama dan menunjukkan kepedulian terhadap sesama anggota.

Solidaritas sosial horizontal antarwarga yang muncul dalam temuan ini secara psikologis dapat dipahami sebagai bentuk kohesi *in-group* sebagaimana dijelaskan dalam

Social Identity Theory (1979), yang menyatakan bahwa kesadaran keanggotaan kelompok mendorong individu bertindak atas nama kelompok untuk mencapai tujuan bersama. Dengan demikian, slogan “Warga Jaga Warga” tidak hanya berfungsi sebagai pesan solidaritas, tetapi juga sebagai medium pembentukan identitas kolektif dan keberpihakan moral dalam menghadapi ketidakadilan sosial.

Tabel 4.

Pandangan terhadap Pemerintah dan Aparat

Responden	Gambaran Pandangan terhadap Pemerintah/Aparat
Responden GK	Menunjukkan sikap sangat kritis; pemerintah dan aparat dipersepsikan represif, tidak adil, dan tidak peduli terhadap masyarakat.
Responden PB	Memandang pemerintah sebagai pihak yang mengecewakan karena ketidakadilannya terhadap kelompok masyarakat dan menimbulkan rasa keprihatinan.

Pada aspek ketiga, menunjukkan bahwa sebagian responden memandang pemerintah dan aparat secara kritis, terutama terkait ketidakadilan sosial dan lemahnya keberpihakan terhadap masyarakat. Responden GK dan PB menggambarkan pemerintah sebagai pihak yang represif dan mengecewakan, yang kemudian memunculkan rasa keprihatinan dan ketidakpercayaan terhadap otoritas.

Pola pengalaman ini memperlihatkan struktur makna yang bergerak dari paparan terhadap ketidakadilan, munculnya kekecewaan terhadap institusi, hingga dorongan untuk terlibat dalam gerakan sosial. Ketidakpercayaan terhadap pemerintah tidak hanya menjadi respons emosional, tetapi juga membentuk kesadaran bahwa perlindungan sosial perlu dibangun melalui solidaritas antarwarga.

Temuan ini menunjukkan bahwa ekspresi *moral outrage* terhadap ketidakadilan berperan sebagai penggerak penting dalam aksi kolektif untuk perubahan sosial (Brady et al., 2021). Dengan demikian, data penelitian mendukung bahwa ketidakpercayaan dan kekecewaan terhadap institusi formal dapat memperkuat keterlibatan Generasi Z dalam gerakan solidaritas sosial.

Tabel 5.

Peran Media Sosial dalam Gerakan “Warga Jaga Warga”

Responden	Gambaran Persepsi terhadap Peran Media Sosial
Responden GK	Dipersepsikan sangat efektif dalam membangun solidaritas dan memberikan tekanan publik.
Responden AS	Dipandang efektif sebagai sarana penyebaran isu dan pemicu partisipasi sosial.
Responden PB	Dianggap sebagai satu-satunya saluran partisipasi yang memungkinkan.
Responden DM	Dipersepsikan sebagai pintu awal kesadaran yang perlu diikuti oleh aksi nyata.

Pada aspek keempat, media sosial dipandang sebagai sarana utama dalam menyebarkan isu, membangun solidaritas, dan memperluas partisipasi dalam gerakan. Kondisi ini menggambarkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat

komunikasi, tetapi juga sebagai ruang pembentukan keterhubungan sosial. Paparan informasi yang cepat dan berulang mendorong munculnya kedekatan emosional dengan isu, sehingga tindakan digital seperti repost, unggahan, dan kampanye tagar dipersepsikan sebagai bentuk partisipasi sosial yang bermakna.

Temuan ini sejalan dengan Subiakto et al. (2025) yang menegaskan bahwa media sosial memfasilitasi negosiasi identitas dan pengorganisasian solidaritas, meskipun identitas kolektif digital bersifat rentan terfragmentasi. Mutia et al. (2025) juga menunjukkan bahwa Generasi Z memandang aksi digital sebagai bentuk kebersamaan sosial. Hal ini diperkuat oleh Pramesti (2025), yang menjelaskan bahwa *networked activism* melalui Twitter, TikTok, dan jaringan digital mampu memobilisasi partisipasi pemuda secara luas, sebagaimana terlihat dalam gerakan #TolakOmnibusLaw. Dalam konteks ini, media sosial berperan sebagai ruang yang memperkuat solidaritas antarwarga dan tanggung jawab moral untuk saling menjaga.

Aspek kelima mengacu pada dorongan internal maupun eksternal yang melatarbelakangi partisipasi Generasi Z dalam gerakan “Warga Jaga Warga”, baik yang bersifat emosional, sosial, maupun kognitif.

Tabel 6.

Motivasi dan Faktor Psikososial Keterlibatan dalam Gerakan

Responden	Gambaran Aspek Motivasi dan Faktor
Responden GK	Dorongan moral terutama sebagai warga negara Indonesia, sikap kritis, dan kesadaran sosial politik terhadap ketidakadilan sosial yang berkembang setelah paparan isu secara intens.
Responden AS	Keterlibatan awal dipicu oleh FOMO dan pengaruh lingkungan media sosial, yang kemudian berkembang menjadi kepedulian sosial.
Responden PB	Motivasi didominasi oleh empati dan keprihatinan terhadap kondisi sosial dan negara dan diri sebagai warga negara Indonesia.
Responden DM	Keterlibatan awal dipengaruhi oleh FOMO dan tren media sosial, yang kemudian dimaknai sebagai bentuk solidaritas kolektif.

Motivasi keterlibatan responden tidak bersumber dari satu faktor tunggal, melainkan kombinasi antara dorongan dari diri sendiri sebagai warga negara Indonesia, emosional, pengaruh sosial, dan kesadaran terhadap isu yang berkembang. Pada responden AS dan DM, keterlibatan awal lebih dipengaruhi oleh FOMO dan lingkungan digital, sedangkan GK dan PB menunjukkan dorongan yang lebih kuat dari empati, keprihatinan, dan identitas sebagai warga negara Indonesia.

Pola ini menunjukkan adanya perubahan dari keterlibatan yang bersifat situasional menuju keterlibatan yang lebih reflektif. Pengaruh teman sebaya dan media sosial berperan sebagai pemicu awal, tetapi keterlibatan berlanjut ketika responden mulai memaknai isu sebagai persoalan bersama yang menuntut kepedulian dan keberpihakan. Dengan demikian, partisipasi Generasi Z tidak sepenuhnya didorong oleh konformitas sosial, tetapi

juga oleh pembentukan kesadaran moral dan tanggung jawab kolektif, yang selanjutnya mendorong tindakan nyata (online maupun offline) dalam merespon realitas sosial di sekitarnya.

Penelitian oleh Mutia et al. (2025) menunjukkan bahwa konsumen muda sering bergabung dalam gerakan daring karena kesesuaian dengan harapan teman sebaya. Handayani dan Surya (2024) juga menekankan bahwa teman sebaya berperan sebagai agen sosialisasi utama, sementara media sosial memperkuat norma dan ekspektasi kelompok. Namun, identifikasi sebagai warga negara Indonesia menunjukkan adanya dorongan internal yang selaras dengan *Social Identity Theory*, di mana semakin kuat identifikasi sosial seseorang, semakin besar kecenderungannya untuk terlibat dalam aksi kolektif (Syarif, 2025). Temuan ini juga dapat dijelaskan melalui teori empathy-altruism Batson, yang menempatkan empati sebagai motivasi untuk meningkatkan kesejahteraan orang lain (Batson, 2010, dikutip dalam Jörgensen, 2015). Oleh karena itu, motivasi Generasi Z dalam gerakan ini bersifat sinergis antara pengaruh sosial, kepedulian moral, dan identitas kelompok, yang kemudian mendorong perilaku altruistik (Judijanto et al., 2024).

Aspek keenam mengacu pada bentuk-bentuk dukungan dan ekspresi solidaritas yang ditunjukkan Generasi Z terhadap gerakan “Warga Jaga Warga” melalui aktivitas di media sosial.

Tabel 7.
Bentuk Dukungan dan Ekspresi Solidaritas Generasi Z

Responden	Gambaran Dukungan
Responden GK	Menunjukkan dukungan melalui unggahan opini di Twitter dan repost di Instagram terhadap kebijakan pemerintah.
Responden AS	Memberikan dukungan melalui repost dan mengikuti perkembangan isu di media sosial.
Responden PB	Mengekspresikan dukungan melalui repost sebagai bentuk empati.
Responden DM	Mengombinasikan dukungan digital dan keterlibatan secara luring dengan menempel poster di kampus.

Bentuk dukungan Generasi Z didominasi oleh partisipasi digital, seperti unggahan opini, repost, dan penyebaran informasi. Pola tersebut menunjukkan bahwa solidaritas tidak selalu diwujudkan melalui aksi kolektif berskala besar, tetapi juga melalui tindakan sederhana yang dipersepsikan bermakna. Aktivitas digital menjadi sarana untuk menyatakan keberpihakan moral, menjaga visibilitas isu, dan memperkuat rasa keterhubungan dengan kelompok yang terdampak. Dalam konteks ini, tindakan kecil seperti repost atau unggahan opini tidak dipandang sebagai aktivitas pasif, melainkan sebagai bentuk kehadiran sosial dan kepedulian terhadap isu bersama.

Temuan ini sejalan dengan konsep *slacktivism* atau “aktivisme jari”, yaitu bentuk dukungan sosial dan politik melalui tindakan daring yang relatif mudah dan minim usaha (Mutia et al., 2025). Partisipasi digital tidak hanya merepresentasikan keterlibatan

simbolik, tetapi juga mencerminkan *moral alignment*, yaitu cara Generasi Z menunjukkan keberpihakan sosial dalam ruang digital (Mutia et al., 2025). Aktivisme digital tersebut dapat memperkuat *social bonding* antarpeserta dan mendorong tindakan nyata dalam skala kecil. Dengan demikian, ekspresi solidaritas Generasi Z terutama terwujud dalam aktivitas daring yang sesuai dengan karakter generasi digital, tetapi tetap disertai kesadaran bahwa aksi luring memiliki peran penting dalam menyuarkan aspirasi secara lebih luas.

Secara keseluruhan, esensi pengalaman Generasi Z dalam gerakan “Warga Jaga Warga” menunjukkan bahwa solidaritas digital dimaknai sebagai praktik keberpihakan moral berbasis identitas kolektif, yang tumbuh dari paparan isu di media sosial, resonansi emosional terhadap ketidakadilan, dan menurunnya kepercayaan terhadap institusi formal. Bagi partisipan, gerakan ini tidak hanya menjadi ruang ekspresi sosial, tetapi juga ruang psikologis untuk mengafirmasi identitas sebagai warga yang saling menjaga. Solidaritas tidak selalu diwujudkan melalui aksi besar, tetapi juga melalui tindakan digital sederhana yang dimaknai sebagai bentuk kehadiran sosial, kepedulian, dan resistensi simbolik. Dengan demikian, solidaritas digital pada Generasi Z tidak sekadar merepresentasikan *slacktivism*, melainkan mencerminkan pembentukan kesadaran kolektif, perilaku altruistik, dan tanggung jawab sosial.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Generasi Z memaknai fenomena “Warga Jaga Warga” sebagai bentuk solidaritas sosial horizontal yang muncul dari kesadaran kolektif sebagai respons atas lemahnya perlindungan otoritas formal. Keterlibatan mereka terbentuk melalui paparan media sosial yang diperkuat oleh interaksi sosial dan algoritma digital. Motivasi partisipasi bersifat sinergis antara faktor eksternal, seperti pengaruh teman sebaya dan *fear of missing out* (FOMO), serta faktor internal, seperti empati, kesadaran moral, dan kekecewaan terhadap pemerintah. Media sosial berperan sebagai ruang alternatif dalam membangun dan mengekspresikan solidaritas, terutama melalui partisipasi digital, meskipun dalam beberapa kasus diikuti juga oleh keterlibatan luring. Temuan ini menegaskan bahwa keterlibatan Generasi Z tidak sekadar bersifat tren, tetapi mencerminkan pembentukan kesadaran kolektif dan kesadaran sosial yang reflektif. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji keberlanjutan serta dampak konkret solidaritas digital terhadap perubahan sosial di tingkat komunitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739–768. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661>
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2013). *The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139198752>
- Bimber, B. (2017). Three prompts for collective action in the context of digital media. *Political Communication*, 34(1), 6–20. <https://doi.org/10.1080/10584609.2016.1223772>
- Brady, W. J., McLoughlin, K., Doan, T. N., & Crockett, M. J. (2021). How social learning amplifies moral outrage expression in online social networks. *Science Advances*, 7, eabe5641. <https://doi.org/10.1126/sciadv.abe5641>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Dakhi, S. K. S., Zulfida, S., Boeriswati, E., Rohman, S., Sianipar, Y. O., & Aminah, M. (2024). Kajian fenomenologi pada penelitian bahasa. *Dialektika: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Budaya*, 11(2). <https://doi.org/10.33541/dia.v11i2.6440>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika: Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Fazrina, I. N., Safitri, D., & Sujarwo. (2025). Persepsi generasi Z terhadap efektivitas aktivisme digital sebagai bentuk partisipasi sosial. *Jurnal Riset Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 3(3), 53–62. <https://doi.org/10.62383/risoma.v3i3.746>
- Hadi, A. (2021). *Penelitian kualitatif: Studi fenomenologi, case study, grounded theory, etnografi, biografi*. CV. Pena Persada.
- Handayani, R., & Surya, E. P. A. (2024). Transformasi sosial di era digital: Pengaruh teman sebaya dan media sosial terhadap perilaku remaja. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis (JEBS)*, 4(5), 1373–1377. <https://doi.org/10.47233/jeps.v4i5.2085>
- Jørgensen, S. (2015). *Empathy, altruism and the African elephant* (Undergraduate thesis). Swedish University of Agricultural Sciences. <http://stud.epsilon.slu.se>
- Judijanto, L., Tjahyafi, I., Sastraatmadja, A. H. M., Al-Viany, P., Maqfirah, M., & Astafi, R. (2024). Hubungan antara media sosial dan perilaku altruistik pada generasi Z. *Jurnal Psikologi dan Konseling West Science*, 2(4), 301–309.
- Kastner, K., & Matthies, E. (2023). On the importance of solidarity for transforming social systems towards sustainability. *Journal of Environmental Psychology*, 90, 102067. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2023.102067>
- Katili, A. Y., Katili, A. A. Z., & Pariono, A. (2025). Partisipasi politik generasi muda di era digital: Antara kesadaran kritis dan aktivisme daring. *Jurnal Ekonomi Manajemen Ilmu Sosial dan Politik*, 2(4), 198–215.
- Kristianto, K., Ramadhan, A. B., & Marsetyo, F. D. (2021). *Media sosial dan connective action*:

- Studi kasus penggunaan Twitter sebagai ruang solidaritas selama pandemi COVID-19. *Journal of Social Development Studies*, 2(1), 1–13. <https://doi.org/10.22146/jsds.1037>
- MetroTVnews. (2025, September 1). Mencegah provokasi, seruan “Warga jaga warga” menggema di medsos. MetroTV News. <https://www.metrotvnews.com/play/NgxCDzeo-mencegah-provokasi-seruan-warga-jaga-warga-menggema-di-medsos>
- Mulyadi, D., Alvian, C. K., Lananda, A., Farraz, M. I., Simbolon, C. C., & Perdana, Z. A. (2025). Pengaruh media massa terhadap generasi Z dalam mendorong partisipasi pemilu. *Jurnal Dialektika Hukum*, 7(1), 18–45.
- Papacharissi, Z. (2016). Affective publics and structures of storytelling: Sentiment, events and mediality. *Information, Communication & Society*, 19(3), 307–324. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1109697>
- Polletta, F., & Jasper, J. M. (2001). Collective identity and social movements. *Annual Review of Sociology*, 27, 283–305.
- Pramesti, G. N. D. P. (2025). Virtual social movements and Gen-Z activism: A study of the #TolakOmnibusLaw movement. *Return: Study of Management Economic and Business*, 4(5), 403–410. <https://doi.org/10.57096/return.v4i5.413>
- Safitri, F. (2024). Peran media sosial dalam membentuk kesadaran sosial generasi Z. *Intelektual: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Mahasiswa dan Akademisi*, 1(2), 11–24.
- Salim, S. A. (2025). The effectiveness of digital political communication in increasing Generation Z political participation in Indonesia. *International Journal of Education, Culture, and Society*, 3(3), 962–979. <https://doi.org/10.58578/IJECS.v3i3.7531>
- Subiakto, V. U., Haryati, S., & Lalongkoe, M. R. (2025). Digital activism and collective identity: A systematic literature review. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 9(7). <https://doi.org/10.47772/IJRISS.2025.907000272>
- Sriyanti, L., & Ramadhani, L. R. (2021). Pembinaan kepribadian Islami dan solidaritas sosial remaja. *Journal of Gender and Social Inclusion in Muslim Societies*, 2(2).
- Syarif, A. S. (2025). Social identity theory dalam aksi kolektif: Kajian literatur sistematis. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jambi*, 9(1), 61–72.
- Ulfah, M., Sabrina, N., & Putri, A. L. (2025). Psychological drivers of consumer boycott. *Journal of Applied Business Administration*. <https://doi.org/10.30871/jaba.9152>
- Yusriah, L., & Mujab, S. (2025). Partisipasi politik generasi Z pada akun media sosial X @aniesbubble. *Cendekia: Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 5(3), 1034–1045.