

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami negosiasi makna media sosial bagi Generasi Z dalam kehidupan sehari-hari. Pemahaman mengenai media sosial tidak bebas sebagai alat komunikasi atau hiburan, tetapi juga sebagai ruang hidup simbolik yang memediasi hubungan individu dengan diri sendiri, orang lain, dan dunia sosial. Penelitian merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan Interpretative Phenomenological Analysis (IPA). Informan dalam penelitian ini adalah empat orang Generasi Z yang aktif menggunakan media sosial. Data diperoleh dengan wawancara mendalam semi-terstruktur dan dianalisis menggunakan tahapan IPA. Hasil penelitian menunjukkan bahwa negosiasi makna media sosial terbentuk melalui tiga tema besar. Pertama, media sosial dimaknai sebagai ruang hidup sehari-hari karena hadir dalam rutinitas, komunikasi, hiburan, pencarian informasi, dan relasi sosial. Kedua, media sosial dimaknai sebagai cermin eksistensi diri karena informan membaca dan menampilkan diri melalui unggahan, komentar, likes, views, dan respon pengguna lain. Ketiga, media sosial dimaknai sebagai ruang ambivalensi dan regulasi diri karena memberi keterhubungan dan hiburan, tetapi juga menghadirkan tekanan, perbandingan sosial, kelelahan, dan kebutuhan untuk mengambil jarak. Melalui pembacaan Lacan dan Žižek, media sosial dipahami sebagai ruang simbolik tempat Generasi Z menegosiasikan citra diri, pengakuan, hasrat, dan pengalaman virtual yang berdampak nyata pada kehidupan psikologis mereka.

Kata kunci: *Generasi Z, media sosial, negosiasi makna.*

ABSTRACT

The study aims to understand the negotiation of meaning attributed to social media among Z Generation in everyday life. Social media is not merely understood as a medium of communication or entertainment, but as a digital experiential space that mediates individual's relationship with the self, others, and the broader social environment. This study employed a qualitative research design using an Interpretative Phenomenological Analysis (IPA) approach. The participants consisted of four Z Generation individuals who actively use social media. Data were collected through semi-structured in-depth interviews and analyzed according to the stages of IPA. The findings reveal that the negotiation of social media meaning is constructed through three main themes. First, social media is interpreted as an everyday living space, as it is embedded in participants' routines, communication practices, entertainment, information-seeking activities, and social relationship. Second, social media is interpreted as a mirror of self-existence, through which participants present, read, and evaluate themselves through posts, comments, likes, views, and responses from others. Third, social media is interpreted as a space of ambivalence and self-regulation, as it provides connection and entertainment while also generating pressure, social comparison, emotional fatigue, and the need to create distance. Through Lacanian psychoanalysis and Žižek's notion of the reality of the virtual, social media is understood as a symbolic space in which Generation Z negotiates self-image, recognition, desire, and virtual experiences that produce real psychological effects.

Keywords: Z Generation, social media, negotiation of meaning.