

## ABSTRAK

### MANAJEMEN IDENTITAS PADA FENOMENA PANJAT SOSIAL MELALUI *RETWEET* DI KALANGAN GENERASI Z

Iftikareen Rayhane Soeyatno <sup>1)</sup>, Isti Purwi Tyas Utami, A.Md., S.Sos, M.I.Kom <sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Student of Communication Science Department, Universitas Pembangunan Jaya

<sup>2)</sup> Lecturer of Communication Science Department, Universitas Pembangunan Jaya

Generasi Z sebagai generasi yang lahir di tengah kultur digital sejak usia remaja sudah memiliki identitas ganda yakni identitas di dunia nyata dan identitas digital. Panjat sosial merupakan fenomena yang akrab pada Generasi Z di mana mereka aktif mengelola media sosial termasuk diantaranya Twitter. Melakukan *retweet* pesan yang tengah *trending* atau pesan seorang *public figure* tertentu kerap dilakukan terkait citra diri yang ingin dibangun. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana manajemen identitas pada fenomena panjat sosial melalui *retweet* di kalangan Generasi Z di Jakarta. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dengan jenis penelitian kualitatif dan metode wawancara mendalam. Hasil penelitian yang melibatkan empat informan menunjukkan bahwa motivasi utama Gen Z dalam melakukan aktifitas *retweet* secara konsisten adalah untuk *personal branding*. Pilihan pesan *retweet* dan *public figure* yang dipilih untuk diteruskan pesan-pesannya berkaitan erat dengan citra diri yang ingin dibangun. Terdapat tiga informan yang membangun identitas digital berbeda dari identitas asli, dengan alasan hal tersebut merupakan budaya *cyber account* di Twitter. Informan yang menggunakan identitas sama mendasari pilihan tersebut karena jenis informasi yang dikonsumsi tergolong formal. Penelitian berikutnya dapat berfokus pada pemanfaatan fitur twitter oleh Generasi Z dan fenomena hiperrealitas.

**Kata kunci:** Manajemen Identitas, Panjat Sosial, *Retweet*, Twitter, Generasi Z, Budaya Digital, Citra Diri

Pustaka : 38

Tahun Publikasi : 2006 - 2022