



Wacana Positif dan Negatif Tentang Anak Muda di Twitter: Kajian Teks Media Sosial

Lustin Oktaviani Putri¹, Joy Cristine G Puide², Shaskia Ramadhina Anastasya³, Rosmita Mustajab⁴, Widyatmike Gede Mulawarman⁵
^{1,2,3,4,5}Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia

*Email: oktaviani.tata07@gmail.com, shaskiaya2@gmail.com, joypuide@gmail.com,
mustjabrosmita10@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini membahas bagaimana sikap anak muda digambarkan secara positif dan negatif di media sosial khususnya pada platform Twitter dalam dua tahun terakhir (2023–2025). Data diambil dari cuitan-cuitan publik yang menggunakan tagar #anakmuda dan #generasiZ. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Wacana Kritis (AWK) dengan model Teun A. Van Dijk, dengan fokus pada struktur teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa anak muda generasi Z sering digambarkan memiliki dua sifat atau dua wajah. Di satu sisi, mereka dianggap kreatif, adaptif, dan produktif. Namun, di sisi lain, muncul beberapa wacana negatif yang menilai anak muda khususnya generasi Z sebagai generasi yang manja, cepat menyerah (*easily giving up*), dan sulit menghadapi tekanan sosial. Wacana semacam ini menunjukkan adanya perbandingan ideologi antara generasi tua dan generasi muda. Twitter menjadi wadah terbuka di mana perbedaan pandangan sosial itu saling terjadi dan bertabrakan. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran kritis para pembaca terhadap cara penggunaan bahasa membentuk bagaimana pandangan sosial tentang generasi muda.

Kata Kunci: Wacana kritis, Twitter, Anak muda, Generasi Z, Stigma sosial

Abstract

This study examines how young people's attitudes are portrayed positively and negatively on social media, particularly on Twitter, over the past two years (2023–2025). Data was taken from public tweets using the hashtags #youngpeople and #generationZ.

The approach used in this study was Critical Discourse Analysis (CDA) using Teun A. Van Dijk's model, focusing on text structure, social cognition, and social context. The analysis shows that young people in Generation Z are often portrayed as having two personalities or two faces. On the one hand, they are considered creative, adaptive, and productive. However, on the other hand, several negative discourses have emerged that view young people, especially Generation Z, as spoiled, easily giving up, and having difficulty coping with social pressure. This discourse demonstrates the ideological contrast between the older and younger generations. Twitter has become an open platform where these differing social

views emerge and collide. This research is expected to increase readers' critical awareness of how language use shapes social views of the younger generation.

Keywords: *critical discourse, Twitter, youth, generation Z, social stigma*

Pendahuluan

Media sosial, terutama platform Twitter, sudah tidak asing untuk dijadikan wadah utama bagi anak muda generasi Z untuk mengekspresikan pikiran, humor, dan bahkan mengajukan kritik sosial. Namun, cara publik melihat reaksi mereka tidak selalu bersifat positif. Banyak cuitan yang menampilkan anak muda generasi Z sebagai sosok yang kreatif, cerdas, dan punya semangat tinggi, tapi tak sedikit juga publik menilai mereka sebagai individu yang mudah menyerah, malas, atau terlalu emosional. Fenomena ini terlihat jeles selama tahun 2023–2025, terutama pada masa pemilu, isu sosial seperti saat demo, hingga tren digital seperti mental health awareness dan quiet quitting yang sempat jadi topik hangat antar pemuda-pemudi generasi Z. Misalnya, tagar #anakmuda sering digunakan untuk mendukung kreativitas generasi Z, sementara tagar #generasiZlemah atau komentar sinis tentang “generasi mager” muncul di saat isu produktivitas sering dibicarakan untuk menyenggol para generasi Z.

Penelitian sebelumnya oleh (Hazimah et al., 2024) menemukan generasi Z sering kali menyukai segala sesuatu yang instan atau serba cepat sehingga mereka cenderung tidak menyukai sesuatu yang berjalan lambat, dan mereka juga senang jika diberi kesempatan untuk mengekspresikan diri sehingga lebih mendapat perhatian dari publik sosial.

Sementara (Humayra et al., 2025) seorang remaja generasi Z menjadikan cuitan dan teks tersebut sebagai salah satu hobi, karena membaca adalah salah satu cara agar menambah wawasan baru mereka menggunakan kesempatan ini untuk mengemban ilmu baru dan membuka wawasan luas dari manapun termasuk platform Twitter. Namun, belum banyak penelitian yang secara khusus membahas stigma ‘mudah menyerah’ sebagai bagian dari wacana negatif di Twitter (Ayu et al., 2025). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk: 1. Mendeskripsikan bentuk wacana positif dan negatif tentang anak muda di Twitter. 2. Menjelaskan bagaimana stigma “mudah menyerah” muncul dalam wacana tersebut. 3. Menafsirkan ideologi sosial di balik konstruksi wacana tentang generasi muda.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan Analisis Wacana Kritis (AWK) model Teun A. Van Dijk (Dijk, 1989). Model ini membantu untuk mencari tahu bagaimana bahasa melibatkan kekuasaan dan ideologi sosial (Maharani et al., 2025). Data penelitian berupa 30 cuitan publik yang dikumpulkan dari Twitter/X dengan tagar #anakmuda dan #generasiZ antara Januari 2023 – Oktober 2025. Cuitan dipilih berdasarkan kesesuaian tema dan konteks sosial yang sedang ramai dibahas (isu politik, karier, dan kesehatan mental).

Tabel 1

Komponen	Keterangan
Jenis Penelitian	Kualitatif deskriptif
Pendekatan	Analisis Wacana Kritis (Van Dijk)
Sumber Data	Cuitan publik dengan tagar #anakmuda dan #generasiZ

Teknik Pengumpulan	Dokumentasi teks Twitter (2023-2025)
Analisis Data	Analisis tiga dimensi Van Dijk: teks, kognisi sosial, dan konteks sosial

Hasil dan Pembahasan

1) Struktur teks

Hasil analisis menunjukkan perbedaan jelas antara wacana positif dan negatif. Wacana positif cenderung memakai diksi optimistis seperti “kreatif,” “berani,” “produktif,” sedangkan wacana negatif banyak memakai istilah seperti “manja,” “gampang nyerah,” “overthinking,” atau “tidak tahan tekanan.”

Tabel 2 Pola Wacana Positif dan Negatif di Twitter

Tanggal	Isi Cuitan (disingkat)	Tagar	Jenis Wacana	Makna Kunci
12-Feb-23	"Bangga lihat anak muda bisa bikin start-up dari kamar kost"	#anakmuda #inovasi	Positif	Kreativitas dan semangat mandiri
05-Apr-23	"Generasi sekarang gampang banget nyerah. Ditegur dikit udah bilang mental breakdown"	#generasiZ #anakmuda	Negatif	Stigma mudah menyerah
18-Mei-23	Hebat, banyak anak muda yang peduli isu lingkungan. Salut!"	#anakmuda #climateaction	Positif	Aktivisme sosial
29-Jul-23	"Zaman sekarang itu banyak anak muda manja, kerja baru seminggu sudah resign"	#generasiZ	Negatif	Rendahnya daya tahan kerja
14-Okt-23	"Anak muda harus berani salah. Belajar dari kegagalan bikin kita maju."	#generasiZ #anakmuda	Positif	Optimisme dan keberanian
02-Jan-24	"Generasi Z Cuma kuat di medsos, di dunia nyata gampang nyerah."	#generasiZ	Negatif	Stigma sosial digitalisasi
28-Okt-24	"Hari Sumpah Pemuda! Semangat terus anak muda, kalian penerus bangsa."	#anakmuda #SumpahPemuda	Positif	Patriotisme dan harapan
19-Nov-24	"Capek lihat anak muda overthinking terus. Sedikit-sedikit burnout."	#anakmuda #mentalhealth	Negatif	Presepsi negatif soal kesehatan mental

05-Mar-25	Banyak anak muda keren sekarang yang bantu UMKM lewat digital marketing. Mantap!"	#anakmuda #kreatif	Positif	Dukungan ekonomi lokal
07-Agu-25	"Anak muda sekarang gampang nyerah, gak tahan tekanan. Belum gagal udah mundur."	#generasiZ	Negatif	Label generasi lemah secara mental

Tabel 3 Rekapitulasi Data Wacana (2023-2025)

Jenis Wacana	Jumlah Cuitan	Presentase	Tema Dominan
Positif	5	50%	Kreativitas, Nasionalisme, dan Kepedulian Sosial
Negatif	5	50%	Stigma mudah menyerah, instan, apatis, dan lemah mental

Distribusi wacana positif dan negatif seimbang (masing-masing 50%), namun wacana negatif lebih sering menjadi viral atau mendapat respon emosional tinggi pada warga umum (likes, retweet, dan komentar sinis). Artinya, stigma sosial masih menjadi daya tarik kuat di media sosial, karena lebih mudah memicu reaksi publik dibanding pesan motivatif. dalam interpretasi kualitatifnya, wacana positif atau cuitan positif menonjolkan sisi anak muda sebagai generasi berdaya, kreatif, dan punya tanggung jawab sosial. Bahasa yang digunakan cenderung mengandung ajakan, afirmatif, dan menggunakan kata kerja aktif seperti “membangun,” “mencipta,” “berjuang.” Ideologi yang mendasarinya adalah kemajuan dan optimisme sosial. Cuitan negatif menampilkan citra anak muda sebagai generasi manja, tidak tahan tekanan, dan mudah menyerah. Bahasa yang digunakan sering bersifat evaluatif dan sarkastik seperti “baper,” “lemah,” “cepat bosan.” Ideologi yang muncul adalah moral kerja keras versi lama (konservatif) yang masih mendominasi cara pandang masyarakat.

2) Kognisi Sosial

Cuitan positif biasanya muncul dari anak muda sendiri yang ingin menunjukkan sisi berprestasi dan mandiri. Mereka sering mempromosikan kegiatan kreatif, bisnis, atau kampanye sosial. Sementara itu, wacana negatif lebih banyak datang dari pengguna yang lebih tua atau tokoh publik yang menilai generasi sekarang “tidak sekuat zaman dulu”.

Menariknya, stigma “mudah menyerah” sering muncul bersamaan dengan isu kesehatan mental dan tekanan sosial. Misalnya, banyak pengguna menilai bahwa anak muda sering memakai alasan kesehatan mental seperti “burnout” atau “anxiety” untuk menghindari tanggung jawab. Padahal, fenomena itu bisa dibaca sebagai bentuk kesadaran emosional yang lebih sehat, bukan kelemahan menyadarkan bahwa generasi muda lebih memperhatikan bagaimana kesehatan mental sebagai salah satu aspek utama yang perlu dijaga dalam kehidupan dan

menghilangkan stigma bahwa penyakit mental hanya diderita oleh orang-orang yang membutuhkan perhatian khusus.

3) Interpretasi Kritis

Wacana positif dan negatif di Twitter menunjukkan pertarungan antara dua pandangan sosial: generasi lama yang menilai “kuat berarti tahan banting”, dan generasi baru yang percaya “kuat berarti tahu kapan harus berhenti”. Bahasa di Twitter memperlihatkan bagaimana opini bisa membentuk stigma sosial. Ketika kata “mudah menyerah” digunakan tanpa konteks, kata tersebut bisa memperkuat stereotip bahwa generasi muda lemah. Padahal, di banyak kasus, keputusan untuk berhenti justru muncul dari kesadaran akan batas diri dan keseimbangan hidup sehingga tidak mendorong individu untuk melakukan hal yang diluar batas kemampuan.

Dengan demikian, media sosial bukan hanya ruang ekspresi, tetapi juga ruang perebutan makna sosial tentang apa itu “kuat”, “berdaya”, dan “berhasil” bagi generasi sekarang. Media sosial menjadi cermin ideologi masyarakat tentang nilai kerja keras dan daya tahan mental. Dalam konteks ini, istilah “mudah menyerah” menjadi bagian dari wacana kekuasaan simbolik: siapa yang menentukan tolok ukur dari stigma kuat dan lemah?

Wacana negatif sering memperkuat pandangan bahwa generasi muda gagal memenuhi ekspektasi sosial lama, sementara wacana positif menolak stigma itu dengan menonjolkan kemampuan adaptasi, inovasi, dan empati sosial.

Kesimpulan

Kesimpulan untuk menggarisbawahi bahwa representasi di Twitter mencerminkan tegangan mendasar dalam masyarakat: 1. Wacana Positif (Harapan Ideal): Anak muda digambarkan sebagai pengembang inovasi dan pemilik masa depan. Wacana ini seringkali berinti pada idealisasi terhadap kemampuan digital mereka, menilai kreativitas dan semangat kewirausahaan sebagai solusi atas masalah sosial dan ekonomi. 2. Wacana Negatif (Kecemasan Sosial): Stigma "mudah menyerah" dan "emosional" mencerminkan kecemasan generasi yang lebih tua terhadap perubahan nilai. Stigma ini seringkali tidak hanya menggarisbawahi kelemahan individu, tetapi juga kegagalan sosial (misalnya, kesulitan mencari pekerjaan, tekanan hidup yang tinggi) yang tidak sepenuhnya diakui oleh umum. Perbedaan nilai tentang "kerja keras" dan "daya tahan hidup" berfungsi sebagai medan pertarungan di mana generasi yang lebih tua menggunakan tolok ukur masa lalu untuk menilai kondisi yang terjadi di masa kini. 3. Dampak Internal (Self-Stigma): Pertarungan wacana ini juga dapat dipusatkan oleh anak muda itu sendiri, menyebabkan kebingungan identitas atau bahkan memicu gerakan balik seperti, gerakan quiet quitting atau penolakan terhadap narasi 'selalu bahagia'. Di ruang digital, identitas mereka terbentuk dari benturan antara harapan sosial yang membebani pikiran mereka misalnya, harus sukses di usia muda, harus mandiri, dengan realitas hidup digital terjadi misalnya, perbandingan sosial, tekanan FOMO, hustle culture yang melelahkan. Tujuan akhir dari literasi wacana adalah menjembatani pemahaman. Dengan membaca wacana secara empatik, generasi yang lebih tua dapat melihat konteks sosial dan ekonomi di balik "emosionalitas" anak muda dengan lebih terbuka lagi, sementara anak muda dapat memahami dasar nilai dari kritik yang mereka hadapi oleh masyarakat umum. Ini mengarah pada dialog yang lebih konstruktif alih-alih saling menstigma. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai landasan bagi pembuat

kebijakan, pendidik, dan pemasar untuk merancang kembali komunikasi yang lebih adil dan terstruktur tentang generasi muda khususnya generasi Z, agar dapat menghindari pengurangan pemahaman yang dapat merugikan.

Daftar Pustaka

- Baker, P. (2006). *Using corpora in discourse analysis*. London: Continuum.
- Brown, G., & Yule, G. (1983). *Discourse analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Fairclough, N. (1995). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. London: Longman.
- Halliday, M. A. K., & Hasan, R. (1985). *Language, context, and text: Aspects of language in a social-semiotic perspective*. Victoria: Deakin University Press.
- Herring, S. C. (2004). Computer-mediated discourse analysis: An approach to researching online behavior. Dalam S. A. Barab, R. Kling, & J. H. Gray (Ed.), *Designing for virtual communities in the service of learning* (hlm. 338–376). Cambridge: Cambridge University Press.
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Santoso, A. (2017). *Analisis wacana kritis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sudaryanto. (2015). *Metode dan aneka teknik analisis bahasa*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.
- Van Dijk, T. A. (1998). *Ideology: A multidisciplinary approach*. London: Sage Publications.
- Zappavigna, M. (2012). *Discourse of Twitter and social media: How we use language to create affiliation on the web*. London: Continuum.