

Etnografi Virtual *Sandwich Generation* melalui Lagu “Berakhir di Aku” di Media Sosial

Syelma Nur Salimah H*, Achmad Wildan Kurniawan, Iis Zilfah Adnan

Universitas Garut, Garut, Indonesia
*24071121051@fkominfo.uniga.ac.id

Artikel

Submitted: 19-06-2025
Reviewed: 21-07-2025
Accepted: 20-11-2025
Published: 05-11-2025

DOI:
10.32509/wacana.v24i2.5575



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-
NonCommercial-ShareAlike 4.0.

Volume : 24
No. : 2
Bulan : Desember
Tahun : 2025
Halaman : 455-472

Abstract

This research aims to examine how the song “Berakhir di Aku” by Igitaf represent the emotional realities and struggles of Sandwich Generation, especially among Generation Z, and how the use of social media platforms TikTok and Instagram facilitates expression and interaction within this group. The study employs a qualitative descriptive method with a virtual ethnography approach, collecting data through virtual interviews, observation of social media content, and literature review. Data analysis is conducted using Cyber Media Analysis, which explores various levels of digital interaction. The findings indicate that “Berakhir di Aku” serves as a significant medium for emotional release and self-reflection, while TikTok and Instagram function as virtual spaces that support the process of self-acceptance through diverse forms of expression and communication among members of the Sandwich Generation. This study contributes by finding that social media is not only used as a means of entertainment, but has an important function as a space for emotional support and identity socialization, which facilitates the process of self-acceptance among members of the Sandwich Generation, through intense virtual interactions.

Keywords: *Sandwich Generation; Self-Acceptance; Song; Emotional Expression; Virtual Interaction*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana lagu “Berakhir di Aku” ciptaan Igitaf mencerminkan kondisi emosional dan tantangan yang dihadapi oleh kelompok *Sandwich Generation*, terutama di kalangan Generasi Z, serta bagaimana penggunaan media sosial *TikTok* dan *Instagram* memfasilitasi ekspresi dan interaksi di antara mereka. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan etnografi virtual. Data diperoleh melalui wawancara virtual, pengamatan konten di media sosial, serta kajian literatur. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Media Siber yang meninjau berbagai tingkat interaksi di ruang digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lagu “Berakhir di Aku” berfungsi sebagai sarana untuk mengekspresikan emosi dan melakukan refleksi diri, sedangkan *platform TikTok* dan *Instagram* berperan sebagai ruang digital yang mendukung proses penerimaan diri melalui berbagai jenis ekspresi diri dan komunikasi di antara anggota kelompok *Sandwich Generation*. Penelitian ini memberikan kontribusi berupa temuan bahwa media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan, tetapi memiliki fungsi penting sebagai ruang dukungan emosional dan sosialisasi identitas, yang memfasilitasi proses penerimaan diri kelompok *Sandwich Generation*, melalui interaksi virtual yang intens.

Kata Kunci: *Sandwich Generation; Penerimaan Diri; Lagu; Ekspresi Emosional; Interaksi Virtual*

PENDAHULUAN

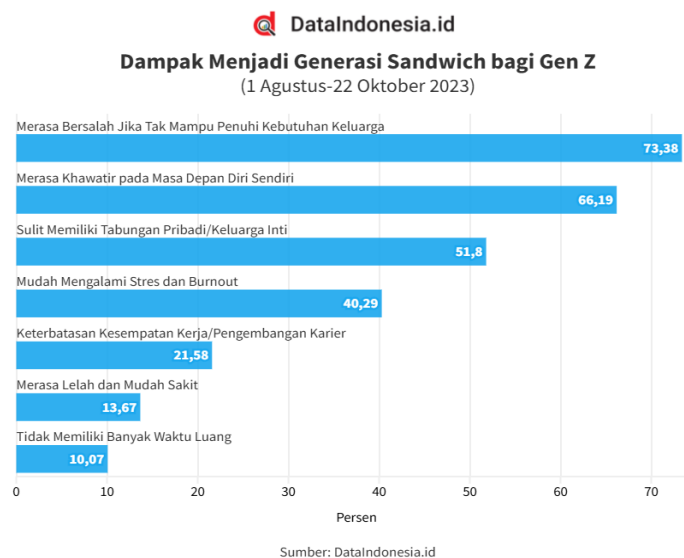
Sebagian orang biasanya merasa terpuruk, sedih dan tidak percaya diri ketika mereka mengetahui kekurangan dalam diri mereka. Mereka akan menyalahkan keadaan dan beranggapan bahwa kekurangan tersebut menjadi sebuah aib yang membuat diri mereka tidak berharga, sehingga sulit bagi mereka untuk memulai proses penerimaan diri. Sebelum berada di fase penerimaan diri, mereka harus melalui beberapa tahapan. Pertama, fase penyangkalan (*denial*), kedua fase kemarahan (*anger*), ketiga fase negosiasi (*bargaining*), keempat fase depresi (*depression*) hingga akhirnya mereka mampu mencapai fase penerimaan diri atas semua kekurangan tersebut (Simamora, 2021). Maka, penting untuk disadari bahwa setiap manusia pada dasarnya diberkahi kelebihan dan kekurangan yang berbeda-beda, maka hal tersebut harus mampu disyukuri dan dimaksimalkan potensinya, dengan tujuan agar kita berkembang menjadi pribadi yang unggul.

Menurut Harlock (dalam Rahayu & Rifayani, 2024) penerimaan diri adalah sikap merasa puas dan menerima apapun yang dimiliki, termasuk penampilan dan kondisi diri tanpa menolak keadaan tersebut. Dalam menjalani kehidupan di era modern hari ini, proses penerimaan diri tentunya akan dipengaruhi oleh dinamika komunikasi emosional, khususnya di ranah media digital. Kehadiran media sosial sebagai salah satu media digital telah memperluas cara individu mengekspresikan dan mengkomunikasikan emosi yang dirasakan, termasuk memenuhi kebutuhan akan validasi dan dukungan dari komunitas virtual. Komunikasi emosional dalam ranah digital merupakan kegiatan interaksi individu secara emosional di ruang digital untuk mendapat identifikasi atau pengakuan, serta upaya berbagi makna yang sama dalam konteks komunikasi tertentu. Komunikasi ini memungkinkan integrasi isyarat emosional dalam produk media digital, sehingga khalayak pengguna media digital akan menyerap nilai-nilai budaya dan membangun koneksi emosional di dalamnya (Li, Mahamed, & Bidin, 2025).

Salah satu hal yang dapat menjadi pendorong interaksi emosional tersebut adalah dengan mendengarkan musik. Bagi sebagian orang, aktivitas mendengarkan musik mampu membangkitkan semangat dan energi positif. Namun bagi sebagian orang lainnya, musik adalah representasi dari perasaan yang sedang dialami. Aristoteles (dalam Garrido, 2016) mengemukakan bahwa karya-karya yang menggambarkan kesedihan, seperti salah satunya musik sedih memiliki daya tarik tersendiri karena dapat membuat pendengarnya mengalami suatu fase bernama katarsis, yang artinya pelepasan emosi. Menurut Emery Schubert, orang-orang akan merasakan reaksi emosional yang lebih kuat ketika sedang mendengarkan lagu sedih. Hal ini disebabkan karena musik sedih lebih mampu mengekspresikan emosi negatif yang dirasakan, sehingga orang-orang merasa emosinya lebih terpuaskan (Garrido, 2016). Dengan demikian, musik tidak hanya digunakan sebagai hiburan, musik juga sangat diperlukan untuk memenuhi kebutuhan emosional individu karena dapat menjadi salah satu medium untuk mengekspresikan dan meluapkan emosi.

Kebutuhan terhadap pelepasan emosi ini diperlukan bagi kelompok *Sandwich Generation*, yakni sebutan bagi orang-orang yang terjebak dalam situasi dimana mereka harus tetap menghidupi orang tuanya dan bahkan kadang para saudaranya ketika ia sendiri sudah memiliki anak dan berkeluarga (Steiner & Fletcher, 2017). Namun, seiring dengan perubahan demografi usia saat ini, pengertian *Sandwich Generation* mengalami perluasan karena berlaku juga pada situasi dimana seseorang yang belum berkeluarga pun harus berjuang menafkahi para anggota keluarganya mulai dari orang tua mereka hingga saudaranya.

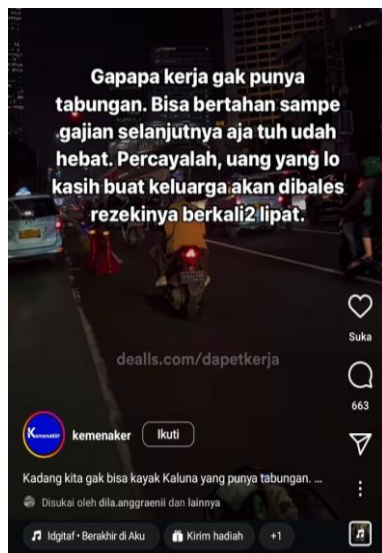
Hasil survei oleh dataindonesia.id (Oktober 2023) menunjukkan hampir dari 50% dari generasi Z di Indonesia terjebak dalam situasi *Sandwich Generation*, dengan mayoritas dampak yang dirasakan berkaitan dengan masalah kesehatan mental, ini menandakan bahwa fenomena *Sandwich Generation* menjadi realitas yang perlu diperhatikan secara khusus. Hasil survei tersebut dimuat dalam grafik Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Survei Dampak menjadi *Sandwich Generations* bagi Generasi Z
(Sumber: dataindonesia.id, 2024)

Beragam tekanan fisik dan emosional yang dialami di atas membuat generasi muda khususnya generasi Z mencari pelarian dan pengakuan, salah satunya melalui musik yang mewakili perasaan mereka dalam upaya penerimaan diri mereka. Fenomena penerimaan diri ini banyak disuarakan oleh para musisi muda Indonesia, salah satunya adalah Idgitaf yang sejak tahun 2020 dikenal melalui lagu-lagunya yang identik dengan pemaknaan kehidupan. *Single* terbarunya, “Berakhir di Aku” viral di media sosial sebagai *official soundtrack* (OST) film berjudul “*Home Sweet Loan*” dan secara khusus menggambarkan perjuangan kelompok *Sandwich Generation*. Lagu “Berakhir di Aku” ini menceritakan kehidupan seorang anak dari keluarga sederhana yang harus berjuang sebagai *Sandwich Generation*, berjuang mencari nafkah untuk menghidupi setiap anggota keluarganya yang sangat mengandalkannya. Sesuai dengan judulnya, walaupun ia merasa lelah karena tidak ada yang bisa menjadi tempatnya untuk bersandar dan mengeluh, ia tetap berusaha menghidupi keluarganya dan berharap situasinya sebagai *Sandwich Generation* ini hanya berakhir di dirinya saja. Fenomena ini mendukung peran musik sebagai alternatif pelepasan emosi dan refleksi diri bagi para pendengarnya, terutama di media sosial. Untuk memahami generasi Z, diperlukan proses pengungkapan konstruksi identitas yang mereka bangun di ruang virtual, seperti mengamati media sosial yang menjadi ruang kebebasan berekspresi mereka (Purwani & Kertamukti, 2019).

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti di media sosial, semenjak perilisan lagu “Berakhir di Aku”, banyak orang mulai meramaikan berbagai tren yang berkaitan dengan lagu dan film tersebut, terutama para *Sandwich Generation*. Lagu ini banyak digunakan sebagai *background* dalam berbagai konten unggahan di media sosial *TikTok* dan *Instagram* yang menampilkan curahan hati, keluh kesah dan motivasi bagi kelompok *Sandwich Generation*. Berikut beberapa tangkapan gambar berisi postingan-postingan tersebut.



Gambar 4. Postingan *Instagram* tentang *Sandwich Generation* (Sumber: *Instagram @kemenaker*, 2024)



Gambar 5. Postingan *Instagram* tentang *Sandwich Generation* (Sumber: *Instagram @yusaalam*, 2024)



Gambar 2. Postingan *TikTok* tentang *Sandwich Generation* (Sumber: *TikTok @nadyafriliap*, 2024)



Gambar 3. Postingan *TikTok* tentang *Sandwich Generation* (Sumber: *TikTok @react.sinema*, 2024)

Gambar 2,3,4, dan 5 menunjukkan fenomena bahwa media sosial menjadi salah satu ruang bagi ekspresi dan dukungan bagi kelompok *Sandwich Generation*, sejalan dengan literatur yang menyebut media sosial sebagai tempat untuk interaksi komunikasi digital yang membentuk jaringan virtual (Saputro & Diniati, 2017). Maka, fokus permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana perkembangan lagu “Berakhir di Aku” karya Idgitaf ini mampu merepresentasikan realitas yang dihadapi oleh kelompok *Sandwich Generation*, khususnya di media sosial *TikTok* dan *Instagram*. Hal ini dipandang menarik oleh peneliti karena dengan melekatnya dunia virtual dalam kehidupan sehari-hari, pola interaksi dan komunikasi virtual pun tidak bisa dihindari, salah satunya melalui lagu ini yang banyak didengarkan oleh publik. Hari ini, orang-orang mungkin sudah jarang bercerita melalui

buku *diary* atau mengobrol langsung dengan keluarga dan orang terdekat untuk berkeluh kesah. Orang-orang cenderung lebih memilih membagikan ceritanya dengan sesama pengguna dunia virtual. Media sosial belakangan ini tidak hanya dijadikan tempat untuk menambah relasi, tapi juga sebagai ruang semu untuk mengekspresikan diri dan isi hati (Awdijan & Romyeni, 2022).

Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah; (1) bagaimana pesan penerimaan diri dimunculkan dalam lagu “Berakhir di Aku”, (2) bagaimana peran *platform TikTok* dan *Instagram* mempengaruhi proses interaksi dan komunikasi yang berkembang, khususnya (3) pola bahasa yang digunakan di antara para *Sandwich Generation* dalam mengungkapkan keadaan emosional mereka sebagai bentuk penerimaan diri atas keadaan yang menyimpannya melalui lagu tersebut. Dengan demikian, penelitian ini akan mengungkap peran media sosial dalam membentuk ekspresi emosional dan komunikasi kelompok *Sandwich Generation* melalui karya musik digital.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk; (1) mengetahui pesan penerimaan diri kelompok *Sandwich Generation* lewat lagu “Berakhir di Aku” karya Ilditaf di *platform TikTok* dan *Instagram*, (2) menganalisis peran media sosial, khususnya *platform TikTok* dan *Instagram*, dalam membentuk proses interaksi dan komunikasi emosional kelompok *Sandwich Generation*, (3) menganalisis pola bahasa dan ekspresi emosional yang menjadi budaya khas kelompok *Sandwich Generation* dalam mengungkapkan penerimaan diri melalui medium karya musik digital tersebut.

Penelitian ini relevan dengan penelitian terdahulu yang berjudul “Etnografi Virtual Tentang Proliferasi Pemakaian Lagu “Bertaut” Karya Nadin Amizah di Media Sosial” yang meneliti tentang fenomena perilaku para pengguna media sosial yang memanfaatkan lagu tersebut untuk beragam kebutuhan, seperti kebutuhan pribadi maupun komersil di berbagai *platform* media sosial yakni *TikTok*, *Youtube* dan *Instagram*. Penelitian ini menerapkan metode kualitatif dengan pendekatan teori etnografi virtual. Temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa penyebaran atau perluasan penggunaan lagu “Bertaut” ciptaan Nadin Amizah ini dimanfaatkan dalam berbagai jenis konten audio visual meliputi penggunaan penggalan lirik, instrumen, hingga cuplikan video klip. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial mampu mempopulerkan lagu “Bertaut” menjadi budaya yang mempengaruhi aktivitas para pengguna di media sosial dengan menggunakan lagu tersebut untuk berbagai kebutuhan yang disesuaikan (Murniasih, Suratnoaji, Arviani, & Achmad, 2021).

Penelitian terdahulu kedua berjudul “Studi Netnografi Pesan Penerimaan Diri dalam Lagu “Tutur Batin” di Kalangan Pendengar Perempuan” yang meneliti pesan-pesan penerimaan diri para perempuan di kolom komentar *platform Youtube* di tayangan musik video lagu “Tutur Batin” karya Yura Yunita. Penelitian kualitatif dengan metode netnografi ini dilakukan dengan mengamati bentuk-bentuk komentar para perempuan di musik video tersebut. Hasil penelitiannya memperlihatkan bahwa para pendengar perempuan menulis pesan-pesan penerimaan diri berupa kemampuan untuk lebih jujur dalam menilai diri sendiri, termasuk mengoreksi kelemahan sendiri serta mampu memanfaatkan potensi yang ada pada diri sendiri secara lebih bijaksana dan efektif (Marpaung, Endang, & Indria, 2024).

Penelitian terdahulu yang berikutnya berjudul “Etnografi Virtual Pengungkapan Diri Mengenai *Self Harm* Dan Kesehatan Mental Pada Pengguna Media Sosial *Twitter*” yang mengeksplorasi realitas virtual yang terjadi di *platform Twitter* terkait perilaku *self harm* dan penyampaian isu kesehatan mental melalui budaya maupun pola interaksi yang terjalin di antara para pengguna dalam *platform Twitter*. Pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif deskriptif dengan penerapan teori etnografi virtual. Hasil dari penelitian ini menunjukkan realitas pengungkapan diri para pengguna *Twitter* terwujud dalam bentuk teks, simbol dan gambar yang berhubungan dengan informasi mengenai *self harm* dan masalah kesehatan mental, serta kebiasaan memberikan tanggapan positif satu sama lain (Putri, Maya, Yasir, & Nurjanah, 2021).

Berdasarkan pemaparan mengenai sejumlah literatur terdahulu, kebanyakan penelitian masih berfokus pada kajian terhadap interaksi atau komunikasi melalui konten yang dibuat oleh para pengguna di dunia virtual secara umum. Sedangkan, penelitian ini secara spesifik akan lebih menyoroti

berbagai jenis interaksi virtual yang tercipta dengan memperhatikan aspek emosional setiap pengguna yang terpengaruhi oleh sebuah lagu dengan menggunakan metode yang lebih dekat dengan para informan, yaitu wawancara secara langsung di ruang virtual. Penelitian ini menyuguhkan kebaruan dengan berfokus pada penggabungan antara analisis secara spesifik terhadap budaya dan pola interaksi kelompok *Sandwich Generation* dengan fenomena pemaknaan lagu "Berakhir di Aku" karya Ildigitaf yang menjadi salah satu alternatif untuk menyalurkan emosi dan ekspresi mereka di ruang virtual yaitu *TikTok* dan *Instagram*.

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori etnografi virtual. Teori etnografi virtual merupakan pengembangan dari teori etnografi yang mengkaji secara langsung berbagai budaya dan kebiasaan individu atau kelompok/komunitas tertentu. Pada pengembangannya, teori etnografi virtual ini tetap berfokus pada kajian budaya dan kebiasaan individu atau kelompok/komunitas tertentu, namun bersifat secara tidak langsung. Pendekatan teori ini mengkaji aktivitas dan budaya masyarakat di media sosial lewat pengamatan virtual. Teori ini berasumsi bahwa media baru dipandang berpengaruh terhadap pola komunikasi yang terbangun, bahkan mampu mengubah praktik dan ruang komunikasi menjadi lebih transparan dan dinamis (Nasrullah, 2017).

Penelitian ini mengangkat fokus peran lagu "Berakhir di Aku" merepresentasikan realitas kelompok *Sandwich Generation*, serta bagaimana kehadiran ruang virtual *TikTok* dan *Instagram* membentuk interaksi komunikasi emosional kelompok tersebut. Dengan demikian, penelitian ini akan mengungkap peran media sosial dalam membentuk ekspresi emosional dan komunikasi kelompok *Sandwich Generation* melalui karya musik digital dengan judul "Berakhir di Aku".

METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif adalah metode yang bersifat mengeksplorasi sesuatu yang tidak dapat diukur, hasil penelitiannya biasanya bersifat subjektif, sesuai dengan interpretasi peneliti. Objek yang dieksplorasi bersifat timbal balik dan holistik (Sugiyono, 2020). Adapun untuk teknik pengumpulan data dilakukan melalui teknik observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur/kepastakaan. Dalam penelitian ini, pengambilan data primer dilakukan melalui metode komunikasi wawancara secara virtual dengan model *Responsive Dialogue*. Model komunikasi ini merupakan metode adaptasi dan modifikasi dari model komunikasi *online* dari McMillan yang bisa dipakai dalam pendekatan etnografi virtual, yang merupakan model komunikasi dua arah dimana peneliti atau etnografer dan informan berkomunikasi secara langsung di dunia virtual, namun peneliti sebagai *sender* tetap berperan sebagai *leader* terhadap percakapan yang dilakukan (Nasrullah, 2017). Pendekatan etnografi virtual dalam penelitian ini bersifat pasif, karena peneliti hanya melakukan pengamatan dan observasi di ruang virtual saja, tidak sampai ikut berinteraksi sebagai bagian dari kelompok *Sandwich Generation*. Sebagai bentuk batasan penelitian, durasi pengamatan virtual diperkirakan hanya dilakukan pada kedua *platform* media sosial saja, yaitu *TikTok* dan *Instagram* dengan durasi sekitar 4-5 bulan, terhitung sejak bulan Januari hingga Mei 2025.

Informan dalam penelitian ini adalah orang-orang dengan kriteria-kriteria berikut; (1) dalam kategori usia generasi Z yang sudah bekerja dan mengalami situasi sebagai *Sandwich Generation*, (2) aktif sebagai pengguna di *platform* media sosial *TikTok* dan *Instagram*, (3) terpapar atau pernah mendengarkan lagu "Berakhir di Aku". Nama-nama informan dirahasiakan dengan inisial untuk alasan kenyamanan privasi informan. Sejumlah pertanyaan yang diajukan beberapa di antaranya mempertanyakan alasan pemilihan dan penggunaan *platform* media sosial selaku bagian dari kelompok *Sandwich Generation* dan menggali sejauh mana kekuatan pembentukan pola bahasa dan budaya virtual yang terbentuk hingga mampu menciptakan komunikasi khusus di antara para *Sandwich Generation* di media sosial. Adapun narasumber dalam penelitian ini adalah orang-orang yang memiliki wawasan mengenai perkembangan tentang *Sandwich Generation* di media sosial dan memiliki kredibilitas untuk memberikan perspektif dan keterangan yang relevan dengan konteks penelitian. Pengambilan data sekunder dilakukan melalui observasi virtual oleh peneliti di media sosial *TikTok* dan

Instagram. Data mengenai informasi umum dari para informan dan narasumber dimuat dalam Tabel 1 dan Tabel 2 di bawah berikut.

Tabel 1. Data Informan Penelitian

Inisial Informan	Usia	Pekerjaan
DRC	24 Tahun	Marketing Event Specialist
NH	21 Tahun	Customer Service
ER	24 Tahun	Designer Grafis
AN	22 Tahun	Mahasiswa dan Karyawan Resto
NF	21 Tahun	Mahasiswa dan Part Time Karyawan Toko

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025

Tabel 2. Data Narasumber Penelitian

Nama Narasumber	Pekerjaan
Nadya Afrilia Putri	Education and Self Development Content Creator di <i>platform Instagram</i> dan <i>TikTok</i>
Dr. Rulli Nasrullah M.Si	Penulis Buku “Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi di Internet”

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025

Penentuan jumlah informan ditentukan berdasarkan pertimbangan titik jenuh penelitian, dimana kelima orang informan sebagai *Sandwich Generation* memberikan data dengan pola yang persis dan berulang, sehingga peneliti menganggap penambahan informan baru tidak akan memberikan data tambahan yang signifikan. Sedangkan, pemilihan dua orang narasumber sebagai ahli dan praktisi terkait dianggap cukup oleh peneliti untuk memberikan perspektif yang kredibel dan mampu memperkuat data utama yang didapatkan. Adapun proses validasi data yang dilakukan dengan; (1) triangulasi sumber yaitu dengan membandingkan data dari informan dan narasumber dan observasi komunikasi dan konten dalam *platform TikTok* dan *Instagram*, (2) *member checking* dilakukan dengan mengonfirmasi kembali hasil wawancara dengan informan untuk menjamin keakuratan interpretasi peneliti.

Adapun teknik pengolahan dan analisis data yang dilakukan adalah dengan menggunakan teknik Analisis Media Siber (AMS). Teknik AMS merupakan panduan metode untuk etnografi virtual yang menganalisis setiap level dari komunitas yang ada di ruang virtual, level pertama yaitu ruang media; level kedua yaitu dokumen media; level ketiga yaitu objek media; dan level keempat yaitu pengalaman. Ruang media dan dokumen media menjadi level analisis yang hanya berfokus pada penelitian di ruang virtual, sedangkan objek media dan pengalaman media merupakan level analisis secara lebih kompleks karena menganalisis realitas di dunia nyata berkaitan dengan realitas di dunia virtual (Nasrullah, 2017). Pada tahap akhir, data-data yang telah didapatkan kemudian disederhanakan untuk mempermudah peneliti dalam proses penyusunan hasil hingga penyusunan kesimpulan.

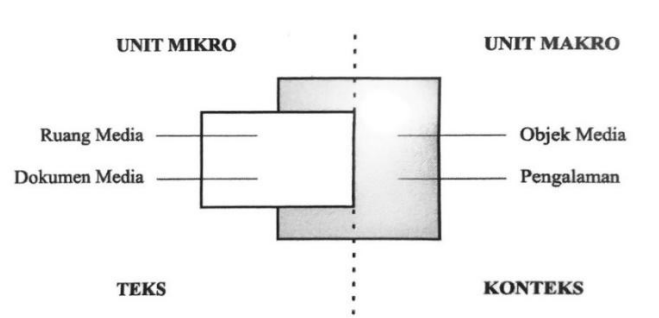
HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk memahami fenomena kelompok *Sandwich Generation* yang direpresentasikan melalui lagu “Berakhir di Aku” karya Ildigitaf yang tersebar secara luas di media sosial. Melalui pendekatan etnografi virtual, peneliti mendalami dinamika interaksi dan pengalaman kelompok *Sandwich Generation* yang terjadi di ruang digital dan dimediasi oleh sebuah lagu. Hal ini sejalan dengan pernyataan bahwa etnografi virtual adalah sebuah teori dan pendekatan yang meneliti pola konstruksi diri yang dilakukan seseorang di media sosial. Penelitian dengan menggunakan etnografi virtual akan mengungkap efek yang kontras dari adanya penggunaan dunia virtual. Dunia virtual akan memancing pembentukan budaya baru pada berbagai komunitas virtual yang berkembang di sana. Budaya tersebut kemudian dapat diteliti lebih jauh berdasarkan fokus etnografi yang

menitikberatkan kepada pola bahasa atau susunan kata yang digunakan dalam interaksi antar anggota dalam setiap komunitas virtual, baik penggunaan bahasa dalam konteks linguistik maupun konteks kondisi sosial budaya para penggunanya (Putri, Maya et al., 2021).

Peneliti melakukan proses pengumpulan data dengan menggunakan metode *Responsive Dialogue*. Metode ini memungkinkan peneliti sebagai etnografer melakukan wawancara dengan para informannya untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dengan mengarahkan percakapan agar terfokus pada objek penelitian. Maka, dalam penerapannya pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan semua informan melalui ruang virtual yaitu telepon *WhatsApp* dan virtual *room meeting* melalui *Google Meet*. Proses wawancara dilakukan dengan posisi peneliti menanyakan langsung sejumlah pertanyaan yang berkaitan dengan penggunaan media sosial dan lagu “Berakhir di Aku” untuk melihat pola interaksi dan budaya yang dilakukan oleh para informan.

Setelah semua data terkumpul, di tahap selanjutnya peneliti melakukan pengolahan data melalui analisis dengan menggunakan model Analisis Media Siber (AMS). Analisis Media Siber (AMS) adalah sebuah model analisis yang dapat digunakan untuk membantu merincikan secara lebih detail terkait budaya virtual yang tengah dikaji untuk menghasilkan gambaran suatu budaya dari kelompok atau komunitas yang ada di dunia virtual tersebut (Nasrullah, 2017). Terdapat empat level dalam model AMS ini, yakni; level ruang media, level dokumen media, level objek media, dan level pengalaman. Level ini lebih lanjut terbagi kembali dalam dua unit analisis yaitu unit mikro dan makro, dua level pertama merupakan level dengan unit analisis mikro dan dua level terakhir merupakan level dengan unit analisis makro. Meskipun terbagi ke dalam dua unit analisis, keempatnya tetap saling terintegrasi satu sama lain, seperti yang tertera dalam Gambar 6 berikut ini.



Gambar 6. Level dalam Analisis Media Siber

(Sumber: Buku “Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi di Internet”, (Nasrullah, 2017))

Berdasarkan Gambar 6 di atas, unit analisis mikro menganalisis hal-hal sederhana seperti teks-teks dan budaya yang muncul di permukaan dunia digital, sedangkan unit analisis makro memerlukan kajian lebih dalam terkait konteks dari alasan dibalik munculnya teks dan budaya tersebut di dunia digital, sehingga perlu mengaitkan antara pengalaman nyata dan pengalaman virtual dari para pengguna media sosial yang menjadi subjek penelitian (Nasrullah, 2017). Maka, untuk mengungkapkan seluruh bentuk interaksi dan budaya virtual yang terjadi pada kelompok *Sandwich Generation* melalui lagu “Berakhir di Aku” karya Ildigitaf ini, peneliti akan menyajikan penjelasan dari keempat level Analisis Media Siber (AMS) ini secara berurutan. Penjelasan ini akan mengungkapkan hasil temuan utama dengan tujuan untuk memberikan gambaran secara lebih detail terkait peran media sosial dalam membentuk narasi, interaksi dan budaya dari kelompok *Sandwich Generation* yang dimediasi oleh sebuah lagu di ruang virtual.

Level Satu; Ruang Media

Ruang media, yakni media virtual dipandang sebagai struktur yang menjadi media perantara dari hadirnya budaya, interaksi dan komunikasi di antara para pengguna (Nasrullah, 2017). Sebagai salah satu jenis dari situs jejaring sosial, *platform TikTok* dan *Instagram* mampu menjadi ruang media

virtual bagi para informan selaku bagian dari kelompok *Sandwich Generation* untuk terhubung dengan sesama *Sandwich Generation* lainnya secara tidak langsung. Dari hasil wawancara dengan semua informan, terungkap adanya kesamaan dalam pemilihan *platform* media sosial yang digunakan dan alasan mereka melakukan interaksi dengan sesama kelompok *Sandwich Generation* di media sosial. Meskipun para informan memiliki preferensi pemilihan media sosial yang berbeda, namun dua *platform* media sosial utama yang selalu disebut adalah media sosial *TikTok* dan *Instagram*.

Informan 1,2,3 dan 4 sepakat mengungkapkan bahwa sebagai bagian dari kelompok *Sandwich Generation*, mereka lebih memilih *TikTok* sebagai *platform* yang sering digunakan untuk mencari hiburan dan dukungan emosional, termasuk konten-konten yang berkaitan dengan *Sandwich Generation*. Berikut pernyataan mereka.

"Sebagai seorang Sandwich Generation, saya cenderung memilih TikTok sih. Alasannya, karena di aplikasi itu banyak konten-konten yang relate dengan kondisi saya, ternyata banyak juga yang mengalami situasi sebagai Sandwich Generation ya. Kalau lagi sedih merasa ada temen sih dengan nonton konten dan baca-baca komentarnya."

Sedangkan, *platform Instagram* menjadi pilhan utama bagi Informan 5 dengan alasan bahwa *platform* tersebut secara pribadi lebih multifungsi dan memiliki perputaran konten yang sesuai dengan keinginannya. Hal tersebut dinyatakan oleh informan dalam kutipan berikut.

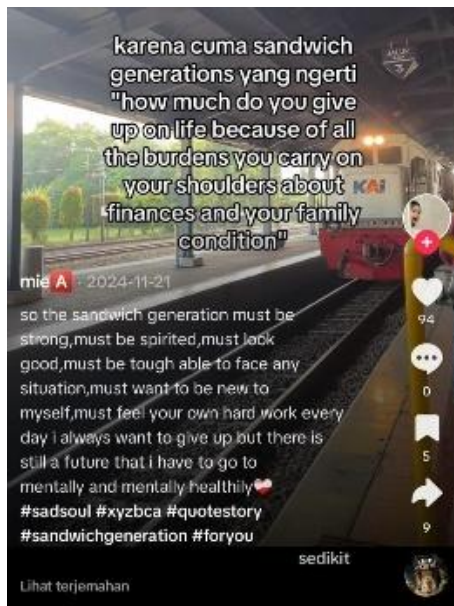
"Saya pilih platform Instagram tuh selain untuk keperluan mencari lowongan pekerjaan, juga karena untuk hiburan. Lalu di Instagram tuh kan perputaran kontennya tidak secepat di TikTok, banyak konten-konten yang menghilangkan kepenatan sementara sebagai Sandwich Generation" (NF, 2025).

Level Dua; Dokumen Media

Dokumen media merupakan level kedua yang dianalisis dalam media digital, dokumen ini adalah output yang diproduksi, disebarkan dan didapatkan dari interaksi dan komunikasi di ruang virtual. Output tersebut berupa teks-teks dari para pengguna yang merepresentasikan sudut pandang, latar belakang sosial, kekhasan budaya hingga identitas yang mereka tunjukkan di ruang virtual (Nasrullah, 2017). Dalam penelitian ini, terdapat sejumlah output yang menjadi artefak budaya virtual yang disepakati keberadaannya oleh para informan. Sebagai bagian dari kelompok *Sandwich Generation*, semua informan mengungkapkan bahwa konten-konten yang berisi *quotes-quotes* berisi pesan moral, motivasi dan curahan hati dari para pengguna yang mengalami situasi sama sering mereka jumpai di media sosial *TikTok* dan *Instagram*, terutama konten-konten yang menggunakan penggalan lagu "Berakhir di Aku". Para informan juga memproduksi teks-teks dalam bentuk tanggapan dan komentar di laman konten yang berkaitan dengan situasi sebagai *Sandwich Generation*. Berikut rangkuman kutipan dari para informan mengenai artefak budaya yang mereka produksi dan dapatkan di ruang virtual.

"Isi konten-konten tentang Sandwich Generation yang sering lewat (dijumpai) tuh konten-konten tentang quotes atau keluhan dari orang-orang yang sama-sama ada di situasi sebagai Sandwich Generation. Terus kalau ada konten dan komentar yang relate (sesuai) sama kondisi saya, jadi ikut menanggapi juga. Lagu "Berakhir di Aku" juga banyak banget dipakai di konten-konten yang lewat di FYP."

Selain isi konten yang khas, penggunaan tagar secara spesifik seperti tagar *#SandwichGeneration* dan tagar *#BerakhirdiAku* juga menjadi bukti artefak budaya kedua dari kelompok *Sandwich Generation*, berikut beberapa tangkapan layar dari konten-konten mengenai yang menggunakan tagar-tagar tersebut dimuat dalam Gambar 8 dan Gambar 9 di bawah ini.



Gambar 8. Penggunaan Tagar dalam Postingan di platform TikTok
(Sumber: TikTok @mieA, 2025)



Gambar 9. Penggunaan Tagar dalam Postingan di platform Instagram
(Sumber: Instagram @ceridasaputri, 2025)

Level Tiga; Objek Media

Objek media merupakan tahapan analisis pada ranah yang lebih spesifik, yaitu analisis terhadap aktivitas dan interaksi antar pengguna di ruang virtual. Di level ini, peneliti sebagai etnografer tidak hanya melihat teks-teks yang diproduksi dan disebar di media sosial, tapi juga melihat bagaimana teks-teks tersebut ditanggapi oleh pengguna lainnya (Nasrullah, 2017). Berdasarkan hasil observasi peneliti, terdapat model interaksi dan komunikasi virtual yang terbilang cukup spesifik di antara kelompok *Sandwich Generation*, berikut beberapa contohnya.



Gambar 10. Contoh Bentuk Interaksi di platform TikTok
(Sumber: Observasi Peneliti, 2025)



Gambar 11. Contoh Bentuk Interaksi di platform Instagram
(Sumber: Observasi Peneliti, 2025)

Gambar 10 dan 11 membuktikan adanya pola atau kebiasaan komunikasi khas yang terbangun di antara para pengguna yang mengalami situasi sebagai *Sandwich Generation*. Secara umum, mereka memiliki pola interaksi yang spesifik di kolom komentar, forum/komunitas, maupun aktivitas virtual lainnya di kedua ruang virtual yang diteliti, yaitu *platform TikTok* dan *Instagram*. Kebiasaan komunikasi yang terbangun di antara sesama *Sandwich Generation* memiliki ciri khas yang syarat akan dukungan positif bagi satu sama lain, yaitu berupa dukungan secara emosional.

Temuan yang serupa juga ditemukan dari hasil proses wawancara, dimana informan 3 menuturkan bahwa di antara sesama pengguna yang mengalami situasi sebagai *Sandwich Generation*, terdapat komunikasi khusus yang menjunjung nilai empati dari setiap keadaan yang dibagikan oleh satu sama lain di ruang virtual, seperti dinyatakan dalam penggalan kalimat berikut.

"Menurut saya, ada kesamaan komunikasi khusus berbentuk curahan hati atau berbagi tips, atau sekedar saling menyemangati yang dibungkus dalam sebuah konten, dimana itu menjadi ruang untuk saling menguatkan satu sama lain meskipun hanya sebatas menanggapi komentar" (ER, 2025).

Bahkan, informan 2 dan 5 memiliki kesamaan yang lebih spesifik mengenai metode interaksi seperti apa yang mereka lakukan, terlihat dalam rangkuman kutipan berikut.

"Metode interaksi yang saya lakukan selain menanggapi komentar, paling ikut komunitas di media sosial X yang isinya khusus untuk saling mengeluh dan berbagi cerita. Komunikasi khususnya paling sering tuh ya saling memberikan semangat satu sama lain."

Namun, interaksi dan komunikasi yang muncul dari para pengguna ini tidak hanya didorong oleh satu elemen berupa teks-teks saja, ada hal lain yang mendorong penguatan interaksi virtual di antara kelompok *Sandwich Generation*, yaitu adanya elemen audio berupa musik dan lagu yang dikombinasikan dengan teks-teks yang ada. Penggunaan lagu "Berakhir di Aku" dalam konten-konten tentang situasi sebagai *Sandwich Generation* juga memicu interaksi dan komunikasi di antara para pengguna, hal ini diungkapkan oleh para informan yang sepakat mengungkapkan bahwa.

"Lagu ini tuh viral banget di media sosial semenjak film "Home Sweet Loan" rilis. Karena filmnya tentang Sandwich Generation, jadi banyak tuh yang pake lagunya buat curhat soal situasinya sebagai Sandwich Generation, dan banyak juga ya yang mengalami situasi yang sama, bahkan persis. Jadi kalo nemu konten atau komentar yang relate, suka ikut interaksi juga."

Level Empat; Pengalaman

Level pengalaman menjadi level analisis terakhir dalam konsep Analisis Media Siber (AMS), yaitu memahami dan menghubungkan motivasi atau efek dari teks yang diproduksi dan interaksi virtual dengan realitas di dunia nyata (Nasrullah, 2017). Melalui level analisis ini, terungkap kemungkinan adanya keterkaitan antara interaksi secara virtual yang dilakukan oleh para *Sandwich Generation* di media sosial dengan aktivitas sehari-hari mereka di dunia nyata. Situasi dan beban tanggung jawab yang dihadapi oleh para *Sandwich Generation*, terkhusus dalam kasus ini kalangan generasi Z membuat mereka cenderung merasa sendirian dalam menghadapinya. Hal ini diungkapkan oleh semua informan bahwa mereka memiliki pengalaman tersebut di dunia nyata yang membuat mereka kemudian mencari pengakuan tersebut di media sosial, berikut rangkuman kutipannya.

"Kadang suka ngerasa sendirian menjalani semuanya, tapi pas lihat konten dan tanggapan orang lain di media sosial jadi sadar bahwa situasi sebagai Sandwich Generation ini tidak dialami oleh saya sendiri saja, ada banyak orang mengalami situasi yang sama sebagai Sandwich Generation. Alasan berinteraksi dengan sesama Sandwich Generation adalah untuk sharing dan tukar pengalaman, karena kalau cerita dengan sesama Sandwich Generation merasa lebih disupport dan dipahami ketimbang bercerita ke orang yang tidak mengalami situasi yang sama. Kalau ke sesama Sandwich Generation sama-sama paham soal peran dan tanggung jawab untuk diri sendiri dan keluarga."

Alasan yang diungkapkan oleh para informan di atas membuktikan bahwa ada motivasi dan efek dibalik aktivitas interaksi yang mereka lakukan di ruang virtual. Dengan tuntutan yang berat sebagai orang yang harus selalu bisa diandalkan, para informan sebagai bagian dari *Sandwich Generation* kemudian berkomunikasi dengan mengonstruksi teks-teks di ruang virtual untuk

mendapatkan efek yang diharapkan, seperti dukungan, afirmasi, dan motivasi dari pengguna lainnya yang sama-sama mengalami situasi sebagai *Sandwich Generation* yang mungkin tidak mereka dapatkan secara maksimal di dunia nyata.

Pembahasan

Untuk memberikan pemahaman lebih lanjut tentang penelitian ini, peneliti akan memaparkan elaborasi dari hasil analisis menggunakan level-level Analisis Media Siber (AMS) sebelumnya dengan sudut pandang dari para narasumber serta kaitannya dengan konsep etnografi virtual. Bagian pembahasan ini diharapkan memberikan jawaban atas fenomena interaksi kelompok *Sandwich Generation* yang diteliti serta temuan baru yang didapatkan oleh peneliti selama mengamati aktivitas mereka yang terindikasi melalui salah satu lagu karya Ilditaf berjudul “Berakhir di Aku”.

Dalam konteks level ruang media, fungsi fitur *TikTok* dan *Instagram* tidak hanya menjadi media komunikasi, melainkan berperan sebagai agen aktif yang membentuk identitas dan solidaritas sosial kelompok *Sandwich Generation*. Menurut Kristia & Harti (2021), *TikTok* merupakan *platform* yang dapat digunakan untuk mengkreasikan dan menonton video pendek yang didukung penambahan musik, foto, efek unik dan lainnya. Aplikasi *TikTok* ini sangat disukai oleh semua kalangan karena cocok digunakan untuk hiburan. Selanjutnya menurut Arianti (2017), *Instagram* adalah sebuah *platform* media sosial yang memungkinkan para penggunanya berbagi momen berupa foto, video dengan dukungan filter, stiker, dan musik, juga ditunjang dengan fitur like dan komentar pada setiap momen yang dibagikan.

Algoritma media sosial tidak hanya menampilkan unggahan kepada teman atau pengikut terdekat, tetapi juga menjangkau pengguna lain yang memiliki minat atau latar belakang yang serupa. Hal ini memungkinkan pengguna yang ingin berbagi pengalaman emosional untuk mendapatkan dukungan dari komunitas yang lebih luas. Di samping itu, fitur pengaturan privasi memberikan kemampuan kepada pengguna, terutama bagi generasi muda, untuk membagikan momen dengan cara yang lebih selektif kepada pengikut tertentu atau membuat akun menjadi privat. Dengan cara ini, mereka dapat mengendalikan sepenuhnya cerita pribadi mereka dan tetap mendapatkan dukungan sosial tanpa merasa terekspos berlebihan (Mulyana & Mahmudah, 2024).

Maka dari segi fungsi, *platform TikTok* dan *Instagram* berfungsi memudahkan para penggunanya untuk berteman dengan cara saling mengikuti satu sama lain dan melakukan interaksi, salah satunya dengan sesama kelompok *Sandwich Generation*. Selain itu, mereka juga bisa mencari hiburan, informasi mengenai lowongan pekerjaan atau tips mengelola keuangan dan kesehatan mental. Kemudian dari segi fitur, *platform TikTok* dan *Instagram* masing-masing memiliki fitur berupa *reels* dan *FYP (For Your Page)* yang mengandalkan algoritma dari masing-masing penggunanya. Fitur tersebut memungkinkan para penggunanya menikmati beragam konten, kemudian aktivitas tersebut dibaca oleh sistem dari kedua *platform* tersebut sebagai konten yang diminati oleh mereka, sehingga algoritma akan terus memunculkan konten serupa. Hal ini sejalan dengan pernyataan dari literatur terdahulu yang menyatakan bahwa *TikTok* akan memunculkan konten-konten yang memiliki jumlah suka terbanyak di bagian beranda pengguna atau yang lebih akrab disebut *FYP (For Your Page)*, fitur *FYP* ini disesuaikan dengan minat dan preferensi masing-masing pengguna (Husna & Mairita, 2024). *Instagram* juga saat ini memiliki fitur yang setara dengan aplikasi *TikTok*, yaitu fitur *Reels*. *Reels* merupakan salah satu fitur besutan *Instagram* yang memiliki dua fungsi, diantaranya bisa digunakan untuk merekam video secara langsung, menyunting video, dan menambahkan musik atau audio untuk kemudian dibagikan kepada publik (Meifilina, 2021). Selain itu, *Reels* juga berfungsi sebagai fitur yang menyuguhkan konten-konten yang menarik dan menghibur dari pengguna *Instagram* seluruh dunia (Zatrahadi & Salsabila, 2024).

Oleh karena itu, media sosial *TikTok* dan *Instagram* menjadi medium yang menciptakan awal mulanya terjadi interaksi secara terbuka di antara anggota kelompok *Sandwich Generation*. Dengan adanya fitur dan fungsi dari kedua *platform* tersebut, informan sebagai bagian dari kelompok *Sandwich Generation* menjadikan kedua *platform* digital tersebut sebagai ruang untuk saling berinteraksi dengan

pengguna lainnya, meskipun tidak saling mengenal satu sama lain. Selain menjadi tempat berinteraksi, fitur algoritma *TikTok* yaitu *For Your Page (FYP)* dan *Instagram Reels* mempengaruhi eksposur konten yang relevan dengan situasi sebagai *Sandwich Generation*. Hal ini semakin dipertegas dengan penelitian dari Husna & Mairita (2024) yang menekankan kuatnya integrasi algoritma dengan penyesuaian konten dengan preferensi pengguna. Algoritma FYP pada *TikTok* dan Reels di *Instagram* merupakan bentuk personalisasi yang efektif, menciptakan 'ruang gema' digital dimana pengguna selalu mendapatkan konten yang memuaskan kebutuhan dan emosi mereka. Selain sebagai instrumen penyaringan informasi, algoritma ini juga bertindak sebagai mediator yang menawarkan pengalaman digital individual dan kolektif. Peneliti meyakini bahwa hal ini memungkinkan pengembangan dukungan dan komunitas virtual bagi Generasi Sandwich, yang menuntut solidaritas sosial yang lebih kuat dalam merespons tekanan emosional yang kompleks.

Menurut Bucher (2017), algoritma media sosial bukan sekadar alat teknis penyaji konten, melainkan medium yang aktif membentuk ruang sosial digital dengan berperan sebagai “gatekeeper” dan “jembatan” yang menghubungkan narasi pribadi dengan komunitas yang lebih luas, sehingga membentuk identitas dan solidaritas sosial pengguna. Siklus interaksi antara pengguna dan algoritma menciptakan pengalaman digital yang personal sekaligus kolektif, di mana algoritma membantu menampilkan konten-konten yang relevan secara emosional dan sosial, membangun komunitas virtual yang suportif. Dalam konteks kelompok *Sandwich Generation* di platform seperti *TikTok* dan *Instagram*, peran algoritma ini sangat krusial dalam memperkuat solidaritas dan ekspresi tekanan emosional mereka. Peneliti melihat bahwa algoritma tidak hanya mengatur eksposur konten, tetapi juga berfungsi sebagai katalisator budaya digital yang membentuk pengalaman dan makna sosial kelompok dengan tekanan spesifik tersebut.

Setelah menganalisis medium tempat berinteraksi, dokumen media menjadi level analisis kedua yang menjelaskan hasil dari aktivitas interaksi yang telah dilakukan. Konten-konten dalam bentuk visual maupun audio visual ini menjadi artefak budaya pertama khas etnografi virtual yang ditemukan di media sosial *TikTok* dan *Instagram*. Selain berfungsi sebagai media untuk mencari informasi dan hiburan, keduanya juga digunakan oleh para informan untuk menemukan konten-konten yang relevan dengan situasi mereka sebagai *Sandwich Generation*. Hal ini juga diungkapkan oleh salah satu narasumber penelitian ini selaku kreator konten *self development* di media sosial *TikTok* dan *Instagram* yang ungkapannya berbunyi, “Jenis konten yang paling efektif (untuk *Sandwich Generation*); Pertama adalah konten motivasi untuk penyemangat mereka, karena menurut saya, anak muda sekarang ketika sedang ada masalah pasti buka sosial media untuk cari quotes-quotes yang relate dengan keadaan mereka. Kedua, konten tentang tips praktis finansial atau mengatasi burn out. Ketiga, kisah inspiratif” (Putri, 2025).

Lebih jauh, pada level dokumen media ini, artefak budaya seperti *quotes*, penggunaan tagar *#SandwichGeneration* dan *#BerakhirdiAku*, serta penggalan lirik lagu “Berakhir di Aku” merepresentasikan ekspresi dan identitas sosial *Sandwich Generation* yang mendapat tekanan emosional. Hasil ini sejalan dengan literatur yang mengungkap bahwa penggunaan tagar berfungsi sebagai kategorisasi pada konten unggahan dalam topik tertentu. Penggunaan tagar juga berfungsi menjangkau pengguna lain untuk akses informasi tentang topik atau komunitas dengan pengalaman serupa (Cahyono & Fardila, 2021). Perluasan lagu “Berakhir di Aku” dalam konteks level ini mempertegas peran musik sebagai medium komunikasi yang efektif untuk menyebarkan pesan, perasaan atau isu sosial (Nasrullah, 2025).

Bentuk artefak budaya ketiga dari kelompok *Sandwich Generation* adalah penggunaan lagu “Berakhir di Aku” dalam konten-konten yang mewakili topik *Sandwich Generation*. Jika dilihat berdasarkan unit analisis dokumen media, lagu ini tidak hanya menjadi simbol melankolis dari beban kelompok *Sandwich Generation*, namun juga berfungsi sebagai indikator yang mengisyaratkan tekanan psikologis dan tanggung jawab ganda secara simbolik yang kolektif. Menurut Saussure (dalam Ulfah & Dewi, 2025), dalam konteks musik, lirik lagu yang digunakan dapat dikaji sebagai tanda yang mengandung makna emosional dan simbolik. Tata bahasa dalam lirik membentuk serangkaian tanda

yang memungkinkan pendengarnya merepresentasikan pesan, perasaan, dan nilai-nilai tertentu yang ingin disampaikan oleh pengarang lagu. Sesuai konsep semiotika tersebut, lagu ini membentuk sistem tanda yang berperan sebagai mediator emosional di ruang virtual, yang memungkinkan adanya komunikasi afektif yang memperkuat solidaritas komunitas. Lagu “Berakhir di Aku” menjadi instrumen simbolik yang memfasilitasi pengungkapan dan pengelolaan stres sosial secara bersamaan bagi kelompok *Sandwich Generation*. Kesadaran kolektif yang terbangun melalui lagu ini menunjukkan bagaimana elemen budaya yang populer dapat menjadi media efektif dalam pembentukan narasi sosial dan strategi *coping* bersama.

Selanjutnya, level objek media mengungkap bagaimana interaksi siber yang dijalin di antara para penggunanya. Menurut Polkosky (dalam Nasrullah, 2017), karakteristik media baru akan mengubah proses atau kebiasaan manusia dalam berkomunikasi satu sama lain. Konteks tersebut, jika dikaitkan dengan fenomena interaksi kelompok *Sandwich Generation* di media sosial dapat terlihat dari sejumlah model interaksi yang dilakukan oleh para informan, antara lain melalui tanggapan dan komentar, forum/komunitas, atau sekedar saling mengirim konten-konten yang berkaitan dengan *Sandwich Generation*. Pola interaksi khas ini mencerminkan bentuk *support* yang krusial dalam pengelolaan tekanan sosial, yang memiliki fungsi ganda sebagai ruang validasi emosional dan mekanisme penguatan identitas sosial dalam komunitas virtual. Dalam kajian dari (Cohen & Wills, 2020), model interaksi yang dinamai model *buffering* ini memandang bahwa dukungan sosial berperan sebagai pelindung yang mereduksi dampak negatif stres dengan menyediakan dukungan yang dirasa relevan dan tersedia saat dibutuhkan, terutama dalam bentuk validasi emosional informasi terkait yang membantu proses *coping*. Dalam konteks media sosial, *peer support* yang terjalin di antara pengguna yang mengalami situasi sebagai *Sandwich Generation* tidak hanya sekedar berbagi pengalaman, tetapi juga membentuk narasi kolektif yang mengurangi isolasi sosial dan memperkuat ketahanan psikologis melalui interaksi emosional dan penguatan identitas sosiovirtual secara bersamaan. Algoritma *platform* seperti *TikTok* dan *Instagram* berperan penting dalam memperkuat proses interaksi ini, yakni dengan menampilkan konten yang memiliki relevansi secara emosional, sehingga menciptakan ruang virtual yang suportif dan memfasilitasi solidaritas serta ekspresi atas tekanan sosial secara kolektif, sesuai dengan konsep model *buffering* yang menekankan kualitas dan relevansi fungsi dukungan dalam menghadapi stres. Dengan demikian, interaksi ini tidak semata sebagai aktivitas sosial biasa, tetapi bagian dari strategi adaptif yang penting untuk kesejahteraan mental anggota *Sandwich Generation*.

Lagu sebagai Artefak Budaya Virtual

Kehadiran lagu “Berakhir di Aku” berperan sebagai pemantik dalam munculnya interaksi dan komunikasi yang semakin kuat di antara para pengguna. Sebagai media alternatif terkini untuk menyampaikan pesan-pesan sosial, lagu menjadi sebuah alat yang mewakili perasaan atau keadaan tertentu seseorang atau sekelompok orang. Hal ini sesuai pandangan Nasrullah (2025) yang menyatakan bahwa musik adalah alat komunikasi, kritik atau pendapat yang mampu mewakili emosi dan mengubah kesadaran masyarakat secara bersamaan dan mempererat solidaritas emosional, terutama kelompok *Sandwich Generation* yang mengalami tekanan sosial.

Meskipun tidak semua konten tentang *Sandwich Generation* menggunakan lagu “Berakhir di Aku”, tetapi penggunaan lagu ini dalam konten-konten terkait semakin membuka pandangan masyarakat secara luas tentang adanya isu dan situasi yang dinamakan *Sandwich Generation*. Tidak sampai disitu, perluasan lagu “Berakhir di Aku” di ruang virtual juga membentuk ruang dukungan bersama bagi para pengguna. Dengan demikian, teks-teks yang diproduksi dan ditanggapi, penggunaan tagar dan penggunaan lagu “Berakhir di Aku” dalam konten-konten terkait isu *Sandwich Generation* saling terintegrasi dalam menciptakan aktivitas interaksi dan budaya virtual yang khas di antara anggota kelompok *Sandwich Generation*. Sesuai dengan kutipan dari Prasetya (2013) menyatakan bahwa konsep budaya suatu kelompok dapat ditinjau dari pemberian makna yang dilakukan oleh para anggota kelompok tersebut terhadap objek sosial yang ada di lingkungannya.

Pemaknaan tersebut terbentuk dari penggunaan bahasa saat proses interaksi di dalam suatu kelompok, sehingga mengindikasikan sebuah pola budaya khusus.

Unit level analisis yang berikutnya yaitu level pengalaman, mengungkapkan eratnya integrasi antara realitas sosial dan realitas virtual, dimana media sosial dalam hal ini *platform TikTok* dan *Instagram*, dapat dimaknai sebagai “*third space*” atau ruang ketiga yang menurut Soja (dalam Brocken, 2013) adalah ruang yang mampu menggabungkan aspek-aspek dunia nyata dengan imajinasi dan pengalaman sosial, seperti menggabungkan hal nyata sekaligus dengan yang ada dalam pikiran, serta memberikan pengalaman dalam hal-hal yang bisa dirasakan secara konkret maupun yang bersifat abstrak. Melalui ruang virtual ini, kelompok *Sandwich Generation* merekonstruksi pengalaman pribadi mereka menjadi cerita bersama, melampaui batas antara dunia nyata dan dunia imajinasi untuk menciptakan ruang dukungan emosional yang membantu mereka dalam menghadapi tekanan hidup karena kurangnya dukungan di dunia nyata. Algoritma media sosial berperan sebagai penghubung dan pendorong yang memperkuat solidaritas dan identitas bersama, sekaligus membuka ruang bagi pembentukan budaya virtual yang inklusif dan dinamis. Dengan demikian, media sosial bukan sekedar tempat berinteraksi, melainkan menjadi ruang sosial alternatif yang penting untuk mengekspresikan diri, membentuk solidaritas dan suportif sebagai upaya penerimaan diri dalam mengatasi tekanan sosial bagi kelompok *Sandwich Generation* tersebut.

Penggunaan ruang virtual ini mengindikasikan adaptasi dari kelompok *Sandwich Generation* terhadap tekanan ganda sebagai strategi *coping* yang menngutamakan pencarian *peer support* sebagai respon atas minimnya dukungan di dunia nyata. menganalisa koneksi antara aktivitas virtual dengan pengalaman di dunia nyata para penggunanya. Sebagai unit analisis makro, level pengalaman melibatkan proses observasi yang kompleks terhadap para pengguna yang menjadi bagian dari kelompok *Sandwich Generation*. Melalui proses pengamatan di ruang virtual dan proses wawancara, kehadiran media sosial seperti *platform TikTok* dan *Instagram* menjadi bagian yang hampir tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari para informan. Akses dan penggunaannya sebagai medium dalam memproduksi dan menikmati teks-teks, melibatkan situasi dan momen dimana para informan selaku bagian dari kelompok *Sandwich Generation* memerlukan dukungan emosional dari pengguna lainnya yang berada dalam posisi yang sama. Hal ini sesuai dengan kutipan dari literatur yang menyatakan bahwa *Sandwich Generation* yang mendapatkan dukungan sosial yang baik dari teman cenderung lebih mampu mengendalikan diri agar perasaannya tidak larut dalam tanggung jawabnya yang sangat besar, karena tanggungan keluarga yang dibebankan pada *Sandwich Generation* berbanding jauh lebih besar daripada generasi non-sandwich (Yuniari & Saskara, 2023). Mencari dukungan emosional merupakan salah satu jenis strategi pengelolaan emosi. Hal ini biasanya dilakukan oleh seseorang yang menginginkan simpati, pengertian dan dukungan dari orang lain (Sudarji, Panggabean, & Marta, 2022). Sejalan dengan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, level ini mengungkap alasan dan latar belakang terjadinya interaksi virtual anggota kelompok *Sandwich Generation* adalah untuk membangun nilai-nilai empati yang positif bagi satu sama lain.

Melalui keterkaitan yang kuat antara berbagai level ruang media, dokumen media, objek media, dan pengalaman, studi ini menunjukkan bagaimana algoritma media sosial, sebagai unsur teknologi, memiliki peran utama dalam pembentukan budaya virtual bagi kelompok *Sandwich Generation*. Algoritma tidak hanya berfungsi sebagai penyaring atau pemilih konten, namun juga sebagai jembatan yang menciptakan solidaritas emosional serta identitas kolektif di ruang virtual. Dengan demikian, *TikTok* dan *Instagram* tidak hanya sekedar menjadi media komunikasi saja, tetapi juga merupakan tempat interaksi budaya yang penuh makna serta berkontribusi secara signifikan dalam mengatasi tekanan sosial dan mengekspresikan diri bagi kelompok *Sandwich Generation*. Temuan ini memperkaya literatur etnografi virtual dan media sosial dengan menggarisbawahi pentingnya analisis algoritma sebagai komponen krusial dalam memahami dinamika komunitas digital masa kini.

SIMPULAN

Media sosial *TikTok* dan *Instagram* dalam penelitian ini terbukti berperan penting dalam konstruksi budaya dan interaksi virtual di antara para pengguna yang mengalami situasi sebagai *Sandwich Generation*. Penelitian ini menegaskan bahwa kedua *platform* media sosial yang diteliti ini tidak hanya menjadi tempat bagi mereka untuk berinteraksi, tetapi juga berperan dalam membentuk pola bahasa dan artefak budaya virtual khas kelompok *Sandwich Generation* berupa konten, tagar dan penggunaan lagu "Berakhir di Aku". Interaksi dan komunikasi yang terbangun di kedua *platform* ini memperlihatkan adanya pola dukungan emosional, solidaritas dan pembentukan identitas kelompok yang semakin kuat di ruang virtual.

Adapun untuk saran dan rekomendasi terhadap penelitian selanjutnya adalah terkait perluasan terhadap pemilihan objek *platform* media sosial lainnya seperti *platform Facebook, Twitter/X, Youtube* atau melakukan perbandingan antar *platform* untuk memberikan gambaran dan pemahaman yang mungkin lebih bervariasi. Selanjutnya adalah rekomendasi penelitian lintas generasi seperti perbandingan antara kelompok *Sandwich Generation* dari generasi Z yang akrab dengan teknologi dan media sosial dengan kelompok *Sandwich Generation* dari generasi Millennial yang tidak terlalu akrab dengan teknologi dan media sosial untuk melihat kemungkinan adanya perbedaan dukungan emosional yang diterima oleh kedua generasi tersebut.

Secara teoretis, penelitian ini turut berkontribusi mengembangkan pendekatan etnografi virtual dalam studi komunikasi digital dengan menunjukkan bagaimana Analisis Media Siber (AMS) berperan efektif menangkap interaksi yang kompleks, budaya digital dan ekspresi emosional di ruang virtual. Penelitian ini memperkaya pemahaman akademik antara teknologi, budaya dan komunikasi dalam konteks kelompok *Sandwich Generation*. Sedangkan dari segi praktis, penelitian ini memberikan kontribusi berupa hadirnya isu penting yang dapat mulai diperhatikan oleh para *content creator* untuk memahami kebutuhan emosional melalui perancangan konten-konten yang mendukung dan relevan. Bagi lembaga psikologis dan praktisnya, penelitian ini membuka wawasan mengenai peran media sosial sebagai media pendukung sosial dan emosional yang dapat dikembangkan untuk pemanfaatan kampanye maupun program kesehatan mental, terutama bagi generasi muda khususnya kelompok *Sandwich Generation*. Pendekatan komunikasi digital dan identifikasi artefak budaya dapat menjadi acuan dalam merancang strategi komunikasi yang efektif dalam membangun rasa solidaritas dan penerimaan diri bagi kelompok *Sandwich Generation*.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianti, G. (2017). Kepuasan Remaja Terhadap Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Path. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2), 180. <https://doi.org/10.32509/wacana.v16i2.21>
- Avdijan, A. A., & Romyeni, R. (2022). Pengungkapan Diri Mahasiswa pada Media Sosial Twitter (Studi Etnografi Virtual Akun Autobase @Collegemenfess). *Jurnal Komunikatif*, 11(2), 206–219. <https://doi.org/10.33508/jk.v11i2.4250>
- Brocken, S. M.-. (2013). t, second and third: Exploring Soja's Thirdspace theory in Relation to Everyday Arts and Culture for Young People. In T. Ashley & A. Weedon (Eds.), *Developing a Sense of Place: The Role of the Arts in Regenerating Communities* (pp. 240–254). UCL Press. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/j.ctv1453kbw.23>
- Bucher, T. (2017). The Algorithmic Imaginary: Exploring the Ordinary Affects of Facebook Algorithms. *Information Communication and Society*, 20(1), 30–44. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1154086>
- Cahyono, M. R., & Fardila, U. A. (2021). Fungsi komunikasi dan motivasi pengguna tanda tagar (#) di media sosial Indonesia. *Islamic Communication Journal*, 6(2), 191–210. <https://doi.org/10.21580/icj.2021.6.2.7998>
- Cohen, S., & Wills, T. A. (2020). Social Support, Stress and the Buffering Hypothesis: A Theoretical Analysis. *Handbook of Psychology and Health (Volume IV)*, 98(2), 253–267. <https://doi.org/10.1201/9781003044307-10>

- Garrido, S. (2016). Why are we attracted to sad music? *Why Are We Attracted to Sad Music?*, 1–270. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-39666-8>
- Husna, A. H., & Mairita, D. (2024). Gen Z dan Perilaku Konsumsi Konten Influencer pada TikTok. *Jurnal Riset Komunikasi*, 7(1), 86–100. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v7i1.1002>
- Kristia, S. E., & Harti. (2021). Pengembangan Media Promosi Berbasis Aplikasi Tiktok Untuk Meningkatkan Minat Beli Produk Umk Dm.Seafood. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 2723–3901. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jptn.v9n3.p1428-1438>
- Li, X., Mahamed, M., & Bidin, R. (2025). Research on the Emotional Communication Mechanism of Digital News. *Studies in Media and Communication*, 13(1), 378–392. <https://doi.org/10.11114/smc.v13i1.7363>
- Marpaung, S. M., Endang, A., & Indria. (2024). Studi Netnografi Pesan Penerimaan Diri Dalam Lagu “Tutur Batin” di Kalangan Pendengar Perempuan. *Komunika*, 11(1), 54–63. <https://doi.org/10.22236/komunika.v11i01.11548>
- Meifilina, A. (2021). Instagram Reels Sebagai Media Self Disclosure Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Balitar Blitar). *Widya Komunika*, 11(2), 45.
- Mulyana, A., & Mahmudah, S. M. (2024). *Katarsis di Era Digital, Rekonstruksi Komunikasi Intrapribadi dan Antarpribadi. PT Rekacipta Proxy Media*. (Afgiansyah, Ed.) (1st ed.). Depok: PT Rekacipta Proxy Media. Retrieved from https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=y7BAEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=kekuatan+algoritma+tiktok+dan+instagram+untuk+komunikasi+interpersonal+virtual&ots=z2lgiy2_zW&sig=F2lLeBrQYA7IEfiEaShR-zWuM3Q&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Murniasih, E., Suratnoaji, C., Arviani, H., & Achmad, Z. A. (2021). Jurnal Ilmu Komunikasi Etnografi Virtual tentang Proliferasi Pemakaian Lagu “Bertaut” Karya Nadin Amizah di Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2). <https://doi.org/10.1080/14241277.2012.755682.1>
- Nasrullah, R. (2017). *Etnografi Virtual: Riset Komunikasi, Budaya dan Socioteknologi di Internet*. (N. Nurbaya, Siti, Ed.), *Simbiosis Reksatama Media*. Bandung: Simbiosis Reksatama Media.
- Prasetya, H. (2013). Virtual Ethnography. *Wacana, Volume XII*, 355–371.
- Purwani, D. A., & Kertamukti, R. (2019). *Memahami Generasi Z Melalui Etnografi Virtual*. (M. F. Asbah & A. . Widyanta, Eds.). Yogyakarta: Departemen Sosiologi FISIPOL UGM. Retrieved from https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/40014/1/Memahami_Generasi_Z_Melalui_Etnografi_Virtual.pdf
- Putri, Maya, D., Yasir, & Nurjanah. (2021). Etnografi Virtual Pengungkapan Diri Mengenai Self Harm Dan Kesehatan Mental Pada Pengguna Media Sosial Twitter. *PERSEPSI: Communication Journal*, 4(2), 221–235. <https://doi.org/https://doi.org/10.30596/persepsi.v4i2.8278>
- Rahayu, I. P., & Rifayani, H. (2024). Penerimaan Diri Pada Generasi Sandwich. *Journal of Creative Student Research*, 2(2), 69–82. <https://doi.org/10.55606/jcsr-politama.v2i3.3966>
- Saputro, D. H., & Diniati, A. (2017). Manajemen Kesan Pengguna Media Sosial Instagram Dalam Mengeksistensikan Pancasila. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(1), 57. <https://doi.org/10.32509/wacana.v16i1.12>
- Simamora, D. P. (2021). Penerimaan Diri pada Ibu dengan Anak Tunagrahita. *Acta Psychologia*, 1(2), 134–141. <https://doi.org/10.21831/ap.v1i2.43145>
- Steiner, A. M., & Fletcher, P. C. (2017). Sandwich Generation Caregiving: A Complex and Dynamic Role. *Journal of Adult Development*, 24(2), 133–143. <https://doi.org/10.1007/s10804-016-9252-7>
- Sudarji, S., Panggabean, H., & Marta, R. F. (2022). Challenges of the Sandwich Generation: Stress and coping strategy of the multigenerational care. *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(3), 263–275. <https://doi.org/10.23917/indigenous.v7i3.19433>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods) dengan 9 Desain*. (Sutopo, Ed.) (2nd ed.). Bandung: Alfabeta.
- Ulfah, U., & Dewi, D. W. C. (2025). Makna dalam Lirik Lagu ‘Halu’ Karya Feby Putri: Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure. *Sintaksis : Publikasi Para Ahli Bahasa Dan Sastra Inggris*, 3(3), 26–38.

<https://doi.org/10.61132/sintaksis.v3i3.1658>

Yuniari, N. K. A., & Saskara, I. A. N. (2023). The Happiness of the Sandwich Generation in Bali: the Roles of Family, Social, and Balinese Culture. *Signifikan: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 12(2), 355–370. <https://doi.org/10.15408/sjie.v12i2.32315>

Zatrahadi, M. F., & Salsabila, F. (2024). Pengaruh Kecanduan Reels Instagram terhadap Prokrastinasi Akademik Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah PGSD FKIP Universitas Mandiri*, 10, 221–233. <https://doi.org/https://doi.org/10.36989/didaktik.v10i04.4674>