

Konstruksi Citra Urban “Jaksel” di Media Sosial dan Realitas Sosial Geografis di Jakarta Selatan

M Desi Ariani¹, Arief M. Rachman², Dede Rustandi³, Idola⁴

dsysabrina@gmail.com, rachmangou@gmail.com, dederustandi71@gmail.com,
idolanatalia01@gmail.com

^{1,2,3,4}Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta

First draft received: 05-05-2026, Date Accepted: 07-06-2026, Final proof received: 25-06-2026

Abstrak

Perkembangan media sosial memengaruhi cara masyarakat memahami ruang urban dan membentuk identitas sosial. Fenomena “Jaksel” menjadi bentuk representasi ruang urban simbolik yang berkembang melintasi batas administratif wilayah. Penelitian ini bertujuan menganalisis proses konstruksi citra “Jaksel” di media sosial dan mengonfrontasikannya dengan realitas sosial-geografis aktual di Jakarta Selatan. Menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan Geografi Sosial Digital, data dikumpulkan melalui netnografi pada platform TikTok dan X, serta analisis dokumen data spasial-administratif BPS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial membentuk komodifikasi ruang dan hiperrealitas lewat seleksi visual kawasan elite (SCBD, Senopati, Kemang), sementara wilayah sub-urban (Jagakarsa, Ciganjur) mengalami eksklusi digital. Penggunaan bahasa campuran (code-switching) berfungsi sebagai penanda batas sosial (social boundary) kelas menengah urban. Penelitian ini menyimpulkan adanya diskoneksi spasial yang lebar antara perceived space di dunia digital dan lived space di dunia nyata.

Kata Kunci: Media Sosial, Jaksel, Geografi Sosial, Hiperrealitas, Spasial Perkotaan.

PENDAHULUAN

Ruang urban pada era modern tidak lagi sekadar bentang alam fisik-material, melainkan sebuah arena dinamis yang terus diproduksi dan dikonstruksi secara sosial. Di era digital, produksi ruang mengalami akselerasi masif seiring dengan kehadiran media sosial yang mampu mendetotasi batas geografis konvensional. Media sosial bertindak sebagai instrumen seleksi simbolik yang mengonstruksi *urban image* (citra kota) secara parsial demi mengejar estetika visual (*instagrammable*) dan logika algoritma (Andary, R. W., & Khairullah, K. 2023).

Fenomena ini terejawantah secara sempurna dalam konstruksi identitas “Jaksel”. Secara administratif, Jakarta Selatan adalah salah satu kota administrasi di DKI Jakarta. Namun, di ruang digital (TikTok, X, Instagram), “Jaksel” telah mengalami komodifikasi makna menjadi sebuah ruang simbolik yang merepresentasikan gaya hidup kosmopolitan, budaya mengonsumsi kopi di *aesthetic coffee shop*, penggunaan bahasa campuran Indonesia-Inggris (*code-switching* seperti *literally, which is, basically*), serta identitas kelas menengah atas yang lekat dengan modernitas. Kawasan seperti SCBD, Senopati, dan Kemang secara konstan direproduksi sebagai fasad utama

"Jaksel" , sedangkan realitas sub-urban yang kontras seperti di Jagakarsa atau Lenteng Agung sengaja disingkirkan dari narasi digital.

Kesenjangan (gap) antara ruang yang dipersepsikan secara digital (*perceived space*) dengan realitas geografis-administratif yang heterogen (*lived space*) inilah yang menjadi urgensi penelitian ini. Artikel ini bermaksud membongkar bagaimana hiperrealitas urban dibentuk oleh media sosial dan bagaimana fragmentasi spasial tersebut memengaruhi tata kelola identitas masyarakat perkotaan.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana proses konstruksi citra “Jaksel” dalam ruang media sosial sebagai representasi spasial urban?
2. Bagaimana karakteristik sosial geografis Jakarta Selatan dalam konteks realitas administratif dan spasial?
3. Bagaimana bentuk kesenjangan (*spatial gap*) antara representasi digital “Jaksel” dan kondisi geografis aktual di lapangan?

TINJAUAN PUSTAKA & METODE PENELITIAN

Tinjauan Pustaka: Produksi Ruang dan Geografi Digital

Penelitian ini mengakar pada teori *Production of Space* dari Henri Lefebvre yang membagi ruang ke dalam tiga dimensi: *spatial practice* (ruang material), *representations of space* (ruang konseptual para perencana/media), dan *representational spaces* (ruang imajinasi dan pengalaman langsung). Di era siber, Edward Soja memperluasnya menjadi *Thirdspace*, wilayah di mana realitas fisik dan imajinasi digital melebur menjadi satu (Aprilia, D.,dkk, 2020).

Proses peleburan ini dijembatani oleh media sosial dalam struktur *network society* (Manuel Castells), di mana arus informasi mengalahkan ruang fisik (*space of flows* menggantikan *space of places*). Ketika media sosial terus mengulang stereotip visual kelas pekerja urban yang trendi, terbentuklah apa yang disebut Jean Baudrillard sebagai **hiperrealitas**—kondisi di mana simulasi tentang "Jaksel" di layar ponsel terasa jauh lebih nyata bagi publik luar ketimbang kondisi geografis aslinya.

Metode Penelitian (Bagian Baru yang Wajib Ada)

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kualitatif deskriptif** dengan metode **netnografi** (etnografi digital) gabungan dengan analisis spasial deskriptif.

Sumber Data Digital: Konten digital pada platform TikTok dan X yang diproduksi pada periode Januari-Desember 2025 dengan tagar #AnakJaksel, #JakselVibes, dan #SCBD. Data berupa video, teks narasi, dan komentar yang menunjukkan konstruksi identitas.

Sumber Data Realitas Fisik: Data sekunder administratif dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Jakarta Selatan tahun 2025 terkait guna lahan, status sosio-ekonomi per kecamatan, dan kepadatan penduduk.

Analisis Data: Menggunakan teknik analisis tematik (*thematic analysis*) berdasarkan pemetaan tiga spasial Lefebvre untuk mengategorikan mana data yang masuk ke dalam ruang fisik, ruang konseptual media, dan ruang simulasi.

PEMBAHASAN

Konstruksi Citra “Jaksel” sebagai Ruang Simbolik Urban

Berdasarkan hasil pemantauan netnografi, media sosial secara aktif mengonstruksi citra "Jaksel" melalui tiga pilar representasi utama: visualisasi spasial eksklusif, komodifikasi bahasa (*linguistic capital*), dan pembentukan standar gaya hidup perkotaan.

Elemen Konstruksi	Representasi di Media Sosial	Makna Simbolik
Spasial	SCBD, Senopati, Kemang, Blok M	Modernitas, Pusat Finansial, Kosmopolitan
Linguistik	Campuran Indo-Inggris (<i>literally, which is, prefer</i>)	Kapital Budaya (<i>Cultural Capital</i>), Status Kelas Menengah
Gaya Hidup	<i>Work from Cafe</i> , Olahraga <i>Pound Fit</i> , Konsumsi <i>Croissant</i>	Produktivitas Estetik, Konsumerisme Modern

Media sosial bekerja dengan logika kurasi. Narasi "Anak Jaksel Starter Pack" yang viral di TikTok mengobjektifikasi barang-barang bawaan seperti lanyard kantor SCBD, sepatu merek tertentu, dan cangkir kopi dari jenama internasional sebagai tiket masuk ke dalam strata sosial "kelas atas". Di sini, ruang fisik SCBD mengalami deterritorialitas; ia bukan lagi sekadar pusat bisnis geografis, melainkan sudah menjadi komoditas identitas digital yang bisa dikonsumsi oleh siapa saja di internet.

Realitas Karakteristik Sosial Geografis Jakarta Selatan Aktual

Kontras dengan citra digital yang homogen, gemerlap, dan borjuis, data spasial dari BPS dan realitas administratif menunjukkan bahwa Jakarta Selatan adalah megastruktur perkotaan yang sangat **heterogen dan timpang secara spasial**.

Secara geografis-administratif, Jakarta Selatan terbagi atas 10 Kecamatan. Terdapat segmentasi spasial yang kaku antara wilayah utara-pusat dengan wilayah selatan:

- 1. Zona Koridor Utama (Kecamatan Setiabudi, Kebayoran Baru, Mampang Prapatan):** Merupakan zona dengan nilai tanah (*land value*) tertinggi yang didominasi oleh peruntukan komersial, gedung pencakar langit (SCBD), dan pemukiman elite menteng dalam versi modern. Di wilayah inilah lokus representasi "Jaksel" di media sosial berada.
- 2. Zona Sub-Urban Tradisional (Kecamatan Jagakarsa, Pasar Minggu, Ciganjur):** Secara geografis, wilayah ini berfungsi sebagai daerah resapan air untuk DKI Jakarta dengan koefisien dasar bangunan (KDB) yang rendah. Lanskapnya didominasi oleh pemukiman padat, perkampungan budaya Betawi (Setu Babakan di Jagakarsa), dan sektor informal.

Data ketenagakerjaan menunjukkan bahwa mayoritas penduduk asli Jakarta Selatan tidak bekerja di sektor korporasi multinasional SCBD dengan upah tinggi, melainkan di sektor informal dan jasa domestik. Terdapat kantong-kantong kemiskinan kota yang nyata di sepanjang bantaran Sungai Ciliwung (seperti di Bukit Duri dan Manggarai) yang secara geografis berada di bawah naungan administratif Jakarta Selatan, tetapi mengalami ignoransi total di media sosial.

Analisis Kesenjangan (*Spatial Gap*) dan Hiperrealitas Urban

Kesenjangan antara konstruksi media sosial dan realitas lapangan melahirkan fenomena **eksklusi spasial digital**. Media sosial mengonstruksi ruang lewat kacamata bias kelas (*class bias*). Ketika ruang Jagakarsa atau Pasar Minggu absen dari panggung TikTok, media sosial sebenarnya sedang melakukan kekerasan simbolik (*symbolic violence*) berupa peminggiran wilayah-wilayah yang tidak bernilai secara ekonomi-estetika digital (Saring, S., & Widiyanto, S. 2023).

Kasus *Citayam Fashion Week* (CFW) di kawasan Dukuh Atas (perbatasan Jakarta Pusat dan Selatan) menjadi contoh kontestasi identitas yang luar biasa. Ketika remaja marginal dari wilayah sub-urban (Citayam, Bojonggede, Depok) merangsek masuk ke ruang publik urban dan mereproduksi gaya berpakaian serta bahasa "anak Jaksel", terjadi kepanikan kultural. Kelompok elite menengah yang selama ini mendominasi citra "Jaksel" merasa ruang representasi mereka diinvasi oleh kelas sosial yang dianggap berada di bawah mereka (Hidayat, A., & Lestari, F. 2021). Hal ini membuktikan bahwa citra "Jaksel" di media sosial adalah sebuah ruang perimeter sosial yang dijaga ketat eksklusivitasnya guna mempertahankan gengsi status sosial perkotaan (Fauzan, M., & Rahmawati, L. 2025). Eksklusi spasial digital ini pada akhirnya menciptakan segregasi yang tidak terlihat namun sangat nyata dalam ruang siber. Ketika algoritma media sosial memprioritaskan konten yang memenuhi standar estetika "urban-chic" atau gaya hidup konsumtif, wilayah-wilayah yang dianggap tidak memiliki nilai komoditas visual secara sistematis dihapus dari narasi publik. Fenomena ini mempertegas bahwa media sosial bukanlah ruang demokratis yang setara, melainkan panggung bagi hegemoni kelas menengah-atas untuk memvalidasi keberadaan mereka (Yuliana, Y., & Suryani, S. 2020). Dalam konteks CFW, resistensi terhadap kehadiran remaja sub-urban bukan sekadar soal selera fesyen, melainkan ketakutan akan hilangnya batas-batas simbolik yang selama ini memisahkan "kita" (kelas elite urban) dengan "mereka" (kelas marginal). Ruang digital pun menjadi alat penertiban sosial; mereka yang tidak mampu menyesuaikan diri dengan standar estetika dominan akan mengalami alienasi. Akibatnya, terjadi komodifikasi ruang kota yang hanya mengakui eksistensi wilayah tertentu, sementara kawasan pinggiran terus terpinggirkan dalam peta representasi digital, memperdalam jurang ketimpangan sosial dan kultural di Indonesia.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa "Jaksel" di era digital bukan lagi sekadar entitas geografis-administratif, melainkan sebuah ruang simbolik hasil hiperrealitas yang diproduksi secara masif oleh media sosial. Konstruksi citra ini bertumpu pada seleksi visual kawasan komersial elite (SCBD, Kemang, Senopati) serta komodifikasi bahasa campuran Indonesia-Inggris sebagai penanda status kelas sosial menengah atas. Ditemukan kesenjangan spasial (*spatial gap*) yang signifikan, di mana realitas demografis Jakarta Selatan yang heterogen, berkarakter sub-urban (seperti Jagakarsa), dan memiliki kantong kemiskinan urban, tereksklusi dari representasi digital. Fenomena seperti *Citayam Fashion Week* menegaskan adanya resistensi dan kontestasi ruang, yang membuktikan bahwa identitas urban digital bersifat dinamis sekaligus diskriminatif terhadap kelas sosial tertentu.

Saran

1. **Bagi Peneliti Geografi Masa Depan:** Diharapkan mampu memanfaatkan metode *Geographical Information Systems* (GIS) berbasis data media sosial (misal: analisis sebaran geolokasi tagar/spasial) untuk memetakan batasan visual *Thirdspace* secara lebih presisi.

2. **Bagi Pembuat Kebijakan (Pemprov DKI Jakarta):** Perlu menyadari adanya bias persepsi digital ini agar perencanaan pembangunan kota tidak terjebak pada gentrifikasi kawasan korporat (utara-pusat Jaksel) saja, melainkan tetap menjaga keadilan spasial (*spatial justice*) bagi kawasan sub-urban yang terabaikan di media digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Andary, R. W., & Khairullah, K. (2023). Media sosial dan eksistensi remaja. *Sentri: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(3), 843–850.
- Aprilia, D., Dewi, M. A., & Widodo, T. W. (2020). Tingkat kecanduan media sosial pada remaja. *JNC*, 3(1), 41–53.
- Briandana, R., Irwansyah, I., & Anggreni, A. (2021). Exploring self-identity: An analysis of audience reception of vlogs. *Jurnal ASPIKOM*, 6(2), 303–314.
- Damayanti, A. R., Anjarsari, L., & Anjani, N. (2022). Pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap gaya hidup berpakaian remaja. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 2(2).
- Dwijayanti, R. I., Sudarmika, D., & Aini, N. (2025). South Jakarta youth's urban lifestyle as a form of self-existence on TikTok. *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*, 10(4).
- Faizal, A. A., Naim, M., & Fauzi, A. (2022). Fenomena Instagram sebagai sarana eksistensi pada kelompok remaja. *Buana Komunikasi: Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi*, 3(2).
- Fauzan, M., & Rahmawati, L. (2025). Citayam Fashion Week sebagai kontestasi ruang publik urban. *Jurnal Sosiologi Kontemporer*, 9(2), 77–95.
- Hidayat, A., & Lestari, F. (2021). Digital gentrification: Media sosial dan transformasi ruang kota. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 15(2), 211–230.
- Kusuma, D. R., & Hartati, S. (2017). Code-switching sebagai simbol status sosial di ruang digital. *Jurnal Linguistik Indonesia*, 35(2), 99–115.
- Prasetyo, H., & Anggraini, T. (2016). Representasi ruang urban dalam media digital. *Jurnal Kajian Budaya*, 10(3), 201–218.
- Putri, M. A., & Santoso, B. (2018). Konsumsi budaya digital dan identitas kelas menengah urban. *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*, 22(3), 145–160.
- Ramadhan, I., & Nugroho, T. (2024). TikTok dan konstruksi citra kota: Studi kasus Jakarta Selatan. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 5(1), 33–49.
- Sari, N. P., & Pratama, R. (2019). Representasi gaya hidup urban di Instagram: Studi kasus anak muda Jakarta. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 8(1), 55–70.
- Saring, S., & Widiyanto, S. (2023). Problematika manajemen kurikulum merdeka pada siswa taman kanak-kanak. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 7(6), 7925–7932.
- Wijaya, A., & Dewi, R. (2026). Hyperreality and urban identity in Indonesian social media. *Asian Journal of Media Studies*, 14(1), 21–40.
- Yuliana, Y., & Suryani, S. (2020). Urban thirdspace: Media sosial sebagai ruang representasi baru. *Jurnal Geografi Sosial*, 12(2), 87–102.

