

Menuju Eksistensi Otentik Orang Muda Indonesia di Era Digital: Tinjauan Filosofis Berdasarkan Konsep *Dasein* dan *Das Man* Martin Heidegger

Alkuinus Ison Babo

Sekolah Tinggi Filsafat Teologi Widya Sasana
Email: alkuinusisonbabosmm@gmail.com

Herminus Herwino Anselo Ndama

Sekolah Tinggi Filsafat Teologi Widya Sasana

Severinus Savio Cimi

Sekolah Tinggi Filsafat Teologi Widya Sasana

Videlis Gon

Sekolah Tinggi Filsafat Teologi Widya Sasana

Susilo

Sekolah Tinggi Filsafat Teologi Widya Sasana

Received: 11 September 2025 ; Revised: 03 Oktober 2025 ; Published: 22 Oktober 2025

Abstract

The digital era has shaped a new existential space for Indonesian youth, wherein social media functions as the primary arena for identity formation and social relations. This study analyzes this phenomenon through the lens of Martin Heidegger's philosophy, particularly the concepts of *Dasein* and *das Man*. Heidegger understands the human being as *Dasein*—a being conscious of its own existence, yet vulnerable to the loss of authenticity when life is dictated by public opinion and social norms (*das Man*). Social media amplifies this mode of inauthentic existence through algorithms, performative culture, and the pressures of external validation. Employing a qualitative approach and literature-based research, this study demonstrates that the experience of existential anxiety (*Angst*) may serve as a gateway toward authenticity. Young people are thus called to cultivate a reflective and critical stance in their use of social media, fostering existential courage (*Entschlossenheit*) and the disposition of *Gelassenheit*—that is, a conscious and free engagement with technology. Furthermore, the study underscores the essential role of

government, educational institutions, and families in accompanying young people to live as authentic persons in the midst of the digital world.

Keywords: *Dasein*, *das Man*, Social media, Authentic existence, Youth.

Abstrak

Era digital telah membentuk ruang eksistensial baru bagi kaum muda Indonesia, di mana media sosial menjadi medan utama pembentukan identitas dan relasi sosial. Studi ini menganalisis fenomena tersebut melalui lensa filsafat Martin Heidegger, khususnya konsep *Dasein* dan *das Man*. Heidegger memandang manusia sebagai *Dasein*—makhluk yang sadar akan keberadaannya, namun rentan kehilangan keotentikan ketika hidupnya dikendalikan oleh opini publik dan norma sosial (*das Man*). Media sosial memperkuat mode eksistensi tidak otentik ini melalui algoritma, budaya performatif, dan tekanan validasi eksternal. Melalui pendekatan kualitatif dan studi pustaka, penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman kecemasan eksistensial (*Angst*) dapat menjadi pintu menuju keotentikan. Kaum muda perlu membangun sikap reflektif dan kritis dalam menggunakan media sosial, dengan mengembangkan keberanian eksistensial (*Entschlossenheit*) dan sikap *Gelassenheit*—yakni penggunaan teknologi secara sadar dan merdeka. Studi ini juga menegaskan pentingnya peran pemerintah, lembaga pendidikan, dan keluarga dalam mendampingi kaum muda agar mampu hidup sebagai pribadi otentik di tengah dunia digital.

Kata kunci: *Dasein*, *Das Man*, Media sosial, Eksistensi otentik, Kaum muda.

1. Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pengguna internet terbanyak di dunia. Berdasarkan data *World Population Review* tahun 2024, Indonesia menempati peringkat keempat secara global dengan sekitar 215,6 juta pengguna internet, yang mencakup sekitar 78,8% dari total populasi. Sementara itu, menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2024 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221.563.479 jiwa, dari total populasi sebesar 278.696.200 jiwa berdasarkan data tahun 2023. Angka ini mencerminkan tingkat penetrasi internet nasional sebesar 79,5% dan menunjukkan kenaikan sebesar 1,4% dibandingkan tahun sebelumnya.¹

Dari segi jenis kelamin, distribusi pengguna internet cukup merata, dengan persentase laki-laki sebesar 50,7% dan perempuan 49,1% dari total

¹ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, “APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang,” *APJII*, February 07, 2024, <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>

pengguna. Sementara itu, berdasarkan kelompok usia, generasi Z (kelahiran 1997–2012) mendominasi dengan proporsi 34,40%, disusul oleh generasi milenial (1981–1996) sebesar 30,62%. Generasi X (1965–1980) menyumbang 18,98%, diikuti oleh kelompok Post Gen Z (kelahiran setelah 2012) sebesar 9,17%. Sementara itu, generasi baby boomer (1946–1964) berkontribusi 6,58% dan pre-boomer (kelahiran sebelum 1945) hanya 0,24%.²

Berdasarkan data di atas, diketahui bahwa orang muda Indonesia (generasi Z) merupakan pengguna internet yang paling aktif. Salah satu laman internet yang sering diakses oleh mereka ialah media sosial. Menurut laporan Datareportal.com tahun 2023, durasi rata-rata penggunaan media sosial oleh pengguna aktif di Indonesia mencapai 3 jam 18 menit per hari. Dalam rentang waktu itu, mereka tidak hanya menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi, melainkan juga ruang pertunjukan diri (*self-performance*), tempat di mana identitas dibentuk, dikonstruksi, dan divalidasi berdasarkan reaksi publik dalam bentuk *likes*, *shares*, komentar, dan *followers*.³ Implikasinya, kehidupan orang muda mengalami transformasi yang sangat mendalam. Ruang-ruang eksistensial yang dahulu bersifat personal dan reflektif kini bergeser ke ruang-ruang yang serba transparan, instan, dan terkoneksi secara konstan.

Seiring perjalanan waktu, media sosial seolah-olah menjadi panggung sandiwara, di mana setiap orang menjadi aktor yang menyusun narasi tentang dirinya sendiri dalam bentuk foto, status, video pendek, hingga komentar. Orang muda terdorong untuk terus aktif secara *online*: memposting, mengomentari, atau membagikan informasi tentang dirinya. Dalam kondisi demikian, keberadaan digital menjadi ukuran keberadaan sosial. Semakin banyak interaksi yang didapat—*like*, *share*, *view*, *followers*—semakin “berharga” eksistensi seseorang di mata komunitas digital.⁴ Tekanan ini menghasilkan siklus tanpa henti di mana orang muda merasa harus terus eksis dan memperbarui citra dirinya secara terus-menerus. Hal ini pada gilirannya dapat menyebabkan kecemasan sosial, krisis identitas, hingga penurunan harga diri dalam hidup orang muda.

Dalam situasi hidup orang muda di era digital dewasa ini, pertanyaan-pertanyaan eksistensial-filosofis yang dapat diajukan ialah: Siapakah aku

² Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, “APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang.”

³ Amelia Nugraeni, “Peran Media Sosial dalam pembentukan identitas sosial anak muda,” *Jurnal Lancak*: 145.

⁴ Lucy Pujasari Supratman, “Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native,” *Jurnal Ilmu Komunikasi*: 57.

dalam hubungannya dengan media sosial? Apakah aku hidup sebagai diriku sendiri atau sebagai bayangan dari harapan orang lain?

Dalam filsafat Martin Heidegger, persoalan ini dapat dibaca dalam kerangka eksistensial yang mendalam. Heidegger, dalam karya utamanya *Sein und Zeit* (*Being and Time*, 1927), menyebut manusia sebagai *Dasein*—sebuah entitas yang secara unik menyadari keberadaannya dan memiliki kemampuan untuk mempertanyakan makna hidupnya.⁵ Namun, Heidegger juga mengingatkan bahwa manusia rentan untuk kehilangan keotentikan eksistensialnya ketika ia hidup dalam cara “mereka” (*Das Man*)—yakni hidup yang dikendalikan oleh opini umum, kebiasaan sosial, tuntutan masyarakat, dan suara mayoritas.⁶

Dalam konteks media sosial, *Das Man* ini hadir dalam bentuk algoritma, tren digital, dan norma-norma populer yang nyaris tak terbantahkan. Orang muda dengan mudah menyelaraskan hidupnya agar sesuai dengan *template* sosial yang sedang dominan/viral: bagaimana seharusnya berpakaian, berbicara, berpikir, bahkan merasa. Maka, yang muncul bukan lagi keberadaan yang otentik, melainkan keberadaan yang teralienasi, terdikte oleh suara kolektif yang anonim. Media sosial—yang awalnya diciptakan untuk memperkuat konektivitas dan ekspresi diri—berbalik menjadi medan yang memperlemah otentisitas manusia.⁷ Hidup yang seharusnya reflektif dan personal menjadi performatif dan impersonal. Heidegger menyebut kondisi ini sebagai bentuk kejatuhan (*Verfallen*) dari *Dasein* ke dalam keberadaan yang tidak otentik.⁸

Dengan mengangkat pemikiran Heidegger, penelitian ini akan menawarkan kembali paradigma pentingnya ikhtiar menuju keotentikan eksistensial dalam realitas yang serba digital dewasa ini. Maka, *status quaestionis* dari penelitian ini ialah: *pertama*, bagaimana konsep *Dasein* dan *Das Man* dalam filsafat Martin Heidegger membantu memahami kondisi eksistensial orang muda di era digital? *Kedua*, bagaimana orang muda Indonesia dapat menghidupi eksistensinya yang otentik dalam konteks dunia digital? *Ketiga*, apa relevansi atau implikasi dari pemikiran Heidegger bagi pendidikan dan pembinaan kaum muda Indonesia.

⁵ F. Budi Hardiman, *Heidegger dan Mistik Keseharian: Suatu Pengantar Menuju Sein und Zeit* (Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2016), 57.

⁶ Martin Heidegger, *Sein und Zeit* (Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1953), 126–127.

⁷ Mumu Munajah, Neneng Gina Agniawati, and Suci Indah Sari, "Globalisasi dan Alienasi: Dampak Media Sosial terhadap Keterasingan Manusia," *Integritas Terbuka: Peace and Interfaith Studies* 2, no. 1 (2023): 36.

⁸ Hardiman, *Heidegger dan Mistik Keseharian*, 96.

Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan adanya keterkaitan erat antara media sosial, krisis identitas, dan persoalan eksistensial pada generasi muda, khususnya dalam kerangka pemikiran eksistensial Martin Heidegger. Salah satunya adalah artikel karya Fakhrurozi dan Wawaysadhya berjudul *Eksplorasi Pemikiran Heidegger: Teknologi dan Keterasingan dalam Masyarakat Modern*. Studi tersebut membahas pemikiran Heidegger mengenai teknologi modern terutama konsep *enframing* (*Gestell*) yang mengakibatkan keterasingan manusia dari eksistensinya yang otentik. Teknologi, menurut mereka, tidak lagi sekadar menjadi alat bantu, melainkan telah membentuk cara berpikir teknologis yang mereduksi manusia menjadi sekedar sumber daya.⁹

Di sisi lain, penelitian yang diterbitkan dalam prosiding seminar nasional oleh Pranata, dkk berjudul *Media Sosial sebagai Platform Digital Pemicu Ketidakstabilan Kecemasan Generasi Z* mengungkap data empiris mengenai meningkatnya kecemasan dan instabilitas emosional pada generasi muda akibat penggunaan media sosial. Penelitian ini menjelaskan bahwa tekanan untuk tampil sempurna di ruang digital, dorongan untuk memperoleh validasi melalui *likes* dan komentar, serta tuntutan untuk terus memperbarui eksistensi daring, telah menciptakan ketegangan psikologis yang serius.¹⁰ Sementara itu, artikel lain yang ditulis oleh Pasenrigading, dkk berjudul *Pengaruh Media Sosial terhadap Persepsi Diri dan Pembentukan Identitas Remaja*, memfokuskan kajiannya pada bagaimana media sosial membentuk persepsi diri dan identitas remaja. Studi ini menemukan bahwa media sosial mendorong terbentuknya identitas yang terfragmentasi, di mana remaja menyusun citra diri berdasarkan impresi sosial dan ekspektasi dunia maya, bukan dari pemaknaan yang lahir dari refleksi personal dan pengalaman otentik.¹¹

Ketiga penelitian tersebut secara umum menunjukkan bahwa media sosial berperan signifikan dalam menciptakan krisis identitas dan keterasingan eksistensial pada generasi muda. Secara keseluruhan, ketiga studi ini menguatkan argumen bahwa media sosial bukan hanya alat komunikasi, tetapi

⁹ M. Rifqi Fakhrurozi dan Wawaysadhya, "Eksplorasi Pemikiran Heidegger: Teknologi dan Keterasingan Dalam Masyarakat Modern," *PRAXIS: Jurnal Sains, Teknologi, Masyarakat dan Jejaring* 7, no. 1 (September 2024): 47.

¹⁰ Wildan Yudha Pranata, Tri Ilaina Sa'adah, dan Moktaf Shofi Maulana, "Media Sosial Sebagai Platform Digital Pemicu Ketidakstabilan Kecemasan Generasi Z," dalam *Prosiding Seminar Nasional Universitas Negeri Surabaya* (Surabaya: Universitas Negeri Surabaya, 2023), 684.

¹¹ Andi Riola Pasenrigading, Haerani Nur, dan Muhammad Daud, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Persepsi Diri dan Pembentukan Identitas Remaja," *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* 2, no. 9 (April 2025): 80.

medan dominasi yang mempengaruhi cara generasi muda memahami diri, menjalani hidup, dan memaknai keberadaannya, sering kali menjauh dari keotentikan eksistensial.

Kekhasan penelitian ini terletak pada pendekatannya yang mengintegrasikan filsafat eksistensial Martin Heidegger—khususnya konsep *Dasein* dan *Das Man*—untuk menganalisis dinamika identitas dan keberadaan kaum muda Indonesia di era digital. Alih-alih hanya menyoroti dampak psikologis media sosial, studi ini menekankan dimensi ontologis dan eksistensial dari penggunaan media digital, serta menawarkan solusi berbasis kesadaran reflektif dan kebebasan eksistensial sebagai jalan menuju keotentikan.

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif melalui studi pustaka, terutama dengan metode analisis kritis. Pertama-tama akan dikaji pemikiran Martin Heidegger, khususnya tentang *Dasein* dan *Das Man* serta mengaitkannya dengan realitas empiris kehidupan orang muda Indonesia yang tercermin dalam data sosial dan fenomena aktual media digital. Untuk mempertajam pembahasan ini, peneliti menggali sumber-sumber sekunder yang relevan dengan dengan fokus penelitian ini. Tujuannya adalah membangun pemahaman kritis-reflektif terhadap eksistensi orang muda dalam lanskap digital yang terus berkembang.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Konteks Kehidupan Orang Muda di Era Digital

Orang muda saat ini sering disebut sebagai generasi *digital natives*. Sejak lahir atau sejak usia muda mereka sudah hidup dalam lingkungan yang dipenuhi teknologi digital, seperti internet, komputer, *smartphone*, dan media sosial.¹² Bagi mereka perangkat teknologi digital telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Mereka memanfaatkannya untuk pelbagai keperluan, mulai dari membangun relasi, mencari informasi tentang *trend fashion*, drama serial yang sedang viral, tempat-tempat kuliner yang terkenal, tempat yang cocok untuk *healing*, dan sebagainya. Wilson menyebutkan karakteristik *digital natives* sebagai orang yang oportunistik dan *omnivorous* yang menikmati banyak hal dalam lingkungan yang serba *online*.¹³ Oleh

¹² Lucy Pujasari Supratman, "Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 15, no. 1 (2018): 47.

¹³ Riana Mardina, "Potensi Digital Natives dalam Representasi Literasi Informasi Multimedia Berbasis Web di Perguruan Tinggi," *Jurnal Pustakawan Indonesia* 11, no. 1 (2011): 7.

karena itu, salah satu ciri hidup mereka ialah selalu terkoneksi dengan internet, di mana hampir semua aspek hidup mereka dapat diakses, dibagikan, dan dimediasi melalui jaringan digital. Dalam dunia ini, orang muda senantiasa “terhubung”—bukan hanya dengan sesama manusia, tetapi juga dengan arus informasi, narasi, dan citra dari seluruh dunia.

Keterhubungan ini pada gilirannya melahirkan budaya performatif dalam kehidupan orang muda, di mana identitas dan kehadiran seseorang tidak lagi ditentukan oleh eksistensi fisik atau nilai intrinsik, melainkan oleh bagaimana ia “tampil” di hadapan publik digital. Dalam situasi seperti ini, eksistensinya ditentukan oleh tindakan digital, yakni: *uploading*, *chatting*, *posting*, dan—tentu saja—*selfie*. Dengan cara itu, ia berbagi atau pamer untuk kebutuhan akan pengakuan.¹⁴

Tidak dapat dipungkiri bahwa fenomena konektivitas dan performativitas ini beriringan dengan munculnya krisis identitas, khususnya pada orang muda yang masih berada dalam fase pencarian jati diri. Dunia digital, alih-alih membantu menemukan identitas, justru sering menjadi ruang yang memperkeruh proses ini. Ketika identitas dikonstruksi berdasarkan reaksi eksternal, maka keotentikan—yakni kesetiaan pada diri yang sejati dan reflektif—menjadi tergerus. Dikatakan demikian, karena identitas digital sering kali tidak stabil dan dapat berubah sewaktu-waktu, mengikuti algoritma, tren, atau tekanan sosial. Orang muda dengan mudah berganti persona: hari ini menjadi aktivis, besok *influencer*, lusa menjadi pelawak atau pengkritik. Ini menciptakan fragmentasi dalam identitas diri yang semula diharapkan utuh dan koheren. Ketidakkonsistenan ini mencerminkan keresahan eksistensial yang dalam: “Siapakah aku yang sejati jika aku terus-menerus menyesuaikan diri dengan keinginan publik?”

Lebih jauh lagi, media sosial mempromosikan versi ideal dari kehidupan: wajah sempurna, tubuh ideal, hubungan romantis bahagia, kesuksesan finansial di usia muda. Hal ini melahirkan standar keberhasilan dan kebahagiaan yang tidak realistis. Orang muda merasa tertinggal jika tidak memenuhi standar tersebut, dan dalam banyak kasus mengalami krisis harga diri, perasaan tidak cukup, kecemasan dan depresi dan bahkan alienasi dari realitas diri mereka sendiri.¹⁵ Hal ini mengindikasikan bahwa media sosial

¹⁴ F. Budi Hardiman, *Aku Klik maka Aku Ada: Manusia dalam Revolusi Digital* (Yogyakarta: Kanisius, 2021), 40-41.

¹⁵ Engkus, Hikmat, Karso Samminurrahmat, “Perilaku Narsis pada Media Sosial di Kalangan Remaja dan Upaya Penanggulangannya,” *Jurnal Penelitian Komunikasi*: 122; Melani Nur Cahya, Widia Ningsih, and Ayu Lestari, “Dampak Media Sosial terhadap Kesejahteraan Psikologis Remaja: Tinjauan Pengaruh Penggunaan Media Sosial pada Kecemasan dan Depresi Remaja,” *Jurnal Sosial Teknologi* 3, no. 8 (2023): 705.

tidak bekerja secara netral. Di balik tampilannya yang personal dan akrab, ada kekuatan tak terlihat yang mengatur apa yang muncul di layar, apa yang “viral”, dan apa yang dianggap penting yaitu algoritma. Algoritma *platform* seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *YouTube* didesain untuk memaksimalkan keterlibatan pengguna—bukan untuk memperdalam refleksi atau membangun keaslian.

3.2 Konsep *Dasein* dan *Das Man* Martin Heidegger

3.2.1 Konsep *Dasein*: Eksistensi sebagai Ada-di-Dunia (*In-der-Welt-sein*)

Konsep *Dasein* merupakan pusat dari filsafat eksistensial Martin Heidegger dalam karya monumentalnya *Sein und Zeit* (*Being and Time*, 1927). Istilah *Dasein* secara harfiah berarti “ada-di-sana” (*da* = di sana, *sein* = ada).¹⁶ Namun, dalam pengertian Heidegger, *Dasein* tidak sekadar merujuk pada manusia secara umum, melainkan pada manusia sebagai makhluk yang menyadari keberadaannya dan mampu mempertanyakan makna keberadaan itu sendiri.¹⁷ Oleh karena itu, *Dasein* adalah subjek eksistensial yang mengungkapkan dimensi ontologis kehidupan manusia. Heidegger menegaskan bahwa hanya *Dasein*-lah yang dapat mempertanyakan “apa arti menjadi”, menjadikannya satu-satunya entitas yang terbuka terhadap pengungkapan makna keberadaan.¹⁸

Menurut Heidegger, struktur dasar dari *Dasein* ialah selalu selalu berada-dalam-dunia (*In-der-Welt-sein*).¹⁹ Berada-di-dalam-dunia adalah nama lain *Dasein*. *Dasein* selalu berada di sana, yang mengindikasikan bahwa dia tidak terpisahkan dari dunia dia berada.²⁰ Artinya, manusia tidak pernah eksis dalam ruang hampa, tetapi selalu terlibat dalam konteks historis, sosial, dan praktis yang membentuk pemahamannya tentang dirinya dan realitas. Ia tidak mengetahui dunia sebagai objek terpisah, tetapi “menghuninya” dalam cara yang penuh makna, melalui kerja, relasi, dan sebagainya. Oleh karena itu, struktur dunia bukanlah “luar” dari *Dasein*, melainkan bagian dari strukturnya sendiri.²¹

¹⁶ Hardiman, *Heidegger dan Mistik Keseharian*, 55.

¹⁷ Hardiman, *Heidegger dan Mistik Keseharian*, 56.

¹⁸ Martin Heidegger, *Being and Time*, trans. John Macquarrie and Edward Robinson (Oxford: Blackwell Publishers, 2001), 32.

¹⁹ Patricia Altenbernd Johnson, *On Heidegger* (California: Wadsworth, 2000), 11-12.

²⁰ Heidegger, *Being and Time*, 79.

²¹ Marcella Horrigan-Kelly, Michelle Millar, and Maura Dowling, “Understanding the Key Tenets of Heidegger’s Philosophy for Interpretive Phenomenological Research,” *International Journal of Qualitative Methods* 2 (December 2016): 1.

Salah satu aspek mendalam dari *Dasein* adalah kenyataan bahwa ia ada di dalam dunia begitu saja tanpa tahu dari mana dan mau ke mana.²² Itulah yang disebut faktisitas, yaitu kenyataan bahwa kita ada di dunia ini bersifat niscaya. Heidegger menyebut kondisi ini sebagai ‘keterlemparan (*Geworfenheit*).²³ Ia tidak memilih untuk lahir, keluarga, budaya, atau zaman tertentu. Namun, dalam kondisi terlempar ini, *Dasein* berbeda dengan entitas yang lain. *Dasein* menyadari keterlemparan ini, berupaya memahaminya dan mempersoalkannya.²⁴ Sementara itu, entitas lain (mengada-mengada lain) ‘ada begitu saja’, tanpa mempersoalkan fakta tersebut.²⁵ Dalam hal ini, *Dasein* bisa menanyakan Ada karena memiliki hubungan dengan Ada-nya, yakni terbuka terhadap Ada-nya. Hubungan dengan Ada-nya ini disebut eksistensi (*Existenz*).²⁶

Menurut Heidegger, eksistensi *Dasein* pada dasarnya adalah sebuah kemungkinan. Ada *Dasein* adalah suatu ‘menjadi’ karena terus-menerus mengada dan belum ada secara penuh.²⁷ Paradigma ini mengetengahkan bahwa tidak ada suatu konsep ideal-definitif tentang manusia, tidak ada tujuan objektif yang sudah final tentang masa depan manusia, dan tidak ada satu tujuan objektif yang dipahami sebagai nilai-nilai normatif yang harus dikejar manusia dalam menjalani hidupnya.²⁸ Dalam kondisi hidup yang demikian, tugas utama manusia ialah menjalani berbagai kemungkinan dalam hidupnya. Meskipun ia terlempar ke dalam dunia dengan kondisi-kondisi yang tidak ia pilih sendiri, manusia tetap harus menjadi otentik dengan berani membuat pilihan-pilihan sendiri, bukan sekadar mengikuti apa yang dikatakan atau biasa dilakukan orang lain (*das man*).²⁹ Dalam arti ini, bagi Heidegger, hidup yang bermakna digapai ketika manusia terus mengada (tidak sekadar ada), menjelajahi posibilitas eksistensinya, dengan terus berjuang menjadi pribadi

²² Gabriel Babtistuta and Surip Stanislaus, “Manusia dan Budaya Internet of Things (IoT): Suatu Interpretasi Eksistensi Manusia berdasarkan Perspektif Martin Heidegger di Era Revolusi Industri 4.0,” *RAJAWALI* (2021): 16.

²³ Hardiman, *Heidegger dan Mistik Keseharian*, 56.

²⁴ Armada Riyanto, “Berfilsafat *Being and Time* Martin Heidegger: Catatan Sketsa,” *Studia Philosophica et Theologica* 17, no. 1 (2017): 20.

²⁵ Herwindo Chandra, “Makna Hidup Menurut Filsafat Martin Heidegger dalam Terang Karl Rahner,” *Jurnal Filsafat dan Teologi Katolik* 4, no. 2 (2021): 32.

²⁶ Hardiman, *Heidegger dan Mistik Keseharian*, 56-57.

²⁷ Hardiman, *Heidegger dan Mistik Keseharian*, 58.

²⁸ Robertus Wijanarko, “Mengkonstruksi Makna Hidup,” *Seri Filsafat Teologi* 34, no. 33 (2024): 8.

²⁹ Simon Critchley and William R. Schroeder, eds., *A Companion to Continental Philosophy* (Malden, MA: Blackwell, 1998), 227-228; Gordon Marino, *Basic Writings of Existentialism* (New York: The Modern Library, 2004), 328.

yang otentik.³⁰ Namun, dalam kehidupan sehari-hari, *Dasein* cenderung hidup dalam mode ketidakotentikan (*Uneigentlichkeit*), yang disebut Heidegger dengan istilah *das Man*. Dalam mode ini, manusia kehilangan jati dirinya karena terlarut dalam keseharian, yakni terjebak dalam rutinitas, kebiasaan atau opini umum, sehingga tidak hidup secara otentik.

Menurut Heidegger, pengalaman eksistensial seperti kecemasan (*Angst*) dapat membongkar ilusi tersebut (*das Man*). Kecemasan tidak disebabkan oleh sesuatu yang spesifik dan melampaui keseharian manusia yang penuh motif-motif praktis, seperti mengumpulkan uang, kegiatan bersama teman-teman dan seterusnya.³¹ Menurutnya, objek kecemasan “adalah berada-di-dalam-dunia itu sendiri.” *Angst* (rasa cemas) muncul dari kesadaran akan disposisi dasariah kita yang berada-di-dunia, yakni ketidakpastian dan keterlemparan. Hardiman menerangkan bahwa kecemasan adalah “suasana hati dasariah yang menyingkapkan keterlemparan *Dasein*, tetapi di satu pihak adalah suasana hati yang timbul dengan latar belakang tersingkapnya keterlemparan itu dalam suatu momen eksistensial.”³² Dalam momen ini, *Dasein* ditarik kembali pada kemungkinannya yang paling personal: yakni “menyendirikan *Dasein* pada berada-di-dalam-dunia-nya yang tak dapat dipertukarkan dengan orang lain.”³³ Menurut Hardiman, kecemasan (*Angst*) menunjukkan bahwa kita bebas secara eksistensial. Kecemasan membuat kita sadar bahwa kita adalah makhluk yang menentukan diri melalui kemungkinan-kemungkinan kita sendiri (*Sein Zum eigensten Sein-können*). Jadi, kecemasan menguak kebebasan eksistensial kita. Kita cemas karena menyadari kebebasan kita, dan kita bebas dalam kecemasan itu.³⁴

Meskipun kecemasan merupakan tanda dari momen keberadaan yang otentik, suasana hati ini bersifat tidak nyaman, sehingga manusia cenderung melarikan diri darinya dengan tenggelam dalam keseharian dan kesibukan praktis (*Besorgen*).³⁵ Namun, keberadaan yang otentik tidak berarti keluar dari dunia keseharian, melainkan tetap berada di dalamnya tanpa larut dalam arus cara-berada yang impersonal (*das Man*). Dalam situasi ini, kecemasan eksistensial justru memainkan peran penting karena mengguncang keterlemparan manusia dalam rutinitas dan membuka kesadaran akan keterlemparannya. Bahwa ia telah-ada-di-dunia tanpa mengetahui asal dan tujuan akhirnya,

³⁰ Wijanarko, “Mengkonstruksi Makna Hidup,” 9.

³¹ Heidegger, *Sein und Zeit*, 186.

³² Hardiman, *Heidegger dan Mistik Keseharian*, 90.

³³ Heidegger, *Sein und Zeit*, 187.

³⁴ Hardiman, *Heidegger dan Mistik Keseharian*, 91.

³⁵ Hardiman, *Heidegger dan Mistik Keseharian*, 93.

namun tetap dituntut untuk mengambil sikap dan melangkah maju.³⁶ Kesadaran inilah yang mencemaskan, yaitu ketika manusia tahu bahwa ia tidak tahu dari mana ia berasal dan ke mana ia akan pergi. Namun justru dalam ketidaktahuan itulah ia terpanggil untuk bertindak secara otentik dalam keterbukaan terhadap kemungkinan-kemungkinan keberadaannya.

Lebih jauh, Heidegger menyebut *Sein-zum-Tode* (ada-menuju-kematian) sebagai momen paling otentik *Dasein*. Kematian adalah apa yang disebut *Jemeinigkeit* (dalam segala hal milikku).³⁷ Kesadaran bahwa kematian adalah kemungkinan yang paling pasti dan paling personal memungkinkan *Dasein* untuk hidup secara reflektif dan otentik.³⁸ *Dasein* yang menyadari kematiannya menyadari bahwa eksistensinya terbatas, sehingga ia terdorong untuk mengambil tanggung jawab atas hidupnya dan tidak lagi menyerahkan arah hidup pada norma-norma eksternal. Situasi ini disebut oleh Heidegger dengan istilah *Vorlaufen* (lari ke depan), yang dapat diartikan sebagai ‘antisipasi’.³⁹ Dengan mengantisipasi kematiannya, *Dasein* tidak hanya menyadari keterbenamannya di dalam keseharian, tetapi juga mewujudkan kemungkinan untuk menjadi dirinya sendiri.⁴⁰ Maka, menjadi otentik (*Eigentlichkeit*) berarti menerima eksistensi sebagai tugas yang harus digarap, bukan sekadar dijalani.

Akhirnya, *Dasein* adalah makhluk temporal. Ia bukan hanya ada di waktu, tetapi menjadi melalui waktu (*Zeitlichkeit*).⁴¹ Dimensi waktu dalam diri *Dasein* terdiri dari masa lalu (faktisitas), masa kini (keterlibatan), dan masa depan (proyeksi kemungkinan). Ketiganya membentuk kesatuan eksistensial yang memungkinkan *Dasein* memahami dirinya dan dunia.⁴² Temporalisasi ini membuat keberadaan *Dasein* selalu terbuka dan belum selesai, menjadikan hidup sebagai proses penafsiran yang berkelanjutan. Dengan demikian, melalui *Dasein*, Heidegger membuka horizon baru dalam filsafat, yakni pemahaman tentang manusia bukan sebagai substansi tetap, tetapi sebagai keberadaan yang menjadi dalam waktu—yang selalu ditentukan oleh keterbukaan terhadap kemungkinan.

³⁶ Hardiman, *Heidegger dan Mistik Keseharian*, 97.

³⁷ F. Budi Hardiman, “Filsafat Kematian Heidegger,” *Extension Course Filsafat (ECF)* 2 (2015), 2.

³⁸ Dody Grace Febryanto Rongrean, “*Sein-zum-Tode* Menurut Martin Heidegger dalam Upacara Kematian Rambu Solo’ Masyarakat Toraja,” *Paradigma: Jurnal Filsafat, Sains, Teknologi, dan Sosial Budaya* 29, no. 4 (2023): 56.

³⁹ Hardiman, *Heidegger dan Mistik Keseharian*, 107.

⁴⁰ Hardiman, *Heidegger dan Mistik Keseharian*, 108.

⁴¹ Hardiman, *Heidegger dan Mistik Keseharian*, 112.

⁴² Heidegger, *Sein und Zeit*, 19.

3.2.2 *Das Man*: Eksistensi dalam Ketidakotentikan

Dalam karya utamanya *Sein und Zeit*, Martin Heidegger memperkenalkan konsep *das Man* sebagai salah satu struktur eksistensial *Dasein* yang paling penting. Menurut Heidegger, *das Man* merupakan cara berada *Dasein* dalam keseharian. *Das Man* merupakan kata impersonal yang berarti “orang”, seperti dipakai dalam frasa “kata orang”.⁴³ Heidegger memakai istilah *das Man* untuk menunjukkan mode keberadaan *Dasein* yang tidak otentik (*Uneigentlichkeit*). Kondisi ini terjadi ketika, dalam kehidupan sehari-hari, *Dasein* cenderung hidup tidak sebagai dirinya sendiri, tetapi “larut sepenuhnya ke dalam cara berada “orang-orang lain”. Cara berada orang-orang lain—bukan cara berada kita sendiri—sedemikian menentukan diri kita, sehingga “kita menikmati dan memuaskan diri, seperti *orang* menikmati; kita membaca, melihat, dan menilai karya sastra dan seni seperti *orang* melihat dan menilai; kita menarik diri juga dari ‘kerumunan besar’ seperti *orang* menarik diri; kita tersinggung seperti *orang* tersinggung”.⁴⁴

Sehubungan dengan ini, Hardiman menegaskan bahwa “*das Man* bukan massa korporeal, melainkan kondisi eksistensial *Dasein*. Entah sendirian atau dalam kerumunan, jika meniru orang-orang lain, kita adalah *das Man*”.⁴⁵ Dalam hal ini, konsep *das Man* mengacu pada perilaku imitatif, yakni ketika *Dasein* berkata, bertindak, dan berpikir seperti “orang” (*the they*, dalam terjemahan Inggris). *Dasein* dalam mode ini tidak membuat keputusan otentik berdasarkan pemahaman eksistensialnya, tetapi bertindak berdasarkan apa yang “biasanya dilakukan”, apa yang “dikatakan orang”, atau apa yang “diharapkan”. Sebagaimana Heidegger tegaskan bahwa dalam *das Man*, *Dasein* “tidak menjadi dirinya sendiri”.⁴⁶ Kehidupan dalam *das Man* adalah kehidupan yang diatur oleh kebiasaan, norma umum, dan pemikiran standar, sehingga mengaburkan potensi eksistensial unik dari *Dasein* itu sendiri.

Menurut Heidegger, *das Man* sebagai mode eksistensi dari *Dasein* merupakan kenyataan struktural dari cara manusia berada dalam dunia sosialnya.⁴⁷ Karena itu, Heidegger tidak mengajukan *das Man* sebagai sesuatu yang sepenuhnya negatif. Dikatakan demikian, karena pada dasarnya *das Man* bersifat ambivalen. Di satu sisi, ia memungkinkan struktur sosial dan komunikasi yang memudahkan *Dasein* berada dalam dunia bersama orang lain

⁴³ Hardiman, *Aku Klik maka Aku Ada*, 72.

⁴⁴ Heidegger, *Sein und Zeit*, 126-127; Hardiman, *Aku Klik maka Aku Ada*, 73.

⁴⁵ Hardiman, *Aku klik, maka Aku Ada*, 165.

⁴⁶ Gregorius Dwiangga, “Autentisitas Mahasiswa di Media Sosial dalam Kerangka Pikir Martin Heidegger,” *Sosial Horizon: Jurnal Pendidikan Sosial* 10, no. 1 (2023): 19.

⁴⁷ David Egan, “*Das Man* and Distantiality in *Being and Time*,” *Inquiry* 55, no. 3 (2012): 289.

dengan menyediakan kerangka bersama untuk makna dan tindakan.⁴⁸ Akan tetapi, bila *Dasein* sepenuhnya tenggelam dalam *das Man*, ia akan kehilangan jati dirinya sendiri dan menjadi makhluk anonim, yang hidup bukan sebagai siapa aku, melainkan sebagai apa yang dilakukan semua orang.⁴⁹ Maka, panggilan menuju keotentikan adalah panggilan untuk mengambil jarak dari *das Man* dan mengakui kemungkinan-kemungkinan eksistensial yang lebih personal.

Dengan demikian, *das Man* merupakan bagian integral dari struktur eksistensial *Dasein* yang mencerminkan bagaimana manusia cenderung hidup dalam keadaan tidak otentik, mengikuti arus sosial tanpa kesadaran reflektif. Akan tetapi, dari dalam *das Man*, *Dasein* dapat tersadar—melalui pengalaman eksistensial seperti kecemasan (*Angst*) atau kesadaran akan kematian—dan mulai menjalani eksistensinya secara otentik. Maka, *das Man* menjadi titik awal bagi pemahaman Heidegger tentang otentisitas. Dalam hal ini, kita tidak dilahirkan otentik, tetapi kita dipanggil untuk menjadi otentik melalui kesadaran akan keberadaan kita yang terbatas dan penuh kemungkinan.

3.3 Analisis

Pada bagian ini penulis akan menguraikan konsep *das Man* dan *Dasein* Martin Heidegger dalam hubungannya dengan kaum muda Indonesia di era digital. Konsep *das Man* ini akan menjadi parameter berpikir untuk melihat fenomena yang terjadi atas kaum muda Indonesia. Sementara itu, uraian filosofis tentang *Dasein* akan menjadi perspektif utama yang dipakai untuk mengelaborasi eksistensi kaum muda yang otentik.

3.3.1 Media Sosial sebagai Medan Dominasi *Das Man*

Dalam kerangka pemikiran Heidegger, *das Man* merupakan mode keberadaan tidak otentik di mana manusia tidak hidup sebagai dirinya sendiri, melainkan mengikuti norma, opini, dan ekspektasi sosial yang telah mapan. Ketidakotentikan ini muncul karena manusia cenderung mengikuti "apa yang dikatakan orang", hidup dengan standar internet, "apa yang biasa dilakukan", atau "apa yang diharapkan" oleh masyarakat luas. Situasi seperti ini menjadi semakin menekan ketika seseorang bisa mengakses dan diakses oleh orang lain, dimanapun dan kapanpun.⁵⁰ Dalam konteks ini, media sosial dapat dipahami sebagai medan kontemporer yang membuat orang terjerebab dalam dominasi *das Man*.

⁴⁸ Hardiman, *Heidegger dan Mistik Keseharian*, 75.

⁴⁹ Hardiman, *Heidegger dan Mistik Keseharian*, 73.

⁵⁰ Hardiman, *Aku Klik maka Aku Ada*, 168.

Di media sosial, individu sering kali membentuk identitas dan bertindak bukan berdasarkan refleksi pribadi atau pemahaman eksistensial yang otentik. Seseorang seakan-akan hidup menurut apa yang sedang *tren*, apa yang *viral*, atau apa yang bisa mendatangkan *likes* dan validasi publik. Standarisasi gaya hidup seperti ini membentuk “*template* keberadaan” yang harus diikuti agar diakui oleh warganet. Misalnya, cara berpakaian, bentuk tubuh ideal, cara bicara, atau hal lain yang menarik atensi konsumen di ruang digital. Hal tersebut mencerminkan ciri khas *das Man* sebagaimana dijelaskan Heidegger. Menurutnya, *Dasein* (manusia) tidak menjadi dirinya sendiri, melainkan menjadi bagian dari massa anonim. Konten yang dibagikan, opini yang diungkapkan, bahkan gaya hidup yang ditampilkan sering kali tidak merefleksikan keunikan personal seseorang, melainkan cerminan dari “apa yang dilakukan semua orang”.

Media sosial juga menampilkan *Alltäglichkeit* (keseharian) dalam bentuk paling menonjol, seperti arus informasi yang terus muncul, rutinitas konsumsi konten, dan kecenderungan untuk mengikuti *trend* atau informasi terbaru. Fenomena ini sejalan dengan peringatan Heidegger bahwa *das Man* menetapkan apa yang berharga dan wajar, dan membuat individu merasa bahwa menyimpang dari itu berarti tidak menjadi bagian dari masyarakat.⁵¹ Akibatnya, keaslian (*authenticity*) menjadi sesuatu yang langka, bahkan mungkin ditolak, karena tidak sesuai dengan norma bersama. Orang seperti merasa takut ketinggalan momen, informasi, dan aneka hal baru yang tersedia di komunitas digital. Meminjam bahasa Haryatmoko, baru itu indah. Pembaharuan terus-menerus adalah untuk mempertegas kekhasan supaya tetap diminati dan berarti terjaminnya kelangsungan hidup.⁵² Pada saat yang sama, pemaknaan hidup dan identitas diri sangat mudah diseragamkan oleh narasi dominan, algoritma platform, dan budaya performatif. Hal ini mengaburkan kemungkinan eksistensial yang lebih otentik, karena individu tidak terdorong untuk bertanya secara mendalam mengenai “Siapakah aku sebenarnya?” melainkan “Bagaimana aku bisa diterima atau disukai?”

Namun, sebagaimana dijelaskan Heidegger, *das Man* bersifat ambivalen. Ia tidak sepenuhnya negatif. Di media sosial, *das Man* memungkinkan adanya ruang komunikasi, komunitas, dan ekspresi yang lebih luas. Media sosial menyediakan *kerangka bersama* tempat individu bisa terhubung dan

⁵¹ Gregorius Dwiangga, "Autentisitas Mahasiswa di Media Sosial dalam Kerangka Pikir Martin Heidegger," *Sosial Horizon: Jurnal Pendidikan Sosial* 10.1 (2023): 19.

⁵² Haryatmoko, *Etika Komunikasi: Manipulasi Media, Kekerasan, dan Pornografi* (Yogyakarta: Kanisius, 2007), 30.

memahami dunia secara kolektif.⁵³ Akan tetapi, bahaya muncul ketika seseorang sepenuhnya tenggelam dalam logika media sosial. Seseorang bisa saja menjadi budak opini publik, angka-angka popularitas, dan pengakuan eksternal. Dalam situasi ini, media sosial bukan sekadar alat komunikasi, tetapi menjadi kekuatan dominan yang *menyetir eksistensi* secara impersonal.

3.3.2 Kaum Muda Indonesia: Menuju Eksistensi Otentik di Era Media Sosial

Heidegger mengatakan bahwa seseorang bisa menyadari eksistensi dirinya yang otentik. Kesadaran akan eksistensi dirinya yang otentik terjadi tatkala subjek mulai menyadari ketidakotentikannya. Ketidakotentikan tersebut tampak dalam situasi seseorang di mana dia tenggelam dalam dominasi media sosial. Momen transformasi dari ketidakotentikan menuju keotentikan diri seseorang muncul saat dia mulai mengambil jarak dari pengaruh media sosial. Seseorang mulai merasakan pengalaman kekosongan karena terlalu lama hidup dalam pencitraan digital. Heidegger menyebut pengalaman ini sebagai pengalaman *Angst* (kecemasan eksistensial).⁵⁴ Kesadaran ini bisa menjadi momen awal untuk menempuh jalan keotentikan di mana seseorang memutuskan untuk menjauh dari tuntutan sosial virtual, dan mulai bertindak serta berpikir berdasarkan pemahaman mendalam akan keberadaan diri sendiri yang unik dan terbatas.

Lebih lanjut, paradigma eksistensi diri yang otentik menurut Heidegger dipandang dapat menjadi pisau bedah untuk menganalisis fenomena kehidupan kaum muda dalam konteks dunia digital. *Pertama*, mengambil sikap terhadap hidup sendiri, bukan hidup orang lain. Menjadi otentik berarti memiliki keberanian untuk memutuskan hidup yang dijalani sebagai milikku sendiri. Dalam konteks digital, ini berarti tidak selalu mengikuti arus tren, tidak tunduk pada "*like-ability*", dan tidak hidup demi opini publik. Orang muda harus bertanya: apakah aku memposting ini karena aku ingin, atau karena orang lain mengharapkan itu dariku? Sikap otentik membutuhkan *Entschlossenheit* (*resoluteness*). Artinya, seseorang berani mengambil keputusan yang berpijak pada panggilan eksistensial pribadi, bukan sekadar respons terhadap algoritma atau pengaruh sosial.

Kedua, penggunaan media sosial secara sadar dan terbatas. Alih-alih menolak media sosial sepenuhnya, Heideggerian otentik menekankan

⁵³ Errika Dwi Setya Watie, "Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media)," *Jurnal The Messenger* 3, no. 2 (2011): 71.

⁵⁴ Mhd. Syahminan, "Hermeneutika dalam perspektif Martin Heidegger," *Jurnal Ushuludin: Jurnal Pemikiran Islam, Kewahyuan, Politik dan Hubungan Antar Agama* 45 (2013): 165.

“penggunaan sadar” (*bewusste Nutzung*).⁵⁵ Hal tersebut dapat dilakukan melalui usaha untuk membatasi waktu *online*, memfilter konten yang merangsang imitasi massal, dan menolak konsumsi pasif terhadap konten populer. Hal ini sejalan dengan praktik *Gelassenheit* (kesiapsediaan melepaskan), yaitu sikap tidak melekat pada teknologi secara membabi buta, tapi menggunakannya dengan bijak.⁵⁶ Sebagaimana yang dikutip Hardiman, Heidegger mengatakan bahwa sikap tidak melekat, tidak terjerat, atau tidak bergantung pada teknologi disebut sebagai *Gelassenheit zu den Dingen* (membiarkan hal-hal lewat). Pernyataan tersebut mengindikasikan bahwa kaum muda tetap waspada (*wachbleiben*) dengan secara aktif membiarkan (*lassen*). Artinya, kaum muda tetap menggunakan media sosial tetapi berusaha untuk tetap bebas darinya, yakni membiarkan media sosial lepas dari diri kaum muda sehingga tidak memengaruhi jati diri mereka.⁵⁷

Kaum muda melepaskan, membiarkan, dan membebaskan dirinya dari hasrat untuk selalu hadir, tampil, dan dikonfirmasi. Inilah bentuk kebebasan ontologis dalam dunia yang telah dikolonisasi oleh logika performatif. Artinya, kaum muda tetap menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi, ekspresi, dan relasi sosial,⁵⁸ tanpa membiarkan media sosial menggiring dan membentuk jati diri terdalam mereka. Mereka hadir di media sosial bukan sebagai orang yang bermain peran, tetapi sebagai pribadi yang tenang, jernih, dan tidak terjebak dalam obsesi akan pengakuan. Dengan *Gelassenheit*, media sosial dibebaskan dari beban menjadi penentu nilai diri. Media sosial boleh ada, tetapi tidak boleh menguasai. Ia digunakan, tetapi tidak dipuja. Dengan kata lain, kaum muda tidak anti terhadap media masa, tetapi menggunakannya secara kritis.

Keberadaan kaum muda dalam posisi *gelassenheit* menjadi sebuah indikasi positif bahwa mereka sedang berjalan menuju eksistensi dirinya yang otentik (*Dasein*). Mereka sadar bahwa media sosial adalah bagian dari dunia modern yang tak terhindarkan, namun juga menyadari bahwa kedirian mereka lebih dalam daripada persona digital yang mereka bangun. Dalam bahasa Heidegger, kaum muda ditantang untuk tidak membiarkan eksistensinya dikuasai oleh mode pengadaan teknologi—yang memperlakukan segala sesuatu, termasuk diri sendiri, sebagai “stok visual” untuk dikonsumsi. Maka,

⁵⁵ Hieronimus Yoseph Dei Rupa, “Teknologi Modern menurut Martin Heidegger”, in *Meluhurkan Kemanusiaan*, ed. F. Wawan Setyadi (Jakarta: Kompas, 2018), 238.

⁵⁶ Martin Heidegger, “The Question Concerning Technology,” in *Basic Writings*, ed. David Farrell Krell (London: Routledge, 1993), 309.

⁵⁷ Hardiman, *Aku Klik maka Aku Ada*, 178.

⁵⁸ B. Pambudi and R. Puji, “Media Sosial dan Komodifikasi Sosial Anak Muda,” *Jurnal Komunika* 8, no. 2 (2021): 123.

kehadiran di media sosial harus diimbangi dengan keheningan batin, refleksi, dan keberanian untuk menjadi berbeda. Kaum muda perlu belajar untuk tidak selalu membagikan segalanya, tidak selalu tampil sempurna, dan tidak takut untuk tidak terlihat.

3.4 Relevansi atau Implikasi bagi Pendidikan dan Pembinaan Kaum Muda Indonesia

3.4.1 Pemerintah

Pemerintah memiliki peran strategis dalam membentuk arah pembinaan generasi muda. Berdasarkan pemikiran Heidegger, pemerintah perlu, *pertama*, meningkatkan literasi digital eksistensial.⁵⁹ Pemerintah tidak saja berusaha agar kaum muda memiliki kemampuan teknis menggunakan media sosial, tetapi juga kesadaran akan dampaknya terhadap identitas diri dan makna hidup. Pendidikan literasi digital harus mengajak kaum muda untuk mengenali bahaya ketergantungan pada *das Man*, serta membentuk keberanian untuk menjadi pribadi otentik dalam ruang digital. *Kedua*, mengembangkan program pendidikan karakter berbasis refleksi diri. Beberapa hal konkret yang dapat dilakukan melalui pelatihan meditasi, jurnal pribadi, atau diskusi filsafat di sekolah-sekolah. *Ketiga*, mendukung regulasi media yang sehat. Dalam hal ini pemerintah perlu mengurangi atau menekan dominasi algoritma yang mempromosikan konten performatif dan destruktif terhadap jati diri kaum muda, serta menyediakan ruang digital alternatif yang mendorong ekspresi jujur dan otentik.

3.4.2 Lembaga Pendidikan

Institusi pendidikan harus menjadi tempat pembinaan pribadi, bukan hanya tempat transfer pengetahuan.⁶⁰ Implikasinya antara lain: *pertama*, menyediakan ruang reflektif, seperti mata pelajaran atau kegiatan kokurikuler yang mengajak siswa bertanya tentang “Siapa aku?”, “Apa artinya hidup otentik?”, “Apakah aku hidup sebagai diriku sendiri atau hanya mengikuti ‘kata orang’?” Pertanyaan-pertanyaan ini dapat membuka kesadaran akan *Dasein* dan menuntun pada keotentikan. *Kedua*, menumbuhkan keberanian eksistensial dalam pengambilan keputusan, yakni mendorong peserta didik untuk berani menentukan jalan hidup berdasarkan panggilan batin, bukan semata-mata tekanan sosial atau ekspektasi eksternal. Ini dapat diwujudkan lewat program mentoring, diskusi filosofis, dan bimbingan pribadi. *Ketiga*, mendorong gaya hidup *Gelassenheit* terhadap teknologi, yakni penggunaan

⁵⁹ Arnoldus Janssen Dahur dan Heribertus Solosumantoro, "Tantangan dan Penerapan Literasi Digital dalam Pendidikan Transformatif Manusia di Era Post-Truth," *Jurnal Inovasi Pendidikan dan Teknologi Informasi (JIPTI)* 5, no. 2 (2024): 419.

⁶⁰ Jito Subianto, "Peran Keluarga, Sekolah, dan Masyarakat dalam Pembentukan Karakter Berkualitas," *Edukasia: Jurnal Penelitian Pendidikan Islam* 8, no. 2 (2013): 336.

teknologi yang sadar dan bijaksana. Pendidikan tidak boleh terjebak dalam euforia teknologi, melainkan harus mendampingi peserta didik agar tetap jernih, merdeka, dan tidak tergantung pada dunia digital sebagai tolok ukur nilai diri.

3.4.3 Keluarga

Keluarga adalah tempat pertama dan utama di mana jati diri seorang anak mulai terbentuk.⁶¹ Maka, keluarga perlu: *pertama*, menjadi ruang dialog terbuka, tempat kaum muda bisa menyuarkan kecemasan eksistensialnya (*Angst*) dan mendapatkan pendampingan tanpa penghakiman. Orang tua perlu memberi teladan bagaimana menghadapi kehidupan secara reflektif, jujur, dan otentik. *Kedua*, menerapkan pola asuh yang memerdekakan. Hal tersebut dapat diwujudkan dengan tidak menuntut anak untuk menjadi seperti orang lain atau seperti yang diinginkan masyarakat, tetapi mendorong mereka untuk mengenali dan mencintai keunikan dirinya sendiri. *Ketiga*, membatasi eksposur digital dalam keluarga. Cara ini tidak dalam bentuk larangan mutlak, tetapi dalam semangat *Gelassenheit*, yakni mengajarkan cara sehat berinteraksi dengan teknologi. Misalnya, dengan membiasakan waktu tanpa gawai, makan bersama tanpa layar, atau mengisi waktu luang dengan kegiatan yang memperdalam relasi dan jati diri.

Pemikiran Heidegger membuka ruang reflektif yang sangat penting bagi pendidikan dan pembinaan kaum muda Indonesia, khususnya dalam menghadapi realitas digital yang seringkali mengaburkan keotentikan diri. Pemerintah, lembaga pendidikan, dan keluarga harus berkolaborasi membentuk lingkungan yang mendorong keheningan, keberanian eksistensial, dan kesadaran akan eksistensi yang otentik. Dengan demikian, kaum muda tidak hanya hadir di dunia digital, tetapi benar-benar hadir sebagai diri yang otentik dalam dunia yang sedang mereka jalani.

4. Simpulan

Dalam era digital yang ditandai oleh konektivitas konstan, budaya performatif, dan tekanan sosial yang tak terlihat melalui algoritma media sosial, eksistensi kaum muda Indonesia menghadapi tantangan eksistensial yang mendalam. Berdasarkan kerangka pemikiran Martin Heidegger, khususnya konsep *Dasein* dan *das Man*, penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas orang muda hidup dalam mode keberadaan tidak otentik—menyesuaikan diri dengan standar digital yang ditentukan oleh opini publik, viralitas, dan validasi eksternal. Identitas diri dibentuk bukan melalui refleksi

⁶¹ Zubaidah Lubis et al., "Pendidikan Keluarga sebagai Basis Pendidikan Anak," *PEMA* 1, no. 2 (2021): 92.

dan keheningan, melainkan melalui respons terhadap ekspektasi sosial dan visualisasi diri yang terus-menerus di ruang digital.

Namun demikian, Heidegger juga menunjukkan bahwa dari dalam situasi ketidakotentikan ini, *Dasein* tetap memiliki kemungkinan untuk menemukan kembali keberadaannya yang sejati. Melalui pengalaman eksistensial seperti *Angst* (kecemasan), kaum muda dapat mulai menyadari keterlemparan mereka ke dalam dunia digital dan dari sana dipanggil untuk hidup secara otentik—yakni mengambil alih eksistensinya sendiri, membuat keputusan yang berpijak pada pemahaman akan keterbatasan dan kemungkinannya, serta menjauh dari hidup berdasarkan "kata orang" (*das Man*).

Penelitian ini menyimpulkan bahwa menjadi otentik di era digital bukan berarti menolak kehadiran media sosial, melainkan menggunakannya secara sadar dan terbatas. Melalui sikap *Gelassenheit* (kesiapsediaan melepaskan), kaum muda diajak untuk tidak melekat dan tidak dikuasai oleh teknologi. Mereka tetap hadir di media sosial, tetapi tidak menjadikan ruang digital sebagai tolok ukur nilai diri. Dalam hal ini, eksistensi otentik menjadi bentuk kebebasan ontologis yang memungkinkan kaum muda hidup sebagai dirinya sendiri di tengah dominasi sistem teknologis-performatif.

Implikasi dari temuan ini merambah ke tiga ranah penting: pemerintah, lembaga pendidikan, dan keluarga. Pemerintah perlu mendorong literasi digital yang tidak hanya teknis tetapi juga eksistensial; lembaga pendidikan harus menjadi ruang pembentukan pribadi yang reflektif dan berani menentukan arah hidupnya sendiri; sedangkan keluarga harus menjadi ruang dialog dan kebebasan yang mendorong keaslian diri anak. Ketiganya perlu bekerja sama membangun budaya yang tidak hanya mendukung perkembangan intelektual dan sosial, tetapi juga membangkitkan kesadaran akan eksistensi yang otentik dalam diri kaum muda. Dengan demikian, pendidikan dan pembinaan kaum muda Indonesia di era digital tidak berhenti pada adaptasi teknologi, melainkan menjadi jalan menuju kehidupan yang lebih sejati, reflektif, dan bermakna.

5. Kepustakaan

- Altenbernd Johnson, Patricia. *On Heidegger*. California: Wadsworth, 2000.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. "APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang." APJII. February 07, 2024. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>.
- Babtistuta, Gabriel and Surip Stanislaus. "Manusia dan Budaya Internet of Things (IoT): Suatu Interpretasi Eksistensi Manusia berdasarkan

- Perspektif Martin Heidegger di Era Revolusi Industri 4.0.” *Rajawali* (2021): 15–21.
- Chandra, Herwindo. “Makna Hidup Menurut Filsafat Martin Heidegger dalam Terang Karl Rahner.” *Jurnal Filsafat dan Teologi Katolik* 4, no. 2 (2021): 29–39.
- Critchley, Simon and William R. Schroeder, eds. *A Companion to Continental Philosophy*. Malden, MA: Blackwell, 1998.
- Dahur, Arnoldus Janssen and Heribertus Solosumantoro. “Tantangan dan Penerapan Literasi Digital dalam Pendidikan Transformatif Manusia di Era Post-Truth.” *Jurnal Inovasi Pendidikan dan Teknologi Informasi (JIPTI)* 5, no. 2 (2024): 418–430.
- Dei Rupa, Hieronimus Yoseph. “Teknologi Modern menurut Martin Heidegger.” In *Meluhurkan Kemanusiaan*, edited by F. Wawan Setyadi, 235–253. Jakarta: Kompas, 2018.
- Dreyfus, Hubert L. *Being-in-the-World: A Commentary on Heidegger’s Being and Time, Division I*. Cambridge, MA: MIT Press, 1991.
- Dwiangga, Gregorius. “Autentisitas Mahasiswa di Media Sosial dalam Kerangka Pikir Martin Heidegger.” *Sosial Horizon: Jurnal Pendidikan Sosial* 10, no. 1 (2023): 17–29.
- Egan, David. “Das Man and Distantiality in Being and Time.” *Inquiry* 55, no. 3 (2012): 289–306.
- Engkus, Hikmat and Karso Samminurrahmat. “Perilaku Narsis pada Media Sosial di Kalangan Remaja dan Upaya Penanggulangannya.” *Jurnal Penelitian Komunikasi* (2023): 121–134.
- Fakhrurozi, M. Rifqi, and Irma Wawaysadhya. “Eksplorasi Pemikiran Heidegger: Teknologi dan Keterasingan dalam Masyarakat Modern.” *PRAXIS: Jurnal Sains, Teknologi, Masyarakat dan Jejaring* 7, no. 1 (September 2024): 47–59.
- Hardiman, F. Budi. *Aku Klik Maka Aku Ada: Manusia dalam Revolusi Digital*. Yogyakarta: Kanisius, 2021.
- . *Heidegger dan Mistik Keseharian: Suatu Pengantar Menuju Sein und Zeit*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2016.
- . “Filsafat Kematian Heidegger.” *Extension Course Filsafat (ECF)* 2 (2015): 1–5.
- Heidegger, Martin. *Being and Time*. Translated by John Macquarrie and Edward Robinson. Oxford: Blackwell Publishers, 2001.
- . *Sein und Zeit*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1953.
- . “The Question Concerning Technology.” In *Basic Writings*, edited by David Farrell Krell, 308–341. London: Routledge, 1993.
- Horrigan-Kelly, Marcella, Michelle Millar, and Maura Dowling. “Understanding the Key Tenets of Heidegger’s Philosophy for

- Interpretive Phenomenological Research.” *International Journal of Qualitative Methods* 2 (December 2016): 1–8.
- Inwood, Michael. *A Heidegger Dictionary*. Oxford: Blackwell, 1999.
- Lubis, Zubaidah, et al. “Pendidikan Keluarga sebagai Basis Pendidikan Anak.” *PEMA* 1, no. 2 (2021): 92–106.
- Mardina, Riana. “Potensi Digital Natives dalam Representasi Literasi Informasi Multimedia Berbasis Web di Perguruan Tinggi.” *Jurnal Pustakawan Indonesia* 11, no. 1 (2011): 5–14.
- Marino, Gordon. *Basic Writings of Existentialism*. New York: The Modern Library, 2004.
- Melani Nur Cahya, Widia Ningsih, and Ayu Lestari. “Dampak Media Sosial terhadap Kesejahteraan Psikologis Remaja: Tinjauan Pengaruh Penggunaan Media Sosial pada Kecemasan dan Depresi Remaja.” *Jurnal Sosial Teknologi* 3, no. 8 (2023): 704–706.
- Munajah, Mumu, Neneng Gina Agniawati, and Suci Indah Sari. “Globalisasi dan Alienasi: Dampak Media Sosial terhadap Keterasingan Manusia.” *Integritas Terbuka: Peace and Interfaith Studies* 2, no. 1 (2023): 35–46.
- Nugraeni, Amelia. “Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Sosial Anak Muda.” *Jurnal Lancak* (tahun dan volume tidak lengkap): 145.
- Pambudi, B., and R. Puji. “Media Sosial dan Komodifikasi Sosial Anak Muda.” *Jurnal Komunika* 8, no. 2 (2021): 122–132.
- Pasenrigading, Andi Riola, Haerani Nur, and Muhammad Daud. “Pengaruh Media Sosial terhadap Persepsi Diri dan Pembentukan Identitas Remaja.” *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* 2, no. 9 (April 2025): 80.
- Polt, Richard. *Heidegger: An Introduction*. Ithaca, NY: Cornell University Press, 1999.
- Pranata, Wildan Yudha, Tri Ilaina Sa’adah, dan Moktaf Shofi Maulana. “Media Sosial sebagai Platform Digital Pemicu Ketidakstabilan Kecemasan Generasi Z.” In *Prosiding Seminar Nasional Universitas Negeri Surabaya*, 678–689. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya, 2023.
- Riyanto, Armada. “Berfilsafat Being and Time Martin Heidegger: Catatan Sketsa.” *Studia Philosophica et Theologica* 17, no. 1 (2017): 1–33.
- Setya Watie, Errika Dwi. “Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media).” *Jurnal The Messenger* 3, no. 2 (2011): 69–74.
- Subianto, Jito. “Peran Keluarga, Sekolah, dan Masyarakat dalam Pembentukan Karakter Berkualitas.” *Edukasia: Jurnal Penelitian Pendidikan Islam* 8, no. 2 (2013): 321–339.

- Supratman, Lucy Pujasari. "Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 15, no. 1 (2018): 47–60.
- Syahminan, Mhd. "Hermeneutika dalam Perspektif Martin Heidegger." *Jurnal Ushuludin: Jurnal Pemikiran Islam, Kewahyuan, Politik dan Hubungan Antar Agama* 45 (2013): 156–187.
- Wijanarko, Robertus. "Mengkonstruksi Makna Hidup." *Seri Filsafat Teologi* 34, no. 33 (2024): 1–15.