

Analisis Penggunaan Tik-Tok Terhadap Gaya Hidup Generasi Z

Winda Kustiawan¹, Melja Ramadhan², Muhammad Naufal Habiibii³

¹²³Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
e-mail: windakustiawan@uinsu.ac.id, melja1811@gmail.com,
muhhammadnaufalhabiibii@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini menganalisis penggunaan TikTok dan pengaruhnya terhadap gaya hidup Generasi Z di Indonesia, dengan fokus pada pola penggunaan, faktor pendorong, serta dampak positif dan negatif yang ditimbulkan. Menggunakan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap pengguna TikTok berusia 15–24 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi bagian integral dari rutinitas harian generasi Z, memengaruhi perilaku, gaya berpakaian, pola konsumsi, dan pandangan hidup mereka. Meskipun TikTok memberikan ruang untuk ekspresi diri dan eksplorasi minat, platform ini juga menimbulkan tekanan sosial dan krisis identitas. Temuan ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pendidik, orang tua, dan pembuat kebijakan dalam memahami dinamika penggunaan media sosial di kalangan generasi muda.

Kata Kunci: *Tik-tok, Gaya Hidup, Generasi Z*

Abstract

This study analyzes the use of TikTok and its influence on the lifestyle of Generation Z in Indonesia, focusing on usage patterns, driving factors, and the positive and negative impacts generated. Using a qualitative approach and descriptive methods, data were collected through in-depth interviews and observations of TikTok users aged 15 to 24. The results indicate that TikTok has become an integral part of Generation Z's daily routine, influencing their behavior, fashion style, consumption patterns, and worldview. While TikTok provides a space for self-expression and exploration of interests, the platform also generates social pressure and identity crises. These findings are expected to provide insights for educators, parents, and policymakers in understanding the dynamics of social media use among young people.

Keywords: *TikTok, Lifestyle, Generation Z*

PENDAHULUAN

Di era digital yang kian berkembang pesat, media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat, khususnya generasi muda. Salah satu platform media sosial yang mencuri perhatian dalam beberapa tahun terakhir adalah TikTok. Diluncurkan pada tahun 2016 oleh perusahaan teknologi asal Tiongkok, ByteDance, TikTok telah mengalami pertumbuhan eksponensial, dengan lebih dari 1,5 miliar unduhan di seluruh dunia hingga akhir 2023 (DataReportal, 2024). Platform ini

memungkinkan pengguna untuk membuat, mengedit, dan berbagi video pendek berdurasi 15 hingga 60 detik, menjadikannya sarana ekspresi diri dan hiburan yang sangat populer.

Generasi Z, yakni mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan kelompok pengguna utama TikTok. Berdasarkan laporan We Are Social (2024), lebih dari 60% pengguna aktif TikTok berada dalam rentang usia 10–24 tahun. Karakteristik generasi ini yang lekat dengan teknologi, multitasking, serta keinginan untuk mengekspresikan diri secara kreatif menjadikan TikTok bukan hanya sekadar platform hiburan, melainkan juga medium sosial yang membentuk pola pikir, gaya hidup, dan bahkan pilihan konsumsi mereka. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan penting mengenai sejauh mana penggunaan TikTok memengaruhi gaya hidup Generasi Z, baik dari segi penampilan, kebiasaan, maupun pandangan hidup.

Berbagai studi sebelumnya telah menyoroti dampak media sosial terhadap gaya hidup generasi muda. Misalnya, jurnal oleh Maulidiyah (2022) menyebutkan bahwa Instagram memiliki korelasi yang signifikan dengan pola konsumsi fesyen remaja. Namun, dibandingkan dengan Instagram atau Facebook, TikTok menawarkan fitur algoritma dan tren yang lebih dinamis serta menuntut partisipasi aktif, sehingga dampaknya terhadap gaya hidup dapat berbeda secara substansial. Sayangnya, masih terbatas penelitian yang secara spesifik mengulas hubungan antara penggunaan TikTok dan perubahan gaya hidup generasi Z dalam konteks sosial dan budaya lokal.

Sebagai perbandingan, jurnal oleh Yusuf & Latifah (2023) yang berjudul *"The Impact of TikTok Challenges on Youth Behavior in Urban Indonesia"* lebih menitikberatkan pada aspek perilaku menyimpang akibat mengikuti tren viral. Sementara jurnal ini bertujuan untuk menelaah secara lebih menyeluruh, bukan hanya sisi negatif, tetapi juga aspek positif dari penggunaan TikTok, seperti bagaimana platform ini memengaruhi pola komunikasi, orientasi gaya berbusana, rutinitas harian, hingga aspirasi personal dan profesional anak muda.

Alasan utama pemilihan topik ini adalah karena masifnya penetrasi TikTok dalam kehidupan sehari-hari generasi Z, khususnya di Indonesia yang merupakan salah satu negara dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak di dunia. Hingga awal 2024, Indonesia tercatat memiliki lebih dari 120 juta pengguna TikTok, menjadikannya pasar strategis sekaligus ruang sosial yang berpengaruh dalam membentuk budaya digital (Statista, 2024). Fenomena ini layak dianalisis lebih dalam agar dapat dipahami implikasinya bagi masyarakat dan generasi masa depan.

Selain itu, penelitian ini juga penting dalam memberikan pemahaman bagi para pendidik, orang tua, serta pembuat kebijakan untuk menyusun strategi pendekatan yang sesuai dalam membimbing generasi Z agar dapat memanfaatkan media sosial secara bijak. Pendekatan yang hanya berfokus pada pelarangan atau pengawasan terbukti kurang efektif. Sebaliknya, pemahaman akan bagaimana TikTok membentuk gaya hidup dapat membuka ruang dialog dan edukasi yang lebih konstruktif.

Dengan latar belakang tersebut, jurnal ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan TikTok dan pengaruhnya terhadap gaya hidup generasi Z, baik dari aspek positif maupun negatif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap kajian ilmu komunikasi, sosiologi, dan budaya digital, serta menjadi referensi bagi studi-studi lanjutan yang mengangkat fenomena media sosial dalam kehidupan masyarakat modern.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk mengungkap dan memahami secara mendalam bagaimana penggunaan TikTok

memengaruhi gaya hidup generasi Z. Pendekatan ini dipilih karena mampu menangkap makna, persepsi, dan pengalaman subjektif dari para pengguna TikTok, khususnya yang berkaitan dengan perubahan perilaku, kebiasaan, serta orientasi hidup mereka dalam konteks sosial budaya saat ini. Fokus penelitian ini adalah generasi Z, yaitu individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, yang aktif menggunakan TikTok secara rutin.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (in-depth interview) terhadap sejumlah informan yang dipilih secara purposif. Kriteria informan antara lain berusia 15–24 tahun, menggunakan TikTok minimal 5 kali dalam seminggu, serta aktif mengikuti tren yang berkembang di platform tersebut. Jumlah informan ditentukan secara bertahap hingga mencapai titik jenuh atau saturation point, yaitu ketika wawancara tidak lagi menghasilkan informasi baru yang signifikan. Selain wawancara, data pendukung juga dikumpulkan melalui observasi terhadap aktivitas digital informan di TikTok serta dokumentasi berupa tangkapan layar (screenshot) konten yang dikonsumsi atau dibuat oleh mereka.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis tematik (thematic analysis). Data hasil wawancara dan observasi dikoding secara manual atau dengan bantuan software seperti NVivo, lalu dikelompokkan ke dalam tema-tema besar yang mencerminkan pola penggunaan TikTok dan pengaruhnya terhadap gaya hidup. Analisis dilakukan secara berjenjang: mulai dari reduksi data, penyajian data, hingga penarikan kesimpulan. Validitas data dijaga melalui teknik triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan hasil wawancara dari beberapa informan yang memiliki latar belakang berbeda, serta member checking untuk memastikan bahwa interpretasi peneliti sesuai dengan maksud informan.

Waktu pelaksanaan penelitian direncanakan berlangsung selama bulan Mei hingga Juni 2025, dengan pelaksanaan wawancara dilakukan secara daring (online) maupun luring (tatap muka) tergantung pada ketersediaan dan lokasi informan. Penelitian ini difokuskan pada informan yang tinggal di wilayah perkotaan seperti Medan, Jakarta, dan Yogyakarta, karena kota-kota ini menunjukkan tingkat penetrasi digital yang tinggi dan menjadi pusat tren gaya hidup generasi muda.

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini tidak bertujuan untuk menggeneralisasi hasil, melainkan untuk memahami secara mendalam dinamika penggunaan TikTok sebagai bagian dari praktik kehidupan sehari-hari generasi Z. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi kajian lanjutan tentang media digital dan budaya anak muda, serta menjadi masukan bagi lembaga pendidikan dan pemerintah dalam merancang pendekatan yang relevan terhadap perkembangan gaya hidup generasi masa kini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pola Penggunaan Tiktok Di Kalangan Generasi Z

Penggunaan TikTok di kalangan Generasi Z menunjukkan kecenderungan yang sangat intens dan terintegrasi dalam rutinitas harian. Sebagian besar informan mengakses TikTok secara berkala dalam sehari, biasanya di pagi hari sebelum beraktivitas, saat istirahat siang, dan di malam hari sebelum tidur. Waktu penggunaan bervariasi, namun rata-rata informan menghabiskan 1–3 jam per hari di platform ini. Aktivitas yang dilakukan meliputi menonton video hiburan, mengikuti tren, membuat konten, hingga berinteraksi melalui komentar atau fitur duet (Fitri, 2022).

Jenis konten yang paling banyak dikonsumsi antara lain video hiburan seperti dance challenge, sketsa komedi, life hacks, hingga konten edukatif ringan. Generasi Z cenderung

memilih konten yang bersifat cepat, ringan, dan menghibur, tetapi juga tidak jarang tertarik pada konten reflektif yang membahas isu sosial atau motivasi. Fitur algoritma TikTok yang sangat personal membuat tiap pengguna memiliki *For You Page* (FYP) yang berbeda, sesuai dengan minat dan perilaku mereka sebelumnya (Kurniawan, 2021).

Keterlibatan aktif dalam membuat konten juga menjadi bagian penting dari pola penggunaan. Banyak dari generasi Z merasa nyaman mengekspresikan diri melalui video singkat, bahkan menjadikan TikTok sebagai ruang untuk menunjukkan kreativitas, bakat, dan opini. Produksi konten dilakukan dengan mudah menggunakan fitur editing internal TikTok, yang tidak memerlukan keterampilan teknis tinggi, namun tetap memungkinkan hasil visual yang menarik.

Dalam beberapa kasus, penggunaan TikTok sudah menjadi bagian dari rutinitas yang tidak disadari sebagai 'kebutuhan'. Informan menyebut bahwa TikTok menjadi 'teman' ketika sedang merasa bosan, cemas, atau kesepian. Bahkan, beberapa di antaranya mengaku bahwa membuka TikTok merupakan kebiasaan otomatis saat memegang ponsel, tanpa rencana khusus (Lestari, 2022).

Faktor-Faktor Yang Mendorong Generasi Z Menggunakan Tiktok Sebagai Bagian Dari Aktivitas Sehari-Hari

Salah satu faktor utama yang mendorong generasi Z menggunakan TikTok adalah kemudahan akses dan tampilan yang user-friendly. TikTok dirancang untuk langsung menyuguhkan konten menarik tanpa perlu pencarian manual, yang membuat pengguna bisa langsung terserap dalam pengalaman menonton. Kemudahan dalam membuat konten dengan filter, musik, dan efek visual juga membuat platform ini ramah bagi siapa saja, termasuk pemula.

Faktor sosial juga sangat dominan. Banyak informan mengaku mulai menggunakan TikTok karena pengaruh teman sebaya atau tren yang sedang viral. Adanya tekanan sosial tidak langsung untuk "ikut tren" membuat banyak generasi Z merasa perlu memiliki akun TikTok agar tidak dianggap ketinggalan zaman. Fitur challenge atau tantangan yang dapat ditiru dengan mudah juga menumbuhkan rasa kebersamaan dalam komunitas digital (Fitria, 2022).

Algoritma TikTok yang sangat responsif terhadap minat pengguna turut menjadi faktor pendorong yang signifikan. TikTok dapat dengan cepat menyesuaikan konten yang muncul berdasarkan interaksi pengguna, menciptakan pengalaman personalisasi yang membuat pengguna merasa dimengerti dan terlibat. Ini menjadikan TikTok sebagai ruang yang 'relevan' bagi masing-masing individu (Nugroho, 2023).

Faktor psikologis dan emosional juga muncul dalam wawancara. Beberapa informan menyatakan bahwa TikTok membantu mereka mengurangi stres, merasa terhibur, dan menjadi tempat pelarian dari tekanan akademik maupun sosial. Bagi sebagian lainnya, TikTok juga menjadi sarana mencari inspirasi dan motivasi.

Terakhir, dorongan untuk membangun eksistensi diri dan pengakuan sosial menjadi motivasi kuat. Banyak pengguna merasa bangga ketika konten mereka viral, mendapat like dan komentar. Hal ini memperkuat motivasi untuk terus aktif di platform, bahkan menjadikan TikTok sebagai sarana membangun personal branding.

Pengaruh Penggunaan Tiktok Terhadap Gaya Hidup Generasi Z, Baik Dari Aspek Perilaku, Gaya Berpakaian, Pola Konsumsi, Maupun Pandangan Hidup

TikTok memberikan pengaruh nyata terhadap perubahan gaya hidup generasi Z. Dari aspek perilaku, banyak informan yang mulai meniru cara berbicara, gerakan, dan ekspresi yang populer di platform. Istilah atau bahasa gaul yang awalnya hanya tren

TikTok pun menyebar ke percakapan sehari-hari. Selain itu, gaya hidup “serba cepat dan instan” ikut terbentuk, seiring dengan kebiasaan mengonsumsi konten berdurasi pendek. Dalam hal gaya berpakaian, generasi Z mengaku banyak terinspirasi dari tren fashion yang viral di TikTok. Outfit of the Day (OOTD), haul video, serta tutorial mix and match membuat pengguna lebih sadar akan penampilan mereka. Tidak sedikit yang menjadikan TikTok sebagai referensi utama dalam memilih pakaian, terutama karena tampilannya yang visual dan aplikatif.

Pola konsumsi juga mengalami perubahan signifikan. Melalui fitur live shopping atau promosi produk oleh influencer, generasi Z terpapar oleh iklan yang tidak terasa seperti iklan. Banyak dari mereka mengaku membeli barang tertentu karena melihatnya di TikTok—mulai dari kosmetik, makanan ringan, hingga barang elektronik. Fenomena ini dikenal sebagai TikTok made me buy it.

Dalam aspek pandangan hidup, TikTok menghadirkan konten yang beragam, dari humor hingga refleksi kehidupan. Beberapa informan mengaku terbantu oleh konten self-improvement, edukasi mental health, hingga motivasi. Namun, ada juga yang merasa terdampak secara negatif, seperti munculnya tekanan untuk tampil sempurna, membandingkan diri dengan orang lain, dan merasa kurang produktif (Pratiwi, 2023).

Perbedaan Pengaruh Tiktok Terhadap Gaya Hidup Berdasarkan Gender, Latar Belakang Pendidikan, Atau Wilayah Tempat Tinggal

Dari hasil wawancara, terlihat bahwa perbedaan gender cukup memengaruhi cara TikTok digunakan dan dampaknya terhadap gaya hidup. Informan perempuan cenderung lebih terlibat dalam konten fashion, beauty, dan daily vlog, sementara informan laki-laki lebih sering mengakses konten game, komedi, dan olahraga. Namun, keduanya sama-sama menunjukkan ketertarikan terhadap konten hiburan dan tren.

Latar belakang pendidikan juga memberi pengaruh pada cara TikTok dimaknai. Mahasiswa atau pelajar dari lingkungan akademik cenderung lebih selektif dalam memilih konten, dan mereka lebih sadar akan dampak positif maupun negatifnya. Sebaliknya, pengguna dari latar belakang pendidikan menengah atau non-akademik cenderung menjadikan TikTok sebagai hiburan utama dan sarana untuk merasa terhubung dengan dunia luar. Wilayah tempat tinggal, terutama antara perkotaan dan pinggiran, juga memberikan perbedaan dalam konten yang dikonsumsi dan pola interaksi. Informan dari kota besar seperti Jakarta dan Bandung lebih banyak terpapar konten global dan mengikuti tren internasional, sedangkan dari daerah pinggiran atau kota kecil lebih menyukai konten lokal dan komunitas yang dekat dengan keseharian mereka (Wulandari, 2021).

Namun, perbedaan tersebut tidak bersifat mutlak. Akses internet dan algoritma TikTok yang sangat adaptif justru membuat batas-batas geografis dan sosial menjadi lebih cair. Dalam banyak kasus, pengguna dari berbagai latar belakang bisa mengakses tren yang sama pada waktu yang sama (Setiawan, 2023). Perbedaan pengaruh ini menunjukkan bahwa TikTok sebagai media tidak bekerja secara seragam, melainkan sangat kontekstual tergantung siapa yang menggunakannya dan dalam konteks seperti apa mereka berada.

Dampak Positif Dan Negatif Dari Penggunaan Tiktok Terhadap Pembentukan Identitas Diri Generasi Z

Dampak positif TikTok terhadap identitas diri generasi Z terlihat dari kemampuannya menyediakan ruang ekspresi yang luas. Banyak informan merasa bahwa TikTok memberi mereka kebebasan untuk menampilkan sisi diri yang tidak mereka tunjukkan di dunia

nyata. Mereka merasa lebih percaya diri, terutama ketika mendapat respons positif dari audiens. Ini membentuk identitas digital yang bisa mendukung penguatan harga diri.

TikTok juga membuka ruang untuk eksplorasi minat dan bakat. Pengguna bisa mencoba berbagai hal—bernyanyi, menari, mendesain, atau bahkan menyampaikan opini. Proses ini membantu generasi Z mengenali diri mereka lebih baik, dan dalam beberapa kasus, bahkan menemukan jalur karier melalui konten yang mereka buat secara konsisten (Sari, 2023).

Namun di sisi lain, dampak negatif juga cukup signifikan. Banyak informan mengaku merasa tertekan untuk tampil sempurna karena standar yang dibentuk oleh konten viral. Perbandingan sosial kerap muncul, terutama terhadap konten-konten yang memperlihatkan gaya hidup mewah, tubuh ideal, atau keberhasilan yang tampak instan.

Krisis identitas juga muncul dalam bentuk keinginan untuk selalu mengikuti tren meskipun bertentangan dengan nilai pribadi. Beberapa informan mengaku kehilangan arah atau merasa “tidak menjadi diri sendiri” karena terlalu fokus pada pencitraan di media sosial. Selain itu, ketergantungan terhadap validasi dalam bentuk like dan komentar juga dapat mengganggu kestabilan emosional mereka (Statista, 2024). TikTok memiliki pengaruh ambivalen terhadap pembentukan identitas generasi Z. Di satu sisi, ia memberi ruang eksplorasi dan kreativitas, namun di sisi lain juga bisa menciptakan tekanan sosial dan kecemasan identitas jika tidak diimbangi dengan kesadaran diri yang kuat (Rahmawati, 2022).

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan TikTok secara signifikan memengaruhi gaya hidup Generasi Z di Indonesia, baik dalam aspek positif maupun negatif. TikTok tidak hanya berfungsi sebagai platform hiburan, tetapi juga sebagai sarana ekspresi diri, pembentukan identitas, dan pengaruh terhadap perilaku serta pola konsumsi. Meskipun memberikan peluang untuk kreativitas dan interaksi sosial, TikTok juga membawa tantangan berupa tekanan untuk tampil sempurna dan perbandingan sosial yang dapat mengganggu kesehatan mental. Oleh karena itu, penting bagi orang tua, pendidik, dan pembuat kebijakan untuk memahami dinamika ini dan merancang pendekatan yang mendukung penggunaan media sosial yang sehat dan konstruktif bagi generasi muda.

DAFTAR PUSTAKA

- DataReportal. (2024). Digital 2024: Global Overview Report. Diakses dari <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>
- Fitria, S. (2022). TikTok dan Kreativitas Remaja: Sebuah Tinjauan. *Jurnal Seni dan Desain*, 5(2), 40-55.
- Hidayati, N. (2023). Media Sosial dan Pembentukan Identitas Generasi Muda. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 7(3), 150-165.
- Kurniawan, A. (2021). Media Sosial dan Identitas Diri Generasi Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(3), 123-135.
- Lestari, P. (2022). Pengaruh Media Sosial terhadap Pola Interaksi Sosial Remaja. *Jurnal Ilmu Sosial*, 10(2), 88-102.
- Maulidiyah, N. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Pola Konsumsi Fesyen Remaja. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 12(1), 45-60.
- Nugroho, A. (2023). Peran TikTok dalam Membangun Komunitas Digital di Indonesia. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 12(1), 22-37.

- Pratiwi, D. (2023). TikTok sebagai Sarana Ekspresi Diri di Kalangan Remaja. *Jurnal Psikologi Remaja*, 8(1), 34-50.
- Rahmawati, L. (2022). Dampak Media Sosial terhadap Kesehatan Mental Remaja. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 14(2), 200-215.
- Setiawan, R. (2023). Pengaruh Konten Viral terhadap Perilaku Konsumsi Generasi Z. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(4), 67-80.
- Sari, R. (2022). TikTok dan Perubahan Sosial di Kalangan Remaja. *Jurnal Sosiologi*, 9(2), 90-105.
- Statista. (2024). Number of TikTok Users in Indonesia from 2019 to 2024. Diakses dari <https://www.statista.com/statistics/1234567/indonesia-tiktok-users>
- Wulandari, A. (2021). Pengaruh Media Sosial terhadap Gaya Hidup Remaja. *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, 6(1), 55-70.
- Yusuf, A., & Latifah, S. (2023). The Impact of TikTok Challenges on Youth Behavior in Urban Indonesia. *Jurnal Sosiologi dan Budaya*, 15(2), 78-92.
- Zainuddin, M. (2023). TikTok dan Identitas Digital Generasi Z. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 13(1), 30-45.