

SKRIPSI

**KAJIAN VIDEO TIKTOK AKUN @FUJIIAN TERHADAP
PEMBENTUKAN KALCER GAYA HIDUP DAN EKSPRESI DIRI DI
KALANGAN GENERASI Z (STUDI POSTINGAN VIDEO TREN)**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)



Disusun Oleh :

Nama : Muhammad Nuruzati Febrian

NIM : 24055719

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI YOGYAKARTA**

2024/2025

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**KAJIAN VIDEO TIKTOK AKUN @FUJIIAN TERHADAP
PEMBENTUKAN KALCER GAYA HIDUP DAN EKSPRESI DIRI DI
KALANGAN GENERASI Z (STUDI POSTINGAN VIDEO TREN)**
Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

DISUSUN OLEH:
Muhammad Nuruzati Febrian
NIM : 24055719



Di Setujui Oleh :
Dosen pembimbing

STIKOM
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI
YOGYAKARTA

Karina Rima Melati, M.Hum
NIDN : 0530098201

**PROGRAM STUDI SI ILMU KOMUNIKASI
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI YOGYAKARTA**

2024/2025

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

KAJIAN VIDEO TIKTOK AKUN @FUJIIAN TERHADAP
PEMBENTUKAN KALCER GAYA HIDUP DAN EKSPRESI DIRI DI
KALANGAN GENERASI Z (STUDI POSTINGAN VIDEO TREN)

YANG DISIAPKAN DAN DI SUSUN OLEH:

MUHAMMAD NURUZATI FEBRIAN

NIM : 24055719

Telah di ujikan dan di sahkan oleh tim penguji Sidang Skripsi
Program Studi S1 Ilmu Komunikasi STIKOM Yogyakarta
pada Rabu 27 Agustus 2025

Tim Dosen Penguji

Tanda Tangan

1. Karina Rima Melati, M.Hum
NIDN : 0530098201

2. Dr. Ahmad Muntaha, M.Si
NIDN : 0527056401

3. Hardoyo, S.Sos,MA
NIDN : 0516047201

Mengetahui

Ketua STIKOM Yogyakarta



Hardoyo, S.SoS, MA
NIDN : 0516047201

Mengesahkan

Kaprodi S1 Ilmu Komunikasi

Dr. Ahmad Muntaha, M.Si
NIDN : 0527056401

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

KAJIAN VIDEO TIKTOK AKUN @FUJIIAN TERHADAP
PEMBENTUKAN KALCER GAYA HIDUP DAN EKSPRESI DIRI DI
KALANGAN GENERASI Z (STUDI POSTINGAN VIDEO TREN)

YANG DISIAPKAN DAN DI SUSUN OLEH:

MUHAMMAD NURUZATI FEBRIAN

NIM : 24055719

Telah di ujikan dan di sahkan oleh tim penguji Sidang Skripsi
Program Studi S1 Ilmu Komunikasi STIKOM Yogyakarta
pada Rabu 27 Agustus 2025

Tim Dosen Penguji

Tanda Tangan

1. Karina Rima Melati, M.Hum
NIDN : 0530098201

2. Dr. Ahmad Muntaha, M.Si
NIDN : 0527056401

3. Hardoyo, S.Sos,MA
NIDN : 0516047201

Mengetahui
Ketua STIKOM Yogyakarta



Hardoyo, S. SoS, MA
NIDN : 0516047201

Mengesahkan
Kaprosdi S1 Ilmu Komunikasi

Dr. Ahmad Muntaha, M.Si
NIDN : 0527056401

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Nuruzati Febrian

NIM : 24055719

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa proposal skripsi saya yang berjudul "KAJIAN VIDEO TIKTOK AKUN @FUJIIAN TERHADAP PEMBENTUKAN KALCER GAYA HIDUP DAN EKSPRESI DIRI DI KALANGAN GENERASI Z (STUDI POSTINGAN VIDEO TREN)" sepenuhnya merupakan hasil karya saya sendiri. referensi yang diambil dari penulis lain sudah dicantumkan dalam teks dan terdapat dalam daftar pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti atau bisa dibuktikan bahwa penelitian ini adalah hasil plagiat (copy paste), saya siap menerima sanksi dan konsekuensinya.

Yogyakarta, 15 September 2025



Muhammad Nuruzati Febrian
24055719

HALAMAN MOTTO

“Keberuntungan Mengikuti Pikiran”

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji dampak video TikTok terhadap perubahan, Gaya hidup serta cara mengekspresikan diri di kalangan kaum muda Generasi Z. TikTok telah menjadi platform dominan yang memengaruhi cara Gen Z berinteraksi, mengonsumsi informasi, dan membentuk identitas mereka. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis bagaimana paparan terhadap konten TikTok memengaruhi aspek-aspek kunci dalam kehidupan Gen Z, termasuk tren budaya, kebiasaan sehari-hari, serta cara mereka mengekspresikan individualitas. Metode penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif yang melibatkan pengumpulan data melalui wawancara secara mendalam dan pengamatan partisipatif Generasi Z yang aktif menggunakan TikTok berusia 15-24 tahun. TikTok berkontribusi pada percepatan tren dan adopsi gaya hidup yang baru, seperti tren mode, kuliner, dan hiburan, yang seringkali bersifat viral dan cepat berganti. Selain itu, TikTok juga memfasilitasi eksplorasi dan pengembangan ekspresi diri melalui berbagai format konten kreatif, memungkinkan Gen Z untuk menampilkan kepribadian, minat, dan identitas mereka secara lebih terbuka. Namun, di sisi lain, ditemukan pula potensi tekanan sosial dan perbandingan diri akibat paparan terhadap standar ideal yang seringkali ditampilkan di platform ini. Implikasi dari penelitian ini menyoroti pentingnya literasi media digital bagi Gen Z untuk menyaring informasi dan menjaga kesehatan mental di tengah arus informasi yang tak terbatas.

Kata Kunci : Gaya Hidup, TikTok, Generasi Z, Budaya, Perubahan kultur, Ekspresi Diri

ABSTRACT

This study examines the impact of TikTok videos on change, lifestyle, and self-expression among Generation Z. TikTok has become a dominant platform that influences how Gen Z interacts, consumes information, and shapes their identity. The purpose of this study is to analyze how exposure to TikTok content affects key aspects of Gen Z's lives, including cultural trends, daily habits, and how they express their individuality. The research method employs a qualitative approach, with data collection through in-depth interviews and participatory observation of active TikTok users aged 15–24. TikTok contributes to the acceleration of trends and the adoption of new lifestyles, such as fashion, culinary, and entertainment trends, which are often viral and rapidly changing. Additionally, TikTok facilitates the exploration and development of self-expression through various creative content formats, enabling Gen Z to showcase their personality, interests, and identity more openly. However, on the other hand, there is also the potential for social pressure and self-comparison due to exposure to ideal standards often displayed on this platform. The implications of this research highlight the importance of digital media literacy for Gen Z to filter information and maintain mental health amid an endless flow of information.

Keywords: Lifestyle, TikTok, Generaion Z, Culture, Cultural Change, Self-Expression

KATA PENGANTAR

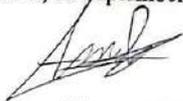
Saya mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas semua berkat dan anugerah-Nya, yang telah membantu saya untuk menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“KAJIAN VIDEO TIKTOK AKUN @FUJIIAN TERHADAP PEMBENTUKAN KALCER GAYA HIDUP DAN EKSPRESI DIRI DI KALANGAN GENERASI Z (STUDI POSTINGAN VIDEO TREN)”** Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana di Program Studi Ilmu Komunikasi, di Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun laporan ini, penulis tidak bisa lepas dari bantuan banyak pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua saya yang telah membesarkan, merawat, mendidik dengan berbagai usaha serta mendoakan dan memotivasi saya selama ini utamanya dalam menyelesaikan perkuliahan.
2. Ibu Karina Rima Melati, M.Hum selaku dosen pembimbing dalam penyusunan laporan ini, yang selalu memberi masukan agar terselesaikan laporan ini
3. Larasati Setyoningsih kekasih saya yang selalu memberikan semangat dan dukungan, yang luar biasa sepanjang perjalanan penyusunan Skripsi.
4. Seluruh staff akademik dan keamanan yang membantu dalam penyelesaian berkas.
5. Seluruh pihak yang turut membantu dalam tugas akhir ini

Penulis merasa bahwa dalam membuat Skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis bersedia menerima kritik dan saran dari berbagai sumber, baik melalui media sosial maupun secara langsung.

Yogyakarta, 15 September 2025


Muhammad Nuruzati Febrian
24055719

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	iii
HALAMAN MOTTO	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Pemetaan Penelitian Terdahulu.....	6
B. Landasan Teori.....	19
B.1. Teori Media Sosial	19
B.2. Teori Gaya Hidup.....	20
B.3. Teori Difusi Inovasi	20
B.4. Teori Interaksi Sosial.....	21
C. Kebaharuan Novelty Penelitian.....	21
D. Kerangka Berfikir Penelitian	23
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	26
B. Subjek dan Objek Penelitian	26
C. Narasumber dan Pertimbangan Penelitian	27

D. Teknik Pengumpulan Data.....	27
E. Sumber Data.....	28
F. Teknik Analisis Data.....	29
G. Jadwal Penelitian.....	32
BAB 1V HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Objek.....	33
A.1 Jumlah Pengguna Aplikasi TikTok Di Indonesia	36
A.2 Persentase Pengguna TikTok Di Indonesia Menurut Usia.....	38
B. Deskripsi TikTok Fujiiian	39
B.1 Perubahan Preferensi Platform Hiburan	42
B.2 Tren Konsumsi Konten Instan dan Interaktif	43
B.3 Fomo dan Konsumsi Hiburan Berbasis Tren.....	43
B.4 Pengaruh Pada Pola Interaksi	44
C. Analisis dan Pembahasan.....	45
C.1 Efek Akun TikTok Fujiiian Pada Pembentukan Gaya Hidup Gen Z.	47
C.2 FOMO	57
C.3 Efek Akun TikTok Fujiiian Pembentukan Ekpresif dan Kreatif	76
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	91
B. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN PERTANYAAN NARASUMBER	101
BUKTI DOKUMENTASI	110

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Pemetaan Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 2 Jadwal Penelitian.....	32
Tabel 3 Transkrip Pertanyaan Narasumber	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Akun TikTok @fujiiian	2
Gambar 2 Akun TikTok @jvke.....	3
Gambar 3 Kerangka Berpikir	23
Gambar 4 Jumlah Pengguna Aplikasi TikTok	36
Gambar 5 Persentase Pengguna TikTok menurut Usia	38
Gambar 6 Akun TikTok Fujiiian	41
Gambar 7 Video Fuji Main Bowling	60
Gambar 8 Bukti Rating dan Penjualan.....	61
Gambar 9 Bukti Komentar yang Positif Setelah membeli barang	61
Gambar 10 Bukti Orang yang memakai Celana Jeans Viral.....	63
Gambar 11 Orang yang Memakai Celana Jeans Viral.....	63
Gambar 12 Bukti Yang membeli celana Jeans yang viral	64
Gambar 13 Tren Croprop dan Jeans Fuji	66
Gambar 14 Contoh celana di Jeans dan rating Toko	67
Gambar 15 Bukti Komentar yang Positif setelah membeli.....	67
Gambar 16 Orang yang menspill Barang tersebut.....	69
Gambar 17 Orang yang menspill barang tersebut	69
Gambar 18 Orang yang menspill barang tersebut	70
Gambar 19 Orang yang Menspill barang tersebut	70
Gambar 20 Tren transformasi Makeup Fuji.....	81
Gambar 21 Bukti Wawancara dengan narasumber	111

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Melalui konten-konten video beragam, termasuk joget, tantangan, dan gaya hidup kekinian, Tiktok tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga memengaruhi pola konsumsi, gaya berpakaian, dan cara berkomunikasi anak muda. Salah satu platform yang paling mencolok dalam beberapa tahun belakangan ini adalah TikTok, yang sejak diluncurkan pada tahun 2016 oleh ByteDance yang awalnya dikenal sebagai Douyin. Pada Agustus 2018, ByteDance mengakuisisi Musical.ly platform terbagi video music populer di Amerika Serikat. Kemudian, Musical.ly diintegrasikan ke dalam TikTok dan pada October 2018, TikTok resmi diluncurkan di pasar Internasional. Peluncuran TikTok di luar China telah membawa popularitas dan pertumbuhan yang luar biasa, terutama dikalangan generasi muda saat ini.

Sejak awal diluncurkan TikTok telah mengalami pertumbuhan eksponensial dan menjadi fenomena global, terutama di kalangan Generasi Z. TikTok menawarkan kemudahan akses, tampilan *user-friendly*, serta fitur kreatif seperti filter music dan efek visual yang memungkinkan penggunanya mengekspresikan diri secara bebas dan kreatif. Generasi Z, merupakan kelompok demografi yang paling terpengaruh oleh fenomena TikTok. Mereka adalah *digital native* yang fasih teknologi, cenderung ekspresif, dan mencari platform untuk mengeksplorasi identitas serta terhubung dengan komunitas yang memiliki minat serupa. Bagi Generasi Z, TikTok tidak hanya sekadar aplikasi hiburan, melainkan telah menjadi ruang esensial untuk sosialisasi, pembelajaran, dan yang terpenting, ekspresi diri.

Budaya TikTok, atau yang akhir akhir ini sering disebut adalah kalcer yang merupakan singkatan dari “*culture*”, tidak diciptakan oleh satu orang tertentu, melainkan muncul secara bersamaan di kalangan anak muda, khususnya Generasi Z, dan menjadi populer melalui media sosial, termasuk TikTok. Istilah tersebut telah membentuk tren baru dalam gaya hidup dan ekspresi diri di generasi Z. Melalui konten video singkat, fitur musik yang ekstensif, serta beragam efek visual dan

audio, berhasil menarik perhatian miliaran pengguna di seluruh dunia. Keberhasilannya ini tidak hanya terletak pada kemudahan penggunaan, tetapi juga pada kemampuannya menciptakan budaya atau "kalcer" unik yang didorong oleh tren viral, tantangan kreatif (*challenges*), dan sound *catchy* yang sangat mudah dinikmati. "Kalcer" ini mencakup berbagai aspek, mulai dari gaya berpakaian, *vocabulary* kosakata yang baru, hingga jenis hiburan dan interaksi sosial yang dominan di platform tersebut.

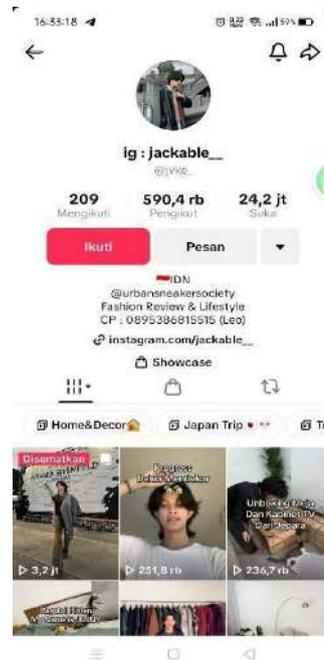
Akun TikTok yang bernama @Fujiiian yang dikenal oleh banyak orang sebagai selebgram sering membuat konten berupa prilaku yang menciptakan tren-tren terbaru seperti jedag-jedug maupun jogetannya.



Gambar 1 Akun TikTok Fuji Sumber : Pribadi

Begitu juga akun TikTok dengan nama @jvke dikenal oleh banyak orang melalui konten-kontennya yang membahas review *fashion* dan *lifestyle*. Dalam setiap unggahannya, @jvke kerap memberikan referensi seputar gaya berpakaian serta gaya hidup yang identik dengan budaya kalcer. Tak jarang, video-video yang diunggahnya mengundang pertanyaan dari para penonton terkait outfit atau fashion kalcer yang ia kenakan. Hal ini membuat akun @jvke menjadi sumber inspirasi bagi banyak orang untuk meniru gaya fashion yang ditampilkannya. Dengan

demikian, setiap video yang diunggah oleh @jvke memberikan pengaruh signifikan terhadap para viewers dalam memilih dan mengekspresikan outfit atau fashion kalcer dalam kehidupan sehari-hari.



Gambar 2 Akun TikTok Jvke sumber Pribadi

Namun, di balik kebebasan berekspresi yang ditawarkan, muncul pula tantangan seperti tekanan sosial untuk selalu mengikuti tren, krisis identitas, hingga pergeseran nilai-nilai budaya lokal. Generasi Z kerap merasa perlu untuk terus aktif agar tidak dianggap “*kudet*” (kurang update) atau SMO (*scary of missing out*), sehingga batas antara menjadi diri sendiri dan mengikuti arus menjadi semakin kabur. Selain itu, algoritma TikTok yang sangat responsif terhadap minat pengguna menciptakan pengalaman personalisasi yang membuat pengguna semakin terikat dan sulit lepas dari platform ini

Hal ini menarik untuk dikaji lebih dalam, mengingat perubahan gaya hidup dan pola ekspresi diri Generasi Z sangat dipengaruhi oleh budaya digital yang berkembang di TikTok. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai dinamika perubahan sosial, budaya, dan psikologis yang terjadi di kalangan Generasi Z karena pembentukan video TikTok. Selain itu Penelitian ini

diharapkan dapat dijadikan acuan bagi guru, orang tua, serta pembuat kebijakan untuk memahami permasalahan dan kesempatan yang ada di era digital saat ini.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah **Bagaimana Kajian Video Tiktok Akun @Fujiiian Terhadap Pembentukan Kalcer Gaya Hidup dan Ekspresi Diri Di Kalangan Generasi Z?** Untuk menjawab pertanyaan tersebut, akan diperjelas dengan menjawab hal-hal sebagai berikut:

- Bagaimana video akun TikTok @Fujiiian membentuk kalcer gaya hidup dan ekspresi diri Generasi Z?
- Bagaimana video-video dari akun @Fujiiian membentuk atau mempengaruhi ekspresi diri Generasi Z?

C. Tujuan Penelitian

Dari judul diatas maka tujuan penelitian ini meliputi :

- Mengkaji dampak positif dan negatif dari budaya kalcer TikTok terhadap aspek sosial, psikologis, dan nilai-nilai budaya di kalangan Generasi Z
- Mengkaji konten video TikTok akun @Fujiiian membentuk kalcer gaya hidup dan ekspresi diri Gen Z

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat, baik langsung maupun tidak langsung. Berikut ini adalah manfaat yang diperoleh dari penelitian ini:

a) Manfaat untuk Aspek Sosial

- Memberikan pemahaman tentang bagaimana budaya TikTok membentuk interaksi sosial dan pola komunikasi di kalangan Generasi Z.

- Membantu masyarakat dan pemangku kepentingan dalam mengenali perubahan dinamika sosial yang dipicu oleh tren digital, sehingga dapat mengantisipasi dampak negatifnya.
- Menjadi referensi bagi orang tua, pendidik, dan komunitas dalam mendampingi Generasi Z agar dapat menggunakan media sosial secara bijak dan produktif.

b) Manfaat untuk Aspek Psikologis

- Menyediakan wawasan tentang pengaruh budaya kalcer TikTok terhadap kesehatan mental dan perkembangan kepercayaan diri Generasi Z.
- Membantu psikolog, konselor, dan tenaga profesional kesehatan mental dalam merancang intervensi yang tepat untuk mengatasi tekanan sosial dan stres yang muncul akibat pengaruh media sosial.
- Mendorong kesadaran akan pentingnya keseimbangan antara penggunaan media sosial dan kesehatan psikologis bagi generasi muda.

c) Manfaat untuk Aspek Nilai Budaya

- Menggali bagaimana budaya lokal dan nilai-nilai tradisional berinteraksi dan bertransformasi dalam konteks budaya digital yang dibawa oleh TikTok.
- Menjadi bahan kajian untuk memahami proses akulturasi budaya dan pembentukan identitas baru di era media sosial.
- Memberikan gambaran tentang bagaimana tren dan ekspresi diri di TikTok dapat mempengaruhi pelestarian maupun perubahan nilai-nilai budaya di kalangan Gen Z

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Pemetaan Penelitian Terdahulu

Dalam membedakan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, penulis melakukan analisis penelitian terdahulu sebagai kerangka acuan dalam menjalankan penelitiannya. Dalam menggali metode dan hasil penelitian, peneliti juga menggunakan tinjauan literatur yang sudah ada sebagai landasan dalam langkah menuliskan penelitiannya. Berikut adalah sepuluh contoh penelitian terdahulu yang menjadi dasar penelitian ini:

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti Tahun	Isi Variabel yang diteliti	Metode Pengumpulan Data	Kesimpulan	Perbedaan
1	Tiktok dan Konsumerisme Digital: Studi Perilaku Belanja Fashion Generasi Z https://jurnal.usp.ac.id/index.php/profession-al-bussiness-journal/id/article/view/199/142	Profesional Business Journal (PBJ) Muhammad Khoirurroziqin (2024)	Hubungan antara penggunaan media sosial TikTok dengan keputusan pembelian produk fashion online di kalangan Generasi Z bisa dijelaskan melalui konsep komunikasi pemasaran digital yang interaktif dan melibatkan pengguna. TikTok memberi ruang bagi merek untuk berinteraksi langsung dengan konsumen	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif eksploratif. Pendekatan eksploratif ini dipilih karena dapat menggali data yang bersifat dinamis dan tidak terstruktur, terutama dalam konteks dunia digital yang terus berkembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap cara Gen Z membentuk persepsi mereka, memahami konten promosi, serta	Hiburan yang menarik sekaligus menjadi platform pemasaran digital yang sangat efektif dalam membentuk pola belanja Generasi Z. Dalam konteks praktisnya, para pelaku bisnis di bidang fashion online disarankan merancang strategi promosi yang relevan dan tepat sasaran, terutama di platform media sosial berbasis video pendek seperti TikTok. Terkait Apa variabel utama yang diteliti dalam studi pengaruh	Penelitian yang sedang diteliti peneliti yaitu membahas pada dampak video TikTok terhadap perubahan budaya (kalcer) gaya hidup dan ekspresi diri Generasi Z. Penelitian ini cenderung melihat aspek transformasi nilai, norma, perilaku sosial, dan cara Gen Z

			<p>melalui video pendek yang informatif dan menyenangkan. Fitur seperti For You Page (FYP), belanja langsung, serta ulasan dari influencer membantu produk fashion mendapat eksposur berulang. Hal ini membentuk minat, meningkatkan kepercayaan, dan akhirnya mempengaruhi keputusan seseorang untuk membeli produk tersebut .</p>	<p>bagaimana hal itu mempengaruhi keinginan dan tindakan mereka dalam melakukan pembelian. Data yang dikumpulkan menggunakan tiga metode utama, yaitu wawancara mendalam, observasi partisipan, dan dokumentasi konten digital. Kriteria demografi yang digunakan adalah usia 18 hingga 25 tahun baik pria maupun wanita.</p>	<p>TikTok terhadap belanja fashion Gen Z Metode pengumpulan data apa yang digunakan untuk analisis perilaku belanja di TikTok Bagaimana kesimpulan dari penelitian ini menjelaskan pengaruh konten kreatif dan influencer marketing Apakah ada faktor psikologis seperti FOMO yang mempengaruhi keputusan pembelian saya menurut studi ini Bagaimana hasil penelitian ini dapat membantu saya dalam merancang strategi promosi di TikTok</p>	<p>mengekspresikan identitas melalui konten TikTok,</p>
2	<p>Flexing dan Personal Branding: Konten Analisis Sosial Media Generasi Z di Indonesia https://jurnal.uns.ac.id/jas/article/view/74152</p>	<p>Jurnal Analisis Sosiologi Ai Nurul Fahmi, Siti Komariah, Puspita Wulandari (2024)</p>	<p>Mengidentifikasi pola perilaku Generasi Z dalam berinteraksi di media sosial melalui konten kontennya</p>	<p>Kualitatif dengan desain etnografi virtual. Mengamati konten dan interaksi pada akun media sosial influencer Generasi Z (Instagram, TikTok, YouTube) serta Twitter</p>	<p>Pola tingkah laku Generasi Z dalam menampilkan diri atau membangun citra pribadi di media sosial sangat jelas terlihat melalui penggunaan simbol-simbol yang menunjukkan kekayaan, pencapaian, penampilan, serta hubungan. Hal ini membentuk standar kehidupan baru di dunia media sosial .</p>	<p>Penelitian yang sedang diteliti peneliti yaitu membahas pada dampak video TikTok terhadap perubahan budaya (kalcer) gaya hidup dan ekspresi diri Generasi Z. Penelitian ini cenderung melihat aspek</p>

						transformasi nilai, norma, perilaku sosial, dan cara Gen Z mengekspresikan identitas melalui konten TikTok,
3	Hiperrealitas dan Perubahan Gaya Komunikasi Gen Z pada TikTok https://jiip.stki.pyapisdompuc.ac.id/jiip/index.php/JIIP/article/view/5085	JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan) Irizfa Deviona, Syifa Syarifah Alamiyah (2024)	Perubahan cara berbicara dalam kehidupan sehari-hari terjadi karena orang menggunakan kata-kata santai dan tindakan meniru. khas TikTok (misal: mengacungkan jempol dan kelingking untuk “keren”, penggunaan kata “anjay”, “anjir”, “rilcuy”, dan gestur meniru tren TikTok) dalam interaksi sehari-hari	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Untuk mengumpulkan data, peneliti melakukan wawancara mendalam yang melibatkan 5 informan. Informan tersebut adalah mahasiswa generasi Z yang tinggal di Surabaya.. dan Observasi Mengamati perilaku komunikasi para informan dalam kehidupan sehari-hari.	Gen Z cenderung menyesuaikan gaya komunikasi mereka sesuai tren viral TikTok, baik untuk membangun citra diri di media sosial maupun dalam interaksi sehari-hari. Perubahan ini tampak pada penggunaan istilah gaul, gestur tubuh, hingga ekspresi yang awalnya hanya populer di TikTok namun kini dibawa ke kehidupan nyata	Penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu memiliki cakupan yang lebih luas. Penelitian ini tidak hanya membahas komunikasi, tetapi juga menyoroti bagaimana video TikTok memengaruhi budaya populer (kalcer), gaya hidup (misal, tren konsumsi, fashion, aktivitas), serta ekspresi diri Gen Z secara umum.
4	Dampak Tiktok Terhadap Gaya	Student ScientiBic	Dampak Positif Tiktok menjadi wadah ekspresi	Jenis penelitian dengan menggunakan metode kualitatif studi litelatur	TikTok memberikan dampak signifikan terhadap gaya hidup remaja	Penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu

	Hidup Remaja Perempuan https://journal.amikveteran.ac.id/index.php/sscj/article/view/1681	Creativity Journal (SSCJ) Risky Azizah, Revina Sinta Ananda, Revina Sinta Ananda (2023)	keaktivitas (menari/berjoget menyanyi, membuat konten unik). Namun dampak negatifnya adalah Tekanan psikologis, seperti keinginan untuk diakui, kecemasan jika tidak mendapat suka/pandangan, dan potensi perundungan onlin	Analisis dan interpretasi terhadap bahan tertulis, seperti artikel dan jurnal ilmiah yang relevan dengan topik.	perempuan, baik dari sisi positif maupun negatif. Remaja perempuan memanfaatkan TikTok untuk hiburan, mengekspresikan diri, membangun komunitas, dan memperoleh pengetahuan baru. Namun, penggunaan TikTok juga membawa risiko, seperti perilaku konsumtif, mempengaruhi tren negatif, tekanan psikologis, dan penurunan nilai-nilai sosial.	mencakup kalangan di generasi Z baik perempuan maupun laki laki dengan fokus pada budaya populer, gaya hidup dan ekspresi diri
5	Pengaruh Sosial Media TikTok Terhadap Gaya Hidup Remaja https://ejournal.upnvj.ac.id/JEP/article/view/3939	eJournal.upnvj Shazrin Daniyah Khansa, Kinkin Yuliaty Subarsa Putri (2022)	Variabel independen (X): Penggunaan media sosial TikTok. Variabel dependen (Y): Gaya hidup remaja, khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2019 Universitas Negeri Jakarta	Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuisioner yang di sebarakan kepada responden jumlah sampel 69 orang pelajar	Penelitian menunjukkan ada hubungan antara penggunaan TikTok dan cara hidup para remaja. . Penggunaan TikTok berkontribusi pada perubahan gaya hidup yang bersifat konsumtif dan mengikuti tren, termasuk dalam hal berpakaian, aktivitas, serta pola konsumsi informasi dan hiburan. Konten-konten di TikTok, baik yang bersifat positif maupun negatif, mempengaruhi perilaku dan	Penelitian yang dilakukan peneliti yaitu membahas dampak video TikTok terhadap dua aspek sekaligus: perubahan kalcer (culture/perubahan budaya) gaya hidup dan ekspresi diri pada Generasi Z secara umum, bukan hanya pelajar atau satu Angkatan, dengan

					preferensi remaja dalam kehidupan sehari-hari	menggunakan pendekatan wawancara mendalam
6	The Influence Of TikTok On Young Generation In Vietnam https://papers.academic-conferences.org/index.php/ecs/article/view/1151	European Conference on Social Media Phi Hung Truong (2023)	Pengaruh penggunaan TikTok pada generasi muda (usia 15–25 tahun). Serta aspek penelitian adalah Dampak positif (informasi, edukasi, hiburan, ekspresi diri) Dampak (penyebaran informasi palsu negatif, penurunan kreativitas, konten tidak pantas, perilaku mencerminkan negatif, masalah moral dan sosial)	Metode campuran (kuantitatif dan kualitatif) menggunakan Google Forms, menasar remaja dan dewasa muda di Vietnam yang aktif menggunakan TikTok.dan Pertanyaan terbuka untuk menangkap opini dan pengalaman pribadi responden terkait dampak TikTok.	TikTok memiliki dua sisi: memberikan manfaat besar dalam hiburan, edukasi, dan ekspresi diri, namun juga membawa risiko sosial, moral, dan psikologis bagi generasi muda. Penggunaan TikTok yang tidak terkontrol dapat berdampak negatif, terutama pada penurunan kreativitas, penyebaran informasi palsu, dan paparan konten yang tidak pantas.	Penelitian yang dilakukan peneliti lebih menekankan pada perubahan budaya, gaya hidup, dan ekspresi diri Gen Z akibat paparan video TikTok, dengan fokus pada aspek identitas dan transformasi nilai sosial.
7	The Influence Of The Body Image Presented Through TikTok Trend-Videos and Its Possible Reasons	Atlantis Press Jiayan Liu (2021)	Variabel utama yang di bahas adalah Kesehatan fisik dan mental pengguna (khususnya generasi muda) Perubahan perilaku,	Analisis konten terhadap video-video populer di TikTok dengan berbagai hashtag tren (#KarmaisaBitch, #DontJudgeMeChallenge, dll).	TikTok memiliki pengaruh besar dalam membentuk nilai - nilai , cara berpikir, dan persepsi masyarakat. perilaku generasi muda terkait body image dan gaya hidup. Serta membentuk budaya baru di mana validasi sosial dan	Penelitian yang sedang diteliti peneliti yaitu membahas pada dampak video TikTok terhadap perubahan budaya (kalcer) gaya hidup dan ekspresi

	https://www.atlantispress.com/proceedings/iclace-21/125957570		gaya hidup, dan nilai sosial		penampilan fisik menjadi pusat perhatian. Para pengguna cenderung meniru tren dan perilaku yang sedang viral demi mendapatkan perhatian dan validasi sosial, meski terkadang berdampak negatif pada diri mereka sendiri.	diri Generasi Z. Penelitian ini cenderung melihat aspek transformasi nilai, norma, perilaku sosial, dan cara Gen Z mengekspresikan identitas melalui konten TikTok,
8	How TikTok and Its Relationship With Narcissism and Bandwagon Effect Influenced Conspicuous Consumption Among Gen Y and Gen Z https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/abs/2023/63/e3sconf_ico_bar23_01101/e	EDP Sciences Asnan Furinto, Dewi Tamara, Chiko Maradona, Hendy Gunawan (2023)	Penggunaan TikTok khususnya dalam mencari menyebarkan, dan berbagi informasi terkait produk mewah. Dan Perilaku membeli produk mewah untuk menunjukkan status ekonomi di depan publik .	Data dikumpulkan melalui survei online yang ditujukan pada pengguna TikTok di Indonesia, khususnya yang lahir antara 1981–1996 (Gen Y) dan 1997–2005 (Gen Z, minimal usia 17 tahun). Sampel terdiri dari 107 responden yang memenuhi kriteria usia dan merupakan pengguna aktif TikTok. Teknik sampling yang digunakan adalah random sampling berdasarkan kelompok usia.	Penggunaan TikTok secara signifikan berpengaruh positif terhadap konsumsi yang mencolok di kalangan Gen Y dan Gen Z. TikTok menjadi platform penting dalam strategi pemasaran produk mewah karena mampu meningkatkan efek ikut serta di kalangan pengguna muda	Penelitian yang dilakukan peneliti lebih fokus bagaimana konten video TikTok mempengaruhi perubahan nilai, norma, gaya hidup, dan cara generasi Z mengekspresikan diri

	3sconf icobar 23 01101.html					
9	<p>Analysis Of The Positive and Negative Impacts Of Using Tiktok For Generation Z During Pandemic</p> <p>https://ejournal.sidyanusa.org/index.php/jdlp/article/view/167</p>	<p>Journal of Digital Low and Policy</p> <p>Ni Putu Utari Oktarini, Ni Putu Kristina Dewi, Made Riski Aditya Kencana Putra, Jen Herens Arnas Ataupah, Ni Luh De Dian Oktarini (2022)</p>	<p>Penelitian ini menganalisis dampak positif dan negatif penggunaan TikTok pada Generasi Z selama pandemic Dampak Positif: Membangkitkan kreativitas Gen Z dalam mencipta karya. Menjadi tempat untuk menyampaikan perasaan dan diri sendiri. Dampak Negatif: Potensi mengungkapkan seksual secara berani. Munculnya sindrom mengikuti tren yang berlebihan.</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka. Data dikumpulkan dari berbagai artikel, jurnal tentang TikTok, dan sumber online lain yang relevan, dengan fokus pada Generasi Z dan penggunaan TikTok</p>	<p>Penggunaan TikTok oleh Generasi Z membawa manfaat dalam pengembangan kreativitas, ekspresi diri, dan sebagai sarana edukasi serta hiburan. Namun, terdapat juga dampak negatif seperti mengungkapkan seksual, sindrom tren, hoaks, ujaran kebencian, dan bullying. Penelitian menyimpulkan bahwa manfaat dan risiko penggunaan TikTok sangat bergantung pada perilaku dan kontrol diri pengguna. Oleh karena itu, diperlukan pemanfaatan yang bijak agar sisi positif lebih dominan</p>	<p>Penelitian yang dilakukan peneliti yaitu Perubahan gaya hidup (culture/lifestyle) dan ekspresi diri akibat video TikTok yang Spesifik pada perubahan nilai, norma, pola hidup, dan ekspresi diri akibat konten video TikTok</p>
10	<p>https://www.atlantispress.com/proceedings/sdmc-21/125968665</p>	<p>Atlantis Press</p> <p>Jiahong Guo (2021)</p>	<p>Terdapat risiko seperti dikaitkan dengan tren, kelelahan estetika akibat konten yang seragam, serta terbentuknya nilai</p>	<p>Data utama diperoleh dari artikel dan jurnal internasional (CNKI, ScienceDirect, Taylor & Francis Online) yang relevan dengan pengaruh TikTok pada remaja.</p>	<p>TikTok mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap remaja, baik secara positif (sebagai alat edukasi, media ekspresi diri, dan sumber hiburan) maupun negatif (mendorong</p>	<p>Penelitian yang dilakukan oleh peneliti lebih spesifik menganalisis bagaimana video TikTok mengubah</p>

	Research on the Influence of TikTok on Teenagers		yang bias atau salah (misalnya, persepsi mudahnya mendapatkan uang atau gaya hidup konsumtif). TikTok juga dapat mempengaruhi persepsi remaja terhadap kenyataan dan nilai hidup		perilaku meniru, melelahkan konten, dan membentuk nilai-nilai yang kurang sehat). Penggunaan TikTok perlu diimbangi dengan kesadaran diri, pengawasan dari orang tua/guru, serta pemanfaatan fitur seperti "teenager mode" untuk meminimalkan dampak buruk dan memaksimalkan manfaatnya	gaya hidup, nilai, norma, dan cara generasi Z mengekspresikan diri, dengan pendekatan survei atau wawancara langsung pada kelompok sasaran
--	--------------------------------------------------	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Tabel 1 Pemetaan Penelitian Terdahulu Sumber Pribadi

Dari penelitian terdahulu yang sudah dipaparkan di atas, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Dari penelitian Muhammad Khoirurroziqin (2024), yang mengkaji tentang Penelitian ini membahas dampak TikTok dan konsumerisme digital terhadap keputusan pembelian produk fashion online di kalangan Generasi Z. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif eksploratif. Pendekatan eksploratif digunakan untuk memperoleh data yang dinamis dan tidak terstruktur. Kriteria demografi yang digunakan adalah usia 18–25 tahun, yang merupakan rentang usia Generasi Z, baik laki-laki maupun perempuan.. Hubungan dengan penelitian ini adalah sama sama menekankan kekuatan konten visual, tren dan interaksi sosial di TikTok. Perbedaan antara penelitian ini dengan Muhammad Khoirurroziqin (2024) terletak pada adopsi tren yang fokus pada perubahan budaya, gaya hidup, dan ekspresi diri, bukan perilaku konsumsi spesifik atau aspek konsumsi dan keputusan pembelian fashion.

Dari penelitian Ai Nurul Fahmi, Siti Komariah, Puspita Wulandari (2024), yang mengkaji tentang pola perilaku Gen Z ketika berinteraksi di media sosial melalui konten kontennya sebagai simbol penampilannya, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan desain etnografi virtual. Mengamati konten dan interaksi pada akun media sosial influencer Generasi Z (Instagram, TikTok, YouTube) serta Twitter dan melakukan wawancara semi terstruktur dilakukan kepada 6 informan pengguna media sosial. Hubungan dengan penelitian ini yaitu memiliki persamaan dalam hal objek Gen Z di Indonesia, dan media sosial serta pada ekspresi dan gaya hidup dengan pembahasan dampak positif dan negatif dari aktivitas digital. Perbedaan antara penelitian ini dengan Ai Nurul Fahmi, Siti Komariah, Puspita Wulandari (2024) terletak pada perilaku dan motif individu personal branding sedangkan peneliti akan lebih pada perubahan kolektif budaya gaya hidup serta ekspresi diri.

Dari penelitian Irizfa Deviona, Syifa Syarifah Alamiyah (2024), yang membahas tentang Perubahan cara berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari terjadi karena adanya penggunaan kata-kata santai dan tindakan gestur. khas

TikTok seperti penggunaan kata “anjay, “anjir,“ dan gestur meniru tren TikTok. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode fenomenologi, melalui wawancara mendalam dan observasi. perilaku komunikasi para informan dalam kehidupan sehari-hari. Hubungan dengan penelitian ini yaitu memiliki persamaan utama dalam fokus pada pengaruh TikTok terhadap Generasi Z, khususnya terkait perubahan gaya komunikasi. Perbedaan antara peneliti ini dengan Irizfa Deviona, Syifa Syarifah Alamiyah (2024) terletak pada fokus penelitian yang dimana penelitian tersebut lebih sempit hanya komunikasi, sedangkan peneliti akan lebih luas mulai dari kalcer, gaya hidup dan ekspresi diri

Dari penelitian Risky Azizah, Revina Sinta Ananda, Revina Sinta Ananda (2023), yang membahas tentang dampak positif dan negatif penggunaan media sosial TikTok terhadap gaya hidup remaja perempuan, dengan metode pengumpulan data jenis kualitatif literatur/dokumen mengumpulkan data sekunder dari berbagai publikasi ilmiah. Hubungan dengan penelitian ini yaitu sama - sama mengkaji bagaimana TikTok sebagai platform media sosial yang mempengaruhi perilaku, pola konsumsi, gaya berpakaian, dan cara berekspresi remaja. Perbedaan antara penelitian ini dengan penulis yaitu terletak pada subjek dan fokus yang dimana penulis akan mencakup kalangan di generasi Z baik perempuan maupun laki laki dengan fokus pada budaya populer, gaya hidup dan ekspresi diri

Dari penelitian Shazrin Daniyah Khansa, Kinkin yang membahas tentang gaya hidup para remaja, khususnya mahasiswa program Ilmu Komunikasi angkatan 2019 di Universitas Negeri Jakarta. Yuliaty Subarsa Putri (2022), yang membahas gaya hidup remaja khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 di Universitas Negeri Jakarta dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif yang dimana menyebarkan kuesioner kepada responden dengan sampel sebanyak 69 orang pelajar. Hubungan dengan penelitian ini yaitu sama meneliti perubahan yang terjadi pada gaya hidup dan ekspresi diri akibat penggunaan TikTok. Perbedaan antara peneliti tersebut dengan penulis yaitu terletak pada metode penelitian yang dimana penulis akan menggunakan cara mengumpulkan data dengan wawancara yang dalam, mengamati, serta menganalisis isi konten.

Dari penelitian Phi Hung Truong (2023), penelitian tersebut membahas aspek dampak Dampak positif (informasi, edukasi, hiburan, ekspresi diri) Dampak (penyebaran informasi palsu negatif, penurunan kreativitas, konten tidak pantas, perilaku mencerminkan negatif, masalah moral dan sosial), dengan menggunakan metode pengumpulan data campuran yaitu kuantitatif dan kualitatif dengan jumlah responden 70 Orang. Hubungan dengan penelitian ini adalah sama-sama menemukan bahwa TikTok tidak hanya mempengaruhi perilaku individu, tetapi juga membentuk realitas sosial baru dan norma-norma budaya yang lebih cair dan inklusif di kalangan generasi muda, yang berdampak pada cara mereka berinteraksi dan mengekspresikan diri, sedangkan perbedaan penelitian ini dengan Phi Hung Truong (2023) terletak pada gaya hidup dan ekspresi diri Gen Z akibat paparan video TikTok.

Dari Penelitian Jiayan Liu (2021), penelitian tersebut membahas Variabel utama yang di bahas adalah Kesehatan fisik dan mental pengguna (khususnya generasi muda) Perubahan perilaku, gaya hidup, dan nilai sosial. Dengan metode pengumpulan data terhadap video-video populer di TikTok dengan berbagai hashtag tren (#KarmaIsaBitch, #DontJudgeMeChallenge, dll) yang sedang tren para pengguna aktif. Hubungan dari penelitian ini adalah sama sama mencakup bahwa intensitas penggunaan TikTok berdampak signifikan terhadap citra tubuh dan konsep diri pengguna. Perbedaan antara penelitian ini adalah membahas perubahan budaya, gaya hidup, dan ekspresi diri Generasi Z secara lebih luas, tidak hanya pada aspek penampilan fisik, tetapi juga nilai, identitas, dan perilaku sosial

Dari penelitian Asnan Furinto, Dewi Tamara, Chiko Maradona, Hendy Gunawan (2023), yang membahas hubungan antara penggunaan TikTok, narsisme, efek bandwagon (ikut-ikutan), dan konsumsi mencolok pada Generasi Y (Millennials) dan Generasi Z di Indonesia dengan menggunakan metode pengumpulan data survei online pada pengguna TikTok di Indonesia dengan menggunakan teknik sampling berdasarkan kelompok usia, sampel terdiri dari 107 responden. Hubungan dengan penelitian ini adalah sama sama menekankan kekuatan konten visual. Perbedaan antara penelitian ini dengan Asnan Furinto,

Dewi Tamara, Chiko Maradona, Hendy Gunawan (2023) terletak pada sasaran, penelitian yang dilakukan oleh peneliti hanya Generasi Z

Dari penelitian Ni Putu Utari Oktarini, Ni Putu Kristina Dewi, Made Riski Aditya Kencana Putra, Jen Herens Arnas Ataupah, Ni Luh De Dian Oktarini (2022), Penelitian ini menganalisis dampak positif dan negatif penggunaan TikTok pada Generasi Z, dengan metode pengumpulan data dari berbagai artikel dan sumber online yang relevan. Hubungan dalam penelitian sama-sama saling terkait dalam mengkaji pengaruh TikTok terhadap generasi Z, dengan fokus pada dampak positif dan negatif yang mempengaruhi gaya hidup, ekspresi diri, dan kesehatan mental. Perbedaan dalam terletak pada fokus penelitian yang dimana peneliti akan spesifik pada perubahan nilai, norma, pola hidup, dan ekspresi diri akibat konten video TikTok

Dari penelitian Jiahong Guo (2021), penelitian tersebut membahas dampak dari penggunaan TikTok pada remaja sehingga dapat mengekspresikan bakat, berbagi pengalaman, dan membangun komunitas berdasarkan minat yang sama, dengan metode pengumpulan data studi literatur dan survei sederhana dengan mengumpulkan data dari teman sebaya usia 16-19 tahun. Hubungan dari penelitian ini adalah sama-sama membentuk perilaku, identitas, dan gaya hidup generasi muda, dengan fokus pada dampak sosial dan psikologis yang kompleks, sedangkan perbedaan dari penelitian ini yang akan diteliti oleh penulis adalah pada sasaran yang dimana penulis akan melakukan pada kalangan Generasi Z yang fokus pada perubahan budaya dan identitas.

Penelitian sebelumnya menjadi acuan penting bagi peneliti dalam melakukan penelitian, sehingga peneliti dapat menambahkan teori yang digunakan untuk menganalisis topik yang sedang diteliti. Berdasarkan tinjauan terhadap 10 penelitian terdahulu yang sudah dipaparkan. Penelitian terdahulu yang ditinjau memiliki hubungan dengan penelitian ini karena sama-sama mengkaji bagaimana dampak-dampak dalam penggunaan media sosial TikTok terhadap budaya dan perubahan gaya hidup di kalangan Generasi Z. Namun, penelitian ini berbeda dalam

hal topik, objek, subjek, dan metode yang digunakan. Demikian penelitian ini dapat menawarkan dan memahami nilai-nilai pertumbuhan budaya, gaya hidup di kalangan Generasi Z

B. Landasan Teori

Menurut Moleong, landasan teori adalah kumpulan pernyataan yang saling terkait secara sintaksis, artinya mengikuti aturan tertentu yang logis terkait dengan data yang diamati, dan berfungsi sebagai alat untuk memprediksi dan menjelaskan fenomena yang terjadi. Landasan teori ini akan menjadi pondasi yang kuat dalam penelitian yang akan dilakukan. Oleh karena itu, dengan adanya landasan teori yang sudah dibuat dengan baik, penelitian ini menjadi hal yang penting karena landasan teorinya jelas, terstruktur, dan baik, yang nantinya menjadi dasar dalam penelitian tersebut .

B.1 Teori Media Sosial

Saat ini media sosial sudah menjadi hal yang wajib bagi setiap orang di berbagai belahan dunia. Banyaknya informasi dan fungsi yang ditawarkan oleh media sosial membuatnya menjadi hal yang sangat penting dalam menghadapi arus globalisasi. Kata media sosial berasal dari dua kata yaitu media dan sosial. Media bisa diartikan sebagai sarana atau alat untuk berkomunikasi yang bisa digunakan oleh siapa saja. Sementara kata sosial berasal dari kata “ *socius* ” dalam bahasa latin yang artinya berkembang dan tumbuh dalam kehidupan bersama. Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (2010), media sosial adalah kumpulan aplikasi yang berbasis internet, berdasarkan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan pengguna membuat dan berbagi konten yang mereka buat sendiri. Media sosial termasuk dalam media daring, di mana pengguna dapat berpartisipasi, berbagi informasi, dan menciptakan konten seperti blog, jaringan sosial, wiki, forum dan dunia maya. Dengan media sosial, setiap orang dapat membuat akun secara virtual dan terhubung dengan orang lain untuk berbagi informasi serta berkomunikasi. Beberapa media sosial terbesar saat ini adalah TikTok, Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram, serta Twitter.

B.2 Teori Gaya Hidup

Gaya hidup menunjukkan semua hal yang ada dalam diri seseorang saat berinteraksi dengan lingkungan sekitar. Gaya hidup juga bisa menjadi identitas bagi suatu kelompok. Setiap kelompok mempunyai ciri khasnya sendiri, jika gaya hidup dalam kelompok itu mengalami perubahan, maka perubahan tersebut akan mempengaruhi berbagai aspek. Seiring berjalannya waktu, gaya hidup seseorang akan terus berubah seiring berkembangnya zaman. Gaya hidup juga bisa diartikan berdasarkan pemahaman para ahli di bidang masing-masing. Menurut Kotler (2016). Gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang bisa dilihat dari aktivitas, opini dan minatnya. Kegiatan aktivitas yang dilakukan Gen Z, yaitu seperti belanja online, mengikuti tren video yang viral dan membuat video pendek untuk mengekspresikan diri mereka, mereka tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga berpartisipasi aktif dalam percakapan publik yang dimana untuk menyampaikan pendapat dan berpartisipasi dalam opini dalam berdiskusi dalam isu-isu tertentu hal tersebut sangatlah disukai oleh Gen Z karena sesuai dengan gaya hidup mereka yang suka dengan konten yang mudah dikonsumsi, menghibur dan informatif. Sama halnya dengan pendapat Assael (2010), gaya hidup adalah cara seseorang menghabiskan waktu (aktivitas), hal-hal yang diperhatikan dalam lingkungan (minat), serta hal-hal yang memikirkan tentang diri sendiri dan dunia di sekitarnya. Gaya hidup juga bisa diartikan sebagai ciri-ciri yang tidak terlihat secara langsung, yang ditunjukkan oleh sistem nilai dan sikap seseorang terhadap dirinya sendiri serta lingkungan sekitarnya.

B.3 Teori Difusi Inovasi (*Diffusion of Innovation Theory*)

Artikel berjudul “*The People’s Choice*” yang ditulis oleh Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson, dan H. Gaudet pada tahun 1944 dianggap sebagai awal munculnya teori difusi – inovasi. Dalam teori ini dijelaskan bahwa komunikator yang menerima pesan dari media massa memiliki kemampuan yang kuat untuk mempengaruhi masyarakat. Oleh karena itu, lahirnya inovasi atau penemuan baru, kemudian disebarkan melalui media massa, akan sangat mampu mempengaruhi banyak orang untuk mengikutinya. Pada awalnya, teori ini menempatkan opini peran pemimpin sebagai faktor penting dalam membentuk sikap dan perilaku

masyarakat. Artinya, massa media memiliki pengaruh besar dalam menyebarkan penemuan baru. Apalagi jika penemuan tersebut kemudian disampaikan oleh tokoh-tokoh masyarakat. Namun, difusi -inovasi juga bisa langsung terjadi kepada khalayak. Menurut Rogers dan Shoemaker (1971), difusi adalah proses penyebaran penemuan baru kepada anggota sistem sosial

B.4 Teori Interaksi Sosial

Interaksi sosial adalah hubungan yang saling mempengaruhi, saling mengubah, atau memperbaiki perilaku antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, atau kelompok dengan kelompok. Walgito (2007) menyatakan bahwa interaksi sosial adalah hubungan antara satu individu dengan individu lain, di mana salah satu pihak dapat mempengaruhi pihak lain atau sebaliknya, sehingga terjadi hubungan yang timbal balik. Hubungan ini bisa terjadi antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, atau kelompok dengan kelompok. Basrowi (2015) mengatakan bahwa interaksi sosial adalah hubungan dinamis yang mempertemukan orang dengan orang, kelompok dengan kelompok, atau orang dengan kelompok. Bentuknya tidak hanya bersifat kerja sama, tetapi juga bisa berupa tindakan, persaingan, pertikaian, dan sejenisnya

C. Kebaruan atau Novelty Penelitian

Kebaruan novelty merupakan unsur kebaruan dari sebuah rencana kegiatan penelitian. Novelty tidak hanya membantu peneliti memposisikan penelitian dalam konteks yang lebih luas, tetapi juga menunjukkan orisinalitas dan kontribusi ilmiah terhadap pengembangan pengetahuan. Dalam penelitian ini, novelty yang digunakan dapat dilihat dari berbagai aspek untuk menganalisis bagaimana dampak video TikTok terhadap perubahan kalcer dan ekspresi diri Genersi Z

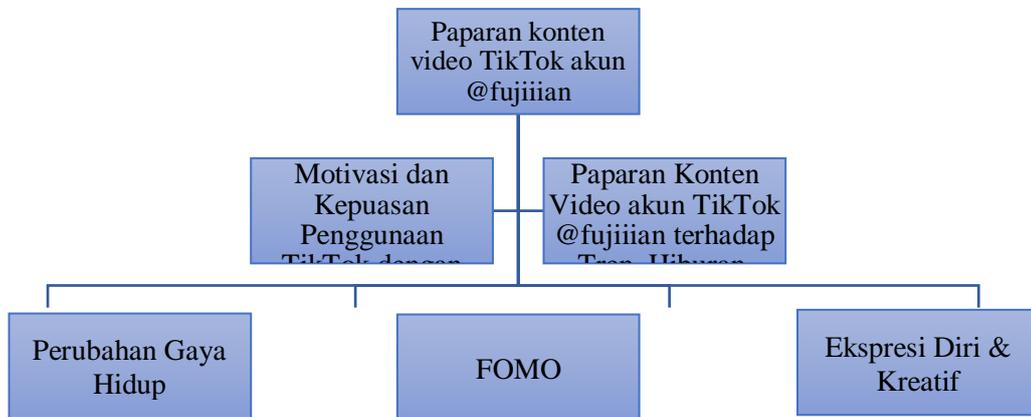
Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis yang dimana penelitian sebelumnya hanya membahas dampak TikTok secara umum dan terpisah terhadap perilaku atau kreativitas. Banyak penelitian sebelumnya hanya membahas pengaruh media sosial terhadap konsep diri atau identitas remaja secara umum, namun

penelitian ini menekankan bagaimana konten @Fujiiian secara spesifik dan konkret mengubah gaya hidup (fashion, kuliner, konsumsi) sekaligus ekspresi diri digital dan sosial Generasi Z. Penelitian ini mengkaji dampak konten dari satu influencer populer Indonesia dengan akun @Fujiiian, yang memiliki pengaruh besar dan karakteristik unik, sehingga memberikan kontribusi baru dibandingkan penelitian umum tentang media sosial atau TikTok secara luas

Namun penelitian ini menekankan pada perubahan kalcer/budaya, gaya hidup secara kolektif di kalangan Generasi Z, sehingga memberikan perspektif yang lebih terfokus dan mendalam. Penggunaan istilah kalcer juga bisa menjadi kebaruan tersendiri jika secara spesifik dalam konteks Generasi Z dan TikTok, yang mungkin mencakup subkultur digital, Bahasa gaul atau praktik sosial yang unik.

Penelitian ini tidak hanya melihat satu aspek dampak, melainkan mengintegrasikan tiga dimensi penting yaitu kalcer, gaya hidup, dan ekspresi diri. Kombinasi ini memungkinkan analisis yang lebih holistic dan komprehensif tentang bagaimana TikTok memengaruhi Generasi Z. Misalnya bagaimana perubahan gaya hidup seperti konsumsi makanan dan fashion yang kemudian dikaitkan dengan cara mereka mengekspresikan diri khususnya melalui konten TikTok. Selanjutnya adalah bagaimana keduanya kemudian membentuk kalcer atau norma sosial dalam kelompok mereka

Dengan perkembangan tren TikTok yang sangat cepat dan beragam, penelitian ini mengangkat kebaruan dalam mengamati bagaimana tren-tren tersebut memicu perubahan gaya hidup dan ekspresi diri yang belum banyak diteliti secara spesifik, seperti pengaruh tren TikTok “*velocity*”, “POV” (Point Of View), “Storytime”, “Q&A” (Tanya Jawab) terhadap perilaku ekspresi diri Generasi Z, penelitian ini mengkaji bagaimana konten video TikTok yang sifatnya sangat visual dan dinamis memengaruhi pola konsumsi budaya, gaya hidup, serta cara generasi Z mengekspresikan identitasnya di ruang digital, yang merupakan fenomena baru dalam konteks perkembangan media sosial saat ini



Gambar 3 : Kerangka Berpikir Sumber Pribadi

D. Kerangka Berfikir Penelitian

Menurut Sugiyono (2013), kerangka pemikiran adalah cara berpikir atau jalur penelitian yang digunakan sebagai pedoman atau dasar berpikir peneliti dalam melakukan penelitian terhadap objek tertentu. Jadi, kerangka berpikir adalah jalur yang digunakan sebagai pedoman berpikir peneliti dalam melakukan penelitian terhadap suatu objek yang dapat membantu menyelesaikan arah rumusan masalah dan tujuan penelitian .

Dalam kerangka pemikiran ini penulis berupaya untuk menjelaskan dampak video Tiktok terhadap perubahan kalcer dan ekspresi diri di kalangan Gen Z. Kerangka berpikir ini mengintegrasikan teori difusi inovasi, Artinya, media massa mempunyai pengaruh yang kuat dalam menyebarkan penemuan baru, sesuai dengan kajian pustaka dan penelitian terdahulu

Berdasarkan pandangan di atas, penelitian studi kasus ini disajikan dengan pendekatan kualitatif melalui kerangka berpikir sebagai berikut :

- **Penggunaan Video TikTok oleh Generasi Z**

Menjadi titik awal, karena platform ini sangat populer di kalangan Generasi Z mereka tumbuh bersama dengan perkembangan media sosial, khususnya TikTok yang menyediakan konten video singkat dan kreatif sebagai sarana hiburan sekaligus ekspresi diri. TikTok menjadi platform utama yang digunakan untuk mencari informasi, hiburan dan interaksi sosial.

- **Motif dan Kepuasan Penggunaan TikTok Teori Difusi Inovasi**

Berdasarkan teori difusi inovasi bagaimana, mengapa, dan pada tingkat inovasi (ide, praktik atau produk baru). Pada saat ini, TikTok sebagai media sosial inovatif telah menyebar secara cepat di kalangan Generasi Z, yang dikenal sebagai kelompok pengadopsi awal dan mayoritas, sehingga terjadi perubahan signifikan dalam gaya hidup dan ekspresi diri mereka. Platform ini memungkinkan mereka mengekspresikan kreativitas, mengikuti tren, dan membangun identitas sosial yang lebih inklusif dan cair dibandingkan norma tradisional

- **Paparan Konten Video akun TikTok @Fujiian terhadap Tren, Hiburan, Edukasi, Kreativitas**

Konten yang beragam dan dinamis di TikTok, seperti tren fashion, gaya hidup, dan ekspresi kreatif, menjadi referensi utama bagi Generasi Z dalam membentuk pola pikir dan perilaku sehari-hari yang mencakup berbagai jenis konten yang mempengaruhi pengguna, seperti tren, hiburan, edukasi dan kreativitas.

- **Interaksi Sosial di TikTok**

Dengan adanya fitur interaktif seperti komentar, like, share dan kolaborasi video, terjadi proses interaksi sosial yang memperkuat pembentukan identitas terhadap perubahan sosial dan ekspresi diri digital, serta pembelajaran sosial dan pertukaran nilai yang memperkuat pengaruh TikTok dalam kehidupan Generasi Z

- **Perubahan Kalcer Gaya Hidup Generasi Z**

Interaksi dan paparan konten TikTok menyebabkan perubahan kalcer gaya hidup Generasi Z, yaitu perubahan karakter (nilai dan sikap), kultur (budaya dan kebiasaan), serta cara (pola perilaku dan ekspresi diri). Misalnya, tren fashion yang cepat berubah, cara berkomunikasi yang lebih visual dan singkat, serta peningkatan kebutuhan untuk eksis di media sosial.

- **Perubahan Ekspresi Diri Generasi Z**

Konten video TikTok yang beragam dan mudah diakses mempengaruhi gaya hidup Generasi Z, termasuk dalam hal fashion, pola konsumsi, dan cara berkomunikasi. Melalui video TikTok, mereka mengekspresikan identitas diri, kreativitas, dan personal branding secara lebih bebas melalui konten video, menjadikan TikTok sebagai ruang utama ekspresi diri.

- **Dampak Positif dan Negatif**

- Dampak positif berupa peningkatan kreativitas, jejaring sosial, dan peluang bisnis (endorsement, bisnis digital).
- Dampak negatif seperti kecanduan, gangguan kesehatan mental, tekanan sosial untuk mengikuti tren, serta risiko gangguan psikologis akibat ekspektasi sosial yang tinggi.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini mengungkap bahwa video-video yang diunggah oleh akun TikTok @Fujiiian memberikan dampak signifikan terhadap perubahan kalcer gaya hidup dan ekspresi diri di kalangan generasi Z. Melalui konten yang menarik, kreatif, dan mudah diakses, akun ini berhasil menyajikan berbagai tren, perilaku, serta nilai-nilai yang beresonansi dengan kebutuhan dan keinginan generasi muda saat ini. Sebagai platform media sosial berbasis video pendek, TikTok memungkinkan penyebaran ide dan gaya dengan cepat dan luas. Video-video @Fujiiian tidak hanya menjadi media hiburan tetapi juga sebagai acuan dalam menentukan preferensi fashion, gaya komunikasi, serta cara mengekspresikan identitas pribadi. Generasi Z, yang dikenal sangat heterogen dan dinamis dalam gaya hidup, terbuka terhadap pengaruh baru yang ditawarkan akun ini, sehingga terjadi transformasi gaya berpakaian, aktivitas sosial, hingga pola konsumsi budaya yang lebih modern dan kreatif. Selain itu, video tersebut mendorong kebebasan berekspresi yang lebih luas, memungkinkan generasi Z untuk lebih percaya diri dalam menunjukkan keunikan diri mereka di ruang digital maupun nyata. Pengaruh akun @Fujiiian juga terlihat dari bagaimana nilai-nilai yang disampaikan dalam kontennya mampu membentuk cara pandang anak muda terhadap diri sendiri dan lingkungan sosial. Mereka menjadi lebih sadar akan pentingnya inovasi dalam berpenampilan dan keterbukaan terhadap perbedaan, yang pada akhirnya menyuburkan keberagaman budaya populer di era digital. Namun demikian, penelitian ini juga mengingatkan pentingnya kesadaran kritis dalam mengonsumsi konten agar fenomena perubahan gaya hidup tidak hanya terjebak pada konsumtif atau mengikuti tren tanpa pemahaman yang matang. Secara keseluruhan, akun TikTok @Fujiiian memiliki peran strategis dalam membentuk kalcer gaya hidup dan memfasilitasi ekspresi diri generasi Z melalui video-video kreatifnya. Konten ini tidak hanya menghibur tetapi juga menginspirasi transformasi sosial budaya

yang nyata, menjadikan TikTok sebagai platform efektif untuk memberikan pengaruh positif dalam perkembangan identitas anak muda masa kini.

1 Fenomena TikTok akun @Fujiiian

Akun TikTok @fujiiian memiliki pengaruh yang kuat dalam membentuk tren gaya hidup dan cara generasi muda mengekspresikan diri mereka. Kontennya yang kreatif dan relevan berhasil menjadi inspirasi serta cerminan budaya populer yang sedang digandrungi oleh Gen Z, khususnya dalam hal fashion, bahasa, dan gaya hidup harian. Melalui video-video yang dibuat, @fujiiian tidak hanya menghibur tetapi juga memberikan pengaruh besar terhadap cara remaja membangun identitas sosial dan menjadi bagian dari komunitas kalcer. Hal ini membuktikan bahwa media sosial, terutama TikTok, berperan penting sebagai ruang bagi Generasi Z untuk mengekspresikan diri dan membentuk gaya hidup yang khas dan terkini. Jadi, fenomena @fujiiian bukan hanya soal konten viral, tapi juga sebuah representasi nyata dari bagaimana generasi muda mengkonstruksi identitas dan eksistensi mereka di era digital.

2. Efek TikTok Pada Pembentukan Kultur Gaya Hidup

TikTok berperan penting dalam membentuk budaya dan gaya hidup Generasi Z dengan cara yang sangat kompleks. Platform ini bukan hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai ruang ekspresi diri, pembentukan identitas, serta interaksi sosial yang menghadirkan tren dan standar gaya hidup baru yang cepat berubah. Melalui berbagai konten viral dan tren yang ada, TikTok menggerakkan generasi muda untuk mengekspresikan kreativitas sekaligus menyesuaikan diri dengan norma sosial yang dinamis dan inklusif. Secara keseluruhan, TikTok memberikan ruang bagi Generasi Z untuk membentuk dan merefleksikan kultur gaya hidup mereka yang kekinian, tetapi juga mengharuskan mereka untuk cerdas dalam menyaring pengaruh agar tetap dapat mempertahankan otentisitas dalam diri mereka.

3. Efek TikTok Pada Pembentukan Identitas Diri dan Kreativitas

TikTok berperan besar dalam membentuk identitas diri remaja Generasi Z dengan menyediakan ruang ekspresi diri yang luas dan fleksibel. Melalui konten yang mereka buat dan bagikan, para remaja mampu menunjukkan sisi terbaik dari diri mereka, meningkatkan rasa percaya diri, serta mengasah kreativitas secara aktif. TikTok juga memberikan peluang bagi mereka untuk bereksplorasi dengan berbagai identitas sosial dan pribadi yang lebih dewasa dari usia mereka.

Singkatnya, TikTok memfasilitasi proses pembentukan identitas dan kreativitas Generasi Z secara dinamis, menjadikan mereka lebih berekspresi terbuka dan berani berinovasi, namun tetap memerlukan kesadaran dan kontrol dalam penggunaannya agar dampak negatif dapat diminimalkan

5.2 Saran

Pada bab penutup peneliti mengemukakan saran-saran sesuai dengan hasil observasi dalam pembahasan skripsi ini. Adapun saran-saran yang peneliti berikan setelah meneliti pembahasan ini adalah sebagai berikut :

1. Saran untuk Audiens (Generasi Z)

● Kembangkan Literasi Media Digital

Generasi Z sebagai audiens utama akun TikTok @Fujiiian perlu meningkatkan kemampuan literasi media digital agar mampu menyaring dan memahami konten dengan kritis. Hal ini penting untuk menghindari pengaruh negatif yang mungkin timbul dari tren yang kurang tepat atau konsumtif berlebihan.

● Pertahankan Identitas Diri

Meskipun terinspirasi oleh tren yang dibawa oleh konten @Fujiiian, generasi Z dianjurkan untuk tetap mempertahankan keunikan dan nilai-nilai pribadi dalam mengekspresikan diri. Hindari tekanan untuk selalu mengikuti setiap tren yang berkembang agar identitas diri tidak tergerus oleh budaya populer.

- **Waspada Terhadap Dampak Psikologis**

Konten media sosial dapat memengaruhi kondisi emosi dan mental. Oleh karena itu, generasi Z diharapkan dapat membangun kesadaran tentang batasan penggunaan media sosial dan mencari bantuan bila merasa tertekan akibat perbandingan sosial yang kerap terjadi di platform digital.

- **Manfaatkan sebagai Media Kreativitas Positif**

Gunakan TikTok sebagai sarana untuk mengekspresikan kreativitas dan berbagi hal positif, bukan hanya sebagai konsumen pasif. Ini dapat meningkatkan rasa percaya diri dan memperkuat jaringan sosial yang mendukung perkembangan diri.

- **Pertahankan Orisinalitas**

Gunakan tren sebagai inspirasi untuk menemukan gaya dan ekspresi diri yang unik, alih-alih meniru sepenuhnya. Tetaplah menjadi diri sendiri dan sadari bahwa nilai diri tidak ditentukan oleh seberapa mirip seseorang dengan figur publik.

2. Saran untuk Pembuat Konten (Kreator @Fujiiian)

- **Fokus pada Konten yang Mendidik dan Menginspirasi**

Selain menghibur, pembuat konten seperti akun @Fujiiian hendaknya menyisipkan nilai edukasi dan inspirasi dalam video mereka. Hal ini dapat berupa pesan positif terkait pengembangan diri, gaya hidup sehat, dan ekspresi kreatif sebagai bagian penting dari budaya anak muda.

- **Perhatikan Keberagaman dan Inklusi**

Dalam membuat konten, kreator harus mengedepankan keberagaman gaya hidup dan ekspresi diri, serta menerima berbagai latar belakang audiens. Ini akan membuat konten lebih inklusif dan tidak menimbulkan stereotip atau diskriminasi.

- **Berinteraksi Aktif dengan Audiens**

Kreator dianjurkan untuk menjaga komunikasi dua arah dengan followers agar memahami kebutuhan dan respon mereka. Feedback dari audiens ini dapat menjadi dasar untuk membuat konten yang lebih relevan dan berdampak positif terhadap perubahan kalcer gaya hidup.

- **Jaga Etika dan Tanggung Jawab Sosial**

Mengingat pengaruh besar yang dimiliki, penting bagi kreator untuk bertanggung jawab atas dampak sosial dari konten yang dibuat. Hindari konten yang dapat memicu konsumtivisme berlebihan, perilaku negatif, atau merusak citra diri penonton.

- **Kolaborasi dengan Ahli dan Komunitas**

Untuk meningkatkan kualitas konten, pembuat konten bisa berkolaborasi dengan ahli psikologi, fashion, maupun budaya pop, serta komunitas kreatif. Hal ini menjadikan konten tidak hanya menarik tetapi juga bermanfaat secara sosial dan budaya.

Generasi Z harus diberikan pemahaman bahwa perubahan gaya hidup dan ekspresi diri yang muncul dari pengaruh video TikTok perlu disertai sikap kritis dan kesadaran emosional. Dampak psikologis dari mengikuti tren terlalu ekstrem, seperti tekanan untuk selalu tampil sempurna atau berkompetisi dalam gaya hidup, harus diantisipasi. Program dukungan psikologis dan sosial di sekolah maupun komunitas sangat diperlukan untuk membantu mereka membangun rasa percaya diri dan identitas yang sehat dan seimbang. Untuk mengoptimalkan manfaat dan meminimalisir dampak negatif dari konten TikTok akun seperti @FUJIIAN, disarankan adanya penelitian lanjutan yang dilakukan secara berkala. Penelitian ini dapat mengevaluasi tren perubahan gaya hidup, ekspresi diri, serta dampaknya pada kesehatan mental dan sosial generasi Z. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi kreator konten, platform media sosial, pendidik, dan pembuat kebijakan dalam merancang intervensi yang efektif.

3. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

- **Pendalaman Studi Kalcer dan Gaya Hidup**

Penelitian dapat memperdalam pemahaman tentang konsep “kalcer” sebagai tren gaya hidup kekinian di kalangan Gen Z, dengan fokus yang lebih rinci pada aspek budaya populer, seperti fashion, musik, dan kebiasaan nongkrong di kafe estetik yang membentuk identitas kalcer. Studi ini dapat mengeksplorasi bagaimana kalcer bukan hanya gaya hidup tetapi juga barometer tren sosial dan budaya di media sosial seperti TikTok

- **Variasi Lokasi dan Demografi**

Eksplorasi lebih luas dengan variasi lokasi, latar belakang sosial ekonomi, dan kelompok usia yang lebih beragam di kalangan Gen Z akan memberikan gambaran yang lebih umum tentang fenomena ini dan bagaimana kalcer serta ekspresi diri melalui TikTok diterima dan diinterpretasikan berbeda oleh masing-masing subkelompok.

- **Dimensi Psikologis dan Sosial Ekspresi Diri**

Penelitian lanjutan dapat menggali lebih dalam dimensi psikologis bagaimana TikTok sebagai platform mendukung ekspresi diri Generasi Z, termasuk kebebasan berekspresi, pencarian pengakuan sosial, dan pembentukan identitas melalui konten video kreatif dan fitur-fitur platform seperti filter dan efek khusus.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad AlfarizkyAkmal (9 Januari 2024) Gaya Hidup Gen Z Kompasiana.com. https://www.kompasiana.com/achmad31157/659cd81ede948f06a5194658/gaya-hidup-gen-z#google_vignette
- Ai Nurul Fahmi, Siti Komariah, Puspita Wulandari (2024). Flexing dan Personal Branding: Konten Analisis Sosial Media Generasi Z di Indonesia (Jurnal Analisis Sosiologi) <https://jurnal.uns.ac.id/jas/article/view/74152>
- Asnan Furinto, Dewi Tamara, Chiko Maradona, Hendy Gunawan (2023). How TikTok and Its Relationship With Narcissism and Bandwagon Effect Influenced Conspicuous Consumption Among Gen Y and Gen Z. (EDP Sciences). https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/abs/2023/63/e3sconf_icobar23_01101/e3sconf_icobar23_01101.html
- Dafi El Haq Jauhary Benarkah Standar Tiktok Mempengaruhi Gaya Hidup Generasi Z? Published Rabu, 11 Desember 2024 <https://www.malanghub.com/news/benarkah-standar-tiktok-mempengaruhi-gaya-hidup-generasi-z>
- Honey Wahyuni, Taufik Akbar, Kriskasita Surya, Yuan Yovita (2024). Buku Capturing Gen Z. Penerbit: Direktorat Penerbitan dan Publikasi Ilmiah Universitas Surabaya. https://repository.ubaya.ac.id/47735/1/Honey%20Wahyuni_Capturing%20Gen%20Z_Rev.pdf
- Jiayan Liu (2021). The Influence Of The Body Image Presented ThroughTikTok Trend-Videos and Its Possible Reasons. (Atlantis Press). <https://www.atlantispress.com/proceedings/iclace-21/125957570>
- Kumpulan Data Seputar TikTok di Dunia dan Indonesia hingga April 2025. (DataIndonesia id.)https://assets.dataindonesia.id/2025/06/11/1749609527981-78-PPT-Report_Kumpulan-Data-Seputar-TikTok.pdf

Lexy, J., & Moleong. (2018). Bandung:PT, Remaja Rosda Karya, 2000), h. 3 2 I
Wayan Suwendra, Metodologi Penelitian Kualitatif. In Cet II. Agustus.
<https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/2239/5/15.3300.024%20BAB%203.pdf>

Irizfa Deviona, Syifa Syarifah Alamiyah (2024). Hiperrealitas dan Perubahan Gaya
Komunikasi Gen Z pada TikTok. JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan).
<https://jiip.stkipyapisdampu.ac.id/jiip/index.php/JIIP/article/view/5085>

Meilia Qurrota A'yun (5 Februari 2025) Memahami Generasi Z: Tantangan,
Perilaku, dan
Peluang<https://gorontalo.kab.bps.go.id/id/news/2025/02/05/30/memahami-generasi-z--tantangan--perilaku--dan-peluang.html>

Muhammad Khoirurroziqin (2024). Tiktok dan Konsumerisme Digital: Studi
Perilaku Belanja Fashion Generasi Z, (Profesional Business Journal)
<https://jurnal.usp.ac.id/index.php/professional-bussiness-journal/id/article/view/199/142>

Ni Putu Utari Oktarini, Ni Putu Kristina Dewi, Made Riski Aditya Kencana Putra,
Jen Herens Arnas Ataupah, Ni Luh De Dian Oktarini (2022). Analysis Of The
Positive and Negative Impacts Of Using Tiktok For Generation Z During
Pandemic. (Journal of Digital Low and Policy).
<https://ejournal.sidyanusa.org/index.php/jdjp/article/view/167>

Pardiaman Sinaga, Anjar Partini, Zamzan Dani Sadam, Muhammad Ibrahim Khalil,
Silviana Purwanti (2024) Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Hiburan bagi
generasi Z (Jurnal Ilmu Komunikasi)
<https://ejurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/mdk/article/view/2004/928>

Pengetahuan Umum. (2024, February 27). Preferensi Generasi Z dan Dampaknya
pada Industri Hiburan. Kumparan. <https://kumparan.com/pengetahuan-umum/preferensi-generasi-z-dan-dampaknya-pada-industri-hiburan-22FRESwIDzN/full>

Phi Hung Truong (2023). The Influence Of TikTok On Young Generation In Vietnam. (European Conference on Social Media). <https://papers.academic-conferences.org/index.php/ecsm/article/view/1151>

Risky Azizah, Revina Sinta Ananda, Revina Sinta Ananda (2023). Dampak Tiktok Terhadap Gaya Hidup Remaja Perempuan. Student ScientiBic Creativity Journal (SSCJ). <https://journal.amikveteran.ac.id/index.php/sscj/article/view/1681>

Salmaa. (2023, July 18). Landasan Teori: Pengertian, Macam, dan Cara Membuatnya. Retrieved July 10, 2025, from Penerbit Deepublish website: <https://penerbitdeepublish.com/landasan-teori/>

Shazrin Daniyah Khansa, Kinkin Yuliaty Subarsa Putri (2022). Pengaruh Sosial Media TikTok Terhadap Gaya Hidup Remaja. (eJournal.upnvj). <https://ejournal.upnvj.ac.id/JEP/article/view/3939>

Maddalena, S., & Maddalena, S. (2025, February 5). Digital 2025 - We Are Social Indonesia. We Are Social Indonesia. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>

Andi Dwi Riyanto. (2025, February 28). Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2025 - Dosen, Praktisi, Konsultan, Pembicara/Fasilitator Digital Marketing, Internet marketing, SEO, Technopreneur dan Bisnis Digital. Retrieved August 26, 2025, from Dosen, Praktisi, Konsultan, Pembicara/Fasilitator Digital Marketing, Internet marketing, SEO, Technopreneur dan Bisnis Digital website: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2025/>

salsa. (2025, June 12). Media Sosial Sebagai Platform Kreatif, Salurkan Ekspresi dan Wadah Berkreasi! Retrieved August 26, 2025, from Universitas Multimedia Nusantara website: <https://www.umn.ac.id/media-sosial-sebagai-platform-kreatif-salurkan-ekspresi-dan-wadah-berkreasi/>

Kontributor proyek Wikimedia. (2022, March 12). konten kreator asal Indonesia. Retrieved August 26, 2025, from Wikipedia.org website: https://id.wikipedia.org/wiki/Fujianti_Utami_Putri

Muhammad Firmansyah. (2023, November 2). Pengaruh Tiktok terhadap Mental Health Gen Z - Kompasiana.com. Retrieved August 26, 2025, from KOMPASIANA website: <https://www.kompasiana.com/muhammadfirmansyah7788/65434f14ee794a68445fbb72/pengaruh-tiktok-terhadap-mental-health-gen-z>

160 Juta Pengguna TikTok di Indonesia, Separuhnya Gemar Nonton Berita. (2025). Retrieved August 26, 2025, from inilah.com website: <https://www.inilah.com/160-juta-pengguna-tiktok-di-indonesia-separuhnya-gemar-nonton-berita>

Malanghub - Berita - Benarkah Standar Tiktok Mempengaruhi Gaya Hidup Generasi Z? (2024). Retrieved August 26, 2025, from Malanghub.com website: <https://www.malanghub.com/news/benarkah-standar-tiktok-mempengaruhi-gaya-hidup-generasi-z>

LAMPIRAN

Nama : Larasati Setyoningsih
 Usia : 20 tahun Mahasiswa (Jogja)
 Tanggal : 14 Agustus 2025

Narasaumber 1

No	Pertanyaan Wawancara	Jawaban
1	Apakah anda mengenal akun TikTok @fujiiian	Oh, jelas kenal. Siapa sih yang nggak kenal Fuji? Dia tuh salah satu creator yang paling sering muncul di FYP (For You Page). Videonya sering banget seliwernan, mulai dari yang joget-joget, lip-sync, sampai daily vlog
2	Kalcer atau gaya hidup baru apa yang mulai Anda lakukan setelah sering menonton video @fujiiian?	Sebenarnya bukan yang secara spesifik di tiru banget sih. Lebih ke cara ngikutin tren outfit yang dia pakai. Kayak, dia sering banget pakai crop top atau cargo pants. jadi ikut-ikutan penasaran dan coba pakai style yang mirip-mirip gitu. Jadi, lebih ke terinspirasi buat eksplor gaya berpakaian aja.
3	Apakah konten di akun @FUJIIIAN membuat Anda terinspirasi untuk mencoba hal-hal baru dalam gaya hidup atau penampilan?	Iya, sih. Terutama buat masalah ekspresi diri. Kayak, dia tuh kelihatan pede banget dengan gayanya sendiri, nggak peduli omongan orang."Oh, ternyata buat tampil beda tuh nggak harus takut." Jadi lebih berani buat coba mix and match baju yang mungkin sebelumnya nggak kepikiran.
4	Menurut Anda, apakah perubahan gaya hidup dan ekspresi diri ini berdampak positif atau negatif? jelaskan!	Menurut saya, positif banget. Apalagi buat Gen Z yang lagi nyari jati diri. Adanya figur kayak Fuji yang berani berekspresi tuh jadi semacam validasi kalau jadi diri sendiri itu keren. Ini bikin kita nggak harus ngikutin standar kecantikan atau gaya yang itu-itu aja. Kita bisa lebih bebas dan kreatif dalam berekspresi, tanpa harus merasa tertekan
5	Apakah konten @fujiiian mendukung pengembangan minat, bakat, atau personal branding Generasi Z?	Kalau dukung secara langsung sih mungkin nggak ya, karena kontennya kan lebih ke daily life dan hiburan. Tapi, secara nggak langsung pasti ada pengaruhnya. Contohnya, dia kan sering banget bikin transition video yang kreatif. Nah, itu bisa jadi inspirasi buat kita yang mau bikin konten sejenis. Keberanian dia buat tampil apa adanya juga bisa jadi personal branding yang kuat, dan itu bisa kita contoh.
6	Apakah konten video @FUJIIIAN membuat Anda merasa lebih bebas dalam mengekspresikan diri? jelaskan!	Ya, dia tuh kan sering banget kelihatan natural dan apa adanya di videonya. Nggak yang dibuat-buat banget gitu. Hal ini bikin jadi mikir, "Ternyata buat bikin konten yang disukai orang, kita nggak perlu jadi orang lain." Kesederhanaan dan keaslian kontennya bikin

		lebih pede buat posting apa yang di suka tanpa harus mikirin standar yang ada.
7	Menurut Anda, apa yang membuat video @FUJIIAN menarik dan relevan bagi generasi Z?	Dua hal sih: keaslian dan relatabilitas. Pertama, dia tuh nggak jaim dan apa adanya banget. Gen Z kan suka yang real, nggak suka yang palsu. Kedua, kontennya itu relatable. Dia sering bikin video soal hal-hal sehari-hari, kayak hangout sama teman atau ngobrol random. Itu yang bikin kita ngerasa, "Wah, dia tuh kayak teman kita sendiri!"
8	Apakah video @fujiiian mempengaruhi tekanan sosial bagi Generasi Z untuk menyesuaikan diri dengan tren baru?	Ini nih yang agak tricky. Di satu sisi, karena dia sering bikin tren, pasti ada aja yang ngerasa tekanan buat ngikutin. Kalau nggak ikut, rasanya ketinggalan. Tapi di sisi lain, dia juga nunjukin kalau nggak semua tren itu harus diikuti. Dia tetap punya ciri khasnya sendiri. Jadi, balik lagi ke kita masing-masing, pintar-pintar aja milih tren yang cocok sama diri kita
9	Bagaimana pengaruh video @fujiiian terhadap cara Generasi Z mengekspresikan diri di media sosial?	Pengaruhnya lumayan gede. Gen Z jadi lebih berani buat tampil apa adanya di medsos. Dulu kan mungkin kita mikir harus pakai filter yang aneh-aneh atau bikin video yang aesthetic banget. Sekarang, banyak yang lebih santai, cukup bikin video random tapi lucu, atau cuma lip-sync doang. Ini semua kayaknya terinspirasi dari gaya Fuji yang effortless tapi tetep keren.
10	Apakah Anda melihat adanya tren atau kebiasaan baru di antara teman-teman Anda yang terinspirasi dari video @fujiiian?	Banyak banget, Paling kentara sih dari segi gaya berpakaian. Beberapa teman yang sebelumnya style-nya biasa aja, sekarang jadi berani coba pakai style yang mirip Fuji. Terus, dari segi musik dan dance juga. Kalau ada lagu baru yang dipakai Fuji buat bikin konten, nggak lama kemudian teman-teman pasti pada ikutan bikin video pakai lagu itu.
11	Menurut Anda, apakah video @FUJIIAN dapat diterima dan mempengaruhi Generasi Z?	Jelas bisa diterima dan sangat berpengaruh. Dia punya kombinasi yang pas: latar belakang sebagai figur publik, konten yang relatable, dan kepribadian yang apa adanya. Semua itu bikin dia gampang diterima dan jadi panutan buat banyak Gen Z. Pengaruhnya nggak cuma di tren fashion atau dance, tapi juga dalam hal kepercayaan diri dan keberanian buat berekspresi.

Nama : Laurensia Niken Ayu S
 Usia : 23 tahun Mahasiswa (Lampung)
 Tanggal : 14 Agustus 2025

Narasumber 2

No	Pertanyaan Wawancara	Jawaban
1	Apakah anda mengenal akun TikTok @fujiiian	Ya, saya cukup familiar sama akun @fujiiian di TikTok. Akun itu punya follower berjuta-juta dan sering muncul di FYP dengan konten yang berhubungan dengan kehidupan anak muda.
2	Kalcer atau gaya hidup baru apa yang mulai Anda lakukan setelah sering menonton video @fujiiian?	Setelah nonton video @fujiiian, saya mulai nerapin gaya hidup self-reward, kayak sesekali ngopi di coffee shop, coba outfit yang lagi viral, dan nggak ragu buat posting gaya sendiri di medsos. Selain itu, jadi lebih berani nyobain hal baru supaya tidak ketinggalan tren yang lagi hits.
3	Apakah konten di akun @FUJIIIAN membuat Anda terinspirasi untuk mencoba hal-hal baru dalam gaya hidup atau penampilan?	Yang jelas isinya tuh inspiratif banget. Kadang-kadang lihat dia memakai outfit baru atau bikin tantangan seru, bikin saya mengaku buat ikut-ikutan. Bisa dibilang, konten @fujiiian memotivasi banget buat explore gaya dan penampilan biar tampil lebih pede.
4	Menurut Anda, apakah perubahan gaya hidup dan ekspresi diri ini berdampak positif atau negatif? jelaskan!	Menurut saya, dampaknya tuh campuran. Positifnya, jadi lebih bebas berekspresi, mudah cari referensi gaya hidup, dan makin pede. Negatifnya, kadang jadi konsumtif atau impulsif gara-gara FOMO (takut ketinggalan tren), bahkan keuangan bisa terganggu kalau kebablasan.
5	Apakah konten @fujiiian mendukung pengembangan minat, bakat, atau personal branding Generasi Z?	Iya banget. Konten-kontennya mendorong anak muda buat berani menunjukkan bakat, membuat branding diri sendiri, dan aktif di medsos. Ada challenge, dance, atau daily vlog yang bisa dijadikan referensi buat yang pengen berkembang dan dikenal di dunia digital.
6	Apakah konten video @FUJIIIAN membuat Anda merasa lebih bebas dalam mengekspresikan diri? jelaskan!	Banget, soalnya Vibe videonya santai, fun, dan kadang 'receive vibes' banget. Konten kayak itu bikin saya nggak malu buat tampil beda atau jadi diri sendiri di media sosial. Banyak teman yang berani upload video atau OOTD gara-gara terinspirasi sama konten viral kayak @fujiiian.
7	Menurut Anda, apa yang membuat video @FUJIIIAN menarik dan relevan bagi generasi Z?	Video @fujiiian menarik karena konsepnya segar, berhubungan dengan masalah dan kebiasaan Gen Z, seperti self-reward, nongkrong, memadupadankan pakaian, atau kehidupan sehari-hari yang jujur dan apa adanya. Gen Z suka yang nggak berat dan bisa langsung diaplikasikan ke kehidupan sehari-hari.

8	Apakah video @fujiiian mempengaruhi tekanan sosial bagi Generasi Z untuk menyesuaikan diri dengan tren baru?	Iya, cukup berpengaruh. Kadang abis nonton konten viral, muncul rasa harus ikut tren biar nggak dianggap “kudet” alias kurang update. Tekanan sosial dari peer group juga semakin keras, apalagi kalau ada tantangan atau fashion yang lagi hype di TikTok.
9	Bagaimana pengaruh video @fujiiian terhadap cara Generasi Z mengekspresikan diri di media sosial?	Pengaruhnya besar. Konten video @fujiiian bisa jadi acuan gaya bicara, cara berpakaian, dan perilaku di medsos. Anak muda sekarang semakin kreatif dan ekspresif, berani berbagi kehidupan sehari-hari atau personal branding, dan lebih sadar akan tren yang lagi naik daun
10	Apakah Anda melihat adanya tren atau kebiasaan baru di antara teman-teman Anda yang terinspirasi dari video @fujiiian?	Banyak sekali. Teman-teman saya jadi lebih sering bikin video OOTD, ngevlog jalan-jalan, atau ikut tantangan yang lagi viral. Bahkan gaya nongkrong dan posting di medsos juga mulai mengikuti gaya yang dinampilin di video TikTok.
11	Menurut Anda, apakah video @FUJIIIAN dapat diterima dan mempengaruhi Generasi Z?	Saya yakin banget video @fujiiian sangat diterima di kalangan Gen Z. Kontennya relevan, menyenangkan, dan mudah dinikmati. Efeknya pun terasa, banyak perubahan gaya hidup karena pengaruh video viral kayak @fujiiian, mulai dari penampilan, kebiasaan nongkrong, hingga cara berekspresi di medsos.

Nama : Fadia Raihan Aqrandista
 Usia : 20 Tahun Mahasiswa (Malang)
 Tanggal : 11 Agustus 2025

Narasumber 3

No	Pertanyaan Wawancara	Jawaban
1	Apakah anda mengenal akun TikTok @fujiiian	Ya, saya cukup familiar dengan akun TikTok @fujiiian. Dia dikenal sebagai salah satu pembuat konten yang sering membagikan konten soal gaya hidup, fashion, dan ekspresi diri yang kekinian.
2	Kalcer atau gaya hidup baru apa yang mulai Anda lakukan setelah sering menonton video @fujiiian?	Setelah sering nonton video @fujiiian, saya mulai lebih berani mengeksplorasi gaya berpakaian, kayak mix-and-match outfit yang sebelumnya nggak kepikiran. Selain itu, saya juga jadi tertarik sama skincare rutin dan self-care yang sering dia share di videonya.
3	Apakah konten di akun @FUJIIIAN membuat Anda terinspirasi untuk mencoba hal-hal baru dalam gaya hidup atau penampilan?	Jujur aja, iya banget. Kontennya tuh selalu fresh dan berhubungan sama kehidupan anak muda jaman sekarang, jadi saya kepingin untuk mencoba gaya rambut baru, fashion trend, sampai kebiasaan hidup sehat yang simpel tapi impactful.
4	Menurut Anda, apakah perubahan gaya hidup dan ekspresi diri ini berdampak positif atau negatif? jelaskan!	Menurutku sih, dampaknya cenderung positif asal tidak berlebihan. Kita jadi lebih percaya diri buat tampil sesuai keinginan sendiri, nggak takut menilai orang lain. Tapi perlu juga jaga biar nggak sampai over budget atau memaksakan diri biar tetap sehat secara mental dan finansial
5	Apakah konten @fujiiian mendukung pengembangan minat, bakat, atau personal branding Generasi Z?	Ya, jelas mendukung. Konten dari @fujiiian banyak mendorong Gen Z buat berani tampil beda, ngembangin passion, dan membangun ciri khas sendiri di media sosial, misal lewat style, aktivitas, atau cara berkomunikasi yang unik.
6	Apakah konten video @FUJIIIAN membuat Anda merasa lebih bebas dalam mengekspresikan diri? jelaskan!	Banget! Dia sering pentingnya jadi diri sendiri. Jadi saya nggak terlalu takut lagi buat postingan foto atau video yang memang saya suka, meski beda dari lingkaran teman
7	Menurut Anda, apa yang membuat video @FUJIIIAN menarik dan relevan bagi generasi Z?	Menurutku, videonya menarik karena selalu update dengan tren terbaru, gaya bicara yang santai, dan visual yang estetik. Topik yang diangkat juga sering banget ngebahas isu atau keresahan Gen Z, jadi relevan banget sama kehidupan kita sehari-hari.
8	Apakah video @fujiiian mempengaruhi tekanan	Ada pengaruhnya sih, meski nggak selalu negatif. Beberapa orang jadi merasa harus ikut tren biar nggak

	sosial bagi Generasi Z untuk menyesuaikan diri dengan tren baru?	ketinggalan atau dianggap kurang gaul. Tapi di sisi lain, justru konten-konten kayak @fujiiian bisa jadi motivasi buat lebih pede tampil dengan gaya masing-masing.
9	Bagaimana pengaruh video @fujiiian terhadap cara Generasi Z mengekspresikan diri di media sosial?	Pengaruhnya lumayan besar. Banyak teman-teman mulai berbagi OOTD, makeup look, dan daily rutin kayak yang ditunjukkan di video @fujiiian. Mereka juga lebih terbuka dan bebas mengekspresikan pendapat atau passion-nya di medsos.
10	Apakah Anda melihat adanya tren atau kebiasaan baru di antara teman-teman Anda yang terinspirasi dari video @fujiiian?	Ada, misal jadi rajin dandan meski hanya ke kampus, outfit jadi lebih kekinian, dan mulai suka bikin konten ala vlog atau beauty tips kayak yang sering dia tunjukkan di akun TikTok-nya.
11	Menurut Anda, apakah video @FUJIIIAN dapat diterima dan mempengaruhi Generasi Z?	Menurutku sangat bisa diterima dan berdampak. Kontennya sangat berhubungan dengan keseharian Gen Z, jadi banyak yang ngerasa terinspirasi serta terbantu untuk lebih berani menunjukkan identitas diri sendiri di publik.

Nama : Dinawati Dewanti Maharani
 Usia : 19 Tahun Mahasiswa (Malang)
 Tanggal : 11 Agustus 2025

Narasumber 4

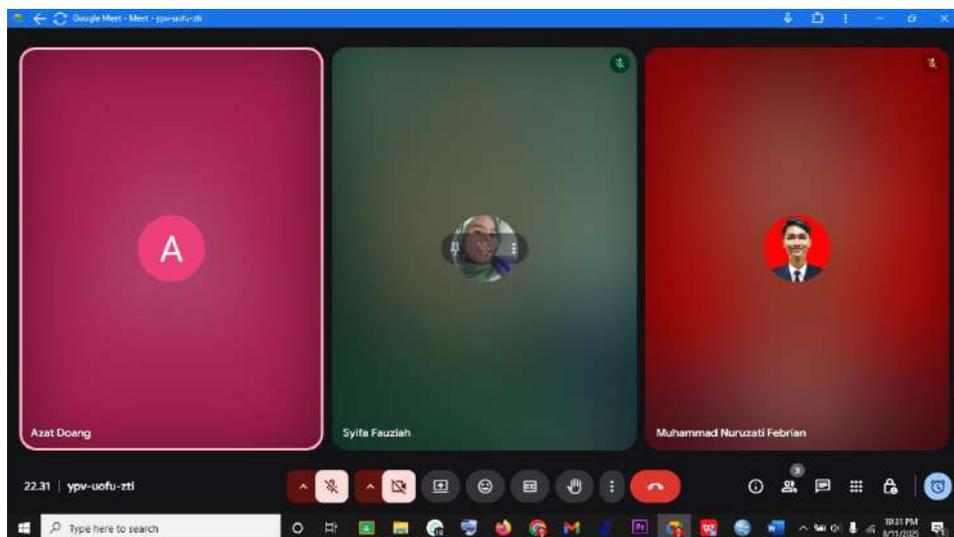
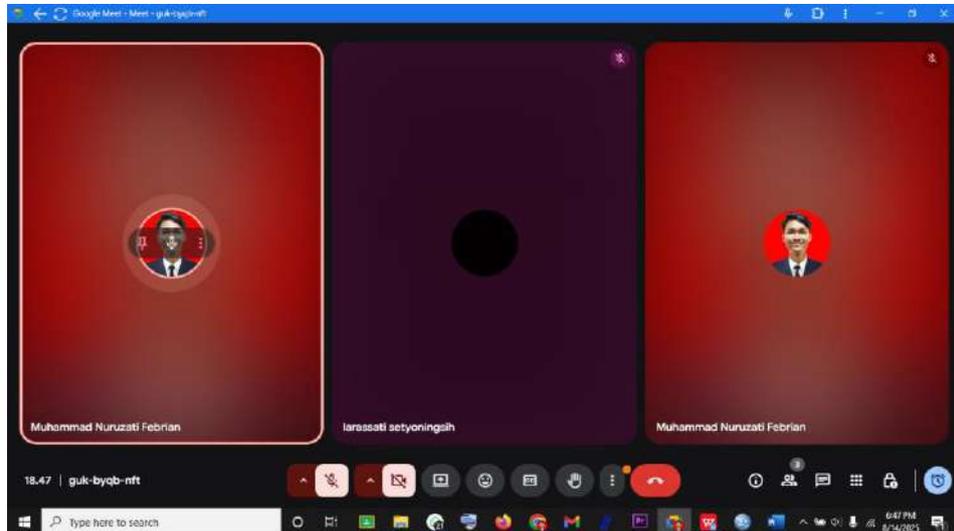
No	Pertanyaan Wawancara	Jawaban
1	Apakah anda mengenal akun TikTok @fujiiian	Iya, saya tau banget sama akun TikTok @fujiiian. Yang nama lengkapnya Fujianti Utami Putri, konten kreator, model, dan public figure asal Jakarta. Pengikutnya di TikTok mencapai puluhan juta, bahkan kontennya sering trending dan banyak diikuti anak muda
2	Kalcer atau gaya hidup baru apa yang mulai Anda lakukan setelah sering menonton video @fujiiian?	Setelah sering nonton video @fujiiian, saya jadi lebih terbuka buat coba gaya fashion yang lagi viral, mulai aktif ikut tren dance, bahkan suka nyobin kuliner aneh yang di-review sama dia. Kadang juga suka ikut tantangan atau tren gaya hidup kekinian yang sering dia posting, kayak skincare rutin, eksplor tempat hangout, dan daily vlog kehidupan anak muda di Jakarta.
3	Apakah konten di akun @FUJIIIAN membuat Anda terinspirasi untuk mencoba hal-hal baru dalam gaya hidup atau penampilan?	Jelas banget Kontennya Fuji tuh ngebawa getaran positif, bikin pengen eksplor penampilan biar lebih percaya diri. Soalnya dia sering kasih inspirasi soal fashion, kecantikan, bahkan hubungan yang berhubungan dengan kehidupan pelajar zaman sekarang. Kadang-kadang saya jadi berani memakai outfit yang lebih berwarna atau trend ikut kekinian yang sebelumnya ragu buat dicoba.
4	Menurut Anda, apakah perubahan gaya hidup dan ekspresi diri ini berdampak	Menurutku, dampaknya lebih positif karena menonton video @fujiiian bikin kita jadi punya motivasi untuk berkembang dan tampil percaya diri. Tapi, sisi negatifnya ada juga, misal kalau kita terlalu ikut-ikutan

	positif atau negatif? jelaskan!	tanpa filter, bisa kena FOMO (fear of missing out), jadi ngerasa harus selalu up to date biar ga ketinggalan tren. Penting banget punya prinsip dan filter sendiri biar ga dibawa arus tren secara buta
5	Apakah konten @fujiiian mendukung pengembangan minat, bakat, atau personal branding Generasi Z?	Banget sih Kontennya sering kali ngajak kita buat eksplor minat dan bakat lewat tantangan, tips, atau berbagi pengalaman. Dia juga aktif flexing personal branding, jadi motivasi buat generasi Z supaya makin pede dan punya karakter yang kuat di medsos.
6	Apakah konten video @FUJIIIAN membuat Anda merasa lebih bebas dalam mengekspresikan diri? jelaskan!	Iya, karena konten Fuji itu benar-benar ngepush anak muda buat berani tampil sesuai versi terbaiknya. Banyak konten yang mendukung ekspresi diri, mulai dari model rambut hingga gaya ngomong dan bergaul di media sosial. saya jadi ga takut lagi nunjukkin sisi lain dari diriku, baik penampilan atau opini.
7	Menurut Anda, apa yang membuat video @FUJIIIAN menarik dan relevan bagi generasi Z?	Menurutku, Fuji ngerti banget apa yang lagi hits dan berhubungan sama kehidupan anak muda. Kontennya selalu fresh, berani tampil beda, dan ga takut buat bahas hal-hal yang terkadang dianggap tabu atau sensitif. Dia juga banyak interaksi sama fans, jadi terasa deket dan ga kaku.
8	Apakah video @fujiiian mempengaruhi tekanan sosial bagi Generasi Z untuk menyesuaikan diri dengan tren baru?	Iya sih, ada pengaruhnya. Banyak banget anak muda yang akhirnya ngerasa harus ikut-ikutan tren biar ga dianggap kuper atau ketinggalan zaman. Kadang itu bikin tekanan sosial yang bikin kita ngerasa ga cukup kalau ga update sama gaya hidup baru yang viral di TikTok.
9	Bagaimana pengaruh video @fujiiian terhadap cara Generasi Z	Pengaruhnya gede banget. Anak muda jadi lebih bebas berekspresi, mulai berani upload konten yang nyambung sama minat pribadi baik di fashion, dance,

	mengekspresikan diri di media sosial?	atau daily life. Banyak juga yang akhirnya membuat versi konten mereka sendiri yang terinspirasi dari gaya Fuji, sehingga ekosistem media sosial semakin kaya dan beragam.
10	Apakah Anda melihat adanya tren atau kebiasaan baru di antara teman-teman Anda yang terinspirasi dari video @fujiiian?	Pastinya, Teman-teman saya jadi banyak yang suka upload OOTD, ikut tren dance, sampai mulai bisnis kecil-kecilan kayak yang sering dishare Fuji di videonya. Bahkan cara mereka berkomunikasi dan ngonten di medsos jadi makin kreatif kayak Fuji.
11	Menurut Anda, apakah video @FUJIIIAN dapat diterima dan mempengaruhi Generasi Z?	Menurutku sangat bisa diterima dan berdampak. Kontennya sangat berhubungan dengan keseharian Gen Z, jadi banyak yang ngerasa terinspirasi serta terbantu untuk lebih berani menunjukkan identitas diri sendiri di publik.

Tabel 3 Transkrip Hasil Wawancara Sumber Pribadi

BUKTI DOKUMENTASI





Gambar 21 ScreenShoot Wawancara : Sumber Pribadi