

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah merevolusi cara manusia berinteraksi, mengekspresikan diri, dan membentuk identitas sosial, terutama di kalangan remaja yang berada dalam masa pencarian jati diri. Perkembangan teknologi digital telah secara signifikan mengubah cara remaja berinteraksi, berekspresi, dan membentuk identitas sosial mereka. Media sosial, khususnya TikTok, telah menjadi platform utama bagi remaja hedonis di Jakarta Selatan untuk mengekspresikan diri, mencari validasi sosial, dan menampilkan eksistensi mereka secara visual dan performatif. Penelitian oleh Afifah dan Kuntari (2025) menunjukkan bahwa TikTok dan Instagram memainkan peran penting dalam pembentukan identitas sosial Generasi Z, dengan memungkinkan mereka untuk mengekspresikan nilai, norma, dan persepsi diri melalui unggahan dan interaksi digital.

Namun, meskipun media sosial menawarkan ruang untuk ekspresi diri, fenomena gaya hidup hedonisme sering kali muncul di kalangan remaja. Hal ini terlihat dari kecenderungan mereka untuk mengikuti tren konsumerisme, menampilkan gaya hidup mewah, dan mengejar pengakuan sosial melalui jumlah "likes" dan "followers". Fenomena ini dapat dipengaruhi oleh tuntutan sosial dari lingkungan sekitar, seperti teman sebaya, keluarga, dan masyarakat, yang mendorong remaja untuk menyesuaikan diri dengan standar sosial tertentu.

Penelitian oleh Harahap et al. (2024) mengungkapkan bahwa media sosial dapat mempengaruhi perilaku komunikasi remaja, baik secara positif maupun negatif, termasuk dalam hal penampilan dan gaya hidup. Kondisi ini menciptakan dilema bagi remaja dalam menyeimbangkan antara keinginan untuk diterima secara sosial dan kebutuhan untuk mempertahankan identitas pribadi yang autentik. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana remaja di Jakarta Selatan membentuk gaya hidup mereka di TikTok, serta bagaimana faktor-faktor sosial memengaruhi eksistensi diri mereka di platform tersebut.



Gambar 1.1 Perilaku Finansial Gen Z

Sumber: kompas.com

Data pada infografik menunjukkan bahwa 80% Gen Z dan milenial menghabiskan uang untuk mengikuti gaya hidup teman, sementara hanya 47% yang konsisten menabung dan 41% yang masih sering meminjam uang dari keluarga atau teman. Hal ini menggambarkan adanya kecenderungan

hedonisme yang kuat, di mana remaja lebih mengutamakan pengeluaran demi menjaga citra sosial dibandingkan kestabilan finansial. Jika dikaitkan dengan penelitian “Fenomena Gaya Hidup Hedonisme Remaja di Jakarta Selatan antara Tuntutan Sosial dan Eksistensi Diri di TikTok,” maka data ini merefleksikan bagaimana tekanan sosial dari lingkungan pertemanan maupun tren di media sosial mendorong remaja untuk tampil konsumtif demi eksistensi diri. TikTok sebagai ruang ekspresi visual memperkuat dorongan tersebut, karena remaja merasa perlu mengikuti tren fashion, nongkrong di tempat hits, hingga membuat konten lifestyle agar diakui dan dianggap relevan dengan lingkungannya, sehingga gaya hidup hedonis tidak hanya dipengaruhi oleh interaksi offline tetapi juga diperkuat oleh ekspektasi sosial di ranah digital.

Melalui unggahan berupa foto, video, maupun tulisan, pengguna media sosial dapat membentuk dan mengelola citra diri yang ingin mereka tampilkan. Dalam proses ini, sering kali terjadi ketimpangan antara representasi yang ditampilkan di media sosial dengan kondisi nyata dari individu tersebut (Afrinida & Hayatullah, 2022). Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, khususnya bagi kalangan remaja. Perkembangan teknologi komunikasi yang pesat telah mengubah cara individu berinteraksi, berekspresi, dan membentuk identitas diri. Media sosial tidak hanya menjadi alat untuk menjalin relasi, tetapi juga menjadi ruang personal sekaligus publik bagi remaja dalam menampilkan siapa diri mereka kepada dunia. Fenomena ini menunjukkan

bahwa media sosial memiliki peran besar dalam membentuk persepsi, gaya hidup, serta konstruksi citra diri para penggunanya.

Tuntutan sosial remaja adalah tekanan atau ekspektasi yang datang dari lingkungan sosial remaja, seperti keluarga, teman sebaya, sekolah, dan masyarakat, yang memengaruhi cara mereka berpikir, berperilaku, serta mengambil keputusan dalam kehidupan sehari-hari. Pada masa remaja, individu mengalami berbagai perubahan biologis, kognitif, dan emosional yang signifikan, yang membuat mereka lebih sensitif terhadap penilaian sosial dan sangat ingin diterima dalam kelompoknya.

Hal ini menjadikan mereka cenderung mengikuti nilai-nilai atau tren yang berkembang, meskipun terkadang tidak sejalan dengan nilai pribadi atau keluarga. Contoh tuntutan sosial yang sering dihadapi remaja antara lain keharusan untuk berprestasi di sekolah, tekanan untuk tampil menarik secara fisik, mengikuti gaya hidup populer, hingga keterlibatan dalam pergaulan tertentu demi menjaga citra diri di mata teman sebaya.

Tuntutan-tuntutan ini tidak selalu bersifat negatif; dalam beberapa kasus, tuntutan tersebut bisa memotivasi remaja untuk berkembang, menjadi lebih mandiri, bertanggung jawab, dan berpikir kritis. Namun, jika tidak diimbangi dengan dukungan emosional dan pembinaan nilai yang kuat dari keluarga serta lingkungan, tuntutan sosial dapat menimbulkan stres, kecemasan, bahkan memicu perilaku menyimpang seperti kenakalan remaja atau penyalahgunaan zat. Oleh karena itu, penting bagi remaja untuk memiliki

keterampilan sosial dan ketahanan diri yang baik agar dapat menghadapi berbagai tekanan sosial secara sehat dan positif (Hurlock, 2003)

Seiring dengan berkembangnya teknologi, ragam media sosial pun semakin bertambah, dan hampir setiap orang memiliki setidaknya satu akun di platform jejaring ini. Aplikasi-aplikasi tersebut tidak hanya digunakan untuk memperoleh informasi dan menjalin komunikasi, tetapi juga sebagai sarana bagi individu untuk menyalurkan ide, kreativitas, serta membangun eksistensi di ruang digital (Annisa et al., 2021).

Marshall dan Mathias (2016) menyatakan bahwa transisi dari lingkungan yang sudah dikenal menuju situasi sosial yang baru dan asing sering kali menimbulkan tantangan adaptasi yang tidak mudah bagi individu, khususnya pada usia remaja. Ketidakmampuan dalam menghadapi proses transisi ini dapat mengakibatkan terjadinya culture shock yang berdampak negatif terhadap kesehatan mental, seperti munculnya tekanan psikologis, perasaan tersing, dan kesulitan dalam menyesuaikan diri dengan norma sosial yang berlaku.

Sejalan dengan hal tersebut, Helen Olivia, Budiman, dan Sarasati (2024) menegaskan bahwa remaja yang tidak mampu beradaptasi secara sosial dan emosional dalam lingkungan yang terus berubah, termasuk pengaruh media digital, berpotensi mengalami gangguan dalam membentuk identitas diri secara utuh. Dalam konteks remaja hedon di Jakarta Selatan, media sosial seperti TikTok menjadi salah satu ruang dominan yang

membentuk cara mereka memandang gaya hidup dan eksistensi. Tren berpakaian, kebiasaan mengunjungi tempat-tempat estetik, cara berkomunikasi, serta pilihan musik dan makanan merupakan bagian dari representasi gaya hidup hedonisme yang banyak diadaptasi dari konten-



konten viral di platform tersebut. Remaja tidak hanya berperan sebagai konsumen pasif, tetapi juga sebagai produsen aktif yang turut menyebarkan nilai-nilai gaya hidup populer sebagai bentuk pencarian pengakuan dan eksistensi diri di dunia digital.

Gambar 1.2 Data Pengguna TikTok Terbesar

Sumber : <https://dataindonesia.id/>

Kuatnya pengaruh TikTok dalam membentuk dinamika sosial remaja Indonesia dapat dilihat dari tingginya jumlah pengguna platform ini secara nasional. Berdasarkan data dari DataIndonesia.id (2025), Indonesia menempati peringkat kedua sebagai negara dengan pengguna TikTok terbanyak di dunia, yakni mencapai 107,69 juta pengguna. Posisi ini hanya berada di bawah Amerika Serikat dengan 135,79 juta

pengguna, dan jauh di atas negara-negara lain seperti Brasil, Meksiko, hingga Rusia.

Fakta ini menunjukkan betapa dominannya TikTok dalam kehidupan digital masyarakat Indonesia, terutama dalam membentuk perilaku, nilai, dan gaya hidup hedonis remaja. Di Jakarta Selatan, sebagai salah satu pusat urbanisasi dan tren gaya hidup anak muda, TikTok menjadi medium utama yang memengaruhi cara remaja hedonis mempresentasikan diri, membangun citra sosial, serta mengejar eksistensi di tengah tuntutan sosial yang semakin kompetitif. Eksistensi di media sosial seperti TikTok sangat berkaitan erat dengan konsep *impression management* atau manajemen kesan yang dikemukakan oleh Erving Goffman. Menurut Goffman, individu senantiasa melakukan pertunjukan sosial di depan khalayak dengan tujuan menciptakan kesan tertentu.

Dalam konteks TikTok, remaja hedonis memainkan peran-peran tertentu yang sesuai dengan ekspektasi lingkungan digital mereka, seperti memilih musik tertentu, mengenakan pakaian yang sedang tren, menggunakan filter dan caption menarik, hingga mengikuti challenge populer demi tetap relevan dan memperoleh perhatian. Proses ini menempatkan remaja dalam posisi dilematis, antara mengekspresikan jati diri yang sebenarnya atau membentuk identitas semu untuk memenuhi ekspektasi sosial.

Fenomena ini menjadi semakin kompleks karena adanya tekanan sosial yang datang dari lingkungan sekitar, baik secara daring maupun luring. Remaja hedonis di Jakarta Selatan kerap terpapar pada standar sosial tertentu terkait kesuksesan, kecantikan, pergaulan, hingga gaya hidup. Standar tersebut didukung oleh kultur konsumtif yang tinggi, di mana merek pakaian, tempat hangout, dan gaya hidup yang ditampilkan di media sosial menjadi tolok ukur status sosial.

Dalam realitas ini, eksistensi diri menjadi sesuatu yang harus terus diperjuangkan dan diperbarui agar tidak tertinggal atau dianggap tidak relevan. TikTok pun berfungsi sebagai ruang kontestasi eksistensi, di mana setiap individu berlomba-lomba untuk menjadi viral, dilihat, dan diakui oleh publik.



Gambar 1.3 TikTok @agassss.ae (2025)

Sumber: Tiktok.com/agassss.ae

Fenomena ini juga dapat dilihat dari maraknya figur-figr remaja hedonisme yang memperoleh popularitas melalui konten TikTok. Salah

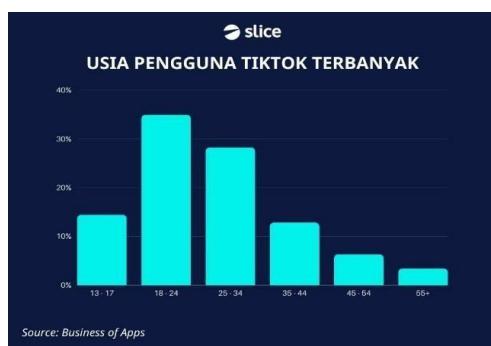
satunya adalah akun @agasss.ae, yang memiliki lebih dari 26 ribu pengikut dengan konten yang ditonton ratusan ribu kali. Dalam akun tersebut, pengguna menampilkan berbagai ekspresi diri yang berkaitan dengan gaya hidup konsumtif, hiburan, hingga keresahan remaja masa kini. Gaya penyampaian yang santai, penggunaan mimik ekspresif, serta gaya bicara yang khas menjadi daya tarik tersendiri bagi audiens seusianya. Hal ini menunjukkan bahwa eksistensi di TikTok tidak hanya dibangun dari kualitas informasi, tetapi juga dari kemampuan menampilkan personal yang menarik secara sosial dan emosional, terutama melalui simbol-simbol hedonis seperti kemewahan, kebebasan, dan kesenangan instan.

Remaja hedonisme cenderung meniru atau menjadikan figur-firug seperti ini sebagai tolok ukur gaya hidup dan eksistensi mereka. Di tengah arus tuntutan sosial yang datang dari lingkungan sekolah, pertemanan, maupun media, TikTok menjadi kanal pelarian sekaligus pembentuk identitas baru yang dikonstruksi secara visual dan emosional. Mereka berlomba-lomba menjadi “versi terbaik” dari diri mereka yang ingin diakui oleh publik digital, sering kali dengan menonjolkan gaya hidup yang glamor dan konsumtif. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengkaji bagaimana tekanan sosial dan dorongan untuk eksis di TikTok memengaruhi cara remaja hedonisme membentuk gaya hidup dan citra diri mereka.

Media sosial memberikan ilusi kedekatan dan koneksi sosial, yang pada kenyataannya belum tentu mencerminkan hubungan sosial yang

mendalam. Remaja hedonisme Jakarta Selatan memiliki ribuan pengikut dan jutaan penonton di TikTok, namun belum tentu memiliki kedekatan emosional yang kuat dalam kehidupan nyata. Mereka merasa kesepian di tengah popularitas maya, terjebak dalam upaya mempertahankan citra dan eksistensi yang dibangun secara digital. Hal ini dapat berdampak pada kesehatan mental, seperti kecemasan, perasaan tidak cukup, hingga depresi akibat tekanan untuk terus tampil sempurna.

Bagi remaja hedonis, terutama yang aktif di media sosial seperti TikTok, eksistensi bukan sekadar kehadiran di ruang digital, melainkan bentuk pengakuan sosial yang sangat mereka cari. Ketika seseorang dianggap eksis oleh orang lain, ditandai dengan banyaknya interaksi, *views*, *likes*, atau komentar, maka individu tersebut akan merasa keberadaannya dihargai dan diakui dalam lingkungannya. Hal ini mendorong remaja untuk membentuk citra diri yang sesuai dengan standar atau ekspektasi publik digital sebagai upaya menunjukkan bahwa mereka layak diperhitungkan. Dalam konteks penggunaan TikTok, remaja cenderung mengonstruksi konsep diri dan gaya hidup yang selaras dengan tren atau konten yang sedang viral demi mendapat attensi, validasi, dan



peneguhan identitas. Fenomena ini sejalan dengan fokus penelitian ini yang mengkaji bagaimana gaya hidup hedonis remaja di Jakarta Selatan terbentuk oleh tuntutan sosial dan kebutuhan akan eksistensi diri di platform TikTok.

Gambar 1.4 Usia Pengguna TikTok (2025)

Sumber: businessofapps.com

Berdasarkan grafik yang ditampilkan oleh *Business of Apps*, terlihat bahwa kelompok usia 18–24 tahun merupakan pengguna TikTok terbanyak, disusul oleh kelompok usia 25–34 tahun. Data ini sangat relevan dengan penelitian yang berfokus pada remaja hedonisme di Jakarta Selatan, karena kelompok usia tersebut berada pada fase pencarian identitas diri dan sangat rentan terhadap pengaruh sosial, termasuk dalam membentuk gaya hidup.

Fenomena ini menunjukkan bahwa TikTok bukan hanya digunakan sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai ruang sosial di mana remaja mengekspresikan diri, membangun citra, dan mencari eksistensi di tengah tuntutan sosial yang tinggi. Platform ini menjadi tempat yang strategis untuk membentuk dan menyebarluaskan gaya hidup hedonis yang sedang tren.

Tidak semua konsekuensi dari penggunaan TikTok bersifat negatif. Bagi sebagian remaja, TikTok justru menjadi ruang ekspresi diri

yang otentik, tempat untuk mengasah kreativitas, dan wadah untuk membangun komunitas yang suportif. Banyak remaja yang berhasil menyalurkan minat mereka dalam bidang tari, musik, seni visual, bahkan isu sosial melalui platform ini. TikTok pun memungkinkan remaja untuk membangun personal branding sejak dini, memperoleh peluang kerja, serta menjadi agen perubahan sosial dalam skala mikro. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi arena tuntutan sosial, tetapi juga potensi untuk pemberdayaan diri.

Fenomena ini juga mencerminkan pergeseran paradigma dalam memaknai eksistensi diri. Jika dulu eksistensi diukur dari pencapaian dalam dunia nyata, kini pengakuan di dunia maya menjadi sama pentingnya, bahkan kadang lebih menentukan. Bagi remaja hedonis Jakarta Selatan, mendapatkan *views* dan *likes* di TikTok bisa menjadi validasi diri yang sangat berarti, bahkan lebih dari sekadar pujiannya teman sekolah atau keluarga. Gaya hidup mereka pun dikurasi dengan sangat cermat agar sesuai dengan algoritma dan selera pasar media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa eksistensi diri tidak lagi hanya bersifat personal, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh sistem dan struktur digital yang mengatur narasi dominan.

Remaja hedonis juga hidup dalam era *hiperrerealitas* di mana batas antara realitas dan representasi menjadi kabur. Apa yang mereka tampilkan di TikTok sering kali merupakan simulasi dari kehidupan nyata yang telah dikemas dan diedit agar tampak lebih menarik. Mereka

bisa saja mengambil video saat nongkrong di kafe mewah, meskipun sebenarnya hanya mampir sebentar untuk konten. Gaya hidup yang ditampilkan tidak selalu mencerminkan kenyataan, melainkan realitas yang telah direkonstruksi untuk keperluan eksistensi digital. Fenomena ini mengacu pada konsep *simulacra* dari Jean Baudrillard, di mana representasi menjadi lebih nyata dari realitas itu sendiri.

Hedonisme pada dasarnya merupakan pandangan yang menempatkan kebahagiaan dan kenikmatan sebagai tujuan utama dalam hidup. Namun, seiring dengan perkembangan zaman, penafsiran terhadap hedonisme mengalami pergeseran makna. Konsep ini kini cenderung dipahami secara negatif, yaitu sebagai orientasi hidup yang menitikberatkan pada pemenuhan kesenangan sesaat, bersifat materialistik, dan mengabaikan nilai-nilai jangka panjang.

Menurut Soyomukti (2010), bagi kalangan masyarakat mapan, hedonisme merupakan konstruksi ideologis yang terbentuk ketika individu secara terus-menerus mampu memenuhi kebutuhan serta memperoleh kepuasan tanpa batas. Dalam konteks era globalisasi, gaya hidup hedonis semakin menguat seiring dengan hadirnya media sosial yang menjadi ruang baru untuk menampilkan eksistensi diri secara visual. Fenomena ini ditandai dengan meningkatnya aktivitas masyarakat, khususnya remaja, yang berlomba-lomba memamerkan gaya hidup konsumtif sebagai simbol status sosial dan identitas diri. Kelompok hedonisme umumnya berada di wilayah perkotaan yang

memiliki akses informasi tanpa batas serta kemampuan ekonomi yang memadai untuk membiayai gaya hidup mewah yang mereka tampilkan. Jakarta Selatan, sebagai salah satu kawasan dengan tingkat urbanisasi tinggi, menjadi ruang yang subur bagi tumbuhnya gaya hidup hedonis di kalangan remaja, yang dipengaruhi kuat oleh arus informasi dan budaya populer digital, terutama melalui platform seperti TikTok.

Penelitian ini juga berangkat dari kepentingan praktis untuk memahami pola perilaku remaja yang akan menjadi aktor penting dalam pembangunan sosial ke depan. Dengan memahami bagaimana tuntutan sosial dan kebutuhan eksistensi membentuk gaya hidup mereka, maka berbagai pihak seperti pendidik, pembuat kebijakan, hingga pelaku industri media dapat merancang strategi yang lebih tepat sasaran dalam mendukung tumbuh kembang remaja yang sehat secara psikologis dan sosial.

Penelitian ini tidak hanya penting dalam konteks komunikasi dan media, tetapi juga menyentuh aspek sosiologi, psikologi, dan budaya yang saling berkaitan dalam membentuk perilaku generasi muda. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini dapat menggali lebih dalam relasi antara individu dan media digital, serta bagaimana media sosial seperti TikTok menjadi arena baru dalam proses pembentukan identitas, pencarian eksistensi, dan negosiasi terhadap tuntutan sosial yang terus berkembang.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti ingin meneliti lebih lanjut tentang Bagaimana bentuk gaya hidup hedonism yang ditampilkan remaja Jakarta Selatan melalui platform TikTok?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana gaya hidup hedonisme remaja di Jakarta Selatan direpresentasikan melalui platform TikTok.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam ranah komunikasi digital dan studi media baru. Penelitian ini menambah literatur terkait fenomena gaya hidup hedonism remaja dalam konteks media sosial, dengan fokus pada peran TikTok sebagai ruang ekspresi diri dan pencarian eksistensi. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memperkaya

pemahaman tentang hubungan antara media sosial, identitas diri, dan dinamika sosial remaja hedonisme di era digital.

1.4.2 Secara Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi acuan bagi orang tua, pendidik, maupun pihak-pihak yang berkecimpung dalam dunia pengembangan remaja untuk memahami perilaku serta motivasi remaja hedonisme dalam menggunakan TikTok. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat dijadikan pertimbangan bagi pengembang platform digital dan pembuat kebijakan dalam merancang konten atau kebijakan yang lebih ramah terhadap perkembangan psikososial remaja. Bagi remaja itu sendiri, penelitian ini dapat menjadi bahan refleksi untuk lebih bijak dalam membangun eksistensi diri di media sosial.