

PENGARUH INFLUENCER TERHADAP GAYA HIDUP GEN Z

Syafuruddin Pohan¹, Wahyuni Deylyana Siregar², Adek Safitri³

Email: pohansyafuruddin@usu.ac.id¹, wahyunideylyana@students.usu.ac.id²,
adeksafitri@students.usu.ac.id³

Universitas Sumatera Utara

Abstrak: Ketergantungan Generasi Z terhadap dunia digital terlihat dari penggunaan media sosial, smartphone, dan platform streaming yang sangat tinggi. Banyak dari mereka merasa sulit untuk melepaskan perangkat mereka, yang dapat mempengaruhi kesehatan mental dan hubungan sosial. Selain itu, ketergantungan ini sering kali mengurangi keterampilan komunikasi langsung dan meningkatkan risiko isolasi sosial. Tulisan ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh gaya hidup influencer terhadap perilaku dan preferensi Gen Z, serta dampaknya terhadap identitas mereka sebagai konsumen di era digital. Metode penelitian ini menggunakan studi literasi. Paradigma yang digunakan yaitu : Teori Penggunaan dan Kepuasan (Uses and Gratifications Theory), Teori Identitas Sosial (Social Identity Theory), dan Teori Ekologi Media (Media Ecology Theory). Hasil penelitian : Pengaruh influencer terhadap gaya hidup Gen Z sangat kuat dan kompleks. Influencer tidak hanya mempengaruhi preferensi dan keputusan pembelian, tetapi juga berperan dalam pembentukan identitas sosial dan nilai-nilai yang dianut oleh Gen Z.

Kata Kunci: Filsafat Dan Etika Komunikasi; Gaya Hidup; Influencer; Gen Z.

Abstract: Generation Z's dependence on the digital world can be seen from the very high use of social media, smartphones and streaming platforms. Many of them find it difficult to give up their devices, which can affect their mental health and social relationships. Additionally, this dependency often reduces direct communication skills and increases the risk of social isolation. This article aims to examine the influence of influencer lifestyles on Gen Z's behavior and preferences, as well as its impact on their identity as consumers in the digital era. This research method uses literacy studies. The paradigms used are: Uses and Gratifications Theory, Social Identity Theory, and Media Ecology Theory. Research Results: The influence of the influencer lifestyle on Gen Z is very strong and complex. Influencers not only influence preferences and purchasing decisions, but also play a role in shaping the social identity and values held by Gen Z.

Keywords: Communication philosophy and ethics; lifestyle; influencer; Generation Z

PENDAHULUAN

Sebagai “manusia digital” Generasi Z adalah generasi yang lahir dan dibesarkan di era komputerisasi dan komunikasi online. Mereka dikenal sebagai digital natives, karena tumbuh dengan akses ke teknologi dan internet sejak usia dini, teknologi digital seperti internet dan media sosial sudah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari hal ini mempengaruhi cara mereka berkomunikasi, belajar, dan berinteraksi dengan dunia. Generasi ini sering diidentifikasi dengan nilai-nilai seperti keberagaman, keadilan sosial, dan kesadaran lingkungan. Mereka juga lebih terbuka terhadap isu-isu sosial dan lingkungan.

Generasi Z adalah kelompok orang yang terlatih, lihai, dan cekatan dalam memanfaatkan fungsi teknologi yang sesungguhnya. Generasi Z menjalani kehidupan beriringan dengan perkembangan teknologi. Generasi Z menggantungkan sebagian kelancaran dan kesuksesan aktivitasnya dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi. Dalam realita kehidupan sehari-hari, generasi Z menjalin hubungan yang erat dengan kecanggihan teknologi.

Tidak bisa dipungkiri bahwa generasi Z menikmati dunia digital yang sangat membantu mereka. Generasi Z hidup dengan mengembangkan pola tersendiri. Dalam kehidupan generasi Z, semua merupakan dampak teknologi. Kecanggihan teknologi yang dimanfaatkan oleh generasi Z menampilkan kehidupan modern yang sesungguhnya. Kehidupan modern generasi Z kian bervariasi. Perubahan yang didapatkan generasi Z tidak bersumber pada lingkup lokal saja, tetapi berbagai perubahan yang terkait pola perilaku, bahkan habit generasi Z. Selain itu, perubahan bersumber pada lingkup nasional dan internasional.

Ketergantungan Generasi Z terhadap dunia digital terlihat dari penggunaan media sosial, smartphone, dan platform streaming yang sangat tinggi. Banyak dari mereka merasa sulit untuk melepaskan perangkat mereka, yang dapat mempengaruhi kesehatan mental dan hubungan sosial. Selain itu, ketergantungan ini sering kali mengurangi keterampilan komunikasi langsung dan meningkatkan risiko isolasi sosial. Dampak dari ketergantungan terhadap digital inipun menimbulkan berbagai permasalahan yang dihadapi Generasi Z dalam dunia digital seperti cyberbullying, kecanduan media sosial, dan tekanan untuk selalu terhubung. Mereka sering mengalami kecemasan dan depresi akibat ekspektasi sosial dan ekspektasi yang tinggi dari lingkungan online. Selain itu, masalah privasi dan keamanan data juga menjadi perhatian, karena banyak informasi pribadi yang tersebar di platform digital.

Dalam beberapa tahun terakhir, fenomena influencer telah menjadi salah satu aspek paling signifikan dalam dunia pemasaran dan media sosial. Generasi Z (Gen Z), yang terdiri dari individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan generasi yang tumbuh di tengah kemajuan teknologi dan perkembangan media sosial yang pesat. Menurut laporan dari Pew Research Center (2021), sekitar 95% dari Gen Z memiliki akses ke smartphone, dan 45% mengaku bahwa mereka online hampir terus-menerus.

Gaya hidup influencer sering kali ditampilkan melalui platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, di mana mereka membagikan konten terkait mode, kecantikan, makanan, dan gaya hidup sehari-hari. Hal ini tidak hanya mempengaruhi cara Gen Z melihat dunia, tetapi juga mempengaruhi keputusan mereka dalam berbelanja dan memilih merek. Menurut laporan McKinsey & Company (2020), Gen Z lebih cenderung mempercayai rekomendasi dari influencer dibandingkan iklan tradisional.

Media dan platform digital, memang, memainkan peran yang semakin penting dalam membentuk dan menyebarkan nilai-nilai. YouTuber, influencer, atau, dalam konteks yang lebih luas, konten di platform media sosial (seperti Instagram, TikTok, serta platform hiburan seperti Netflix) menunjukkan bagaimana mediator komunikasi baru dan bentuk konten media yang disukai oleh individu muda, lebih jelas dari sebelumnya, saling terkait dengan berbagai nilai-nilai, norma-norma, dan harapan sosial, seperti halnya keluarga dan sekolah dulu. Salah satu contoh yang muncul dari penelitian tersebut adalah keberhasilan platform "Bereal", yang di satu sisi terkait dengan keinginan untuk mempublikasikan dan membagikan citra diri seseorang, dan di sisi lain terkait dengan kebutuhan untuk menunjukkan diri sebagai "yang autentik."

Aspek yang semakin relevan bagi studi sosiologi generasi muda adalah nilai-nilai yang mereka anut dan anggap paling penting. Analisis ini harus memiliki signifikansi yang cukup besar karena menggarisbawahi hubungan intrinsik antara nilai-nilai yang dianut oleh individu muda dan kewarganegaraan. Nilai-nilai memang terkait dengan pendidikan dan perolehan kewarganegaraan oleh generasi muda. Nilai-nilai ini

sesungguhnya merupakan cerminan pandangan dunia, prioritas, dan aspirasi mereka dalam masyarakat tempat mereka tinggal. Lebih jauh lagi, nilai-nilai memainkan peran penting dalam membentuk tindakan mereka dan memberikan pengaruh yang mendalam pada arah yang akan ditempuh masyarakat.

METODE

Penelitian ini menggunakan studi literasi. Studi literasi adalah metode penelitian yang menggunakan literatur atau dokumen-dokumen tertulis sebagai sumber data utamanya. Studi literasi atau kajian literatur adalah proses analisis dan sintesis dari berbagai sumber tertulis yang relevan dengan topik tertentu. Tujuannya adalah untuk mengumpulkan, mengevaluasi, dan menyimpulkan informasi dari penelitian atau karya-karya sebelumnya, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang suatu isu atau bidang studi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Paradigma yang digunakan

1. Teori Penggunaan dan Kepuasan (Uses and Gratifications Theory)

Pada teori ini menekankan bahwa implementasi media secara aktif memilih dan menggunakan media tertentu untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka. Dalam konteks TikTok, Generasi Z menggunakan aplikasi ini untuk berbagai tujuan, seperti hiburan, edukasi, atau interaksi sosial. Namun, penggunaan yang berlebihan dapat berdampak negatif terhadap kesehatan mental, seperti kecemasan, depresi, atau perasaan rendah diri karena paparan konten yang tidak realistis atau perbandingan sosial.

2. Teori Identitas Sosial (Social Identity Theory)

Teori ini menjelaskan bagaimana seseorang membentuk identitasnya melalui afiliasi dengan kelompok sosial tertentu. Generasi Z seringkali membentuk identitas mereka melalui media sosial seperti TikTok. Mereka dapat dipengaruhi oleh tren, selebriti, atau influencer, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi bagaimana cara mereka mengamati pada diri mereka sendiri dan menemukan apa yang mereka rasakan tentang diri mereka sendiri.

3. Teori Ekologi Media (Media Ecology Theory)

Teori ini melihat media sebagai lingkungan yang mempengaruhi cara kita berpikir, berkomunikasi, dan berinteraksi. TikTok, sebagai platform video pendek, membentuk cara Generasi Z mengkonsumsi dan memproduksi konten. Konten yang cepat, langsung, dan viral dapat mempengaruhi tingkat perhatian, kecemasan, dan ketergantungan terhadap validasi sosial melalui like dan komentar..

KESIMPULAN

Pengaruh gaya hidup influencer terhadap Gen Z sangat kuat dan kompleks. Influencer tidak hanya mempengaruhi preferensi dan keputusan pembelian, tetapi juga berperan dalam pembentukan identitas sosial dan nilai-nilai yang dianut oleh Gen Z. Meskipun ada manfaat yang jelas dari interaksi ini, penting juga untuk menyadari potensi risiko yang dapat muncul dari paparan konten yang tidak realistis.

Gen Z dapat menggunakan media secara aktif dan selektif memilih media tertentu untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka. Penggunaan media dilakukan tidak berlebihan dan dapat mempertimbangkan hal yang baik dan buruk

yang perlu untuk diantisipasi.

Gen z dapat membentuk identitasnya yang autentik. Mereka dapat memilah pengaruh oleh tren, selebriti, atau influencer terhadap diri mereka sendiri dan bagaimana mereka merasa tentang diri mereka.

Media dapat berguna sebagai lingkungan yang positif dalam mempengaruhi cara gen Z berpikir, berkomunikasi, dan berinteraksi.

Saran

Kesadaran Diri: Gen Z perlu dilatih untuk memiliki kesadaran diri yang lebih baik terhadap konten yang mereka konsumsi dan dampaknya terhadap kesehatan mental mereka.

Pendidikan Media: Masyarakat dan lembaga pendidikan harus menyediakan pendidikan media yang memadai untuk membantu Gen Z memahami dan mengevaluasi informasi yang mereka terima dari influencer.

Kolaborasi dengan Influencer Positif: Merek sebaiknya bekerja sama dengan influencer yang memiliki nilai-nilai yang sejalan dengan keberlanjutan dan keaslian untuk menarik perhatian Gen Z.

DAFTAR PUSTAKA

- American Psychological Association. (2021). "The Impact of Social Media on Young People's Mental Health."
- Hootsuite. (2022). "Social Media Trends Report."
- IBM Institute for Business Value. (2021). "From Denial to Action: The Future of Gen Z Consumers."
- McKinsey & Company. (2020). "How Gen Z is changing the future of shopping."
- Nielsen. (2020). "Global Trust in Advertising."
- Pew Research Center. (2021). "Gen Z, Social Media, and Technology."
- Utari, Unga. (2018). Z Generation yang Berjiwa Sosial. Jakarta Timur : Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa.