

**ANALISIS PENERIMAAN GENERASI Z TERHADAP
KONTEN GAYA HIDUP HEDONISME PADA AKUN TIKTOK
@DAVE.STN**

SKRIPSI



Oleh:

**IKE HESTIANI
NPM. 19043010042**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
SURABAYA
2026**

**ANALISIS PENERIMAAN GENERASI Z TERHADAP
KONTEN GAYA HIDUP HEDONISME PADA AKUN TIKTOK
@DAVE.STN**

SKRIPSI



Oleh:

IKE HESTIANI

NPM. 19043010042

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR

SURABAYA

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS PENERIMAAN GENERASI Z TERHADAP KONTEN
GAYA HIDUP HEDONISME PADA AKUN TIKTOK @DAVE.STN**

Disusun oleh:


Ike Hestiani
NPM. 19043010042

Telah disetujui mengikuti ujian lisan skripsi

DOSEN REMBIMBING


Dra. Diana Amalia, M.Si
NIP. 196309071991032001

Mengetahui
DEKAN


Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS PENERIMAAN GENERASI Z TERHADAP KONTEN
GAYA HIDUP HEDONISME PADA AKUN TIKTOK @DAVE.STN**

Oleh:

Ike Hestiani
NPM. 19043010042

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur pada tanggal 22
Juni 2026

Menyetujui,


PEMBIMBING


Dra. Diana Amalia, M.Si
NIP. 196309071991032001


**TIM PENGUJI
KETUA**


Dra. Diana Amalia, M.Si
NIP. 196309071991032001

SEKRETARIS


Ririn Puspita Tutiasri, S.I.Kom., M.Med.Kom
NIP. 198904112021212001

ANGGOTA


Dhelitty Finaliyani Putri, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 199307202024062001

Mengetahui

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK


Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Ike Hestiani
NPM : 19043010042
Angkatan : 2019
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam skripsi ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 22 Juni 2026
Yang Membuat pernyataan



Ike Hestiani
NPM. 19043010042

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah menganugerahkan segala karunia dan rahmat-Nya pada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Program Sarjana (S1) di Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Jawa Timur. Ucapan terima kasih juga penulis haturkan kepada seluruh pihak yang mendukung penulis dalam penyusunan proposal skripsi ini, di antaranya kepada:

1. Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik.
2. Dr. Syafrida N. Febriyanti, M.Med.Kom. selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Ibu Dra. Diana Amalia, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, ilmu dan motivasi pada penulis selama proses penyusunan skripsi.
4. Ibu Ratih Pandu Mustikasari, S.I.Kom., M.A. selaku Dosen Wali yang telah mendampingi penulis selama masa perkuliahan.
5. Ibu Ririn Puspita Tutiasri, S.I.Kom, M.Med.Kom dan Ibu Dhellitya Finaliyani Putri, S.Sos., M.I.Kom selaku dosen penguji.
6. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Jawa Timur atas ilmu yang diberikan selama masa studi.
7. Kedua orang tua tercinta, Bapak dan Almh. Ibu, atas kasih sayang, doa, serta dukungan dalam setiap langkah yang peneliti tempuh.

8. Nenek saya yang sayangi yang sudah membantu membesarkan saya sejak kecil dan atas semangat dan doa yang diberikan.
9. Seluruh pihak yang telah membantu peneliti secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat disebutkan satu persatu, tapi memiliki peran penting dalam mendukung menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun bagi penelitian ini sangat penulis harapkan guna perbaikan penelitian ini di masa mendatang.

Surabaya, 22 Juni 2026

Ike Hestiani

ABSTRAKSI

Perkembangan media sosial telah mendorong munculnya berbagai konten yang menampilkan gaya hidup hedonisme, salah satunya pada akun TikTok @dave.stn. Penelitian ini dilakukan untuk memahami bagaimana penerimaan generasi Z terhadap konten gaya hidup hedonisme pada akun TikTok @dave.stn. Konten-konten yang diunggah berkaitan dengan kemewahan, konsumsi berlebih, dan aktivitas kesenangan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan analisis resepsi Stuart Hall. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam dan dokumentasi. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria generasi Z yang mengikuti akun TikTok @dave.stn. Penelitian ini menemukan bahwa generasi Z memberikan pemaknaan yang beragam. Pada tema kemewahan, sebagian informan memaknai kemewahan sebagai bentuk hedonisme, sementara sebagian lainnya melihat sebagai bagian dari pengalaman, dan kemampuan finansial. Pada tema konsumsi berlebih, hedonisme dimaknai melalui pengeluaran besar, pembelian berulang, dan konsumsi di luar kebutuhan utama, akan tetapi terdapat informan yang mempertimbangkan fungsi, pekerjaan, serta nilai investasi dari barang yang dibeli. Pada tema kesenangan, informan memberikan pemaknaan yang paling beragam karena aktivitas yang ditampilkan dipandang sebagai hiburan, apresiasi, hobi, maupun representasi hedonisme. Berdasarkan teori *encoding decoding* Stuart Hall, penelitian ini menemukan tiga posisi penerimaan, yaitu *dominant hegemonic position*, *negotiated position*, dan *oppositional position*. Temuan tersebut menunjukkan bahwa Generasi Z merupakan penonton yang aktif tidak hanya menerima pesan secara langsung, melainkan juga menafsirkan dan menegosiasikan makna sesuai dengan pengalaman masing-masing.

Kata Kunci: Generasi Z, TikTok, Gaya Hidup Hedonisme

ABSTRACT

The development of social media has encouraged the emergence of various contents that portray a hedonistic lifestyle, one of which can be found on the TikTok account @dave.stn. This study was conducted to understand generation Z's reception of hedonistic lifestyle content on the TikTok account @dave.stn. The uploaded contents are related to luxury, excessive consumption, and pleasure-oriented activities. This study employed a qualitative descriptive approach using Stuart Hall's reception analysis. Data were collected through in-depth interviews and documentation. The informants were selected using a purposive sampling technique with the criteria of generation Z who follow the TikTok account @dave.stn. The findings reveal that generation Z provides diverse interpretations of the content. Within the theme of luxury, some informants interpreted luxury as a form of hedonism, while others viewed it as part of personal experiences and financial capability. In the theme of excessive consumption, hedonism was interpreted through large expenditures, repetitive purchases, and consumption beyond primary needs. However, some informants considered the functionality, occupational purposes, and investment value of the purchased items. Within the theme of pleasure, informants provided the most diverse interpretations, as the activities portrayed were perceived as entertainment, appreciation, hobbies, and representations of hedonism. Based on Stuart Hall's Encoding-Decoding theory, this study identified three audience positions: dominant-hegemonic position, negotiated position, and oppositional position. These findings indicate that generation Z constitutes an active audience that does not merely accept media messages directly but also interprets and negotiates meanings according to their individual experiences.

Keywords: *Generation Z, TikTok, Hedonistic Lifestyle*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAKSI.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori.....	17
2.2.1 Media Sosial.....	17
2.2.1.1 Definisi Media Sosial	17
2.2.1.2 Karakteristik Media Sosial.....	18
2.2.2 TikTok.....	19
2.2.2.1 Definisi TikTok.....	19
2.2.2.2 Fitur-Fitur Media Sosial TikTok.....	22
2.2.3 Generasi Z.....	23
2.2.3.1 Definisi Generasi Z.....	23
2.2.3.2 Karakteristik Generasi Z.....	25
2.2.4 Gaya Hidup Hedonisme.....	27

2.2.4.1 Definisi Gaya Hidup Hedonisme.....	27
2.2.4.2 Karakteristik Gaya Hidup Hedonisme.....	30
2.2.4.3 Faktor-Faktor Terbentuknya Gaya Hidup Hedonisme.....	31
2.2.5 Analisis Resepsi.....	33
2.2.6 Teori <i>Encoding-Decoding</i> Stuart Hall.....	34
2.3 Kerangka Berpikir.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	38
3.2 Definisi Konseptual.....	39
3.2.1 Media Sosial TikTok.....	39
3.2.2 Generasi Z.....	40
3.2.3 Gaya Hidup Hedonisme.....	40
3.2.4 Analisis Penerimaan (<i>Reception Analysis</i>)	41
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	42
3.4 Teknik Penentuan Informan	43
3.5 Lokasi Penelitian.....	44
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.6.1 <i>Indepth Interview</i>	45
3.6.2 Dokumentasi	45
3.7 Teknik Analisis Data.....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
4.2 Identitas Informan.....	50
4.3 Hasil dan Pembahasan.....	52
4.3.1 Penerimaan Awal Generasi Z Terhadap Akun TikTok @dave.stn.....	52
4.3.2 Pengetahuan Umum Gaya Hidup Hedonisme.....	57
4.3.3 Penerimaan Generasi Z Terhadap Konten Gaya Hidup Hedonisme tentang Kemewahan.....	60

4.3.3.1	Konten “Iziinnn... Baru Tau Nih Sandal Kantor Gua Dijadiin Barang Buat Pamer Sama Orang. Apalah Dayaku Yang Sedang Mencari Beras” Pada Akun TikTok @dave.stn.....	60
4.3.3.2	Konten “Japan Fitsss” Pada Akun TikTok @dave.stn.....	67
4.3.3.3	Konten “ <i>I Need My Sugar Mommy</i> ” Pada Akun TikTok @dave.stn..	71
4.3.4	Penerimaan Generasi Z Terhadap Konten Gaya Hidup Hedonisme tentang Konsumsi Berlebih.....	74
4.3.4.1	Konten “Unboxing Belanjaan Minggu Pertama 2026! Belum Apa-Apa Udah Habis 300jt” Pada Akun TikTok @dave.stn.....	74
4.3.4.2	Konten “Unboxing Iphone 17 Pro Max” Pada Akun TikTok @dave.stn.....	79
4.3.4.3	Konten “Shopping Vlog” Pada Akun TikTok @dave.stn.....	82
4.3.5	Penerimaan Generasi Z Terhadap Konten Gaya Hidup Hedonisme tentang Kesenangan.....	86
4.3.5.1	Konten “Beliin Bigmo Hermes” Pada Akun TikTok @dave.stn	86
4.3.5.2	Konten “BlackPink Vlog” Pada Akun TikTok @dave.stn.....	90
4.3.5.3	Konten “Belanja Kartu Pokemon 100jt” Pada Akun TikTok @dave.stn.....	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		97
5.1	Kesimpulan.....	97
5.2	Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....		100
LAMPIRAN.....		107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Berpikir.....	36
Gambar 4.1 Akun TikTok @dave.stn.....	48
Gambar 4.2 Konten Pada Akun TikTok @dave.stn.....	49

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
-------------------------------------	----