

## STANDAR TIKTOK SEBAGAI REALITAS PERUBAHAN SOSIAL BUDAYA PADA MASYARA- KAT MODERN

<sup>1</sup>Dina Sudarmika, <sup>2</sup>Sachrin Suci Helmina, <sup>3</sup>Sila Nirmala

<sup>1</sup>Pogram Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bung Karno, Jakarta

<sup>2</sup>Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Padjajaran, Bandung

<sup>3</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, STISIPOL Candradimuka, Palembang

Email: dineffendie@gmail.com



**Diterima** : 29 Juli 2025; **Review** : 30 Juli 2025 ; **Direvisi Author** : 28 Agustus 2025; **Terbit** : 30 Agustus 2025

### *Abstract*

*TikTok, as a social media platform that offers entertainment, information, and educational content, has become an integral part of modern digital life. It significantly influences cultural trends, lifestyles, and consumption patterns, serving as a reflection of ongoing social and cultural transformations. One notable phenomenon is the emergence of the so-called "TikTok standard" — particularly in terms of lifestyle and beauty norms — which shapes public perceptions and behaviors. This study aims to analyze how these TikTok standards contribute to social and cultural changes within society. Employing a qualitative approach with a descriptive analysis method, the research presents detailed and clear information to enhance understanding of the data. The findings reveal that TikTok standards have significant implications for social change, driven by globalization, information technology, and consumer culture. These standards influence lifestyle shifts and redefine beauty ideals in modern society.*

**Keywords:** *TikTok Standard, Social and Cultural Change, Lifestyle Standards, Beauty Standards*

### 1. PENDAHULUAN

TikTok adalah platform media sosial yang sangat populer di kalangan masyarakat dan telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam aktivitas kehidupan masyarakat. TikTok adalah aplikasi yang menawarkan berbagai efek spesial, unik, dan menarik yang memudahkan pengguna dalam membuat video pendek yang menarik dan menarik

perhatian banyak penonton. Aplikasi ini merupakan sebuah jaringan sosial dan platform musik video Tiongkok yang pertama kali diperkenalkan pada September 2016. TikTok merupakan aplikasi pembuat video pendek yang didukung musik, dan sangat populer di kalangan masyarakat luas, termasuk orang dewasa dan anak-anak.

TikTok menjadi platform utama dalam berbagi konten, hiburan, dan informasi. Platform ini menjadi bagian yang sangat berguna bagi kehidupan digital masyarakat, bahkan memengaruhi tren budaya, gaya hidup, dan pola konsumsi.

Bersumber pada dari We Are Social dan Meltwater, jumlah pengguna TikTok di seluruh dunia diprediksi mencapai 1,84 miliar orang sampai April 2025. Angka ini mengartikan bahwa sekitar 22,4% dari seluruh penduduk dunia telah memakai aplikasi video pendek tersebut. Di antara negara-negara lain, Indonesia menjadi negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar. Pada bulan keempat tahun ini, tercatat ada 184,95 juta pengguna TikTok yang berasal dari Indonesia.

Tren budaya, gaya hidup dan pola konsumsi yang menjadi konten utama biasanya menjadi daya pikat masyarakat untuk tetap mengakses TikTok secara masif, dan berimplikasi pada terbentuknya konsep standar TikTok.

Standar Tiktok mengacu pada norma-norma atau harapan tertentu yang terbentuk di dalam platform TikTok, terutama konten yang sering muncul di “*For Your Page*” (FYP). Konten – konten

ini, sering kali berupa video pendek yang menampilkan gaya hidup tertentu, standar kecantikan, pencapaian sosial atau tren yang kemudian dianggap sebagai “standar” oleh sebagian pengguna sehingga mengakibatkan terjadinya pergeseran perubahan sosial budaya dalam kehidupannya.

## **2. METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data studi literatur, yang akan mengeksplorasi realitas peristiwa yang terkait (memiliki relevansi) dengan topik penelitian ini. Penelitian kualitatif bertujuan mengidentifikasi dan mendeskripsikan situasi nyata yang ada serta memperdalam pemahaman dengan mempelajari objek penelitian secara menyeluruh.

Studi literatur adalah upaya untuk mempelajari nilai, budaya, dan norma yang berkembang dalam lingkungan sosial yang menjadi fokus penelitian (Sugiono, 2018). Menurut Creswell, John. W. (2014;40) Studi literatur adalah kumpulan tulisan yang disusun berdasarkan topik dan dokumen yang dibutuhkan, yang mencakup artikel dari jurnal, buku, serta berbagai dokumen lainnya. Tulisan-tulisan tersebut menjelaskan teori-teori tertentu

dan memberikan informasi mengenai masa lalu serta kondisi saat ini. Selanjutnya, metode analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini.

Tujuan dari metode ini adalah untuk memberikan penjelasan dan pemahaman yang lebih baik tentang data dan fakta yang ditemukan

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Perubahan sosial budaya adalah perubahan pada struktur sosial dan pola budaya dalam suatu masyarakat. Ini mencakup transformasi dalam nilai, norma, adat istiadat, cara hidup, dan interaksi sosial. Perubahan ini bisa terjadi secara perlahan atau pesat, dan dipengaruhi oleh beberapa hal seperti teknologi, pendidikan, serta globalisasi. Perubahan sosial dan perubahan budaya saling terkait satu sama lain yang diejawantahkan dalam perilaku dan interaksi sosial.

Faktor-faktor yang memengaruhi terjadinya perubahan sosial budaya di masyarakat adalah faktor teknologi yaitu invensi dan kemajuan teknologi bisa mengubah cara hidup masyarakat, pekerjaan dan komunikasi, kemudian faktor globalisasi yaitu interaksi dengan budaya lain melalui media sosial, perjalanan, perdagangan dapat

memperkenalkan ide, nilai dan gaya hidup baru, berikut di bawah ini contoh perubahan sosial dan budaya yang sering terjadi pada masyarakat.

#### **Globalisasi dan Teknologi Informasi**

Kemajuan di bidang teknologi informasi dan komunikasi, ditambah pengaruh globalisasi, telah mengubah cara hidup dan nilai sosial budaya di Indonesia. Kemudahan mengakses internet, media sosial, dan berbagai konten digital telah mengubah cara orang berkomunikasi, pola hidup, serta bentuk budaya populer di negeri ini. TikTok, sebagai platform media sosial, memfasilitasi pertukaran informasi dan budaya secara global, mempercepat penyebaran tren dan ide, serta membuka peluang baru dalam berbagai bidang seperti bisnis dan pendidikan.

#### **Munculnya Budaya Konsumsi**

Perubahan sosial budaya di Indonesia juga melibatkan munculnya budaya konsumsi yang semakin kuat. Pertumbuhan ekonomi dan kenaikan kemampuan beli masyarakat telah mengubah cara orang berbelanja, gaya hidup, serta preferensi budaya, terutama dalam hal makanan, fashion, hiburan, dan gaya hidup modern.

TikTok sebagai platform media sosial yang merupakan hasil dari

perkembangan teknologi menjadi salah satu unsur kebudayaan berupa budaya material, artinya sebagai hasil produksi suatu kebudayaan berupa benda yang dapat ditangkap oleh indera dan menjadi media bagi manusia (remaja) untuk berinteraksi di dunia maya. Interaksi di TikTok merujuk pada berbagai aktivitas pengguna yang melibatkan interaksi dengan konten, akun lain, atau fitur-fitur yang disediakan oleh platform. Ini termasuk menyukai, berkomentar, membagikan, mengikuti, mengirim pesan langsung, dan berpartisipasi dalam tren atau tantangan. Interaksi yang aktif dan positif dapat meningkatkan visibilitas konten dan membangun komunitas yang lebih besar. Partisipasi dalam tren gaya hidup, standar kecantikan serta pencapaian sosial yang dilakukan oleh masyarakat pada konten di TikTok dapat disebut dengan "Standar TikTok".

Budaya konsumsi di TikTok pada masyarakat modern menunjukkan peningkatan kebiasaan membeli secara berlebihan yang dipengaruhi oleh tren dan video yang sedang populer. Video seperti "Racun TikTok" yang menampilkan ulasan produk dan gaya hidup mewah bisa mendorong seseorang membeli terburu-buru dan ingin ikut

tren, tanpa memikirkan apakah produk itu benar-benar dibutuhkan atau memberi manfaat yang rasional (Kellner, 2016).

Pandangan Schlosser dalam (Naim, 2022), paparan melihat konten yang menampilkan kemewahan bisa memengaruhi cara orang memandang nilai hidup, membuat mereka cenderung hidup konsumtif. Dengan cara ini, media sosial berperan sebagai sarana bagi kapitalisme untuk menanamkan pola pikir bahwa kepemilikan barang bisa membawa kesuksesan dan kebahagiaan.

Pola konsumsi masyarakat modern di platform TikTok semakin kompleks, karena sulit memisahkan antara keperluan sebenarnya dan keinginan yang muncul. Hal ini selaras pada teori masyarakat kapitalis tentang budaya konsumen, di mana makna "*needs*" (kebutuhan) berubah menjadi "*want*" (keinginan) berdasarkan pemenuhan yang lebih mengejar kepuasan melebihi fungsi barang itu sendiri. Ketertarikan terhadap suatu produk sering kali muncul secara tidak terduga di platform media sosial atau halaman TikTok. Faktor ketidak sengaja ini justru menjadi daya tarik yang mendorong konsumen untuk melakukan aktivitas belanja online di

media sosial demi mencapai kepuasan diri.

Pola konsumsi yang dilakukan secara intensif akan membentuk kebiasaan para pelanggan. Budaya konsumen membuat individu saling berkompetisi untuk menunjukkan keberadaan mereka kepada orang-orang di sekitar. Mereka menunjukkan eksistensi dan kualitas diri dengan berbagai cara agar mendapatkan pengakuan dari lingkungan sosialnya. Namun, pengakuan tersebut tidak diberikan secara langsung, sehingga membuat mereka terus bersaing dan ingin terus memperoleh keunggulan dari orang lain. Hal ini berdampak pada munculnya rasa gengsi antar individu. Kepuasan yang semula diharapkan melalui eksistensi diri justru semakin menghilang, dan gengsi yang ada mendorong mereka terus mengikuti perkembangan zaman, serta memicu munculnya budaya konsumtif.

#### **STANDAR TIKTOK DAN PERUBAHAN GAYA HIDUP**

Alfred Adler, seorang ahli psikologi, tahun 1929, mengatakan bahwa gaya hidup adalah sekumpulan perilaku yang memiliki arti bagi seseorang atau orang lain dalam suatu situasi dan tempat tertentu. Ini mencakup

berbagai aspek seperti hubungan sosial, penggunaan barang, hiburan, dan cara berpakaian. Perilaku yang terlihat dalam gaya hidup seseorang merupakan gabungan dari kebiasaan yang dilakukan, cara-cara yang disepakati bersama dalam melakukan sesuatu, serta tindakan yang direncanakan secara sadar.

Gaya hidup terus berkembang karena adanya kebutuhan, tuntutan, dan penguatan. Pendapat ini berasal dari aliran behavioristik yang mengatakan bahwa seseorang cenderung melakukan ulang suatu tindakan jika tindakan tersebut memberikan rasa puas atau kenikmatan, dan tidak diperlakukan dengan hukuman. Menurut Kotler (2009), Gaya hidup adalah cara seseorang melihat dan menghadapi dunia, yang bisa dilihat dari aktivitas, minat, dan pendapat yang dimilikinya. Gaya hidup juga mencerminkan seluruh kepribadian seseorang saat berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya.

#### **Bentuk gaya hidup yang populer berdasarkan pada standar TikTok**

Gaya hidup yang berkembang mengikuti standar TikTok dapat diartikan sebagai cara hidup yang dipengaruhi tren, budaya dan nilai-nilai

yang populer di platform tersebut. Berikut beberapa contoh gaya hidup yang berkembang mengikuti standar TikTok:

1. Gaya Hidup Sehat memberi informasi dan motivasi berbagai topik seperti makanan sehat, kebugaran, dan kesehatan mental, video tentang rutinitas olahraga, tips kebugaran dan motivasi untuk hidup sehat sangat populer di TikTok, kedua makanan sehat. konten tentang resep makanan sehat, tips diet dan gaya hidup vegetarian/vegan juga banyak diminati.

2. Gaya Hidup *Aesthetic* yang memfokuskan pada estetika dan visual yang menarik, musik dan editing yang canggih. Gaya hidup "*aesthetic*" di TikTok adalah tren konten yang menampilkan tampilan visual yang menarik dan memikat mata, biasanya dengan tema spesifik seperti "*Old Money Aesthetic*", seperti menampilkan gaya hidup berkelas dan mewah, pengguna menampilkan pakaian, aksesoris dan lingkungan yang mencerminkan kemewahan dan kualitas. "*Clean Girl*", atau "*Cottagecore*" yaitu misalnya video yang menampilkan pakaian yang berwarna netral riasan natural dan rumah yang tertata rapi. Tren ini mencerminkan keinginan pengguna untuk menunjukkan sisi diri mereka yang lebih terasa mewah,

berstyle, atau sesuai dengan preferensi estetika tertentu.

3. Gaya Hidup Fashion, fokus pada mode dan gaya dengan membagikan *outfit*, tips fashion dan tren terbaru. Gaya pakaian yang menjadi referensi remaja dalam menentukan tema *outfit of the day* (OOTD), dengan begitu remaja menjadi tampil lebih percaya diri sebab menemukan gaya berpakaian sesuai dengan bentuk tubuhnya yang disebabkan informasi yang dibuat oleh konten kreator pada akun pribadi mereka. Kepercayaan diri adalah keyakinan pada kemampuan diri sendiri untuk berhasil dalam menghadapi berbagai situasi. Ini adalah sikap positif terhadap diri sendiri, yang mencakup keyakinan pada potensi, kekuatan, dan penilaian diri. Kepercayaan diri juga berarti menerima diri apa adanya, dengan segala kelebihan dan kekurangan, serta merasa layak dicintai dan dihormati

4. Gaya Hidup Kreatif, fokus pada kreativitas dan ekspresi diri dengan membagikan karya seni, musik dan konten kreatif lainnya. Gaya hidup kreatif di TikTok adalah cara pengguna menggunakan platform ini untuk mengekspresikan diri, berkreasi, dan berinteraksi dengan beragam jenis

konten. TikTok menjadi tempat bagi orang-orang untuk menunjukkan bakat, minat, dan gagasan kreatif mereka, sekaligus membentuk budaya digital yang berbeda.

5. Gaya Hidup Spiritual Gaya hidup spiritual di TikTok adalah tren yang melibatkan konten dan cara berinteraksi pengguna yang menekankan nilai-nilai spiritual, keagamaan, serta refleksi diri. Platform ini menjadi tempat bagi berbagai jenis konten yang terkait dengan spiritualitas, seperti dakwah, motivasi, dan kegiatan keagamaan. Konten tersebut bisa memberikan dampak yang baik atau buruk, tergantung pada bagaimana pengguna memanfaatkannya serta jenis konten yang mereka konsumsi. contoh gaya hidup spiritual pada TikTok adalah konten dakwah dan motivasi, refleksi diri dan mediasi, praktik keagamaan dan diskusi keagamaan.

#### **STANDAR TIKTOK DAN KECANTIKAN**

Standar kecantikan di TikTok, seperti halnya di media sosial lain, seringkali menekankan pada penampilan fisik tertentu, seperti kulit putih, tubuh langsing, dan wajah simetris. Tren ini dapat menciptakan tekanan sosial bagi pengguna, terutama

bagi mereka yang merasa tidak sesuai dengan standar tersebut. Meskipun demikian, ada juga gerakan yang menentang standar sempit ini, mendorong penerimaan diri dan keberagaman.

Perkembangan teknologi sangat mempengaruhi berbagai tatanan kehidupan manusia, salah satunya dalam dunia kecantikan. Semakin berkembangnya teknologi semakin berkembang pula gaya hidup individu untuk menjadi lebih baik dari sebelumnya. Pada TikTok tren kecantikan sering dinamakan *Glow Up* dapat diartikan sebagai suatu perubahan yang terjadi pada diri seseorang menjadi lebih baik dari waktu ke waktu, baik itu dari segi perubahan fisik maupun penampilan.

Pada tren *Glow Up* disini cenderung menonjolkan sisi perubahan pada fisik dengan memperlihatkan perubahan yang terjadi di masa lampau dengan masa kini pada dirinya, perubahan ini biasanya meliputi berat badan, penampilan, perubahan pada wajah, atau keberhasilan yang telah dicapai. kecantikan mulai dipandang sebagai sesuatu yang harus diperhatikan oleh para perempuan.

Adanya tren TikTok *Glow Up*

membuktikan bahwa masyarakat masih menerapkan bahwa perempuan harus cantik. Hal ini disebabkan oleh peran aktif media dalam menjalankan standarisasi kecantikan dan mengubah statement atau pandangan awal dimana kecantikan seorang perempuan dinilai relatif. Pada proses *Glow Up*, masyarakat akan merawat diri dalam segi penampilan terutama kecantikan hingga ia mendapatkan tingkat kecantikan yang diinginkan. Tetapi dengan adanya tren *Glow Up*, tingkat kecantikan seorang perempuan mulai diukur dan dianggap memiliki standarisasi tersendiri. Paradigma kecantikan yang dipengaruhi oleh media TikTok yaitu tubuh tinggi semampai, langsing, rambut panjang, kulit putih dan bersih, hidung mancung dan mata besar (Chervanic, 2015).

#### **4. PENUTUP**

Berdasarkan hasil analisis pada artikel ini ini ditemukan bahwa standar TikTok secara signifikan menciptakan realitas perubahan sosial dan budaya pada masyarakat modern yaitu perubahan globalisasi dan teknologi informasi serta munculnya budaya konsumsi. Berdasarkan pada dua perubahan tersebut, perubahan yang merujuk pada standar TikTok berupa gaya hidup dan tren kecantikan. Bentuk gaya hidup yang

merujuk pada standar TikTok masyarakat antara lain, gaya hidup sehat, gaya hidup aesthetic, gaya hidup fashion, gaya hidup kreatif dan gaya hidup spiritual. Sementara standar kecantikan *Glow Up* menghasilkan paradigma kecantikan yang dipengaruhi oleh media TikTok yaitu tubuh tinggi semampai, langsing, rambut panjang, kulit putih dan bersih, hidung mancung dan mata besar.

#### **5. DAFTAR PUSTAKA**

- Chervenic, B. 2015. *Is Beauty a Promise to Happiness?. New Errands: The Undergraduate Journal of American Studies*, Vol 2.
- Creswell, J.W. 2015. *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approach*, Third Edition. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Kellner, D. 2016. *Media Culture: Cultural Studies, Identity And Politics Between The Modern And The Postmodern*. Routledge
- Kotler, Philip 2009, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks
- Krida, Graha Wira dan Alexander Seran. *Budaya Konsumtif di Media Sosial Tiktok: Pendekatan Kritis terhadap Pengaruh Kapitalisme pada Generasi Muda di Indonesia*. *Jurnal Global Ilmiah* Vol. 2, No. 5, Februari 2022 .  
<https://doi.org/10.55324/jgi.v1i2>
- Naim, A. 2022. *Social Media Marketing Activities Of Creative Agencies In Indonesia And Its Influence On Customer Equity And Purchase Intention: Evidence From*

Kano Creative Production. 26  
(1), 322–332

Rosmiati, Risti. Dari Video ke Toko: Budaya Konsumen melalui Media Sosial TikTok SHOP (Pola Konsumsi pada Mahasiswa Milenial Bangka Belitung). *Saskara: Indonesian Joournal of Society Studies*, Vol 2, No2, Desember 2022.

Sinaga, S.Cholilah.2023. Pengaruh Aplikasi Tiktok Terhadap Perubahan Gaya Hidup Dan Pola Pikir Masyarakat Di Silau Bayu Kecamatan Gunung Maligas dalam <https://jurnal.stiq-amuntai.ac.id/index.php/al-qalam/article/view/2744/1138#>