

BUDAYA KONSUMTIF GEN Z DALAM TREN KULINER DI KOTA TANJUNGPINANG

Oleh
Adiba Raihana Fadillah
NIM. 2205030016

ABSTRAK

Fenomena tren kuliner viral di media sosial menunjukkan bahwa praktik konsumsi makanan di kalangan Generasi Z tidak lagi semata-mata didasarkan pada kebutuhan biologis atau pertimbangan rasa, melainkan semakin dipengaruhi oleh popularitas, visualitas, dan intensitas perbincangan di ruang digital. Di Kota Tanjungpinang, sebagai kota menengah dengan tingkat akses internet yang tinggi, dinamika ini turut membentuk pola konsumsi generasi muda yang terintegrasi dengan logika representasi media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana budaya konsumtif Generasi Z terbentuk dalam merespons tren kuliner viral di media sosial, serta bagaimana konsumsi dimaknai sebagai praktik simbolik yang berkaitan dengan pembentukan identitas dan reproduksi tren di ruang digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, melalui teknik observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap Generasi Z di Kota Tanjungpinang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses konsumsi diawali dari paparan konten kuliner yang muncul secara berulang di FYP TikTok dan Reels Instagram, yang membangun rasa penasaran dan dorongan untuk tetap *up to date*. Konsumsi kemudian dimaknai bukan sekadar untuk memenuhi kebutuhan, tetapi sebagai pengalaman sosial, alat penyambung interaksi, serta bentuk *self-reward*. Setelah pembelian, praktik konsumsi berlanjut pada ritual dokumentasi dan unggahan selektif di media sosial, di mana hanya makanan yang dianggap estetik atau viral yang dibagikan. Pola ini menunjukkan mekanisme sirkular di mana media sosial menjadi titik awal produksi tren, konsumsi menjadi respons atas paparan tersebut, dan representasi ulang pengalaman konsumsi berfungsi sebagai reproduksi tanda yang memperkuat sistem tren itu sendiri.

Kata kunci: Budaya Konsumtif, Generasi Z, Tren Kuliner, Konsumsi simbolik.

GEN Z'S CONSUMERIST CULTURE IN THE CULINARY TRENDS OF TANJUNGPINANG CITY

By
Adiba Raihana Fadillah
NIM. 2205030016

ABSTRACT

The phenomenon of viral culinary trends on social media shows that food consumption practices among Generation Z are no longer based solely on biological needs or taste considerations, but are increasingly influenced by popularity, visuality, and the intensity of discussion in the digital space. In Tanjungpinang City, a medium-sized city with high internet access, this dynamic has shaped the consumption patterns of the younger generation, which are integrated with the logic of social media representation. This study aims to understand how Generation Z's consumptive culture is formed in response to viral culinary trends on social media, as well as how consumption is interpreted as a symbolic practice related to identity formation and trend reproduction in the digital space. This study uses a qualitative approach with descriptive methods, through observation techniques, in-depth interviews, and documentation of Generation Z in Tanjungpinang City. The results show that the consumption process begins with exposure to culinary content that appears repeatedly on TikTok's FYP and Instagram Reels, which builds curiosity and the urge to stay up to date. Consumption is then interpreted not merely as fulfilling needs, but as a social experience, a tool for connecting interactions, and a form of self-reward. After purchase, consumption practices continue with documentation rituals and selective uploads on social media, where only food considered aesthetic or viral is shared. This pattern shows a circular mechanism in which social media becomes the starting point for trend production, consumption becomes a response to such exposure, and the re-representation of consumption experiences serves as a reproduction of signs that reinforce the trend system itself.

Keywords: Consumerist Culture, Generation Z, Culinary Trends, Symbolic Consumption.