

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis bagaimana Generasi Z memaknai konten yang menampilkan kesuksesan finansial Generasi Alpha pada akun TikTok @ryu_kintaro. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teori analisis resepsi Stuart Hall. Objek penelitian terdiri atas lima video TikTok yang diunggah pada tahun 2025 yang menampilkan bisnis, pencapaian ekonomi pada usia muda, dukungan keluarga, penggunaan media sosial, serta simbol-simbol materi. Informan penelitian berjumlah enam mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh angkatan 2022 yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, kemudian dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan adanya tiga posisi resepsi. Posisi hegemoni dominan terlihat dari penerimaan terhadap produktivitas, bisnis, penggunaan media sosial, dan pencapaian ekonomi pada usia muda. Posisi negosiasi terlihat dari penerimaan yang disertai pertimbangan mengenai modal, fasilitas, dukungan keluarga, *privilege*, dan perbedaan kesempatan. Posisi oposisi terlihat dari penolakan terhadap uang, emas, kendaraan mewah, gaya hidup, dan pencapaian pada usia muda sebagai ukuran utama kesuksesan finansial. Posisi negosiasi menjadi posisi yang paling banyak ditemukan. Temuan ini menunjukkan bahwa Generasi Z secara aktif memaknai konten media dengan menghubungkannya dengan pengalaman pribadi dan kondisi sosial mereka.

Kata kunci: analisis resepsi, Gen Alpha, Gen Z, kesuksesan finansial, TikTok

ABSTRACT

This study analyzes how Generation Z interprets content portraying the financial success of Generation Alpha on the TikTok account *@ryu_kintaro*. It employed a descriptive qualitative approach using Stuart Hall's reception analysis theory. The research objects were five TikTok videos uploaded between 2025 that portrayed business, economic achievement at a young age, family support, the use of social media, and material symbols. The informants were six students from the 2022 cohort of the Faculty of Social and Political Sciences, Universitas Malikussaleh, selected through purposive sampling. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation, and were analyzed through data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings revealed three reception positions. The dominant-hegemonic position was reflected in the acceptance of productivity, business, social media use, and economic achievement at a young age. The negotiated position was reflected in acceptance accompanied by considerations of capital, facilities, family support, privilege, and unequal opportunities. The oppositional position was reflected in the rejection of money, gold, luxury vehicles, lifestyle, and achievement at a young age as the primary measures of financial success. The negotiated position was the most common. These findings show that Generation Z actively interprets media content by relating it to personal experience and social conditions.

Keywords: financial success, Generation Alpha, Generation Z, reception analysis, TikTok