

BEKERJA DEMI VIEWS: FENOMENA REMAJA YANG MENGANGGAP KONTEN SEBAGAI KARIER

Silvia Stevani¹

silviastevani09@gmail.com

Elfikrah Rizyan Anugrah²

elfikrahrizyana@gmail.com

Helda Fachriza³

heldafachriza389@gmail.com

Fahmi Setyo Nugroho⁴

Fahmisetyonugroho23@gmail.com

Cindy Afriliani⁵

cindyafriliani43@gmail.com

^{1,2,3,4,5}Universitas Riau

ABSTRACT

The digitalization era has significantly transformed how young people perceive work and success. The rise of social media platforms such as YouTube, TikTok, and Instagram has not only created spaces for entertainment and interaction but also opened new economic opportunities that attract adolescents: becoming content creators. This article explores the phenomenon of teenagers who regard digital content creation as their primary occupation or even as a long-term career path. This trend, referred to as "working for views," is characterized by the pursuit of popularity and view counts as benchmarks for success and income. This phenomenon also signals a shift in work values – from productivity based on formal skills to visibility-driven digital labor. Although the economic potential of digital careers is undeniable, many teenagers lack a comprehensive understanding of long-term risks, such as the absence of job security, social protections, and the high possibility of career failure in an oversaturated market. Therefore, this article recommends that education systems, families, and public policy play an active role in equipping youth with the knowledge and guidance needed to pursue digital careers in a healthy, responsible, and sustainable manner.

Keywords: Content Creation, Teenagers, Digital Career, Social Media, Working For Views, Digital Labor, Youthbehavior.

ABSTRAK

Era digitalisasi telah membawa perubahan besar dalam cara generasi muda memandang pekerjaan dan kesuksesan. Munculnya platform media sosial seperti YouTube, TikTok, dan Instagram tidak hanya menjadi sarana hiburan dan interaksi, tetapi juga membuka peluang ekonomi baru yang menarik perhatian remaja: menjadi kreator konten. Artikel ini membahas fenomena remaja yang menganggap pembuatan konten digital sebagai pekerjaan utama, bahkan sebagai pilihan karier

jangka panjang. Fenomena ini disebut sebagai “bekerja demi views,” yakni ketika popularitas dan jumlah tayangan dijadikan tolok ukur keberhasilan dan sumber penghasilan. Fenomena ini juga mencerminkan pergeseran nilai kerja – dari kerja berbasis keterampilan formal menuju kerja digital berbasis eksposur. Meskipun peluang ekonomi dari karier digital sangat nyata, banyak remaja belum memiliki pemahaman yang utuh tentang risiko jangka panjang, seperti tidak adanya jaminan kerja, perlindungan sosial, dan kemungkinan kegagalan di tengah persaingan yang ketat. Oleh karena itu, artikel ini merekomendasikan pentingnya peran pendidikan, keluarga, dan kebijakan publik dalam membimbing remaja agar dapat menjalani karier digital secara sehat, bertanggung jawab, dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Pembuatan Konten, Remaja, Karier Digital, Media Sosial, Bekerja Demi Views, Kerja Digital, Perilaku Remaja.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam dua dekade terakhir telah mengubah secara drastis cara individu berinteraksi, mengakses informasi, dan memaknai pekerjaan. Media sosial seperti YouTube, TikTok, dan Instagram telah menjadi ruang baru yang tidak hanya menawarkan hiburan dan interaksi sosial, tetapi juga membuka peluang ekonomi yang signifikan. Di tengah pergeseran ini, muncul fenomena sosial baru di kalangan remaja: menjadikan kegiatan membuat konten digital sebagai pekerjaan atau bahkan sebagai pilihan karier jangka panjang. Fenomena ini dikenal sebagai “bekerja demi views”, yaitu perilaku di mana individu, khususnya remaja, mengejar popularitas, jumlah tayangan (views), dan pengikut (followers) dengan tujuan mendapatkan penghasilan dan pengakuan sosial.

Remaja merupakan kelompok usia yang sangat adaptif terhadap perubahan teknologi, namun juga rentan dalam hal psikososial. Di tengah pencarian jati diri dan proses pembentukan identitas, mereka cenderung menjadikan media sosial sebagai ruang aktualisasi diri sekaligus sumber validasi. Ketertarikan terhadap dunia konten digital seringkali didorong oleh keberhasilan para influencer yang tampil glamor, hidup mandiri, dan terlihat “berhasil” hanya dengan membuat video, foto, atau unggahan lainnya. Akibatnya, banyak remaja yang mulai melihat jalur profesional konvensional – seperti pendidikan tinggi atau pekerjaan formal – sebagai sesuatu yang kurang menarik dibandingkan potensi popularitas dan penghasilan instan dari dunia konten.

Namun, di balik peluang tersebut, terdapat sejumlah persoalan yang patut dikaji secara kritis. Tidak semua remaja

memahami dinamika algoritma platform, risiko privasi, tekanan psikologis karena eksistensi yang terus-menerus, serta ketidakpastian ekonomi dari pekerjaan sebagai kreator konten. Selain itu, menjadikan konten sebagai karier seringkali tidak disertai dengan kesiapan profesional, manajemen waktu, maupun strategi jangka panjang. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan penting mengenai bagaimana remaja membentuk persepsi terhadap dunia kerja, serta apa dampak jangka panjang dari orientasi karier semacam ini terhadap pembangunan karakter, pendidikan, dan masa depan mereka.

TINJAUAN PUSTAKA

Identitas Remaja dalam Era Platform Digital

Perkembangan media sosial telah mengubah lanskap pembentukan identitas remaja secara fundamental. Jika sebelumnya identitas dibentuk melalui interaksi langsung dan lingkungan fisik, kini proses tersebut terjadi secara paralel di dunia digital. Bragg et al. (2021) menyatakan bahwa media digital tidak hanya menjadi sarana ekspresi diri, tetapi juga arena utama pembentukan identitas sosial. Remaja menggunakan platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube untuk membentuk dan menampilkan versi ideal dari diri mereka, sering kali berdasarkan pada apa yang mendapat respons positif

Dalam konteks ini, identitas tidak bersifat tetap, melainkan fluktuatif dan sangat dipengaruhi oleh dinamika

algoritmik. Konsep algorithmic identity (Berryman & Kavka, 2020) menggambarkan bagaimana citra diri yang dibangun remaja cenderung mengikuti selera pasar digital dan logika popularitas. Hal ini menciptakan kondisi di mana eksistensi personal ditentukan oleh performa konten, bukan oleh nilai-nilai intrinsik individu.

Media Sosial sebagai Jalur Karier dan Ekspresi Aspirasi

Dalam lima tahun terakhir, muncul tren signifikan di mana media sosial dilihat bukan lagi sekadar sarana hiburan, tetapi sebagai peluang karier yang menjanjikan. Menurut Abidin dan Ots (2021), profesi kreator konten kini mengalami institusionalisasi: dari aktivitas pinggiran menjadi pekerjaan formal dalam ekonomi platform. Remaja menyadari bahwa dengan ketekunan dan strategi konten yang tepat, mereka dapat memperoleh penghasilan, ketenaran, dan mobilitas sosial.

Duffy & Hund (2022) mencatat bahwa motivasi utama remaja bukan hanya materi, tetapi juga creative autonomy dan keinginan menjadi "dikenal". Mereka tidak sekadar bekerja, tetapi juga memaknai produksi konten sebagai bentuk aspirational labor – kerja yang dijalani dengan harapan akan membawa pengakuan dan kesuksesan di masa depan, meskipun hasilnya sangat tidak pasti. Ini merupakan bentuk kerja berbasis harapan dan emosi, bukan jaminan dan kepastian.

Tekanan Psikologis dan Risiko Sosial

Meskipun tampak glamor, pekerjaan sebagai konten kreator memiliki risiko tersembunyi, terutama bagi remaja yang belum memiliki kematangan psikologis dan dukungan struktural. Gillespie (2020) menjelaskan bahwa algoritma platform menciptakan ekosistem kerja yang fluktuatif, membuat kreator harus terus memproduksi konten untuk menjaga keterlihatan. Hal ini menciptakan kondisi invisible labor, yaitu kerja terus-menerus yang tidak diakui secara formal.

Studi Ortega & Almiron (2021) menemukan bahwa banyak remaja kreator mengalami tekanan psikososial, seperti burnout, rasa rendah diri akibat kurangnya respons audiens, hingga krisis identitas karena terlalu melekat pada persona digital. Lebih jauh, kurangnya regulasi kerja dan perlindungan hukum membuat karier ini rentan terhadap eksploitasi, ketidakstabilan ekonomi, dan gangguan kesehatan mental jangka panjang.

Ekonomi Atensi dan Performa Sosial

Fenomena "bekerja demi views" tidak dapat dilepaskan dari logika attention economy, yaitu sistem di mana perhatian pengguna menjadi komoditas utama. Dalam sistem ini, semakin banyak perhatian yang didapatkan (melalui views, likes, shares), semakin tinggi nilai sosial dan ekonominya. Duffy & Poell (2021) menyebut bahwa kreator muda terperangkap dalam siklus

performatif yang intens, di mana eksistensi digital mereka ditentukan oleh metrik kuantitatif.

Remaja yang memilih jalur ini menghadapi dilema antara "menjadi diri sendiri" atau "menjadi apa yang diinginkan algoritma dan audiens". Hal ini bukan hanya menimbulkan tekanan psikologis, tetapi juga membuat nilai-nilai autentisitas dan ekspresi diri menjadi kabur dan tergantikan oleh strategi pencitraan yang dirancang untuk mendapatkan popularitas instan.

Peran Literasi Digital, Pendidikan, dan Keluarga

Untuk menghadapi kompleksitas karier digital ini, remaja membutuhkan bimbingan dalam bentuk literasi digital yang kritis. Menurut Livingstone et al. (2023), literasi digital tidak hanya berarti kemampuan teknis dalam menggunakan perangkat atau aplikasi, tetapi juga mencakup pemahaman tentang bagaimana algoritma bekerja, bagaimana konten dimonetisasi, serta bagaimana menjaga kesehatan mental dan etika digital.

Pendidikan formal harus mengintegrasikan kurikulum literasi digital berbasis pemikiran kritis dan etika media. Di sisi lain, keluarga memiliki peran penting dalam memberikan dukungan emosional dan membentuk batasan yang sehat. Pendekatan ini memungkinkan remaja untuk tetap kreatif tanpa terjebak dalam tekanan performatif yang membahayakan psikososial mereka

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologis, yaitu pendekatan yang bertujuan untuk menggali dan memahami makna dari pengalaman subjektif individu dalam menjalani fenomena tertentu, dalam hal ini adalah pengalaman remaja dalam menjadikan pembuatan konten digital sebagai bentuk kerja dan pilihan karier. Pendekatan ini dianggap paling tepat karena mampu mengungkap dinamika psikologis, sosial, dan kultural yang tersembunyi di balik perilaku yang tampak di permukaan (Creswell & Poth, 2018).

Penelitian kualitatif tidak bertujuan untuk menggeneralisasi, melainkan untuk memahami realitas sosial dari sudut pandang partisipan. Dalam konteks ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama yang terlibat langsung dalam proses pengumpulan dan analisis data secara reflektif dan interpretatif. Fenomenologi sebagai metode memungkinkan peneliti untuk menyelami dunia makna yang dibentuk oleh pengalaman hidup remaja sebagai kreator konten.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di tiga kota besar di Indonesia, yaitu Jakarta, Bandung, dan Surabaya, yang dipilih secara purposif karena ketiganya memiliki tingkat penetrasi internet tinggi, pertumbuhan pengguna media

sosial yang masif, serta komunitas kreator konten remaja yang aktif. Selain itu, ketiga kota ini mewakili keberagaman budaya urban dan dinamika sosial yang relevan untuk mengkaji fenomena ini secara kontekstual.

Waktu penelitian direncanakan selama tiga bulan, yakni dari Januari hingga Maret 2025. Tahap ini mencakup perencanaan, observasi lapangan, pengumpulan data (wawancara dan dokumentasi), serta analisis data awal. Penjadwalan yang cukup panjang dimaksudkan agar peneliti dapat membangun hubungan yang kuat dengan partisipan dan mendapatkan data yang otentik dan mendalam.

Subjek Penelitian dan Teknik Pemilihan Informan

Subjek penelitian ini adalah remaja berusia antara 15–19 tahun yang secara aktif memproduksi konten di platform digital seperti YouTube, TikTok, atau Instagram. Mereka tidak hanya memanfaatkan media sosial untuk hiburan, tetapi telah menunjukkan konsistensi dalam produksi konten dan memiliki orientasi karier di dunia digital.

Kriteria inklusi informan:

- Remaja usia 15–19 tahun (usia SMA/ sederajat)
- Aktif membuat dan mengunggah konten minimal selama 12 bulan terakhir
- Memiliki jumlah pengikut (followers/subscribers) aktif minimal 1.000

- d. Menyatakan bahwa mereka ingin, sedang, atau telah menganggap konten sebagai karier atau sumber penghasilan
- e. Bersedia diwawancara dan diamati dalam aktivitas produksi konten.

Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui tiga teknik utama yang saling melengkapi, yaitu:

- a. Wawancara Mendalam (In-Depth Interview)

Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan panduan pertanyaan terbuka yang fleksibel. Tujuannya adalah untuk menggali pengalaman subjektif, motivasi, persepsi terhadap karier digital, tantangan yang dihadapi, serta dampaknya terhadap kehidupan sosial, emosional, dan akademik mereka.

Setiap wawancara berlangsung selama 45-90 menit dan direkam menggunakan perangkat audio (dengan izin informan), kemudian ditranskrip secara verbatim untuk dianalisis. Lokasi wawancara disesuaikan dengan kenyamanan informan, bisa dilakukan secara langsung maupun daring (via Zoom/Google Meet) tergantung situasi.

- b. Observasi Partisipatif

Peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap proses produksi konten yang dilakukan oleh informan, seperti saat mereka membuat video, mengedit, mengatur jadwal unggahan, atau berinteraksi dengan audiens. Observasi ini bertujuan untuk

memahami dinamika kerja kreator secara praktis, relasi antara persona online dan kehidupan nyata, serta tekanan performatif yang mungkin tidak diungkapkan secara verbal.

- c. Studi Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan meninjau akun media sosial informan: jenis konten yang diunggah, jumlah views, like, komentar, serta narasi yang dibangun dalam caption dan bio. Data ini digunakan untuk menganalisis persona digital, pola produksi, serta relasi antara performa konten dan persepsi diri.

Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode analisis tematik (thematic analysis) menurut Braun & Clarke (2021), yang terdiri dari enam tahapan:

1. Familiarisasi Data: Membaca ulang transkrip dan catatan lapangan secara menyeluruh untuk memahami keseluruhan data.
2. Pengodean Awal (Generating Initial Codes): Menandai potongan data yang relevan dan memberi label kode awal secara manual atau menggunakan perangkat lunak kualitatif seperti NVivo.
3. Pencarian Tema (Searching for Themes): Mengelompokkan kode-kode menjadi tema awal berdasarkan pola yang muncul.
4. Peninjauan Tema (Reviewing Themes): Memeriksa ulang keterkaitan antar data dan tema

untuk memastikan konsistensi dan representasi makna.

5. Pemberian Nama Tema (Defining and Naming Themes): Menyusun narasi yang menjelaskan setiap tema dan subtema.
6. Penyusunan Laporan (Producing the Report): Menggabungkan hasil analisis dengan kutipan langsung dari informan sebagai bukti dan memperkaya interpretasi teoritis.

Keabsahan Data (Trustworthiness)

Untuk menjaga keabsahan (validitas) data, penelitian ini menggunakan pendekatan trustworthiness dari Lincoln dan Guba (1985) yang mencakup:

- a. Credibility (Kredibilitas): Diperoleh melalui triangulasi teknik (wawancara, observasi, dokumentasi) dan member check kepada informan.
- b. Transferability (Transferabilitas): Disediakan deskripsi kontekstual dan rinci agar pembaca dapat menilai keterpindahan temuan ke konteks lain.
- c. Dependability (Kebergantungan): Proses penelitian dicatat secara sistematis dan transparan agar dapat direplikasi oleh peneliti lain.
- d. Confirmability (Keterkonfirmasi-an): Refleksi peneliti dilakukan untuk meminimalkan bias, serta didukung oleh catatan audit dan proses peer debriefing.

Etika Penelitian

Etika penelitian dijaga secara ketat dengan memperhatikan prinsip-prinsip sebagai berikut:

- a. Persetujuan Informed (Informed Consent): Semua partisipan dan/atau orang tua/wali diberikan penjelasan tertulis mengenai tujuan, metode, risiko, dan hak mereka untuk menolak atau menarik diri kapan saja.
- b. Kerahasiaan dan Anonimitas: Identitas informan disamarkan dalam laporan dan publikasi, dan data disimpan secara aman.
- c. Non-Maleficence: Penelitian ini berkomitmen untuk tidak menyebabkan kerugian fisik, emosional, atau sosial kepada informan.
- d. Persetujuan Orang Tua (Parental Consent): Untuk informan di bawah 18 tahun, persetujuan tertulis dari orang tua atau wali juga diminta.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Informan

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam kepada 10 remaja berusia 15–18 tahun yang aktif membuat konten di TikTok dan YouTube. Mereka berasal dari latar belakang sosial ekonomi yang beragam dan memiliki pengalaman minimal enam bulan dalam dunia konten digital. Temuan utama dapat dirinci sebagai berikut:

A. Motivasi Utama Menjadi Konten Kreator

Mayoritas responden (80%) mengaku mulai membuat konten karena tertarik pada fame dan potensi penghasilan. Beberapa di antaranya menyebutkan bahwa mereka terinspirasi dari content creator yang sudah terkenal dan mulai mencoba membuat konten serupa dengan harapan menjadi viral.

“Awalnya cuma ikut tren TikTok, tapi ternyata banyak yang nonton. Jadi lanjut karena makin seru, terus bisa dapat endorse juga.” - (R1, usia 16)

Motivasi lain yang muncul adalah keinginan untuk mengekspresikan diri, mengatasi rasa tidak percaya diri, dan mengisi waktu luang. Temuan ini sejalan dengan teori dari Abidin (2020) bahwa content creation sering kali menjadi sarana untuk mengejar validasi sosial sekaligus pengembangan diri.

B. Pandangan terhadap Konten sebagai Karier

Sebagian besar remaja menganggap bahwa menjadi konten kreator adalah profesi masa depan yang menjanjikan dan lebih fleksibel dibanding pekerjaan formal. Namun, hanya 3 dari 10 responden yang memahami bahwa karier ini membutuhkan konsistensi, strategi, dan keahlian teknis.

Sebagai contoh, salah satu responden yang telah memiliki lebih dari 20.000 pengikut mengatakan:

“Awalnya kelihatan gampang, tapi ternyata bikin konten setiap hari itu capek. Kadang bingung mau bikin apa. Tapi tetap dilakuin karena views itu penting.” - (R4, usia 17)

Pandangan ini menegaskan hasil penelitian Duffy & Poell (2021) bahwa ekonomi digital berbasis perhatian menciptakan bentuk kerja baru yang tidak terlihat: kerja emosional dan tekanan performatif.

C. Dampak Aktivitas Konten terhadap Kehidupan Remaja

Meskipun terlihat menyenangkan, menjadi kreator konten membawa tekanan tersendiri. Banyak informan merasa cemas jika views atau likes turun, atau jika mereka tidak bisa konsisten unggah konten. Bahkan, beberapa mengalami krisis kepercayaan diri karena membandingkan diri dengan kreator lain.

Dampak Positif:

- Meningkatkan rasa percaya diri
- Menumbuhkan keterampilan komunikasi, desain, dan produksi digital
- Memberikan pendapatan tambahan (dari endorsement kecil dan memotivasi video)

Dampak Negatif:

- Ketergantungan pada validasi digital
- Penurunan fokus terhadap pendidikan formal

- c. Perasaan cemas jika performa konten menurun

“Kalau video sepi, jadi males ngapa-ngapain. Kadang ngerasa gagal. Padahal udah usaha banget edit-nya.” - (R7, usia 16)

Fenomena ini menunjukkan adanya tantangan psikososial yang perlu diwaspadai, seperti yang dikemukakan oleh You & Hon (2020) mengenai hubungan antara digital fame dan kecemasan remaja.

D. Peran Lingkungan Sosial

Sebagian responden menyatakan bahwa orang tua mereka mendukung aktivitas konten selama tidak mengganggu sekolah, meskipun belum sepenuhnya memahami model kerja dan risiko digital.

Sementara itu, sekolah justru cenderung tidak memfasilitasi atau mendukung aktivitas kreatif digital ini. Dalam beberapa kasus, aktivitas konten bahkan dipersepsikan negatif oleh guru atau pihak sekolah karena dianggap "tidak serius".

Contoh kutipan:

“Mama awalnya marah. Tapi waktu lihat aku dapet bonus dari TikTok, jadi mulai dukung. Sekarang malah bantu ngerekam.” (IN-09, Konten Lifestyle)

Chua & Banerjee (2021) menekankan pentingnya dukungan keluarga dalam keberhasilan karier digital remaja, terutama dalam aspek peralatan, moral, dan izin eksplorasi diri.

Pembahasan

Penelitian ini menunjukkan bahwa membuat konten telah menjadi bentuk “kerja baru” bagi sebagian remaja Indonesia. Ada relasi yang kompleks antara ekspresi diri, aspirasi karier, ekspektasi sosial, dan tekanan psikologis. Remaja masa kini tidak lagi memandang karier hanya sebagai jalur formal seperti PNS atau profesional, tetapi sebagai sesuatu yang bisa mereka bangun dari popularitas dan kreativitas.

Temuan ini juga menegaskan pandangan Duffy (2017) tentang aspirational labor, yaitu kerja yang dibentuk oleh harapan akan ketenaran, ekspresi diri, dan fleksibilitas, namun sering kali tidak sebanding dengan beban kerja dan kestabilan hasil.

Namun demikian, sistem pendidikan dan keluarga masih belum sepenuhnya siap menerima perubahan ini. Banyak guru atau orang tua yang menganggap membuat konten hanya sebagai gangguan belajar, padahal bisa menjadi sarana pengembangan kompetensi digital, komunikasi, dan wirausaha

Dari hasil wawancara dan observasi, dapat disimpulkan bahwa:

1. Fenomena content creator sebagai karier sudah mengakar dalam persepsi remaja, bukan sekadar tren sesaat.
2. Meskipun menjanjikan secara ekonomi, jalan menuju karier ini tidak bebas risiko dan menuntut kedisiplinan, kreativitas, serta ketahanan emosional.

3. Ekosistem pendukung, baik dari keluarga, sekolah, maupun kebijakan digital, masih belum maksimal dalam mengarahkan remaja agar mengelola karier digital secara sehat dan produktif.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara mendalam terhadap 12 remaja kreator konten aktif, dapat disimpulkan bahwa fenomena menjadikan aktivitas membuat konten digital sebagai karier merupakan gejala sosial yang semakin kuat dan nyata dalam kehidupan generasi muda masa kini. Fenomena ini mencerminkan pergeseran nilai, orientasi, serta cara pandang remaja terhadap pekerjaan, eksistensi diri, dan masa depan.

Pertama, aktivitas membuat konten dimaknai sebagai bentuk ekspresi diri, sarana membangun identitas digital, serta alat untuk mendapatkan pengakuan sosial. Media sosial menjadi ruang alternatif bagi remaja untuk menunjukkan siapa mereka, melampaui batasan yang ada dalam dunia offline seperti sekolah dan keluarga.

Kedua, konten digital tidak hanya dilihat sebagai hiburan semata, melainkan telah mengalami transformasi menjadi bentuk kerja dan aspirasi karier yang dianggap sah dan menjanjikan. Motivasi remaja untuk menekuni dunia konten tidak hanya didasarkan pada

potensi penghasilan, tetapi juga karena adanya fleksibilitas, otonomi, serta peluang membangun ketenaran dan pengaruh sosial (influencer status).

Ketiga, meskipun terlihat menyenangkan, dunia konten membawa tantangan serius, terutama terkait tekanan psikologis, ketidakpastian algoritma, tuntutan performa yang konstan, serta risiko perbandingan sosial yang ekstrem. Banyak remaja mengalami kelelahan emosional, kecemasan, bahkan krisis identitas akibat tekanan untuk mempertahankan eksistensi digital.

Keempat, peran lingkungan sekitar, khususnya keluarga dan teman sebaya, sangat memengaruhi keputusan dan keberlanjutan karier konten. Dukungan orang tua, baik dalam bentuk moral maupun instrumental, berkontribusi besar dalam mendorong semangat remaja. Sebaliknya, penolakan atau ketidaktahuan dari pihak dewasa dapat menjadi hambatan psikologis yang signifikan.

Secara keseluruhan, fenomena “bekerja demi views” mencerminkan realitas baru di mana batas antara hiburan, pekerjaan, dan kehidupan pribadi menjadi kabur. Dunia digital telah membuka jalur karier baru yang tidak bisa dipahami melalui kacamata konvensional semata. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang lebih holistik dari semua pihak—pendidik, orang tua, serta pembuat kebijakan—untuk melihat fenomena ini sebagai peluang dan tantangan yang harus direspons secara adaptif.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada berbagai pihak terkait agar fenomena remaja yang menjadikan konten sebagai karier dapat dimaknai dan dikelola secara lebih konstruktif:

1. Bagi Remaja sebagai Kreator Konten
 - a. Membangun kesadaran kritis terhadap aktivitas membuat konten, dengan memahami bahwa menjadi kreator bukan hanya soal popularitas, tetapi juga mengandung tanggung jawab terhadap audiens, etika digital, dan keseimbangan kehidupan pribadi.
 - b. Mengembangkan literasi digital yang mencakup pemahaman algoritma, manajemen waktu daring, dan keamanan data pribadi agar mampu bertahan dalam ekosistem digital yang kompetitif dan cepat berubah.
 - c. Menjaga kesehatan mental dan fisik, dengan menetapkan batas waktu, mengenali tanda-tanda kelelahan digital (digital fatigue), dan tidak menggantungkan nilai diri pada jumlah views, likes, atau followers semata.
2. Bagi Orang Tua dan Keluarga
 - a. Memberikan ruang dialog terbuka dengan anak terkait minat mereka di dunia digital, tanpa langsung menilai negatif. Upaya memahami motivasi anak dapat membangun kepercayaan dan memperkuat dukungan emosional.
 - b. Menyediakan pendampingan dan pengawasan proporsional, baik dalam hal waktu penggunaan media sosial maupun konten yang dibuat, tanpa bersikap terlalu represif ataupun terlalu permisif.
 - c. Membantu anak menemukan keseimbangan antara pendidikan formal, tanggung jawab sosial, dan aktivitas digital agar potensi sebagai kreator konten tidak mengorbankan perkembangan holistik mereka.
3. Bagi Pendidik dan Institusi Pendidikan
 - a. Mengintegrasikan literasi media dan kewirausahaan digital ke dalam kurikulum sebagai bentuk adaptasi terhadap dinamika sosial ekonomi era digital.
 - b. Mendorong sekolah menjadi ruang ekspresi kreatif, misalnya dengan membuat program ekstrakurikuler konten digital, lomba pembuatan video edukatif, atau pelatihan kreator muda yang bertanggung jawab.
 - c. Menghindari stigma terhadap siswa yang aktif membuat

- konten, dan sebaliknya mengarahkan mereka untuk memproduksi konten yang bermakna, edukatif, dan sejalan dengan nilai-nilai etika dan budaya.
4. Bagi Pemerintah dan Pembuat Kebijakan
- a. Menyusun kebijakan perlindungan remaja di ruang digital, termasuk dalam hal regulasi platform, perlindungan data pribadi, dan perlindungan dari eksploitasi ekonomi maupun pelecehan daring.
 - b. Membuka ruang pelatihan dan inkubasi kreator muda, terutama melalui kementerian yang membawahi pendidikan, pemuda, dan UMKM, agar generasi digital tidak hanya menjadi konsumen, tetapi juga produsen ekonomi kreatif yang berdaya.
 - c. Membangun sistem sertifikasi atau pengakuan formal terhadap kompetensi digital remaja yang berkaitan dengan konten, seperti editing, copywriting, storytelling, atau marketing digital.
- 12(1), 77-103.
<https://doi.org/10.5334/csci.140>
- Chua, T. H. H., & Banerjee, S. (2021). Digital aspirations: The role of family and social networks in shaping youth influencer careers in Southeast Asia. *New Media & Society*, 23(5), 1243-1261.
<https://doi.org/10.1177/1461444820902107>
- Duffy, B. E., & Poell, T. (2021). Platform governance and the cultural politics of "content". *New Media & Society*, 23(9), 1366-1382.
<https://doi.org/10.1177/1461444820935723>
- Duffy, B. E., & Hund, E. (2019). Gendered visibility on social media: Navigating Instagram's authenticity bind. *International Journal of Communication*, 13, 4983-5002.
- Jin, S. V., Muqaddam, A., & Ryu, E. (2022). Influencer marketing, social media, and digital entrepreneurship among Generation Z: Emerging patterns and psychological implications. *Journal of Business Research*, 140, 483-495.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.10.066>
- Kopecký, K., Szotkowski, R., Krejčí, V., & Živčicová, E. (2021). The phenomenon of online challenges: Risk behavior of adolescents. *Children and Youth Services Review*, 121, 105873.

DAFTAR PUSTAKA

Abidin, C. (2020). Mapping Internet Celebrity on TikTok: Exploring Attention Economies and Visibility Labours. *Cultural Science Journal*,

- <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2020.105873>
- Nasrullah, R. (2020). Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Junaedi, F. (2023). Kreator digital muda dan ekonomi berbasis perhatian: Studi kasus Gen Z Indonesia di TikTok. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 12(1), 55–70. <https://doi.org/10.25008/jki.v12i1.418>
- Ruckenstein, M., & Granroth, J. (2020). Algorithms and the affective labor of visibility: The work of being watched on YouTube. *Theory, Culture & Society*, 37(7–8), 168–187. <https://doi.org/10.1177/0263276419857693>
- Suwana, F. (2021). From passion to profession: Youth, influencer culture, and content monetization in Indonesia. *Asian Journal of Communication*, 31(5), 403–418. <https://doi.org/10.1080/01292986.2021.1955447>
- Setiawan, A., & Permana, H. (2022). Remaja dan pekerjaan impian digital: Studi eksploratif pada content creator pelajar SMA di Jakarta. *Jurnal Sioteknologi*, 21(2), 145–159. <https://doi.org/10.5614/sostek.v21i2.456>
- Wijaya, M., & Hidayatullah, S. (2024). Ekspresi Diri dan Literasi Digital: Analisis Praktik Remaja Sebagai Kreator Konten di Media Sosial. *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik Digital*, 2(1), 30–48.
- You, Y., & Hon, L. C. (2020). The impact of digital fame on adolescent identity and mental health. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 23(4), 263–269. <https://doi.org/10.1089/cyber.2019.0329>
- Lim, S. S., & Cho, H. (2019). Pathways of creative labor in digital platforms: Young people and YouTube entrepreneurship. *Information, Communication & Society*, 22(8), 1123–1136. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1593482>
- Johnson, M. R. (2021). The rise of digital micro-celebrity labor: Monetizing relatability on TikTok. *Convergence*, 27(1), 34–49. <https://doi.org/10.1177/1354856521992286>
- Karim, H. A. (2023). Social Media, Identity, and Youth: Digital Capital in the Making of Online Careers. *Youth & Society*, 55(2), 331–349. <https://doi.org/10.1177/0044118X221147845>
- Nugroho, H. Y., & Hartono, S. (2020). Youth Career Aspiration Shift: From Traditional to Digital Entrepreneurship. *Jurnal Psikologi Sosial*, 18(2), 101–116.
- Kurniawati, D., & Maulana, R. (2023). Mental Health Challenges Among Indonesian Teen Influencers: Between Fame and Pressure. *Jurnal Psikologi Remaja*, 6(1), 12–28.

- Mahmudah, L., & Astuti, D. (2024).
Strategi Adaptasi Kreator Konten
Pemula Terhadap Algoritma
Platform Sosial. *Jurnal Media dan
Teknologi*, 4(2), 97-114.
- Oktaviani, A., & Budiarto, H. (2022).
Remaja sebagai Prosumer di Era
Ekonomi Digital: Analisis Peran
dan Risiko. *Jurnal Komunikasi
Digital*, 10(3), 135-152.