

Live Streaming Tiktok Terhadap Generasi Z

Grace Immanuella Pascauli Hasugian¹ Nurbani²

¹² Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara

ARTICLE INFO

Article history:

Received Juni, 2025

Revised Juni, 2025

Accepted Juni, 2025

Available online Juni, 2025

gracehasugian2@gmail.com,

nurbani@usu.ac.id.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana penggunaan fitur live streaming di platform TikTok memengaruhi perilaku komunikasi dan pembentukan identitas diri pada Generasi Z. Dalam era digital yang serba cepat, generasi ini aktif menggunakan media sosial sebagai sarana ekspresi diri dan interaksi sosial. Dengan pendekatan kualitatif dan metode wawancara mendalam terhadap beberapa informan berusia 18-24 tahun yang merupakan pengguna aktif TikTok, ditemukan bahwa live streaming digunakan tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai ruang untuk membangun eksistensi sosial, mencari validasi, dan memperluas jaringan sosial secara digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa generasi Z cenderung menampilkan versi ideal dari diri mereka saat melakukan live streaming demi mendapatkan perhatian dan respon positif dari audiens. Temuan ini menunjukkan bahwa fitur live streaming TikTok memiliki peran penting dalam membentuk dinamika komunikasi dan identitas generasi muda di ruang digital.

Kata Kunci: Tiktok; Live Streaming; Generasi Z; New Media

ABSTRACT

This study aims to understand how the use of the live streaming feature on the TikTok platform affects communication behavior and the formation of self-identity in Generation Z. In the fast-paced digital era, this generation actively uses social media as a means of self-expression and social interaction. With a qualitative approach and in-depth interview methods with several informants aged 18-24 who are active TikTok users, it was found that live streaming is used not only as a medium for entertainment, but also as a space to build social existence, seek validation, and expand social networks digitally. The results of the study show that Generation Z tends to display an ideal version of themselves when doing live streaming in order to get attention and positive responses from the audience. These findings indicate that TikTok's live streaming feature has an important role in shaping the dynamics of communication and identity of the younger generation in the digital space.

Keywords: *TikTok; live streaming; Generation Z; New Media.*

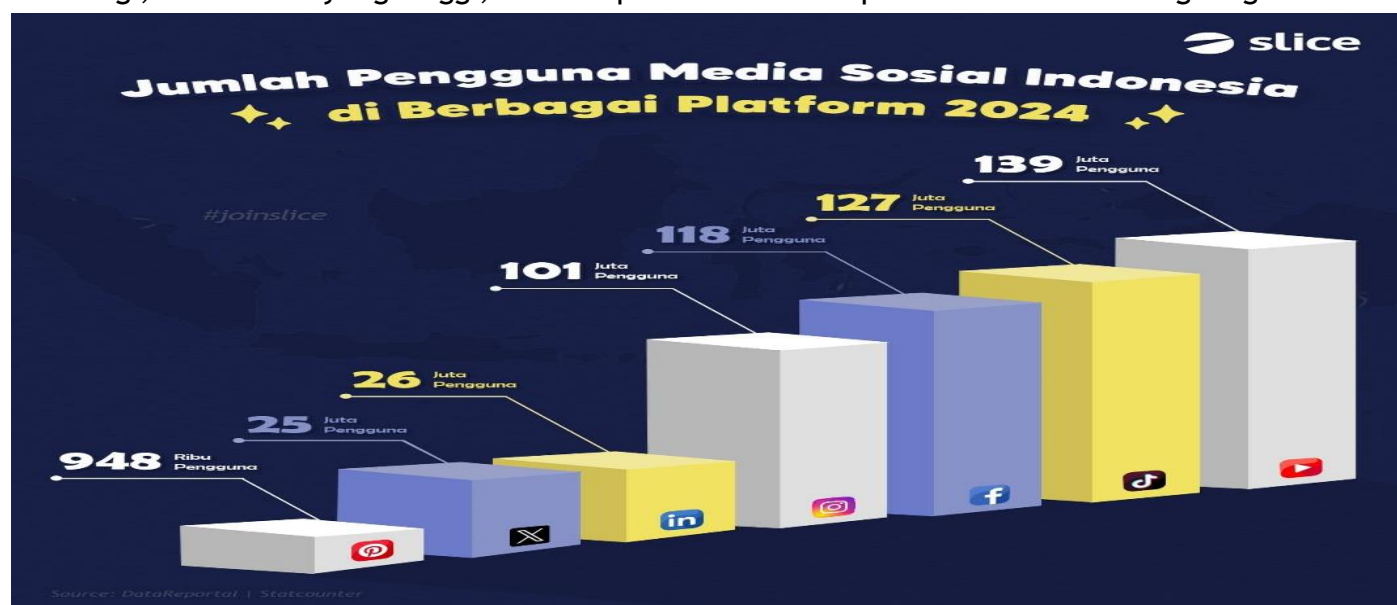
1. PENDAHULUAN

Pada masa globalisasi saat ini, beragam inovasi teknologi terus dikembangkan guna memenuhi kebutuhan manusia. Menurut Ratnamulyani & Maksudi (2018) kehadiran media sosial kini membuat perpindahan arah pemanfaatan media komunikasi, dimana awalnya menggunakan media elektronik dan cetak, hingga kini bergerak ke arah media baru yang memanfaatkan teknologi internet sebagai sarana menyalurkan akses media sosial. Salah satu bentuk kemajuan tersebut adalah kemunculan platform media sosial berbasis video seperti TikTok, yang tidak hanya

*Corresponding author

E-mail addresses: gracehasugian2@gmail.com

berfungsi sebagai media hiburan, namun juga menjadi sarana komunikasi interaktif yang populer, khususnya oleh Generasi Z. Generasi Z, yakni individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 (Dimock, 2019). Menurut Phangadi dalam (Nuraeni, 2022), Generasi Z dikenal dengan sebutan “generasi internet” karena sejak usia dini, telah terbiasa dengan penggunaan teknologi digital dan media sosial. Karakteristik utama dari Generasi Z adalah kemampuan adaptasi terhadap teknologi, kreativitas yang tinggi, serta kepedulian terhadap isu-isu sosial dan lingkungan.

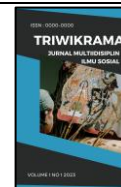


Sumber: <https://www.slice.id/blog/tren-pengguna-media-sosial-dan-digital-marketing-indonesia-2024>

Di tahun 2024, TikTok memiliki 127 juta pengguna di Indonesia dan mendapatkan peringkat kedua sebagai media sosial populer di kalangan pengguna media sosial setelah YouTube di Indonesia. TikTok awalnya hanya sebagai media sosial namun seiring berjalannya waktu, kini TikTok mulai bertransformasi menjadi media belanja online dengan menghadirkan TikTok Shop (Fadhillah & Ediyono, 2023). Platform video musik TikTok diluncurkan pada September 2016 yang merupakan jejaring sosial asal Tiongkok (Oktaheriyani et al., 2020). Salah satu fitur utama TikTok yang diminati oleh Generasi Z adalah fitur live streaming, yang dimana memungkinkan komunikasi secara *real-time* antara pengguna dan audiensnya.

Fitur ini tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga sarana interaksi sosial, pemasaran personal, bahkan bentuk performativitas identitas. Menurut Zhang & Wu (2021), live streaming di media sosial menciptakan ruang komunikasi dua arah yang lebih spontan dan otentik dibandingkan konten video biasa, yang memungkinkan pengguna membangun kedekatan secara langsung dengan penonton. TikTok merupakan aplikasi media sosial, yang memungkinkan pengguna mengunggah konten video pendek dengan berbagai fitur, seperti musik dan video filter, menjadi sangat populer. TikTok juga menawarkan fitur live streaming yang memberikan keuntungan berupa gift dan koin yang dapat ditukarkan menjadi uang. Semakin berkembangnya media sosial, mendorong lebih banyak inovasi sehingga mulai dimanfaatkan sebagai peluang untuk meraih keuntungan, salah satunya yaitu TikTok. TikTok awalnya hanya sebagai media sosial namun seiring berjalannya waktu kini TikTok mulai bertransformasi menjadi media belanja online dengan menghadirkan TikTok Shop (Fadhillah & Ediyono, 2023).

Berbagai bentuk promosi dapat dilakukan melalui media sosial dengan beberapa fitur yang ada di dalamnya. Salah satu fitur di dalam TikTok yang disediakan adalah fitur siaran langsung. Fitur siaran langsung di dalam TikTok ini mempermudah para pengguna aktif TikTok untuk dapat



berkomunikasi secara langsung dengan para penontonnya, dimana fitur live tiktok ini juga dapat dimanfaatkan sebagai bentuk promosi oleh para pelaku usaha untuk berjualan atau biasa disebut sebagai live shopping. Menurut Oktavianti et al (2020) live shopping merupakan suatu aktivitas berbelanja yang ditampilkan untuk penonton dan terjadi di dalam siaran langsung pada waktu yang bersamaan dengan kegiatan sebenarnya. Live shopping yang menarik dapat membuat penonton menghabiskan banyak waktu untuk melihat. Keberhasilan live shopping dapat dilihat dari sejauh mana streamer menguasai informasi mengenai produk yang akan disampaikan kepada para penonton. Menurut Dong et al 2022) Kunci keberhasilan pembelian dengan cara live shopping terlelak pada streamer, jika streamer dapat mempengaruhi emosi para penontonnya, maka streamer akan mendapatkan kepercayaan penuh dari konsumen nya.

Menurut Sutomo et al (2020) *media richness* dapat meningkatkan kepercayaan atau kredibilitas pengguna dalam fungsinya sebagai media komunikasi. Menurut (Thompson et al., 2015) *media richness* dimanfaatkan oleh komunikator sesuai dengan kekayaan yang dibutuhkan dengan tujuan menghindari ambiguitas dan meningkatkan keyakinan terhadap suatu hal. Menurut Mastarida (2022) *media richness* merupakan tujuan dari komunikasi yang diasumsikan sebagai penyelesaian adanya ambiguitas serta mengurangi risiko ketidak pastian.

Fenomena ini menarik untuk diteliti lebih dalam karena dapat mencerminkan perubahan dinamika komunikasi interpersonal dan kelompok di era digital. Live streaming di TikTok tidak hanya menawarkan hiburan, tetapi juga membentuk pola komunikasi, membangun relasi, dan bahkan memengaruhi cara Generasi Z dalam memahami identitas, eksistensi, serta relasi sosial mereka. Selain itu, dari perspektif komunikasi simbolik, fitur live streaming dapat dilihat sebagai media yang memungkinkan terbentuknya makna bersama antara pengguna dan penonton. Seperti dijelaskan oleh Blumer (1969) dalam teori interaksionisme simbolik, komunikasi adalah proses di mana makna dibentuk dan dipertukarkan melalui simbol dalam hal ini, melalui konten video, komentar, dan reaksi selama live streaming.

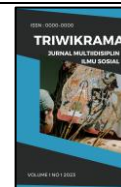
Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana Generasi Z memaknai dan menggunakan fitur live streaming TikTok dalam konteks komunikasi sosial mereka. Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi pengalaman, persepsi, dan dinamika interaksi sosial yang terjadi dalam ruang digital tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

New Media

Menurut Jandy Luik (2020:9) dengan hadirnya new media dalam kehidupan, membuat proses komunikasi bisa berlangsung dimanapun, kapanpun, dan bisa melalui teknologi komunikasi apapun. Teori new media awalnya dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Dalam teori new media, terdapat pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang World Wide Web (WWW) sebagai sebuah lingkungan informasi terbuka, fleksibel dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru (Littlejohn dkk, 2008: 413). Martin Lister, dalam bukunya berjudul *New Media: A Critical Introduction* menjelaskan ciri-ciri new media, (Lister, 2009:11). Berikut adalah ciri-cirinya:

1. Bentuk pengalaman baru dalam teks, hiburan, kesenangan, dan pola dari konsumsi media (permainan komputer, simulasi, efek khusus film).



2. Cara baru dalam mempresentasikan dunia, penggunaan media yang menawarkan kemungkinan representasional baru.
3. Bentuk hubungan baru antara pengguna, konsumen, dengan teknologi media.

Tiktok dan Fenome Live Streaming

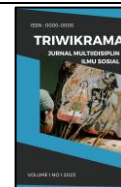
Tiktok adalah platform media sosial yang memungkinkan penggunanya membuat, membagikan, dan menonton video pendek yang berdurasi 15-60 detik. Yang dimana pengguna dapat membuat berbagai konten termasuk tarian, komedi, lip-sync, tantangan, tutorial, dan banyak lagi, dengan menggunakan berbagai efek kreatif, filter, dan musik yang tersedia di dalam aplikasi. Platform ini telah menjadi fenomena global, khususnya di kalangan generasi muda, dengan penggunaan yang luas di berbagai negara dan beragam kelompok demografis (Omar & Dequan, 2020; Bucknell Bossen & Kottasz, 2020; Li & Peng, 2021). TikTok juga menjadi alat yang efektif dalam mempromosikan produk dan layanan melalui fitur-fitur livestreaming dan interaktivitasnya, yang dapat mempengaruhi niat pembelian pengguna (Lu & Lu, 2019; Zhang & Wu, 2022). Live streaming adalah proses mentransmisikan data video dan audio secara real-time melalui internet kepada audiens yang dapat mengaksesnya secara langsung. Dalam live streaming, konten video disiarkan secara langsung dari sumbernya, seperti kamera atau perangkat komputer, ke platform online yang mendukung siaran langsung. Pengguna dapat berinteraksi dengan penonton secara langsung melalui fitur komentar, chat, dan reaksi selama siaran berlangsung. Teknologi ini banyak digunakan dalam berbagai konteks, termasuk media sosial, gaming, pendidikan, dan pemasaran, karena kemampuannya untuk menjangkau audiens secara luas dan interaktif (Hamilton, Garretson, & Kerne, 2020; Sjöblom et al., 2019; Zhao et al., 2021). Menurut Zhang et al. (2021), live streaming di TikTok menciptakan pengalaman “immersive” yang memungkinkan terjadinya hubungan sosial dan ekonomi antara streamer dan audiens.

Generasi Z dan Karakteristiknya

Generasi Z atau Gen Z adalah orang yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an. Dikenal sebagai digital natives, karena tumbuh di era teknologi digital dan internet yang sudah sangat berkembang. Gen Z sangat terbiasa dengan teknologi dan media sosial, yang membentuk cara mereka berkomunikasi, berinteraksi, dan mengonsumsi informasi. Generasi ini cenderung lebih toleran, inklusif, dan terbuka terhadap perubahan sosial. Mereka juga memiliki preferensi terhadap konten yang autentik dan relevan, serta menunjukkan kecenderungan untuk mencari keaslian dan transparansi dalam komunikasi dan pemasaran (Turner, 2019; McCrindle & Fell, 2020; Robinson & Smith, 2021). Selain itu, Generasi Z menunjukkan perkembangan psikologis yang unik di era digital dan memiliki implikasi penting bagi teori dan praktik pengembangan sumber daya manusia (Seemiller & Grace, 2021; Wood & Blick, 2022).

Implikasi Sosial dan Budaya Live Streaming

Live streaming Tiktok membawa perubahan sosial dan budaya yang luas terutama dalam pola komunikasi, gaya hidup digital, hingga fenomena serba instan. Studi oleh Tang & Wang (2020) menunjukkan bahwa interaksi di live streaming menciptakan bentuk komunitas virtual baru, di mana hubungan antara streamer dan followers bisa sangat intens meski bersifat sementara. Selain itu, terjadi pula pergeseran nilai dalam memaknai eksistensi dan penerimaan sosial di dunia maya. Menurut Song & Liu (dalam Arkansyah, 2023) mengatakan bahwa pengaruh live streaming dapat diukur dengan menggunakan beberapa dimensi yaitu:



1. *Streamer's Credibility*

Yaitu bergantung kepada kredibilitas streamer dalam sejauh mana dukungannya dapat dipercaya dari perspektif penonton. Yang dimana terdiri dari daya tarik streamer, keahlian streamer, dan kepercayaan streamer.

2. *Media richness*

Yaitu kemampuan media untuk mengirimkan informasinya yang dibutuhkan. Meliputi ketersediaan umpan balik dan komunikasi langsung antara penonton dan streamer sehingga membuat penonton menjadi fokus pada live streaming tersebut.

3. *Interactivity*

Mengacu kepada sejauh mana konsumen berpartisipasi memodifikasi bentuk dan konten secara real time. Yang dapat berupa komunikasi streamer, ketepatan waktu, live streaming, dan lingkungan sosial live streaming.

Penelitian Terdahulu

1. Penelitian Putri, A. R., & Pramiyanti, A. (2022) dengan judul "Live Streaming TikTok: Representasi Identitas Generasi Z di Ruang Digital". Penelitian ini menjelaskan bagaimana generasi Z membangun identitas diri melalui interaksi di fitur live streaming TikTok. Hasilnya menunjukkan bahwa generasi Z cenderung menampilkan versi ideal diri untuk membangun eksistensi sosial dan memperoleh validasi dari audiens.
2. Penelitian Sari, D. M., & Nurhadi, D. (2021) dengan judul "Persepsi Mahasiswa Terhadap Fitur Live Streaming TikTok sebagai Media Hiburan dan Komunikasi". Penelitian ini fitur live streaming TikTok digunakan generasi Z sebagai media hiburan sekaligus tempat berbagi pengalaman pribadi. Ada keterlibatan emosional antara penonton dan streamer yang memperkuat rasa keterhubungan sosial.

2. METODE

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang berfokus pada pemahaman mendalam tentang generasi Z terhadap penggunaan aplikasi Tiktok. Yaitu yang dimana generasi Z yang sudah menggunakan aplikasi tiktok pada pengalaman langsung individu dalam menggunakan live streaming TikTok. Peneliti berusaha menggali dan memahami makna dari pengalaman pengguna TikTok dalam melakukan maupun menyaksikan siaran langsung, khususnya di kalangan Generasi Z.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kota Medan dengan fokus generasi Z yang sudah menggunakan aplikasi Tiktok dan yang pernah menggunakan fitur live streaming Tiktok

Informan Penelitian

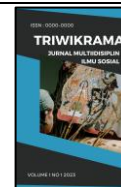
Informan penelitian yaitu subjek penelitian yang berjumlah 5 orang dengan kriteria:

1. Generasi Z
2. Menggunakan aplikasi Tiktok
3. Pernah menggunakan fitur live streaming Tiktok.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu:

1. Wawancara mendalam (*in-depth interview*): Dilakukan secara langsung atau daring terhadap informan untuk menggali persepsi, pengalaman, dan pandangan mereka terhadap live streaming di TikTok.
2. Observasi non-partisipatif: Peneliti mengamati beberapa sesi live streaming TikTok tanpa ikut berpartisipasi, guna memahami bentuk interaksi dan pola komunikasi yang muncul.



Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis hasil observasi, wawancara, dan hasil lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti (Muhadjir, 2000). Menurut Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2010) proses analisis data dalam penelitian kualitatif dilaksanakan secara interaktif dan berkelanjutan hingga tuntas. Aktivitas analisis data mencakup 3 komponen utama yaitu:

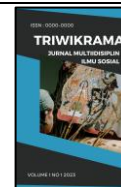
1. Reduksi data.
2. Penyajian data.
3. Penarikan kesimpulan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut merupakan hasil wawancara peneliti dengan informan. Sarah Jesika Surbakti adalah seorang mahasiswa berusia 20 tahun yang sedang menempuh pendidikan di jurusan Kebidanan di Stikes Mitra Husada Medan. Ia lahir pada tanggal 2 Mei 2005. Dalam kesehariannya, Sarah merupakan pengguna aktif aplikasi TikTok. Ia mengaku menggunakan aplikasi tersebut sekitar tiga jam setiap harinya, terutama di waktu senggang atau saat sedang membutuhkan hiburan. Sarah juga rutin menonton live streaming di TikTok, bahkan hampir setiap hari. Saat menonton live, ia senang membaca komentar-komentar yang masuk karena merasa interaksi tersebut menambah keseruan. Ia juga pernah sekali membeli barang dari penjual yang melakukan live streaming. Motivasi utamanya dalam menggunakan fitur live streaming TikTok sebagai media komunikasi sosial adalah untuk mengekspresikan diri dan meningkatkan rasa percaya diri. Dengan tampil di live, Sarah merasa lebih berani untuk menunjukkan bakat atau sekadar berbicara, yang menurutnya membantu dalam proses mengenal diri sendiri. Ketika berinteraksi langsung di live streaming, seperti melalui komentar atau gift, ia merasa lebih dekat dengan kreator maupun penonton lain karena interaksinya berlangsung secara real-time dan terasa lebih jujur. Jenis konten live streaming yang paling sering ditontonnya adalah seputar makeup, hairdo, dan skincare.

Poetri Goebrina adalah seorang mahasiswa berusia 22 tahun yang sedang menempuh pendidikan di jurusan Akuntansi di Universitas Sumatera Utara. Ia lahir pada tanggal 7 Juni 2003. Dalam kesehariannya, Poetri menggunakan aplikasi TikTok sekitar dua jam setiap hari, terutama saat memiliki waktu kosong. Ia juga cukup rutin menonton atau melakukan live streaming di TikTok, yakni sekitar tiga kali dalam seminggu. Saat menyaksikan live streaming, ia senang membaca komentar dari penonton lain dan juga aktif membuat konten live. Poetri mengaku pernah membeli barang dari penjual yang melakukan live, terutama jika harganya terjangkau. Bagi Poetri, fitur live streaming TikTok menjadi sarana hiburan sekaligus media untuk melakukan interaksi spontan. Ia sering memanfaatkannya untuk mengobrol santai dengan audiens atau teman-teman, terutama saat sedang ingin mengisi waktu luang tanpa tujuan khusus. Perasaan yang ia rasakan saat berinteraksi langsung di live streaming adalah senang dan percaya diri. Komentar positif serta dukungan dalam bentuk gift dari penonton membuatnya merasa dihargai dan seolah memiliki komunitas sendiri. Jenis konten live streaming yang paling sering ditontonnya adalah seputar makeup dan skincare.

Diana Grace Marbun adalah seorang wanita berusia 24 tahun yang bekerja sebagai IT Engineer di PT. Indo Koala Remittance. Ia lahir pada tanggal 31 Maret 2001. Diana merupakan pengguna aktif aplikasi TikTok dan menggunakannya sekitar 1 hingga 2 jam setiap hari, terutama di waktu luang seperti saat makan siang atau ketika sedang tidak ada kesibukan. Ia menonton live streaming di TikTok hanya sesekali, biasanya saat merasa bosan. Saat menikmati konten live streaming, Diana sering mengemil sambil membaca komentar yang masuk. Ia juga mengaku cukup



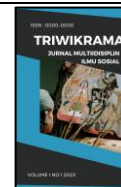
sering membeli barang dari konten live jualan, terutama produk-produk seperti pakaian thrift, baju baru, dan skincare.

Motivasi Diana dalam menggunakan fitur live streaming di TikTok berawal dari ketertarikannya terhadap konten-konten lucu. Seiring waktu, ia mulai menggunakan fitur tersebut sebagai sarana untuk mengekspresikan diri dan menghibur orang lain. Melalui live streaming, Diana bisa ngobrol santai, menyanyi, atau berbagi cerita kepada followers-nya. Ia merasa bahagia saat bisa berinteraksi secara langsung melalui komentar, gift, atau percakapan, karena interaksi tersebut membuatnya merasa tidak sendiri dan mampu mengatasi rasa bosan. Baginya, live streaming bukan hanya hiburan semata, tetapi juga menjadi ruang interaksi yang menyenangkan dan membangun koneksi dengan orang lain.

Sarah Elisabeth adalah seorang mahasiswi berusia 20 tahun yang sedang menempuh pendidikan di jurusan Manajemen di Universitas Prima Indonesia. Ia lahir pada tanggal 25 Maret 2005. Sarah merupakan pengguna aktif aplikasi TikTok, dengan durasi penggunaan sekitar 3 hingga 4 jam per hari, biasanya setelah menyelesaikan semua tugas kuliah dan pekerjaan rumah. Meskipun tidak terlalu sering menonton live streaming di TikTok, Sarah tetap menikmati sesekali menontonnya. Saat menyaksikan live, ia suka berkomentar dan membaca komentar dari pengguna lain. Ia juga pernah sekali membeli barang dari live streaming penjualan yang menurutnya menarik. Motivasi awal Sarah dalam menggunakan fitur live streaming TikTok muncul karena rasa penasaran saat masa pandemi COVID-19. Seiring waktu, ia mulai memanfaatkan fitur tersebut untuk curhat atau berdiskusi dengan penonton lain. Menurutnya, banyak yang ternyata memiliki pengalaman serupa, sehingga ia merasa saling mendukung satu sama lain. Kadang, live streaming juga menjadi pelarian saat ia merasa bosan. Saat berinteraksi secara langsung dalam live, perasaannya bervariasi. Ia merasa seru dan senang jika menerima komentar positif, namun kadang juga merasa sedikit tertekan jika mendapat komentar nyinyir atau toxic. Meski begitu, ia menyadari bahwa itu adalah bagian dari dinamika media sosial. Konten live streaming yang paling sering ditontonnya adalah konten berjualan dan seputar makeup.

Yoanta Damanik adalah seorang mahasiswi berusia 20 tahun yang sedang menempuh pendidikan di jurusan Hukum Universitas Prima Indonesia. Ia lahir pada tanggal 16 Februari 2005. Yoanta merupakan pengguna aktif aplikasi TikTok dan menghabiskan sekitar 4 jam setiap harinya untuk menjelajahi platform tersebut, terutama saat memiliki waktu luang. Meskipun tidak terlalu sering menonton live streaming, ia tetap menyempatkan diri untuk menontonnya sekitar dua kali dalam seminggu. Saat menonton live, Yoanta lebih banyak menjadi penonton pasif tanpa banyak berinteraksi, hanya menikmati jalannya siaran langsung. Ia mengaku pernah sekali membeli produk dari live streaming penjualan di TikTok. Awalnya, Yoanta mulai tertarik dengan fitur live streaming karena mengikuti tren di kalangan teman-temannya. Menurutnya, live streaming menjadi salah satu bentuk hiburan yang sedang populer, dan ia tidak ingin ketinggalan zaman. Ia merasa senang saat menyaksikan live streaming karena bisa melihat interaksi langsung antar pengguna, yang menurutnya cukup menghibur dan efektif untuk mengatasi rasa bosan. Konten live streaming yang paling sering ia tonton biasanya berkaitan dengan belanja dan makanan, dua topik yang dianggap menarik dan menghibur baginya.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi diatas, Generasi Z menggunakan fitur live streaming TikTok tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga sebagai sarana ekspresi diri dan pencarian eksistensi. Informan menyebutkan bahwa live streaming memberikan ruang untuk menjadi “diri sendiri” secara lebih spontan dibandingkan dengan konten video pendek yang memerlukan proses editing. Live streaming di TikTok membentuk pola komunikasi dua arah antara streamer dan audiens. Interaksi ini berlangsung secara real-time melalui kolom komentar, gift



digital, dan fitur Q&A. Banyak dari informan menyebutkan bahwa mereka merasa “terhubung” dengan audiensnya meskipun belum pernah bertemu secara langsung. Dari hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa live streaming TikTok berperan signifikan dalam membentuk pola komunikasi, membangun identitas digital, dan menciptakan komunitas virtual bagi Generasi Z. Platform ini menjadi medium komunikasi yang bersifat ekspresif, interaktif, dan fleksibel, sesuai dengan karakteristik Generasi Z yang adaptif terhadap perubahan digital.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

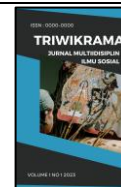
Live streaming TikTok menjadi sarana ekspresi diri dan eksistensi digital bagi Generasi Z. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk tampil spontan, autentik, dan membangun citra diri secara langsung kepada audiens. Generasi Z memanfaatkan live streaming untuk menciptakan ruang berekspresi yang tidak terbatas, sesuai dengan karakteristik mereka yang digital-native, ekspresif, dan terbuka. Interaksi yang terjadi dalam live streaming menciptakan komunikasi dua arah dan membentuk komunitas virtual. Komunikasi real-time antara streamer dan penonton melalui komentar, gift, dan fitur interaktif lainnya membangun kedekatan sosial serta rasa keterhubungan, meski hanya dalam ruang digital. Penggunaan live streaming juga menjadi bagian dari proses konstruksi identitas digital. Melalui performa saat siaran langsung, Generasi Z merancang citra yang ingin ditampilkan di depan publik. Proses ini merupakan bentuk komunikasi simbolik yang dipengaruhi oleh harapan audiens dan kebutuhan akan pengakuan sosial.

Saran

1. Bagi Dunia Pendidikan: Pendidikan formal perlu memberikan pemahaman tentang literasi digital, termasuk cara menggunakan media sosial seperti TikTok secara bijak dan bertanggung jawab. Ini penting agar Generasi Z mampu membedakan antara ekspresi diri yang sehat dan pencarian validasi yang berlebihan.
2. Bagi Platform Media Sosial (TikTok dan sejenisnya): TikTok perlu terus mengembangkan sistem pengawasan konten live streaming agar tidak disalahgunakan untuk menyebarkan informasi palsu, pelecehan verbal, atau eksploitasi pengguna muda.
3. Bagi Masyarakat dan Umum: Masyarakat, khususnya orang tua dan komunitas, diharapkan memiliki kepedulian terhadap perkembangan pola komunikasi Generasi Z di media sosial, termasuk memahami peran dan risiko dari live streaming. Menghindari stigmatisasi terhadap pengguna aktif media sosial. Alih-alih menghakimi, masyarakat dapat berperan aktif dalam memberikan lingkungan yang mendukung kreatifitas dan ekspresi Generasi Z di dunia digital, asalkan tetap dalam koridor etika dan norma sosial.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Arkansyah, S. R. (2023). Pengaruh Live Streaming Shopping dan E-WOM terhadap Perilaku Impulsive Buying Konsumen Online Akun TikTok @jiniso.id. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 123 - 130.
- Bin Gao, Yue Zhang. 2021. *Mechanisms and Adsorption Capacities of Hydrogen Peroxide Modified Ball Milled Biochar for the Removal of Methylene Blue From Aqueous solutions*, *Bioresource Technology*, Volume 337, 125432, ISSN 0960-8524, <https://doi.org/10.1016/j.biortech.2021.125432>
- Blumer, Herbert. 1969. *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. Inggris: Prentice Hall.
- Dimock, M. (2019). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Pew Research Center, 17(1).
- Dong, Yan et.al. 2022. “How Parenting Styles Affect Children’s Creativity: Through The Lens of Self.” *Thinking Skills and Creativity* 45(Sept): 101045.



- Fadhillah, N. R., & Ediyono, S. (2023). Perilaku Konsumtif Oleh Masyarakat Konsumsi Dalam Perspektif Teori Jean Baudrillard [Studi Kasus : Tiktok Shop]. *Marketgram Journal*, 1(1), 39-43.
- Lister, Martin. 2009. *New Media: A Critical Introduction*, Newyork: Routledge
- Luik, Jandy, (2020). *Media Baru Sebuah Pengantar*. Jakarta: Kencana.
- Lu, X., & Lu, Z. (2022). *Fifteen seconds of fame: A qualitative study of Douyin, a short video sharing mobile application in China*. SAGE Open.
- Masterida, F. (2022). *Service Management* (J. S. Alex Rikki (ed.)). Yayasan Kita Menulis.
- McLuhan, Marshall. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: The MIT Press.
- Nuraeni, Z. (2022). Pengetahuan Generasi Z Tentang Literasi Kesehatan. *Jurnal Pendidikan Kesehatan*, 49 - 72.
- Omar, B., & Dequan, W. (2020). Watch, share or create: *The influence of personality traits and user motivation on TikTok mobile video usage*. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 14(4), 121-137. <https://doi.org/10.3991/IJIM.V14I04.12429>
- Oktaheriyani, D., Wafa, M. A., & Shadiqien, S. (2020). Media Sosial TikTok (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNISKA MAB Banjarmasin). *Jurnal Sosial*, 1, 25-35. <http://eprints.uniskabjm.ac.id/id/eprint/3504>.
- Putri, A. R., & Pramiyanti, A. (2022). Live streaming TikTok: Representasi identitas generasi Z di ruang digital. *Jurnal Komunikasi Digital dan Budaya Populer*, 4(2), 101-115
- Ratnamulyani, Ike Atikah dan Beddy Iriawan Maksudi. 2018. "Peran Media Sosial dalam Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula dikalangan Pelajar di Kabupaten Bogor". *Jurnal Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora*, Vol. 20, No. 2.
- Sari, D. M., & Nurhadi, D. (2021). *Persepsi mahasiswa terhadap fitur live streaming TikTok sebagai media hiburan dan komunikasi*.
- Turner, A. (2019). Generation Z: *Technology and social interest*. *The Journal of Individual Psychology*, 75(2), 192-198.
- Wood, S., & Blick, M. (2022). *Gen Z, digital natives and the future of work: Implications for HRD theory and practice*. *Human Resource Development International*, 25(3), 287-305
- Zhang, Z., & Wu, K. (2022). *Exploring how livestreaming features affect purchase intentions in social commerce: A perspective of system usability*. *Information & Management*, 59(2), 103509.