



Komunikasi Interaktif dalam Pemanfaatan *Live Streaming* TikTok sebagai Penghasilan Tambahan di Kalangan Remaja

Ayu Ashari¹, Achmad Bayu Chandrabuwono²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Lambung Mangkurat,
Banjarmasin

Surel: Achmad.chandrabuwono@ulm.ac.id, aayu73044@gmail.com

Abstrak. Komunikasi interaktif dapat dilakukan di media sosial menggunakan fitur yang telah disediakan. Fitur live streaming menjadi salah satu fitur yang dapat digunakan untuk melakukan komunikasi interaktif. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana komunikasi interaktif yang diterapkan oleh streamer @xiterw di platform TikTok, dengan fokus khusus pada penggunaan fitur live streaming dan gift. Fitur gift pada TikTok memungkinkan penonton untuk memberikan koin virtual yang dapat dikonversi menjadi uang nyata oleh streamer, sehingga menjadi salah satu penghasilan tambahan. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif. Pendekatan kualitatif dengan melakukan wawancara untuk mengeksplorasi bagaimana @xiterw memanfaatkan fitur gift dalam meningkatkan interaksi dengan penonton. Penerapan komunikasi interaktif yang dilakukan oleh streamer @xiterw dalam tayangan live streaming di TikTok telah menunjukkan efektivitas yang signifikan. Hal ini terlihat dari tingginya tingkat keterlibatan penonton, khususnya melalui fitur gift yang digunakan oleh penonton selama siaran langsung. Hasil dari penelitian menyatakan bahwa enam dimensi interaktivitas dalam komunikasi interaktif dari menginformasikan, kontrol tinggi, aktivitas tinggi, dua arah, fleksibilitas waktu, dan kesadaran tinggi tempat berhasil menciptakan interaksi yang mendalam antara streamer dan penonton. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi interaktif yang dilakukan secara efektif dapat meningkatkan keterlibatan penonton dan membangun hubungan yang lebih erat antara streamer dan penonton, yang pada akhirnya berdampak positif pada popularitas akun @xiterw di platform TikTok.

Kata Kunci: *Live Streaming*, Komunikasi Interaktif, TikTok, *Gift*

Cara Sitasi: Ashari, A & Chandrabuwono, A.B. (2025). Komunikasi Interaktif dalam Pemanfaatan *Live Streaming* TikTok sebagai Penghasilan Tambahan di Kalangan Remaja. *JURNAL PERSUASI*, 2(3): 58-68.

PENDAHULUAN

Live streaming TikTok merupakan salah satu bentuk komunikasi digital yang semakin populer di kalangan remaja, terutama karena interaktivitasnya yang tinggi dan potensi monetisasi yang ditawarkannya. Fitur ini memungkinkan pengguna, atau yang

disebut *streamer*, untuk berbagi kegiatan secara langsung dengan pengikut mereka dan menciptakan komunikasi dua arah yang personal. Komunikasi dalam siaran langsung ini mencakup teknik penyampaian pesan yang efektif, keterlibatan aktif dengan penonton, serta visual menarik yang bertujuan mempertahankan atensi audiens. Namun, efektivitas fitur ini sangat bergantung pada kemampuan komunikasi dari streamer, karena kurangnya interaksi dapat menghambat upaya untuk memperoleh pendapatan dari kegiatan tersebut. Indonesia tercatat sebagai negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia, dengan 127,5 juta pengguna aktif per April 2024. Sebagian besar pengguna ini berasal dari kelompok usia muda, khususnya remaja berusia 18–24 tahun yang mencakup sekitar 35% dari keseluruhan pengguna. Data ini menunjukkan bahwa TikTok menjadi wadah yang sangat potensial bagi generasi muda untuk mengekspresikan diri sekaligus menciptakan peluang ekonomi melalui konten kreatif, termasuk *live streaming*. Popularitas TikTok di kalangan remaja membuka ruang bagi eksplorasi lebih lanjut mengenai strategi komunikasi yang efektif dalam konteks siaran langsung.

Salah satu fitur utama dalam *live streaming* TikTok adalah sistem hadiah virtual (*gift*) yang memungkinkan penonton memberikan dukungan kepada streamer dalam bentuk koin yang dapat dikonversikan menjadi uang tunai. *Gift* ini memiliki berbagai jenis dan nilai koin yang berbeda, mulai dari "Mawar" senilai 1 koin hingga "TikTok Univers" yang bernilai 44.999 koin. Fitur ini tidak hanya menjadi bentuk apresiasi penonton terhadap kreator konten, tetapi juga menjadi sumber penghasilan nyata bagi para streamer. Oleh karena itu, pemahaman tentang fitur *gift* dan kemampuan dalam mengelola interaksi dengan penonton menjadi penting dalam strategi monetisasi.

Dalam penelitian ini, perhatian difokuskan pada fitur *gift coin* sebagai bentuk komunikasi interaktif yang memediasi hubungan antara streamer dan penonton. Interaktivitas, sebagaimana dikemukakan oleh Rogers (1986), merupakan karakteristik utama media baru yang memungkinkan individu untuk terlibat aktif dalam pertukaran informasi. Hal ini terlihat jelas dalam praktik *live streaming*, di mana keterampilan komunikasi streamer memengaruhi seberapa besar dukungan finansial yang dapat mereka peroleh melalui *gift coin*. Studi ini bertujuan mengidentifikasi strategi komunikasi yang dapat diadopsi oleh remaja untuk memaksimalkan potensi pendapatan melalui fitur *live streaming* TikTok.

Dengan demikian, penting bagi remaja sebagai pengguna aktif TikTok untuk memahami dinamika komunikasi dalam *live streaming* serta potensi ekonominya. Penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran empiris mengenai penggunaan fitur *live streaming*, tetapi juga berupaya merumuskan strategi yang efektif untuk meningkatkan interaksi dan dukungan penonton. Melalui pendekatan ini, TikTok tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga ruang produktif yang dapat dimanfaatkan secara strategis oleh generasi muda di era ekonomi digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan landasan post-positivisme yang memandang kebenaran bersifat kontekstual dan subjektif. Pengumpulan

data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis dengan teknik reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Validitas data diperkuat melalui triangulasi teknik, yakni kombinasi beberapa metode untuk memperoleh informasi yang akurat dari sumber yang sama.

Objek penelitian ini adalah komunikasi interaktif dalam pemanfaatan fitur *live streaming* TikTok sebagai sumber penghasilan tambahan di kalangan remaja, dengan fokus pada fitur *gift coin*. Subjek penelitian terdiri dari pemilik akun TikTok @xiterw sebagai informan kunci, serta dua orang penonton sebagai informan pendukung. Wawancara dilakukan untuk memahami strategi komunikasi yang digunakan *streamer* dalam meningkatkan interaksi penonton dan mendorong pemberian *gift*.

Penelitian ini mengacu pada enam indikator komunikasi interaktif menurut Heuer dalam Solis (2011), yaitu: menginformasikan, kontrol tinggi, aktivitas tinggi, komunikasi dua arah, fleksibilitas waktu, dan kesadaran tempat. Indikator tersebut digunakan untuk mengukur efektivitas komunikasi *streamer* dalam menjaga keterlibatan penonton sekaligus memaksimalkan potensi pendapatan dari *live streaming* TikTok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

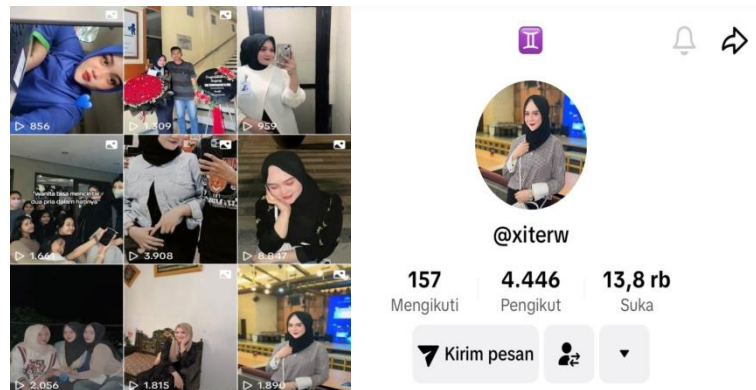
Pada penelitian ini penulis melakukan pada salah satu akun TikTok yang sering melakukan *live streaming* pada Aplikasi TikTok. Pengumpulan informasi tersebut melalui proses wawancara. Agar peneliti memperoleh data yang akurat hasil dari wawancara di akun @xiterw, peneliti mengajukan beberapa pertanyaan kepada konten kreator pemilik akun @xiterw perihal dengan komponen komunikasi interaktif yang berkaitan dengan penelitian ini, seperti halnya proses *live streaming* dalam aktivitas interaksi dengan penonton dan menjadikannya sebagai sumber penghasilan tambahan dari hasil *live streaming* di aplikasi TikTok.

Tabel 1. Karakteristik Pemilik akun @xiterw

No.	Nama	Umur	Pendidikan Terakhir	Jabatan	Status
1.	Siti Rahmawati	22 Tahun	D3 Administrasi Bisnis Keuangan	Karyawan Bank	Belum Nikah

(Sumber: Data Primer)

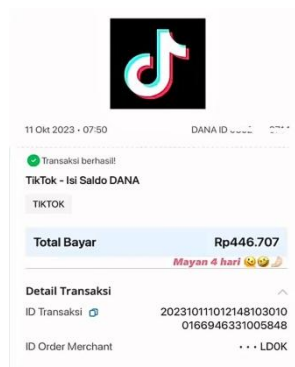
Berdasarkan Tabel 1, pemilik akun TikTok @xiterw berusia 22 tahun, dengan pendidikan terakhir D3 Akutansi. Pemilik akun @xiterw sudah aktif melakukan *live streaming* TikTok selama 1 tahun. Sebagian besar konten kreator sudah mulai memanfaatkan platform ini dengan melakukan *live streaming* sebagai sarana hiburan dan menjadikannya sebagai sumber penghasilan tambahan dari hasil melakukan *live streaming* di aplikasi TikTok.



Gambar 1. Profil akun TikTok *Streamer* @xiterw
(Sumber: Dokumentasi penulis)

Berdasarkan informasi pada Gambar 1. sampai Desember 2024, terdapat 4.446 pengikut, suka 13,800 dan sudah melakukan 26 postingan di akun tiktok. mayoritas followesnya adalah laki-laki yang mencapai 70,2%, dengan usia paling banyak 18-24 tahun sekitaran 55.3%, antara 25-34 tahun mencapai 34,6%. Dari pengikut ada beberapa pengguna memberikan gift sebagai bentuk apresiasi terhadap streamer, yang kemudian dapat dikonversi menjadi penghasilan.

Akun TikTok @xiterw memanfaatkan fitur “*gift*” TikTok, dimana penonton dapat memberikan gift berupa koin. *Gift* ini nantinya dikonversi menjadi uang, dan menjadikan salah satu sumber pendapatan bagi pengguna. Penggunaan fitur ini dilakukan dengan cara mendorong penonton melalui ajakan atau aktivitas interaktif, seperti meminta mereka memilih *gift* yang akan dikirim, dalam diatas menampilkan penggunaan fitur “*gift*” dalam tayangan live streaming di TikTok pada akun @xiterw, yang merupakan subjek dalam penelitian.



Gambar 2. Hasil Pendapatan TikTok dari Akun *Streamer* @xiterw
(Sumber: Tangkapan Layar Penulis)

Hasil observasi pada Gambar 2. menunjukkan bahwa melalui fitur ini, akun TikTok @xiterw mampu menghasilkan pendapatan tambahan, seperti yang terlihat pada tangkapan layar hasil transaksi yang mencapai Rp446.707. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan fitur “*gift*” tidak hanya menciptakan potensi ekonomi bagi *streamer*, tetapi juga memperlihatkan bahwa interaksi aktif dengan penonton dapat meningkatkan partisipasi penonton dan, pada akhirnya, mendorong terciptanya hubungan timbal balik

yang saling menguntungkan. Dengan demikian, fitur "*gift*" dapat dianggap sebagai salah satu penghasilan tambahan yang efektif dalam platform TikTok.

Dijelaskan bahwa suatu interaktivitas pada komunikasi akan di tinjau dari segi cara komunikator dalam memberi informasi. Hasil wawancara menunjukkan bahwa *streamer* TikTok @xiterw berfokus pada penyampaian informasi yang menarik selama *live streaming*. Hal ini dilakukan cara bahwa *streamer* menyampaikan informasi yang menarik kepada penonton saat *live streaming* agar mereka tetap terlibat dan memberikan *gift*. Berdasarkan hasil wawancara penyampaian informasi yang digunakan oleh *streamer* @xiterw salah satu caranya adalah dengan merespons setiap komentar atau interaksi dari penonton secara aktif, sehingga menciptakan suasana yang lebih menarik dan interaktif, respons ini tidak hanya bertujuan untuk membuat penonton merasa dihargai, tetapi juga untuk menghindari kebosanan yang dapat membuat mereka meninggalkan *live*, dengan menjaga interaksi yang dinamis, penonton lebih cenderung tetap terlibat dan bahkan memberikan *gift* sebagai bentuk apresiasi.

Selanjutnya, kontrol tinggi dalam komunikasi merupakan interaktivitas yang akan berlangsung di bawah kendali komunikator, namun bisa juga diterapkan pada komunikan sebagai akibat dari kontrol komunikator atas pesan yang disampaikannya. Hal ini dilakukan *streamer* mengelola komentar negatif atau interaksi yang tidak diinginkan saat *live streaming* agar tidak mengganggu suasana dan tetap terjaga alur komunikasi. Berdasarkan hasil wawancara menjelaskan bagaimana cara mengelola komentar negatif selama sesi *live streaming* agar suasana tetap kondusif, *streamer* menyatakan bahwa meskipun tidak selalu bisa mengontrol komentar negatif, berusaha untuk tidak terprovokasi dan menjaga agar fokus tetap pada interaksi yang positif. Ketika komentar negatif muncul, *streamer* tidak langsung menanggapi tetapi lebih memilih untuk bersikap profesional agar suasana *live* tidak terganggu dan penonton lain tetap nyaman. Pemilik akun juga menekankan pentingnya menghindari konflik yang dapat memperburuk situasi, sehingga penonton yang lain tetap merasa dihargai. Strategi ini menunjukkan bagaimana seorang *streamer* dapat menjaga komunikasi yang interaktif dan terkontrol, meskipun dihadapkan pada tantangan seperti komentar negatif.

Kemudian, aktivitas tinggi merupakan komunikasi yang berjalan aktif dengan saling memberikan *feedback* antara komunikator dan komunikan secara terus menerus. Hal ini memastikan aktivitas interaksi *streamer* dengan penonton dan penonton tetap dinamis sehingga mereka merasa terdorong untuk terus memberikan *gift* selama *live streaming* berlangsung. Berdasarkan wawancara, keberhasilan seorang *streamer* dalam mempertahankan perhatian penonton selama *live streaming* sangat dipengaruhi oleh tingkat interaksi aktif antara *streamer* dan penontonnya. Interaksi ini melibatkan upaya *streamer* untuk secara konsisten memberikan tanggapan terhadap komentar yang dikirimkan oleh penonton. Respons ini tidak hanya membuat penonton merasa dihargai dan diperhatikan, tetapi juga memberikan kesan bahwa mereka berkontribusi secara langsung terhadap jalannya *live streaming*. Akibatnya, penonton menjadi lebih termotivasi untuk tetap terlibat, baik melalui partisipasi aktif dalam obrolan maupun melalui pemberian *gift* kepada *streamer*.

Dua arah merupakan komunikasi berupa pesan verbal dan non verbal dari komunikator dan mendapat *feedback* dari komunikan. Suatu komunikasi akan terjadi

interaktivitas yang lebih besar dengan cara komunikasi tersebut harus berjalan secara dua arah, bukan hanya satu arah saja. Hal ini mempertanyakan apakah streamer merasa bahwa komunikasi yang terjadi selama *live streaming* berjalan secara dua arah yang berujung pada pemberian *gift*. Berdasarkan wawancara, komunikasi yang efektif pada *live streaming* membutuhkan adanya hubungan dua arah yang aktif antara streamer sebagai komunikator dan penonton sebagai komunikan. Streamer tidak hanya memberikan konten secara sepihak, tetapi juga merespons berbagai pertanyaan, komentar, atau permintaan yang disampaikan oleh penonton. Proses ini menciptakan suasana komunikasi yang melibatkan interaksi timbal balik, di mana penonton merasa dihargai dan dianggap sebagai bagian penting. Sebagai contoh, *streamer* dapat memulai dialog sederhana yang mendorong penonton untuk bertanya atau berbagi cerita, yang kemudian direspons dengan empati atau tanggapan mendalam. Hal ini menciptakan rasa kedekatan emosional dan meningkatkan pengalaman partisipasi penonton. Dengan adanya keterlibatan semacam ini, penonton cenderung merasa lebih terhubung secara emosional dengan *streamer*, yang pada akhirnya mendorong mereka untuk memberikan *gift* sebagai simbol dukungan terhadap *streamer*.

Fleksibilitas waktu, berarti komunikasi interaktif dapat berlangsung kapan saja tergantung kapan pesan disampaikan dan komunikan akan merespon, atau secara lebih sederhana dapat dikatakan bahwa komunikasi terjadi pada waktu-waktu yang fleksibel. Seberapa fleksibel streamer dalam menentukan waktu siaran *live streaming*, dan memilih waktu tertentu yang lebih efektif untuk menarik lebih banyak penonton dan *gift*. Berdasarkan hasil wawancara menjelaskan bahwa waktu siaran *live streaming* sangat memengaruhi jumlah penonton. *Streamer* perlu memilih waktu yang tepat berdasarkan pengalaman, karena jumlah penonton bisa bervariasi, misalnya pagi hari lebih ramai dibanding waktu lain. Dengan jadwal yang fleksibel dan strategis, *streamer* bisa menarik lebih banyak penonton dan mendapatkan *gift* yang lebih banyak. Hal ini menunjukkan bahwa fleksibilitas dalam menjadwalkan siaran langsung menjadi salah satu faktor kunci dalam meningkatkan interaksi dan keterlibatan penonton.

Kesadaran yang tinggi terhadap posisi masing-masing, baik sebagai komunikator maupun komunikan, merupakan hal penting dalam menciptakan komunikasi interaktif yang efektif. Kedua belah pihak diharapkan dapat berkomunikasi dengan baik tanpa menyinggung satu sama lain. Selain itu, komunikasi tidak selalu harus terjadi di lokasi fisik yang sebenarnya. Misalnya, lokasi atau suasana tempat streamer melakukan *live streaming* dapat memengaruhi cara mereka berinteraksi dengan penonton, terutama dalam upaya mendapatkan *gift*. Berdasarkan hasil wawancara menjelaskan bahwa lokasi atau suasana tempat *streamer* melakukan *live streaming* dapat memengaruhi interaksi dengan penonton dan jumlah *gift* yang diterima. Pemilik akun @xiterw memberikan contoh bahwa saat *live streaming* di luar ruangan, meskipun interaksi dengan penonton tetap baik, jumlah penonton dan *gift* yang diterima cenderung lebih sedikit dibandingkan saat melakukan live di tempat biasa, seperti di rumah. Hal ini menunjukkan bahwa suasana dan lokasi siaran dapat memengaruhi respons dan keterlibatan penonton.

Pada informasi pendukung, yaitu selaku pengikut akun TikTok @xiterw, peneliti menanyakan perihal informasi seperti apa yang membuat penonton tertarik untuk terus menonton *live streaming* @xiterw, pada bagian ini informan pendukung 1 mengungkapkan bahwa:

“kadang aku suka nonton live streaming karna interaksi dari pemilik live nya sama penonton seru, jadi berasa lgi ngobrol padahal cuma penonton. bisa juga tertarik karna ada live streaming tentang fashion atau make up, tapi intinya tentang apapun live nya penonton akan tertarik kalo host nya komunikatif jadi seru bahkan lucu lucuan” (wawancara dengan Riris Ariska, 26 November 2024, pukul 15.50).

Sedangkan dari informan pendukung II mengungkapkan bahwa:

“aku beberapa kali tertarik nonton konten live streaming tiktok tuh tergantung host yang ada di live, misalkan inya membawa mood yg positif dan menambah wawasan dengan cara komunikasi nya yg seru dan kd membosankan. nah konten yg meulah aku tertarik nonton tu biasanya sharing tentang life style, atau kdang story telling yg lucu lucu” (wawancara dengan Gita Maulida Hasanah, 26 November 2024, Pukul 13.00)

Sedangkan dari informan pendukung III mengungkapkan bahwa.

“hal pertama yg saya lakukan biasanya dengan membangun koneksi secara personal dgn para penonton, contohnya kayak menyapa penonton atau juga bangun interaksi seru kayak misal “klo ada yg gift ak 1 mawar ak bakal jwb pertanyaan apapun atau klo ada yg gift ak 1 mawar ak bakal nyanyi lagu favoritnya” (wawancara dengan Muhammad Noor Fitriady, 15 April 2025, Pukul 20.40).

Berdasarkan hasil wawancara, dapat dilihat bahwa daya tarik utama *live streaming* TikTok @xiterw terletak pada interaksi komunikatif dan humoris antara streamer dan penonton, penyampaian konten yang menghibur seperti gaya hidup atau storytelling, serta energi positif yang dibangun oleh host sehingga menciptakan suasana yang nyaman dan menarik bagi penonton. Peneliti juga menanyakan apa suasana *live streaming* tetap nyaman meskipun ada komentar yang kurang menyenangkan. Berdasarkan hasil wawancara, dilihat dari suasana *live streaming* tetap terasa nyaman meskipun ada komentar kurang menyenangkan, selama streamer mampu mengelola respons dengan cara yang positif, seperti mengabaikan komentar negatif atau meresponsnya dengan lelucon untuk menciptakan suasana yang menyenangkan.

Peneliti juga menanyakan apa penonton merasa terdorong untuk memberikan *gift* karena interaksi langsung dari *streamer*. Berdasarkan hasil wawancara dapat dilihat bahwa penonton terdorong untuk memberikan *gift* dalam *live streaming* karena adanya interaksi langsung yang menyenangkan dan terjalannya komunikasi dua arah yang baik antara *streamer* dan penonton, sehingga menciptakan rasa apresiasi serta motivasi untuk mendukung *streamer*.

Peneliti juga menanyakan komunikasi dua arah apa yang dilakukan streamer membuat penonton merasa lebih dekat atau terhubung, Bagaimana pengaruhnya terhadap keputusan penonton memberikan *gift*. Berdasarkan hasil wawancara, bisa kita lihat bahwa komunikasi dua arah yang dilakukan oleh *streamer*, yang bersifat interaktif dan ramah, berperan penting dalam menciptakan kedekatan dengan penonton, sehingga mendorong mereka untuk memberikan *gift* sebagai bentuk apresiasi.

Peneliti juga menanyakan waktu *live streaming* yang dilakukan streamer apakah memengaruhi keputusan penonton untuk memberikan *gift*. Berdasarkan hasil wawancara

dapat dilihat bahwa waktu pelaksanaan *live streaming* oleh *streamer* tidak memengaruhi keputusan penonton untuk memberikan *gift*, karena keputusan tersebut lebih dipengaruhi oleh motivasi pribadi seperti apresiasi dan dukungan terhadap *streamer*.

Peneliti juga menanyakan apakah lokasi atau latar tempat *live streaming* memengaruhi kenyamanan penonton saat menonton *live streaming*. Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat kita lihat bahwa lokasi atau latar tempat *live streaming* mempengaruhi kenyamanan penonton, terutama jika suasana di sekitar *streamer* kurang kondusif, seperti adanya kebisingan atau gangguan yang dapat mengurangi kualitas pengalaman menonton.

Pembahasan

Hasil penelitian ini dengan tegas menunjukkan bahwa komunikasi interaktif dalam *live streaming* TikTok bukan sekadar alat komunikasi, melainkan strategi utama dalam menarik dan mempertahankan penonton, serta mengoptimalkan penghasilan melalui fitur *gift*. *Streamer* TikTok @xiterw secara efektif menerapkan teknik komunikasi yang tidak hanya membangun keterikatan sosial tetapi juga menciptakan lingkungan interaksi yang dinamis dan saling menguntungkan. Fakta ini menguatkan posisi komunikasi interaktif sebagai faktor esensial dalam dunia digital saat ini.

Dalam konteks teori komunikasi, penelitian ini mengonfirmasi relevansi model Lasswell yang menegaskan bahwa keberhasilan komunikasi ditentukan oleh siapa yang berbicara, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa, dan dengan efek apa. *Live streaming* TikTok menjadi medium komunikasi yang memungkinkan respons langsung dan *real-time* dari penonton. *Streamer* berperan sebagai komunikator utama yang menyampaikan pesan dengan tujuan menghibur, menginformasikan, dan mendorong partisipasi aktif penonton. Kecepatan umpan balik yang diberikan oleh penonton menjadi bukti bahwa komunikasi di platform TikTok ini lebih dari sekadar penyampaian pesan satu arah, tetapi merupakan dialog yang bersifat interaktif.

Penelitian ini memperkuat teori interaktivitas McMillan dan Downes yang terdiri dari enam dimensi utama: menginformasikan, kontrol tinggi, aktivitas tinggi, komunikasi dua arah, fleksibilitas waktu, dan kesadaran tinggi terhadap tempat. Temuan ini membuktikan bahwa komunikasi yang dilakukan secara responsif, dikombinasikan dengan kendali tinggi atas alur diskusi dan respons yang tepat terhadap komentar negatif, berkontribusi langsung terhadap kesuksesan penghasilan tambahan *live streaming*. Tidak hanya itu, strategi komunikasi berbasis ekspresi verbal dan nonverbal, seperti penggunaan bahasa persuasif dan ekspresi wajah yang ramah, semakin memperdalam keterlibatan penonton dalam *live streaming*.

Analisis lebih mendalam menunjukkan bahwa keberhasilan penghasilan tambahan dalam *live streaming* TikTok tidak hanya bergantung pada kualitas penonton, tetapi juga kualitas interaksi yang dibangun. *Streamer* yang mampu menciptakan hubungan emosional dengan penonton melalui *storytelling*, humor, dan interaksi personal menunjukkan tingkat *engagement* yang lebih tinggi. Dengan demikian, semakin personal dan autentik komunikasi yang dilakukan, semakin besar kemungkinan penonton memberikan dukungan dalam bentuk *gift*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana komunikasi interaktif dalam *live streaming* TikTok dapat dimanfaatkan oleh remaja sebagai sumber penghasilan tambahan. Fokus penelitian diarahkan pada analisis praktik komunikasi interaktif yang dilakukan oleh pemilik akun TikTok @xiterw, termasuk bagaimana interaksi dengan penonton dapat mendorong pemberian *gift* yang bernilai ekonomis. Penelitian ini menemukan bahwa elemen komunikasi interaktif yang terdiri dari penginformasian, kontrol tinggi, aktivitas tinggi, komunikasi dua arah, fleksibilitas waktu, dan kesadaran tempat memainkan peran penting dalam meningkatkan keterlibatan penonton selama *live streaming* berlangsung. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa komunikasi interaktif berkontribusi besar dalam menciptakan keterlibatan yang positif antara kreator dan penonton. Sebagai contoh, @xiterw secara konsisten menyampaikan informasi yang menarik selama sesi *live streaming*, seperti cerita personal atau konten yang relevan dengan penontonnya. Selain itu, kontrol tinggi atas komentar negatif dilakukan dengan cara yang sopan namun tegas untuk menjaga suasana yang kondusif. Aktivitas tinggi juga tercermin dari bagaimana pemilik akun secara aktif merespons komentar dan pertanyaan dari penonton, yang pada akhirnya mendorong partisipasi aktif penonton dalam bentuk pemberian *gift*.

Hasil penelitian ini mendukung teori interaktivitas yang dijelaskan dalam tinjauan pustaka, khususnya teori dari McMilan dan Downes dalam Tankard dan Werner (2011) yang menyebutkan enam dimensi utama komunikasi interaktif. Dimensi pertama, penginformasian, terlihat pada upaya *streamer* dalam memberikan informasi yang relevan dan menarik kepada penonton untuk membangun rasa keterikatan. Dimensi kedua, kontrol tinggi, diterapkan ketika *streamer* secara aktif mengelola interaksi di ruang komentar, termasuk mengontrol komentar negatif. Dimensi aktivitas tinggi juga terbukti nyata dalam praktik komunikasi yang dilakukan oleh @xiterw, di mana aktivitas interaksi antara *streamer* dan penonton berlangsung dinamis, memungkinkan adanya *feedback* yang cepat. Dimensi komunikasi dua arah terlihat dari adanya dialog yang terus menerus antara *streamer* dan penonton, yang tidak hanya meningkatkan keterlibatan tetapi juga menciptakan hubungan emosional. Fleksibilitas waktu dan kesadaran tempat juga memainkan peran signifikan, di mana *streamer* memilih waktu siaran yang strategis dan memanfaatkan suasana atau lokasi tertentu untuk menciptakan pengalaman *live streaming* yang unik.

Teori interaktivitas Rogers (1986) juga diperkuat dalam penelitian ini, terutama terkait karakteristik media baru yang memungkinkan terjadinya interaksi langsung antara *streamer* dan penonton. TikTok sebagai platform media baru menyediakan sarana yang kaya untuk mendukung komunikasi dua arah, yang pada akhirnya menghasilkan keterlibatan yang tinggi dari penonton. Fitur *gift* yang menjadi fokus penelitian membuktikan bahwa TikTok tidak hanya bersifat interaktif tetapi juga ekonomis, di mana interaktivitas dapat langsung dikonversikan menjadi keuntungan finansial.

Dari perspektif tinjauan literatur, penelitian ini mengukuhkan hasil studi sebelumnya. Studi Hermawan dan Jokhanan (2023) membuktikan bahwa komunikasi efektif antara YouTuber dan penontonnya berperan dalam meningkatkan loyalitas pengikut. Sementara itu, penelitian Anwaruddin (2024) menegaskan bahwa komunikasi interaktif dalam *live streaming* TikTok secara langsung berdampak pada popularitas dan

pendapatan seorang *streamer*. Dengan demikian, penelitian ini memberikan bukti nyata bahwa komunikasi interaktif dalam *live streaming* bukan hanya sekadar aktivitas hiburan, tetapi telah berkembang menjadi model bisnis digital yang menjanjikan.

PENUTUP

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interaktif dalam fitur *live streaming* TikTok berperan signifikan dalam meningkatkan keterlibatan penonton dan mendorong pemberian *gift* sebagai bentuk apresiasi. Elemen seperti penyampaian informasi yang menarik, pengelolaan komentar negatif, aktivitas interaksi yang tinggi, komunikasi dua arah, fleksibilitas waktu siaran, serta kesadaran terhadap lokasi, menjadi faktor utama yang memengaruhi keberhasilan siaran langsung di kalangan remaja.

Temuan penelitian pada akun TikTok @xiterw membuktikan bahwa kualitas interaksi langsung antara streamer dan penonton berkontribusi besar terhadap loyalitas dan partisipasi aktif penonton. Melalui komunikasi yang ramah, responsif, dan menghibur, penonton merasa dihargai sehingga terdorong untuk memberikan *gift*. Dengan demikian, strategi komunikasi interaktif yang tepat dapat mengoptimalkan *live streaming* tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai sumber penghasilan tambahan bagi remaja.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariansyah, M. D., Dini, A. R., & Sukmawati, D. D. (2023, November). Strategi Komunikasi Komunikasi Akun TikTok Winddam. id Melalui *Live Streaming* TikTok. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)* (Vol. 2, pp. 1252-1261).
- Arifin, A. (1994). Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas. Bandung : CV. Armico.
- Arikunto, Suharsimi. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta, Rineka Cipta, 1993, Edisi Revisi II, hal. 126.
- Anwaruddin, Muhammad. *Analisis Strategi Komunikasi Interaktif Streamer@ DOGTEXT melalui Tayangan Live Streaming TikTok dalam Memanfaatkan Fitur Gift*. Diss. Universitas Bakrie, 2024.
- Badudu, J. S., (2016). Kamus Umum Bahasa Indonesia. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Banjanahor, Astri Rumondang, et al. 2021. Manajemen Komunikasi Komunikasi. Yayasan Kita Menulis.
- Daniel, Gregorius Genep Sukendro: Pemanfaatan *Live Streaming* di Media Sosial TikTok Vol. 2, No. 3, September 2023, Hal 424-431
- Evanita, Susi, Zul Fahmi, and Larisya Syawalki. "Studi Komunikasi Komunikasi Interaktif berbasis *Live Streaming Online* dalam menciptakan keterlibatan Konsumen." *KOMUNIKATIF: Jurnal Ilmiah Komunikasi* 12.1 (2023): 118-129.
- Gesmundo, M. A. G., Jordan, M. D. S., Meridor, W. H. D., Muyot, D. V., Castano, M. C. N., & Bandojo, A. J. P. (2022). TikTok as a Platform for Marketing Campaigns: The effect of Brand Awareness and Brand Recall on the Purchase Intentions of Millennials. *Journal of Business and Management Studies*, 4(2), 343–361.
- Li, X., & Song, J. (2021). Understanding the motivations behind TikTok user behavior: A

- uses and gratifications perspective. *International Journal of Social Media and Interactive Learning Environments*, 5(3), 1-15.
- Muhtarom, Muhammad Zaki. (2019). Strategi Komunikasi Persuasif Lembaga Program Pembibitan Penghafal Al-Qur'an (PPPA) Daarul Qur'an Dalam Meningkatkan Minat Donatur Sedekah *Online* Melalui *New Media*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Muhtarom, Muhammad Zaki. (2019). Strategi Komunikasi Persuasif Lembaga Program Pembibitan Penghafal Al-Qur'an (PPPA) Daarul Qur'an Dalam Meningkatkan Minat Donatur Sedekah *Online* Melalui *New Media*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Nasrullah, Rulli. 2017. *MEDIA SOSIAL Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung. Simbiosis Rekatama Media.
- Nikmah, F. (2017). Kajian Tentang Komunikasi *Online* Untuk Meningkatkan PeluangBisnis. *Adbis: Jurnal Administrasi dan Bisnis*. 11(1). 47-56.
- RAKHMAD, Ferry Fahrial; KUSUMA, Yanda Bara. Pemanfaatan *Live Streaming* Dalam Optimalisasi Penjualan Di Pt Behaestex (Studi Kasus Pada Platform TikTok). *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2023, 3.2: 97-100.
- Rasyidah, (2017). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Jenis-jenis Media Sosial Terhadap Intensitas Belajar PAI Siswa Kelas VIII di SMPN 3 Karangdowo Klaten Tahun Pelajaran 2016/2017. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Surakarta, Surakarta.
- Rogers, Everett, M. 1986. *Communication Technology: The New Media in Society*. New York: Free Press.
- Samsu. 2017. *Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Mixed Methodes, serta Reseach & Development*). Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA).
- Setiadi, A. (2016). *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi*. Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. ALFABETA, CV.
- Wright, Kevin B., Lynne., M.Webb. 2011. *Computer-Mediated Communication In Personal Relationship*. New York: Peter Lang Publishing.