

**ANALISIS KOMUNIKASI INTERAKTIF DALAM *LIVE*
STREAMING TIKTOK PADA GENERASI MILENIAL (STUDI
KASUS PRODUK DIGITAL DI KANAL DIGITALCLUB_ID
PERIODE MEI-JULI 2025)**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana (S1) Ilmu
Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie



VANESA MONALISA

1211003153

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2026**

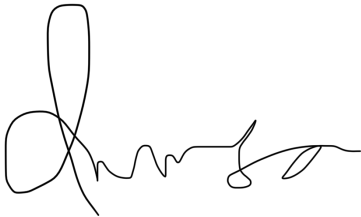
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas akhir ini adalah hasil milik saya sendiri, dan sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Vanesa Monalisa

NIM : 1211003153

Tanda Tangan

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Vanesa Monalisa', written in a cursive style.

Jakarta, 4 Agustus 2026

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Vanesa Monalisa

NIM : 1211003153

Program Studi : Ilmu Komunikasi S1

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

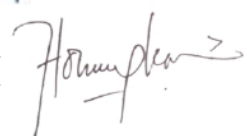
Judul Skripsi : Analisis Komunikasi Interaktif Dalam Live Streaming TikTok
Pada Generasi Milenial (Studi Kasus Produk Digital di Kanal
digitalclub_id Periode Mei-Juli 2025)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi S1, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PEMBAHAS DAN PEMBIMBING:

Pembahas 1 : Alifia Firliani, S.Ikom., M.A. (HCM) ()

Pembahas 2 : Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., M.Si. ()

Pembimbing 1 : Dr. Hany Nurahmawati S.Ikom, M.Ikom. ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 24 Agustus 2026

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat, karunia, dan pertolongan-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Komunikasi Interaktif dalam *Live Streaming* TikTok pada Generasi Milenial (Studi Kasus Produk Digital di Kanal digitalclub_id Periode Mei–Juli 2025)” dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada program studi yang ditempuh penulis.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penyelesaian penelitian ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, doa, serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat, kesehatan, kekuatan, dan kemudahan yang diberikan kepada penulis selama proses perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.
2. Kedua orang tua, yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral maupun materi, serta menjadi sumber kekuatan bagi penulis dalam menyelesaikan pendidikan dan skripsi ini.
3. Dr. Hanny Nurahmawati, M.Ikom., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, masukan, serta bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas ilmu, perhatian, dan kesabaran yang diberikan kepada penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Seluruh dosen dan staf akademik yang telah memberikan ilmu, pengalaman, bantuan, serta pelayanan selama penulis menempuh pendidikan di perguruan tinggi.
5. Tim DigitalClub_ID, yang telah memberikan kesempatan, bantuan, serta informasi yang dibutuhkan dalam proses penelitian. Secara khusus, penulis mengucapkan terima kasih kepada para *host* yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan pengalaman serta pandangan yang sangat berarti bagi penelitian ini.

6. Para informan penelitian, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berpartisipasi dan memberikan informasi, pengalaman, serta pandangan yang menjadi bagian penting dalam penyusunan skripsi ini.
7. Teman-teman selama masa perkuliahan, yang telah menjadi tempat berbagi cerita, berdiskusi, saling membantu, dan memberikan semangat selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
8. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan, dukungan, doa, maupun semangat baik secara langsung maupun tidak langsung selama proses penyelesaian skripsi ini.

Demikian ungkapan terima kasih ini penulis sampaikan. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki keterbatasan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan banyak maupun sedikit manfaat yang berguna bagi berbagai macam pihak yang membacanya.

Jakarta, 18 Juli 2026



Vanesa Monalisa

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vanesa Monalisa
NIM : 1211003153
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie hak bebas royalti non eksklusif (*non-exclusive royalty-free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**ANALISIS KOMUNIKASI INTERAKTIF DALAM *LIVE STREAMING*
TIKTOK PADA GENERASI MILENIAL (STUDI KASUS PRODUK
DIGITAL DI KANAL DIGITALCLUB_ID PERIODE MEI-JULI 2025)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pengkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 21 Juli 2026

Yang Menyatakan,



Vanesa Monalisa

**ANALISIS KOMUNIKASI INTERAKTIF DALAM *LIVE STREAMING*
TIKTOK PADA GENERASI MILENIAL (STUDI KASUS PRODUK
DIGITAL DI KANAL DIGITALCLUB_ID PERIODE MEI-JULI 2025)**

Vanesa Monalisa

ABSTRAK

Pemasaran produk digital yang bersifat *intangible* melalui *live streaming* TikTok semakin marak, namun audiens tidak dapat menilai kualitas produk secara fisik sebelum membeli, sehingga kepercayaan bergantung sepenuhnya pada kualitas interaksi antara *host* dan penonton. Penelitian ini menganalisis pola komunikasi interaktif dalam *live streaming* produk digital pada akun TikTok @digitalclub_id yang ditujukan kepada Generasi Milenial, menggunakan Teori Komunikasi Interaktif Schramm sebagai kerangka utama dan Konsep 4C (*Context, Communication, Collaboration, Connection*) dari Heuer sebagai lensa penjelas strategi penerapannya. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap enam informan (satu *host* dan lima penonton milenial) serta observasi *live streaming* periode Mei–Juli 2025, divalidasi melalui triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari tujuh indikator yang diamati, tiga (Bidang Pengalaman Bersama, *Context, Connection*) konsisten pada seluruh informan, tiga lainnya (*Encoding-Decoding, Feedback, Communication*) bervariasi, sementara *Collaboration* hanya ditemukan eksplisit pada dua informan. Sapaan khas seperti "Marimar Ferguso" dan respons *host* yang tetap positif terhadap komentar negatif menjadi faktor pembeda utama pembangun kepercayaan audiens terhadap produk yang tidak dapat disentuh atau dicoba langsung.

Kata kunci: komunikasi interaktif, *live streaming*, TikTok, produk digital *intangible*, Generasi Milenial

***INTERACTIVE COMMUNICATION ANALYSIS IN TIKTOK LIVE
STREAMING AMONG THE MILLENNIAL GENERATION (CASE
STUDY OF DIGITAL PRODUCTS ON THE DIGITALCLUB_ID
CHANNEL, MAY–JULY 2025 PERIOD)***

Vanesa Monalisa

ABSTRACT

Marketing of intangible digital products through TikTok live streaming is increasingly common, yet audiences cannot physically assess product quality before purchasing, making trust entirely dependent on the quality of host-viewer interaction. This study analyzes interactive communication patterns in live streaming of a digital product on the TikTok account @digitalclub_id targeted at the Millennial Generation, using Schramm's Interactive Communication Theory as the main framework and Heuer's 4C Concept (Context, Communication, Collaboration, Connection) as an explanatory lens for its strategic application. The research uses a qualitative method with a case study approach. Data were collected through in-depth interviews with six informants (one host and five millennial viewers) and observation of live streaming sessions during May–July 2025, validated through source triangulation. Results show that of seven indicators observed, three (Shared Field of Experience, Context, Connection) were consistent across all informants, three others (Encoding-Decoding, Feedback, Communication) varied, while Collaboration was explicitly found in only two informants. A distinctive nickname such as "Marimar Ferguso" and the host's consistently positive responses to negative comments were key differentiators in building audience trust toward a product they could not touch or try firsthand.

Keywords: *interactive communication, live streaming, TikTok, intangible digital product, Millennial Generation*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Teori & Konsep yang Terkait	11
2.1.1 Teori Komunikasi Interaktif (Model Schramm)	11
2.1.2 Komunikasi 4C	13
2.1.3 Media Sosial	14
2.1.4 TikTok.....	15
2.1.5 Konsep <i>E-Servicescape</i> dan Produk Digital <i>Intangible</i>	16
2.1.6 Generasi Milenial.....	17
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	19
2.3 Model Kerangka Pemikiran	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Desain dan Metode Penelitian.....	29
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	30
3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	31

3.3.1 Sumber Data	31
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	32
3.4 Teknik Analisis Data	34
3.5 Triangulasi Data	36
3.6 Operasionalisasi Konsep dan Data	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Gambaran Konteks Penelitian	40
4.1.1 Profil <i>Streamer</i> @digitalclub_id	40
4.1.2 Profil Triangulator Sumber	44
4.2 Penyajian Data	45
4.2.1 Hasil Observasi	46
4.2.2 Hasil Wawancara	56
4.3 Pembahasan Penelitian	63
4.3.1 Bidang Pengalaman Bersama (Shared Field of Experience) dalam Lensa <i>Context</i>	63
4.3.2 <i>Proses Encoding-Decoding</i> yang Bersifat Sirkular dalam Lensa <i>Communication</i> dan <i>Collaboration</i>	66
4.3.3 Umpan Balik (<i>Feedback</i>) sebagai Proses Dua Arah dalam Lensa <i>Connection</i>	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Kesimpulan	75
5.1.1 Keterbatasan Penelitian	76
5.2 Saran	78
5.2.1 Saran Praktis	78
5.2.2 Saran Akademis	79
DAFTAR PUSTAKA.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 2.01 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.01 Operasionalisasi Konsep	39
Tabel 4.01 Rekap Metrik Interaksi <i>Live Streaming</i> @digitalclub_id (Sampel Juni– Juli 2025).....	47
Tabel 4.02 Ringkasan Tanggapan 5 Informan — Proses Komunikasi Interaktif..	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.01 Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia.....	2
Gambar 1.02 Waktu per-Bulan yang Dhabiskan di Setiap Platform Media Sosial	3
Gambar 1.03 <i>Live</i> TikTok Produk Fisik @fankaybedcover.....	4
Gambar 1.04 <i>Live</i> TikTok Produk Digital @kafatahh	5
Gambar 1.05 <i>Live Streaming</i> Tiktok @digitalclub_id	6
Gambar 1.06 Total Pengikut Tiktok @digitalclub_id Juli 2025	7
Gambar 1.07 Data Penonton <i>Live Streaming</i> @digitalclub_id Juli 2025	8
Gambar 2.01 Bagan Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 4.01 Subjek Utama Cindy Amelia Lumintang (32), Pemilik dan <i>Host</i> dari Akun TikTok @digitalclub_id	42
Gambar 4.02 Rico Harnawan (41 tahun), seorang Pengusaha & Dosen	42
Gambar 4.03 Whelli Mursala (35 tahun), Berprofesi sebagai Bidan <i>Homecare</i> ..	43
Gambar 4.04 Viqih Astrianggun (30 tahun), seorang Ibu Rumah Tangga	43
Gambar 4.05 Indrayani (37 tahun), seorang Karyawan Swasta.....	44
Gambar 4.06 Desi Triana Dewi (29 tahun), Berprofesi sebagai Guru <i>Pre-school</i> dan Bimbel <i>Private</i>	44
Gambar 4.07 Komentar Penonton Berisi Permintaan Konten Secara Langsung..	49
Gambar 4.08 Konvergensi Komentar "Tutor" dari Beberapa Penonton Berbeda dalam Waktu Berdekatan	50
Gambar 4.09 Konvergensi Komentar "Lanjut" dari Beberapa Penonton Berbeda dalam Waktu Berdekatan	51
Gambar 4.10 Tampilan @digitalclub_id saat Muncul di Beranda For You Page (FYP) TikTok	52
Gambar 4.11 Tampilan Bio Akun @digitalclub_id.....	52
Gambar 4.12 <i>Host</i> Bertanya kepada Penonton Mengenai Topik yang Ingin Dipelajari di Awal Sesi.....	53
Gambar 4.13 Penonton Berpartisipasi dalam Proses Pembuatan Produk (Pemilihan Warna/Desain di Canva).....	53
Gambar 4.14 Interaksi Dua Arah antara <i>Host</i> dengan Penonton Selama Sesi Berlangsung.....	54
Gambar 4.15 Reaksi Penonton terhadap Pertanyaan Singkat dari <i>Host</i>	54

Gambar 4.16 Penonton Mengajukan Pertanyaan kepada <i>Host</i> melalui Kolom Komentar.....	55
Gambar 4.17 Komentar Penonton sebagai Bentuk Umpan Balik terhadap Materi yang Disampaikan.....	55
Gambar 4.18 Reaksi dan Interaksi Penonton Menjelang Akhir Sesi Live.....	56