

**ANALISIS INTERAKSI *REAL-TIME* ANTARA GENERASI Z
DENGAN *HOST LIVE* BARANG *PRELOVED* DI TIKTOK**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu
Komunikasi Universitas Bakrie, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas
Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie**

,



**INTAN MELIANA PUTRI
1211003149**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2026

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Intan Meliana Putri

NIM : 1211003149

Tanda Tangan  :

Tanggal : 10 September 2026

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Intan Meliana Putri
NIM : 1211003149
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Interaksi *Real-time* Antara Generasi Z Dengan *Host Live*
Barang *Preloved* Di TikTok

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dra. Suharyanti, M.S.M, Ph.D

Pembahas 1 : Fahmi Anwar, S.I.Kom., M.I.Kom.

Pembahas 2 : Muhammad Ilham. SE, M.I.Kom



Ditetapkan di Jakarta

Tanggal : 10 September 2026

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan kekuatan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Analisis Interaksi *Real-time* Antara Generasi Z Dengan *Host Live* Barang *Preloved* Di TikTok”. Skripsi ini penulis susun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Penulis menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar tanpa bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui kata pengantar ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang telah memberikan kontribusi yang bermakna selama proses ini.

1. Orang Tua

Terima kasih kepada Mama dan Ayah yang selalu mengajarkan penulis untuk mengutamakan pendidikan, kerja keras, dan tanggung jawab. Terima kasih kepada Opa dan Oma yang selalu mendoakan dan mendukung penulis.

2. Dra. Suharyanti, M.S.M, Ph.D

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dra. Suharyanti, M.S.M, Ph.D selaku dosen pembimbing, atas arahan, waktu yang diluangkan, saran, dan motivasi yang sangat membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

3. Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie

Terima kasih kepada seluruh dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang sudah mengajarkan ilmu kepada penulis. Terima kasih kepada Fahmi Anwar, S.I.Kom., M.I.Kom selaku dosen penguji.

4. Aqsan, Virgi, Vinzka, Abel, Jihan, dan Farsya

Terima kasih kepada teman-teman yang selalu memberikan bantuan dan saran berharga agar penulis tetap fokus dan dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu.

5. Skomplang, The KIKS, dan Kemrewek

Penulis juga berterima kasih kepada teman-teman yang selalu mendukung dan menjadi tempat penulis berbagi selama proses ini.

6. Mentor dan Kolega

Terima kasih kepada Kak Grace, Kak Sarah, dan Kak Irvandi atas pengertian dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

7. Fore Epiwalk & HIVE

Terima kasih kepada Fore Epiwalk yang telah menjadi tempat yang nyaman selama proses penyusunan skripsi ini, dengan pelayanan barista yang ramah serta menu *Berry Manuka* dan *Mushroom Truffle Sandwich* yang turut menemani penulis selama proses pengerjaan

Jakarta, 10 September 2026



Intan Meliana Putri

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Intan Meliana Putri
NIM : 1211003149
Program Studi : Ilmu Komunikasi
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 penulis yang berjudul:

ANALISIS INTERAKSI *REAL-TIME* ANTARA GENERASI Z DENGAN *HOST LIVE BARANG PRELOVED* DI TIKTOK

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

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 10 September 2026

Yang menyatakan



Intan Meliana Putri.

ANALISIS INTERAKSI *REAL-TIME* ANTARA GENERASI Z DENGAN *HOST LIVE BARANG PRELOVED* DI TIKTOK

Intan Meliana Putri

ABSTRAK

Perkembangan *live commerce* melalui TikTok Live menghadirkan pola belanja yang memungkinkan Generasi Z berinteraksi secara langsung dengan Host, termasuk dalam pembelian barang *preloved* yang memiliki karakteristik kondisi dan nilai produk yang beragam. Kondisi tersebut membuat interaksi *real-time* menjadi penting karena konsumen dapat memperoleh informasi, mengklarifikasi kondisi barang, dan menilai kredibilitas Host sebelum melakukan pembelian. Penelitian ini bertujuan menganalisis interaksi *real-time* Generasi Z dengan Host serta mengidentifikasi hal-hal yang mendorong ketertarikan membeli barang *preloved* melalui TikTok Live. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus terhadap lima informan Generasi Z dan seorang triangulator. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan analisis tematik melalui proses coding dan pengembangan tema. Hasil penelitian menemukan empat tema utama, yaitu interaksi *real-time* yang responsif dan personal, transparansi dan penyajian informasi produk *preloved*, keunikan dan nilai khusus barang *preloved*, serta kredibilitas dan gaya komunikasi Host. Temuan menunjukkan bahwa ketertarikan membeli berkaitan dengan kejelasan informasi produk, nilai khusus barang, serta kepercayaan terhadap Host. Interaksi yang personal juga membangun rasa nyaman dan keterlibatan emosional selama proses live. Penelitian ini menyimpulkan bahwa TikTok Live tidak hanya berfungsi sebagai sarana transaksi, tetapi juga sebagai ruang komunikasi yang mempertemukan informasi produk, interaksi, kredibilitas Host, dan pengalaman emosional dalam membentuk ketertarikan Generasi Z terhadap barang *preloved*.

Kata Kunci: *Live commerce*, TikTok Live, *Preloved*, Generasi Z, Kredibilitas Host.

**AN ANALYSIS OF *REAL-TIME* INTERACTIONS BETWEEN
GENERATION Z AND *LIVE HOSTS* SELLING *PRELOVED* PRODUCTS
ON TIKTOK**

Intan Meliana Putri

ABSTRACT

The development of live commerce through TikTok Live has created a shopping environment that enables Generation Z to interact directly with Hosts, including when purchasing preloved products with diverse conditions and values. This makes real-time interaction important, as consumers can obtain information, clarify product conditions, and assess the credibility of Hosts before making a purchase. This study aims to analyze the real-time interaction between Generation Z and Hosts and identify the factors that encourage Generation Z's interest in purchasing preloved products through TikTok Live. This study employed a qualitative approach with a case study method involving five Generation Z informants and one triangulator. Data were collected through interviews, observation, and documentation, and analyzed using thematic analysis through coding and theme development. The findings identified four main themes: responsive and personal real-time interaction, transparency and product information presentation, the uniqueness and special value of preloved products, and Host credibility and communication style. The findings indicate that purchase interest is associated with clear product information, the distinctive value of preloved products, and trust in the Host. Personal interactions also contribute to a sense of comfort and emotional engagement during live sessions. The study concludes that TikTok Live functions not only as a transactional platform but also as a communication space that brings together product information, interaction, Host credibility, and emotional experience in shaping Generation Z's interest in preloved products.

Keywords: *Live commerce, TikTok Live, Preloved, Generation Z, Host Credibility.*

DAFTAR ISI

TUGAS AKHIR	1
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	9
2.1 Definisi Konsep dan Pendekatan Teori	9
2.1.1 Komunikasi Digital	9
2.1.2 Teori <i>Emotional engagement</i>	13
2.1.3 Platform Media Sosial TikTok dalam Strategi Digital	15
2.1.4 <i>Live streaming</i> sebagai Kanal Interaktif dalam <i>Live commerce</i>	17
2.1.5 Peran Spokesperson dan Kredibilitas Penjual dalam <i>Live commerce</i>	21
2.1.6 Barang <i>Preloved</i> sebagai Tren Konsumsi Berkelanjutan di Kalangan Gen Z	24
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	27
2.3 Kerangka Pemikiran	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Metode Penelitian	34
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	35
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	36
3.3.1 Sumber Data	36
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	37
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	39
	viii

3.5 Teknik Analisis Data	41
3.6 Pengujian Keabsahan Data	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.1.1 TikTok Live dan Karakteristik Host Barang <i>Preloved</i> Ketika Live di TikTok	47
4.1.2 Profil Narasumber	56
4.2 Penyajian Data	60
4.2.1 Interaksi <i>Real-time</i> Generasi Z dengan Host Barang <i>Preloved</i> di TikTok Live	60
4.2.2 Transparansi dan Penyajian Informasi Produk <i>Preloved</i>	64
4.2.3 Keunikan dan Nilai Khusus Barang <i>Preloved</i>	68
4.2.4 Kredibilitas dan Gaya Komunikasi Host sebagai Pendorong Minat Beli	71
4.3 Pembahasan dan Diskusi	74
4.3.1 Interaksi <i>Real-time</i> antara Generasi Z dengan Host dalam Penjualan Barang <i>Preloved</i> melalui TikTok Live	74
4.3.2 Faktor Ketertarikan Generasi Z terhadap Pembelian Barang <i>Preloved</i> melalui TikTok Live	77
4.3.3 Keterkaitan Interaksi <i>Real-time</i> , Kredibilitas Host, dan Ketertarikan Membeli	81
SIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Kendala dan Batasan	84
5.3 Saran dan Implikasi	86
5.3.1 Saran Untuk Penelitian Berikutnya	86
5.3.2 Saran Untuk Lembaga dan Perindustrian	86
DAFTAR PUSTAKA	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah pengguna TikTok pada bulan oktober 2025	1
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 4. 1 Live TikTok Akun @nayloranaaa_.....	52
Gambar 4. 2 <i>Live</i> TikTok Akun @alora_thrift	53
Gambar 4. 3 Live TikTok Akun @taniaasz777	54
Gambar 4. 4 Live TikTok Akun @secretluvss._	55
Gambar 4. 5 Geralgi Caesario Amsi	56
Gambar 4. 6 Juventiana Wahani Virgiyanti.....	57
Gambar 4. 7 Farras Nasywa Meisyifa.....	57
Gambar 4. 8 Alivia Elvanda Putri	58
<i>Gambar 4. 9</i> Andini Puspa Wardani	59
Gambar 4. 10 Akbar Reva Mufadhol.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3. 1 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: TRANSKRIP WAWANCARA - INFORMAN 1	105
Lampiran 2: TRANSKRIP WAWANCARA – INFORMAN 2	109
Lampiran 3: TRANSKRIP WAWANCARA – INFORMAN 3	115
Lampiran 4: TRANSKRIP WAWANCARA – INFORMAN 4	121
Lampiran 5: TRANSKRIP WAWANCARA – INFORMAN 5	127
Lampiran 6: TRANSKRIP TRIANGULATOR.....	133