Department of Digital Business
Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)
Homepage: https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS
Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 4327-4335
P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Di Balik Layar Live Streaming: Pengalaman Host Live dalam Menciptakan Kedekatan dan Kepercayaan Penonton

Dina Nabila, Nadyta Hana R, Ferry Darmawan
Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung
dina.nabila1503@gmail.com, hana19nadyta@gmail.com, ferrydermawan@gmail.com*

Abstrak

Perkembangan komunikasi interpersonal di era digital menunjukkan bahwa kedekatan sosial kini semakin dimediasi oleh teknologi. Meskipun berbagai platform media sosial memungkinkan individu menjalin hubungan secara luas, tidak semua media mampu menghasilkan kualitas kedekatan yang mendalam dan berkelanjutan. Dalam konteks ini, live streaming pada platform e-commerce muncul sebagai ruang interaksi yang intens, spontan, dan real-time, namun juga menghadirkan kompleksitas baru bagi host dalam membangun kedekatan emosional serta kepercayaan audiens. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengalaman host live streaming dalam membangun kedekatan dan kepercayaan penonton pada ruang komunikasi digital. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain fenomenologi terhadap enam informan yang merupakan host live streaming pada brand fashion di Kota Bandung. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi interaksi digital, serta dokumentasi pendukung, kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman host bersifat multidimensional, meliputi motif personal dan ekonomi, kesadaran diri dalam performa digital, konstruksi kedekatan melalui interaksi simbolik, praktik emotional labor, kemampuan membangun respons spontan, serta transformasi identitas profesional. Dalam konteks teori, interaksi simbolik menjelaskan pembentukan makna melalui simbol digital, social presence memperkuat persepsi kehadiran sosial, computer mediated communication memediasi pola komunikasi, dan emotional labor menjelaskan regulasi emosi dalam performa digital. Penelitian ini mengindikasikan bahwa live streaming tidak hanya menjadi medium komunikasi dan transaksi ekonomi, tetapi juga ruang pembentukan relasi sosial, identitas, dan loyalitas audiens dalam ekosistem digital kontemporer. Temuan penelitian juga memperlihatkan bahwa konsistensi komunikasi, penggunaan bahasa persuasif, dan kemampuan membaca respons penonton menjadi faktor penting dalam mempertahankan keterlibatan audiens secara berkelanjutan dan konsisten.

Kata kunci: *Live Streaming, Interaksi Simbolik, Social Presence, CMC, Emotional Labor, Identitas Digital*

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital, khususnya pada platform *live streaming*, telah mengubah pola interaksi antara individu dalam ruang virtual. *Live streaming* tidak lagi sekadar menjadi sarana hiburan atau promosi produk, tetapi juga berkembang sebagai medium komunikasi yang menghadirkan kedekatan emosional antara host dan penonton. Dikatakan oleh (Kapoor et al., 2018) media sosial memungkinkan terbentuknya hubungan antar pengguna yang berasal dari latar belakang yang berbeda, sehingga menghasilkan suatu struktur sosial yang kuat dan berkelanjutan. Namun demikian, keberadaan berbagai media yang memediasi hubungan antar manusia tersebut tidak serta merta mampu meningkatkan kualitas kedekatan yang terjalin. Dalam konteks ini, *platform live streaming* sebuah brand pun hadir sebagai alternatif ruang interaksi yang lebih intens, sehingga berpotensi menjadi wadah bagi audiens dalam membangun kedekatan serta memperoleh relasi sosial baru, termasuk dalam bentuk "teman virtual".

Fenomena ini semakin terlihat dengan munculnya praktik siaran langsung berdurasi panjang, bahkan hingga 24 jam, yang menawarkan pengalaman interaksi yang lebih intens, real-time, dan berkelanjutan. Beberapa e-commerce di Indonesia pun kerap memunculkan fitur siaran langsung ini seperti Shopee, Tokopedia dan Lazada untuk memudahkan penjual dalam mempromosikan produknya Saputra & Fadhilah dalam (Ratnawati, 2023)

Bagi sebagian penonton, *live streaming* dengan durasi panjang memberikan berbagai keuntungan. Penonton tidak perlu khawatir tertinggal informasi atau promo yang disampaikan selama siaran berlangsung. Selain itu, keberadaan *live streaming* yang terus aktif juga dapat menjadi "teman virtual", khususnya bagi individu yang mengalami kesulitan tidur atau gangguan psikologis ringan seperti rasa sepi dan overthinking. Dalam konteks ini,

live streaming tidak hanya berfungsi sebagai media konsumsi konten, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial yang mampu memenuhi kebutuhan emosional penonton.

Namun, di balik interaksi yang terlihat dinamis tersebut, terdapat sisi lain yang berkaitan dengan pengalaman personal host. Dalam praktiknya, seorang host tidak selalu dapat menampilkan dirinya secara autentik di depan layar. Tuntutan untuk selalu tampil ceria, ramah, dan responsif membuat host seringkali harus membangun karakter tertentu yang berbeda dari kondisi emosional yang sebenarnya dirasakan. Tidak jarang, host menutupi perasaan asli bahkan harus tampil "tidak menjadi diri sendiri" demi menjaga suasana live tetap positif dan menarik bagi audiens.

Dengan begitu penelitian ini merujuk pada bagaimana peneliti membuat kualifikasi terhadap host live dalam menunjang pekerjaannya dan menjalin hubungan erat terhadap audiensnya. Berikut adalah kualifikasi terkait host live streaming

Gambar 1. Tahapan Kualifikasi Host Live

Kondisi ini menunjukkan adanya proses emotional labor yang dilakukan oleh host, yaitu kemampuan untuk mengelola dan menampilkan emosi sesuai dengan ekspektasi audiens. Meskipun demikian, kebiasaan tersebut dalam jangka panjang juga dapat membentuk pribadi host menjadi lebih terlatih dalam mengontrol emosi, lebih sabar, serta terbiasa untuk menampilkan sikap positif dalam berbagai situasi.

Fenomena kedekatan antara host dan penonton dapat dipahami melalui teori interaksi simbolik, dimana interaksi simbolik ini juga berlandaskan pada behaviorisme sosial yang menekankan interaksi alami antarindividu serta hubungan timbal balik antara individu dan masyarakat. Interaksi tersebut berkembang melalui penggunaan simbol-simbol yang dimaknai bersama, seperti bahasa, suara, gerakan, dan ekspresi tubuh yang digunakan secara sadar dalam proses komunikasi (Lukmanto & Pribadi, 2025). Dalam konteks live streaming, host dan penonton saling membangun makna melalui sapaan, komentar, ekspresi, serta respons yang terjadi secara terus-menerus, sehingga menciptakan persepsi hubungan yang terasa nyata meskipun berlangsung di ruang virtual.

Selain itu, teori social presence juga menjadi relevan dalam menjelaskan fenomena ini. Konsep social presence ini awalnya berkembang dari penggunaan telekomunikasi, dan kemudian terus mengalami perkembangan seiring dengan semakin luasnya penggunaan komunikasi berbasis komputer (CMC) serta teknologi online dalam bidang pendidikan (Cui et al., 2013). Social presence merujuk pada sejauh mana seseorang merasakan kehadiran orang lain dalam komunikasi yang dimediasi teknologi. Dalam live streaming, fitur seperti komentar real-time, interaksi langsung, serta respons spontan dari host mampu meningkatkan persepsi kehadiran sosial tersebut. Semakin tinggi tingkat social presence yang dirasakan, maka semakin kuat pula kedekatan emosional yang terbentuk antara host dan penonton.

Di sisi lain, peran host dalam menjaga kedekatan dan kepercayaan tersebut juga melibatkan emotional labor. Host dituntut untuk mengelola emosi secara konsisten, tetap ramah, responsif, dan empatik, bahkan dalam kondisi lelah atau tekanan selama siaran berlangsung dalam waktu yang panjang. Kemampuan untuk mempertahankan suasana positif dan suportif menjadi bagian dari pekerjaan emosional yang tidak terlihat, namun sangat menentukan kualitas interaksi dengan penonton.

Fenomena ini juga tidak terlepas dari konsep Computer-Mediated Communication (CMC), yang menjelaskan bagaimana interaksi manusia dimediasi oleh teknologi digital. Dalam arti luas, CMC dapat merupakan segala

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.8989
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

bentuk komunikasi yang dimediasi oleh teknologi digital (Littlejohn dalam Galih Chandra, 2023). Dalam live streaming, CMC memungkinkan terciptanya komunikasi yang cepat, interaktif, dan personal, sehingga membentuk pola hubungan baru yang berbeda dari komunikasi tatap muka maupun media tradisional.

Dengan demikian, live streaming tidak hanya menjadi aktivitas penyiaran konten, tetapi juga ruang relasi sosial yang kompleks, sekaligus ruang pembentukan identitas bagi host. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana pengalaman host live streaming dalam membangun kedekatan dan kepercayaan penonton, serta bagaimana peran interaksi simbolik, social presence, dan CMC dalam memengaruhi dinamika interaksi dan pembentukan diri host dalam ruang digital.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain fenomenologi. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pemahaman mendalam terhadap pengalaman subjektif individu dalam memaknai suatu fenomena sosial yang kompleks dan tidak dapat diukur secara kuantitatif. Creswell (2013) menyatakan bahwa fenomenologi digunakan untuk mengeksplorasi pengalaman hidup (lived experience) individu guna menemukan esensi makna dari suatu fenomena yang dialami secara langsung.

Penelitian ini mengkaji pengalaman host dalam membangun kedekatan dan kepercayaan penonton pada aktivitas live streaming di platform digital, khususnya pada brand fashion di Kota Bandung. Kajian ini juga menggunakan perspektif interaksi simbolik yang menekankan bahwa makna terbentuk melalui proses interaksi sosial. Mead (1934)menjelaskan bahwa individu membentuk makna melalui simbol-simbol yang digunakan dalam interaksi sosial yang berlangsung secara terus-menerus.

Subjek penelitian ini adalah enam host live streaming yang sudah berpengalaman. Pemilihan informan dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Host aktif pada berbagai brand tertentu.
2. Memiliki pengalaman minimal enam bulan sebagai host live streaming.
3. Melakukan live streaming secara rutin, minimal dua hingga tiga kali dalam satu minggu.
4. Aktif berinteraksi dengan penonton selama sesi live streaming berlangsung.
5. Memiliki pengalaman dalam membangun engagement dengan audiens, seperti interaksi chat, gift, dan komunikasi real-time.
6. Bersedia menjadi informan dan memberikan informasi secara terbuka terkait pengalaman yang dimiliki.

Kriteria tersebut ditetapkan untuk memastikan bahwa informan memiliki pengalaman yang relevan dan mendalam sesuai dengan fokus penelitian fenomenologi.

Objek penelitian ini adalah pengalaman interaksi antara host dan penonton dalam aktivitas live streaming yang berkaitan dengan proses pembentukan kedekatan dan kepercayaan audiens. Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam (in-depth interview), observasi partisipatif pada aktivitas live streaming, serta dokumentasi aktivitas komunikasi digital selama siaran berlangsung.

Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan fenomenologi dengan tahapan reduksi data, pengelompokan tema, dan penarikan esensi makna pengalaman informan. Proses analisis ini mengacu pada Creswell (2013) yang menekankan pentingnya deskripsi tekstural dan struktural untuk memahami makna pengalaman individu secara utuh.

3. Hasil dan Diskusi

Penelitian ini mengungkap bahwa pengalaman host live streaming dalam membangun kedekatan dan kepercayaan audiens merupakan proses yang kompleks dan berlapis. Berdasarkan analisis tematik, pengalaman tersebut terbentuk melalui keterkaitan antara dimensi motivasional, performatif, interaksional, emosional, dan transformasional. Setiap dimensi tidak berdiri sendiri, melainkan saling berkelindan dalam membentuk pengalaman subjektif host dalam ruang komunikasi digital. Temuan ini sejalan dengan karakteristik komunikasi

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.8989
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

berbasis teknologi yang bersifat dinamis dan interaktif dalam konteks computer-mediated communication (Walther, 1996).

Motif Menjadi Host Live Streaming: Antara Pencarian Diri dan Kebutuhan Ekonomi

Motif menjadi host live streaming dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman kerja digital tidak dapat dipahami hanya sebagai aktivitas ekonomi semata, tetapi juga sebagai proses pencarian identitas, pengembangan diri, dan pembentukan makna sosial dalam ruang virtual. Berdasarkan perspektif fenomenologi Alfred Schutz, motif tindakan individu terbentuk melalui because motive yang berkaitan dengan pengalaman masa lalu dan in-order-to motive yang berhubungan dengan tujuan yang ingin dicapai pada masa depan (Schutz, 1967). Dalam konteks penelitian ini, kedua motif tersebut muncul secara bersamaan dalam pengalaman para host ketika memutuskan untuk terlibat dalam aktivitas live streaming.

Sebagian informan memulai profesi sebagai host bukan karena perencanaan karier yang matang, melainkan karena pengalaman spontan yang kemudian berkembang menjadi ruang pembelajaran komunikasi digital. Narasumber 5 menjelaskan:*"Awalnya saya hanya diajak masuk ke studio dan mencoba menggantikan host yang berhalangan… dari situ saya mulai belajar bagaimana komunikasi digital itu dibangun."* (Narasumber 5 brand HG, wawancara 25 April 2026)

Kutipan tersebut menunjukkan bahwa pengalaman awal yang sederhana dapat berkembang menjadi proses refleksi diri terhadap profesi yang dijalani. Pengalaman langsung yang diperoleh informan memperlihatkan bahwa proses menjadi host berlangsung secara bertahap melalui keterlibatan sosial dan interaksi digital yang terus berulang. Dalam perspektif fenomenologi, pengalaman tersebut kemudian dimaknai sebagai bagian dari pembentukan identitas dan kesadaran diri dalam ruang komunikasi digital.

Selain faktor eksplorasi diri, motif ekonomi juga menjadi alasan penting bagi sebagian informan. Narasumber 4 menyatakan:
"Menjadi host bukan hanya soal tampil di depan kamera, tetapi juga karena saya membutuhkan penghasilan tambahan dan pekerjaan ini cukup fleksibel." (Narasumber 4 brand TS, wawancara 21 April 2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa live streaming telah berkembang menjadi bagian dari praktik ekonomi digital yang memberikan peluang kerja baru bagi individu. Aktivitas live streaming tidak lagi dipahami sekadar sebagai hiburan atau promosi produk, tetapi juga sebagai pekerjaan yang menghasilkan nilai ekonomi melalui kemampuan komunikasi interpersonal. Fenomena ini sejalan dengan konsep Computer Mediated Communication yang menjelaskan bahwa teknologi digital memungkinkan individu membangun hubungan, menyampaikan pesan, dan menciptakan aktivitas ekonomi melalui media virtual (Walther, 1996).

Di sisi lain, motif pengembangan diri juga menjadi faktor dominan dalam pengalaman informan. Narasumber 3 mengungkapkan:
"Dulu saya kurang percaya diri berbicara di depan banyak orang, tetapi setelah sering live saya jadi lebih berani dan lebih terbiasa berkomunikasi." (Narasumber 3 brand TS, wawancara 22 April 2026)

Kutipan tersebut menunjukkan bahwa live streaming berfungsi sebagai ruang pembelajaran sosial yang membantu individu meningkatkan keterampilan komunikasi, kepercayaan diri, dan kemampuan adaptasi. Interaksi yang berlangsung secara real-time membuat host belajar memahami respons audiens, mengatur cara berbicara, serta menjaga suasana komunikasi tetap menarik. Temuan ini sejalan dengan penelitian Scheibe et al. (2016) yang menjelaskan bahwa live streaming dapat menjadi sarana pengembangan identitas diri dan kompetensi komunikasi dalam lingkungan digital.

Selain itu, pengalaman menjadi host juga berkaitan dengan kebutuhan sosial untuk memperoleh pengakuan dari audiens. Kehadiran komentar positif, jumlah penonton, dan gift memberikan pengalaman emosional yang memperkuat rasa percaya diri informan. Dalam perspektif interaksi simbolik, makna diri terbentuk melalui interpretasi terhadap simbol dan respons sosial yang diterima individu dari orang lain (Mead, 1934). Dengan demikian, interaksi digital yang terjadi selama live streaming turut memengaruhi cara host memahami dirinya sendiri dan membentuk identitas sosialnya di ruang virtual.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.8989
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Temuan penelitian ini juga memperlihatkan bahwa profesi host live streaming berkembang seiring perubahan budaya komunikasi di era digital. Media sosial dan platform e-commerce menciptakan ruang kerja baru yang memungkinkan individu mengekspresikan diri sekaligus memperoleh penghasilan. Menurut Chayko (2021), media digital memberikan peluang bagi individu untuk membangun relasi sosial dan identitas diri melalui interaksi virtual. Dalam konteks ini, host live streaming berperan sebagai komunikator digital yang harus mampu menciptakan suasana interaktif, membangun kedekatan emosional, dan mempertahankan perhatian audiens selama siaran berlangsung.

Selain memberikan manfaat ekonomi dan pengembangan diri, pengalaman menjadi host juga menuntut kesiapan mental untuk menghadapi tekanan interaksi digital yang berlangsung terus-menerus. Beberapa informan menjelaskan bahwa mereka harus mampu menjaga konsistensi energi dan suasana positif meskipun berada dalam kondisi lelah. Situasi tersebut menunjukkan bahwa profesi host tidak hanya membutuhkan keterampilan teknis komunikasi, tetapi juga kemampuan mengelola emosi dalam ruang digital. Dalam praktiknya, host harus cepat menyesuaikan diri dengan perubahan suasana audiens, tren penjualan, serta pola interaksi yang dinamis. Kondisi ini memperlihatkan bahwa live streaming telah berkembang menjadi bentuk pekerjaan komunikasi digital yang kompleks karena menggabungkan aspek performa, relasi sosial, dan tuntutan profesionalitas secara bersamaan dalam satu aktivitas komunikasi virtual yang berlangsung berulang setiap hari.

Pengalaman tersebut akhirnya membentuk kemampuan adaptasi sosial host sehingga mereka lebih percaya diri menghadapi interaksi publik dalam kehidupan sehari-hari secara berkelanjutan.

Kesadaran Diri dan Impression Management dalam Performa Digital

Kesadaran diri menjadi salah satu karakter utama dalam praktik live streaming karena host tidak hanya berperan sebagai komunikator, tetapi juga sebagai pengelola citra diri dalam ruang digital. Selama siaran berlangsung, para informan menunjukkan bahwa mereka secara terus-menerus memantau cara berbicara, ekspresi wajah, intonasi suara, hingga respons audiens terhadap performa yang ditampilkan. Fenomena ini sejalan dengan konsep impression management dari Goffman (1959) yang menjelaskan bahwa individu berusaha mengatur penampilan dirinya untuk membentuk kesan tertentu di hadapan orang lain. Dalam konteks live streaming, kesan profesional, ramah, energik, dan komunikatif menjadi identitas yang harus dipertahankan host selama interaksi berlangsung.

Narasumber 4 mengungkapkan:

"Saat live… pikiran saya juga melakukan evaluasi diri secara langsung, apakah penyampaian saya sudah cukup menarik atau apakah penonton merasa terlibat… saya hadir sekaligus memantau diri sendiri." (Narasumber 4 brand TS, wawancara 21 April 2026)

Kutipan tersebut menunjukkan adanya kesadaran ganda, yaitu posisi individu sebagai pelaku komunikasi sekaligus pengamat terhadap dirinya sendiri. Host tidak hanya fokus menyampaikan informasi produk, tetapi juga menilai apakah cara berbicara, ekspresi, dan interaksi yang dilakukan mampu menarik perhatian audiens. Dalam perspektif Computer Mediated Communication, kondisi ini menjadi lebih kompleks karena interaksi berlangsung tanpa tatap muka secara langsung sehingga host harus mengandalkan indikator digital seperti komentar, jumlah penonton, emoji, dan respons chat untuk mengevaluasi performanya (Walther, 1996). Dengan demikian, teknologi digital turut memengaruhi cara individu memahami dan mengontrol dirinya dalam ruang komunikasi virtual.

Selain aspek verbal, pengelolaan komunikasi nonverbal juga menjadi perhatian utama para host. Narasumber 6 menyatakan:
"Kalau ekspresi wajah atau nada bicara berubah sedikit saja, penonton biasanya langsung sadar… jadi saya harus menjaga energi dan ekspresi tetap stabil selama live." (Narasumber 6 brand ISG, wawancara 20 April 2026)

Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa tubuh, suara, dan ekspresi menjadi simbol utama dalam membangun representasi diri di ruang digital. Dalam perspektif interaksi simbolik, individu membentuk makna diri melalui interpretasi terhadap respons sosial yang diterima dari orang lain (Mead, 1934). Respons audiens kemudian menjadi dasar bagi host untuk terus menyesuaikan cara tampilnya agar tetap sesuai dengan ekspektasi penonton. Identitas sebagai host profesional akhirnya tidak bersifat tetap, melainkan terus dinegosiasikan melalui interaksi simbolik yang berlangsung secara real-time selama siaran berlangsung.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.8989
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa kesadaran diri yang tinggi membuat host lebih berhati-hati dalam mengelola perilaku dan emosi di depan audiens. Mereka menyadari bahwa setiap ucapan, ekspresi, dan tindakan dapat memengaruhi persepsi penonton terhadap kredibilitas maupun kenyamanan interaksi. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa live streaming bukan sekadar aktivitas komunikasi biasa, tetapi juga ruang performatif yang menuntut kemampuan refleksi diri secara terus-menerus. Dengan demikian, kesadaran diri dalam live streaming tidak hanya berkaitan dengan evaluasi personal, melainkan menjadi strategi komunikasi untuk mempertahankan citra profesional, membangun kedekatan sosial, dan menjaga keterlibatan audiens dalam ruang digital.

Selain itu, proses impression management yang dilakukan host juga dipengaruhi oleh tuntutan kompetisi dalam dunia live streaming. Para informan menjelaskan bahwa mereka harus mampu tampil berbeda agar tidak kehilangan perhatian audiens di tengah banyaknya host lain pada platform digital yang sama. Situasi ini membuat host terus belajar menyesuaikan gaya komunikasi, penggunaan bahasa, hingga cara membangun suasana interaktif selama siaran berlangsung. Menurut Chayko (2021), media digital memungkinkan individu membentuk identitas sosial baru melalui performa komunikasi yang dimediasi teknologi. Dalam konteks penelitian ini, identitas digital host terbentuk melalui kombinasi antara kemampuan komunikasi, pengelolaan emosi, dan konsistensi citra diri yang dipertahankan selama interaksi virtual berlangsung. Oleh karena itu, performa digital tidak hanya menjadi bentuk presentasi diri, tetapi juga bagian penting dari keberlangsungan hubungan sosial antara host dan audiens. Proses tersebut berlangsung dinamis karena respons audiens terus berubah dalam setiap siaran.

Konstruksi Kedekatan dalam Ruang Virtual

Kedekatan dalam live streaming tidak terbentuk melalui kehadiran fisik, melainkan melalui interaksi simbolik yang dimediasi oleh teknologi. Dalam konteks ini, komentar, emoji, dan gift berfungsi sebagai simbol yang mengandung makna sosial tertentu (Mead, 1934).

Narasumber 6 menjelaskan secara mendalam:

“Komentar adalah bentuk dialog langsung, emoji adalah ekspresi wajah, dan gift adalah bentuk apresiasi… setiap respons adalah kehadiran yang harus dihargai.” (Narasumber 6 brand ISG, wawancara 20 April 2026)

Kutipan ini mengindikasikan bahwa simbol digital tidak hanya dipahami sebagai fitur teknis, tetapi sebagai representasi kehadiran sosial. Hal ini sejalan dengan teori Social Presence yang menyatakan bahwa tingkat kehadiran sosial ditentukan oleh sejauh mana individu merasakan keberadaan orang lain dalam komunikasi bermediasi (Short et al., 1976)

Sementara itu, narasumber 2 menambahkan bahwa kedekatan terlihat dari penonton yang kembali dan menyapa secara personal. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan yang terbentuk tidak bersifat sementara, tetapi berkembang menjadi relasi yang berkelanjutan.

Dalam perspektif CMC, fenomena ini mencerminkan karakteristik komunikasi digital yang mampu menciptakan kedekatan emosional meskipun tanpa interaksi fisik (Walther, 1996). Jika dianalisis lebih lanjut, kedekatan ini terbentuk melalui konsistensi interaksi, responsivitas host, dan kemampuan membangun suasana yang inklusif.

Dengan demikian, kedekatan dalam live streaming merupakan hasil konstruksi sosial yang dibangun melalui simbol, interaksi, dan persepsi kehadiran dalam ruang virtual.

Profesionalitas dalam Performa Digital

Profesionalitas dalam live streaming tidak hanya diukur dari kemampuan menjual produk, tetapi juga dari kemampuan mengelola emosi selama interaksi berlangsung. Dalam konteks ini, konsep emotional labor dari Hochschild (1983) menjadi relevan untuk memahami bagaimana host menampilkan emosi yang sesuai dengan harapan audiens selama siaran berlangsung. Host dituntut untuk selalu tampil ramah, antusias, komunikatif, dan responsif meskipun berada dalam kondisi fisik maupun emosional yang tidak selalu stabil. Tuntutan tersebut menunjukkan bahwa pekerjaan host live streaming tidak hanya melibatkan keterampilan teknis komunikasi, tetapi juga kemampuan mengontrol ekspresi emosional secara konsisten di ruang digital.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.8989
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Narasumber 3 mengungkapkan:

"Saya menutupi perasaan lelah… karena sebagai host saya harus tetap tampil baik agar penonton merasa nyaman." (Narasumber 3 brand TS, wawancara 22 April 2026)

Kutipan tersebut menunjukkan adanya regulasi emosi yang dilakukan secara sadar agar suasana live tetap positif dan menarik bagi audiens. Dalam perspektif Hochschild (1983), kondisi ini termasuk dalam konsep surface acting, yaitu ketika individu menampilkan emosi tertentu yang sebenarnya tidak sepenuhnya sesuai dengan kondisi internalnya. Host berusaha mempertahankan ekspresi ceria dan penuh energi karena mereka menyadari bahwa kenyamanan audiens sangat memengaruhi keberlangsungan interaksi dan penjualan selama live streaming berlangsung.

Selain itu, narasumber 5 juga menjelaskan:

"Ada saatnya badan sudah capek atau mood sedang tidak baik, tapi saya tetap harus tampil aktif karena penonton melihat kita sebagai orang yang membawa suasana." (Narasumber 5 brand HG, wawancara 25 April 2026)

Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa host memiliki tanggung jawab emosional untuk menjaga atmosfer komunikasi tetap hidup meskipun menghadapi tekanan pribadi. Dalam konteks komunikasi digital, audiens tidak hanya memperhatikan produk yang dijual, tetapi juga suasana emosional yang dibangun oleh host selama siaran berlangsung. Hal ini menunjukkan bahwa emosi menjadi bagian penting dari performa digital dan berfungsi sebagai strategi untuk mempertahankan keterlibatan audiens.

Fenomena tersebut juga berkaitan dengan konsep Computer Mediated Communication yang menjelaskan bahwa interaksi digital memungkinkan hubungan interpersonal terbentuk melalui media teknologi (Walther, 1996). Dalam live streaming, ekspresi wajah, intonasi suara, serta respons spontan menjadi elemen utama yang menggantikan kedekatan fisik. Karena itu, host harus mampu mengelola komunikasi verbal maupun nonverbal secara bersamaan agar audiens tetap merasakan kehadiran sosial dan kedekatan emosional selama berinteraksi.

Profesionalitas dalam live streaming akhirnya tidak hanya dipahami sebagai kemampuan memasarkan produk, tetapi juga kemampuan menjaga stabilitas emosi dan membangun kenyamanan psikologis bagi penonton. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa ruang digital juga menghadirkan bentuk kerja emosional yang intens dan berkelanjutan. Host harus mampu menyesuaikan diri dengan ritme interaksi yang cepat, menghadapi berbagai karakter audiens, serta mempertahankan performa positif dalam waktu yang panjang. Dengan demikian, performa digital sebagai host live streaming merupakan kombinasi antara keterampilan komunikasi, kontrol diri, pengelolaan emosi, dan kemampuan membangun hubungan interpersonal secara konsisten dalam ruang virtual.

Selain tuntutan emosional, profesionalitas host juga terlihat dari kemampuan mereka menjaga citra diri di depan audiens. Informan menjelaskan bahwa kesalahan kecil seperti nada bicara yang menurun, ekspresi wajah yang terlihat bosan, atau respons yang lambat dapat memengaruhi minat penonton untuk tetap berada dalam siaran langsung. Situasi ini menunjukkan bahwa performa digital berlangsung secara terus-menerus dan membutuhkan kesiapan mental yang tinggi. Dalam perspektif interaksi simbolik, audiens membentuk makna terhadap profesionalitas host melalui simbol-simbol komunikasi yang ditampilkan selama live streaming berlangsung (Mead, 1934). Oleh karena itu, host berusaha mempertahankan sikap ramah, humoris, dan responsif agar tercipta hubungan yang terasa dekat dan personal dengan penonton. Praktik tersebut memperlihatkan bahwa keberhasilan live streaming tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan host membangun pengalaman komunikasi yang menyenangkan bagi audiens secara berkelanjutan. Kemampuan tersebut akhirnya menjadi bagian penting dari identitas profesional host dalam ekosistem komunikasi digital.

Transformasi Diri dan Pembentukan Identitas dalam Ruang Digital

Pengalaman menjadi host live streaming tidak hanya berdampak pada keterampilan komunikasi, tetapi juga pada transformasi identitas individu. Informan menunjukkan adanya perubahan dalam cara mereka melihat diri sendiri dan berinteraksi dengan orang lain.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.8989
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Narasumber 6 menyatakan:

"Pengalaman ini tidak mengubah identitas saya, tetapi memperluasnya… saya menyadari memiliki kemampuan untuk membangun suasana dan membantu orang lain." (Narasumber 6 brand ISG, wawancara 20 April 2026)

Kutipan ini mengindikasikan bahwa identitas dalam ruang digital bersifat dinamis dan berkembang melalui pengalaman interaksi. Dalam perspektif interaksi simbolik, identitas terbentuk melalui proses refleksi diri terhadap respons orang lain (Mead, 1934).

Selain itu, narasumber 1 menggambarkan pengalaman ini sebagai proses "berkembang", yang mencakup peningkatan kepercayaan diri dan kemampuan adaptasi. Hal ini menunjukkan bahwa live streaming menjadi ruang pembelajaran sosial yang memungkinkan individu mengonstruksi versi diri yang lebih kompeten.

Jika dianalisis dalam konteks CMC, transformasi ini terjadi karena individu terus berinteraksi dalam lingkungan yang menuntut respons cepat, adaptasi tinggi, dan keterlibatan emosional. Proses ini secara tidak langsung membentuk identitas profesional yang terinternalisasi dalam diri individu.

Dengan demikian, live streaming tidak hanya menjadi aktivitas ekonomi atau komunikasi, tetapi juga menjadi arena transformasi diri di mana identitas individu dibentuk, dinegosiasikan, dan diperkuat melalui interaksi digital.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pengalaman host live streaming dalam menciptakan kedekatan dan kepercayaan penonton merupakan proses komunikasi digital yang kompleks serta multidimensional. Peran host tidak hanya sebatas mempromosikan produk, melainkan juga membangun hubungan interpersonal melalui interaksi yang berlangsung secara langsung dan berkesinambungan. Kedekatan tersebut terbentuk melalui penggunaan simbol-simbol digital seperti sapaan, komentar, emoji, dan gift yang dimaknai sebagai bentuk perhatian, apresiasi, serta kehadiran sosial penonton. Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa host menjalankan praktik emotional labor, yaitu kemampuan mengelola emosi agar tetap tampil ramah, positif, dan responsif meskipun berada dalam kondisi lelah atau tekanan kerja. Kemampuan tersebut menjadi bagian penting dalam menjaga kenyamanan audiens dan membangun citra profesional di ruang digital. Di sisi lain, pengalaman menjadi host juga mendorong terjadinya transformasi diri, seperti meningkatnya rasa percaya diri, kemampuan komunikasi, serta keterampilan beradaptasi terhadap dinamika interaksi digital. Secara keseluruhan, live streaming dapat dipahami tidak hanya sebagai media transaksi ekonomi, tetapi juga sebagai ruang pembentukan relasi sosial, identitas digital, dan pengalaman komunikasi interpersonal yang baru di era teknologi.

Referensi

1. Chayko, M. (2021). Superconnected The internet, digital media, and techno-social life. *SAGE Publications.*
2. Cui, G., Lockee, B., & Meng, C. (2013). Building modern online social presence: A review of social presence theory and its instructional design implications for future trends. In *Education and Information Technologies* (Vol. 18, Number 4, pp. 661–685). https://doi.org/10.1007/s10639-012-9192-1
3. Farisma, J. A., Pringgowati, N., & Permata, A. A. C. (2024). Keterampilan Komunikasi Interpersonal Dalam Menjaga Hubungan Yang Sehat Dan Produktif Di Era Digital Dalam Lingkup Mahasiswa Pariwisata Universitas Brawijaya. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, *2*(3), 132–140. https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i3.1070
4. Galih Chandra. (2023). INTERAKSI HYPERPERSONAL PADA PELATIHAN BERBASIS E-LEARNING DI KEMENTERIAN PEKERJAAN UMUM DAN PERUMAHAN RAKYAT. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, *8*(2), 129–139. https://doi.org/10.52423/jikuho.v8i2.22
5. Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life.* . Anchor Books.
6. Hochschild, A. R. (1983). *The managed heart: Commercialization of human feeling.* . University of California Press.
7. Kapoor, K. K., Tamilmani, K., Rana, N. P., Patil, P., Dwivedi, Y. K., & Nerur, S. (2018). Advances in Social Media Research: Past, Present and Future. *Information Systems Frontiers*, *20*(3), 531–558. https://doi.org/10.1007/s10796-017-9810-y
8. Lukmanto, S., & Pribadi, M. A. (2025). *Peran Interaksi Simbolik dalam Penjualan Produk melalui Live Streaming TikTok (Studi pada Host Gen Z)*.
9. Mead, G. H. (1934). *Mind, self, and society*. University of Chicago Press.
10. Ratnawati. (2023). *PENGARUH DISCOUNT, LIVE STREAMER, DAN CUSTOMER TRUST TERHADAP IMPULSE BUYING PADA LIVE STREAMING COMMERCE*. *1*(1).
11. Rinaldo, E. (2022). Fenomena Tren Live Streaming Pada Media Sosial Dalam Perspektif Social Construction of Technology. *Jurnal Komunikasi Dan Desain*, *2*(5).
12. Scheibe, K., Fietkiewicz, K. J., & Stock, W. G. (2016). Information Behavior on Social Live Streaming Services. . *Journal of Information Science Theory and Practice, , 4(2), 6–20.*
13. Schutz, A. (1967). *The phenomenology of the social world.* . Northwestern University Press.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.8989
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

14. Short, J., Williams, E., & Christie, B. (1976). *The social psychology of telecommunications.* . John Wiley & Sons.
15. Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research, 23(1), 3–43.*

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.8989
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)