

DINAMIKA KEPERCAYAAN DIRI PADA KONTEN KREATOR LIVE TIKTOK

Santoso¹, Icha Ananda², Luthfiatin Nisa³, Khusnul Wahyu Tiningsih⁴

Program studi S1 Psikologi Islam, Universitas Muhammadiyah Riau

²ichaananda79@gmail.com, ³luthfiatinnisa03@gmail.com, ⁴Khusnulwahyu75@gmail.com

Abstrak

Meningkatnya penggunaan media sosial, khususnya TikTok Live, telah menciptakan peluang bagi individu untuk menjadi kreator konten sekaligus menghadapi berbagai tantangan psikologis, terutama yang berkaitan dengan kepercayaan diri. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan proses pembentukan kepercayaan diri pada kreator TikTok Live, mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi perubahan tingkat kepercayaan diri selama sesi siaran langsung, serta menganalisis strategi yang digunakan kreator untuk mempertahankan kepercayaan diri mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain fenomenologi. Partisipan dipilih melalui teknik purposive sampling, yaitu kreator TikTok yang secara rutin melakukan siaran langsung. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur dan observasi partisipatif, kemudian dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman dengan menerapkan triangulasi sumber untuk memastikan validitas data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan diri kreator bersifat dinamis dan berkembang melalui empat tahap, yaitu tahap persiapan sebelum siaran langsung, tahap adaptasi awal, tahap puncak interaksi, dan tahap evaluasi setelah siaran langsung. Kepercayaan diri meningkat ketika kreator menerima dukungan, seperti komentar positif, interaksi yang aktif, dan hadiah (gift) dari penonton. Sebaliknya, komentar negatif, body shaming, jumlah penonton yang rendah, masalah teknis, serta perbandingan sosial dengan kreator lain menjadi faktor yang menurunkan kepercayaan diri. Untuk menghadapi tekanan tersebut, para kreator menerapkan berbagai strategi regulasi diri, seperti cognitive reframing (mengubah cara pandang terhadap situasi), mengabaikan atau memblokir komentar negatif, berfokus pada dukungan positif, serta melakukan refleksi setelah siaran langsung. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kepercayaan diri pada kreator TikTok Live bukanlah suatu sifat yang statis, melainkan sebuah proses psikologis yang terus berkembang melalui interaksi sosial di lingkungan digital.

Kata Kunci: kepercayaan diri, kreator konten, TikTok Live, fenomenologi, regulasi diri.

Article History

Received: July 2026

Reviewed: July 2026

Published: July 2026

Plagiarism Checker No 77

Copyright : Author

Publish by : Liberosis



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Abstract

The rise of social media, particularly TikTok Live, has created opportunities for individuals to become content creators while simultaneously confronting various psychological challenges, notably regarding self-confidence. This study aims to explain the process of self-confidence formation among TikTok Live creators, identify factors influencing fluctuations in self-confidence during live sessions, and analyze the strategies creators employ to maintain their confidence. A qualitative approach with a phenomenological design was utilized. Participants were selected via purposive sampling, specifically TikTok creators who regularly host live streams. Data were collected through semi-structured in-depth interviews and participant observation, then analyzed using the Miles and Huberman interactive analysis model, incorporating source triangulation to ensure data validity. The findings reveal that creators' self-confidence is dynamic, evolving through four stages: the pre-live preparation phase, the initial adaptation phase, the peak interaction phase, and the post-live evaluation phase. Self-confidence increases when creators receive support—such as positive comments, active interaction, and audience gifts—whereas negative comments, body shaming, low viewer counts, technical issues, and social comparisons with other creators serve as factors that diminish self-confidence. To cope with these pressures, creators employ various self-regulation strategies, such as cognitive reframing, ignoring or blocking negative comments, focusing on positive support, and engaging in post-live reflection. The study concludes that self-confidence among TikTok Live creators is not a static trait but a psychological process that continuously evolves through social interaction within the digital environment.

Keywords: *Self-confidence, content creator, tiktok live, phenomenology, self-regulation*

PENDAHULUAN

Pada era perkembangan teknologi, kreativitas sangat dibutuhkan dalam memanfaatkan aplikasi digital untuk menghasilkan materi atau konten yang mampu meningkatkan jumlah *followers* dan *viewers*. Pengguna juga dituntut menghasilkan video yang kreatif dan unik agar mampu menarik perhatian audiens. Media sosial digunakan sebagai sarana pergaulan dan interaksi sosial secara daring melalui internet, salah satunya dengan memanfaatkan TikTok (Sintesa & Putri, 2022).

TikTok merupakan salah satu aplikasi media sosial yang banyak digemari oleh berbagai kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Aplikasi TikTok memiliki peran penting dalam dunia bisnis, khususnya dalam perkembangan strategi pemasaran dan periklanan yang lebih modern serta mengikuti tren. Berbagai fitur yang tersedia dalam aplikasi TikTok mampu menarik perhatian pengguna karena dapat diterima oleh berbagai kalangan dan relatif mudah digunakan untuk membuat video. Keberadaan TikTok juga melahirkan generasi baru yang dikenal sebagai *TikTokers* atau *content creator* yang aktif memproduksi dan membagikan konten melalui aplikasi tersebut (Diarya & Rafida, 2023).

Content creator dimaknai sebagai profesi yang berkaitan dengan pembuatan dan penyuntingan konten atau informasi dalam bentuk tulisan, gambar, audio visual, video, animasi, dan bentuk lainnya yang dikemas sebagai hiburan, informasi, ataupun edukasi. Salah satu tujuan utama seorang *content creator* adalah menarik dan meningkatkan jumlah *followers*. Semakin menarik konten yang dihasilkan, semakin tinggi pula intensitas *audience* dalam menyaksikan tayangan tersebut (Imam, 2025).

Kepercayaan diri sangat penting bagi remaja karena dapat membantu mereka memiliki keberanian untuk mencoba hal-hal baru, menghadapi tantangan, dan mencapai tujuan. Remaja yang memiliki kepercayaan diri cenderung lebih aktif, kreatif, dan berprestasi. Kepercayaan diri juga diperlukan dalam proses pengembangan diri, pengambilan keputusan, serta pembentukan hubungan sosial yang sehat. Seseorang yang memiliki kepercayaan diri yang memadai akan lebih mudah menyesuaikan diri dengan lingkungan baru, memiliki prinsip hidup yang kuat, dan mampu mengembangkan potensi dirinya. Individu tersebut juga mampu belajar dan bekerja keras untuk mencapai kemajuan serta memiliki keyakinan terhadap peran yang dijalankannya (Nuraini & Aristhya, 2025).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mendeskripsikan proses pembentukan kepercayaan diri *content creator* TikTok Live; (2) mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi perubahan tingkat kepercayaan diri selama melakukan siaran langsung; dan (3) menganalisis strategi yang digunakan oleh kreator untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan diri dalam ruang siaran langsung yang terbuka dan sulit diprediksi.

Kepercayaan diri merupakan sikap atau keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya sendiri sehingga tidak terlalu merasa cemas dalam bertindak, merasa bebas melakukan sesuatu sesuai dengan keinginannya, dan mampu bertanggung jawab atas perbuatannya. Individu yang percaya diri juga mampu berinteraksi secara sopan dengan orang lain, memiliki dorongan untuk berprestasi, serta mampu mengenali kelebihan dan kekurangan dirinya. Orang yang memiliki kepercayaan diri ditandai dengan sikap toleran, tidak selalu membutuhkan dorongan dari orang lain, optimis, dan memiliki perasaan gembira (Hamama & Ratri, 2021).

Individu yang memiliki kepercayaan diri tinggi umumnya menunjukkan sikap optimis. Individu tersebut mampu menghargai orang lain karena meyakini bahwa setiap orang memiliki kemampuan dan potensi masing-masing. Sebaliknya, individu yang kurang percaya diri sering mengalami kesulitan dalam membangun hubungan dengan orang lain, kurang bertanggung jawab, sering membandingkan dirinya dengan orang lain, dan cenderung bersikap pesimis (Prihatin & Wati, 2024).

Interaksi parasosial merupakan hubungan satu arah yang menyebabkan audiens merasa memiliki kedekatan dengan seorang *streamer*, meskipun tidak terdapat hubungan timbal balik yang nyata antara keduanya (Sandy et al., 2025). Dalam konteks *live streaming*, interaksi parasosial semakin diperkuat oleh keberadaan berbagai fitur interaktif, seperti *live chat*, donasi, dan keanggotaan eksklusif, yang memungkinkan penggemar terlibat secara emosional dengan *streamer* favorit mereka. Hubungan antara *streamer* dan penggemar tidak hanya didasarkan pada aktivitas mengonsumsi konten, tetapi juga melibatkan keterikatan emosional dan rasa kebersamaan yang terbentuk melalui interaksi secara daring (Sandy et al., 2025).

TINJAUAN PUSTAKA

TikTok sebagai Media Komunikasi Digital

TikTok merupakan media sosial berbasis video yang digunakan untuk hiburan, komunikasi, pembentukan identitas, pemasaran, dan pengembangan komunitas. Salah satu fitur utamanya adalah TikTok Live yang memungkinkan kreator berinteraksi dengan audiens secara langsung. Dalam siaran langsung, kreator harus mampu menyampaikan pesan, merespons komentar, mengatur ekspresi, dan menyesuaikan komunikasi berdasarkan respons audiens.

Kondisi tersebut menjadikan TikTok Live sebagai ruang presentasi diri dan pembentukan pengakuan sosial (Hadiyati & Luthfia, 2026; Xiang, 2025).

Content Creator TikTok Live

Content creator TikTok Live merupakan individu yang memproduksi konten sekaligus berperan sebagai komunikator, penghibur, pemasar, dan pengelola komunitas digital. Kreator perlu membangun karakter, menentukan tema, menjaga konsistensi, dan menciptakan interaksi yang menarik.

Motivasi menjadi kreator dapat berupa keinginan mengekspresikan diri, memperoleh pengakuan, membangun komunitas, dan mendapatkan keuntungan ekonomi. Keberhasilan kreator tidak hanya ditentukan oleh jumlah pengikut dan penonton, tetapi juga kemampuan berkomunikasi, beradaptasi, dan menghadapi tekanan selama menjalankan aktivitas digital (Meryam & Ali, 2026). Pengalaman, konsistensi, dan dukungan audiens juga dapat memperkuat identitas individu sebagai kreator (Chen & Hsieh, 2024).

Kepercayaan Diri Kreator

Kepercayaan diri merupakan keyakinan kreator terhadap kemampuannya untuk tampil di depan kamera, berbicara secara spontan, merespons audiens, dan mengendalikan emosi selama siaran langsung. Kepercayaan diri dapat terlihat dari keberanian memulai siaran, kelancaran berbicara, ketegasan menyampaikan pendapat, dan kesiapan menghadapi komentar yang tidak terduga.

Kreator yang percaya diri cenderung lebih tenang dan fleksibel, sedangkan kreator yang kurang percaya diri dapat mengalami kecemasan, keraguan, dan ketergantungan terhadap penilaian audiens. Cara menyampaikan pesan turut memengaruhi persepsi audiens terhadap kompetensi dan kehangatan kreator (Chen et al., 2025).

Presentasi Diri dan Umpan Balik Audiens

Presentasi diri merupakan proses mengatur penampilan, gaya komunikasi, ekspresi, dan informasi yang disampaikan untuk membentuk kesan tertentu. Dalam TikTok Live, proses tersebut berlangsung secara langsung sehingga kesalahan, kecemasan, dan perubahan emosi kreator dapat terlihat oleh audiens.

Presentasi diri dapat dilakukan untuk menunjukkan kompetensi, memperoleh penerimaan, dan membangun citra yang positif. Namun, kebutuhan akan validasi sosial dapat membuat kreator menampilkan dirinya secara berlebihan, terutama ketika memiliki penilaian diri yang rendah (Sari & Sa'id, 2023; Steinke et al., 2024).

Umpan balik berupa komentar, tanda suka, hadiah virtual, dan jumlah penonton dapat memengaruhi kepercayaan diri kreator. Respons positif dapat meningkatkan perasaan diterima dan dihargai, sedangkan komentar negatif atau rendahnya jumlah penonton dapat memunculkan kecemasan dan keraguan. Dengan demikian, kepercayaan diri kreator dapat berubah mengikuti respons yang diterima selama siaran langsung (Chen, 2025; Chen & Hsieh, 2024).

Faktor yang Memengaruhi Kepercayaan Diri

Kepercayaan diri kreator dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi pengalaman, kemampuan komunikasi, penguasaan materi, kesiapan, konsep diri, motivasi, dan kemampuan mengelola kecemasan. Kreator yang memiliki konsep diri jelas dan persiapan yang baik cenderung lebih stabil dalam menghadapi penilaian audiens (Liu et al., 2025).

Faktor eksternal mencakup jumlah penonton, komentar audiens, dukungan komunitas, kualitas jaringan, perubahan algoritma, serta tuntutan mempertahankan popularitas. Tekanan untuk menjaga citra dan memenuhi harapan audiens dapat menimbulkan stres peran pada kreator live streaming (Hu et al., 2024).

Interaksi Parasosial

Interaksi parasosial merupakan perasaan dekat yang dialami audiens terhadap figur media. Dalam TikTok Live, kedekatan tersebut terbentuk melalui sapaan, penyebutan nama penonton, ekspresi wajah, intonasi suara, dan respons langsung terhadap komentar. Interaksi tersebut dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan memberikan dukungan psikologis kepada kreator (Hadiyati & Luthfia, 2026).

Namun, ketergantungan terhadap penerimaan audiens dapat menyebabkan kepercayaan diri kreator menjadi tidak stabil. Kreator dapat merasa yakin ketika memperoleh dukungan, tetapi mengalami penurunan kepercayaan diri ketika respons audiens tidak sesuai dengan harapan.

Strategi Mempertahankan Kepercayaan Diri

Kepercayaan diri dapat dikembangkan melalui pengalaman melakukan siaran secara berulang. Kreator juga dapat mempersiapkan topik, membuat kerangka pembicaraan, berlatih berbicara, memahami audiens, dan memastikan kesiapan teknis sebelum melakukan siaran.

Selain itu, kreator perlu menampilkan diri secara autentik, menilai kritik secara selektif, dan tidak menjadikan jumlah penonton sebagai satu-satunya ukuran keberhasilan. Dukungan komunitas, identitas kreator yang kuat, dan kemampuan memaknai pengalaman dapat membantu mempertahankan motivasi dan ketahanan psikologis (Chen & Hsieh, 2024; Meryam & Ali, 2026).

Sintesis Tinjauan Pustaka

Kepercayaan diri content creator TikTok Live terbentuk melalui interaksi antara kemampuan pribadi, pengalaman siaran, presentasi diri, respons audiens, dan karakteristik platform. Kepercayaan diri tersebut bersifat dinamis karena dapat meningkat atau menurun sesuai situasi selama siaran langsung.

Penelitian terdahulu lebih banyak membahas presentasi diri, harga diri, perilaku audiens, pemasaran live streaming, interaksi parasosial, dan tekanan pada micro-celebrity. Kajian yang secara khusus membahas proses pembentukan dan strategi mempertahankan kepercayaan diri content creator selama TikTok Live masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk memahami pengalaman psikologis kreator dalam menghadapi interaksi dan penilaian audiens secara langsung (Hadiyati & Luthfia, 2026; Hu et al., 2024; Meryam & Ali, 2026; Sari & Sa'id, 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain fenomenologi. Desain fenomenologi dipilih untuk memahami secara mendalam makna pengalaman hidup partisipan, khususnya dalam menghayati dan menginterpretasikan perubahan kepercayaan diri selama melakukan siaran langsung melalui TikTok Live (Nurahma & Hendriani, 2021).

Partisipan penelitian ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan partisipan berdasarkan kriteria yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria partisipan meliputi content creator TikTok yang aktif melakukan siaran langsung minimal tiga kali dalam satu minggu selama enam bulan terakhir, memiliki jumlah pengikut yang cukup signifikan, serta bersedia menceritakan pengalaman psikologisnya selama melakukan TikTok Live melalui wawancara mendalam.

Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur dan observasi. Wawancara dilakukan selama 60-90 menit pada setiap sesi untuk menggali pengalaman subjektif partisipan mengenai kondisi kepercayaan diri sebelum, selama, dan setelah melakukan siaran langsung. Pedoman wawancara bersifat fleksibel sehingga peneliti dapat mengembangkan pertanyaan berdasarkan jawaban dan pengalaman yang disampaikan oleh partisipan.

Observasi dilakukan terhadap dua sampai tiga sesi TikTok Live pada setiap partisipan. Observasi bertujuan untuk mengamati secara langsung perilaku, ekspresi wajah, gaya komunikasi, respons terhadap komentar audiens, dan bentuk-bentuk kepercayaan diri yang ditampilkan selama siaran langsung. Dokumentasi berupa catatan lapangan dan rekaman yang telah memperoleh persetujuan partisipan digunakan sebagai data pendukung.

Data dianalisis menggunakan model analisis interaktif yang terdiri atas reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi (Miles et al., 2014). Pada tahap reduksi data, peneliti menyeleksi, mengelompokkan, dan menyederhanakan data berdasarkan fokus penelitian. Data selanjutnya disajikan dalam bentuk uraian naratif dan pengelompokan tema untuk memudahkan peneliti memahami pola pengalaman partisipan. Tahap terakhir dilakukan dengan menarik kesimpulan dan melakukan verifikasi secara berulang berdasarkan data wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Keabsahan data dilakukan melalui triangulasi teknik dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Peneliti juga melakukan *member checking* dengan mengonfirmasi kembali hasil wawancara atau interpretasi data kepada partisipan. Prosedur tersebut dilakukan untuk memastikan bahwa hasil penelitian mampu menggambarkan pengalaman dan dinamika kepercayaan diri content creator TikTok Live secara kredibel dan sesuai dengan pengalaman partisipan.

HASIL AND PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara mendalam, observasi terhadap dua sampai tiga sesi TikTok Live pada setiap partisipan, serta dokumentasi berupa catatan lapangan, ditemukan empat tema utama yang menggambarkan dinamika kepercayaan diri kreator. Tema tersebut meliputi: (1) empat tahap perubahan kepercayaan diri selama sesi siaran langsung; (2) peran interaksi trans-parasosial; (3) pengaruh komentar negatif dan tekanan citra tubuh; serta (4) strategi regulasi diri kreator. Temuan tersebut diperoleh melalui proses reduksi data, pengelompokan tema, penyajian data, serta verifikasi dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Empat Tahap Dinamika Kepercayaan Diri

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan diri kreator mengalami perubahan dalam empat tahap, yaitu fase persiapan pra-live, adaptasi awal, puncak interaksi, dan evaluasi pasca-live.

Pada fase persiapan pra-live, mayoritas partisipan mengalami rasa gugup, terutama karena kekhawatiran terhadap penampilan fisik dan kemungkinan rendahnya jumlah penonton. Untuk mengurangi kecemasan, partisipan melakukan persiapan seperti berdoa, melakukan pemanasan vokal, memeriksa penampilan, menyiapkan topik, dan menyusun kalimat pembuka.

Pada fase adaptasi awal, kepercayaan diri kreator berada pada kondisi paling rentan. Jumlah penonton yang masih sedikit dan terbatasnya komentar membuat kreator harus berbicara tanpa memperoleh banyak respons. Partisipan menyebut fase ini sebagai proses pemanasan yang menentukan keberlanjutan siaran. Ketika kreator mampu mempertahankan energi dan alur komunikasi, kepercayaan dirinya secara bertahap meningkat.

Fase puncak interaksi terjadi ketika jumlah penonton bertambah dan komentar mulai aktif. Pada tahap ini, respons positif, pertanyaan, tanda suka, dan hadiah virtual meningkatkan semangat serta keyakinan kreator. Namun, komentar negatif, khususnya yang menyinggung penampilan, dapat menurunkan kepercayaan diri secara tiba-tiba. Fase ini memperlihatkan perubahan emosi paling kuat karena kreator menerima umpan balik secara langsung.

Fase evaluasi pasca-live ditandai dengan refleksi terhadap performa, jumlah penonton, respons audiens, dan kemampuan kreator dalam mengelola siaran. Pengalaman positif meningkatkan kesiapan untuk melakukan siaran berikutnya, sedangkan pengalaman negatif dapat menimbulkan kecemasan sebelum sesi selanjutnya.

Peran Interaksi Trans-Parasosial

Hasil wawancara menunjukkan bahwa kedekatan antara kreator dan penonton setia menjadi salah satu faktor utama yang memperkuat kepercayaan diri. Penonton setia memberikan dukungan melalui komentar positif, sapaan, pertanyaan, hadiah virtual, dan pembelaan ketika kreator memperoleh komentar negatif.

Dukungan tersebut menciptakan rasa aman karena kreator merasa dikenal, dihargai, dan tidak sendirian selama menjalankan siaran. Kreator juga menjadi lebih nyaman ketika menemukan nama-nama penonton yang sering hadir dalam sesi live. Interaksi berulang tersebut membentuk hubungan yang dipersepsikan lebih dekat dibandingkan hubungan antara kreator dan penonton biasa.

Hasil observasi menunjukkan bahwa kreator cenderung lebih ekspresif ketika berinteraksi dengan penonton setia. Kreator lebih sering tersenyum, menyebut nama penonton, menceritakan pengalaman pribadi, dan mempertahankan percakapan dalam durasi yang lebih panjang. Dukungan audiens pada akhirnya membantu kreator meyakini bahwa dirinya mampu membawakan konten dengan baik.

Komentar Negatif dan Tekanan Citra Tubuh

Komentar negatif merupakan salah satu faktor yang paling kuat menurunkan kepercayaan diri kreator. Dampaknya lebih menonjol pada komentar yang menyinggung wajah, berat badan, bentuk tubuh, warna kulit, dan gaya berpakaian.

Sebagian partisipan mengaku kehilangan fokus, mengalami perubahan ekspresi, dan kesulitan melanjutkan pembicaraan setelah membaca komentar yang merendahkan penampilan. Meskipun komentar negatif hanya berasal dari sedikit penonton, komentar tersebut dapat lebih lama diingat daripada komentar positif yang diterima.

Tekanan terhadap penampilan menjadi semakin kuat karena TikTok Live menampilkan kreator secara langsung tanpa proses penyuntingan seperti pada video biasa. Kreator tidak memiliki banyak waktu untuk mempersiapkan respons emosional ketika komentar negatif muncul.

Faktor lain yang menurunkan kepercayaan diri meliputi sedikitnya jumlah penonton, koneksi internet yang tidak stabil, minimnya komentar, serta kebiasaan membandingkan diri dengan kreator lain. Perbandingan tersebut terutama dialami kreator pemula yang belum memiliki audiens tetap dan merasa belum mampu mencapai popularitas kreator lain.

Strategi Regulasi Diri Kreator

Partisipan menggunakan beberapa strategi untuk mengelola dan memulihkan kepercayaan diri selama siaran langsung. Strategi tersebut meliputi mengubah cara pandang terhadap komentar negatif, mengabaikan atau memblokir penonton yang bersikap toksik, mengalihkan perhatian kepada komentar positif, serta menghentikan pembahasan yang dapat memperburuk kondisi emosional.

Setelah siaran selesai, kreator melakukan evaluasi terhadap cara berbicara, penampilan, pemilihan topik, durasi siaran, dan respons terhadap audiens. Evaluasi tersebut digunakan sebagai dasar untuk memperbaiki sesi berikutnya.

Partisipan yang memiliki pengalaman lebih lama cenderung lebih mampu mengendalikan emosi dibandingkan kreator pemula. Mereka tidak mudah menghentikan siaran ketika menerima komentar negatif dan dapat membedakan kritik yang membangun dengan komentar yang bertujuan merendahkan. Temuan ini menunjukkan bahwa kepercayaan diri berkembang melalui pengalaman, latihan, dan pembentukan strategi regulasi diri.

Tabel 1. Ringkasan Hasil Triangulasi Data

Tema temuan	Hasil wawancara	Hasil observasi	Makna temuan
Empat tahap dinamika kepercayaan diri	Kreator mengalami gugup sebelum live, rentan pada awal sesi, lebih percaya diri ketika interaksi meningkat, dan melakukan evaluasi setelah live	Terlihat perubahan ekspresi, intonasi, kelancaran berbicara, dan intensitas interaksi sepanjang sesi	Kepercayaan diri bersifat dinamis dan berubah sesuai tahapan serta situasi siaran
Interaksi trans-parasosial	Penonton setia memberikan dukungan, rasa aman, dan motivasi	Kreator lebih ekspresif ketika menyapa penonton yang dikenal dan merespons dukungan audiens	Kedekatan dengan audiens memperkuat rasa diterima dan keyakinan diri kreator
Komentar negatif dan citra tubuh	Komentar mengenai penampilan menimbulkan keraguan, kehilangan fokus, dan penurunan semangat	Terlihat perubahan ekspresi, jeda berbicara, pengalihan topik, atau tindakan memblokir akun	Evaluasi negatif yang diterima secara langsung menjadi pemicu penurunan kepercayaan diri
Strategi regulasi diri	Kreator melakukan reframing, mengabaikan komentar toksik, fokus pada dukungan, dan mengevaluasi performa	Kreator memilih komentar yang dijawab, memblokir akun, dan mengatur kembali alur pembicaraan	Kepercayaan diri dapat dikembangkan melalui pengalaman dan strategi pengelolaan emosi

Tabel 1 menunjukkan adanya kesesuaian antara pengalaman yang disampaikan partisipan dan perilaku yang terlihat selama observasi. Kepercayaan diri kreator bukan kondisi yang tetap, melainkan berubah berdasarkan jumlah penonton, bentuk komentar, dukungan audiens, kesiapan pribadi, dan kemampuan mengelola tekanan. Kesesuaian hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi memperkuat kredibilitas keempat tema yang ditemukan.

Pembahasan

Kepercayaan Diri sebagai Kondisi yang Dinamis

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan diri kreator mengalami perubahan sejak sebelum siaran dimulai hingga setelah siaran berakhir. Dengan demikian, kepercayaan diri tidak hanya dapat dipahami sebagai karakteristik pribadi yang menetap, tetapi juga sebagai kondisi psikologis yang dipengaruhi oleh situasi dan umpan balik sosial.

Kecemasan pada fase pra-live memperlihatkan bahwa kreator menyadari dirinya akan tampil dan dinilai oleh audiens. Kreator kemudian melakukan persiapan sebagai bentuk pengelolaan kesan, seperti mengatur penampilan, menyiapkan topik, dan menyusun kalimat pembuka. Live streaming memang memberikan ruang bagi individu untuk menampilkan diri dan memperoleh pengakuan, tetapi pada saat yang sama menempatkan kreator dalam situasi komunikasi spontan yang sulit dikendalikan sepenuhnya (Xiang, 2025).

Peningkatan kepercayaan diri pada fase puncak interaksi menunjukkan bahwa respons audiens berfungsi sebagai bentuk penguatan sosial. Kehadiran penonton, komentar, sapaan, dan hadiah virtual memberikan tanda bahwa penampilan kreator diterima. Sebaliknya, rendahnya keterlibatan audiens dapat ditafsirkan sebagai kurangnya penerimaan sehingga memunculkan keraguan terhadap kemampuan diri.

Karakter real-time TikTok Live menyebabkan perubahan kepercayaan diri terjadi lebih cepat dibandingkan pada konten yang direkam dan disunting. Kreator harus mengatur ekspresi, pembicaraan, dan respons emosional secara bersamaan. Temuan ini memperluas penelitian mengenai live streaming dengan menunjukkan bahwa interaksi langsung bukan hanya memengaruhi keterlibatan audiens, tetapi juga memengaruhi kondisi psikologis kreator selama siaran.

Interaksi Trans-Parasosial sebagai Penguatan Sosial

Hubungan antara kreator dan penonton setia dalam penelitian ini menunjukkan pola interaksi yang tidak sepenuhnya satu arah. Penonton tidak hanya mengamati kreator, tetapi juga memberikan komentar, sapaan, hadiah virtual, dan pembelaan. Kreator kemudian merespons dengan menyebut nama, menjawab pertanyaan, dan membagikan pengalaman pribadi.

Pola tersebut sesuai dengan konsep hubungan trans-parasosial, yaitu hubungan yang menyerupai relasi timbal balik karena kreator dan audiens dapat berinteraksi secara langsung dan berulang. Kedekatan tersebut dibentuk melalui komunikasi personal, keterbukaan diri, pengenalan terhadap penonton, respons audiens, dan interaksi yang bersifat resiprokal (Laurensia & Ernungtyas, 2024).

Interaksi real-time juga menghasilkan *social presence*, yaitu perasaan bahwa kreator dan audiens hadir bersama dalam ruang komunikasi yang sama. Interaksi parasosial dan *social presence* dapat menciptakan kedekatan, keterlibatan emosional, dan pengalaman bersama selama live streaming (Hadiyati & Luthfia, 2026; Huang & Mohamad, 2025).

Dalam konteks penelitian ini, dukungan penonton setia berfungsi sebagai sumber validasi sekaligus perlindungan psikologis. Kreator merasa lebih aman karena terdapat audiens yang mengenal dan mendukung dirinya. Namun, ketergantungan yang terlalu besar terhadap dukungan audiens juga dapat menyebabkan kepercayaan diri menjadi bergantung pada jumlah penonton dan respons yang diterima.

Komentar Negatif, Citra Tubuh, dan Perbandingan Sosial

Komentar yang menyinggung penampilan memberikan dampak yang kuat karena kreator menampilkan wajah dan tubuhnya secara langsung. Kondisi tersebut membuat kreator tidak hanya dinilai berdasarkan kemampuan komunikasi dan kualitas konten, tetapi juga berdasarkan standar penampilan yang dibentuk oleh lingkungan sosial digital.

Dampak komentar negatif dapat dijelaskan melalui proses perbandingan sosial. Kreator dapat membandingkan penampilan, jumlah pengikut, jumlah penonton, dan popularitasnya dengan kreator lain. Meta-analisis terhadap 83 penelitian menunjukkan bahwa perbandingan sosial daring berhubungan dengan meningkatnya kekhawatiran terhadap citra tubuh dan menurunnya citra tubuh positif (Bonfanti et al., 2025).

Tekanan tersebut berpotensi lebih kuat pada platform berbasis video. Hasil meta-analisis eksperimental menunjukkan bahwa konten yang menampilkan standar tubuh ideal dapat menurunkan kepuasan tubuh perempuan muda dan dampak negatifnya lebih besar pada platform berbasis video seperti TikTok dibandingkan platform berbasis gambar (Zhang et al., 2025).

Walaupun penelitian tersebut lebih banyak membahas audiens, temuan tersebut relevan untuk menjelaskan pengalaman kreator. Kreator tidak hanya menerima paparan standar penampilan, tetapi juga menjadi objek penilaian langsung dari audiens. Oleh karena itu, komentar mengenai penampilan dapat memengaruhi konsentrasi, ekspresi, semangat, dan penilaian kreator terhadap dirinya.

Tekanan publik, tuntutan untuk selalu terhubung, ketidakpastian pekerjaan, serta evaluasi audiens merupakan bagian dari risiko psikososial yang dihadapi pekerja kreatif digital. Kajian terbaru menunjukkan bahwa kecemasan, kelelahan, depresi, gangguan citra tubuh, dan masalah kesehatan mental lainnya telah ditemukan dalam penelitian mengenai kreator konten

(Martinez-Aguirre et al., 2025).

Regulasi Diri dan Pembentukan Resiliensi

Strategi seperti mengabaikan komentar negatif, memblokir akun toksik, memusatkan perhatian pada dukungan positif, dan melakukan evaluasi setelah live menunjukkan adanya proses regulasi diri. Strategi tersebut membantu kreator mengurangi dampak emosional dari interaksi yang tidak menyenangkan.

Reframing kognitif membantu kreator memandang komentar negatif sebagai risiko pekerjaan, bukan sebagai penilaian mutlak terhadap dirinya. Sementara itu, pemblokiran akun dan pengabaian komentar berfungsi sebagai mekanisme pengendalian lingkungan digital. Kreator berusaha memilih bentuk interaksi yang perlu ditanggapi dan interaksi yang sebaiknya dihentikan.

Temuan bahwa kreator berpengalaman memiliki ketahanan lebih baik menunjukkan bahwa kepercayaan diri dapat dikembangkan melalui pengalaman. Penelitian terhadap kreator TikTok juga menemukan bahwa moderasi konten, keterlibatan secara selektif, dan strategi koping emosional digunakan kreator untuk mempertahankan keberadaan serta keberlanjutan aktivitasnya di platform digital (Meryam & Ali, 2026).

Dengan demikian, kepercayaan diri kreator TikTok Live tidak hanya berasal dari karakteristik kepribadian bawaan. Kepercayaan diri merupakan kompetensi psikologis yang dibentuk melalui pengalaman tampil, kemampuan mengelola komentar, dukungan sosial, refleksi diri, dan strategi regulasi emosi. Semakin sering kreator menghadapi dan mengevaluasi pengalaman live streaming, semakin besar peluangnya untuk membangun resiliensi.

Sintesis Pembahasan

Secara keseluruhan, penelitian ini memperlihatkan bahwa kepercayaan diri kreator TikTok Live terbentuk melalui hubungan timbal balik antara faktor internal dan eksternal. Faktor internal mencakup kesiapan, pengalaman, kemampuan komunikasi, konsep diri, dan regulasi emosi. Faktor eksternal mencakup jumlah penonton, komentar, hadiah virtual, dukungan penonton setia, gangguan teknis, dan perbandingan dengan kreator lain.

Kontribusi utama penelitian ini adalah ditemukannya empat tahap dinamika kepercayaan diri dalam satu sesi live. Kepercayaan diri meningkat ketika kreator memperoleh keterlibatan dan dukungan audiens, tetapi dapat menurun secara tiba-tiba akibat komentar negatif. Pengalaman tersebut kemudian dievaluasi dan dibawa ke sesi berikutnya. Dengan demikian, dinamika kepercayaan diri kreator membentuk proses yang berulang antara persiapan, interaksi, respons emosional, dan evaluasi diri.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan diri content creator selama melakukan TikTok Live bersifat dinamis dan berubah dalam empat fase, yaitu persiapan pra-live, adaptasi awal, puncak interaksi, dan evaluasi pasca-live. Perubahan tersebut dipengaruhi oleh kesiapan pribadi, pengalaman, serta respons audiens selama siaran berlangsung. Komentar positif, interaksi aktif, dukungan penonton setia, dan pemberian hadiah virtual dapat meningkatkan kepercayaan diri kreator. Sebaliknya, komentar negatif, khususnya yang berkaitan dengan penampilan fisik, rendahnya jumlah penonton, gangguan teknis, dan perbandingan dengan kreator lain dapat menurunkan kepercayaan diri secara tiba-tiba. Kreator juga mengembangkan strategi regulasi diri, seperti reframing kognitif, mengabaikan atau memblokir komentar toksik, memusatkan perhatian pada respons positif, dan melakukan refleksi setelah siaran.

Secara teoretis, temuan ini menegaskan bahwa kepercayaan diri dalam live streaming bukan merupakan sifat yang tetap, melainkan proses psikologis yang terbentuk melalui interaksi sosial digital. Secara praktis, kreator perlu membangun kesiapan mental dan strategi pengelolaan emosi, sedangkan agensi dan platform TikTok perlu menyediakan dukungan

psikologis serta memperkuat moderasi terhadap komentar negatif dan body shaming.

Penelitian ini terbatas pada jumlah partisipan dan sesi observasi yang relatif terbatas sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan kepada seluruh kreator TikTok. Penelitian selanjutnya disarankan melibatkan partisipan yang lebih beragam, menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode campuran, serta mengkaji perkembangan kepercayaan diri kreator dalam jangka waktu yang lebih panjang dan pada berbagai kategori konten live streaming.

DAFTAR PUSTAKA

- Bonfanti, R. C., Melchiori, F., Teti, A., Albano, G., Raffard, S., Rodgers, R. F., & Lo Coco, G. (2025). The association between social comparison in social media, body image concerns and eating disorder symptoms: A systematic review and meta-analysis. *Body Image*, 52, Article 101841. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2024.101841>
- Chen, W.-T., & Hsieh, M.-H. (2024). Keep the influencers! Exploring how sacrifice enhances “creator self-identity” and providing practical recommendations by the marketing mix: An exploratory study. *SAGE Open*, 14(4). <https://doi.org/10.1177/21582440241290572>
- Chen, Y., Han, Q., Lian, Z., Zhu, W., & Jiang, Y. (2025). From certainty to doubt: The impact of streamer expression certainty on consumer purchase behavior in live-stream e-commerce. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 20(2), Article 138. <https://doi.org/10.3390/jtaer20020138>
- Chen, Y.-H. (2025). A comparative study of state self-esteem responses to social media feedback loops in adolescents and adults. *Frontiers in Psychology*, 16, Article 1625771. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1625771>
- Diarya, A. F. G., & Rafida, V. (2023). Pengaruh live streaming TikTok terhadap kepercayaan konsumen produk Jims Honey di Surabaya dan dampaknya pada keputusan pembelian. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 11(2), 125-133. <https://doi.org/10.26740/jptn.v11n2.p125-133>
- Hadiyati, I. A., & Luthfia, A. (2026). From stream to purchase: Exploring parasocial interaction and social presence as mediators of impulsive purchase in TikTok live commerce. *Frontiers in Communication*, 11, Article 1786830. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2026.1786830>
- Hamama, S., & Ratri, R. K. (2021). Strategi meningkatkan rasa percaya diri bagi pemula: Kunci sukses berkomunikasi. *Jurnal Selasar KPI: Referensi Media Komunikasi dan Dakwah*, 1(1), 106-115. <https://doi.org/10.33507/selasar.v1i1.1886>
- Hu, A., Yuan, R., Chen, R., & Liu, M. J. (2024). A glamorous but highly stressful job: The role of social media-afforded status in micro-celebrity stress coping. *Technological Forecasting and Social Change*, 209, Article 123791. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123791>
- Huang, Y., & Mohamad, S. H. (2025). Examining the impact of parasocial interaction and social presence on impulsive purchase in live streaming commerce context. *Frontiers in Communication*, 10, Article 1554681. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1554681>
- Imam, S. (2025). *Personal branding konten kreator lokal di TikTok: Studi kasus akun Inem Jogja* [Skripsi sarjana, Universitas Semarang]. Repositori Universitas Semarang.
- Laurensia, A., & Ernungtyas, N. F. (2024). Trans-parasocial relationship on TikTok live shopping: A netnography study of streamers and audiences interactions. *Eduvest: Journal of Universal Studies*, 4(9), 7840-7855. <https://doi.org/10.59188/eduvest.v4i9.1745>
- Liu, Q., Wen, J., Wang, N., & Wang, M. (2025). Longitudinal associations between TikTok use, self-concept clarity, and anxiety among Chinese emerging adults: Exploring differential impacts of active and passive TikTok use. *Emerging Adulthood*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1177/21676968241305653>

- Martinez-Aguirre, S., Sanz-Valero, J., & Ronda-Pérez, E. (2025). Pathological processes among content creators on social media: Scoping review. *JMIR Public Health and Surveillance*, 11, Article e76708. <https://doi.org/10.2196/76708>
- Meryam, R., & Ali, F. (2026). Viral dreams and digital realities: The motivations, engagement strategies, and resilience of TikTok content creators. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1177/13548565261431143>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological research methods*. SAGE Publications.
- Nurahma, G. A., & Hendriani, W. (2021). Tinjauan sistematis studi kasus dalam penelitian kualitatif. *Mediapsi*, 7(2), 119-129. <https://doi.org/10.21776/ub.mps.2021.007.02.4>
- Nuraini, S. U., & Aristhya, I. P. (2025). Pemanfaatan media sosial TikTok untuk membangun kepercayaan diri remaja di SMK Negeri 2 Blora. *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(5b), 3841-3850. <https://doi.org/10.63822/bvad3637>
- Prihatin, M. L., & Wati, C. L. S. (2024). Kepercayaan diri akademik pada siswa kelas VII di SMP Bunda Hati Kudus Grogol Jakarta Barat. *Jurnal Psiko Edukasi*, 22(1), 28-39. <https://doi.org/10.25170/psikoedukasi.v22i1.5568>
- Sandy, A. P., Poerana, A. F., & Ramdhani, M. (2025). Pemaknaan Interaksi Parasosial dalam Livestreaming antara Membership Youtube dan Streamer di Platform Youtube Gojek Dota2. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(6), 795-804. <https://doi.org/10.56799/jceki.v4i6.10548>
- Sari, D. P., & Sa'id, M. (2023). For your page TikTok: The influence of self-esteem on online self-presentation in teenagers. *Jurnal Sains Psikologi*, 12(2), 274-283. <https://doi.org/10.17977/um023v12i22023p274-283>
- Sintesa, N., & Putri, D. K. (2022). Analisa konsistensi, komunikasi persuasif dan fokus kreator dalam live TikTok terhadap viewers and followers on live room Sintesa. *Akuntansi* 45, 3(2), 226-236. <https://doi.org/10.30640/akuntansi45.v3i2.1559>
- Steinke, J., Gilbert, C., Coletti, A., Levin, S. H., Suk, J., & Oeldorf-Hirsch, A. (2024). Women in STEM on TikTok: Advancing visibility and voice through STEM identity expression. *Social Media + Society*, 10(3), Article 20563051241274675. <https://doi.org/10.1177/20563051241274675>
- Xiang, Y. (2025). Live streaming: Self-presentation and interaction practices embedded in daily life. *Frontiers in Communication*, 10, Article 1671422. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1671422>
- Zhang, Y., Xiong, S., Yao, N., & Chen, J. (2025). Social media and body image in young women: A meta-analysis of experimental studies on video- versus image-based platforms. *Body Image*, 55, Article 101991. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2025.101991>