

***Streak* TikTok dalam Pengalaman Pengguna Berkomunikasi dan
Menjalin Hubungan Interpersonal**



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana**

**Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia**

Oleh:

ROFISA FOURA RISTA

22321215

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL BUDAYA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2026

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

***Streak* TikTok dalam Pengalaman Pengguna Berkomunikasi dan Menjalin Hubungan Interpersonal**



Telah disetujui dan disahkan oleh Dosen Pembimbing Skripsi

Tanggal: 12 Februari 2026

Mengetahui

Dosen Pembimbing Skripsi

Sumekar Tanjung, S.Sos.,M.A.

NIDN. 0514078702

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Streak TikTok dalam Pengalaman Pengguna Berkomunikasi dan Menjalin Hubungan Interpersonal

Disusun oleh:

ROFISA FOURA RISTA

22321215

**Telah Diuji dan disahkan oleh Dosen Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Budaya**

Universitas Islam Indonesia

Tanggal: 22 April 2026

Dosen Penguji :

Ketua : Sumekar Tanjung, S.Sos., M.A.

NIDN. 0514078702

Anggota : Nadia Wasta Utami, S.I.Kom., M.A.

NIDN. 0505068902

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia



Dr. Zaki Habibi, M.Comms

NIDN. 0517078101

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Rofisa Foura Rista
Nomor Mahasiswa : 22321215
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Budaya Universitas Islam Indonesia

Dengan ini menyatakan hal – hal sebagai berikut:

1. Selama proses penyusunan skripsi ini, saya tidak melakukan pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, termasuk pada plagiarisme, penggunaan jasa penulisan karya ilmiah oleh pihak lain, atau bentuk pelanggaran lainnya yang bertentangan dengan prinsip dan etika akademik yang dijunjung tinggi oleh Universitas Islam Indonesia.
2. Oleh karena itu, skripsi ini sepenuhnya merupakan hasil karya ilmiah saya sendiri sebagai penulis, dan bukan merupakan hasil plagiarisme atau karya milik pihak lain.
3. Dalam proses penyusunan skripsi ini, saya memanfaatkan teknologi Generative Artificial Intelligence secara bertanggung jawab dan terbatas pada aspek-aspek berikut:
 - a. ChatGPT, digunakan untuk membantu memberi ide perancangan sub bab yang sesuai dengan penelitian, serta membantu penyempurnaan tata bahasa.
 - b. Gemini AI, digunakan untuk membantu mencari referensi jurnal terdahulu dan memberi ide perancangan sub bab yang sesuai dengan penelitian,
4. Apabila di kemudian hari, setelah saya dinyatakan lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti yang meyakinkan bahwa skripsi ini bukan merupakan hasil karya ilmiah saya sendiri, melainkan merupakan hasil plagiarisme atau karya milik pihak lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang berlaku di lingkungan Universitas Islam Indonesia.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dari pihak manapun, untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 23 Februari 2026

Yang menyatakan,


(.....)

Rofisa Foura Rista

NIM 22321215

MOTTO

“Janganlah kamu bersikap lemah, dan jangan pula bersedih hati, padahal kamulah yang paling tinggi derajatnya jika kamu beriman.”

(QS. Ali Imran: 139)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua, saudara, serta teman-teman yang telah memberikan doa dan dukungan selama proses penyusunannya. Dukungan tersebut menjadi sumber motivasi bagi saya untuk terus berusaha hingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.

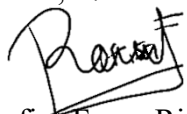
KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul *"Streak TikTok dalam Pengalaman Pengguna Berkomunikasi dan Menjalin Hubungan Interpersonal"*. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. Berkat pertolongan Allah SWT serta bimbingan, arahan dan dukungan dari berbagai pihak, skripsi ini dapat diselesaikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan, sehingga kritik dan saran akan diterima, sehingga diharapkan mampu memperbaiki skripsi ini menjadi lebih baik. Penyusunan skripsi ini tentu bukan merupakan proses yang mudah, berbagai rintangan harus dihadapi penulis selama proses penelitian. Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu penelitian ini, sebagai berikut:

1. Ibu Sumekar Tanjung S.Sos., M.A., selaku dosen pembimbing yang saya hormati, yang telah memberikan arahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Para informan yang telah bersedia menceritakan pengalamannya, sehingga data-data dalam penelitian dapat terpenuhi.
3. Para dosen Program Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia, yang telah memberikan ilmu-ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
4. Kedua orang tua dan saudara penulis yang senantiasa memanjatkan doa dan dukungan dalam susah maupun senang yang telah dijalani penulis.
5. Seluruh teman-teman di perkuliahan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang telah kebersamai dan membantu penulis selama masa perkuliahan.
6. Seluruh teman-teman di rumah yang juga tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan dukungannya kepada penulis.

Yogyakarta, 27 Januari 2025


Rofisa Foura Rista

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
ABSTRAK.....	xi
<i>ABSTRACT</i>.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
1. Manfaat Teoritis	5
2. Manfaat Praktis.....	6
E. Tinjauan Pustaka	6
1. Penelitian Terdahulu.....	6
2. Kerangka Teori	8
a. Komunikasi Interpersonal.....	8
b. Hubungan Interpersonal	11
c. TikTok sebagai Media Komunikasi	14
d. Gamifikasi dalam Media Sosial.....	17
F. Metode Penelitan.....	18
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	18
2. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	19
3. Informan Penelitian	19
4. Pengumpulan Data.....	20

5. Sumber Data	20
6. Tahapan Penelitian.....	21
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	22
A. Aplikasi TikTok	22
1. TikTok dengan Fitur-Fitur Interaktifnya	22
B. Fitur <i>Streak</i> TikTok.....	24
1. Karakteristik Fitur <i>Streak</i>	24
2. Fitur Tambahan <i>Streak</i>	26
BAB III TEMUAN.....	28
A. Proses Pengumpulan Data dan Profil Informan	28
B. Motivasi, Pemaknaan, serta Penggunaan Platform TikTok dan Fitur <i>Streak</i>	30
C. Peran <i>Streak</i> Terhadap Pengalaman Komunikasi Interpersonal Pengguna	36
D. Dimensi Komunikasi Interpersonal dalam Pengalaman Pengguna Fitur <i>Streak</i>	43
E. Variabel Hubungan Interpersonal dalam Pengalaman Pengguna Fitur <i>Streak</i>	48
F. Peran <i>Streak</i> terhadap Hubungan Pengguna	53
BAB IV PEMBAHASAN	56
A. Analisis Motivasi dan Pemaknaan Pengguna terhadap Platform TikTok dan Fitur <i>Streak</i>	56
B. Analisis Peran <i>Streak</i> Terhadap Komunikasi Pengguna.....	59
C. Analisis Efektifitas Komunikasi Interpersonal Pengguna <i>Streak</i> TikTok	62
D. Analisis Kualitas Hubungan Interpersonal Pengguna <i>Streak</i> TikTok.....	66
E. Peran <i>Streak</i> Terhadap Dinamika Hubungan di Era Digital	69
BAB V PENUTUP	71
A. Kesimpulan	71
B. Keterbatasan Penelitian.....	72
C. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Fitur <i>Streak</i> TikTok	3
Gambar 2.1 Fitur <i>Like, Comment, Save & Share</i>	23
Gambar 2.2 Ikon Api	24
Gambar 2.3 Animasi <i>Streak</i>	25
Gambar 2.4 Angka <i>Streak</i>	25
Gambar 2.5 <i>Streak Pet</i>	26
Gambar 2.6 <i>Streak Notification</i>	27
Gambar 2.7 <i>Streak Recap</i>	27
Gambar 3.1 Dokumentasi Wawancara	29
Gambar 3.2 Perayaan <i>Streak</i>	33
Gambar 3.3 Video JJ Perayaan <i>Streak</i>	34
Gambar 3.4 Story <i>Streak Recap</i>	34
Gambar 3.5 Isi Pesan dalam Komunikasi <i>Streak 1</i>	36
Gambar 3.6 Konten Peningat <i>Streak</i>	37
Gambar 3.7 Isi Pesan dalam Komunikasi <i>Streak 2</i>	38
Gambar 3.8 Isi Pesan dalam Komunikasi <i>Streak 3</i>	38
Gambar 3.9 Komunikasi Fungsional	42
Gambar 3.10 Perayaan <i>Streak</i>	51

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Profil Informan	29
Tabel 3.2 Dimensi Efektifitas Komunikasi Interpersonal	43
Tabel 3.3 Variabel Kualitas Hubungan Interpersonal	48

ABSTRAK

Rista, Rofisa Foura. 22321215. Fitur *Streak* dalam Pengalaman Pengguna Berkomunikasi dan Menjalin Hubungan Interpersonal. Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, 2026.

Media sosial telah menjadi sarana utama interaksi sosial di era digital. Salah satu platform media sosial paling terkenal saat ini adalah TikTok. Baru-baru ini, muncul fitur baru yang sedang populer yaitu fitur *streak* dari TikTok, dilambangkan dengan visual ikon api yang menghitung konsistensi komunikasi penggunaannya. Fitur tersebut memunculkan dilema, di mana interaksi tidak lagi didasari oleh keinginan untuk bertukar informasi bermakna, melainkan hanya untuk mempertahankan visual ikon api semata. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan bagaimana komunikasi interpersonal dan hubungan interpersonal pengguna melalui fitur *streak* TikTok. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Hasil penelitian menunjukkan, dalam komunikasi interpersonal, fitur *streak* dengan mekanisme gamifikasinya menghadirkan pengalaman komunikasi yang menyenangkan melalui pertukaran konten dan dukungan antar pengguna, tetapi juga dapat menimbulkan tekanan komunikasi yang memicu ketimpangan peran. Dalam hubungan interpersonal, fitur *streak* berperan dalam meningkatkan keakraban melalui pertukaran pesan yang rutin serta perayaan pencapaian *streak* yang memperkuat rasa kebersamaan. Akan tetapi, pengungkapan diri dalam komunikasi cenderung terbatas dan tidak dapat menggantikan kedalaman komunikasi secara tatap muka. Sementara itu, putusnya *streak* dapat memunculkan konflik ringan dalam komunikasi, tetapi tidak secara langsung memengaruhi keberlangsungan hubungan interpersonal pengguna.

Kata kunci: Fitur *Streak*, Hubungan Interpersonal, Komunikasi Interpersonal, TikTok

ABSTRACT

Rista, Rofisa Foura. 22321215. *Streak Features in User Experience in Communication and Interpersonal Relationships. Undergraduate Thesis. Communication Science Study Program, Faculty of Social and Cultural Sciences, Islamic University of Indonesia, 2026.*

Social media has become a primary means of social interaction in the digital era. One of the most popular social media platforms today is TikTok. Recently, a new and popular feature emerged: TikTok's streak feature, symbolized by a flame icon that measures the consistency of its users' communication. This feature creates a dilemma: interactions are no longer driven by the desire to exchange meaningful information, but rather by maintaining the flame icon. Therefore, this study aims to analyze and describe how users' interpersonal communication and interpersonal relationships are affected through TikTok's streak feature. This study used a qualitative method with a phenomenological approach. The results show that in interpersonal communication, the streak feature, with its gamification mechanism, provides a pleasant communication experience through the exchange of content and support between users, but can also create communication pressure that triggers role imbalances. In interpersonal relationships, the streak feature plays a role in increasing intimacy through regular message exchanges and celebrations of streak achievements that strengthen a sense of togetherness. However, self-disclosure in communication tends to be limited and cannot replace the depth of face-to-face communication. Meanwhile, breaking a streak can create minor conflicts in communication but does not directly affect the sustainability of users' interpersonal relationships.

Keywords: *Interpersonal Communication, Interpersonal Relationships, Streak Feature, TikTok*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Interaksi sosial menjadi aspek penting dalam keberlangsungan hidup manusia. Salah satu bentuk interaksi paling mendasar adalah komunikasi interpersonal. Roem & Sarmiati (2019) mengartikan, komunikasi Interpersonal sebagai komunikasi tatap muka yang melibatkan dua orang atau lebih (hal. 1). Dalam bentuk komunikasi ini setiap partisipan memiliki kesempatan untuk secara langsung menangkap respon pesan verbal maupun non verbal yang disampaikan komunikator (hal. 1). Penyampaian pesan menggunakan simbol-simbol verbal berupa bahasa tertulis maupun lisan disebut komunikasi verbal (hal. 46). Apabila penyampaian pesan menggunakan simbol selain bahasa tertulis maupun lisan, seperti ekspresi wajah, gerak tubuh intonasi atau simbol-simbol lainnya maka disebut komunikasi nonverbal (hal. 56).

Tahapan lebih lanjut dari sebuah komunikasi tidak hanya soal menyampaikan informasi, melainkan akan melibatkan aspek perasaan dan sikap, aspek inilah yang kemudian membentuk ikatan antar individu atau yang disebut hubungan interpersonal (hal. 142). Pada tahap ini keterikatan psikologis dan kedekatan emosional berkembang dan perkembangannya turut memengaruhi kekuatan hubungan interpersonal (hal. 142).

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi saat ini memunculkan berbagai platform media sosial dan keberadaan internet dengan arus informasi yang cepat serta konektivitas tak terbatas kini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia sehari-hari. Data dari databooks.katadata.co.id pada tahun 2024, menunjukkan bahwa pengguna media sosial mencapai 191 juta dengan 167 juta diantaranya merupakan pengguna aktif media sosial (Panggabean, 2024, para 1). Beragam aktivitas dilakukan di media sosial, seperti berkomunikasi, berbagi, mencari hiburan atau informasi dan berbelanja daring (para 3). Angka ini membuktikan bahwa media sosial telah menjadi sarana utama interaksi sosial di era digital. Tidak hanya sekedar interaksi, media sosial juga dapat menjadi medium menjalin relasi oleh masyarakat saat ini, fitur-fitur yang disediakan media sosial memungkinkan individu

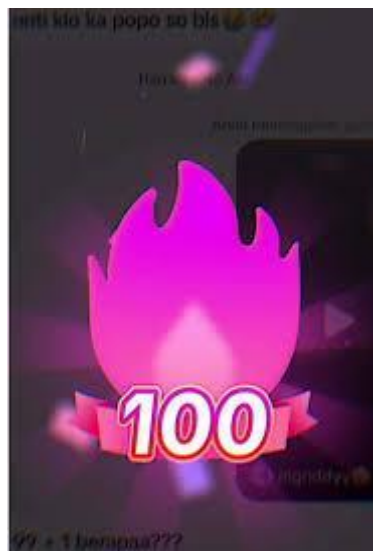
menjalin pertemanan dengan orang yang sudah dikenal, bahkan dengan orang baru (Marchellia & Siahaan, 2022, hal 5).

Salah satu platform media sosial paling terkenal saat ini adalah TikTok. Menurut laporan statistika pada agustus 2024 berjudul "*Countries with the largest TikTok audience as of July 2024*", Indonesia menduduki peringkat pertama pengguna TikTok terbanyak dengan 157,6 juta pengguna (Gina , 2024, para. 4). TikTok merupakan platform media kreatif digital yang memungkinkan pengguna tidak hanya mengonsumsi tetapi juga memproduksi dan mendistribusikan konten kreatif. Dengan format video pendek yang kreatif, TikTok menyediakan wadah bagi pengguna untuk berkreasi, berbagi, dan berinteraksi secara sosial (Suwarno, 2023, hal. 52). TikTok sebagai media sosial berfungsi tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai platform komunikasi yang memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi dan membangun relasi sosial (hal. 49). Pengguna dapat membuat dan membagikan video sehingga video tersebut dapat dilihat oleh siapa saja di platform TikTok (hal. 50). Para pengguna seringkali melakukan interaksi seperti itu, kemudian berupaya untuk mendapatkan pengikut, *like* atau komentar, bahkan memungkinkan untuk mendapatkan teman baru (hal. 50).

Seiring berkembangnya teknologi, platform digital terus memberikan inovasi baru, menghadirkan fitur-fitur interaktif dengan mekanisme *engagement* yang lebih canggih, salah satu inovasi fitur pada platform digital yang menunjukkan potensi saat ini adalah gamifikasi (Nugraha, Gunawan, & Istiharini, 2024, hal. 777). Taruli et al mendefinisikan gamifikasi sebagai penggunaan elemen dan mekanisme *game* ke dalam konteks *nongame* (hal. 777). Gamifikasi diimplementasikan dalam fitur platform melalui penerapan elemen menurut Teotónio dan Reis, yaitu poin, level, papan peringkat, tantangan dan hadiah (hal. 779). Beberapa platform di Indonesia yang telah menerapkan gamifikasi dalam fiturnya antara lain Gojek, Grab, Bilibili, Tokopedia dan masih banyak lagi (hal. 780). Eksplorasi penerapan gamifikasi dalam platform ini menunjukkan bahwa gamifikasi memberikan pengalaman yang menyenangkan dan bermanfaat (hal. 779). Salah satu penerapan mekanisme gamifikasi dalam platform media sosial saat ini ada di aplikasi Snapchat, yaitu fitur *streaks*. Fitur ini memunculkan visual ikon api dan angka yang menghitung jumlah hari pertukaran pesan dua arah oleh

pengguna, pesan dihitung hanya jika berupa snap, yaitu foto atau video dari kamera sendiri (Hristova, Dumit, Lieberoth, & Slunecko, 2020, hal. 1).

Baru-baru ini, muncul fitur baru yang sedang populer yaitu fitur *streak* dari Tiktok, yang dilambangkan dengan visual ikon api. Observasi terhadap tren *streak* menunjukkan bahwa beberapa pengguna berhasil mencapai *streak* hingga 50-100 interaksi berturut-turut (Prinada, 2024, para. 2). *Streak* atau runtutan terjadi jika pesan antara dua orang di fitur *direct message* terus berjalan (para. 6). *Streak* menjadi penanda visual dari komunikasi berkelanjutan antara dua pengguna. Secara konseptual, *streak* menjadi fitur yang mendorong konsistensi komunikasi melalui mekanismenya. Akan tetapi kehadiran fitur ini juga memunculkan diskusi baru. Terdapat potensi di mana interaksi tidak lagi didasari oleh keinginan untuk bertukar informasi berkualitas, melainkan hanya untuk mempertahankan ikon api semata.



Gambar 1.1 Fitur *Streak* TikTok

Sumber: <https://radarkediri.jawapos.com/teknologi/785617190/>

Fenomena ini kemudian memunculkan pertanyaan tentang bagaimana mekanisme fitur *streak* membentuk pengalaman para pengguna dalam berkomunikasi dan menjalin hubungan interpersonal secara digital. Meskipun berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji fenomena komunikasi interpersonal dan gamifikasi di media sosial, masih terdapat celah penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut. Penelitian oleh Hristova, Dumit, Lieberoth, & Slunecko (2020), serta Hristovia, Jovicic, Gobl, Freitas, & Slunecko (2022), berfokus pada fitur *streak* di Snapchat dan menemukan adanya

kecenderungan komunikasi yang bersifat tidak bermakna serta munculnya praktik metakomunikasi dalam mempertahankan *streak*. Akan tetapi, penelitian tersebut dilakukan pada platform Snapchat yang memiliki karakteristik berbeda dengan TikTok. Di sisi lain, penelitian terdahulu yang lain telah mengkaji mengenai TikTok dan media sosial, seperti penelitian oleh Susanti, Fadla, Hasibuan, Ajrina, & Azizah (2024), serta Marchellia & Siahaan (2022). Akan tetapi, penelitian tersebut masih membahas interaksi sosial secara umum, belum secara spesifik mengkaji fitur tertentu sebagai mekanisme yang mempengaruhi komunikasi interpersonal.

Berdasarkan hal tersebut, kemudian peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian berjudul “*Streak* TikTok dalam Pengalaman Pengguna Berkomunikasi dan Menjalin Hubungan Interpersonal”. Penelitian ini akan berfokus pada fitur *streak* TikTok sebagai fenomena baru dalam platform media sosial, dengan mengkaji mekanisme gamifikasi dalam konteks komunikasi interpersonal digital, serta penggunaan pendekatan pengalaman pengguna untuk memahami bagaimana fitur tersebut dimaknai dan memengaruhi kualitas hubungan interpersonal. Penelitian ini tidak hanya akan mereplikasi studi sebelumnya, tetapi juga mengembangkan kajian dengan menghadirkan identifikasi pada platform yang berbeda serta fokus analisis yang lebih spesifik pada mekanisme fitur dan pengalaman pengguna dalam komunikasi digital.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana komunikasi interpersonal pengguna melalui fitur *streak* TikTok?
2. Bagaimana hubungan interpersonal pengguna melalui fitur *streak* TikTok?

C. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis dan mendeskripsikan bagaimana komunikasi interpersonal pengguna melalui fitur *streak* TikTok
2. Menganalisis dan mendeskripsikan bagaimana hubungan interpersonal pengguna melalui fitur *streak* TikTok

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya referensi dan memberikan kontribusi pada pengembangan di bidang ilmu komunikasi, khususnya dalam ranah komunikasi interpersonal dalam media digital.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang bagaimana peran fitur *streak* dalam komunikasi digital sehari-hari, sehingga pengguna dapat lebih bijak dan sehat dalam berinteraksi di media digital.
- b. Bagi pengembang platform media sosial, penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merancang fitur-fitur media sosial di masa mendatang.

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Studi "*Snapchat streaks: How adolescents metagame gamification in social media*" oleh Dayana Hristova, Joe Dumit, Andreas Lieberoth dan Thomas Slunecko (2020 dari University of Vienna, Austria, University of California, Davis, USA dan Aarhus University, Denmark, mengkaji strategi remaja dalam mempertahankan skor di fitur Snapchat *streak*. Menggunakan metode kualitatif melalui wawancara, penelitian ini, menemukan bahwa fitur gamifikasi tersebut sangat mempengaruhi praktik komunikasi remaja, baik dari segi waktu maupun konten. Pesan yang dikirim seperti foto hitam kosong, foto rutin ucapan selamat pagi atau selamat malam, dan foto massal yang dikirim ke banyak teman sekaligus. Interaksi timbal balik antar pasangan *streak* yang terjadi ini semata-mata untuk mempertahankan *streak*, bukan komunikasi yang bermakna. Penelitian ini relevan karena sama-sama mengkaji konsep gamifikasi dan *streak* dalam komunikasi di media sosial. Penelitian terdahulu ini menemukan adanya ketegangan antara komunikasi bermakna dan sekedar memenuhi persyaratan gamifikasi dalam Snapchat *streak*. Di sisi lain, penelitian yang dilakukan penulis akan mengeksplorasi dinamika serupa dalam platform yang

berbeda yaitu Tiktok, melihat adanya perbedaan karakteristik dari kedua platform atau media komunikasi tersebut.

Penelitian lain berjudul "*Why did we lose our snapchat streak? Social media gamification and metacommunication*" oleh Dayana Hristova, Suzana Jovicic, Barbara Gobl, Sara de Freitas, dan Thomas Slunecko (2022), berasal dari University of Vienna, Austria dan University of London, UK. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana fitur Snapchat *streak* memengaruhi perilaku, komunikasi dan hubungan antar penggunanya. Metode yang digunakan yaitu kualitatif dan data dikumpulkan dengan wawancara. Hasilnya menemukan fitur *streak* menciptakan kewajiban yang membuat penggunanya sering melakukan metakomunikasi, yaitu komunikasi yang tujuannya untuk *streak* agar hubungan tetap terjaga. Terdapat tiga fase dalam penggunaan fitur *streak* yang memunculkan metakomunikasi, fase inisiasi (pengiriman pesan ajakan untuk memulai *streak*), fase pemeliharaan (mengirim pesan, mengingatkan, hingga berbagi akses akun untuk mempertahankan *streak*), fase kehilangan (klarifikasi tentang kehilangan dan diskusi terkait pemulihan *streak*). Penelitian ini dijadikan referensi karena kesamaannya meneliti fitur *streak* secara spesifik di platform media sosial. Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana Snapchat *streak* sebagai mekanisme gamifikasi mempengaruhi komunikasi dan hubungan antar pengguna, yang sejalan dengan fokus penelitian yang akan penulis lakukan. Penulis akan mengembangkan temuan ini dengan mengeksplorasi di platform dan tempat yang berbeda. Mencari tahu apakah perbedaan karakteristik platform atau media komunikasi memberikan hasil yang berbeda.

Penelitian terdahulu oleh Eka Susanti, Sarah Lailatil Fadla, Leni Hermita Hasibuan, Nadhilah Ajrina, dan Elvi Azizah (2024) berjudul "Analisis Interaksi Sosial Mahasiswa Pelanggan Aplikasi Tiktok". Penelitian ini berasal dari Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi bagaimana platform TikTok perannya sebagai media berinteraksi dan bagaimana hal itu berdampak pada interaksi sosial mahasiswa, sehingga dapat memberikan strategi penggunaannya yang lebih bijak. Ini merupakan penelitian kualitatif dan data yang dikumpulkan dengan wawancara. Hasilnya menemukan bahwa TikTok berfungsi sebagai media untuk proses interaksi, seperti menjalin pertemanan, menemukan

orang-orang dengan tujuan dan minat yang sama serta mendapatkan motivasi dari konten yang tersebar. Akan tetapi TikTok juga dapat berdampak negatif, seperti kurangnya interaksi sosial secara langsung. Penelitian terdahulu ini relevan karena membahas bagaimana media sosial TikTok membantu penggunanya dalam berhubungan dan berinteraksi, namun penelitian ini masih bersifat umum. Di sisi lain penulis akan melakukan penelitian yang lebih spesifik mengenai bagaimana mekanisme fitur *streak* pada TikTok dalam membentuk komunikasi dan hubungan interpersonal antar penggunanya.

Penelitian berjudul "Penggunaan Media Sosial dalam Hubungan Pertemanan" oleh Roro Irene Ayu Cahyaning Marchellia dan Chontina Siahaan (2022) dari Universitas Kristen Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan penjelasan mengenai bagaimana media sosial dapat digunakan untuk membangun hubungan pertemanan. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan data yang dikumpulkan dengan wawancara. Hasilnya menemukan bahwa media sosial dapat membantu untuk menemukan atau membangun hubungan pertemanan dengan orang baru maupun dengan orang yang sudah terlebih dahulu dikenal. Media sosial menyediakan fitur-fitur yang dapat membantu pengguna mencari teman baru dan memberikan dorongan kepada pengguna untuk mempererat hubungan pertemanannya. Penelitian ini dijadikan pedoman karena kesamaannya dalam membahas media sosial dan hubungan sosial pengguna. Penelitian yang akan dilakukan dapat mengembangkan temuan penelitian ini yang menyinggung tentang fitur dalam media sosial yang dapat mempererat hubungan. Penulis secara spesifik akan mengkaji fitur *streak* TikTok mengenai bagaimana pengaruhnya terhadap dinamika hubungan interpersonal penggunanya.

Penelitian terdahulu oleh Abdullah Farhan & Fhena Annisa (2025) dengan judul "Pola Komunikasi Interpersonal dalam Membangun Hubungan Pertemanan di Kalangan Mahasiswa Perantau Sumatera Selatan di Yogyakarta". Penelitian ini berasal dari Universitas Aisyiyah Yogyakarta dan Universitas Tanjungpura. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pola komunikasi interpersonal mahasiswa perantau dalam membangun pertemanan. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pengumpulan data dilakukan melalui

wawancara mendalam dan observasi. Hasilnya dari penelitian ini menunjukkan bahwa kelima aspek komunikasi efektif menurut DeVito, yaitu keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif dan kesetaraan diterapkan oleh mahasiswa. Setelah itu, komunikasi efektif yang terbentuk digunakan untuk memperkuat kedekatan dan menjalin interaksi yang harmonis. Ini memberikan bukti bahwa dalam membangun hubungan pertemanan, komunikasi interpersonal memiliki peran yang penting. Penelitian ini dipilih sebagai pedoman karena kesamaannya dalam mengkaji komunikasi interpersonal melalui pendekatan fenomenologi. Jika penelitian ini berfokus pada komunikasi interpersonal secara langsung, penulis akan berfokus untuk mengeksplorasi komunikasi interpersonal dalam konteks digital spesifik pada fitur *streak* TikTok.

2. Kerangka Teori

a. Komunikasi Interpersonal

Menurut M. Hardjana (dalam Aw, 2011) komunikasi interpersonal adalah jenis interaksi tatap muka yang melibatkan dua orang atau lebih sehingga pihak yang terlibat dapat menyampaikan, menerima, dan menanggapi pesan secara langsung satu sama lain (hal. 3). Sementara itu, DeVito mengartikan komunikasi interpersonal sebagai transmisi informasi dari satu individu ke individu lain atau kelompok, yang menghasilkan dampak tertentu dan membuka kesempatan untuk mendapatkan respons langsung dan cepat (hal. 4). Komunikasi interpersonal pada hakikatnya merupakan suatu proses proses pertukaran pesan yang melibatkan paling sedikit dua individu, baik secara langsung maupun tidak langsung, baik secara tertulis maupun tidak tertulis, yang memungkinkan respon segera (hal. 5-7). Berdasarkan definisi-definisi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa komunikasi interpersonal merujuk pada proses transaksional, pengiriman dan penerimaan pesan yang melibatkan dua orang atau lebih, baik langsung maupun tidak langsung, yang memungkinkan adanya respons atau umpan balik cepat.

Komunikasi interpersonal sendiri memiliki beberapa ciri-ciri, sebagai berikut (hal. 14-15):

- 1) Arus Pesan Dua Arah. Masing-masing pihak yang terlibat dalam komunikasi dapat menjadi pengirim maupun penerima pesan sepanjang interaksi berlangsung.
- 2) Suasana Nonformal. Komunikasi Interpersonal biasanya berlangsung dengan suasana yang santai, tidak terikat aturan formal atau tidak kaku.
- 3) Umpan Balik Segera. Umpan balik dapat diberikan segera secara langsung maupun tidak langsung melalui bentuk pesan verbal maupun nonverbal.
- 4) Peserta Komunikasi Berada dalam Jarak yang Dekat. Dalam hal ini, pihak yang terlibat dalam komunikasi berada pada jarak yang dekat. Jarak yang dekat bisa secara fisik seperti tatap muka atau jarak yang dekat secara psikologis seperti adanya keintiman dalam hubungan pihak-pihak yang terlibat.
- 5) Peserta Komunikasi Mengirim dan Menerima Pesan Secara Simultan dan Spontan, Baik Secara Verbal maupun Nonverbal. Pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi meningkatkan efektifitas pesan dengan menggunakan bentuk pesan verbal dan nonverbal secara bersamaan.

Seiring berkembangnya zaman, batas dalam komunikasi interpersonal telah bergeser dari interaksi tatap muka menjadi interaksi lewat media digital. Digitalisasi ini menciptakan ambiguitas, jika dahulu pemahaman pesan dapat dilakukan dengan mengamati aspek komunikasi nonverbal atau gestur lawan bicara secara langsung, kini komunikasi digital menggunakan simbol-simbol seperti emoticon atau stiker membuat pemahaman pesan lebih sulit (Roem & Sarmiati, 2019, hal. 205).

Terdapat sejumlah komponen penting dalam proses komunikasi interpersonal yang disampaikan oleh Suratno Aw (2011), sebagai berikut (hal. 7-9):

- 1) Komunikator. Individu yang perannya adalah sebagai pihak yang menciptakan, merancang, dan menyampaikan pesan.

- 2) *Encoding*. Ini merupakan proses yang menunjukkan aktivitas internal komunikator memilih simbol-simbol verbal maupun nonverbal dalam merancang pesan.
- 3) Pesan. Hasil dari proses *encoding*, terdiri dari sejumlah simbol verbal maupun nonverbal yang mewakili makna khusus dari komunikator untuk disampaikan kepada komunikan. Simbol verbal yaitu bahasa, baik secara lisan maupun tertulis, sedangkan simbol nonverbal yaitu isyarat di luar kata dan tulisan. Dalam penerapannya individu cenderung menggabungkan antara keduanya.
- 4) Saluran. Perantara yang digunakan dalam penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan. Saluran dapat bersifat langsung atau tatap muka, maupun tidak langsung seperti melalui platform digital, telepon atau surat.
- 5) Komunikan. Pihak yang menerima, menafsirkannya, dan menanggapi pesan yang disampaikan.
- 6) *Decoding*. Ini merupakan proses ketika komunikan mengubah simbol-simbol yang diterima menjadi makna yang dapat dipahami. Ini adalah proses internal atau terjadi dalam diri komunikan sendiri.
- 7) Respon. Reaksi atau tanggapan yang diberikan oleh komunikan terhadap pesan yang diterimanya, respon dapat bersifat positif, netral, maupun negatif.
- 8) Gangguan. Segala bentuk hambatan yang mengganggu proses pengiriman dan penerimaan pesan. Bisa bersifat fisik seperti kebisingan atau psikologis seperti perasaan cemas.
- 9) Konteks Komunikasi. Komunikasi selalu berlangsung dalam konteks tertentu yang terdiri dari tiga dimensi, yaitu ruang atau lokasi komunikasi, waktu atau kapan komunikasi dilakukan, dan nilai seperti norma sosial, budaya atau etika yang memengaruhi suasana komunikasi.

Menurut Devito (dalam Aw, 2011), efektivitas komunikasi interpersonal dapat diukur melalui lima aspek utama, yaitu (hal. 82-84):

- 1) Keterbukaan. Dimensi ini menunjukkan kesediaan individu untuk membuka diri terhadap orang lain, bukan berarti harus mengungkapkan semua informasi diri, tetapi lebih seperti menerima masukan dari orang lain, merespon secara jujur dan terbuka terhadap orang lain asalkan masih dalam batas kepantasan.
- 2) Empati. Dimensi ini menunjukkan kemampuan untuk masuk ke dalam posisi orang lain, memahami apa yang sedang dialami, perasaan atau sudut pandang mereka.
- 3) Sikap Mendukung. Sikap mendukung tampak dari perilaku yang tidak menghakimi, spontan, dan terbuka terhadap pandangan orang lain. Ini menciptakan suasana yang mendukung, bukan penuh penilaian atau evaluasi.
- 4) Sikap Positif. Dimensi ini ditunjukkan dalam bentuk sikap dan perilaku. Dalam bentuk sikap mencakup perasaan dan pandangan positif oleh pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi, sedangkan dalam bentuk perilaku yaitu melakukan tindakan yang relevan untuk terjadinya kerjasama.
- 5) Kesetaraan. Setiap pihak-pihak dalam komunikasi diakui memiliki nilai dan kontribusi yang penting dan saling memerlukan.

Kelima dimensi tersebut menjadi landasan penting dalam memahami apakah proses komunikasi antar individu berlangsung secara efektif dan berkualitas. Dalam penelitian ini, dimensi-dimensi tersebut digunakan untuk melihat dan mengukur bagaimana efektifitas dan kualitas komunikasi pengguna fitur *streak* TikTok.

b. Hubungan Interpersonal

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, ‘relasi’ berarti hubungan, perhubungan, atau pertalian. Istilah “relasi” mengindikasikan kualitas hubungan, seperti keakraban atau keamatan (Roem & Sarmiati, 2019, hal. 142). Hubungan interpersonal mencakup interaksi antarindividu yang bertujuan menciptakan rasa puas dan kebahagiaan bagi pihak yang terlibat (hal. 143). Menurut Pearson (dalam Wisnuwardhani & Mashoedi, 2012), Hubungan interpersonal

didefinisikan sebagai ikatan antara dua orang atau lebih yang saling bergantung dan menggunakan pola interaksi yang konsisten. Dari beberapa definisi tersebut diambil kesimpulan bahwa hubungan interpersonal dapat didefinisikan sebagai ikatan antara dua orang atau lebih yang saling berinteraksi atau bergantung sehingga memunculkan kebahagiaan dan kepuasan di antara pihak yang terlibat. Dalam hubungan interpersonal, interaksi tidak hanya sebatas penyampaian pesan, tetapi juga melibatkan aspek emosi atau perasaan (Roem & Sarmiati, 2019, hal. 142). Komunikasi dan hubungan memiliki hubungan timbal balik, di mana kualitas komunikasi menentukan kedalaman hubungan, sebaliknya kedekatan hubungan turut membentuk pola komunikasi antar individu (hal. 142).

Suratno Aw (2011) menguraikan beberapa ciri yang dimiliki hubungan interpersonal sebagai berikut (hal. 28-29):

- 1) Mengetahui Secara Mendalam. Ini berarti bahwa pihak-pihak yang terlibat dalam hubungan interpersonal saling memahami dan dekat secara personal satu sama lain.
- 2) Saling Memerlukan. Ini berarti dalam hubungan interpersonal sifatnya timbal balik, yaitu pihak-pihak yang terlibat saling membutuhkan dan mendapatkan manfaat dari interaksi yang terjalin.
- 3) Adanya Keterbukaan. Keterbukaan ini mencakup kesediaan untuk saling memahami bahwa setiap pihak-pihak yang terlibat memiliki sifat yang berbeda dan dapat menerimanya.
- 4) Kerja Sama. Dalam hubungan interpersonal tiap pihak-pihak yang terlibat memiliki kepentingan yang sama sehingga muncul semangat bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama.

Hubungan interpersonal sendiri berkembang melalui beberapa tahapan. Knapp (dalam Roem & Sarmiati, 2019) menjelaskan tahapan tersebut dimulai dari tahap pengenalan hingga tahap *bonding*, serta adanya kemungkinan mencapai tahap pengakhiran hubungan (hal. 152-154).

- 1) Tahap Pengenalan. Tahap ini merupakan fase awal ketika dua individu mulai berinteraksi. Umumnya berlangsung sangat singkat dan umumnya mencakup pertukaran sapaan, salam, atau basa-basi ringan.

- 2) Tahap *Experimenting*. Setelah pengenalan, individu mulai mencoba saling mengenal lebih jauh dengan bertanya atau mencari informasi. Pertukaran informasi ini menjadi bahan pertimbangan apakah hubungan tersebut layak dilanjutkan atau dihentikan.
- 3) Tahap *Intensifying*. Pada tahap ini, individu saling membuka diri (*self-disclosure*) dengan berbagi cerita, pengalaman, dan perasaan pribadi. Komunikasi menjadi lebih intens, tidak formal, dan disertai dengan meningkatnya rasa kedekatan emosional.
- 4) Tahap Integrasi. Di tahap ini, individu berusaha menjadi pasangan yang baik bagi pasangan relasinya. Mereka mulai menyatukan kesamaan-kesamaan mereka, dan terjadi pertukaran identitas.
- 5) Tahap *Bonding*. Tahap ini merupakan bentuk komitmen tertinggi dalam hubungan interpersonal. Relasi tidak lagi bersifat pribadi semata, tetapi mulai diakui secara sosial. Pada tahap ini, hubungan diikat oleh aturan, tanggung jawab, dan harapan yang disepakati bersama untuk menjaga keberlanjutan hubungan.

Selain tahap-tahap perkembangan hubungan, Knapp juga menjelaskan adanya proses kemunduran hubungan yang bisa terjadi yaitu:

- 6) Tahap Diferensiasi. Pada tahap ini, individu mulai menunjukkan bahwa dirinya ada dan berbeda dengan orang lain yang ada dalam hubungannya.
- 7) Tahap Pengakhiran. Ini adalah tahap di mana hubungan mulai berjarak, baik secara fisik maupun sosial. Akhir dari hubungan ini dapat terjadi secara positif yaitu berpisah dengan baik maupun negatif yaitu berpisah dengan konflik atau kesalahpahaman.

Terdapat beberapa variabel yang dapat menentukan sejauh mana kualitas dalam sebuah hubungan, variabel tersebut diantaranya (hal. 154-158):

- 1) *Self-disclosure*. Merupakan proses individu mengungkapkan informasi pribadi kepada orang lain, misalnya berupa fakta tentang dirinya yang umumnya tidak diketahui banyak orang. Jourard menyebutkan bahwa pengungkapan diri tidak terjadi secara satu arah melainkan dua arah atau timbal balik. Akan tetapi, menurut pendapat yang disampaikan oleh Ruppel

et al (dalam Marchellia & Siahaan, 2022), pengungkapan diri dengan bertemu secara langsung, dinilai lebih efektif dibanding dengan pengungkapan secara online atau melalui media sosial (hal. 3).

- 2) Keakraban. Tubbs dan Moss menjelaskan bahwa hubungan yang akrab ditandai oleh rasa kebersamaan, saling bergantung, saling percaya, komitmen, dan perhatian timbal balik. Keakraban tidak terjadi begitu saja, melainkan melalui usaha dan proses, misalnya dengan komunikasi yang berulang, saling menanggapi, dan keterlibatan emosional.
- 3) Afiliasi dan Komitmen. Menurut KBBI afiliasi berarti pertalian. Afiliasi menggambarkan kecenderungan seseorang untuk menjalin hubungan sosial dan berinteraksi dengan orang lain. Individu yang memiliki tingkat afiliasi tinggi cenderung bersahabat, aktif bergaul, dan menikmati kebersamaan. Komitmen adalah harapan akan berlanjutnya sebuah hubungan.
- 4) Dominasi, Status dan Kekuasaan. Setiap hubungan interpersonal terdapat dominasi. Hubungan bisa saja bersifat komplementer yaitu satu pihak dominan, yang lain mengalah, simetris yaitu keduanya sama-sama dominan atau sama-sama mengalah, maupun sejajar, yaitu gabungan dari keduanya dan dianggap paling ideal karena menunjukkan keseimbangan peran. Status adalah posisi seseorang terhadap orang lain, yang dimana ia memiliki daya untuk mengontrol. Kekuasaan dalam hubungan bukanlah sesuatu yang didapatkan, tetapi diberikan oleh pihak lain melalui penerimaan otoritas. Komunikasi yang baik akan menjelaskan batas-batas dominasi dan kekuasaan tersebut dalam sebuah hubungan dan menunjukkan kualitasnya.

Keempat dimensi tersebut kemudian akan digunakan dalam penelitian ini untuk memahami bagaimana kualitas hubungan interpersonal pengguna *streak* TikTok.

c. TikTok sebagai Media Komunikasi

Jingyi Wu (dalam Fan, Luo, & Wang, 2023) mengartikan TikTok sebagai platform untuk berbagi video pendek berdurasi 3 hingga 60 detik yang isi kontennya dibuat sepenuhnya oleh pengguna sendiri (*User-Generated*

Content) (hal. 227). TikTok memberikan ruang sosial bagi pengguna untuk saling berinteraksi dalam beberapa cara, termasuk memproduksi video, menonton, berbagi, dan mengomentari video yang dibuat oleh pengguna lain (hal. 227). TikTok memiliki algoritma *FYP (For Your Page)* yang memungkinkan penggunanya beradaptasi cepat dengan tren terbaru. Algoritma inilah yang kemudian membuat para penggunanya berlomba-lomba meningkatkan popularitas dengan berkreasi atau membuat konten yang mampu mendapatkan banyak *like*, komentar atau *share* (Abidin, 2020, hal. 79).

Kunci utama dalam memproduksi konten yang viral adalah pada penggunaan audio meme atau template suara yang sedang tren (hal. 80). Salah satu jenis audio yang sering digunakan adalah musik remix atau yang dikenal sebagai Jedag Jedug (JJ) (Simalango, et al., 2025, hal. 148). Audio ini memiliki *beat* yang keras dan repetitif, sehingga memberikan efek kejutan audio yang menarik perhatian banyak pengguna (hal. 148). Keberhasilan suatu konten juga sering kali ditentukan oleh penerapan transisi (Abidin, 2020, hal. 80). Gabungan antara audio dan teknik transisi inilah yang berperan penting dalam memicu viralitas (hal. 80). Di sisi lain, partisipasi para pengguna dalam mengikuti tren di TikTok ini juga memunculkan fenomena *FOMO* di kalangan pengguna remaja. Fahsy & Junaidi (2025) dalam penelitiannya menemukan bahwa pengguna TikTok kalangan Generasi Z merasakan adanya *FOMO* atau tekanan sosial untuk tidak tertinggal dari momen populer di platform TikTok (hal. 68).

Selain memungkinkan penggunanya untuk membuat dan membagikan konten video, TikTok memberikan kesempatan untuk penggunanya berinteraksi dengan pengguna lain melalui kolom komentar maupun *direct message* (Suwarno, 2023, hal. 51). Melalui fitur *direct message*, pengguna dapat saling berkomunikasi secara personal serta berbagi berbagai jenis konten, adapun fitur kolom komentar yang menciptakan interaksi dua arah antar pengguna dengan memberikan ruang bagi para pengguna untuk saling memberikan tanggapan dan umpan balik terhadap konten yang diunggah (hal. 51).

Komunikasi melalui platform TikTok dapat dikategorikan sebagai *Computer Mediated Communication (CMC)*. Menurut Walther (1992), *CMC* merupakan

proses komunikasi yang menggunakan media elektronik baik secara sinkron maupun asinkron (hal. 52). Jenis komunikasi ini dianggap minim isyarat nonverbal seperti ekspresi wajah atau nada suara, sehingga sering kali dianggap lebih kaku, cenderung lebih berfokus pada tujuan tertentu atau kurang personal dibandingkan komunikasi tatap muka (hal. 53). Akan tetapi, meskipun terdapat keterbatasan isyarat nonverbal, hambatan tersebut mampu diatasi melalui interaksi yang intens. Walther menjelaskan bahwa dalam *CMC*, komunikator dapat mengembangkan kesan individu yang mendalam terhadap orang lain melalui akumulasi pesan yang dikirimkan secara konsisten (hal. 52).

Yuni Suryani dan Yuliadi (dalam Susanti, Fadla, Hasibuan, Ajrina, & Azizah, 2024) menyatakan bahwa, TikTok berperan sebagai media sosial yang memengaruhi pola interaksi penggunaanya (hal. 95). TikTok berfungsi sebagai sarana hiburan, sarana mengakses konten edukatif, sebagai sumber informasi terbaru untuk mengikuti tren yang berkembang, serta wadah ekspresi yang mendorong pengguna untuk aktif berinteraksi (hal. 95). TikTok juga berfungsi sebagai media interaksi sosial yang memungkinkan pengguna untuk bersosialisasi, membangun hubungan dan memperluas pertemanan melalui kesamaan minat dan tujuan (hal. 95). Melalui interaksi dilakukan di TikTok memungkinkan pengguna mendapatkan motivasi dan dukungan psikologis melalui konten yang dibagikan oleh pengguna lain (hal. 95).

Lebih jauh lagi, interaksi sosial di platform TikTok tidak hanya terbatas pada platform itu saja. TikTok berfungsi sebagai jembatan komunikasi interpersonal lintas ruang. Penelitian oleh Fan, Luo, & Wang (2023) menemukan bahwa, selain berinteraksi melalui fitur *like*, komentar, dan *direct message*, pengguna lebih sering berinteraksi dengan berbagi video menarik ke temannya dan membicarakannya dalam komunikasi tatap muka, menjadikannya bagian dari percakapan sehari-hari (hal. 233).

Marchellia & Siahaan (2022) dalam penelitiannya menemukan bahwa, media sosial seperti TikTok berperan sebagai sarana komunikasi yang memudahkan individu dalam menjalin dan mempertahankan hubungan pertemanan, baik dengan orang yang telah dikenal maupun dengan individu baru (hal. 5).

Keberadaan berbagai fitur interaktif pada media sosial memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi secara intens dan berkelanjutan, sehingga hubungan sosial dapat tetap terjaga dan berkembang, selain itu juga membuka peluang terbentuknya hubungan pertemanan baru melalui interaksi yang dimediasi teknologi sosial (hal. 5).

d. Gamifikasi dalam Media Sosial

Burke (dalam Marisa, et al., 2020) menggambarkan gamifikasi sebagai penggunaan mekanisme permainan dan desain pengalaman untuk melibatkan dan memberikan motivasi orang secara digital agar mencapai target yang diinginkan (hal. 220). Menurut Stieglitz, Lattemann, Bissantz, Zarkenow & Brockmann gamifikasi adalah penggabungan mekanika permainan ke dalam lingkungan nonpermainan untuk memberikan nuansa permainan yang bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan, kesenangan dan kesetiaan pengguna (hal. 220). Menurut Koivisto dan Hamari, gamifikasi merujuk pada metode untuk mengubah perilaku pengguna melalui pengalaman seperti permainan yang dirancang dalam sistem informasi (hal. 221). Dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa gamifikasi merupakan penerapan desain atau mekanisme permainan yang memberikan pengalaman bermain untuk meningkatkan motivasi, keterlibatan atau mengubah perilaku pengguna untuk mencapai tujuan tertentu.

Gamifikasi juga dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan keterlibatan pengguna di media sosial. Bista et al (dalam Garcia, Rodrigues, Simões, & Fonseca, 2022) memberikan contoh jumlah tayangan YouTube, *like* Facebook, dan *like* Instagram sebagai statistik yang terkait dengan status, prestasi, kompetisi, dan penghargaan, semua ini termasuk ke dalam dinamika permainan. Menurut Lampe & Pellikka (dalam Hristovia, Jovicic, Gobl, Freitas, & Slunecko, 2022), fitur-fitur dengan penerapan gamifikasi digunakan oleh platform media sosial saat ini untuk melibatkan pengguna dan mendorong interaksi (hal. 1). Hamari et al menyatakan, dengan menambahkan tantangan, kendala, atau tindakan yang memberi penghargaan, gamifikasi memengaruhi

perilaku, komunikasi, dan hubungan pengguna dengan cara yang diinginkan oleh para kreator media sosial (hal. 1).

Menurut Teotónio dan Reis (dalam Nugraha, Gunawan, & Istiharini, 2024) terdapat lima elemen gamifikasi yang umum diterapkan (hal. 779), yaitu:

- a. Poin. Merupakan elemen dasar dalam gamifikasi yang diberikan ketika pengguna mencapai tindakan tertentu dalam permainan. Umumnya poin dapat ditukarkan dengan hadiah..
- b. Level. Merupakan elemen yang mengukur kemajuan atau progress pengguna dalam permainan. Ketika mencapai level yang semakin tinggi maka semakin banyak hadiah yang didapatkan.
- c. Tantangan atau misi. Merupakan elemen yang memberikan tugas atau tujuan khusus yang harus diselesaikan dalam permainan. elemen ini memungkinkan untuk memotivasi keterlibatan pengguna, karena umumnya ketika pengguna berhasil menyelesaikan tantangan atau misi, akan diberikan imbalan berupa poin atau hadiah.
- d. Papan peringkat. Elemen ini dapat memicu rasa persaingan dengan menampilkan peringkat pengguna berdasarkan poin, level atau pencapaian lainnya, sehingga pengguna termotivasi untuk mencapai peringkat yang lebih tinggi.
- e. Hadiah. Merupakan elemen seperti lencana, barang fisik, atau hak istimewa lainnya yang diberikan kepada pengguna atas pencapaiannya dalam permainan.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan fenomenologis. Moleong (dalam Nasution, 2023) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif dilakukan melalui deskripsi dalam bentuk bahasa dan kata-kata yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian secara utuh, seperti persepsi, perilaku, tindakan, motivasi dan lain-lain (hal. 34). Pendekatan fenomenologi merupakan metode di mana penelitian berusaha

mengungkapkan suatu fenomena berdasarkan pengalaman yang sesungguhnya dari informan atau sudut pandang mereka, terlepas dari pandangan subjektif peneliti (hal. 40).

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di kota Yogyakarta, dengan pengambilan data secara langsung atau offline melalui wawancara dengan informan. Adapun penelitian akan mulai dilaksanakan pada September 2025 – Desember 2025.

3. Informan Penelitian

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Ini merupakan metode pengambilan sampel yang bertujuan untuk memilih secara sengaja sampel berdasarkan kriteria tertentu agar disesuaikan dengan kebutuhan penelitian. Kriteria informan dalam penelitian ini adalah pengguna aktif TikTok berusia 13-28 tahun. Penetapan rentang usia tersebut didasarkan pada laporan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang menyatakan bahwa di Indonesia, TikTok lebih populer di kalangan anak muda terutama Generasi Z atau kelahiran tahun 1997–2012 (SA & Pertiwi, 2025).

Kriteria selanjutnya adalah pengguna *streak* yang telah menggunakan fitur ini selama lebih dari 200 hari. Kriteria ini ditetapkan dengan mempertimbangkan mekanisme fitur *streak*, yang menunjukkan adanya perubahan tampilan ikon api ketika telah mencapai skor tertentu. Ketika sudah mencapai skor 200 hari, perubahan tersebut telah mencapai tingkat tertinggi, sehingga pengguna yang berada di atas durasi tersebut dapat dianggap telah melalui seluruh tahapan mekanisme *streak* dan memiliki pengalaman yang lebih mendalam.

Jumlah informan dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak lima orang, sesuai dengan pendekatan kualitatif yang menekankan pada kedalaman data bukan kuantitasnya. Kelima informan tersebut sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan adalah @masapliii, @caramelrachiatho, @aliefiany, @quitesophie dan @ytlard. Dalam penelitian ini, identitas informan tidak menggunakan nama asli, melainkan

username akun TikTok masing-masing informan. Ini bertujuan untuk menjaga privasi identitas informan, menyesuaikan dengan keinginan para informan.

4. Pengumpulan Data

- a. Wawancara. Dalam pengumpulan data penelitian ini akan melakukan wawancara tidak terstruktur dengan informan. Ini merupakan jenis wawancara bebas di mana peneliti tidak menggunakan panduan wawancara yang terstruktur secara sistematis untuk mengumpulkan data. Panduan yang digunakan hanya mencakup garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Teknik ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin menggali pengalaman pengguna TikTok secara mendalam dan memberikan kebebasan bagi informan untuk bercerita tanpa batasan pertanyaan yang kaku. Selain itu, adanya kedekatan antara peneliti dan informan mendukung terciptanya suasana wawancara yang terbuka dan nyaman, sehingga informan lebih mudah menyampaikan pandangan dan pengalamannya secara jujur.
- b. Observasi. Penelitian ini akan melakukan observasi dengan meninjau interaksi interpersonal yang dilakukan melalui *direct message* TikTok informan yang dilakukan selama periode *streak* masing-masing informan.
- c. Studi Dokumen. Untuk melengkapi informasi dalam penelitian ini akan memanfaatkan jurnal dan buku terdahulu sebagai sumber dokumen yang relevan dengan topik yang dibahas.

5. Sumber Data

- a. Data Primer. Hasil wawancara dan observasi yang dilakukan kepada informan merupakan data primer dari penelitian ini.
- b. Data Sekunder. Untuk melengkapi informasi dan memperkuat hasil temuan, penulis menggunakan data sekunder yang diperoleh dari jurnal terdahulu dan sumber-sumber bacaan di internet.

6. Tahap Penelitian

- a. Tahap Persiapan. Tahap penelitian ini diawali dengan kegiatan persiapan, yaitu merumuskan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian, lalu menyusun kerangka teori, serta melakukan studi literatur mengenai. Pada tahap ini peneliti juga menyusun pedoman wawancara, serta menentukan dan melakukan perekrutan informan sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan.
- b. Tahap Pengumpulan Data. Setelah persiapan selesai, peneliti memasuki tahap pengumpulan data. Proses ini dilakukan melalui wawancara tidak terstruktur untuk menggali pengalaman informan dalam penggunaan fitur *streak* secara mendalam. Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi terhadap interaksi informan dalam *direct message*, serta melengkapi data melalui studi dokumentasi berupa jurnal atau sumber ilmiah terkait.
- c. Tahap Pengolahan dan Analisis Data. Data yang diperoleh kemudian diolah melalui proses reduksi, kategorisasi dan penyajian, lalu dianalisis. Reduksi dilakukan untuk memilih data yang relevan dengan fokus penelitian, kemudian data dikelompokkan ke dalam tabel kategorisasi berdasarkan kata kunci yang ada dalam wawancara, disesuaikan dengan kategori dan tematisasinya. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk tabel dan uraian naratif agar pola dan temuan dapat terlihat secara jelas dan dianalisis dengan menghubungkannya pada teori dan penelitian terdahulu yang digunakan untuk memahami pengalaman komunikasi dan menjalin hubungan interpersonal informan melalui fitur *streak*.
- d. Tahap Penarikan Kesimpulan. Tahap akhir penelitian ini adalah penyusunan kesimpulan dan penulisan laporan. Kesimpulan dirumuskan berdasarkan hasil analisis untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Seluruh rangkaian proses kemudian disusun secara sistematis ke dalam bentuk skripsi sesuai pedoman penulisan dan arahan dosen pembimbing.

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Aplikasi TikTok

TikTok pertama kali diluncurkan di China pada September 2016 oleh Perusahaan ByteDance dan menjadi terkenal di sana, setelah itu pada tahun berikutnya perusahaan tersebut meluncurkan versi globalnya (Curry, 2025, para. 1). Pada awal peluncurannya TikTok merupakan platform berbagi konten video pendek, terutama untuk konten video menari dan *lip sync*, setelah itu TikTok berkembang menjadi lebih luas ranah kontennya dan dapat digunakan oleh semua jenis pengguna (para. 2). Berkat peluncuran aplikasi tersebut ke pasar global, TikTok sekarang berkembang pesat menjadi salah satu aplikasi yang paling banyak digunakan di dunia (para. 5).

Berdasarkan laporan oleh We Are Social dan Meltwater pada Juli 2025, Indonesia telah menembus angka 194,37 juta pengguna yang menempatkannya menjadi negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia (Pau, 2025, para. 2). Hal ini memperlihatkan bahwa TikTok memiliki peran besar sebagai media digital utama masyarakat Indonesia.

1. TikTok dengan Fitur-Fitur Interaktifnya

TikTok memiliki berbagai fitur yang memungkinkan para penggunanya untuk berinteraksi secara aktif dan membangun komunikasi dua arah antar pengguna. TikTok menyediakan berbagai fitur interaktif seperti, komentar, *like*, *share*, story, live dan lain sebagainya (Alamsyah & Sudrajat, 2025, hal. 272). Beragam fitur yang disediakan TikTok ini turut mempengaruhi proses penyebaran pesan atau informasi di platform tersebut (hal. 272).

- a. Komentar. Fitur komentar merupakan bentuk komunikasi terbuka yang memungkinkan interaksi antara kreator konten dengan audiens. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk memberikan tanggapan langsung terhadap konten yang dilihat. Komentar berfungsi sebagai ruang dialog dan percakapan dua arah dalam konteks publik.

- b. *Like, Share & Save*. Walaupun terlihat sebagai interaksi ringan, *like, share & save* memiliki makna komunikasi nonverbal. *Like* dengan simbol *love* menunjukkan bahwa pengguna menikmati atau menyukai konten. Selanjutnya, *share* memungkinkan pengguna untuk menyebar konten ke sesama pengguna TikTok maupun ke platform lain. *Save*, sama dengan *like* yang menunjukkan bentuk ketertarikan pengguna terhadap konten, bedanya fitur ini memungkinkan pengguna menandai konten tertentu agar dapat dilihat kembali di kemudian hari.



Gambar 2.1 Fitur *Like, Comment, Save & Share*

- c. *Stories*. Fitur ini memungkinkan pengguna membagikan foto atau video singkat yang akan hilang secara otomatis setelah 24 jam dan dapat dilihat oleh pengikut melalui profil, pesan masuk/ *inbox*, dan *feed*. Dalam fitur ini pengguna dapat berinteraksi melalui komentar atau balasan, dan reaksi atau emoji.
- d. *Live Streaming* dan *Live Chat*. TikTok *Live* memungkinkan pengguna berkomunikasi secara *real-time* melalui video dan teks. Komunikasi terjadi dua arah, kreator dapat berbicara kepada penonton, sementara penonton dapat berinteraksi melalui *live chat*, mengirimkan hadiah virtual, maupun memberikan *like* secara langsung saat *live* berlangsung.
- e. *Hashtag*. *Hashtag* adalah fitur kategorisasi konten yang membantu pengguna menemukan video berdasarkan topik tertentu. *Hashtag* memungkinkan pesan disampaikan dalam berbagai jenis atau kriteria, dan menyebar sesuai klasifikasi

yang sama. Fitur ini menciptakan ruang bagi terbentuknya kelompok pengguna berdasarkan minat yang sama.

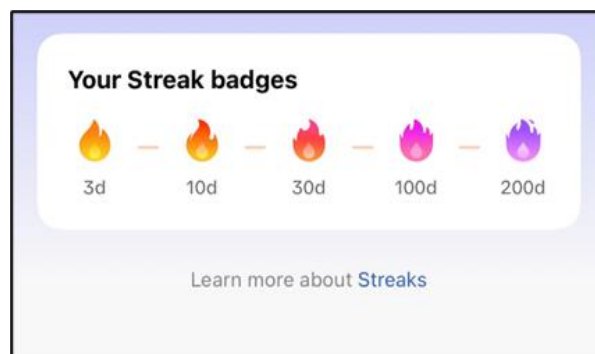
- f. *Direct Message*. Merupakan ruang komunikasi personal dalam TikTok. Melalui fitur ini, dua pengguna dapat berkomunikasi dua arah atau saling berbagi pesan dalam berbagai bentuk maupun berbagi berbagai jenis konten.

B. Fitur *Streak* TikTok

Streak merupakan salah satu fitur yang berada di *direct message* TikTok. *Streak* muncul ketika dua pengguna, baik melalui *direct message* maupun dalam *group chat*, saling mengirim pesan selama tiga hari berturut-turut. *Streak* ditampilkan dalam bentuk ikon api yang disertai angka jumlah hari komunikasi beruntun antara pengguna, muncul di sebelah nama akun pengguna. Ketika kedua pengguna saling mengirim pesan setiap hari tanpa terputus, angka *streak* akan terus bertambah, tetapi jika salah satu tidak merespons dalam batas waktu 24 jam, *streak* akan terputus atau hilang.

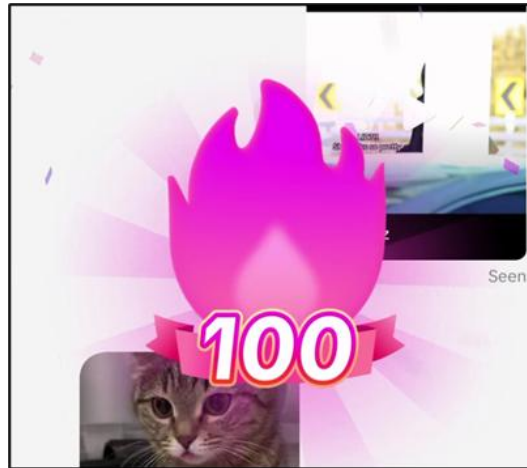
1. Karakteristik Fitur *Streak*

- a. Ikon Api. Sebagai representasi visual, ikon api melambangkan hubungan yang aktif. Ikon api ini akan berwarna abu-abu jika interaksi dua arah dalam *direct message* belum terjadi dan akan muncul warna tertentu jika interaksi dua arahnya sudah terjadi. Lencana atau simbol api akan berubah warna tergantung levelnya (3 hari, 10 hari, 30 hari, dan per 100 hari). Warna oranye untuk level awal (3-10 hari), warna akan berubah kemerahan ketika mencapai level yang lebih tinggi (30 hari), dan akan berubah keunguan untuk level yang lebih tinggi lagi (100-200 hari).



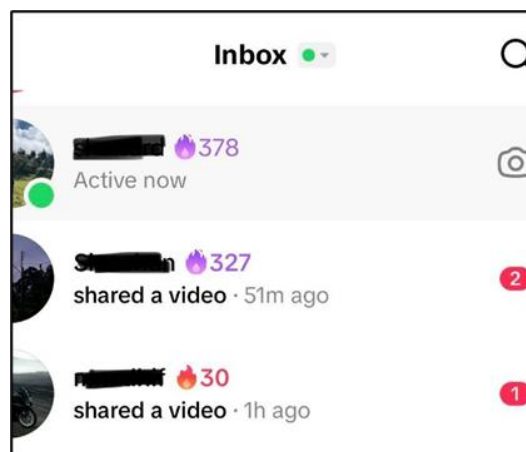
Gambar 2.2 Ikon Api

Setiap *streak* mencapai level 3 hari, 10 hari, 30 hari, dan per 100 hari, akan muncul animasi visual api bergerak dan berubah warna di *room chat*.



Gambar 2.3 Animasi *Streak*

- b. Hitungan Hari (Angka). *Streak* juga menampilkan angka di samping ikon api yang menunjukkan jumlah hari komunikasi beruntun yang berlangsung.



Gambar 2.4 Angka *Streak*

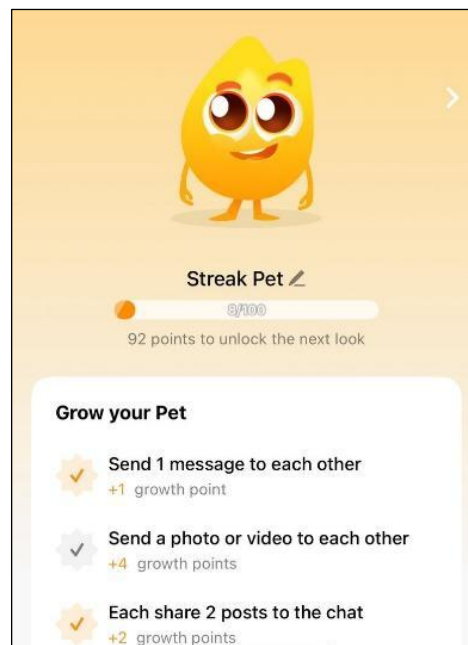
Sumber: tangkapan layar informan 1

- c. Kontinuitas. *Streak* akan berlanjut selama kedua pengguna saling mengirim pesan terus menerus tanpa terputus dalam jangka waktu minimal satu kali per hari.
- d. Konsekuensi Hilang. Ketika *streak* terputus, angka akan kembali ke nol dan *streak* akan menghilang. Akan tetapi, TikTok menyediakan mekanisme pemulihan *streak* yang hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu 48 jam

setelah *streak* tersebut terputus. Kesempatan memulihkan *streak* dibatasi setiap bulannya, dan apabila *streak* berhasil dipulihkan, angka jumlah hari *streak* akan kembali seperti sebelum *streak* terputus.

2. Fitur Tambahan *Streak*

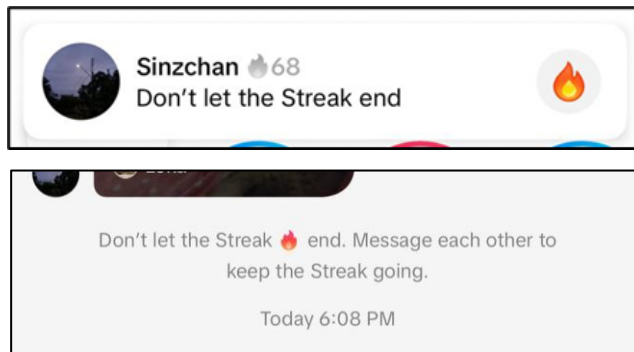
- a. *Streak Pet*. TikTok juga menyediakan fitur tambahan berupa *streak pet*, yaitu karakter virtual yang dapat diberi nama dan dipelihara bersama oleh dua pengguna atau oleh anggota *group chat* selama mereka memiliki *streak* aktif. *Streak pet* dapat dibuka setelah pengguna memperoleh *streak*, dan hanya dapat dipertahankan jika *streak* tersebut tetap aktif. Pengguna dapat melakukan berbagai tugas seperti saling berkiriman pesan, postingan dan foto atau video untuk menumbuhkan *pet*. Sama seperti *streak* biasa, *streak pet* juga akan berubah tampilan visualnya ketika mencapai level yang lebih tinggi. Apabila *streak* terputus, maka *streak pet* juga akan hilang dan hanya dapat kembali jika *streak* berhasil dipulihkan. Fitur ini bersifat opsional, pengguna tidak wajib memilikinya.



Gambar 2.5 *Streak Pet*

- b. *Streak Notification*. Fitur ini berfungsi sebagai mekanisme pengingat dan akan muncul ketika *streak*, hampir terputus, atau telah terputus, sehingga memberi

sinyal kepada pengguna mengenai status *streak* mereka. TikTok memberikan fleksibilitas bagi pengguna untuk mengatur notifikasi terkait *streak*. Pengguna dapat mengaktifkan atau menonaktifkannya.



Gambar 2.6 *Streak Notification*

- c. *Streak Recap*. Pengguna akan mendapatkan *streak recap* dalam bentuk visual angka jumlah pesan yang dikirim dan jumlah hari pertemanan, dengan animasi api yang berjalan yang berjalan serta profile picture akun pengguna di dalam visual rekapitulasinya. *Streak* recap ini bisa didapatkan setiap *streak* mencapai lencana (level 3 hari, 10 hari, 30 hari, dan per 100 hari) dan dapat dibagikan melalui *story* TikTok.



Gambar 2.7 *Streak Recap*

Sumber: tangkapan layar informan 1

BAB III

TEMUAN

Bab ini berisikan pemaparan dari temuan data hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap lima informan pengguna fitur *streak* TikTok. Pemaparan bersifat deskriptif dan disusun ke dalam tema-tema tertentu secara sistematis.

A. Proses Pengumpulan Data dan Profil Informan

Penelitian ini melibatkan lima informan yang dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya. Seluruh informan merupakan pengguna aktif platform TikTok yang secara rutin menggunakan fitur *streak* selama lebih dari 90 hari. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara secara tatap muka dengan masing-masing informan di lokasi yang telah disepakati bersama. Setiap wawancara berlangsung selama kurang lebih 15-40 menit dan dilakukan dalam suasana yang informal atau santai agar informan dapat menyampaikan pandangannya secara terbuka. Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi terhadap aktivitas komunikasi informan melalui fitur *direct message*, observasi ini memakan waktu kurang lebih 60 menit untuk memahami pola komunikasi yang terjadi secara lebih mendalam setelah adanya fitur *streak*.

Berdasarkan hasil wawancara, seluruh informan mengaku merupakan pengguna aktif fitur *streak* TikTok dengan durasi penggunaan yang cukup lama, yaitu sekitar satu hingga dua tahun. Jumlah *streak* tertinggi yang dimiliki para informan berada pada kisaran 300 hingga lebih dari 500 hari. Temuan ini menunjukkan bahwa fitur *streak* tidak hanya digunakan sementara saja, melainkan dipertahankan secara konsisten dalam jangka waktu yang panjang dan telah menjadi bagian dari komunikasi sehari-hari pengguna.

Kelima Informan mengungkapkan bahwa *streak* hanya dijalin dengan orang-orang yang sudah memiliki kedekatan hubungan sebelumnya, seperti teman dekat, pasangan, dan keluarga. Akan tetapi, pengalaman berbeda juga dialami oleh Informan 2 dan 3. Mereka mengungkapkan bahwa terdapat juga pengalaman menjalin *streak* dengan kenalan baru.

Adapun profil singkat informan penelitian yang mencakup *username*, jumlah *streak* tertinggi yang dimiliki, serta hubungan apa yang dimiliki dengan pasangan-pasangan *streaknya*, disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 3.1 Profil Informan

No.	<i>Username</i>	Umur/Status	Banyak <i>streak</i> yang dijaga	<i>Streak</i> terbanyak	Dengan siapa Membuat <i>streak</i>
1.	@massapliii	22 tahun/ Mahasiswa	13 <i>streak</i>	350 hari	Teman dekat dan pasangan
2.	@caramelrachiatho	21 tahun/ Mahasiswa	14 <i>streak</i>	477 hari	Teman dekat, keluarga, kenalan baru
3.	@aliefiany	22 tahun/ Mahasiswa	13 <i>streak</i>	300 hari	Teman dekat, keluarga, pasangan, kenalan baru
4.	@quietsophie	22 tahun/ Mahasiswa	6 <i>streak</i>	518 hari	Teman dekat
5.	@ylatrd	22 tahun/ Mahasiswa	6 <i>streak</i>	360 hari	Teman dekat dan pasangan

Selain wawancara dan observasi, peneliti juga melakukan dokumentasi dalam proses pengumpulan data sebagai bagian dari catatan lapangan. Dokumentasi ini bertujuan untuk memperkuat kredibilitas penelitian serta menunjukkan bahwa proses pengumpulan data dilakukan secara langsung. Berikut dokumentasi kegiatan wawancara yang dilakukan peneliti dengan informan penelitian.





Gambar 3.1 Dokumentasi Wawancara

B. Motivasi dan Pemaknaan Penggunaan terhadap Platform TikTok dan Fitur *Streak*

1. Ketertarikan Pengguna terhadap Platform TikTok

Ketertarikan informan terhadap media sosial TikTok dipengaruhi oleh kemudahan interaksi serta jenis-jenis konten yang ditawarkan. Dari segi tampilan, platform TikTok dianggap memiliki tampilan yang mempermudah interaksi, Informan 1 memberikan contoh cara mengirim konten di TikTok yang dinilai fleksibel karena dapat dilakukan dengan dua cara sederhana. Informan 2 menilai, fitur-fitur yang tersedia di platform TikTok juga memberikan kemudahan untuk berinteraksi, khususnya berbagi konten. *“Kalau dari saya sendiri lebih suka UInya, cocok saja untuk saya, misalnya untuk berbagi konten itu mudah”* (masapliiii, 2025).

Informan 2 memberikan tambahan bahwa karakteristik konten yang tersedia di platform TikTok juga menjadi daya tarik tersendiri. Menurutnya, konten-konten di TikTok memiliki durasi yang singkat sehingga mudah dimengerti penontonnya. Konten-kontennya pun dinilai lebih mengikuti tren dibanding media sosial lainnya. *“TikTok itu fitur-fiturnya mudah. Kontennya juga menurut saya durasinya pendek, membuat saya mudah mengerti, dan lebih mengikuti tren”* (caramelrachiatho, 2025). Informan 5 juga sepakat dengan hal ini, baginya platform TikTok sering memunculkan tren-tren baru dan menyebar dengan cepat dan itu menjadi daya tarik tersendiri.

Masih dalam hal konten, Informan 3 dan 4 sepakat bahwa ketertarikan pada platform TikTok dipicu oleh berbagai macam konten yang disediakan, baik

konten-konten acak maupun konten lain, semua dianggap ada. *"Karena saya bisa berbagi berbagai macam video. Di TikTok terdapat bermacam-macam algoritma. Jadi seperti semua video ada"* (aliefiany, 2025)

2. Motivasi Penggunaan Fitur *Streak*

Hasil wawancara menunjukkan bahwa penggunaan fitur *streak* pada TikTok didorong oleh motivasi yang berbeda-beda pada setiap Informan. Sebagian besar motivasi penggunaan fitur *streak* dipengaruhi oleh fenomena *FOMO*. Seperti pada Informan 2, 3 dan 4, mereka sepakat bahwa motivasi awal penggunaan fitur *streak* didorong oleh rasa *FOMO* (*fear of missing out*). Fitur *streak* yang sedang tren dan banyak digunakan pengguna TikTok memicu ketertarikan para Informan, sehingga memberikan dorongan untuk ikut mencoba agar tidak merasa tertinggal. *"Awal tren streak TikTok saya sudah tahu orang pada membuat api. Jadi saya seperti, bisa dibilang kemarin FOMO"* (caramelrachiatho, 2025).

Selain faktor *FOMO*, daya tarik visual juga dapat menjadi faktor pendorong atau motivasi terhadap penggunaan fitur *streak*. Seperti yang diungkapkan Informan 3 bahwa tampilan ikon api dan animasi dalam fitur *streak* dianggap sebagai sesuai yang lucu dan menyenangkan sehingga menarik minat untuk menggunakannya. . *"...sejujurnya ketertarikan awal saya muncul karena rasa FOMO, karena terlihat seru, seperti adanya ikon api. Selain itu, animasinya juga lucu..."* (aliefiany, 2025).

Pengalaman berbeda diceritakan oleh Informan 1, ia mengaku pengalamannya dalam penggunaan *streak* bermula secara tidak disengaja. Pada awalnya, *streak* muncul akibat aktivitas saling berkirim pesan terus menerus selama tiga hari. Setelah itu, Informan memutuskan untuk mempertahankannya karena tampilan visualnya yang dianggap menarik. Aspek warna dan visual *streak* menjadi daya tarik utama yang mendorong keberlanjutan penggunaan fitur ini, meskipun tidak ada niat khusus sejak awal untuk membuat *streak*. *"Awalnya, saya tidak berniat memulai streak, namun karena sering mengirim pesan, tiba-tiba aktif sendiri. Setelah itu, saya teruskan saja karena tampilan warnanya yang ungu terlihat keren"* (masapliii, 2025).

Selain faktor visual dan *FOMO*, motivasi menggunakan *streak* juga muncul karena rasa senang dan hiburan yang didapatkan dalam pengalaman penggunaan fitur tersebut. Informan 5 mengungkapkan bahwa aktivitas saling berkiriman pesan secara rutin untuk menjaga *streak* tetap menyala dianggap sebagai pengalaman yang seru meskipun dilakukan tanpa konteks yang jelas. Melihat ikon api yang menyala menjadi daya tarik tersendiri baginya. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh informan 5, "*Sejujurnya, hal tersebut terasa seru, seperti setiap hari saling mengirimkan video tanpa konteks yang jelas, sehingga kita senang ketika melihat ikon apinya menyala*" (ylatrd, 2025).

3. Pemaknaan Pengguna terhadap Fitur *Streak*

Seiring dengan penggunaannya, fitur *streak* kemudian dimaknai secara beragam oleh para Informan. Informan 1 menganggap *streak* sebagai indikator pengukur seberapa sering interaksi. Pandangan serupa disampaikan oleh Informan 2 yang memaknai *streak* sebagai penanda seberapa sering dan sejauh mana interaksi terjalin dengan seseorang. Bagi Informan 2, keberhasilan mempertahankan *streak* dalam jangka waktu tertentu bukan hanya sekedar menunjukkan keberhasilan dalam menjaga kontinuitas komunikasi saja, melainkan dapat memberikan rasa bangga tersendiri baginya. "*Iya, tanda seperti 'kita sudah sejauh ini berkomunikasi dengan orang ini'. Kalau misalnya bisa mempertahankan streak TikTok ini, ada rasa bangga tersendiri*" (caramelrachiatho, 2025).

Warna dan angka pada *streak* tidak hanya menunjukkan durasi komunikasi, tetapi juga dianggap sebagai bentuk pencapaian yang dapat diperlihatkan kepada orang lain. Informan 1 mengungkapkan, "*...Saya suka karena ada warnanya saja. Seperti ungu, ada pink, ada orange, lalu angka di belakangnya. Lebih seperti, terkadang itu bisa untuk pamer juga ke teman-teman lain*" (masapliii, 2025).

Bahkan informan 2 menceritakan adanya perayaan langsung ketika *streak* mencapai jumlah hari tertentu, seperti 100 atau 200 hari. Perayaan tersebut disebut dengan 'Perayaan Api' yang dilakukan dengan membeli kue dan lilin kemudian menyalaakannya. Dari perayaan tersebut dibuat sebuah konten yang kemudian

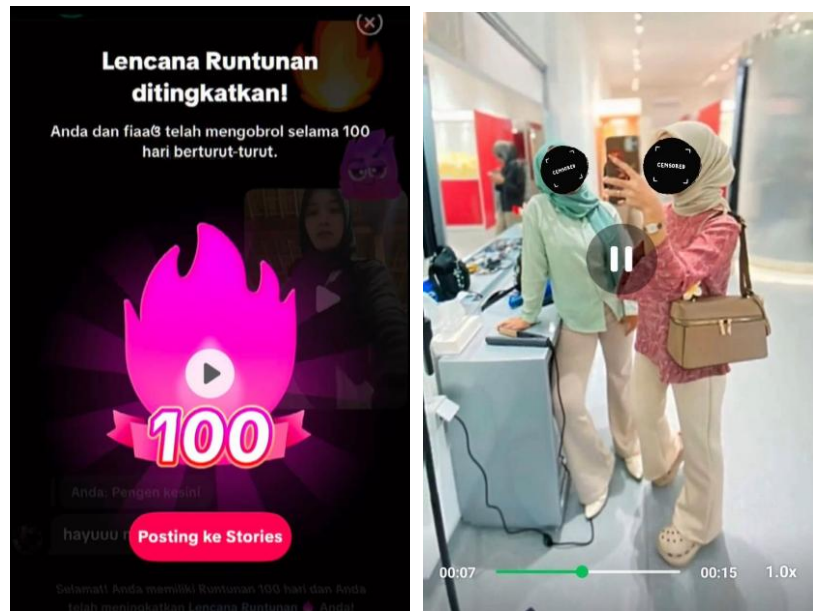
dibagikan melalui sosial media. “...*Saya pernah. Jadi, kemarin sepertinya streak TikTok ke-100 atau ke-200... Lalu, saya membeli kue kecil. Ternyata ada lilinnya juga, lalu saya membuat video JJ. Perayaan api kalau orang biasanya bilang.*” (caramelrachiatho, 2025)



Gambar 3.2 Perayaan *Streak*

Sumber: Informan 2

Hal serupa terkait perayaan juga ditemukan pada wawancara Informan lain. Informan 3 juga mengungkapkan ketika *streak* mencapai kelipatan 100, ada perayaan berupa pembuatan video JJ atau jedag-jedug yang kemudian diposting di media sosialnya. Video ini menampilkan alur visual dari jumlah *streak* yang telah dicapai, kemudian bertransisi ke foto atau cuplikan video pengguna bersama pasangan *streak*nya dan diiringi dengan audio remix atau yang biasa disebut dengan jedag-jedug.



Gambar 3.3 Video JJ Perayaan *Streak*
 Sumber: Informan 3

Masih dalam hal perayaan, observasi menunjukkan informan 3 dan 1 juga melakukan perayaan yang lebih sederhana seperti memposting *streak* recap ke dalam story.



Gambar 3.4 Story *Streak Recap*
 Sumber: Informan 3

Selain sebagai simbol pencapaian, *streak* juga dimaknai sebagai fitur yang mampu menambah kedekatan dan menjaga intensitas komunikasi antar pengguna. *Streak* dipandang sebagai bentuk misi atau tanggung jawab bersama yang mendorong komunikasi dilakukan secara rutin setiap hari. Seperti yang diungkapkan oleh Informan 3, "*Menurut saya fitur streak itu fitur yang menambah kedekatan antar teman. Karena streak itu harus dinyalakan setiap hari dan ada misinya juga, saling berkirim pesan, berkirim foto atau video...*" (aliefiany, 2025).

Pemaknaan yang sama juga disampaikan oleh Informan 5, ia mengibaratkan *streak* sebagai api yang harus dijaga oleh dua orang atau dalam sebuah kelompok, sehingga mendorong percakapan menjadi lebih intens dan beragam. Aktivitas ini dianggap sebagai sesuatu yang menyenangkan. "*Menurut saya, fitur streak itu seperti membuat api yang dijaga oleh dua orang atau grup. Tujuannya agar percakapan kita itu intens, setiap hari ada interaksi, seperti mengirim video. Rasanya seru*" (ylatrd, 2025).

Berbeda dengan yang lain, Informan 4 memandang *streak* secara lebih negatif yaitu sebagai beban dalam komunikasi. Kewajiban untuk menjaga *streak* justru menimbulkan tekanan tersendiri, apalagi ketika informan lupa menyalakan *streak* dan mendapat respon berlebihan seperti spam panggilan telepon dari pihak lain. "*Rasanya beban sebenarnya. Karena sering lupa, dan kalau lupa akan dispam telfon*" (quietsophie, 2025).

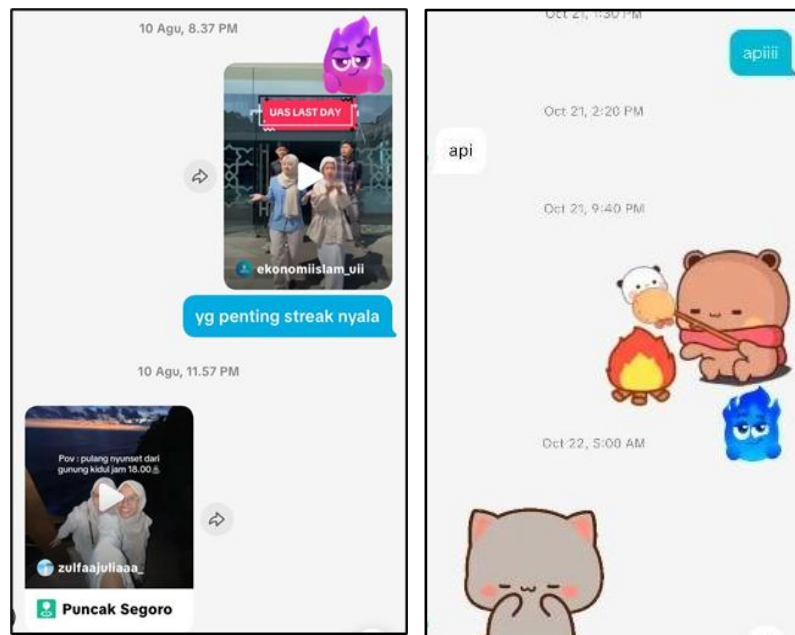
Dalam beberapa kasus, *streak* juga memengaruhi cara pengguna memersepsikan kedekatan hubungan. Pada sebagian besar Informan kecuali informan 3, memandang bahwa tingkatan *streak* sebagai salah satu indikator kedekatan dengan seseorang. "*Kalau menurut saya, iya. Karena nilai kedekatan kita dengan orang dapat diukur melalui streak TikTok*" (caramelrachiatho, 2025). Semakin tinggi tingkat *streak* dengan seseorang, maka hubungan dipandang semakin dekat.

C. Peran *Streak* terhadap Pengalaman Komunikasi Interpersonal Pengguna

1. Bentuk dan Isi Pesan dalam Komunikasi *Streak*

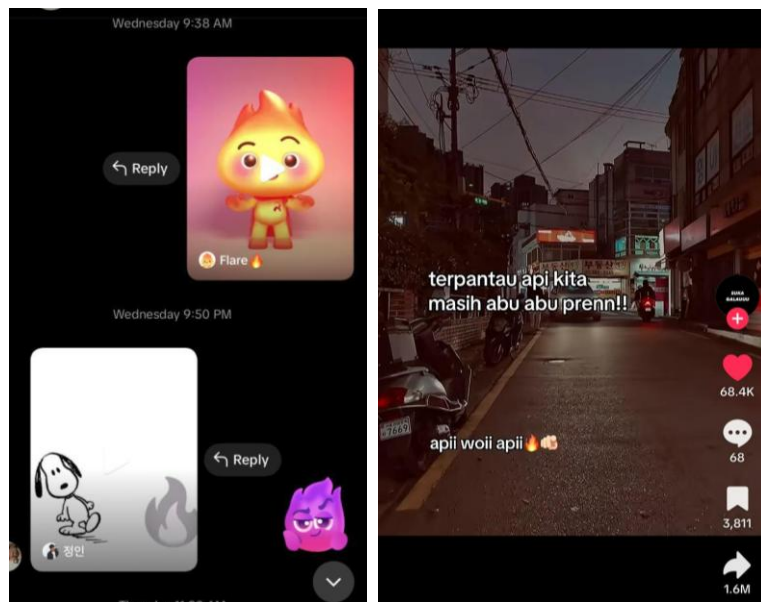
Hasil observasi menunjukkan bahwa dalam mempertahankan *streak* TikTok, bentuk pesan didominasi dengan pesan-pesan yang singkat atau bersifat praktis. Kelima informan memperlihatkan bentuk pesan yang paling sering digunakan adalah pengiriman video konten. Selain video, para informan juga memanfaatkan bentuk pesan praktis lain seperti *sticker*, emoji, foto, *voice note*, serta teks.

Sementara itu, isi pesan yang dikirimkan cenderung beragam dan dapat dikategorikan ke dalam beberapa jenis utama. Pertama, pesan yang dikirim tanpa konteks tertentu, hanya untuk menjaga keberlangsungan *streak*, seperti konten acak, teks singkat, atau pengiriman stiker.



Gambar 3.5 Isi Pesan dalam Komunikasi *Streak* 1
Sumber: tangkapan layar *direct message* informan 3 dan 4

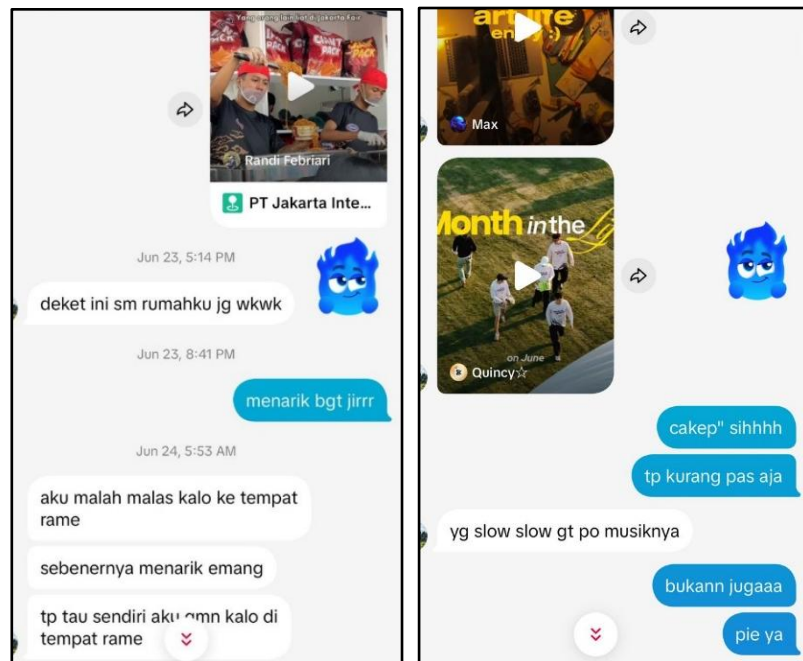
Jenis isi pesan ini juga sering diwujudkan dalam bentuk konten khusus yang memang dibuat untuk mengingatkan *streak*. Umumnya berisi teks, visual, atau audio berupa ajakan kepada pengguna lain agar tidak lupa menyalakan *streak*. Keberadaan konten pengingat ini tidak terlepas dari tren penggunaan *streak* yang sedang populer di kalangan pengguna TikTok, sehingga konten-konten serupa banyak diproduksi dan disebar.



Gambar 3.6 Konten Pengingat *Streak*

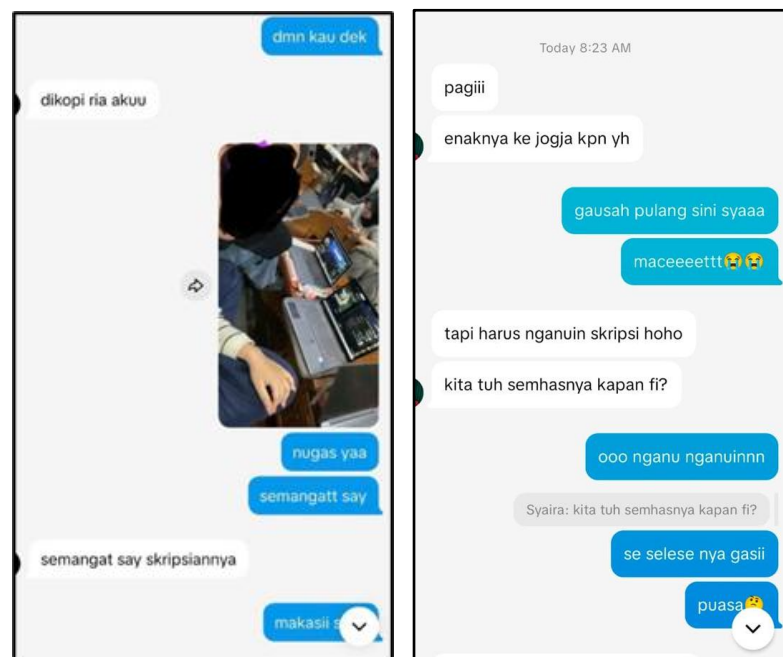
Sumber: tangkapan layar *direct message* informan 5 dan postingan akun TikTok @_ridhokrnwn

Kedua, pesan berupa konten yang relevan dengan lawan bicara, seperti video yang berkaitan dengan hobi, kondisi, atau pengalaman pribadi pasangan *streak*. Jenis isi pesan seperti ini seringkali memicu reaksi berkelanjutan dalam percakapan. Misalnya yang ada pada percakapan Informan 1 dan 5. Pesan yang diawali dari pengiriman konten video kemudian memicu respon berupa opini, preferensi, maupun pengalaman pribadi pengguna, seperti ketertarikan terhadap suatu tempat yang diikuti dengan pernyataan ketidaknyamanan terhadap kondisi tertentu. Sementara itu dalam percakapan lainnya ditemukan pertukaran pesan yang berisi penilaian terhadap konten, seperti komentar terhadap visual atau musik, yang kemudian berkembang menjadi diskusi ringan.



Gambar 3.7 Isi Pesan dalam Komunikasi *Streak* 2
 Sumber: tangkapan layar *direct message* informan 1 dan 5

Ketiga, isi pesan dalam komunikasi *streak* ada juga yang menunjukkan adanya pertukaran pesan yang bersifat kontekstual.



Gambar 3.8 Isi pesan dalam Komunikasi *Streak* 3
 Sumber: tangkapan layar *direct message* informan 2 dan 3

Misalnya pada gambar tersebut, percakapan oleh Informan 2 menunjukkan adanya isi pesan berupa pengungkapan informasi pribadi, seperti keberadaan dan aktivitas yang sedang dilakukan. Sementara itu, pada Informan 3 ada juga percakapan yang diawali dari sapaan ringan dan kemudian berkembang menjadi pembahasan terkait aktivitas sehari-hari, seperti pengerjaan tugas atau skripsi. Pesan yang dikirimkan juga mencakup ungkapan dukungan dalam bentuk teks singkat, seperti pemberian semangat kepada lawan bicara.

2. Keberadaan *Streak* dalam Komunikasi Interpersonal Pengguna

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, keberadaan fitur *streak* TikTok terbukti membentuk pola komunikasi yang ditandai oleh peningkatan frekuensi interaksi dalam pengalaman semua Informan. Fitur *streak* mendorong komunikasi berlangsung secara rutin setiap hari karena adanya dorongan untuk mempertahankan *streak* yang telah terbentuk. Seperti yang disampaikan oleh Informan 2, "*Frekuensi komunikasinya menjadi intens, berlangsung setiap hari. Karena kita ingin mempertahankan streak*" (caramelrachiatho, 2025).

Keberadaan *streak* juga berperan sebagai motivasi dalam berkomunikasi. Informan 1 mengungkapkan bahwa tanpa adanya *streak*, minat untuk berkirim pesan cenderung menurun. Ini memperlihatkan bahwa *streak* berfungsi sebagai pemicu eksternal yang mendorong pengguna untuk tetap berkomunikasi, seperti yang diungkapkan oleh informan 1, "*Terkadang kalau tidak ada streaknya, ada rasa malas untuk menjawab pesan*" (masapliii, 2025).

Selain meningkatkan motivasi berkomunikasi, hasil wawancara juga menunjukkan bahwa *streak* mempermudah proses membangun keakraban antar pengguna. Informan 3 menjelaskan, awal kemunculan *streak* dalam komunikasi memberikan rasa senang, kemudian memberikan alasan untuk terus berkirim pesan. Seiring berjalannya waktu, pertukaran pesan yang dilakukan untuk *streak* dapat berkembang dan memperkuat kedekatan antar pengguna.

Menurut saya, dengan adanya *streak* ini mempermudah orang akrab dan berkomunikasi. Karena awalnya *streak* menyala itu saja kita senang, seperti 'Oh sudah ada *streaknya* nih, artinya seterusnya bisa kita terus berkirim pesan'. Dari situ, semakin intens kita bertukar pesan dengan orang tersebut... (aliefiany, 2025)

Mekanisme *streak* yang mengharuskan penggunaanya untuk terus bertukar pesan menjadikan fitur ini juga berperan dalam memulai komunikasi. Dalam situasi ketika tidak ada komunikasi yang berlangsung, keberadaan *streak* seringkali memicu salah satu pihak untuk mengirim pesan sebagai pengingat. Ini memperlihatkan bahwa *streak* berfungsi sebagai pemicu terjadinya komunikasi. Hal tersebut seperti yang diungkapkan oleh Informan 4, "*Jadi kalau sedang tidak ada percakapan, pasti nanti ujung-ujungnya ada untuk mengingatkan streak itu*" (quietsophie, 2025)

Semua Informan setuju bahwa *streak* juga membuat komunikasi terasa lebih seru dan tidak monoton. Komunikasi dalam *streak* tidak hanya berisi pesan singkat, tetapi dapat berkembang menjadi percakapan yang lebih panjang karena topiknya relevan dan beragam. Keberagaman topik ini seringkali dipicu oleh konten yang dibagikan, maupun cerita-cerita acak yang berkembang selama komunikasi berlangsung. Seperti yang disampaikan oleh Informan 2, "*Menurut saya, karena adanya streak TikTok, komunikasi lebih tidak datar. ada saja yang diperbincangkan bisa karena video tadi, atau dari cerita-cerita acak*" (caramelrachiatho, 2025).

3. Kedalaman dan Makna Komunikasi dalam *Streak*

Meskipun fitur *streak* mendorong terjadinya komunikasi secara rutin, kedalaman dan makna komunikasi yang terjalin tidak selalu sama pada setiap pengalaman komunikasi Informan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa makna dan kedalaman komunikasi bergantung pada konteks pesan yang dikirimkan. Informan 2 mengungkapkan bahwa dirinya berkomunikasi bukan semata-mata hanya untuk mempertahankan *streak* saja. Pesan yang dibagikan bukan pesan acak, melainkan pesan yang relevan dengan lawan bicara. "*Bukan hanya untuk mengirim konten-konten acak. Video-video yang dikirim relevan, bukan sekedar kita mau mempertahankan api saja*" (caramelrachiatho, 2025)

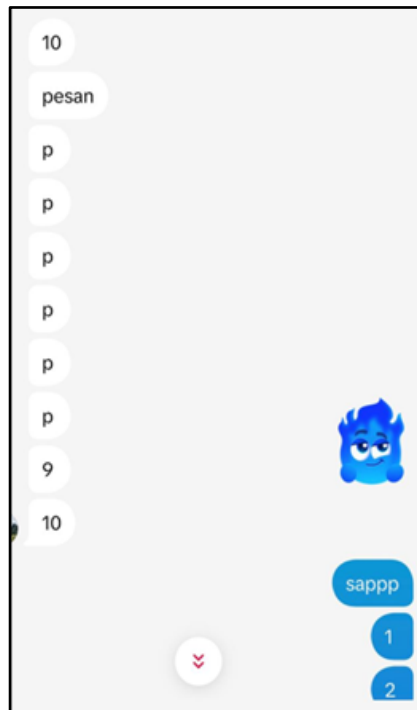
Pada kondisi tertentu, pesan bisa saja hanya dikirim untuk kewajiban menjaga *streak* sehingga tidak memunculkan percakapan lanjutan. Sebaliknya, ketika topik pesan yang dibagikan dirasa relevan, komunikasi dapat berkembang menjadi lebih luas. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Informan 1, "*Kalau saya, bergantung pada topiknya.*

Ada yang hanya untuk menyalakan streak saja. Ada yang menyalakan streak itu topiknya relevan, karena itu percakapan bisa kemana-mana" (masapliii, 2025).

Selain konteks pesan, tingkat kedekatan hubungan juga turut menjadi faktor yang mempengaruhi kedalaman komunikasi yang terjalin. Informan 3 mengungkapkan bahwa komunikasi dengan fitur *streak* menjadi lebih intens dan bermakna apabila dilakukan dengan orang yang memiliki hubungan yang dekat. Dalam hubungan yang sudah dekat, komunikasi tidak hanya berhenti pada pengiriman video semata, melainkan dapat berkembang menjadi percakapan yang lebih mendalam "...menurut saya bergantung pada seberapa dekat saya dengan teman saya. Kalau misalnya dekat. Itu komunikasinya benar-benar intens, tidak hanya sekedar mengirim video saja..". (aliefiany, 2025).

Sebaliknya, Informan 4 dan 5 mengungkapkan bahwa komunikasi yang terjadi pada pengalaman mereka hanya bermakna fungsional untuk mempertahankan *streak* tanpa makna lain dan berlangsung komunikasi berlangsung singkat. Bagi Informan, hal yang penting adalah menjaga ikon api tetap menyala, sehingga kedalaman pesan tidak menjadi prioritas utama. Seperti yang disampaikan Informan 5 sebagai berikut, "*Biasa saja, tidak yang begitu bermakna, yang penting apinya menyala saja...*" (ylatrd, 2025).

Hasil observasi juga mendukung temuan tersebut. Dalam beberapa interaksi, Informan 1 dan 5 memperlihatkan bahwa mereka terkadang mengirim banyak pesan singkat hanya demi menumbuhkan *pet streak* tanpa adanya kedalaman dalam komunikasi yang terjadi. Seperti yang diketahui bahwa *pet streak* dalam fitur tambahan *streak* juga memberikan berbagai misi untuk perkembangan *pet* agar visualnya dapat berubah. Misi yang didapatkan kedua informan saat itu adalah mengirim 10 pesan, sehingga terlihat para informan saling berkirim 10 pesan tidak bermakna seperti mengirim angka 1-10 atau 1 huruf beruntun.



Gambar 3.9 Komunikasi Fungsional
Sumber: tangkapan layar *direct message* informan 1

4. Keberlanjutan Komunikasi Pengguna *Streak*

Hasil wawancara menunjukkan bahwa penggunaan fitur *streak* tidak hanya berdampak pada interaksi di dalam platform TikTok saja, *streak* bahkan juga berkontribusi terhadap keberlanjutan interaksi di luar ruang TikTok. Semua informan memiliki pengalaman yang sama, mereka mengungkapkan bahwa percakapan yang bermula dari pengiriman konten untuk mempertahankan *streak*, seperti konten rekomendasi tempat wisata, konten olahraga, konten terkait hobi, konten hiburan atau konten-konten lainnya dapat memicu pembahasan lanjutan yang lebih luas, tidak terbatas pada konteks *streak* saja. Keberlanjutan komunikasi ini bisa saja terjadi di platform lain bahkan memicu komunikasi secara langsung. Seperti yang diungkapkan oleh Informan 2 sebagai berikut.

Pernah juga berpindah ke *WA*, ke komunikasi langsung juga pernah. Misalnya, mengirim tempat baru di Yogyakarta, lalu saat bertemu langsung seperti, ‘ayolah kita ke sana!’. Setelah itu, kita mengatur waktu dan kemudian langsung mengunjungi tempat tersebut. (caramelrachiatho, 2025)

D. Dimensi Utama Komunikasi Interpersonal dalam Pengalaman Pengguna Fitur *Streak*

Sub bab ini memaparkan bagaimana proses komunikasi berlangsung di antara pengguna fitur *streak* melalui lima dimensi efektivitas komunikasi interpersonal menurut DeVito.

Tabel 3. 2 Dimensi Efektifitas Komunikasi Interpersonal

Informan	Keterbukaan	Empati	Sikap Saling Mendukung	Sikap Positif	Kesetaraan
1	✓	x	✓	✓	✓
2	✓	✓	✓	✓	✓
3	✓	✓	✓	✓	✓
4	x	✓	✓	x	x
5	✓	x	✓	✓	x

1. Dimensi Keterbukaan

Berdasarkan dimensi keterbukaan, hasil temuan menemukan bahwa dalam pengalaman sebagian besar Informan, yaitu Informan 1, 2, 3, dan 5 menunjukkan adanya keterbukaan dalam komunikasi. Mereka menyatakan bahwa keterbukaan tersebut biasanya muncul dalam bentuk respon yang mengungkapkan pengalaman pribadi. Informan 3 mengatakan bahwa dirinya cenderung terbuka ketika orang lain terlebih dahulu membagikan cerita atau pengalaman pribadinya, sehingga keterbukaan muncul sebagai bentuk timbal balik dalam komunikasinya. “*Kalau orang lain bercerita duluan ke saya, baru saya terbuka*” (aliefiany, 2025).

Bahkan, Informan 2 mengungkapkan bahwa dalam pengalamannya fitur *streak* dianggap dapat meningkatkan keterbukaan dalam komunikasi. Meskipun dirinya sudah memiliki keterbukaan sebelumnya karena lawan bicaranya merupakan teman dekat, keberadaan *streak* mendorong keterbukaan yang lebih tinggi. Pesan atau konten relevan yang dikirimkan untuk menjaga *streak* menjadi pemicu bagi Informan untuk menjawab dengan jujur atau berbagi pengalaman pribadi ke lawan bicaranya.

Saya membuat *streak* dengan teman-teman dekat. Sebenarnya, sebelum itu pun saya sudah terbuka dengan mereka. Ditambah lagi adanya *streak*

TikTok, menurut saya menjadi semakin terbuka. Seperti misalnya, ketika ada yang terasa relevan, saya akan menyampaikannya secara blak-blakan kepada mereka. (caramelrachiatho, 2025).

Akan tetapi, keterbukaan dalam komunikasi tidak hanya dipengaruhi oleh keberadaan fitur *streak*, Informan 1 menegaskan bahwa keterbukaan yang terjadi pada pengalamannya lebih dipengaruhi oleh kedekatan hubungan. “Kebanyakan terbuka karena yang membuat *streak* dengan saya adalah orang yang memiliki hubungan dekat” (masapliii, 2025).

Keterbukaan tidak selalu muncul dalam seluruh pengalaman komunikasi informan. Informan 4 mengungkapkan bahwa komunikasi yang terjalin dalam pengalamannya tidak memperlihatkan keterbukaan. Komunikasi yang terjadi hanya sebatas pengiriman respon singkat untuk mempertahankan *streak*, bahkan ia mengaku jarang merespon pesan dari temannya.

2. Dimensi Empati

Dalam dimensi empati, hasil wawancara menunjukkan adanya perbedaan tingkat dan bentuk empati yang ditunjukkan para Informan dengan pasangan *streak* mereka. Informan 2 dan 3 menunjukkan adanya yang cukup kuat dalam komunikasi mereka. Empati tersebut ditunjukkan melalui kepekaan dan kepedulian terhadap kondisi dan perasaan teman *streak*nya, yang kemudian ditunjukkan melalui pengiriman konten yang sesuai untuk kondisi atau perasaan teman *streak*nya.

Kalau menurut saya iya, kami sudah peka satu sama lain. Jadi, terkadang, saya tahu ketika suasana hatinya sedang tidak baik atau sedang merasa galau. Saya akan mengirimkan konten yang relevan dengan keadaannya. Balasannya seperti, dia tahu bahwa saya peduli dengannya. Saya sendiri mengirimkan hal tersebut karena memang peduli padanya. Begitu pula sebaliknya. (caramelrachiatho, 2025)

Bentuk empati yang berbeda ditunjukkan oleh Informan 4. Empati dalam pengalamannya tidak diwujudkan dalam bentuk konten, melainkan dalam bentuk memahami situasi teman *streak*. Ia menceritakan ketika temannya sedang dalam kondisi sibuk, dirinya tidak akan mempermasalahkannya jika *streak* pada akhirnya terputus. Sikap ini menunjukkan adanya empati dalam bentuk toleransi atau

pengertian terhadap kondisi lawan bicara. "*Ada empati. Misalnya ketika sedang sibuk, streak mati tidak apa-apa, nanti tinggal dipulihkan saja*" (quietsophie, 2025).

Akan tetapi, pengalaman komunikasi dengan fitur *streak* tidak selalu memunculkan empati. Komunikasi melalui *direct message* TikTok juga dinilai memiliki keterbatasan dalam dimensi ini. Informan 1 dan 5 menceritakan, pada pengalaman komunikasinya tidak selalu memungkinkan mereka untuk mengetahui kondisi atau perasaan lawan bicara. Informan 5 mengungkapkan, interaksi yang terjadi biasanya bersifat acak dan tidak disertai dengan informasi yang cukup untuk memahami perasaan lawan bicaranya. "...karena kita kalau misalnya berkirim pesan lewat DM TikTok itu tidak selalu tahu perasaan mereka. Jadi seperti, mengirim pesan secara acak saja..." (ylatrd, 2025).

3. Dimensi Sikap Saling Mendukung

Berdasarkan hasil wawancara, semua informan mengungkapkan adanya dimensi sikap saling mendukung dalam pengalaman komunikasinya. Dimensi ini ditunjukkan dalam bentuk yang berbeda-beda. Pada pengalaman informan 1 dan 2, sikap saling mendukung ditunjukkan melalui pengiriman video konten yang sesuai dengan kondisi atau kebutuhan teman *streak*nya. Dukungan diwujudkan dalam bentuk yang sederhana, seperti memberikan pengingat atau dorongan agar lawan bicara tetap menjaga kesehatannya atau memberikan motivasi yang dapat membantu lawan bicara menghadapi kesulitannya.

Kadang-kadang, jika videonya relevan iya. Misalnya, kita tahu itu tidak pernah minum, kita kirim video yang relevan tentang dehidrasi dan kita ingatkan. Lalu terkadang ada teman yang malas mengerjakan skripsi, kami bagikan referensi-referensi *AI* yang dapat membantu penyusunan skripsi, agar dia kembali bersemangat dan tidak merasa malas. (masapliii, 2025)

Bentuk dukungan berbeda terlihat dalam pengalaman Informan 3, 4 dan 5. Pada pengalaman mereka, sikap saling mendukung justru diwujudkan melalui dorongan atau pemberian semangat untuk bersama-sama terus saling mempertahankan *streak*. Ini memperlihatkan dukungan lebih berfokus pada menjaga keberlangsungan interaksi dari pada isi pesan yang mendalam. "*Ya, sering-sering. Ayo api, api, api!, Jangan sampai mati!*" (ylatrd, 2025).

4. Dimensi Sikap Positif

Hasil wawancara menunjukkan bahwa keberadaan fitur *streak* pada sebagian besar informan memberikan pengalaman komunikasi yang positif. Informan 1 dan 5 mengungkapkan bahwa konten yang dibagikan untuk mempertahankan *streak* dinilai relevan, inspiratif, dan mampu memberikan semangat. Pesan yang dikirim tidak hanya berfungsi untuk menjaga *streak* tetap aktif, tetapi juga memberikan suasana positif ke lawan bicaranya seperti pengiriman konten-konten inspiratif dan konten-konten yang relevan dengan kehidupan pasangan *streak*nya. Hal ini seperti yang diungkapkan Informan 5, "*Sangat positif, Terkadang kami bahkan juga saling mengirimkan quotes-quotes yang menginspirasi agar bersemangat dalam menjalani perkuliahan, atau konten yang berkaitan dengan kehidupan*" (ylatrd, 2025).

Pandangan serupa juga disampaikan oleh Informan 2 dan 3. Keduanya menilai bahwa komunikasi yang terjalin karena keberadaan fitur *streak* terasa menyenangkan dan berlangsung tanpa adanya tekanan. Interaksi yang terjadi bersifat santai dan memberikan kenyamanan. Bahkan dalam beberapa situasi konten yang dikirim untuk mempertahankan *streak* justru menjadi sumber motivasi dan penyemangat dalam menjalani aktivitas sehari-hari. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Informan 2. "*...sejauh ini merasa nyaman, lalu tidak ada tekanan, tidak ada rasa tidak nyaman, karena senang, dibuat menyenangkan saja sebenarnya streak TikTok. Terkadang juga streak TikTok bisa menjadi penyemangat...*" (caramelrachiatho, 2025).

Akan tetapi, tidak semua Informan merasa pengalaman komunikasi karena keberadaan fitur *streak* sebagai pengalaman yang positif. Informan 4 memiliki pandangan yang berbeda dan merasa bahwa keberadaan *streak* justru memberikan pengalaman komunikasi yang negatif. Kewajiban untuk terus mempertahankan komunikasi dirasakan sebagai beban, sehingga memunculkan rasa tertekan dalam komunikasi yang dijalani. Informan 4 menyatakannya sebagai berikut, "Iya, tertekan" (quiet sophie, 2025)

5. Dimensi Kesenjangan

Dimensi kesetaraan dalam penelitian ini dilihat dari keseimbangan peran antar pengguna dalam memulai dan menjaga komunikasi. Hasil wawancara

mengungkapkan bahwa mayoritas komunikasi para informan berlangsung seimbang atau setara. Hal ini tampak dari pengalaman Informan 1, 2 dan 3, yang menunjukkan kedua pihak sama-sama aktif dalam memulai komunikasi serta saling mengingatkan untuk menjaga *streak* tetap menyala. Informan 2 menjelaskan bahwa siapapun yang lebih dahulu memiliki kesempatan, seperti yang bangun lebih awal atau yang melihat *streak* belum dinyalakan, akan berinisiatif untuk mengirim pesan atau mengingatkan terlebih dahulu.

Sejauh ini seimbang. Menurut saya, kebanyakan setara, dalam arti sama-sama mau mempertahankan api. Terkadang, ketika teman saya bangun lebih dulu, dia yang lebih dahulu mengirim pesan seperti 'api-api'. Namun, jika saya yang bangun lebih dulu atau dia belum mengirim pesan, saya juga dapat menjadi pihak yang lebih dahulu mengirimkan 'api-api'. (caramelrachiatho, 2025)

Akan tetapi kesetaraan tidak selalu muncul dalam setiap pengalaman informan. Pada beberapa kasus, salah satu pihak cenderung lebih aktif dalam memulai komunikasi. Hal inilah dialami oleh Informan 4 dan 5. Informan 4 mengungkapkan pihak lain yang lebih aktif mengambil peran, sebaliknya Informan 5 merasa dirinya adalah yang lebih aktif dalam memulai komunikasi atau mengingatkan *streak*. Informan 5 menjelaskan, "*Biasanya saya. Saya yang lebih sering, pagi-pagi sudah membagikan video TikTok, yang seperti mengingatkan api, atau mengirimkan emoji*" (ylatrd, 2025).

Informan 1 memberikan tambahan, ia mengungkapkan bahwa dalam pengalaman komunikasinya terkadang muncul perilaku mengingatkan secara berlebihan oleh pihak lain dan hal tersebut dianggap sebagai sesuatu yang mengganggu. Ini menunjukkan bahwa perilaku komunikasi yang terlalu intens dalam menjaga fitur *streak* dapat mengurangi kenyamanan dan merusak kesetaraan dalam komunikasi. "*Tapi kalau lebih sering mengingatkan ada. Terkadang mengganggu, karena misalnya kita sedang sibuk, tiba-tiba ada yang mengirim pesan, 'nyalain api api api api api', seperti spam. Jadi menurut saya itu mengganggu*" (masapliiii, 2025)

E. Variabel Utama Hubungan Interpersonal dalam Pengalaman Pengguna Fitur *Streak*

Sub bab ini akan memaparkan bagaimana hubungan pengguna fitur *streak*, diukur dari variabel-variabel kualitas hubungan interpersonal.

Tabel 3. 3 Variabel Kualitas Hubungan Interpersonal

Informan	<i>Self Disclosure</i>	Keakraban	Afiliasi & Komitmen	Dominasi, Status & Kekuasaan
1	x	✓	✓	✓
2	✓	✓	✓	✓
3	x	✓	✓	✓
4	x	✓	✓	x
5	x	✓	✓	x

1. Variabel *Self Disclosure*

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, dimensi *self-disclosure* dalam pengalaman komunikasi dengan fitur *streak* pada kelima informan tergolong rendah. Sebagian besar komunikasi yang terjadi masih bersifat dangkal, bukan pertukaran informasi pribadi yang mendalam. Informan 5 secara tegas menyatakan bahwa komunikasi yang dijalani tidak sampai pada tahap pengungkapan diri, “*Tidak sejauh itu*” (ylatrd, 2025). Hal serupa juga dialami oleh Informan 4, dirinya merasa komunikasi yang berlangsung hanya singkat dan terbatas pada pengiriman pesan atau konten sebagai pengingat *streak* agar tetap menyala.

Pada pengalaman Informan 3, ditemukan adanya pengungkapan diri dari pihak lawan bicara, akan tetapi pengungkapan tersebut tidak berlangsung secara timbal balik. Informan 3 hanya merespon secara terbuka tanpa ikut mengungkapkan informasi pribadi, sehingga komunikasi tidak berkembang ke tahap *self disclosure*.

Pada pengalaman Informan 2 terlihat adanya *self-disclosure* walaupun terhitung jarang. Informan 2 mengungkapkan bahwa berbagi perasaan atau cerita pribadi melalui TikTok hanya dilakukan sesekali dan dapat dihitungkan jari. “*Kalau bercerita perasaan sehari-hari itu jarang. Pernah di TikTok, tapi kalau bisa dihitungkan jari itu jarang*” (caramelrachiatho, 2025). Hal ini diperkuat dengan hasil

observasi yang menemukan bahwa Informan 2 terkadang melibatkan percakapan panjang dan memuat pertukaran informasi pribadi, seperti cerita sehari-hari, curahan perasaan hingga berbagi foto yang mengungkap kegiatan sehari-hari.

Informan 2 menambahkan bahwa meskipun pernah ada interaksi yang melibatkan *self disclosure*, dirinya merasa pengungkapan diri melalui media sosial atau pesan teks dirasakan kurang efektif dibandingkan dengan komunikasi tatap muka. Hal ini disebabkan pengungkapan diri melalui media sosial mengharuskan untuk mengetik. Aktivitas mengetik pesan ini dianggap membutuhkan usaha lebih dalam merangkai kata-kata dan kurang memberikan rasa lega dibanding ketika berkomunikasi secara tatap muka. Informan 2 mengatakan bahwa dirinya lebih memilih komunikasi tatap muka ketika ingin melakukan pengungkapan yang mendalam. Hal tersebut seperti yang disampaikan Informan 2 sebagai berikut.

Jadi kalau bercerita dengan mengetik saya merasa kurang lega. Kalau ingin menceritakan perasaan, saya lebih memilih untuk bertemu secara langsung dan bercerita, karena terasa lebih melegakan. Karena mengetik memerlukan usaha lebih, seperti merangkai kata-kata. (caramelrachiatho, 2025)

Pendapat tersebut diperkuat oleh Informan 1, ia beranggapan bahwa pengungkapan diri yang terjadi pada pengalamannya dilakukan saat pertemuan langsung. Komunikasi dengan fitur *streak* tidak memunculkan keterbukaan diri yang lebih mendalam. Hal tersebut seperti yang diungkapkan oleh Informan 1 sebagai berikut, "Terbukanya tidak terjadi dalam *streak*, jadi lebih terbukanya ketika misalnya bertemu langsung" (masapliiii, 2025)

2. Variabel Keakraban

Hasil wawancara menemukan, *streak* terbukti berperan sebagai pemicu pemicu menguatnya keakraban antar pengguna. Interaksi rutin karena keberadaan *streak* dipandang dapat mendorong proses saling mengenal dan membangun kedekatan. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Informan 2 sebagai berikut, "*Iya, pemicu untuk kita lebih kenal, lebih dekat, lebih intim dengan orang yang kita ajak membuat streak TikTok ini...*" (caramelrachiatho, 2025).

Rutinitas berkirim pesan meskipun seringkali hanya berupa pengiriman video untuk menjaga *streak* memungkinkan terjadinya percakapan yang lebih

panjang ketika video tersebut dirasa relevan untuk dibahas. Kondisi ini berkontribusi pada peningkatan keakraban, baik dalam mempererat hubungan, maupun memperbaiki hubungan yang sebelumnya sempat renggang. Hal ini dibuktikan oleh pengalaman Informan 3, interaksi hariannya melalui *streak* membuat komunikasi menjadi lebih intens dan membantu membangun kedekatan bahkan dalam hubungan pertemanan yang sempat terjadi masalah.

Karena kami berinteraksi setiap hari, ibaratnya meskipun satu kali dalam sehari hanya saling berkirim video. Namun, kalau ada yang bisa dibahas, percakapan bisa menjadi panjang, bisa sangat banyak yang dibahas. Menurut saya, dari situ hubungan kita menjadi lebih dekat dan akrab, yang awalnya tidak dekat jadi dekat, yang awalnya seperti teman saya, awalnya berteman tetapi ada masalah dan sempat berjauhan. Karena TikTok hubungan tersebut menjadi dekat kembali. (aliefiany, 2025)

Pengalaman serupa disampaikan oleh Informan 1 dan 5. Keduanya menyatakan bahwa rutinitas berkirim pesan khususnya berkirim konten dalam fitur *streak*, memungkinkan hubungan menjadi lebih dekat. Konten yang dianggap relevan memicu terjadinya obrolan panjang dan memperkuat kedekatan antar pengguna. “Jadi dari kita saling bertukar pesan di *direct message*, konten-konten yang relevan bisa membuat lebih dekat” (masaplili, 2025).

Akan tetapi, Informan 1 menegaskan bahwa keakraban yang lebih mendalam tidak hanya dibangun melalui interaksi dengan fitur *streak*. Menurutnya, pertemuan secara langsung tetap menjadi faktor penting dalam membentuk kedekatan dan keakraban yang lebih kuat, sementara interaksi karena *streak* hanya bersifat mendukung. Hal tersebut seperti yang disampaikan Informan 1 sebagai berikut, “Iya, lebih akrab dan dekat jika bertemu langsung, kalau hanya dari *streak* saja tidak” (masaplili, 2025).

Sementara itu, pengalaman berbeda ditunjukkan oleh Informan 4. Keakraban dalam pengalamannya tidak dibangun melalui obrolan di aplikasi, melainkan melalui momen perayaan yang berkaitan dengan pencapaian *streak*. Perayaan seperti makan bersama saat mencapai jumlah *streak* tertentu atau membuat konten perayaan bersama menjadi bentuk kebersamaan yang memperkuat rasa kedekatan antar teman *streak*. Hal tersebut seperti yang disampaikan Informan 4 sebagai

Informan 3 sebagai berikut, "*Karena menurut saya sayang, kita sudah memiliki angka yang banyak, kalau misalnya hilang sangat disayangkan. Kita harus mengumpulkan lagi dari nol...*" (aliefianny, 2025).

Sementara itu, Informan 1 menekankan bahwa rutinitas pengiriman pesan karena fitur *streak* membuat hubungan terjaga. Adanya respon timbal balik dalam komunikasi, meskipun singkat dapat menciptakan rasa keterhubungan dan menjaga hubungan tetap berjalan. '*Iya, karena misalnya, ada siapa yang mengirim pesan, lalu yang lain yang merespons, jadi membuat tetap berkomunikasi dan berhubungan*' (masapliiii, 2025).

4. Variabel Dominasi Status dan Kekuasaan

Variabel ini berkaitan dengan sejauh mana kendali atas hubungan yang dirasakan oleh pengguna fitur *streak*. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar Informan tidak merasakan adanya dominasi dalam hubungan yang mereka jalani. Pada pengalaman informan 1, 2, dan 3 hubungan berlangsung secara seimbang. Kedua pihak dalam komunikasi memiliki peran yang sama dan tidak ada yang lebih mendominasi atau merasa lebih berkuasa. Hal ini seperti yang disampaikan Informan 2. Dalam pengalamannya komunikasi yang terjalin tidak pernah terasa berat sebelah karena adanya komitmen dari kedua belah pihak untuk saling berkirim pesan. "*...kalau dari pengalaman saya, tidak pernah berat sebelah. Menurut saya sama semua, karena semuanya mau berkirim pesan, ada komitmen...*" (caramelrachiatho, 2025).

Sementara itu, Informan 5 menyampaikan bahwa meskipun dirinya lebih sering berinisiatif dalam mengingatkan *streak*, kondisi tersebut tidak menimbulkan ketimpangan kekuasaan dalam hubungan. Dominasi yang muncul dapat diterima oleh kedua belah pihak secara timbal balik, sehingga hubungan tetap terasa santai. Hal tersebut seperti yang disampaikan Informan 5 sebagai berikut, "*Terasa santai saja. Mereka juga bersikap santai*" (ylatrd, 2025).

Akan tetapi, pengalaman berbeda disampaikan oleh Informan 4. Dalam hubungannya terdapat dominasi yang dirasakan berlebihan dari pihak lain. Intensitas pengingat *streak* yang terlalu sering, seperti perilaku mengirim pesan

atau panggilan telepon berulang atau spam dipersepsikan sebagai sesuatu yang membuat tidak nyaman. Kondisi ini menimbulkan rasa tertekan dan menunjukkan adanya ketimpangan kendali dalam komunikasi yang dijalani.

F. Peran *Streak* terhadap Hubungan Pengguna

Sub bab ini akan memaparkan hasil wawancara mengenai peran *streak* dalam dua fokus utama, yaitu dalam hubungan baru dan dalam hubungan yang sudah lama.

1. *Streak* dalam Menjalin Hubungan Baru

Berdasarkan hasil wawancara, Informan 1, 4, dan 5 mengungkapkan bahwa mereka tidak memiliki pengalaman menjalin hubungan baru melalui fitur *streak*. Bagi ketiga Informan tersebut, *streak* lebih sesuai untuk digunakan dengan seseorang yang sudah memiliki hubungan dekat, *streak* bukan sebagai sarana untuk memulai hubungan dengan orang baru.

Sementara itu, Informan 2 memberikan contoh pengalaman menjalin *streak* dengan orang yang sebelumnya tidak dikenal. Interaksi yang awalnya tidak pernah terjadi, setelah tiba-tiba saling mengenal kemudian berkembang menjadi komunikasi yang lebih intens hingga terbentuk *streak*. Melalui komunikasi rutin tersebut Informan 2 mulai mengenal secara bertahap, mulai dari hal-hal sederhana seperti aktivitas sehari-hari hingga latar belakang pribadinya. Hal ini menunjukkan bahwa *streak* dapat berperan sebagai pemicu awal terbentuknya hubungan interpersonal dengan orang baru. Informan 2 menyampaikannya sebagai berikut.

Karena mungkin orang baru, kalau bisa dibilang saya tidak mengenalnya, dia tidak mengenal saya, tetapi tiba-tiba kami membuat *streak* TikTok. Kalau menurut saya, berperan. Sangat berperan *streak* TikTok ini. Jadi mengobrol dan saling mengenal. Saya jadi tahu, misalnya hal-hal kecil tentangnya, asalnya dari mana, dia sedang apa, sekarang saya jadi tahu. (caramelrachiatho, 2025)

Akan tetapi, Informan 3 menunjukkan pengalaman berbeda. Ia mengungkapkan bahwa hubungan yang dimulai dengan *streak* tidak selalu bertahan lama. Dalam pengalamannya memulai hubungan dengan orang baru melalui fitur *streak*, meskipun awalnya komunikasi berlangsung intens dan terasa cocok, hubungan tersebut tidak bertahan karena kehabisan topik pembicaraan. Seiring menurunnya intensitas komunikasi, *streak* pun terputus dan interaksi menjadi

jarang. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberlanjutan hubungan tidak hanya bergantung pada keberadaan *streak*, melainkan juga pada kualitas percakapan dan kesesuaian antar individu. Informan 2 mengungkapkan sebagai berikut.

Memulai hubungan baru, pernah tetapi setelah itu tidak lama. Awalnya, saya kira kita cocok, karena terus-terusan berkirim pesan. Lalu semakin kesini topiknya habis, jadi sudah mulai jarang berkirim pesan, sampai *streaknya* mati. Lalu setelah itu kita hanya sesekali saja berkirim pesan. Tidak seintens awal-awal. (aliefiany, 2025)

2. *Streak* dalam Hubungan Lama

Dalam hubungan interpersonal yang sudah terjalin sebelumnya, fitur *streak* memiliki peran sebagai sarana memperkuat. Kelima Informan memiliki pandangan yang sama. *Streak* dinilai efektif dalam menjaga dan memperkuat hubungan yang sudah dekat sebelumnya. Hal ini disebabkan oleh adanya dorongan untuk saling berinteraksi setiap hari agar *streak* tetap terjaga. Keberadaan *streak* mendorong peningkatan frekuensi komunikasi karena perlu setidaknya mengirimkan pesan untuk menyalakannya. Aktivitas sederhana tersebut kemudian membuka ruang bagi percakapan yang lebih luas dan berkembang. Hal tersebut seperti yang disampaikan Informan 1 sebagai berikut.

Kalau memperkuat hubungan bisa. Karena dengan adanya *streak* itu kita jadi lebih sering komunikasi dengan orang itu. Karena untuk menyalakan api kita harus minimal mengirim konten, atau mengirim teks. Jadi lebih dekat, dan dari teks itu nanti bisa ke mana-mana. (masapliii, 2025)

Pendapat serupa disampaikan oleh Informan 4. Menurutnya *streak* juga berfungsi sebagai sarana untuk mempertahankan obrolan. Oleh sebab itu, *streak* memberikan alasan atau dorongan untuk terus berhubungan dengan temannya. Informan 4 mengungkapkannya sebagai berikut, "*Untuk mempertahankan obrolan berguna, jadi tetap punya alasan untuk terus berhubungan*" (quietsophie, 2025).

3. Dampak Putusnya *Streak* dalam Hubungan

Putusnya *streak* memunculkan respons emosional yang beragam pada Informan. Sebagian besar Informan, yaitu Informan 1, 2, 3, dan 5 merasakan emosi negatif seperti kesal, terutama ketika *streak* telah berlangsung dalam jangka waktu yang lama. Informan 1 menambahkan, rasa kesal yang dialaminya muncul karena

perubahan tampilan visual ikon api yang kembali ke level awal lagi. *"Rasanya kesal. Kemarin ada teman saya. Apinya sekitar 350 /360... Kebetulan dia temen kontrakan, saya datang ke kamarnya, 'Woi kok tidak menyalakan api?!'... kesal saja karena warnanya kembali orange lagi" (masapliii, 2025).*

Selain rasa kesal, putusnya *streak* juga memunculkan perasaan takut. Informan 2 mengungkapkan adanya rasa takut ketika *streak* akan terputus karena jumlah angka *streak* yang terkumpul dianggap sebagai hasil usaha dan konsistensi komunikasi. Kekhawatiran muncul karena informan harus kembali membangun *streak* dari awal jika terputus. Hal tersebut seperti yang disampaikan Informan 2 sebagai berikut, *"Sebenarnya, merasa seperti takut kalau apinya mati, karena kita harus membuat ulang lagi dari awal... misalnya ketika apinya akan mati saya seperti, 'aduh sudah sejauh ini lah" (caramelrachiatho, 2025).*

Meskipun memunculkan emosi negatif, seluruh Informan sepakat bahwa putusnya *streak* tidak berdampak besar terhadap hubungan interpersonal pengguna. Paling parah hanya memunculkan konflik ringan atau ungkapan kekesalan sesaat, tanpa berujung ke pertengkaran serius atau bahkan memutus hubungan. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Informan 3, *"Tidak sampai konflik yang berat... Kalau misalnya terpaksa mati pun kita bawa senang-senang saja. Kita kumpulkan lagi dari awal" (aliefiany, 2025).*

Masih terkait putusnya *streak*, Informan 4 justru memiliki pendapat yang berbeda. Putusnya *streak* dianggap sebagai hal yang biasa saja dan tidak memunculkan reaksi emosional apapun, apalagi memengaruhi hubungan, karena masih banyak kesempatan untuk memulihkannya. Pendapat tersebut disampaikan oleh Informan 4 sebagai berikut, *"Biasa saja, karena masih banyak kesempatan untuk memulihkannya" (quietsophie, 2025).*

BAB IV

PEMBAHASAN

Bab ini berisikan pembahasan mengenai analisis data, kaitan antara data temuan penelitian dengan teori-teori yang digunakan. Setelah itu hasilnya akan digunakan untuk membuat kesimpulan di bab berikutnya.

A. Analisis Motivasi dan Pemaknaan Pengguna terhadap Platform TikTok dan Fitur *Streak*

1. Karakteristik sebagai Daya Tarik Platform TikTok bagi Pengguna

Temuan penelitian menunjukkan bahwa ketertarikan kelima informan terhadap platform TikTok berkaitan erat dengan karakteristik yang dimilikinya. TikTok menyediakan fitur-fitur serta tampilan antarmuka yang sederhana dan mempermudah penggunaanya dalam berinteraksi, seperti berbagi konten, sebagaimana yang disampaikan Informan 1 dan 2. Platform TikTok menyediakan konten berdurasi singkat sehingga memudahkan dalam memahami informasi. Konten-konten yang dihadirkan juga beragam dan cepat mengikuti tren, sebagaimana yang dijelaskan Informan 3, 4 dan 5. Hal ini sejalan dengan pendapat Marchellia & Siahaan (2022), yang menyatakan bahwa TikTok digunakan tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sumber informasi, mendapatkan informasi terbaru dan mengikuti tren yang berkembang.

2. Tren dan Visual sebagai Motivasi menjadikan *Streak* sebagai Bagian dari Praktik Interaksi Pengguna

Motivasi awal penggunaan fitur *streak* pada sebagian besar informan, yaitu Informan 2, 3, dan 4 dipengaruhi oleh rasa *FOMO* (*fear of missing out*). Temuan ini mengindikasikan bahwa motivasi penggunaan *streak* dipicu oleh dorongan untuk mengikuti tren yang sedang berkembang di TikTok. Ketika fitur *streak* menjadi populer dan banyak digunakan oleh pengguna lain, muncul tekanan sosial untuk ikut berpartisipasi agar tidak merasa tertinggal. Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Fashya dan Junaidi (2025) yang menemukan bahwa pengguna TikTok dari kalangan

Gen Z kerap mengalami *FOMO* sebagai bentuk respons terhadap dinamika tren di platform tersebut.

Selain faktor tren, menurut Informan 1 dan 3 daya tarik visual seperti ikon api, warna, dan animasi *streak* juga menjadi alasan penting bagi pengguna untuk terus menggunakan fitur ini. Aktivitas mempertahankan visual api agar tetap menyala dianggap sebagai sesuatu yang menyenangkan, sebagaimana yang diungkapkan Informan 5.

Fitur *streak* hadir sebagai bagian dalam interaksi seluruh Informan. Berdasarkan temuan penelitian, *streak* digunakan secara konsisten dan dalam jangka waktu yang panjang. Sekitar satu sampai dua tahun atau 200 sampai lebih dari 500 *streak*. Hal ini menunjukkan bahwa intensitas dan keberlanjutan interaksi juga terjalin dalam penggunaan *streak*. Sejalan dengan yang dijelaskan oleh Marchellia dan Siahaan (2022), bahwa keberadaan berbagai fitur interaktif pada media sosial memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi secara intens dan berkelanjutan, sehingga hubungan sosial dapat tetap terjaga dan berkembang. Umumnya para Informan menjalani *streak* dengan orang-orang yang telah memiliki hubungan dekat, seperti teman, pasangan, atau keluarga. Ini menggambarkan salah satu ciri komunikasi interpersonal menurut Suratno Aw (2011), yaitu peserta komunikasi berada dalam jarak yang dekat secara psikologisnya.

3. *Streak* sebagai Bentuk Gamifikasi dalam Komunikasi Digital dan Memicu Praktik Kreatif.

Melalui *streak*, aktivitas komunikasi yang sebenarnya sederhana, seperti mengirim pesan, berubah menjadi aktivitas yang menyerupai permainan. Jika dikaitkan dengan elemen gamifikasi menurut Teotónio dan Reis (dalam Nugraha, Gunawan, & Istiharini, 2024), fitur *streak* TikTok memuat beberapa unsur utama, seperti ‘poin dan level’ yang ditunjukkan melalui jumlah hari dan tingkat perubahan warna api, ‘tantangan atau misi’ berupa kewajiban saling berkirin pesan setiap hari melalui *direct message*, serta ‘hadiah’ dalam bentuk lencana atau tampilan visual dan animasi yang semakin menarik. Angka *streak* yang terus bertambah kemudian

dimaknai sebagai pencapaian. Hal ini menjelaskan mengapa sebagian besar Informan merasa bangga, bahkan merayakan *streak* yang telah mencapai jumlah tertentu.

Temuan penelitian yang menunjukkan bahwa beberapa informan merayakan pencapaian *streak* dengan membuat konten jedag-jedug (JJ) membuktikan bahwa fitur *streak* memunculkan praktik kreatif melalui pembuatan konten yang memanfaatkan unsur audio, visual, dan efek editing. Ini digunakan pengguna untuk mengekspresikan pengalaman mereka secara kreatif di dalam platform.

Sebagian besar Informan juga menganggap *streak* sebagai indikator kedekatan hubungan. Semakin banyak atau tinggi *streak* maka semakin dekat orang tersebut dengan pasangan *streak*nya. Temuan ini sejalan dengan pandangan Bista et al (dalam Garcia, Rodrigues, Simões, & Fonseca, 2022), bahwa *streak* sebagai statistik yang terkait dengan status, prestasi, kompetisi, dan penghargaan, semua ini termasuk kedalam dinamika permainan digital dalam komunikasi di media sosial.

Akan tetapi, mekanisme permainan dalam *streak* juga dapat menimbulkan dampak negatif. Bagi Informan 4, kewajiban untuk menjaga *streak* justru menimbulkan rasa terbebani dan memberikan tekanan dalam berkomunikasi. Hal ini menunjukkan bahwa gamifikasi tidak selalu berdampak sama bagi setiap pengguna. Fitur *streak* juga berpotensi menimbulkan tekanan ketika memunculkan tuntutan berlebihan yang harus dipenuhi.

Secara keseluruhan, hasil analisis dalam sub bab ini menunjukkan bahwa penggunaan fitur *streak* pada TikTok bukan sekadar aktivitas mengirim pesan biasa, melainkan penggabungan mekanisme permainan ke dalam komunikasi. Fitur *streak* telah menambah fungsi platform TikTok dari media konsumsi dan produksi konten video pendek kreatif menjadi media komunikasi interpersonal yang intens berbasis gamifikasi. Pada dasarnya, fitur ini telah mengubah cara berkomunikasi menjadi sebuah permainan yang menyenangkan dan mengikat. Elemen-elemen gamifikasi yang diterapkan menciptakan kewajiban berkomunikasi rutin dan menjadi ajang mengejar status yang lebih tinggi, namun kewajiban tersebut juga bisa menjadi tuntutan komunikasi yang memberikan tekanan bagi penggunanya.

B. Analisis Peran *Streak* terhadap Komunikasi Pengguna

1. Bentuk Pesan yang Praktis dan Isi yang Beragam

Sebelum terjadinya pergeseran media akibat digitalisasi, komunikasi interpersonal sangat bergantung pada kehadiran fisik untuk memahami pesan melalui bahasa tubuh. Kini komunikasi interpersonal telah bertransformasi. Hasil temuan menunjukkan bahwa pengalaman komunikasi interpersonal fitur *streak* didominasi oleh penggunaan pesan-pesan digital yang praktis, seperti pengiriman video konten, emoji, *stiker*, dan teks singkat untuk mengingatkan api. Bentuk pesan tersebut mencerminkan penggunaan simbol verbal dan nonverbal secara bersamaan, sebagaimana dijelaskan dalam komponen pesan komunikasi interpersonal oleh Suratno Aw (2011). Dapat disimpulkan bahwa bentuk-bentuk pesan seperti video konten, emoji dan *stiker* menggantikan simbol-simbol nonverbal seperti ekspresi wajah dan gestur fisik dalam percakapan langsung, sedangkan teks singkat sebagai simbol verbal yang praktis. Keduanya digunakan dalam praktik komunikasi interpersonal dalam media digital yang fokusnya menyampaikan pesan dengan tujuan untuk mempertahankan *streak*.

Lebih lanjut, temuan menunjukkan bahwa isi pesan dalam komunikasi *streak* tidak hanya terbatas pada pesan fungsional saja, tetapi juga berkembang ke dalam beberapa bentuk. Salah satunya adalah konten pengingat *streak* yang menunjukkan adanya pemanfaatan unsur visual, teks, dan audio dalam format video pendek sebagai sarana untuk menjaga keberlangsungan interaksi. Keberadaan konten ini juga memperlihatkan bahwa fitur *streak* tidak hanya memengaruhi pola komunikasi, tetapi juga mendorong munculnya tren konten baru di TikTok.

Selain itu, isi pesan dalam komunikasi *streak* juga dapat bersifat relevan dan kontekstual, yaitu berkaitan dengan situasi, aktivitas, atau pengalaman pengguna. Dalam kondisi ini, pengiriman konten tidak hanya berfungsi untuk mempertahankan *streak*, tetapi juga memicu respon berupa opini, preferensi, hingga pertukaran pengalaman pribadi yang kemudian berkembang menjadi percakapan yang lebih panjang. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun komunikasi *streak* seringkali bersifat praktis, dalam kondisi tertentu komunikasi tetap dapat berkembang menjadi interaksi yang lebih bermakna.

2. Peningkatan Frekuensi dan Motivasi Berkomunikasi Dua Arah.

Keberadaan fitur *streak* secara nyata membentuk pola komunikasi yang khas, yaitu meningkatnya frekuensi komunikasi antar pengguna. Salah satu ciri komunikasi interpersonal menurut Suratno Aw (2011) adalah arus pesan dua arah. Temuan penelitian ini menunjukkan, fitur *streak* memotivasi agar arus pesan tersebut tetap mengalir. Keberadaan *streak* mendorong para Informan untuk berkomunikasi timbal balik secara rutin setiap hari karena adanya keinginan untuk mempertahankan *streak* yang telah terbentuk. Ini membuktikan bahwa komunikasi tidak sepenuhnya muncul dari kebutuhan personal untuk berinteraksi, tetapi juga dipengaruhi oleh sistem dan mekanisme permainan rancangan platform TikTok yang dianggap menyenangkan oleh pengguna. Sejalan dengan konsep gamifikasi Lampe & Pellikka (dalam Hristova, Jovicic, Gobl, Freitas, & Slunecko, 2022) yang menyatakan bahwa mekanisme gamifikasi yang diterapkan dalam fitur-fitur media sosial digunakan untuk melibatkan pengguna dan mendorong interaksi.

Hasil temuan menunjukkan *streak* berfungsi sebagai pemicu komunikasi harian. Para Informan terdorong untuk terus mengirim pesan agar *streak* terus meningkat dan tidak terputus. Mekanisme gamifikasi telah mengubah perilaku komunikasi menjadi sebuah rutinitas yang teratur. Kondisi ini selaras dengan konsep yang dinyatakan Hamari et al (dalam Hristova, Jovicic, Gobl, Freitas, & Slunecko, 2022), di mana tantangan, kendala atau tindakan yang memberi penghargaan mempengaruhi perilaku dan komunikasi.

3. Konten TikTok Memungkinkan Perukaran Pesan yang Mendalam

Meskipun frekuensi interaksi meningkat, penelitian ini juga menemukan bahwa kedalaman dan makna komunikasi yang terjalin melalui *streak* bervariasi. Tidak semua interaksi yang terjadi memiliki makna interpersonal yang mendalam. Sebagian komunikasi hanya bersifat fungsional, yaitu sekadar untuk mempertahankan *streak* agar tetap menyala. Temuan ini memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu oleh Hristova, Dumit, Lieberoth, & Slunecko (2020), penelitian ini menunjukan hasil mengenai fitur *streak* pada Snapchat yang merupakan sebuah

mekanisme gamifikasi dapat mendorong komunikasi yang bersifat fungsional untuk memenuhi tuntutan sistem.

Akan tetapi, dalam penelitian ini terdapat temuan yang berbeda. Ketika pesan yang dikirim berupa konten yang relevan, komunikasi dapat berkembang menjadi lebih bermakna. Informan 1 dan 2 menyatakan, dalam komunikasi untuk mempertahankan *streak*, pengiriman konten yang relevan dapat mengembangkan topik-topik pembicaraan dan mengarahkannya ke obrolan yang lebih panjang dan meluas. Hal ini dapat menjadi temuan baru yang menarik dari penelitian terdahulu oleh Hristova, Dumit, Lieberoth, & Slunecko (2020), penelitian ini menunjukkan bahwa terjadi komunikasi fungsional diantara para pengguna dalam mempertahankan *streak* di snapchat, berbentuk kiriman foto tidak bermakna. Platform TikTok yang menyediakan berbagai konten memberikan cara baru komunikasi dalam mempertahankan *streak*. Cara baru ini memberikan potensi munculnya percakapan yang lebih mendalam, bukan hanya sekedar untuk mempertahankan *streak*. Ini membuktikan bahwa, perbedaan karakteristik kedua platform media komunikasi menunjukkan hasil yang berbeda juga.

Faktor lain yang memengaruhi kedalaman dan makna pesan pengguna adalah kedekatan hubungan, sebagaimana yang dijelaskan Informan 3. Semakin dekat maka semakin dalam dan bermakna komunikasi yang terjadi. Sejalan dengan yang disampaikan oleh Roem & Sarmiati (2019) bahwa komunikasi dan hubungan memiliki hubungan timbal balik, di mana kualitas komunikasi menentukan kedalaman hubungan. Sebaliknya, kedekatan hubungan turut membentuk pola komunikasi antar individu

Hasil analisis ini menunjukkan bahwa keberadaan *streak* tidak secara otomatis membuat komunikasi menjadi lebih bermakna atau mendalam. *Streak* lebih berfungsi sebagai pemicu awal komunikasi, sementara isi percakapan bergantung pada faktor kedekatan dan konteks pesan yang disampaikan. Tentunya ini merujuk pada bagaimana pengguna memanfaatkan fitur *streak* tersebut.

4. Keberlanjutan Komunikasi ke Dunia Nyata

Hasil penelitian Fan, Luo dan Wang (2023) menunjukkan bahwa interaksi pengguna TikTok juga terjadi dalam bentuk berbagi video menarik kepada teman yang kemudian menjadikan video tersebut sebagai bagian dari percakapan sehari-hari secara tatap muka oleh pengguna dan teman-temannya. Ini sejalan dengan temuan penelitian, peran *streak* dalam komunikasi interpersonal tidak berhenti di dalam platform TikTok saja. *Streak* juga berkontribusi terhadap keberlanjutan komunikasi di luar platform TikTok. Komunikasi yang bermula dari aktivitas mempertahankan *streak* seperti berbagi konten dapat berlanjut ke percakapan di platform lain, seperti Whatsapp atau bahkan ke interaksi tatap muka. Hasil ini juga memberikan perspektif baru terhadap penelitian terdahulu oleh Susanti, Fadla, Hasibuan, Ajrina, & Azizah (2024), penelitian ini menunjukkan hasil bahwa salah satu dampak negatif TikTok adalah potensi kurangnya interaksi secara langsung, temuan pada fitur *streak* justru menunjukkan hasil sebaliknya. Mekanisme *streak* mampu menjembatani komunikasi interpersonal pengguna ke dunia nyata.

Secara keseluruhan, hasil analisis peran *streak* terhadap komunikasi pengguna memperlihatkan bahwa *streak* TikTok sebagai bentuk gamifikasi berperan sebagai pemicu komunikasi, membentuk pola komunikasi yang rutin, membuka percakapan yang lebih luas, memicu keberlanjutan komunikasi di ruang yang berbeda dengan mayoritas bentuk pesan praktis dan arah komunikasi timbal balik antar pengguna. Fitur *streak* juga menciptakan tren konten baru di platform TikTok. Sementara itu, untuk makna dan kedalaman komunikasi yang terbangun tetap bergantung pada tingkat kedekatan hubungan dan konteks pesan, apakah pesan yang dikirim relevan dan mampu memperdalam komunikasi atau hanya sekedar untuk mempertahankan *streak*.

C. Analisis Efektivitas Komunikasi Interpersonal Pengguna *Streak* TikTok

Sub bab ini akan memaparkan analisis hasil temuan dengan dimensi-dimensi efektivitas komunikasi interpersonal menurut DeVito (dalam Aw, 2011) yaitu keterbukaan, empati, sikap saling mendukung, sikap positif dan kesetaraan.

1. *Streak* Tidak Menciptakan, Melainkan Memperkuat Keterbukaan

Keterbukaan muncul dalam sebagian besar pengalaman komunikasi interpersonal informan, yaitu Informan 1,2,3, dan 5. Temuan menunjukkan bahwa fitur *streak* memunculkan keterbukaan berbentuk respon, seperti menjawab dengan jujur dan menceritakan pengalaman pribadi. Ini sejalan dengan yang disampaikan oleh DeVito bahwa keterbukaan bukan berarti harus mengungkapkan semua informasi diri, melainkan dengan merespon secara jujur dan terbuka asalkan masih dalam batas kepantasan. Akan tetapi Informan 1 mengungkapkan bahwa keterbukaan memang sebelumnya sudah ada dan dipicu oleh kedekatan hubungan yang sudah ada, bukan karena *streak* itu sendiri. Walaupun begitu, Informan 2 juga menyatakan bahwa *streak* dapat meningkatkan keterbukaan yang sudah ada. Pada beberapa kasus, komunikasi hanya sebatas pengiriman konten atau balasan singkat yang tidak memunculkan keterbukaan, sebagaimana yang dialami oleh Informan 4. Akan tetapi ketika pesan yang dikirim untuk mempertahankan *streak* dirasa relevan, pesan tersebut dapat memunculkan respon keterbukaan. Hal ini menunjukkan bahwa fitur *streak* tidak secara otomatis menciptakan keterbukaan, namun dapat memperkuat keterbukaan yang telah ada sebelumnya dalam komunikasi interpersonal.

2. Empati Terbatas oleh Media

Sebagian besar Informan, yaitu Informan 2, 3 dan 4 menunjukkan adanya empati dalam pengalaman komunikasinya. Mereka mampu memahami kondisi dan perasaan pasangan *streak*nya. Misalnya seperti tindakan Informan 2 yang mengirimkan video hiburan saat teman sedang tidak dalam kondisi yang baik. Hal tersebut adalah bentuk nyata dimensi empati yaitu kemampuan menempatkan diri pada posisi orang lain, sebagaimana dijelaskan oleh DeVito. Akan tetapi, keterbatasan komunikasi melalui *direct message* TikTok membuat empati tidak selalu muncul. Informan 1 dan 5 menyatakan kesulitan memahami perasaan atau kondisi lawan bicara karena keterbatasan komunikasi dalam media sosial tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun fitur *streak* mampu memfasilitasi

munculnya empati dalam pengalaman komunikasinya, empati tersebut masih terbatas oleh media.

3. *Streak* memunculkan Sikap Saling Mendukung

Dimensi ini muncul paling kuat pada pengalaman komunikasi interpersonal Informan karena seluruh Informan mengungkapkan adanya sikap saling mendukung. Sikap mendukung tampak dari perilaku sederhana saling memberi dorongan atau penguatan oleh para Informan. Dukungan tersebut diwujudkan melalui pengiriman konten yang relevan, seperti konten hiburan, konten bermuatan motivasi, maupun melalui kata-kata penyemangat sederhana untuk menjaga keberlanjutan komunikasi. Ini sejalan dengan pengertian sikap mendukung menurut DeVito yang menciptakan suasana komunikasi yang mendukung, bukan penuh penilaian dan evaluasi.

4. *Streak* Dapat Memunculkan Tekanan dalam Komunikasi

Sebagian besar Informan, yaitu Informan 1, 2, 3 dan 5 merasakan komunikasi dengan fitur *streak* sebagai pengalaman yang positif. Terlihat dari perasaan nyaman dan menyenangkan yang dirasakan saat berkomunikasi, interaksi diwarnai dengan humor dan konten yang menghibur dan inspiratif. Hal ini sesuai dengan pandangan DeVito bahwa sikap positif mencakup perasaan dan pandangan positif oleh pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi. Akan tetapi, temuan juga menunjukkan adanya pengalaman yang berlawanan, di mana kewajiban menjaga *streak* justru dipandang sebagai tuntutan dan menimbulkan tekanan, sebagaimana yang dialami oleh Informan 4. Kondisi ini menandakan bahwa sikap positif dalam pengalaman komunikasi pengguna fitur *streak* tidak muncul secara merata, *streak* dapat memfasilitasi komunikasi yang positif, namun juga dapat memunculkan pengalaman komunikasi yang negatif, tergantung bagaimana fitur ini dimaknai dan digunakan.

5. *Streak* Tidak Sepenuhnya Menciptakan Komunikasi yang Setara

Sebagian besar pengalaman komunikasi Informan, yaitu Informan 1, 2, dan 3 memperlihatkan adanya kesetaraan. Kedua pihak sama-sama berkontribusi penting dan aktif dalam memulai komunikasi dan menjaga *streak*. Ini sejalan dengan konsep kesetaraan menurut DeVito yaitu masing-masing pihak diakui memiliki nilai dan kontribusi yang penting dan saling memerlukan. Akan tetapi, pada pengalaman komunikasi Informan 4 dan 5, terdapat juga ketimpangan peran, di mana salah satu pihak cenderung lebih aktif dalam memulai komunikasi atau menjaga *streak* dan ini membuat suasana komunikasi menjadi tidak nyaman di satu sisi. Dapat disimpulkan bahwa dimensi kesetaraan belum tercapai secara keseluruhan dalam pengalaman Informan.

Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu oleh Farhan dan Annisa (2025) yang menunjukkan hasil bahwa seluruh dimensi efektivitas komunikasi interpersonal muncul dalam komunikasi tatap muka. Pada penelitian ini menemukan hal yang berbeda. Komunikasi digital melalui direct message TikTok dengan adanya fitur *streak* memiliki potensi untuk memunculkan dimensi efektivitas komunikasi interpersonal, akan tetapi tidak menyeluruh.

Berdasarkan keseluruhan analisis terhadap lima dimensi efektivitas komunikasi interpersonal menurut DeVito pada penelitian ini menunjukkan bahwa fitur *streak* TikTok tidak secara langsung menciptakan efektivitas komunikasi interpersonal, melainkan berperan sebagai fasilitator yang memperkuat atau memicu munculnya dimensi-dimensi tersebut dalam kondisi tertentu. Pada dimensi keterbukaan dan kesetaraan, *streak* cenderung memperkuat keterbukaan yang telah ada sebelumnya, terutama pada hubungan yang sudah memiliki kedekatan.

Sementara itu, pada dimensi empati, keberadaan *streak* mampu memfasilitasi munculnya kepedulian, namun masih terbatas oleh karakteristik media komunikasi yang digunakan. Pada dimensi sikap saling mendukung, *streak* menunjukkan peran yang cukup kuat dalam mendorong munculnya dukungan melalui pertukaran pesan dan konten. Adapun pada dimensi sikap positif, *streak* dapat menghadirkan pengalaman yang menyenangkan, namun juga dapat

menimbulkan tekanan, tergantung pada cara pengguna memaknai dan menggunakannya.

Maka dari itu dapat dikatakan bahwa peran fitur *streak* dalam komunikasi interpersonal lebih bersifat sebagai pendorong intensitas interaksi yang kemudian berpotensi memengaruhi kualitas komunikasi, namun tidak secara otomatis menjamin tercapainya komunikasi interpersonal yang efektif.

D. Analisis Kualitas Hubungan Interpersonal Pengguna *Streak* TikTok

Sub bab ini akan menganalisis hasil temuan dengan variabel-variabel kualitas hubungan interpersonal, yaitu *self disclosure*, keakraban afiliasi dan komitmen, serta dominasi, status dan kekuasaan.

1. *Self-disclosure* Tidak Efektif dalam Fitur *Streak*

Temuan menunjukkan bahwa dalam sebagian besar hubungan interpersonal Informan, yaitu Informan 1, 3, 4, dan 5 tidak terjadi pengungkapan diri yang timbal balik. Ini berbanding terbalik dengan yang disampaikan dalam Roem dan Sarmiati (2019) bahwa *self disclosure* merupakan proses individu mengungkapkan informasi pribadi kepada orang lain yang terjadi secara timbal balik. Interaksi lebih banyak berfokus pada pengiriman konten untuk menjaga *streak*, dengan respons singkat dan minim pembahasan personal. Para Informan merasa pengungkapan diri melalui media digital kurang memberikan memuaskan dan membutuhkan usaha lebih dibandingkan komunikasi secara langsung. Sejalan dengan yang disampaikan Ruppel et al (dalam Marchellia & Siahaan, 2022) yang menyatakan bahwa pengungkapan diri secara langsung dinilai lebih efektif dibandingkan secara online atau melalui media sosial. Meskipun pada hubungan Informan 2 muncul *self disclosure*, seperti cerita keseharian dan curahan perasaan, namun kemunculan dimensi tersebut dinyatakan jarang terjadi.

2. *Streak* Meningkatkan Keakraban dalam Hubungan Pengguna

Temuan menunjukkan bahwa kelima Informan setuju interaksi rutin melalui *streak* berperan sebagai pemicu terbentuknya keakraban. Melalui pengiriman pesan dan konten yang rutin, apalagi jika kontennya relevan, komunikasi yang awalnya

hanya untuk mempertahankan *streak* dapat menjadi percakapan panjang yang menambah kedekatan. Bahkan, dalam beberapa kasus, *streak* mampu memperbaiki hubungan yang sebelumnya sempat renggang. Akan tetapi beberapa Informan mengungkapkan bahwa pertemuan langsung menjadi faktor penting dalam dimensi keakraban. *Streak* tidak hanya meningkatkan keakraban melalui obrolannya dalam *direct message* saja, perayaan ketika *streak* mencapai level tertentu juga dikatakan sebagai momen yang memperkuat rasa keakraban, sebagaimana yang dijelaskan oleh Informan 4. Hal ini menunjukkan bahwa keakraban tidak muncul secara instan, melainkan melalui proses komunikasi yang rutin. Selaras dengan pandangan Tubbs dan Moss (dalam Roem dan Sarmiati, 2019) yang menekankan bahwa keakraban terbentuk melalui proses, seperti komunikasi berulang, saling menanggapi, dan adanya perhatian timbal balik.

3. *Streak* Memunculkan Afiliasi dan Komitmen yang Kuat pada Hubungan

Temuan menunjukkan adanya keterikatan dan komitmen yang kuat pada hubungan interpersonal seluruh Informan. Pengguna mempertahankan hubungan karena adanya rasa sayang dan keinginan untuk menjaga angka *streak* yang telah dicapai. Hal ini menunjukkan bahwa komitmen dalam hubungan interpersonal pengguna *streak* didasarkan pada dorongan dari mekanisme gamifikasi. Keberadaan *streak* mendorong pengguna untuk tetap saling berkirim pesan dan membuat tetap terhubung atau terikat dengan teman *streak*nya.

4. Hubungan Pengguna Cenderung Sejajar, namun dapat Muncul Dominasi Akibat Keberadaan *Streak*

Hasil penelitian menunjukkan, sebagian besar hubungan interpersonal Informan, yaitu Informan 1, 2 dan 3 bersifat sejajar, sebagaimana yang disampaikan dalam Roem dan Sarmiati (2019) bahwa hubungan yang sejajar menunjukkan keseimbangan peran. Tidak ada dominasi yang kuat dari salah satu pihak, kedua pihak sama-sama berperan dalam menjaga komunikasi dan keberlangsungan *streak*. Kondisi ini juga menunjukkan bahwa dalam hubungan tidak ada ketimpangan status dan kekuasaan. Akan tetapi, pada Informan 4 dan 5, dominasi yang tidak seimbang

muncul dalam bentuk perilaku mengingatkan *streak* secara berlebihan. Informan 4 yang mengalami hal ini merasakan adanya tekanan berlebihan dari pihak lain, sedangkan Informan 5 menganggap dominasinya dapat diterima pihak lain tanpa menimbulkan tekanan. Hal ini menunjukkan bahwa fitur *streak* juga dapat membentuk dominasi dari kewajiban menjaga api menjadi perilaku menuntut secara berlebihan yang memberikan tekanan, namun dominasi bisa saja diterima, tergantung bagaimana pengguna memaknai perilaku tersebut.

Berdasarkan keseluruhan analisis terhadap variabel kualitas hubungan interpersonal, dapat dikatakan bahwa fitur *streak* TikTok tidak secara langsung membentuk kualitas hubungan interpersonal secara menyeluruh, melainkan berperan sebagai fasilitator yang memengaruhi beberapa dimensi dalam kondisi tertentu. Pada dimensi *self-disclosure*, keberadaan *streak* belum mampu mendorong terjadinya pengungkapan diri yang mendalam dan timbal balik. Sementara itu, pada dimensi keakraban, *streak* menunjukkan peran yang cukup signifikan sebagai pemicu terbentuknya kedekatan melalui interaksi yang rutin dan berkelanjutan, meskipun tetap dipengaruhi oleh faktor lain seperti pertemuan langsung.

Pada dimensi afiliasi dan komitmen, fitur *streak* juga memperlihatkan peran yang kuat dalam menjaga keterikatan hubungan, di mana mekanisme *streak* mendorong pengguna untuk terus mempertahankan komunikasi dan hubungan yang telah terjalin. Adapun pada dimensi dominasi, status, dan kekuasaan, hubungan antar pengguna pada umumnya bersifat sejajar, namun dalam beberapa kasus dapat muncul dominasi akibat adanya tuntutan untuk menjaga *streak* yang memicu perilaku mengingatkan secara berlebihan.

Peran fitur *streak* dalam kualitas hubungan interpersonal lebih terlihat pada kemampuannya dalam menjaga keberlangsungan interaksi dan memperkuat keterikatan hubungan, namun belum sepenuhnya mampu membentuk kualitas hubungan yang mendalam, terutama dalam aspek pengungkapan diri.

E. Peran *Streak* dalam Dinamika Hubungan di Era Digital

1. *Streak* Menjembatani Terbentuknya Hubungan Baru

Dalam menjalin hubungan baru, jika dilihat dari konsep perkembangan hubungan menurut Knapp, *streak* mempermudah transisi dari tahap pengenalan menuju tahap *experimenting*. Informan 2 menunjukkan bahwa interaksi yang awalnya tidak ada, berkembang menjadi saling mengenal hal-hal kecil melalui konsistensi komunikasi *streak*. Di sini, *streak* berfungsi sebagai alat untuk bertukar informasi yang menjadi bahan pertimbangan apakah hubungan layak dilanjutkan. Sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Marchellia dan Siahaan (2022), penelitian ini menunjukkan hasil bahwa fitur interaktif di media sosial dapat membuka peluang terbentuknya hubungan pertemanan baru melalui interaksi yang dimediasi teknologi sosial. Meskipun begitu Informan 3 mengungkapkan bahwa *streak* masih belum cukup kuat untuk membangun kedekatan yang lebih lama dan mendalam dalam hubungan baru. Pada pengalamannya, hubungan terhenti ketika merasakan adanya ketidakcocokan, artinya pada hubungan baru tidak mencapai tahap *intensifying*. Dapat disimpulkan bahwa fitur *streak* dapat menjembatani terbentuknya hubungan baru, tetapi tidak memastikan hubungan tersebut dapat berlangsung lebih lanjut. keberlanjutan hubungan tetap dipengaruhi oleh kecocokan masing-masing individu.

2. *Streak* Membantu Menjaga dan Memperkuat Hubungan Lama

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Marchellia dan Siahaan (2022), penelitian ini menunjukkan hasil bahwa fitur-fitur interaktif pada media sosial memungkinkan pengguna untuk mempertahankan dan mengembangkan hubungan sosial. Fitur *streak* sebagai bagian dari mekanisme gamifikasi di media sosial TikTok mendorong komunikasi yang berlangsung secara berkelanjutan, sehingga membantu pengguna memperkuat dan mempertahankan hubungan di era digital. Temuan ini juga sejalan dengan konsep gamifikasi menurut Hamari et al (dalam Hristova, Jovicic, Gobl, Freitas, & Slunecko, 2022), yang menyatakan bahwa fitur *streak* sebagai mekanisme gamifikasi dapat memengaruhi perilaku, komunikasi dan hubungan pengguna.

Jika dikaitkan dengan tahapan hubungan interpersonal menurut Knapp, peran fitur *streak* dalam hubungan lama berada pada tahap *intensifying*. Pada tahap ini, hubungan ditandai dengan meningkatnya kedekatan dan komunikasi yang lebih personal. Fitur *streak* mendorong interaksi yang dilakukan secara rutin, sehingga memungkinkan pengguna untuk terus saling merespon, berbagi pengalaman, serta menjaga kedekatan yang telah terbentuk. Maka dari itu *streak* dapat dikatakan berperan dalam menjaga dan memperkuat hubungan yang sudah dekat melalui peningkatan intensitas komunikasi.

3. Putusnya *Streak* Mempengaruhi Komunikasi namun Tidak dengan Hubungan

Dampak gamifikasi pada *streak* terlihat pada respons emosional pengguna ketika *streak* terputus. Putusnya *streak* memang menimbulkan respons emosional negatif seperti rasa kesal, takut kehilangan pencapaian, hingga konflik ringan. Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu oleh Hristova, Jovicic, Gobl, Freitas, & Slunecko (2022), penelitian ini menunjukkan hasil yang sama dimana putusnya *streak* memunculkan emosi negatif. Akan tetapi pada penelitian terdahulu, putusnya *streak* dimaknai sebagai melemahnya hubungan, sedangkan pada penelitian ini putusnya *streak* dimaknai sebagai hal yang biasa dan tidak menimbulkan masalah dalam hubungan. Reaksi emosional yang muncul bersifat sementara dan tidak berkembang menjadi konflik berat atau pengakhiran hubungan. Hal ini menunjukkan bahwa putusnya *streak* lebih mempengaruhi komunikasi, namun tidak secara langsung mempengaruhi keberlangsungan hubungan penggunanya.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa di era digital, fitur interaktif di media sosial seperti *streak* mampu memfasilitasi terbentuknya hubungan interpersonal baru dan memperkuat hubungan interpersonal yang sudah ada melalui peningkatan frekuensi komunikasi dan penerapan elemen gamifikasinya. Akan tetapi fitur ini tidak menjadi penentu utama keberlanjutan hubungan tersebut.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Fitur *streak* TikTok sebagai bentuk gamifikasi terbukti meningkatkan frekuensi komunikasi dan menjaga komunikasi terus mengalir dua arah secara rutin, baik dalam platform TikTok maupun berlanjut ke ruang lain. Pengguna biasanya mengirim pesan yang bersifat praktis, seperti video konten, teks singkat, dan *sticker*. Pada beberapa pengalaman, komunikasi bersifat fungsional hanya untuk menjaga *streak*, namun apabila pesan yang dikirim relevan, komunikasi dapat berkembang menjadi lebih mendalam.

Dalam komunikasi interpersonal, fitur *streak* menghadirkan pengalaman komunikasi yang berlangsung secara menyenangkan melalui pertukaran konten yang menghibur dan adanya perhatian serta dukungan antar pengguna. Akan tetapi, mekanisme *streak* juga dapat memunculkan tekanan dalam komunikasi, seperti tuntutan untuk terus merespon atau menjaga keberlangsungan interaksi. Kondisi tersebut yang kemudian dapat memunculkan ketimpangan peran dalam komunikasi yang terjalin.

Dalam hubungan interpersonal, fitur *streak* berperan dalam meningkatkan keakraban antar pengguna melalui pertukaran pesan yang rutin, begitupun perayaan *streak* juga dinilai memperkuat rasa kebersamaan. Bahkan dalam beberapa kasus fitur *streak* dapat membantu memperbaiki hubungan yang sebelumnya sempat renggang. Akan tetapi, fitur *streak* tidak dapat sepenuhnya menggantikan peran komunikasi secara langsung, karena pengungkapan diri melalui *direct message* dinilai belum mampu menghadirkan kedalaman interaksi seperti dalam komunikasi tatap muka.

Fitur *streak* mampu menjembatani terbentuknya hubungan baru, namun tidak menjamin keberlanjutan hubungannya. Sementara itu, putusnya *streak* dapat memengaruhi komunikasi akibat konflik ringan, tetapi tidak secara langsung memengaruhi keberlangsungan hubungan interpersonal penggunanya.

B. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian mengenai fitur *streak* dalam pengalaman pengguna berkomunikasi dan menjalin hubungan interpersonal ini, peneliti menemukan adanya keterbatasan sebagai berikut:

1. Informan dalam penelitian ini terbatas hanya 5 orang dan yang berdomisili di Yogyakarta, sehingga temuan belum menggambarkan pengalaman pengguna fitur *streak* TikTok di wilayah lain atau dalam lingkup yang lebih luas.
2. Penelitian ini berfokus pada komunikasi interpersonal antar individu, sehingga penggunaan fitur *streak* dalam komunikasi kelompok belum dieksplorasi secara mendalam, padahal fitur *streak* juga dapat digunakan dalam *group chat*.
3. Penelitian ini masih membahas fitur *streak* pada tingkat dasar, sehingga fitur tambahan seperti *pet streak* belum dikaji secara mendalam kaitannya dengan komunikasi dan hubungan interpersonal.

C. Saran

Adapun beberapa saran yang dapat disampaikan peneliti untuk penelitian kedepannya sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan informan dari wilayah yang lebih beragam dan luas agar diperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai penggunaan fitur *streak* dalam lingkungan sosial yang berbeda dan lebih luas.
2. Penelitian berikutnya dapat mengkaji penggunaan fitur *streak* dalam komunikasi kelompok yang belum diteliti secara menyeluruh dalam penelitian ini, sehingga diharapkan dapat memperluas penelitian ini atau memberikan hasil baru dalam penelitian lanjutan.
3. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi pengalaman berkomunikasi dengan fitur tambahan seperti *pet streak* atau fitur dengan mekanisme gamifikasi lainnya, sehingga diharapkan dapat memperluas hasil penelitian ini atau memberikan kontribusi baru dalam memahami kaitan antara komunikasi dan teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, C. (2020). Mapping Internet Celebrity on TikTok: Exploring Attention Economies and Visibility Labours. *Cultural Science Journal*, 12(1), 77–103. doi:<https://doi.org/10.5334/csci.140>
- Alamsyah, P. A., & Sudrajat, R. H. (2025, April). Budaya komunikasi virtual dalam aktivitas live streaming TikTok. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut*, 11, 269-288.
- Aw, S. (2011). *KOMUNIKASI INTERPERSONAL*. Yogyakarta: GRAHA ILMU.
- Curry, D. (2025, November 20). *Business of Apps*. Retrieved from TikTok Revenue and Usage Statistics (2025): <https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/>
- Fahsyah, N. K., & Junaidi, A. (2025, Maret). Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) pada Generasi Z dalam Mengikuti Trend Tiktok. *Kiwari*, 4(1), 61-70.
- Fan, X., Luo, J., & Wang, X. (2023). Understanding TikTok Usage: Communication Strategy of ByteDance Based on the Background of New Media. In B. Majoul (Ed.), *ICLAHD 2022*. 726, pp. 226-236. Atlantis Press. doi:10.2991/978-2-494069-97-8_29
- Farhan, A., & Annisa, F. (2025, Agustus 03). Pola Komunikasi Interpersonal Dalam Membangun Hubungan Pertemanan Di Kalangan Mahasiswa Perantau Sumatera Selatan Di Yogyakarta. *Sanskara Ilmu Sosial dan Humaniora*, 2, 144-161. doi:10.58812/sish.v2.i03
- Garcia, J. E., Rodrigues, P., Simões, J., & Fonseca, M. J. (2022). Gamification Strategies for Social Media. *IGI Global*, 137.
- Gina , O. (2024, October 25). *rri.co.id*. (A. M. Kristianadewi, Editor) Retrieved from <https://www.rri.co.id/ipitek/1071480/jumlah-pengguna-tiktok-indonesia-semakin-melejit>:
- Hristova, D., Dumit, J., Lieberoth, A., & Slunecko, T. (2020, April). Snapchat streaks: How adolescents metagame gamification in social media. *GamiFIN Conference*, 1-3.
- Hristova, D., Jovicic, S., Gobl, B., Freitas, S. d., & Slunecko, T. (2022). “Why did we lose our snapchat streak?”. Social media gamification and metacommunication. *Computers in Human Behavior Reports*.
- Marchellia, R. I., & Siahaan, C. (2022). Penggunaan Media Sosial dalam Hubungan Pertemanan. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 11.
- Marisa, F., Akhriza, T. M., Maukar, A. L., Wardhani, A. R., Iriananda, S. W., & Andarwati, M. (2020). Gamifikasi (Gamification) Konsep dan Penerapan. *JOINTECS (Journal of Information Technology and Computer Science)*, 5(3), 219-228.
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. (M. Albina, Ed.) Bandung: CV. Harfa Creative.

- Nugraha, W. A., Gunawan, T., & Istiharini. (2024). Menjelajahi Peran Gamifikasi Dalam Loyalty Program Di Indonesia. *YUME : Journal of Management*, 7(2), 776-784.
- Panggabean, A. D. (2024, May 29). *rri.co.id*. (Sumarsono, Editor) Retrieved from Ini Data Statistik Penggunaan Media Sosial Masyarakat Indonesia Tahun 2024: <https://www.rri.co.id/ipitek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024>
- Prinada, Y. (2024, November 1). *Apa Itu Streak di TikTok dan Bagaimana Mendapatkannya?* Retrieved from *tirto.id*: <https://tirto.id/apa-itu-streak-di-tiktok-dan-bagaimana-mendapatkannya-g5i9>
- Pau, A. I. (2025, 08 09). *Indonesia Puncaki Daftar Pengguna TikTok Terbanyak Dunia 2025*. (A. Sengge, Editor) Retrieved from *rri.co.id*: <https://rri.co.id/hiburan/1757559/indonesia-puncaki-daftar-pengguna-tiktok-terbanyak-dunia-2025>
- Roem, E. R., & Sarmiati. (2019). *KOMUNIKASI INTERPERSONAL*. Malang: CV IRDH.
- SA, R. F., & Pertiwi, W. K. (2025, 08 13). *Survei: TikTok Jadi Media Sosial Terpopuler di Indonesia*. Retrieved from *kompas.com*: <https://tekno.kompas.com/read/2025/08/12/09290097/survei-tiktok-jadi-media-sosial-terpopuler-di-indonesia>
- Simalango, H. M., Amelia, E., Marsyanda, R., Ananda, D., Putra, M. R., Setiawan, A. Y., & Chanthay, C. (2025). Music, Algorithms, and Popularity How TikTok Trends Act as Catalysts in Shaping Contemporary Culture. *Musikolastika: Jurnal Pertunjukan dan Pendidikan Musik*, 7(2), 140-153.
- Susanti, E., Fadla, S. L., Hasibuan, L. H., Ajrina, N., & Azizah, E. (2024). Analisis Interaksi Sosial Mahasiswa Pelanggan Aplikasi Tiktok. *PUSTAKA: Jurnal Bahasa dan Pendidikan*, 4, 84-99. doi: <https://doi.org/10.56910/pustaka.v4i1.1054>
- Suwarno, Y. A. (2023, September). Interaksi sosial Melalui Media Sosial Tik-Tok di Kalangan Siswa SMA PGRI 4 Jakarta. *GLOBAL KOMUNIKA*, 6, 46-54.
- Walther, J. (1992, February). Interpersonal Effects in Computer-Mediated Interaction: A Relational Perspective. *SAGE Social Science Collections*, 19(1), 52-90.
- Wisnuwardhani, D., & Mashoedi, S. F. (2012). *HUBUNGAN INTERPERSONAL*. Jakarta: Salemba Humanika.