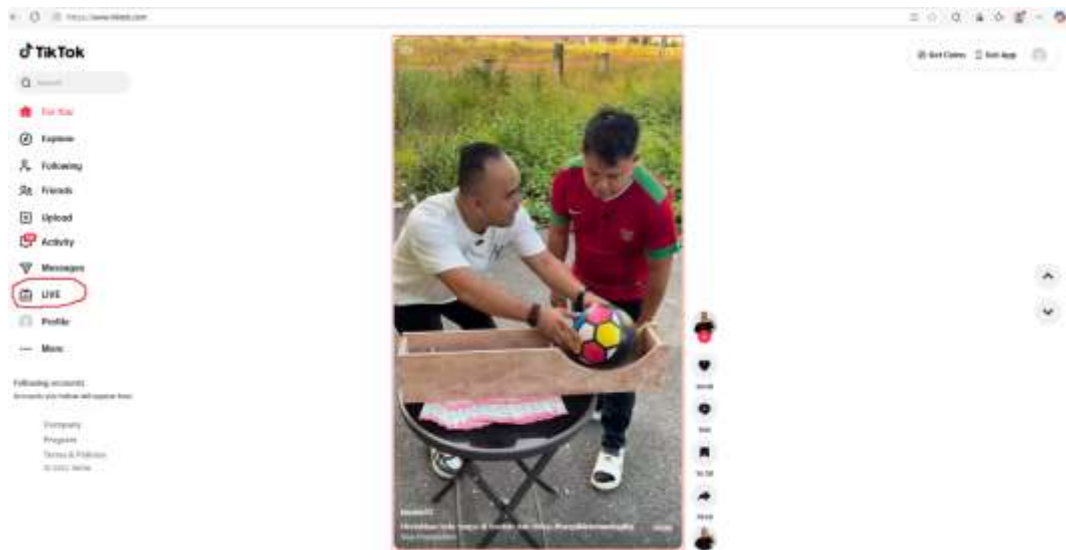


### BAB III

#### SAWERAN PADA SAAT DI *LIVE STREAMING*

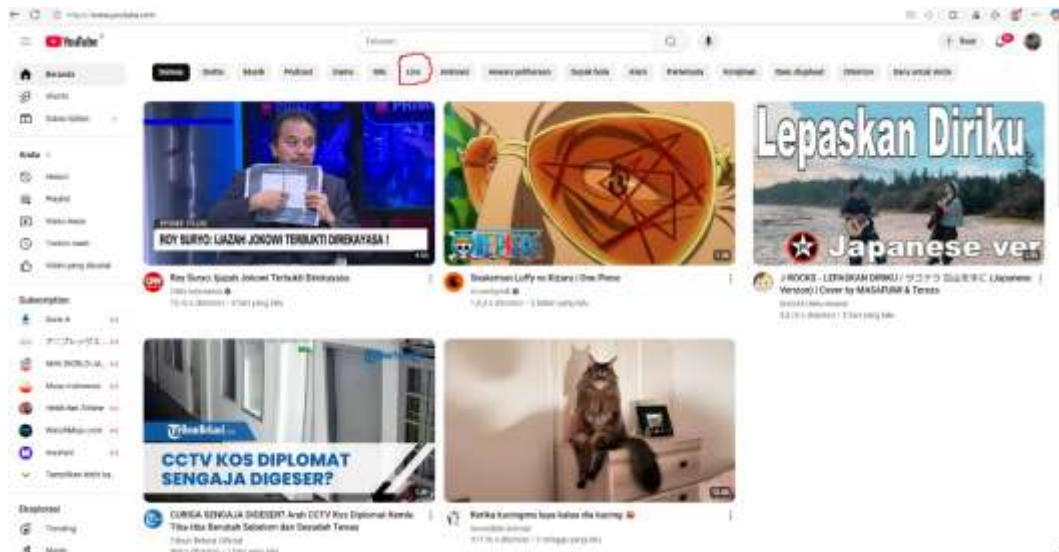
##### A. Saweran-Saweran di *Live Streaming*

Berdasarkan pembatasan lokasi penelitian yang dilakukan penulis, maka saweran yang penulis teliti hanya mengamati di dua platform, yakni TikTok dan YouTube. Mengapa hanya dua platform ini? Karena di dua platform ini lah fitur *live streaming* mudah dicari oleh pengguna seperti gambar di bawah ini.



Gambar 3.1. Fitur *Live* di TikTok (tangkapan layar pada 13 Juli 2025)

Begitu juga dengan YouTube, yang mudah mengakses fitur *live streaming* di tampilan antarmukanya, dibandingkan dengan platform lainnya.

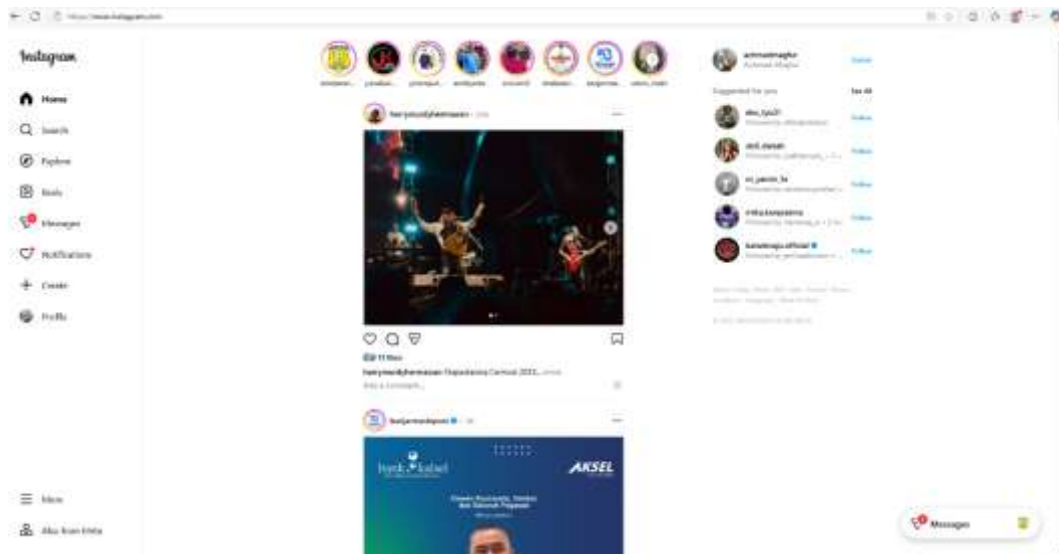


Gambar 3.2. Adanya fitur pencarian *live* di tampilan antarmuka YouTube (tangkapan layar pada 13 Juli 2025).

Berbeda dengan platform lainnya yang sulit dicari, seperti Instagram, yang jika kita ingin menonton *live streaming*, mesti mencari akun yang ingin ditonton terlebih dahulu, dan menanti apakah akun tersebut akan *live* atau tidak, atau mendapatkan informasi jadwal *live* dari akun bersangkutan.



Gambar 3.3. Tidak ada fitur pencarian *live streaming* di Facebook (tangkapan layar pada 13 Juli 2025).



Gambar 3.4. Tidak ada fitur pencarian *live streaming* di Instagram (tangkapan layar pada 13 Juli 2025).

Karena itu, fokus penelitian yang penulis lakukan hanya dilakukan di dua platform tersebut. Apalagi dengan adanya fitur ini, memudahkan juga bagi kreator konten untuk melakukan *live streaming* di dua platform tersebut, termasuk untuk berinteraksi dengan penonton, dan adanya fitur saweran yang bisa menjadi pendapatan bagi kreator konten.

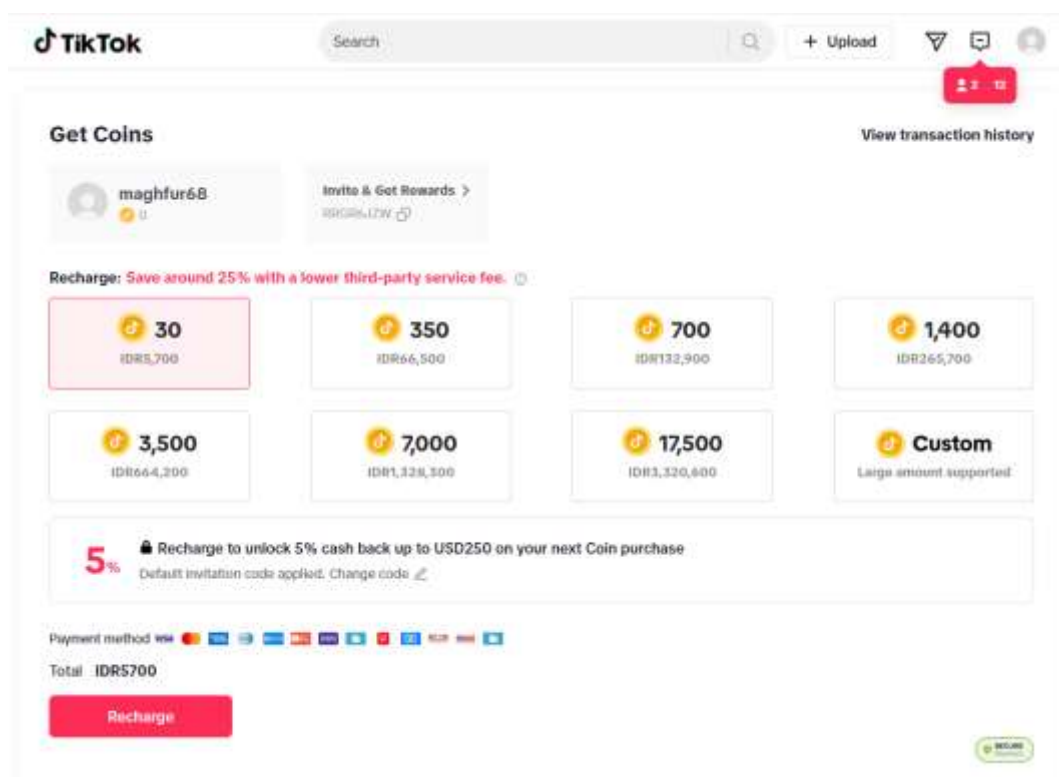
#### 1. Jenis Saweran *Live Streaming* di TikTok

Jenis saweran *live streaming* di TikTok menggunakan istilah *gift*. Bagi pengguna TikTok tentu tidak asing dengan *gift* TikTok. Di balik ikon *gift* yang lucu-lucu, rupanya *gift* tersebut memiliki harga yang bervariasi, mulai dari ribuan hingga jutaan rupiah.

*Gift* TikTok adalah salah satu fitur berupa *reward* yang diberikan penonton kepada *host* atau kreator TikTok yang sedang melakukan *live streaming*. *Reward* tersebut adalah bentuk apresiasi dari penonton kepada

kreator atau *host*. Setiap *gift* yang ada di TikTok memiliki harga yang variatif. Sebelum memberikan *gift*, penonton harus lebih dulu membeli koin. Koin ini nantinya bisa ditukar menjadi *gift*. Bagi kreator yang mendapat *gift* atau koin bisa mencairkannya menjadi uang tunai.

Sebelum mengetahui harga masing-masing *gift* TikTok, perlu dicatat bahwa harga 1 koin TikTok adalah Rp250.



Gambar 3.5. Fitur pembelian koin di TikTok untuk membeli *gift* (tangkapan layar pada 13 Juli 2025)

Berikut ini harga *gift* TikTok terbaru 2025 mulai dari yang termurah sampai termahal:

- a. Harga *gift* TikTok di bawah Rp100.000

Berikut ini merupakan harga *gift* TikTok yang dibanderol kurang dari Rp100.000:

- Mimpi Indah, Ayunan (399 koin): Rp99.750.
- Api Unggun (388 koin): Rp97.000.
- Nasi Tumpeng, Balon Joget (300 koin): Rp75.000.
- Tudung Pengantin, Sarung Tinju, Rock 'n' Roll (299 koin): Rp74.750.
- Ski Goggles, Gembok dan Kunci, Kacamata, Hati (199 koin): Rp49.750.
- Topi Penyihir (177 koin): Rp44.250.
- Not musik, kupu-kupu (169 koin): Rp42.250.
- Ciuman (150 koin): Rp37.500.
- Hati, Konfeti (100 koin): Rp25.000.
- Topi, Mahkota, Origami (99 koin): Rp24.750.
- Cermin, Donat (30 koin): Rp7.500.
- Parfum, Bedug (20 koin): Rp5.000.
- Kopi, Gamepad, Lollipop (10 koin): Rp2.500.
- Botol Harapan, Snowboard (9 koin): Rp2.250.
- Surat Ajaib, Tangan Melambai (7 koin): Rp1.750.
- Hi, Jari Hati, Mic, Panda, Kolak (5 koin): Rp1.250.
- Tennis, Love Letter, Sepakbola, GG, Speaker Mini, Kopi, Kerucut Es Krim, Barbel, Mawar, TikTok, Nasi uduk (1 koin).



Gambar 3.6. Harga *gift-gift* TikTok dari yang terendah (tangkapan layar pada 13 Juli 2025).

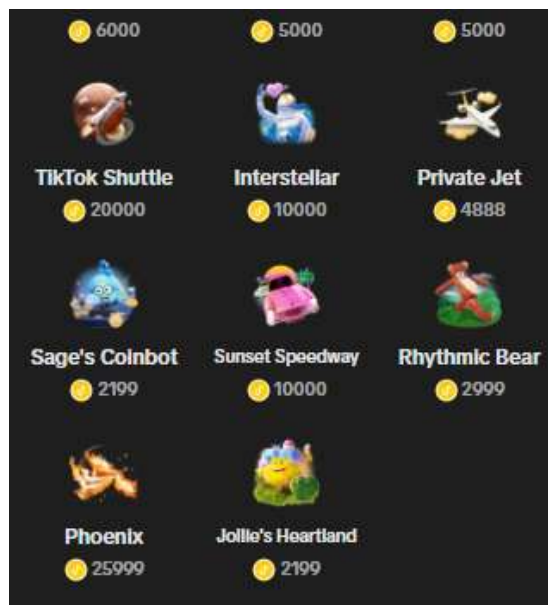
b. Harga *gift* TikTok Rp100.000-Rp1.000.000

*Gift* TikTok berikut ini dihargai Rp100.000 hingga Rp1.000.000:

- Bianglala (3.000 koin): Rp750.000.
- Old Famous Car, Superstar (2.999 koin): Rp749.750.
- Sepeda Motor (2.988 koin): Rp747.000.
- Perjalanan (2.888 koin): Rp722.000.
- Kotak Musik (2.399 koin): Rp599.750.
- Paus (2.150 koin): Rp400.000.
- Korsel (2.020 koin): Rp505.000.
- Album Ajaib, Kotak Rias, dan Lilin Musim (1.999 koin): Rp499.750.

- Perahu Cepat (1.888 koin): Rp472.000.
  - Rumah Pohon (1.799 koin): Rp449.750.
  - Waktu Minum (1.777 koin): Rp444.250.
  - Juara, Rangkaian Bunga (1.500 koin): Rp375.000.
  - Bombom Car (1.288 koin): Rp322.000.8
  - Kursi Gaming (1.200 koin): Rp300.000.
  - Kembang Api (1.088 koin): Rp272.000.
  - Bunga Cermin, Tambang Emas (1.000 koin): Rp250.000.
  - Kereta (899 koin): Rp224.750.
  - Mutiara (800 koin): Rp200.000.
  - Sepatu (700 koin): Rp175.000.
  - Angsa, Balon Cinta (699 koin): Rp174.750.
  - Pemutar Rekaman (600 koin): Rp150.000.
  - Mesin Es (538 koin): Rp134.500.
  - Hujan Uang (500 koin): Rp125.000.
  - Karang (499 koin): Rp124.750.
  - Perangkap lalat, Kalung (400 koin): Rp100.000.
- c. Harga *gift* TikTok di atas Rp1.000.000
- Gift* TikTok berikut ini memiliki harga lebih dari Rp1.000.000:
- TikTok Universe (34.999 koin): Rp8.749.750.
  - Singa (29.999 koin): Rp7.499.750.
  - Kereta Kuda dan Kereta Kencana (28.888 koin): Rp7.222.000.
  - Roket dan Kastil Fantasi (20.000 koin): Rp5.000.000.

- TikTok Shuttle (20.000 koin): Rp5.000.000.
- Jakarta Roundabout (16.999 koin): Rp4.249.750.
- Planet dan Antarbintang (15.000 koin): Rp3.750.000.
- Elang (10.999 koin): Rp2.200.000.
- Akuarius (9.999 koin): Rp2.499.750.
- Yacht (9.888 koin): Rp2.472.000.
- Trofi Match (7.999 koin): Rp1.999.750.
- Mobil Balap, Mobil (7.000 koin): Rp1.647.000.
- Pesawat (6.000 koin): Rp1.500.000.
- Kapal Selam (5.199 koin): Rp1.299.750.
- Pesta Kolam (4.999 koin): Rp1.249.750.
- Kapal Bajak Laut, Jet Pribadi (4.888 koin): Rp1.222.000.
- Bunga Tumpa (4.000 koin): Rp1.000.000.



Gambar 3.7. Harga-harga *gift* TikTok di atas 2.000 koin (tangkapan layar pada 13

Juli 2025)

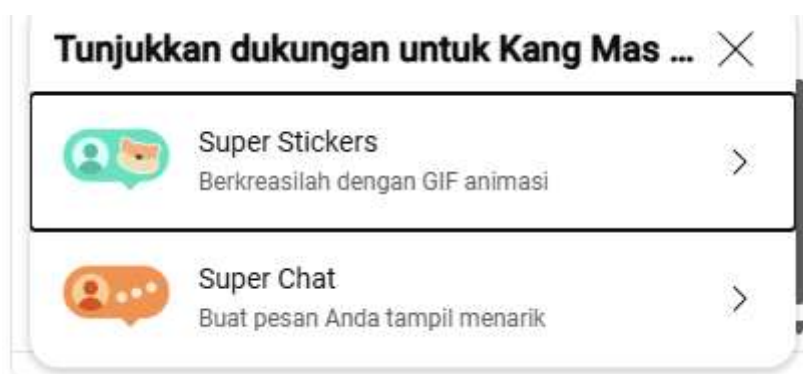


## 2. Jenis Saweran *Live Streaming* di YouTube

YouTube merupakan platform yang cukup populer untuk menonton berbagai tayangan video maupun berkerasi. YouTube telah digunakan banyak publik figur sebagai media sosial utama mereka. Platform tersebut juga mempunyai fitur *live streaming* yang tentu membuat pengguna bisa lebih dekat dengan para kreator YouTube favoritnya.

Untuk memberikan apresiasi dan saweran, YouTube telah menyediakan fitur Super Chat dan Super Sticker. Dengan fitur ini para pengikut kreator konten bisa berinteraksi lebih dekat, dan tentunya dapat mendukung finansial dari kanal favoritnya.

Secara lebih gamblang para kreator konten YouTube bisa mendapatkan pundi-pundi cuan dengan fitur Super Chat maupun Super Sticker ini. Fitur tersebut memungkinkan penonton bisa mengirimkan *chat* atau stiker unik dan bisa disematkan selama lima jam. Namun penikmat tayangan *live streaming* perlu membayar biaya langganan terlebih dahulu.



Gambar 3.8. Fitur saweran di *live streaming* YouTube berupa Super Stickers dan Super Chat (tangkapan layar pada 13 Juli 2025).

Sejak 2022, fitur Super Chat dan Super Sticker sudah bisa diaktifkan oleh pengelola kanal YouTube. Lalu bagaimana cara mengaktifkan fitur tersebut? Kemudian bagaimana cara *subscriber* menggunakannya? Berikut penjelasannya.

Bagi para kreator konten YouTube, bisa mengaktifkan fitur Super Chat dan Super Konten melalui langkah berikut ini:

- a. Silakan login ke [studio.youtube.com](https://studio.youtube.com)
- b. Kemudian klik opsi Monetisasi yang ada di menu sebelah kiri layar
- c. Pada menu di bagian atas dashboard utama, silakan klik Supers, kemudian mulai dan ikuti petunjuk di layar
- d. Setelah mengikuti semua petunjuk akan ada dua opsi pilihan yaitu:
  - "Status Super Chat aktif" di sebelah tombol berwarna biru
  - "Status Super Stickers aktif" di sebelah tombol berwarna biru.
- e. Silakan aktifkan fitur tersebut. Kemudian secara otomatis pemilik akun mendapati fitur tersebut sudah bisa digunakan.

Melalui fitur Super Chat dan Super Stickers, kreator bisa mendapatkan tip atau saweran. Para penonton bisa mendapatkan Super Chat dan Super Stickers dengan membelinya mulai dari Rp10 ribu hingga Rp5 Juta. Fitur tersebut mempunyai ketentuan semakin besar saweran maka komentar yang maupun stiker akan semakin lama tersemat. Dengan begitu pengguna bisa berinteraksi secara lebih intens dengan kreator YouTube.

Kemudian untuk melakukan pembelian Super Chat maupun Super Stickers bisa melalui cara berikut ini:

a. Super Chat

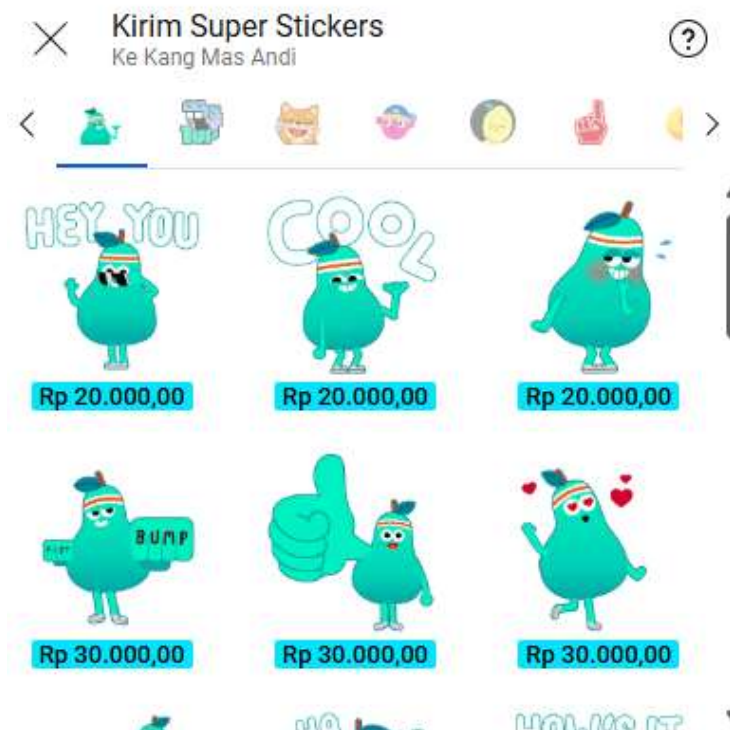
- 1) Silakan klik ikon dolar yang ada di dalam kolom live chat;
- 2) Kemudian pilih salah satu dari opsi Super Chat atau Super Stickers;
- 3) Untuk membeli Super Chat, pilih jumlah tip yang ingin diberikan dengan menggeser slider atau masukkan nilai yang diinginkan;
- 4) Setelah itu tambahkan pesan opsional yang ingin dikirimkan ke kreator; dan
- 5) Warna dan durasi pesan yang disematkan di bagian atas chat akan berubah tergantung jumlah pembelian pengguna.



Gambar 3.9. Fitur saweran Super Chat di YouTube (tangkapan layar pada 13 Juli 2025).

b. Super Stickers

- 1) Silakan pilih paket stiker yang kamu suka lalu pilih salah satu stiker untuk dibeli;
- 2) Kamu bisa memasukkan pesan di Super Chat dan memilih stiker di Super Sticker;
- 3) Kemudian klik Beli dan kirim;
- 4) Untuk transaksi pembelian, silakan ikuti petunjuk selanjutnya di layar; dan
- 5) Pembayaran untuk Super Chat dan Super Stickers bisa dilakukan menggunakan kartu debit/kredit, saldo Google Play, GoPay, ShopeePay, Dana, atau pulsa.



Gambar 3.10. Salah satu jenis Super Stickers dan harganya (tangkapan layar pada

13 Juli 2025).

Itulah berapa cara untuk mendapatkan Super Stickers dan Super Chat beserta cara mengaktifkannya. Namun perlu diingat, setelah membeli ticker hitung mundur akan menunjukkan berapa lama *chat* maupun stiker disematkan pada bagian atas *chat*. Fitur tersebut juga tidak bisa ditransfer antarvideo. Kemudian pembelian dengan US\$ tidak bisa ditampilkan pada stiker hitung mundur.

### 3. Menyawer dari situs web pihak ketiga

Selain fitur sawer yang disediakan langsung oleh platform TikTok atau YouTube, *streamer* juga bisa membuka jalur saweran dari situs web pihak ketiga. Saat ini terdapat sejumlah layanan saweran favorit yang sering digunakan para *streamer*. Apa saja? berikut ini di antaranya:

#### a. Saweria.co



Gambar 3.11. Tampilan saweria.co (tangkapan layar pada 13 Juli 2025).

Layanan saweran ini menjadi salah satu primadona oleh para *streamer*. Alasannya, layanan ini cukup mudah untuk digunakan dan memiliki berbagai opsi pembayaran yang beragam, mulai dari

GoPay, Dana, LinkAja, OVO, bahkan QRIS. Layanan ini juga hanya bersifat sekali putus (bukan langganan) dan dapat dilengkapi fitur-fitur tambahan. Menariknya, aplikasi ini terintegrasi dengan beberapa platform aplikasi *live streaming*.

b. Nyawer.co



Gambar 3.12. Tampilan nyawer.co (tangkapan layar pada 13 Juli 2025).

Hampir mirip dengan saweria.co, nyawer.co adalah sebuah fasilitas yang dikhususkan bagi para *live streamer* Indonesia untuk dapat memperoleh dukungan finansial berupa uang saweran dari para pendukung mereka. Para pendukung dapat "menyawer" kepada *live streamer* favorit mereka melalui profil akun sang *streamer*, lalu nama mereka akan muncul saat *streamer* sedang *live*.

c. Streamlabs



Gambar 3.13. Tampilan Streamlabs (tangkapan layar pada 13 Juli 2025).

Berikutnya ada Streamlabs. Pada awalnya, platform ini merupakan media *streaming* favorit para *gamer*. Namun, sejak bergabung dengan *open broadcaster software* (OBS), Streamlabs juga menjadi salah satu layanan saweran yang sering digunakan oleh para *streamer*.

Kepopuleran Streamlabs juga dikarenakan layanan ini mirip seperti OBS, hanya saja memiliki tampilan antarmuka yang lebih praktis serta beberapa *tools* tambahan yang membuatnya lebih menarik, seperti *social widget*, *Discord support*, dan beragam filter audio yang unik.

d. SociaBuzz



Gambar 3.14. Tampilan SociaBuzz (tangkapan layar pada 13 Juli 2025).

Layanan ini hampir sama seperti Streamlabs. Hanya saja, SociaBuzz memiliki beberapa kelebihan yang menarik. SociaBuzz Tribe menjadi salah satu layanan yang ditujukan bagi pegiat konten

kreatif yang ingin memberikan opsi apresiasi dan dukungangan materiel kepada pendukung.

Fitur-fitur yang dimiliki SociaBuzz Tribe di antaranya seperti; kirim pesan, target dukungan, *top supporter*, pilihan dukungan, *reward*, dan lainnya.

e. Trakteer.id



Gambar 3.15. Tampilan situs web Trakteer (tangkapan layar pada 13 Juli 2025).

Terakhir, Trakteer.id hampir sama seperti layanan yang ada di atas. Layanan ini ditujukan untuk membantu para kreator, termasuk *streamer* untuk memonetisasi karya dan menerima saweran sebagai bentuk apresiasi dari penikmat karyanya. Tidak hanya *streamer*, layanan ini juga sering digunakan para kreator lain, seperti *cosplayer*, desainer, dan sebagainya.

3. Jenis-Jenis *Live Streaming*

1. Hiburan



Dari hasil penelitian yang didapatkan penulis, hiburan ini bisa mencakup penampilan *live* musik, permainan gim, menari, dan interaktif. Contoh yang hiburan interaktif, adalah seperti yang dilakukan akun TikTok @ahmad-embe.

a. Hiburan Interaktif

Dalam tampilannya, *streamer* terlihat sedang rebahan di taman, dengan sekelilingnya seperti tampilan kamar, lengkap dengan televisi, kulkas, hingga tabung LPG 3 kilogram. Diperkirakan ada 2 orang yang mengelola akun ini, dengan yang pertama berperan sebagai pemeran utama di tampilan *live streaming*, satunya memantau interaksi penonton.

Ketika ada *gift* yang masuk, pemantau internasi penonton memberitahukan pemeran utama untuk melakukan tantangan, dengan di antaranya mengangkat LPG tersedia. Pemeran utama semakin bersemangat, ketika *gift* yang diberikan penonton semakin banyak.



Gambar 3.16. Jenis *live streaming* hiburan interaktif dengan mengangkat LPG ketika ada saweran yang masuk (tangkapan layar pada 13 Juli 2025).

Hiburan interaktif lainnya yang penulis temukan, adalah *live streaming* TikTok dari akun @korban\_bank\_emok. Terlihat ada 5 perempuan seperti ibu-ibu kompleks mengenakan daster. Mereka akan berjoget kompak ketika saweran masuk, dan makin bersemangat menyesuaikan harga *gift* yang diterima.



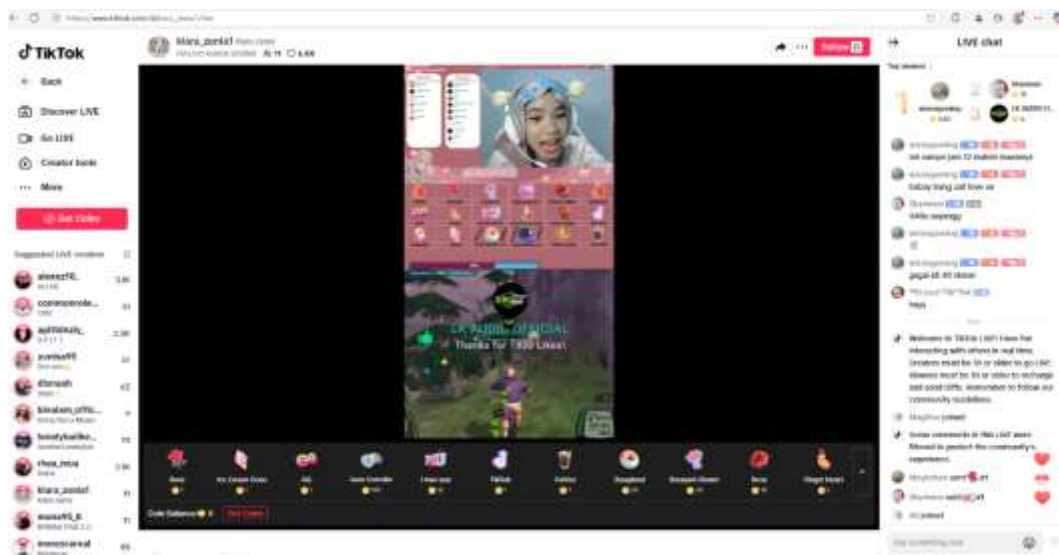
Gambar 3.17. Jenis *live streaming* hiburan interaktif yang akan berjoget kompak ketika saweran masuk (tangkapan layar pada 13 Juli 2025).

#### b. Hiburan Permainan Gim

*Live streaming* hiburan berupa *streamer* yang bermain gim dan disawer penonton adalah salah satu bentuk *live streaming* yang paling populer dan berkembang pesat di seluruh dunia, termasuk di Indonesia.

Di antara yang penulis temui adalah akun TikTok @kiara\_zenia1. Saat *live streaming* yang penulis ikuti, ia bermain gim olahraga ekstreme bersepeda menuruni gunung. Penonton pun

menyaksikan ia bermain, memberikan komentar, strategi, atau sekadar menikmati reaksi dan interaksi *streamer* terhadap gim tersebut.



Gambar 3.18. Jenis *live streaming* hiburan dengan bermain gim (tangkapan layar pada 13 Juli 2025).

Dari pengamatan *live streaming* memainkan gim ini bersama akun-akun lainnya, daya tarik utamanya seringkali bukan hanya pada gim yang dimainkan, tetapi pada personalitas *streamer* itu sendiri. *Streamer* yang lucu, karismatik, ahli dalam gim, atau memiliki interaksi yang menarik dengan penonton akan lebih disukai.

Interaksi dengan penonton ini adalah kunci. *Streamer* akan membaca komentar di *live chat*, merespons pertanyaan, menyapa penonton, dan bahkan terkadang melibatkan penonton dalam *gameplay* (misalnya, meminta saran atau melakukan *custom match* bersama).

Penonton pun suka melihat reaksi spontan *streamer* saat bermain gim, baik itu saat senang, frustrasi, terkejut, atau tertawa. Ketika penonton memberikan saweran, nama mereka akan muncul di layar atau dibacakan oleh *streamer*, seringkali disertai pesan khusus. Ini memberikan pengakuan kepada penonton dan mendorong orang lain untuk ikut bersawer.

c. Hiburan Bermain Musik



Gambar 3.19. Pemilik Akun TikTok @antonybiola saat tampil *live streaming* dari terminal keberangkatan Bandara Internasional Praya, Lombok (difoto tanggal 19 Juli 2025).

Untuk jenis *live streaming* ini penulis sempat bertemu langsung dengan *streamer* yang melakukannya, yakni akun Tiktok

@antonybiola. Memainkan biola, dengan di hadapannya ada dua ponsel pintar betripod, @antonybiola memainkan lagu-lagu lama. Selain *live* dan berinteraksi dengan penonton dan menerima saweran, ia juga mendapatkan saweran secara luring.

Ia tampil di terminal keberangkatan Bandara Internasional Praya Pulau Lombok, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Terkadang ia juga memfasilitasi calon penumpang atau petugas bandara yang ingin berkaraoke. Menemani calon penumpang yang menanti pesawat, atau mendampingi petugas bandara yang ingin menyanyi di waktu jeda istirahat.



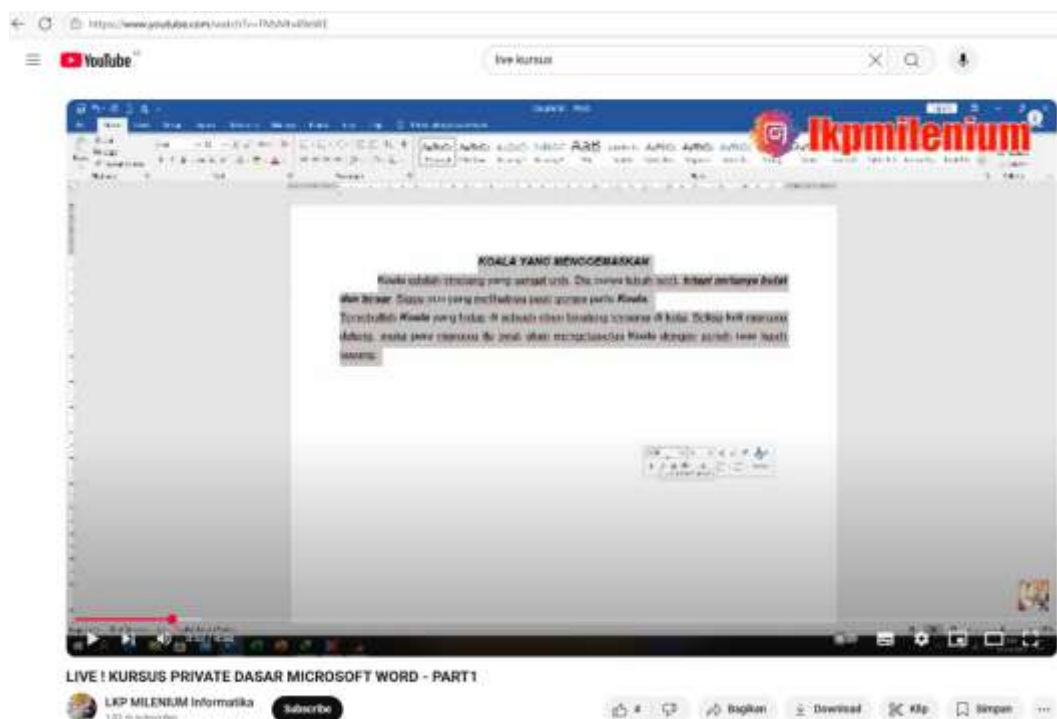
Gambar 3.20. Pemilik Akun TikTok @antonybiola saat memfasilitasi calon penumpang berkaraoke (tangkapan layar pada 23 Juli 2025)

@antonybiola juga menerima *request* dari penonton *live streamingnya*, untuk menghibur masyarakat di usianya yang sudah tidak lagi muda.

b. *Live Streaming* Edukasi

Berdasarkan Bab Landasan Teori, *live streaming* edukasi digunakan dalam konteks pembelajaran, seperti webinar, kursus daring, dan kelas interaktif. Di antara yang penulis temukan adalah akun YouTube LKP Milenium Informatika.

Di antara konten yang disajikan, adalah memberikan kursus singkat secara *live* mengenai dasar Microsoft Word, yang kemudian dibagi-bagi dalam beberapa sesi *live streaming*.



Gambar 3.21. Jenis *live streaming* edukasi (tangkapan layar pada 13 Juli 2025).

Berdasarkan pengamatan penulis dari jenis *live streaming* edukasi ini, *streamer* fokus pada penyampaian informasi, pengajaran keterampilan, atau penjelasan topik tertentu kepada penonton secara *real-time*. Ini berbeda dengan *live streaming* hiburan atau *gaming*, karena tujuan

utamanya adalah memberikan nilai tambah berupa ilmu atau keterampilan baru kepada audiens.

Karakteristik *live streaming* edukasi adalah fokus pada konten pembelajaran dengan materi terstruktur. *Streamer* ada yang mengikuti silabus atau daftar topik yang sudah disiapkan. Karakteristik berikutnya adalah demonstrasi langsung, seperti berbagi layar untuk menunjukkan langkah-langkah penggunaan perangkat lunak, (misalnya, Microsoft Word, Excel, Photoshop), *coding*, atau proses kreatif lainnya.

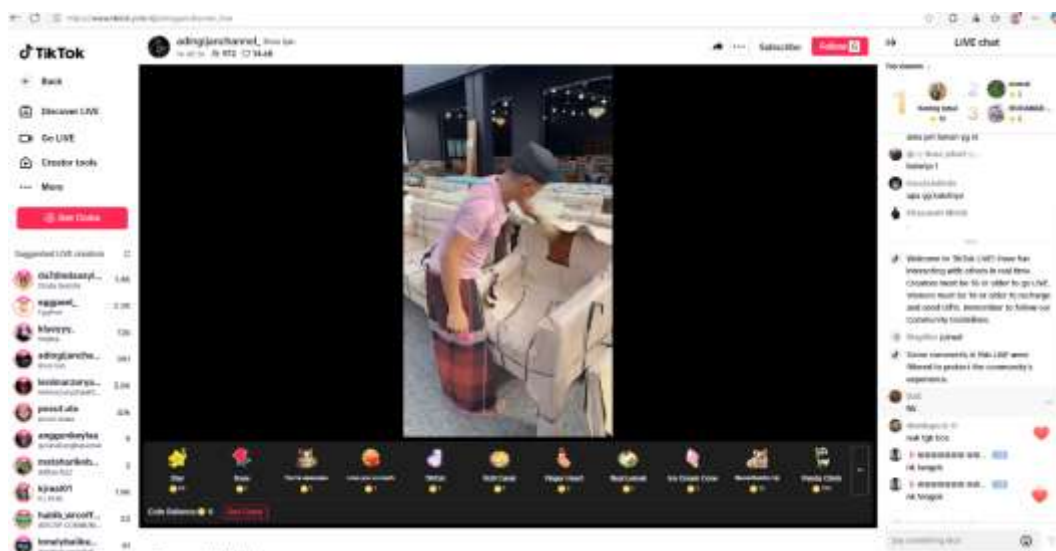
Penonton kemudian didorong untuk bertanya melalui *chat*, dan *streamer* akan menjawab pertanyaan tersebut secara langsung. Ini memungkinkan klarifikasi instan dan penyesuaian materi berdasarkan kebutuhan audiens. Bagi penonton yang tertarik, ada yang kemudian memberikan saweran, sebagai bentuk apresiasi atas edukasi yang diberikan.

Lebih jauh, *streamer* bisa mendapatkan dukungan finansial melalui langganan berbayar (untuk akses materi eksklusif atau sesi privat), penjualan produk digital (misalnya, *e-book*, *template*, atau *file* latihan), atau sponsor dari lembaga pendidikan/perusahaan teknologi. Beberapa *streamer* juga menawarkan kursus berbayar yang lebih mendalam setelah sesi *live streaming* gratis sebagai pengantar.

### 3. *Live Streaming* Bisnis dan Pemasaran

Di antara akun TikTok yang penulis temui terkait jenis ini adalah akun @adingijanchannel. Dalam *live streaming*-nya yang penulis pernah

ikuti, adalah ketika *streamer* memperlihatkan barang dagangannya, berupa mebel, yang kemudian memperlihatkan keunggulan barang dagangannya kepada penonton.



Gambar 3.22. Jenis *live streaming* bisnis dan pemasaran (tangkapan layar pada 13 Juli 2025).

*Live streaming* jenis ini digunakan sebagai media promosi dan penjualan secara *live*, dengan penjual menampilkan produk secara *real-time* kepada calon pembeli, menjelaskan detail produk, menjawab pertanyaan secara langsung, dan mendorong terjadinya transaksi.

Dari *live streaming* jenis ini yang penulis amati, *streamer* berusaha meningkatkan penjualan, membangun kepercayaan karena pembeli melihat barang secara *live*, dan mendekatkan diri dengan konsumen.

Namun yang harus diingatkan, bahwa tidak boleh ada penipuan dalam pemasaran dan bisnis ini, seperti kesengajaan untuk menyesatkan,



melakukan penggambaran yang keliru tentang sifat dan keadaan dari gambaran sebenarnya.<sup>72</sup>

#### 4. *Live Streaming* keagamaan.

*Live streaming* jenis ini banyak digunakan untuk penyiaran ceramah, pengajian, atau ibadah secara daring. Di antara akun TikTok yang penulis temui adalah @amarmirzabedaie. Dalam salah satu *live streaming*-nya yang penulis ikuti, *streamer* mengakan kajian keagamaan terkait hukum dan tata cara mengqada salat wajib.



Gambar 3.23. *Live Streaming* jenis keagamaan (tangkapan layar pada 13 Juli 2025).

*Live streaming* jenis keagamaan adalah salah satu bentuk konten aliran langsung yang berfokus pada penyampaian ajaran, nilai-nilai, atau praktik-praktik agama. Tujuannya adalah untuk memberikan pencerahan

<sup>72</sup>Ilham Akbar, “Akibat Hukum Cacat Kehendak Terkait hakikat Benda pada Perjanjian Jual Beli Batu Akik Bongkahan”, *Syariah: Jurnal Hukum dan Pemikiran*, Vol. 16, No. 2 (Desember, 2016), hal. 101.

spiritual, edukasi keagamaan, serta memperkuat keimanan dan praktik ibadah para penonton.

Di antara kontennya adalah fokus pada ajaran, hukum, etika, sejarah, atau praktik ibadah. Materi disampaikan individu yang memiliki pemahaman tentang ajaran yang disampaikan.

Penonton seringkali dapat mengajukan pertanyaan melalui kolom komentar terkait topik yang dibahas. *Streamer* atau asistennya akan memilih pertanyaan untuk dijawab langsung. Interaksi biasanya lebih berfokus pada diskusi keilmuan atau konsultasi spiritual.

*Live streaming* jenis keagamaan seperti ini menjadi sangat bermanfaat karena mendekatkan tokoh agama kepada umat, memungkinkan akses mudah terhadap ilmu agama, dan memberikan wadah bagi umat untuk bertanya langsung mengenai persoalan ibadah atau kehidupan sehari-hari dari perspektif agama.

##### 5. *Live Streaming* Jenis Sosial

Berdasarkan Bab Landasan Teori, *live streaming* jenis ini digunakan *streamer* untuk berbagi aktivitas sehari-hari, berdiskusi, atau berinteraksi dengan penonton. Di antara akun yang penulis temukan terkait jenis ini adalah akun TikTok @\_nurhalisa1.

Dalam salah satu konten *live* yang penulis ikuti, *streamer* sedang melakukan aktivitas hariannya yang terbilang unik, yakni seorang perempuan terlihat muda, sedang mengangkut semen ke truk. Dalam

interaksinya dengan penonton, *streamer* pun mendapatkan dukungan hingga saweran.



Gambar 3.24. *Live streaming* jenis sosial saat melakukan pekerjaan sehari-hari (tangkapan layar pada 13 Juli 2025).

Akun berikutnya yang penulis amati adalah Akun YouTube @ybrap. Dari salah satu *live streaming* yang dilakukannya adalah seri Maraphthon. Dari *live streaming* ini diperlihatkan kehidupan sehari-hari @ybrap di dalam rumah. Ia bersama banyak teman-temannya, baik laki-laki maupun perempuan.

Di dalam *live streaming ini*, pemilik akun @ybrap yakni Reza Arap bersama rekan-rekannya melakukan aktivitas random, seperti bermain gim, melakukan reaksi pada media yang dikirim penonton, bahkan hingga berdiskusi serius tentang kehidupan. Bahkan ada yang membawakan minuman beralkohol, saling mengejek, dan candaan ala teman sehari-hari.



Gambar 3.25. Adanya bagi-bagi minuman beralkohol di *live streaming* jenis sosial aktivitas sehari-hari (tangkapan layar pada 23 Juli 2025)

Dari aktivitasnya tersebut, banyak pula penonton yang melakukan saweran, sambil menyapa *streamer* atau penonton yang menyawer tersebut sekaligus mempromosikan produknya di kolom saweran yang tampil di layar *live streaming*.

*Live streaming* jenis sosial adalah bentuk siaran langsung yang berfokus pada menggambarkan kehidupan nyata, interaksi sosial, atau aktivitas sehari-hari seseorang kepada audiens. Tujuannya seringkali adalah untuk membangun koneksi personal, berbagi pengalaman, mencari dukungan, atau bahkan memotivasi penonton. Berbeda dengan *gaming* atau edukasi yang fokus pada keterampilan atau pengetahuan tertentu, *live streaming* sosial menyoroti aspek humanis dan personal dari kehidupan *streamer*.

### C. Menjanjikkannya Potensi Keuntungan Pendapatan dari *Live Streaming*

Fenomena *live streaming* di berbagai platform digital, telah menjadi ladang cuan baru bagi banyak orang di Indonesia. Dari kalangan profesional hingga orang biasa, semua punya peluang yang sama untuk meraup penghasilan jutaan rupiah dari aliran langsung. *Live streaming* tak lagi sekadar sarana hiburan, tapi telah berkembang menjadi mata pencarian serius yang bisa menghasilkan pendapatan menggiurkan.

Salah satu contoh sukses adalah Hasballah Muda Arya Agung alias Asep Rocky, seorang streamer gim *Free Fire*. Ia menyebut bahwa pendapatan dari *live streaming* bisa mencapai Rp20 juta per bulan jika dilakukan secara rutin. Penghasilannya berasal dari berbagai sumber: saweran penonton, hadiah (*gift*), mini turnamen interaktif, hingga monetisasi di YouTube dari konten hasil potongan aliran langsung. Ia menyatakan bahwa sekitar 70% pemasukan berasal dari saweran langsung penonton, sedangkan sisanya dari fitur *gift* di TikTok.<sup>73</sup>

Banyak yang sebelumnya bekerja sebagai pengamen, *cleaning service*, atau sopir ojek *online* kini beralih menjadi *streamer*. Contohnya adalah Yamo Zega, yang mulai dari pengamen hingga tukang parkir, dan kini rutin tampil di kawasan Banjir Kanal Timur (BKT), Jakarta Timur. Meski di awal pendapatannya hanya puluhan ribu rupiah, kini ia bisa meraup Rp200.000–Rp300.000 per hari, bahkan pernah mencapai Rp10 juta hanya dalam satu

---

<sup>73</sup>Panji Saputro, “Jadi Streamer Free Fire Cuan Banget, Segini Penghasilan Per Bulannya.” *detikinet*, 23 Maret, 2024, <https://inet.detik.com/games-news/d-7256979/jadi-streamer-free-fire-cuan-banget-segini-penghasilan-per-bulannya>.

malam. Hal yang sama dirasakan oleh *streamer* lain seperti Edo Wardo, yang dulunya sopir taksi *online*, kini mendapat penghasilan dari saweran dan *gift* meski harus mengeluarkan modal awal sekitar Rp7 juta untuk peralatan *streaming*.<sup>74</sup>

Nama-nama seperti Bunda Corla, Tante Lala, dan Alif 'Cepmek' menjadi bukti bagaimana *live streaming* bisa mengangkat popularitas sekaligus menghasilkan pendapatan besar. Dengan gaya ceplas-ceplos dan konten harian yang natural, Bunda Corla mampu menggaet ratusan ribu penonton dan menerima berbagai *gift* mahal dari penontonnya. Meski ia menolak terlalu fokus pada uang, kenyataannya saweran tetap mengalir. Tante Lala bahkan mengaku bisa mendapat Rp15 juta hanya dalam dua hari saat sedang viral, dan total hingga Rp500 juta per bulan bila ditambah pendapatan dari *endorsement* dan jualan di TikTok.<sup>75</sup>

Natasya Adelsya (Nanat), kreator konten di berbagai platform, menyebut bahwa penghasilan dari *live streaming* bisa mencapai Rp3 juta per bulan dari gaji tetap, dan bisa berlipat hingga Rp6–9 juta dari saweran penonton. Pendapatan tambahan ini sangat tergantung pada interaksi dan kreativitas dalam menghibur penonton. Hal serupa dirasakan oleh Snow, hos

---

<sup>74</sup>Achmad Dwi Afriyadi, "Mengintip Cuan Live Streamer yang Ramai-ramai Show di BKT." *detikfinance*, 29 September, 2024, <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-7563696/mengintip-cuan-live-streamer-yang-ramai-ramai-show-di-bkt>.

<sup>75</sup>Qonita Azzahra, "Tercorla-corla: Mengais Cuan dan Hiburan dari *Live Streaming*." *Alinea*, 11 November, 2022, <https://www.alinea.id/bisnis/tercorla-corla-mengais-cuan-dan-hiburan-dari-live-streaming-b2ftD9IfE>

*live streaming*, yang bisa mendapatkan Rp6–10 juta per bulan hanya dari saweran.<sup>76</sup>

Ada juga beberapa orang memilih konten ekstrem seperti mandi lumpur untuk menarik perhatian penonton dan mengumpulkan *gift*. Nenek Sari, misalnya, mengaku memperoleh lebih dari Rp9 juta hanya dengan sembilan kali *live* TikTok mandi lumpur.<sup>77</sup>



Gambar 3.26. *Streamer* mandi lumpur yang sempat meraup jutaan rupiah (tangkapan layar pada 13 Juli 2025).

<sup>76</sup>Bill Clinton dan Resti K. Nistanto, “Berapa Penghasilan Kreator dari *Live Streaming*?” *Kompas*, 27 Juli, 2022, <https://tekno.kompas.com/read/2022/07/26/13000057/berapa-penghasilan-creator-dari-live-streaming?page=all>

<sup>77</sup>Fiqih Rahmawati, “Fenomena Live TikTok Mandi Lumpur, Nenek Sari Mengaku Dapat Rp9 Juta dan Ogah Jadi Petani Lagi.” *Kompas TV*, 22 Januari, 2023, <https://www.kompas.tv/nasional/370482/fenomena-live-tiktok-mandi-lumpur-nenek-sari-ngaku-dapat-rp9-juta-dan-ogah-jadi-petani-lagi?page=all>

Dengan modal perangkat sederhana, ide kreatif, dan konsistensi, siapa pun bisa mencicipi manisnya cuan dari dunia *live streaming*.