

Peran Teknologi Live Streaming dalam Pembentukan Identitas Sosial Mahasiswa Kewirausahaan di Direktorat Inovasi dan Inkubator Bisnis

¹Mutia Mawardah, ²Afifah Afrah Amatullah², ³Susan Dian Purnamasari³

^{1,2}Program Studi Psikologi, Universitas Bina Darma, Palembang

³Program Studi Sistem Informasi, Universitas Bina Darma, Palembang

E-mail: afifahaa29@gmail.com,
mutia_mawardah@binadarma.ac.id,susandian@binadarma.ac.id

ABSTRAK

Live streaming berkembang menjadi medium komunikasi real-time yang tidak hanya berfungsi untuk transaksi komersial, tetapi juga sebagai ruang ekspresi diri dan interaksi sosial generasi muda. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan peran teknologi live streaming dalam pembentukan identitas sosial mahasiswa kewirausahaan generasi Z yang tergabung dalam program inkubasi bisnis di Direktorat Inovasi dan Inkubator Bisnis Universitas Bina Darma. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan kuesioner skala Likert yang diberikan kepada 46 responden yang aktif melakukan live streaming. Data dianalisis secara tematik dengan merujuk pada aspek live streaming (social presence, interaktivitas, pengalaman keterlibatan, nilai hiburan, dan keterlibatan komunitas) serta indikator identitas sosial menurut Michael A. Hogg (kategorisasi, identifikasi, perbandingan sosial, prototype, dan depersonalisasi). Hasil penelitian menunjukkan bahwa live streaming dipersepsikan sebagai interaksi yang di dunia nyata, menghadirkan suasana hangat, menyenangkan, dan membuat responden fokus hingga lupa waktu, sehingga memperkuat kehadiran sosial dan rasa diterima oleh viewers. Responden merasa bangga sebagai bagian dari kelompok kewirausahaan, menyesuaikan diri dengan norma kelompok, serta melihat kelompok sebagai bagian dari identitas dirinya, yang mengindikasikan berjalannya proses kategorisasi, identifikasi, dan depersonalisasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa live streaming berperan sebagai arena digital yang memfasilitasi pembentukan dan penguatan identitas sosial mahasiswa kewirausahaan, meskipun generalisasi temuan masih terbatas pada konteks dan jumlah responden yang relatif kecil.

Kata kunci : Live Streaming, Identitas Sosial, Mahasiswa Kewirausahaan, Generasi Z, Interaktivitas

ABSTRACT

Live streaming has developed into a real-time communication medium that functions not only for commercial transactions but also as a space for self-expression and social interaction among young people. This study aims to describe the role of live streaming technology in shaping the social identity of Generation Z entrepreneurship students who participate in the business incubation program at the Directorate of Innovation and Business Incubator of Universitas Bina Darma. This research employs a qualitative approach with data collected through in-depth interviews, participatory observation, and Likert-scale questionnaires administered to 46 respondents who actively engage in live streaming. The data were analyzed thematically by referring to live

streaming aspects (social presence, interactivity, engagement experience, entertainment value, and community involvement) and social identity indicators proposed by Michael A. Hogg (categorization, identification, social comparison, prototype, and depersonalization). The findings show that live streaming is perceived as an interaction in real life,” creating a warm and enjoyable atmosphere that enables respondents to remain focused to the point of losing track of time, thereby strengthening social presence and their sense of being accepted by viewers. Respondents feel proud to be part of the entrepreneurship group, adjust themselves to group norms, and see the group as part of their self-identity, indicating that the processes of categorization, identification, and depersonalization are taking place. This study concludes that live streaming serves as a digital arena that facilitates the formation and reinforcement of the social identity of entrepreneurship students, although the generalizability of the findings remains limited by the specific context and relatively small number of respondents.

Keyword : Live Streaming, Social Identity, Entrepreneurial Students, Generation Z, Interactivity

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dalam dua dekade terakhir telah mengubah secara signifikan cara individu berinteraksi, berkomunikasi, dan membangun relasi sosial di berbagai konteks kehidupan (Rinaldo & Irwansyah, 2022). Munculnya berbagai platform digital berbasis internet tidak hanya mempermudah distribusi informasi, tetapi juga menyediakan ruang baru bagi ekspresi diri, pembentukan jaringan, dan konstruksi identitas, terutama di kalangan generasi muda yang sangat dekat dengan media sosial (Anggoro Luke Setyo, 2025). Salah satu teknologi yang berkembang pesat adalah live streaming, yakni siaran langsung berbasis video dan audio yang memungkinkan interaksi real-time antara penyiar dan audiens melalui komentar, pertanyaan, reaksi, maupun dukungan virtual.

Live streaming awalnya banyak digunakan dalam konteks hiburan dan komersial, khususnya promosi produk dan perdagangan elektronik, namun kini berkembang menjadi medium sosial yang lebih kompleks. Platform seperti TikTok Live dan Instagram Live tidak hanya menjadi kanal pemasaran, tetapi juga

ruang interaksi sosial, pembelajaran, dan pembentukan identitas di dunia digital (Mokos & Pertunjukan, 2025). Interaksi sinkron yang terasa spontan dan autentik membuat live streaming memberikan pengalaman kehadiran sosial *social presence* yang lebih kuat dibanding konten pra-rekam, karena penyiar dan penonton dapat saling merespons secara langsung seolah bertemu tatap muka (Ananda Ade Salsabila & Haerani Nur, 2025).

Generasi Z sebagai generasi digital native memanfaatkan live streaming sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari, bukan sekadar pelengkap interaksi offline. Bagi kelompok ini, ruang digital menjadi arena utama untuk mengekspresikan diri, menyusun narasi personal, dan membangun citra sosial melalui penampilan kompetensi, gaya hidup, nilai, serta aspirasi di hadapan audiens yang luas (Afifah & Kuntari, 2025). Live streaming memungkinkan mereka menunjukkan diri secara real-time tanpa proses penyuntingan yang ketat, memperoleh umpan balik langsung, dan merasakan pengakuan sosial dari komunitas yang terbentuk di sekitar aktivitas siaran. (Hasugian & Nurbani, 2025).

Dalam perspektif psikologi sosial, dinamika tersebut berkaitan erat dengan teori identitas sosial yang menjelaskan bahwa sebagian konsep diri individu terbentuk dari pengetahuan mengenai keanggotaannya dalam kelompok sosial beserta nilai emosional yang dilekatkan pada keanggotaan tersebut (June et al., 2025). Proses kategorisasi, identifikasi, dan perbandingan sosial terjadi ketika individu menempatkan dirinya sebagai bagian dari komunitas tertentu, merasa bangga terhadap kelompok, serta menyesuaikan perilaku dengan norma kelompok yang dianggap mewakili identitasnya (Nadila et al., 2018). Di ranah digital, ruang live streaming menjadi arena penting bagi generasi muda untuk menegosiasikan identitas sosial secara dinamis melalui interaksi dua arah, dukungan, dan validasi yang diberikan audiens.

Direktorat Inovasi dan Inkubator Bisnis DIIB Universitas Bina Darma merupakan salah satu lingkungan yang memfasilitasi pemanfaatan live streaming oleh mahasiswa kewirausahaan sebagai bagian dari proses pengembangan usaha dan pembentukan karakter wirausahawan muda. Program kewirausahaan di DIIB dirancang sebagai wadah bagi mahasiswa untuk mengembangkan ide usaha, melatih pola pikir bisnis, serta mengaplikasikan pengetahuan ke dalam praktik melalui berbagai aktivitas, termasuk promosi berbasis live streaming (Sahraz et al., 2025). Dalam konteks ini, penting untuk mengkaji bagaimana teknologi live streaming berperan dalam pembentukan identitas sosial mahasiswa kewirausahaan generasi Z yang mengikuti program inkubasi bisnis di DIIB Universitas Bina Darma.

2. LANDASAN TEORI

Teori mengenai live streaming dalam penelitian ini merujuk pada kerangka

yang dikembangkan oleh Song Liu yang menekankan bahwa efektivitas live streaming sebagai media digital sangat dipengaruhi oleh kredibilitas streamer, kekayaan media, dan interaktivitas selama siaran (Song & Liu, 2021). Live streaming dipahami sebagai penyiaran konten video dan audio secara real-time melalui platform digital yang memungkinkan interaksi langsung antara streamer dan audiens, sehingga menciptakan kehadiran sosial social presence yang tinggi serta rasa kedekatan emosional seolah-olah berinteraksi secara tatap muka. Kajian tentang live streaming commerce juga menegaskan bahwa interaksi sinkron, fitur komentar, dan partisipasi komunitas memperkuat kohesi sosial dan keterlibatan pengguna dalam komunitas digital (Luo et al., 2025).

Secara lebih rinci, kerangka live streaming dalam penelitian ini menggunakan lima aspek utama yang diadaptasi dari pemikiran Song Liu, yaitu kehadiran sosial, interaktivitas, pengalaman keterlibatan, nilai hiburan, dan keterlibatan komunitas. Kehadiran sosial merujuk pada perasaan hadir bersama orang lain di ruang virtual; interaktivitas menekankan dialog dua arah melalui komentar, pertanyaan, dan hadiah virtual; pengalaman keterlibatan terkait dengan kondisi tenggelam dan lupa waktu saat live; nilai hiburan mencerminkan tingkat kesenangan selama siaran; sedangkan keterlibatan komunitas menunjuk pada rasa menjadi bagian dari kelompok melalui rutinitas dan simbol-simbol yang dibangun bersama. Kelima aspek ini menjadi pijakan untuk memahami bagaimana live streaming tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai ruang relasi sosial dan ekspresi diri bagi generasi muda.

Landasan teoritis mengenai identitas sosial mengacu pada Teori Identitas Sosial yang dipelopori oleh Henri

Tajfel dan John Turner, serta dikembangkan lebih lanjut oleh Michael A. Hogg dan Dominic Abrams. Tajfel dan Turner mendefinisikan identitas sosial sebagai bagian dari konsep diri yang berasal dari pengetahuan individu tentang keanggotaannya dalam kelompok sosial beserta nilai emosional dan signifikansi yang dilekatkan pada keanggotaan tersebut. Hogg menekankan bahwa identitas sosial terbentuk melalui proses kategorisasi sosial, identifikasi sosial, perbandingan sosial, pembentukan prototype, dan depersonalisasi, di mana individu mengurangi penekanan pada ciri personal dan semakin menonjolkan ciri yang dianggap mewakili kelompok. Faktor-faktor seperti ketidakpastian sosial, prestise kelompok, kohesi, dan umpan balik sosial real-time mendorong individu untuk mempertahankan identitas kelompok yang positif (Goyena & Fallis, 2019).

Dalam konteks media digital, terutama live streaming, teori identitas sosial tersebut menjadi relevan untuk menjelaskan bagaimana generasi muda membangun citra diri dan merasa terikat dengan komunitas wirausahawan di ruang online. Berbagai penelitian tentang media sosial menunjukkan bahwa generasi Z menggunakan platform digital untuk mengeksplorasi identitas, memperoleh pengakuan, dan membangun rasa memiliki terhadap kelompok tertentu. Interaksi real-time, kehadiran sosial yang kuat, dan keterlibatan komunitas di live streaming memfasilitasi proses kategorisasi diri sebagai streamer atau wirausahawan muda, memperkuat identifikasi dengan kelompok, serta mendorong penyesuaian perilaku terhadap norma komunitas digital sebagaimana digambarkan dalam teori identitas sosial Hogg (Nugraeni, 2024). Dengan demikian, kombinasi teori live streaming Song Liu dan Teori Identitas Sosial Tajfel–Turner–Hogg memberikan kerangka komprehensif untuk memahami

peran live streaming dalam pembentukan identitas sosial mahasiswa kewirausahaan.

3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan utama untuk memahami secara mendalam bagaimana mahasiswa kewirausahaan memaknai pengalaman live streaming dalam kaitannya dengan identitas sosial mereka. Pendekatan kualitatif dipilih karena fokus penelitian tidak terletak pada pengujian hipotesis secara statistik, tetapi pada eksplorasi makna, proses, dan dinamika psikologis yang muncul dari interaksi real-time di platform live streaming. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menggali ragam perspektif responden secara lebih kaya dan kontekstual melalui narasi, deskripsi pengalaman, serta interpretasi mereka terhadap fenomena yang dialami. Di dalam metode penelitian kualitatif, data dikumpulkan dengan beberapa teknik pengumpulan data kualitatif, yaitu; wawancara, observasi, hasil survei. Wawancara mendalam dilakukan dengan panduan pertanyaan semi-terstruktur untuk menggali pengalaman, persepsi, dan pemaknaan responden terkait aktivitas live streaming, interaksi dengan audiens, serta perasaan mereka sebagai bagian dari kelompok kewirausahaan (Amelia et al., 2025). Observasi dilakukan pada sesi-sesi live streaming yang dilakukan oleh responden untuk mencermati pola komunikasi, ekspresi, bahasa tubuh, serta dinamika interaksi antara streamer dan penonton, sehingga diperoleh gambaran yang lebih nyata mengenai konteks perilaku yang mereka tampilkan. Selain itu, kuesioner dengan skala penilaian digunakan untuk memetakan kecenderungan sikap responden terhadap aspek-aspek live streaming dan indikator identitas sosial yang telah dirumuskan.

Instrumen penelitian disusun berdasarkan landasan teori yang digunakan dalam studi ini, yaitu aspek live streaming dan teori identitas sosial. Panduan wawancara dikonstruksi dengan mengacu pada dimensi live streaming seperti kehadiran sosial, interaktivitas, pengalaman keterlibatan, nilai hiburan, dan keterlibatan komunitas, sehingga setiap pertanyaan diarahkan untuk menggali bagaimana responden mengalami dan menilai masing-masing aspek tersebut dalam praktik. Instrumen observasi disusun dalam bentuk pedoman yang memuat aspek sikap dan perilaku selama live, pola interaksi dengan audiens, ekspresi nonverbal, serta cara responden membangun penampilan dan komunikasi yang mendukung peran mereka sebagai pelaku live streaming. Kuesioner disusun dengan mengadaptasi indikator identitas sosial yang mencakup kategorisasi diri sebagai anggota kelompok, rasa bangga terhadap kelompok, peran kelompok dalam identitas diri, kecenderungan menyesuaikan perilaku dengan norma kelompok, serta pandangan terhadap kelompok lain.

Tabel 1. Guide Observasi

No	Aspek	Deskripsi
1	Sikap & Perilaku	Mencakup bagaimana Subjek bersikap selama live streaming serta menilai apakah perilaku yang ditampilkan selaras dengan peran yang ingin dibangun ketika live berlangsung.
2	Interaksi	Pengamatan tentang intensitas dan kualitas interaksi antara Subjek dengan penonton, seperti bagaimana cara Subjek membangun kualitas komunikasi ketika live streaming.

3	Bahasa Tubuh	Melihat ekspresi yang ditampilkan oleh Subjek dari gestur tubuh dan ekspresi seperti menunjukkan antusiasme, keterbukaan, dan kenyamanan atau sebaliknya.
4	Penampilan dan Komunikasi	Menilai kerapian dan kesesuaian penampilan Subjek yang mendukung branding diri serta kemampuan komunikasi dalam penyampaian pesan dari struktur kalimat.

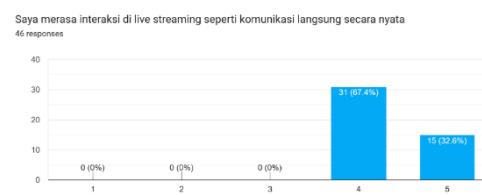
Prosedur penelitian diawali dengan tahap persiapan yang meliputi penyusunan rancangan penelitian, perumusan instrumen, dan koordinasi dengan pihak instansi terkait di lingkungan Direktorat Inovasi dan Inkubator Bisnis Universitas Bina Darma. Tahap berikutnya adalah pelaksanaan pengumpulan data, yang dilakukan secara bertahap melalui observasi sesi live streaming, pelaksanaan wawancara, dan pengumpulan jawaban kuesioner. Setelah seluruh data terkumpul, peneliti memasuki tahap pengolahan dan analisis data. Hasil analisis kemudian disintesis dalam bentuk narasi yang terstruktur untuk menjelaskan peran live streaming dalam pembentukan identitas sosial mahasiswa kewirausahaan secara komprehensif.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa kewirausahaan memaknai live streaming sebagai aktivitas yang bersifat sosial sekaligus fungsional, bukan semata ruang transaksi. Responden menggambarkan suasana live sebagai “seperti ngobrol langsung” dengan

penonton di kehidupan nyata, di mana percakapan tidak hanya berfokus pada produk, tetapi juga mencakup sapaan personal, candaan, dan obrolan ringan yang membangun kedekatan. Observasi pada beberapa sesi live memperlihatkan bahwa streamer cenderung memulai siaran dengan menyapa penonton satu per satu, menanggapi komentar secara spontan, dan menjaga suasana agar tetap hangat, seolah berada dalam interaksi tatap muka. Dalam praktiknya, live streaming menjadi ruang ekspresi diri bagi mahasiswa sebagai wirausahawan muda. Mereka menampilkan cara bicara, gaya berpakaian, ekspresi wajah, dan bahasa tubuh yang disesuaikan dengan citra yang ingin dibangun, misalnya ramah, percaya diri, dan informatif. Observasi menunjukkan bahwa streamer berusaha menjaga konsistensi penampilan dan pola komunikasi dari satu sesi ke sesi berikutnya, sehingga audiens dapat mengenali “gaya khas” masing-masing pelaku live. Hal ini menunjukkan bahwa live streaming tidak sekadar media promosi, tetapi juga panggung untuk membentuk dan menegaskan identitas diri di hadapan publik digital. Secara kualitatif, dinamika interaksi dua arah menjadi salah satu aspek yang paling sering disorot responden sebagai hal yang membuat live streaming terasa berbeda dari bentuk konten lain. Mereka menyatakan bahwa rasa senang muncul ketika komentar penonton ramai, pertanyaan dijawab, dan candaan dibalas, sehingga terbentuk suasana kebersamaan. Observasi memperlihatkan bahwa streamer aktif mengajak penonton berpartisipasi, misalnya dengan menanyakan pendapat, meminta penonton memilih produk, atau sekadar menanggapi emoji dan reaksi yang muncul di layar. Pola interaksi ini menciptakan rasa kehadiran sosial (social presence), di mana streamer dan penonton merasa saling hadir dalam satu ruang meskipun terpisah secara fisik. Pengalaman tersebut kemudian diperkuat

oleh data kuesioner. Sebagian besar responden menyatakan setuju dan sangat setuju pada pernyataan bahwa mereka menikmati ketika viewers berinteraksi di kolom komentar, dengan persentase sekitar 80,5% pada kategori positif. Selain itu, 80,4% responden menyatakan merasa diterima oleh viewers yang mengikuti akun mereka, yang mengonfirmasi bahwa interaksi nyata di live membangun rasa diterima dan diakui secara sosial. Dengan demikian, temuan kuesioner menguatkan hasil wawancara dan observasi bahwa live streaming berfungsi sebagai ruang hubungan sosial yang hangat dan bukan hanya saluran komunikasi satu arah.



Gambar1.Butir Item Kuesioner Live Streaming

Hasil wawancara menunjukkan bahwa banyak responden merasa “tenggelam” dalam aktivitas live streaming, hingga terkadang lupa waktu karena asyik berinteraksi dengan penonton. Mereka menggambarkan pengalaman live bukan sebagai tugas formal yang kaku, tetapi sebagai aktivitas yang menyenangkan, di mana mereka bisa bercerita, bercanda, dan berbagi pengalaman berwirausaha. Observasi mendukung hal ini melalui pengamatan bahwa streamer sering mempertahankan durasi live cukup lama, tetap energik, dan berusaha menghibur penonton agar tidak keluar dari siaran. Kecenderungan ini tercermin dalam kuesioner, di mana sekitar 80,5% responden mengakui dapat sangat fokus saat live hingga mengabaikan stimulus lain di sekitarnya. Angka ini menunjukkan tingkat keterlibatan (engagement) yang tinggi, yang secara psikologis berkaitan dengan

pengalaman flow dan kenyamanan dalam peran sebagai streamer. Di sisi lain, responden juga menyebut bahwa live streaming menjadi sarana membangun komunitas; mereka mengenali penonton yang sering hadir, menjalin interaksi berulang, bahkan terkadang melanjutkan komunikasi di luar sesi live. Fakta bahwa mayoritas responden merasa menjadi bagian dari komunitas di platform live menguatkan interpretasi bahwa live streaming membentuk ikatan sosial yang berkelanjutan, bukan interaksi sesaat.



Gambar2.Butir Item Kuesioner Identitas Sosial

Dari sisi identitas sosial, wawancara menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya melihat dirinya sebagai individu yang berjualan, tetapi juga sebagai bagian dari kelompok wirausahawan muda yang memiliki tujuan, pengalaman, dan tantangan bersama. Mereka menyebut kelompoknya dengan istilah “kami”, misalnya “kami sebagai peserta program kewirausahaan” atau “kami yang sering live bareng”, yang menandakan adanya pergeseran perspektif dari “saya” menuju “kami”. Responden juga mengungkapkan rasa bangga ketika kelompoknya diapresiasi, misalnya saat produk mereka diundang dalam acara atau ketika program dianggap sebagai contoh positif. Pola ini diperkuat oleh hasil kuesioner, di mana responden menunjukkan persetujuan tinggi terhadap pernyataan bahwa kelompok yang diikuti merupakan bagian dari identitas diri dan menjadi sumber kebanggaan. Selain itu, 84,8% responden menyatakan cenderung menyesuaikan sikap dengan norma kelompok selama norma tersebut tidak

bertentangan dengan nilai pribadi. Secara teoretis, hal ini menggambarkan fase identifikasi dan depersonalisasi dalam teori identitas sosial: individu mulai menginternalisasi nilai dan norma kelompok, mengurangi fokus pada ciri unik pribadi, dan lebih menonjolkan ciri-ciri yang dianggap mewakili kelompok. Wawancara juga memperlihatkan adanya proses perbandingan sosial, ketika responden membandingkan dirinya dan kelompoknya dengan pelaku live streaming lain, misalnya dari sisi cara promosi, jumlah penonton, maupun konsistensi live. Mereka merasa lebih percaya diri ketika kelompoknya dinilai baik atau lebih kreatif, dan sebaliknya merasa perlu berbenah ketika melihat kelompok lain lebih aktif. Temuan ini sejalan dengan kuesioner yang menunjukkan bahwa responden memperhatikan kelompok lain dan menjadikan perbandingan tersebut sebagai bahan refleksi terhadap kelompok sendiri. Secara deskriptif, rangkaian temuan dari wawancara dan observasi menunjukkan bahwa live streaming menjadi arena penting bagi mahasiswa kewirausahaan untuk mengekspresikan diri, membangun relasi, dan menegaskan identitas sosial sebagai bagian dari kelompok wirausahawan muda. Mereka mengalami live streaming sebagai interaksi yang dekat, hangat, dan menyenangkan, di mana kehadiran sosial dan interaktivitas menjadi kunci terbentuknya rasa diterima dan diakui. Praktik berulang, gaya khas yang dipertahankan, serta keterlibatan komunitas membuat peran sebagai streamer sekaligus wirausahawan semakin melekat dalam cara mereka memandang diri. Data kuantitatif dari kuesioner kemudian memperkuat gambaran tersebut melalui angka-angka persentase yang konsisten dengan narasi kualitatif. Tingginya persentase responden yang merasa diterima, menikmati interaksi, fokus saat live, bangga terhadap kelompok, dan

menyesuaikan diri dengan norma kelompok menunjukkan bahwa live streaming tidak hanya berdampak pada level perilaku, tetapi juga pada level identitas sosial. Dengan demikian, secara integratif dapat disimpulkan bahwa live streaming berperan sebagai medium digital yang memfasilitasi proses kategorisasi, identifikasi, dan depersonalisasi dalam komunitas kewirausahaan, sehingga turut menguatkan identitas sosial mahasiswa sebagai wirausahawan muda di ekosistem digital.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa live streaming berperan penting sebagai ruang interaksi sosial dan ekspresi diri bagi mahasiswa kewirausahaan yang tergabung dalam program di Direktorat Inovasi dan Inkubator Bisnis Universitas Bina Darma. Melalui interaksi real-time yang hangat dan dua arah, mahasiswa memaknai live streaming bukan hanya sebagai sarana promosi produk, tetapi juga sebagai medium untuk membangun kedekatan dengan audiens dan menampilkan citra diri sebagai wirausahawan muda. Secara psikologis, aktivitas live streaming berkontribusi pada proses pembentukan identitas sosial mahasiswa. Mereka mengkategorikan diri sebagai bagian dari komunitas wirausahawan, mengembangkan rasa bangga dan keterikatan terhadap kelompok, serta menyesuaikan perilaku dengan norma dan nilai yang berlaku dalam komunitas tersebut. Temuan ini terlihat dari narasi wawancara dan observasi, serta diperkuat oleh hasil kuesioner yang menunjukkan tingginya persentase responden yang merasa diterima, bangga terhadap kelompok, dan cenderung menyesuaikan diri dengan norma kelompok. Dengan demikian, live streaming dapat dipahami sebagai arena digital yang memfasilitasi tahapan kategorisasi, identifikasi, dan

depersonalisasi sebagaimana dijelaskan dalam teori identitas sosial. Meskipun demikian, hasil penelitian ini masih terbatas pada konteks mahasiswa kewirausahaan di satu institusi dan jumlah responden yang relatif kecil, sehingga diperlukan penelitian lanjutan dengan cakupan yang lebih luas dan pendekatan metode yang lebih beragam untuk memperkuat generalisasi temuan.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Universitas Bina Darma yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan project independen serta menyediakan dukungan akademik dan fasilitas yang diperlukan selama proses penelitian. Apresiasi yang mendalam juga diberikan kepada Direktorat Inovasi dan Inkubator Bisnis (DIIB) Universitas Bina Darma yang telah menjadi mitra lokasi penelitian dan memfasilitasi akses kepada mahasiswa peserta program kewirausahaan. Penghargaan khusus ditujukan kepada dosen pembimbing yang senantiasa memberikan arahan, masukan, dan koreksi yang membangun sejak tahap perencanaan hingga penyusunan laporan akhir. Terakhir, penulis berterima kasih kepada seluruh responden yang telah berkenan meluangkan waktu untuk mengikuti wawancara, observasi, dan pengisian kuesioner, sehingga penelitian mengenai peran live streaming dalam pembentukan identitas sosial mahasiswa kewirausahaan ini dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N., & Kuntari, S. (2025). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Sosial Gen Z Di Aplikasi TikTok dan Instagram. *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(3), 4409–4415.
Amelia, A. P., Putri, I. N., & Frederick, J. R. (2025). Konstruksi Identitas

- Sosial oleh Media Sosial : Studi Kritis Berdasarkan Pemikiran Marcuse dan Habermas. *Jurnal Perspektif*, 8(3), 363–369.
- Ananda Ade Salsabila, & Haerani Nur. (2025). Representasi Diri di Sosial Media: Antara Identitas Nyata dan Identitas Virtual. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(4), 5601–5620. <https://doi.org/10.56799/peshum.v4i4.9244>
- Anggoro Luke Setyo. (2025). Media Sosial dan Identitas Diri: Dampaknya terhadap Kesehatan Mental Remaja di Era Digital. *Jurnal Psikologi Insight*, 9(1), 1–10.
- Goyena, R., & Fallis, A. . (2019). Identitas sosial. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Hasugian, G. I. P., & Nurbani. (2025). Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial Live Streaming Tiktok Terhadap Generasi Z. *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 9(10). <https://www.slice.id/blog/tren-pengguna-media-sosial-dan-digital-marketing->
- June, I., Manajemen, P. S., Islam, U., Maulana, N., & Ibrahim, M. (2025). Pengaruh media sosial terhadap pembentukan perubahan identitas nasional di kalangan remaja. 3, 1660–1667.
- Luo, X., Lim, W. M., Cheah, J. H., Lim, X. J., & Dwivedi, Y. K. (2025). Live Streaming Commerce: A Review and Research Agenda. *Journal of Computer Information Systems*, 65(3), 376–399. <https://doi.org/10.1080/08874417.2023.2290574>
- Mokos, I. E., & Pertunjukan, F. S. (2025). Konstruksi Identitas Diri Remaja di Media Sosial : Analisis Konsep Dramaturgi Erving Goffman. *Mukasi*, 4(3), 638–649. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i3.4690>
- Nadila, S., Fitrya, T. A., Unde, A., & Aziz, S. (2018). Pengungkapan Identitas Diri Melalui Media Sosial: Studi Mengenai Etnografi Virtual Melalui Vlog. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 7(1), 83–92.
- Nugraeni, A. (2024). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Sosial Anak Muda. *LANCAH: Jurnal Inovasi Dan Tren*, 2(1), 142–147. <https://doi.org/10.35870/ljnt.v2i1.2247>
- Rinaldo, E., & Irwansyah, I. (2022). Fenomena Tren Live Streaming Pada Media Sosial Dalam Perspektif Social Construction of Technology. *ARTCOMM*, 2(5), 84.
- Sahraz, A., Lily, A., & Syah, A. (2025). Media Sosial Membentuk dan Memengaruhi Identitas Sosial. *Multidisciplinary Research Journal*, 1(1), 6–10.
- Song, C., & Liu, Y.-L. (2021). The Effect of Live-Streaming Shopping on The Consumer's Perceived Risk and Purchase Intention in China. *23rd Biennial Conference of the International Telecommunications Society (ITS): "Digital Societies and Industrial Transformations: Policies, Markets, and Technologies in a Post-Covid World,"* 1–18. <https://hdl.handle.net/10419/238054>