

Performativitas Maskulinitas, Hubungan Parasosial, dan Partisipasi Penonton pada Youtube Livestream Bigmo

Performative Masculinity, Parasocial Relationships, and Audience Participation on Bigmo's YouTube Livestream

Regita Amanda Putri, Camelya Rayqah Ibrahim, Garviona Elora Sekar Dewata, Putu Silvia Sloka Sarasamuscaya

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, Jawa Barat, Indonesia.

Korespondensi: Jl. Raya Bandung-Sumedang KM 21, Jatinangor, Jawa Barat, Indonesia.

Surel: regita23002@mail.unpad.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.46961/mediasi.v7i1.1905>

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima: 16/12/2025

Direvisi: 30/01/2026

Publikasi: 31/01/2026

e-ISSN: 2721-0995

p-ISSN: 2721-9046

Kata Kunci:

Hubungan Parasosial;

YouTube;

Siaran Langsung;

Maskulinitas;

Budaya Partisipatif;

Keywords:

Parasocial Relationship;

YouTube;

Live streaming;

Masculinity;

Participatory Culture;

ABSTRAK

Youtube Live streaming di Indonesia berkembang sebagai ruang performatif dalam menegosiasikan identitas dan relasi gender secara real-time. Penelitian ini bertujuan untuk memahami peran penonton dalam membentuk maskulinitas Bigmo sebagai streamer, serta dinamika interaksi antara streamer, penonton dan perempuan dalam siaran langsung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam yang dipilih secara purposive serta dianalisis menggunakan analisis tematik. Hasil penelitian menemukan bahwa maskulinitas Bigmo bersifat tidak tetap, melainkan dibentuk secara kolektif melalui interaksi dengan penonton. Komentar, tantangan dan candaan dari penonton di kolom *chat* mendorong Bigmo untuk menampilkan sikap percaya diri, dominan dan berani mengambil risiko di setiap Live streaming. Kehadiran perempuan memperkuat citra maskulinitas Bigmo, namun di sisi lain, memperlihatkan bias gender melalui komentar penonton. Hubungan parasosial memperkuat keterlibatan penonton dalam Live streaming dan membentuk kepribadian Bigmo. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Youtube Live streaming merupakan ruang sosial kolaboratif yang membentuk konstruksi maskulinitas digital.

ABSTRACT

YouTube Live streaming in Indonesia has developed as a performative space where identity and gender relations are negotiated in real time. This study aims to understand the role of audiences in shaping Bigmo's masculinity as a streamer, as well as the interaction dynamics between the streamer, audiences, and women during Live broadcasts. This research uses a qualitative approach with a case study method. Data were collected through in-depth interviews selected using purposive sampling and analyzed using thematic analysis. The findings show that Bigmo's masculinity is not fixed, but is collectively formed through interactions with audiences. Comments, challenges, and jokes in the Live chat encourage Bigmo to display confidence, dominance, and risk-taking behavior during Live streaming sessions. The presence of women strengthens Bigmo's masculine image, but at the same time reveals gender bias through audience comments. Parasocial relationships increase audience involvement in Live streaming and contribute to shaping Bigmo's persona. This study concludes that YouTube Live streaming functions as a collaborative social space that shapes the construction of digital masculinity.

PENDAHULUAN

Fenomena *Live streaming* di YouTube Indonesia berkembang pesat sebagai wadah dan ruang performatif di mana identitas, hiburan, dan relasi gender dipertontonkan secara *real time*. Pada Januari 2025, jumlah pengguna YouTube tercatat mencapai 2,53 miliar orang atau sekitar 30,9% dari populasi dunia, dan lonjakan penggunaan ini tidak hanya terjadi secara global, tetapi juga sangat terasa di Indonesia. Bahkan, pada awal 2025 Indonesia termasuk dalam deretan negara dengan jumlah pengguna YouTube tertinggi (Tasidjawa et al., 2025). Salah satu figur yang menonjol belakangan ini adalah Muhammad Jannah atau dikenal dengan nama panggung Bigmo, yaitu seorang *content creator* dan YouTube *streamer* yang dikenal melalui pembawaan diri maskulin, *chaotic*, humor berlebihan, komentar tanpa filter, serta pola interaksi yang memancing respons penonton. Popularitas Bigmo tidak hanya muncul dari konten yang dibuat, tetapi juga dari dinamika yang terbentuk antara dirinya, penonton, dan tamu perempuan yang kerap dihadirkan dalam *Live streaming*. Dalam konten-konten tersebut, ruang digital menjadi arena di mana budaya partisipatif dan performativitas maskulinitas muncul dan dinegosiasikan setiap saat.

Dalam berbagai kesempatan, audiens *Live streaming* Bigmo yang biasa disebut “nicegang” tidak hanya hadir sebagai pengamat pasif, tetapi juga sebagai pengendali yang aktif membentuk alur *Live*. Mereka memberikan komentar, permintaan, hingga tekanan yang mendorong Bigmo menampilkan persona tertentu, mulai dari perilaku humoris, perilaku yang menunjukkan sisi dominan atau *alpha*, hingga aksi yang cenderung berisiko. Budaya partisipatif ini sejalan dengan yang dikatakan Jenkins (2009) dalam (Wendland, 2024), bahwa budaya partisipatif adalah sebuah kultur yang ditandai oleh minimnya hambatan untuk berkreasi dan terlibat, sekaligus audiens berperan sebagai produsen bersama yang memengaruhi arah dan atmosfer sebuah konten. Menurut Jenkins (2009) dalam (Wendland, 2024), dorongan bagi partisipasi aktif tidak berasal dari teknologi atau platform, melainkan dari komunitas yang menciptakan ruang bagi ekspresi kolektif. Dalam konteks ini, respons Bigmo terhadap komentar penonton menunjukkan bahwa performanya merupakan hasil negosiasi antara keinginan pribadi dan ekspektasi publik.

Temuan Tan et al. (2022) memperkuat fenomena ini dengan studi yang menjelaskan bahwa *streamer* laki-laki sering menampilkan karakter maskulin seperti kompetitif, humoris, hingga peduli untuk memenuhi ekspektasi penonton, karena *Live streaming* merupakan arena komodifikasi performa maskulinitas. Meski begitu, hierarki gender tetap muncul, yaitu laki-laki mempertahankan dominasi, sementara perempuan sering hadir sebagai elemen pendukung performa. Dalam konteks Bigmo, hal ini tanpa ketika kehadiran perempuan dikomodifikasi sebagai pemicu *engagement*. Penonton membandingkan tamu perempuan, menjodoh-jodohkan mereka dengan Bigmo, hingga memberi komentar bersifat seksual yang sekaligus memperkuat persepsi Bigmo sebagai figur “lebih alpha” saat berinteraksi dengan perempuan.

Pola ini juga sejalan dengan temuan dari De la Torre-Sierra & Guichot-Reina (2024) tentang representasi perempuan dalam video game, yang menunjukkan bahwa perempuan sering direpresentasikan sebagai objek visual atau pendukung narasi laki-laki. Bias representasi tersebut tampak tercermin dalam cara penonton Bigmo menilai tamu perempuan terutama dari sisi penampilan fisik dan daya tarik visual. Meski berada dalam *Live streaming* dan bukan media fiksi, pola komentar penonton yang berfokus pada tubuh dan relasi dengan *streamer* menunjukkan berlanjutnya konstruksi gender yang tidak seimbang. Penelitian ini penting untuk memahami bagaimana budaya partisipatif penonton membentuk performativitas maskulinitas di ruang digital, dan penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan budaya partisipatif penonton Bigmo,

menganalisis performativitas maskulinitas dalam *Live streaming*, memahami bentuk dinamika interaksi antara Bigmo, penonton, dan perempuan, serta mengungkap bagaimana penonton berkontribusi pada pembentukan persona Bigmo.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Maskulinitas

Maskulinitas berasal dari bahasa Perancis “macculinine” yang berarti karakteristik dan peran sosial yang diberikan kepada laki-laki secara sosial dan kultural di konstruksi, tidak hanya ditentukan oleh faktor biologis (Nuzulia, 2022). Konstruksi sosial yang telah terbuat menanamkan kewajiban, harapan dan norma kepada laki-laki untuk melakukan peran yang berlaku agar dianggap sebagai “laki-laki sejati”. Di Indonesia yang kaya akan budaya, kejantanan seorang laki-laki digambarkan menggunakan fisik sebagai kekuatan serta sebagai pemimpin dan memegang kuasa (Daulay dalam Rumahorbo, 2018).

Secara teori, maskulinitas merupakan relasi ganda yang ditinjau dengan kerangka maskulinitas hegemoni (Nuzulia, 2022). Maskulinitas ini merupakan praktik gender yang di dominasi oleh laki - laki. Maskulinitas tradisional seringkali menganggap kekuasaan, aksi, kerja dan kekuatan sebagai nilai yang tinggi, sedangkan kelembutan dan komunikasi secara emosional sebagai nilai yang rendah (Putera, 2019 dalam Nuzulia, 2022). Karakteristik maskulin menurut (Chafetz dalam Nuzulia, 2022) dibagi menjadi tujuh aspek, pertama fungsional (pencari nafkah), kedua emosional (menyembunyikan perasaan), ketiga fisik (keberanian dan kekuatan), keempat intelektual (rasional dan logis), kelima karakter personal (ambisius), keenam seksual (agresif) dan terakhir *interpersonal* (kepemimpinan). Seiring berjalannya waktu, maskulinitas mengalami evolusi dan menghasilkan tipologi kontemporer seperti New man as Nurturer (sisi lembut sebagai bapak) atau *New Man as Narcissist* (gaya hidup mewah/megah) (Demartoto dalam Nuzulia, 2022), The Warriors (pemimpin, berkorban) hingga *Laki-laki Metroseksual* yang mengutamakan *fashion* dan kesempurnaan. Selain itu, maskulinitas tradisional juga mencakup beberapa sifat seperti *Be a Big Wheel* (kesuksesan, kekuasaan, harta), *Give em Hell* (keberanian, agresi), *Be a Sturdy Oak* (rasional, kemandirian, tanpa emosi) dan *No Sissy Stuff* (menghindari sifat perempuan). Dalam konteks media sosial, maskulinitas lebih utama menggunakan performativitas gender di lingkungan *Live streaming*. *Streamer* secara konsisten mempertunjukkan jenis maskulinitas secara kontemporer atau tradisional dalam kajian studi digital (Potts & Stebleton, 2023).

Konstruksi maskulinitas pada platform digital seperti YouTube telah diteliti dan berkaitan dengan bagaimana representasi gender diproduksi melalui interaksi, konten dan respons audiens. Penelitian menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya sebagai tempat distribusi konten tradisional melainkan ruang maskulinitas berekspresi dan terus dinegosiasikan dalam pola yang spesifik menurut dinamika audiens di tiap platform nya. Media digital dapat menghadirkan berbagai bentuk maskulinitas dari norma tradisional secara berbeda dengan menampilkan kreativitas, ekspresi non-verbal dan emosional yang dipengaruhi oleh perilaku dan *platform* tiap pengguna (Sonni et al., 2025).

Dalam penelitian ini, audiens berperan aktif dalam membentuk bagaimana maskulinitas diproduksi dan dipersepsi. Interaksi yang terjalin oleh *streamer* dan audiens melalui *Live chat*, komentar dan *emoji* merupakan mekanisme negosiasi sosial atas bentuk maskulinitas. Hal ini tidak hanya sebagai reflektif terhadap ekspresi maskulinitas *streamer* tetapi juga menentukan apakah maskulinitas tersebut diterima atau ditolak oleh komunitas digital. Peran audiens juga memengaruhi performa identitas gender Bigmo dengan memberikan,

kitik, validasi dan *feedback* secara *real-time*. Hal ini juga berdampak pada bagaimana maskulinitas tersebut dimodifikasi dipertahankan atau ditentang selama *Live stream* berlangsung. Oleh karena itu, hal ini menunjukkan bahwa maskulinitas dapat dipahami sebagai sesuatu yang dibentuk dan ditampilkan secara bersama-sama oleh *streamer* dan penonton di ruang digital. Maskulinitas tidak hanya berasal dari cara *streamer* menampilkan diri mereka, namun juga dipengaruhi tanggapan dan interaksi dari audiens. Temuan ini sejalan dengan kajian gender di media sosial yang menegaskan bahwa ada hubungan timbal balik antara bagaimana komunitas merespons representasi dan cara gender direpresentasikan pada kondisi ini (Rabbani & Wati, 2024).

Hubungan Parasosial

Konsep interaksi parasosial pertama kali diperkenalkan oleh Wohl & Horton sebagai keterkaitan emosional antara publik figur dengan audiens meskipun tidak terjadi interaksi tatap muka yang nyata (Saharani & Kuwatono, 2025). Dalam interaksi tersebut audiens merasa seperti menjalin hubungan personal dengan publik figur secara nyata, padahal hubungan tersebut semu dan bersifat satu arah (Abdurahim & Adim, 2025). Wohl & Horton menegaskan bahwa kedekatan ini bersifat semu, karena publik figur sengaja menggunakan gaya komunikasi yang akrab seakan-akan seperti berbicara langsung agar terjadi hubungan dua arah antara audiens dan publik figur. Strategi komunikasi ini membuat audiens merasa lebih dikenali dan dipahami secara personal sehingga memunculkan ikatan emosional yang sebenarnya tidak terjadi. Hal ini disebabkan karena interaksi parasosial dianggap mirip dengan interaksi interpersonal, di mana publik figur memegang kendali pada pesan, cara penyampaian pesan dan pengelolaan respons audiens untuk menciptakan hubungan sosial yang nyata (Wardani & Kusuma, 2025).

Cohen menjelaskan bahwa interaksi parasosial dapat terjadi ketika audiens memberikan reaksi emosional kepada publik figur yang bisa berupa kecemasan, kesedihan dan kegembiraan. Selain itu, Hartmann (2008) dalam (Wardani & Kusuma, 2025) juga membagi interaksi parasosial menjadi dua kategori. Pertama *parasocial processes* merupakan tanggapan para audiens terhadap publik figur secara perilaku, afektif maupun kognitif yang telah dilakukan. Kedua *Paracommunication* merupakan pengalaman yang dirasakan penggemar ketika berinteraksi dengan publik figur di media berlangsung meskipun sadar bahwa hal tersebut semu. Hal ini juga diperluas dengan pemahaman Giles, bahwa *parasocial processes* mencakup empati, simpati dan evaluasi yang muncul sebagai reaksi terhadap publik figur (Wardani & Kusuma, 2025).

Seiring dengan perkembangan zaman terutama di media sosial, Hubungan para sosial terbukti signifikan dalam *Live streaming*. Audiens cenderung mengembangkan kedekatan dan kepercayaan yang intens kepada *streamer*, bahkan sampai menganggap mereka adalah teman sejati. Hubungan emosional yang terbentuk ini mendorong audiens untuk berperilaku suportif dan memberikan dukungan emosional agar memperpanjang partisipasi diri dalam sesi *Live streaming*. Penelitian lain yaitu, Kim & Kim (2020) menunjukkan bahwa hubungan para sosial dapat meningkatkan kesejahteraan pengguna, karena menganggap publik figur sebagai “teman” dan diperkuat oleh konten yang konsisten dan fitur membership (Wulandari et al., 2023). Dalam konteks *Live streaming*, interaksi virtual ini bersifat *real-time* dan memerlukan kemampuan *streamer* untuk melakukan pengungkapan diri secara berkelanjutan (*continuous self-disclosure*). Hal ini dilakukan untuk meningkatkan ilusi kedekatan dan keintiman dengan *streamer* (McLaughlin & Wohn, 2021). Intensitas para sosial ini telah terbukti secara global dengan tingkat *engagement* audiens yang meliputi

ekspresi opini di *chat*, penerimaan reaksi *streamer* dan homofilia sikap yang dirasakan audiens terhadap *streamer*.

Lebih lanjut, *Live streaming* menjadi tempat bagi performativitas gender, di mana para *streamer* dapat menampilkan identitas mereka untuk audiens. Maskulinitas di media sering menampilkan representasi maskulinitas hegemoni tradisional yang dikaitkan dengan kemandirian, agresi dan ketangguhan (King et al., 2021). Dalam dinamika ini, penonton memainkan peran yang cukup krusial sebagai *validator* sosial. Setiap interaksi yang terjalin seperti tawa, pujian dan komentar yang diberikan kepada Bigmo saat sedang menampilkan atribut maskulin tersebut, berfungsi sebagai mekanisme *feedback* secara langsung. *Feedback* ini menandakan penerimaan dan pengakuan komunitas terhadap atribut tersebut. Penonton secara aktif dan kolektif memberi dorongan dan izin kepada Bigmo untuk terus - menerus memproduksi maskulinitas di setiap sesi *Live streaming* (Chen, 2024). Oleh karena itu, audiens tidak hanya mengonsumsi konten, tetapi aktif berperan dalam membentuk identitas dan performativitas *streamer*.

***Live streaming* sebagai Ruang Kolaboratif**

Live streaming pada platform digital berkembang sebagai ruang interaksi sosial yang memungkinkan terjadinya ruang kolaboratif antara *streamer* dan penonton. Berbeda dengan media siaran konvensional yang bersifat satu arah, *Live streaming* interaksi berlangsung secara dua arah melalui mekanisme komunikasi *real-time* antara *streamer* dan penonton (Saharani & Kuwatono, 2025). Dalam konteks ini, performa yang ditampilkan oleh *streamer* tidak sepenuhnya bersifat individual, melainkan dibentuk melalui keterlibatan aktif penonton selama siaran berlangsung.

Kehadiran *Live streaming* memungkinkan audiens dan *streamer* berada dalam satu waktu yang sama, di mana interaksi *real time* memperkecil jarak sosial antara mereka sehingga menghasilkan pengalaman keterlibatan yang mendalam (Lv et al., 2022). Penonton berperan dalam memberi umpan balik langsung yang dapat memengaruhi topik pembicaraan, gaya komunikasi, hingga ekspresi emosional *streamer*. Interaksi semacam ini mendorong *streamer* untuk menyesuaikan performanya secara situasional demi menjaga keterlibatan dan respons audiens, sehingga performativitas yang muncul bersifat dinamis dan kontekstual.

Konsep performativitas kolaboratif menekankan bahwa audiens tidak hanya berfungsi sebagai penerima pesan, tetapi sebagai partisipan aktif dalam proses produksi performa. Respons kolektif penonton baik berupa dukungan, candaan, kritik, membentuk atmosfer siaran dan turut menentukan arah interaksi yang terjadi. Selain itu, ciri utama *Live streaming* adalah sifatnya yang terbuka dan inklusif sehingga penonton bebas untuk masuk atau keluar kapan saja tanpa batasan. Namun, penonton yang memilih untuk tetap bertahan biasanya memiliki keterikatan emosional yang kuat serta rasa memiliki terhadap komunitas *Live streaming* tersebut (Chen & Liao, 2022).

Selain itu, performativitas kolaboratif juga menciptakan pengalaman sosial bersama di antara penonton. Interaksi antar pengguna dalam kolom *chat* memperkuat norma, nilai, dan ekspektasi tertentu yang kemudian memengaruhi bagaimana *streamer* mempertahankan atau mengubah performanya. Dengan demikian, *Live streaming* dapat dipahami sebagai arena performativitas kolaboratif, di mana identitas dan ekspresi diri dibangun melalui hubungan timbal balik antara *streamer* dan komunitas penontonnya. Kondisi ini membentuk suasana di mana penonton merasa diperhatikan dan dilibatkan, sehingga mendorong meningkatnya loyalitas serta partisipasi mereka secara aktif (Rabbani & Wati, 2024).

Dalam penelitian ini, konsep performativitas kolaboratif digunakan sebagai landasan untuk memahami bagaimana penonton dalam YouTube *Live Bigmo* berperan aktif dalam membentuk performativitas maskulinitas yang ditampilkan selama siaran berlangsung. Maskulinitas tidak hadir sebagai ekspresi personal semata dari *streamer*, melainkan sebagai hasil dari proses interaksi sosial yang terus dinegosiasikan melalui respons, komentar, candaan, maupun bentuk dukungan dan penilaian yang diberikan oleh penonton. Melalui interaksi tersebut, penonton turut mengafirmasi, memperkuat, atau bahkan menantang bentuk maskulinitas yang ditampilkan, sehingga performa maskulinitas Bigmo berkembang secara situasional dan kontekstual.

Dengan kata lain, maskulinitas yang muncul dalam YouTube *Live* tidak bersifat tetap, melainkan dibentuk secara dinamis melalui relasi timbal balik antara *streamer* dan komunitas penontonnya. Pendekatan ini memungkinkan penelitian untuk melihat maskulinitas sebagai praktik sosial yang hidup, di mana makna, gaya, dan ekspresi maskulin diproduksi secara kolektif dalam ruang *Live streaming*, bukan hanya dikonstruksi oleh individu *streamer* semata.

Representasi dan Performativitas Maskulinitas dalam *Live streaming*

Maskulinitas dalam media digital tidak lagi dianggap sebagai identitas yang melekat secara permanen pada seseorang, melainkan sebagai hasil dari praktik sosial yang dibentuk lewat interaksi dan situasi media tempat maskulinitas tersebut muncul. Dalam platform *Live streaming* seperti YouTube, maskulinitas hadir sebagai bentuk performativitas yang berlangsung secara real-time dan melibatkan relasi timbal balik antara *streamer* dan penonton. Berbeda dengan konten video, *Live streaming* memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah yang membuka ruang bagi penonton untuk berpartisipasi aktif dalam membentuk makna dan arah performa yang ditampilkan oleh *streamer* (Subiyakto et al., 2025).

Interaksi audiens melalui kolom *chat*, komentar langsung, dan bentuk dukungan lainnya berperan penting dalam memengaruhi gaya komunikasi, ekspresi emosional, serta identitas yang ditampilkan oleh *streamer*. Dalam konteks ini, performativitas maskulinitas tidak sepenuhnya dikendalikan oleh *streamer* sebagai individu, tetapi dinegosiasikan secara terus-menerus melalui respons audiens. Penonton dapat mengafirmasi bentuk maskulinitas tertentu, misalnya melalui pujian, candaan, atau dukungan simbolik, sekaligus menantang atau mengoreksi ekspresi maskulinitas yang dianggap tidak sesuai dengan norma komunitas.

Parasocial interaction dalam *Live streaming* juga menunjukkan bahwa interaksi antara *streamer* dan penggemar tidak sekadar tentang menonton konten, melainkan juga melibatkan keterikatan emosional dan rasa solidaritas yang terbentuk melalui komunikasi daring (Sandy et al., 2025). Hubungan parasosial ini mendorong penonton untuk merasa memiliki peran dalam kehidupan dan performa *streamer*, termasuk dalam membentuk citra maskulin yang ditampilkan. Dalam situasi ini, *streamer* cenderung menyesuaikan performanya untuk mempertahankan perhatian, loyalitas, dan keterlibatan penonton, sehingga maskulinitas yang ditampilkan menjadi bersifat situasional, kontekstual, dan responsif terhadap dinamika interaksi yang berlangsung selama siaran langsung.

Konsep performativitas kolaboratif menekankan bahwa penonton bukan hanya bertindak sebagai penerima pesan, tetapi sebagai partisipan aktif yang turut memproduksi performa. Respons kolektif penonton, baik berupa dukungan, kritik, maupun humor, membentuk atmosfer siaran dan memengaruhi bagaimana *streamer* mempertahankan atau mengubah ekspresi maskulinitasnya. Dalam konteks YouTube *Live Bigmo*, komunitas penonton berpotensi memainkan peran signifikan dalam mengonstruksi bentuk maskulinitas yang

tampil, baik melalui normalisasi perilaku tertentu maupun melalui negosiasi makna maskulinitas yang terjadi secara berulang selama interaksi *Live*.

Dengan demikian, studi ini memposisikan YouTube *Live* sebagai ruang sosial di mana maskulinitas diproduksi secara kolaboratif melalui interaksi antara *streamer* dan penonton. Maskulinitas Bigmo dipahami bukan sebagai ekspresi personal yang tunggal, melainkan sebagai hasil dari proses sosial yang terus berkembang dan dinegosiasikan dalam praktik *Live streaming*. Pendekatan ini memungkinkan penelitian untuk mengkaji secara mendalam bagaimana peran penonton berkontribusi dalam membentuk, mempertahankan, atau mengubah performativitas maskulinitas yang ditampilkan oleh Bigmo selama siaran langsung berlangsung.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus karena fokus utamanya adalah memahami pengalaman peran penonton dalam membentuk performativitas maskulinitas Bigmo pada YouTube *Live*. Pendekatan studi kasus memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena ini secara holistik (Elva & Murhayati, 2025) dengan mengamati interaksi antara Bigmo dan penontonnya dalam Youtube *Live* secara spesifik. Untuk memperoleh data, penelitian ini menggunakan wawancara mendalam terhadap penonton yang aktif berpartisipasi dalam Youtube *Live*, untuk menggali pengalaman, persepsi, serta makna yang mereka bangun terhadap performa maskulinitas Bigmo. Melalui wawancara mendalam, peneliti tidak hanya mengidentifikasi bentuk partisipasi penonton, tetapi juga memahami bagaimana respons, dukungan, dan ekspektasi penonton berkontribusi dalam membentuk dan mereproduksi performativitas maskulinitas dalam praktik Youtube *Live* Bigmo.

Dalam penelitian studi kasus, objek penelitian dipahami sebagai fenomena yang dikaji secara mendalam dan terikat pada konteks tertentu, bukan sekadar peristiwa yang berdiri sendiri (Yin, 2018). Objek dalam penelitian ini ialah fenomena yang menjadi fokus utama kajian. Objek penelitian ini adalah peran penonton dalam membentuk performativitas maskulinitas Bigmo pada siaran YouTube *Live*, yang bisa dilihat melalui pola interaksi, respons, dan partisipasi penonton dalam ruang siaran langsung. Interaksi ini mencakup komentar, dukungan, candaan, kritik, maupun bentuk partisipasi lain yang berpotensi mempengaruhi cara Bigmo menampilkan maskulinitas di ruang digital.

Kemudian, subjek penelitian ini adalah penonton YouTube *Live* Bigmo yang berpartisipasi secara aktif dalam siaran langsung. Subjek ini dinyatakan karena mereka memiliki pengalaman langsung dalam berinteraksi dan berpartisipasi dalam proses pembentukan performativitas maskulinitas Bigmo. Dalam penelitian kualitatif, konsep populasi tidak didefinisikan secara ketat seperti dalam penelitian kuantitatif, melainkan dipahami sebagai keseluruhan sumber data yang berpotensi memberikan informasi yang relevan sesuai dengan konteks penelitian. Dalam penelitian ini, populasi merujuk pada seluruh penonton yang hadir serta berinteraksi dalam siaran YouTube *Live* Bigmo, karena mereka merupakan bagian dari hal yang menjadi fokus kajian dan memiliki pengalaman langsung terhadap fenomena yang diteliti (Hennink & Kaiser, 2022).

Dalam penelitian kualitatif ini pastinya memiliki sampel penelitian atau yang biasa kita dengar ialah informan. Penentuan sampel penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik ini ialah teknik menentukan informan yang di mana peneliti memilih informan yang sesuai dengan kriteria penelitian (Asrulla et al., 2023). Teknik ini sangat tepat untuk penelitian ini dikarenakan penelitian ini membutuhkan informan

yang berpartisipasi langsung sehingga memiliki kemampuan untuk memberikan informasi yang relevan, seperti penonton yang aktif dalam berkomentar, dan rutin menonton siaran langsung, atau pun ia menunjukkan partisipasinya yang intens dalam berinteraksi dengan Bigmo. Pemilihan informan secara purposive karena tujuan penelitian kualitatif adalah menggali pemahaman yang mendalam terkait makna, proses, dan dinamika sosial dalam konteks kasus tertentu, bukan untuk menghasilkan generalisasi statistik (Sugiyono, 2021).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian menggunakan teknik wawancara secara mendalam. Menurut (Putri & Murhayati, 2025) salah satu teknik pengumpulan data utama dalam penelitian kualitatif ialah wawancara, yang di mana peneliti dapat mengetahui secara mendalam terkait pandangan dan pengalaman informan dengan cara tanya jawab yang mendalam sesuai fokus penelitian. Maka metode wawancara mendalam dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali pengalaman, pandangan, serta makna subjektif yang dibangun oleh penonton mengenai peran mereka dalam membentuk performativitas maskulinitas Bigmo pada siaran YouTube *Live*. Melalui wawancara mendalam, peneliti bisa memperoleh data yang detail, dan kontekstual, karena peneliti memberi ruang kepada informan untuk menceritakan pengalaman mereka secara bebas, dan mendalam sesuai dengan perspektif masing-masing.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis tematik kualitatif. Analisis tematik digunakan karena memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi, mengorganisasi, dan menafsirkan pola-pola makna yang muncul dari data kualitatif secara sistematis. Dalam konteks penelitian ini, analisis tematik digunakan untuk memahami bagaimana peran penonton berkontribusi dalam membentuk performativitas maskulinitas Bigmo melalui interaksi yang terjadi selama siaran YouTube *Live*. Data yang diperoleh dari wawancara mendalam dianalisis dengan menekankan pada pengalaman, persepsi, serta makna yang dibangun oleh penonton terhadap performa Bigmo di ruang digital.

Proses analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap pertama adalah reduksi data, ialah menyeleksi data hasil wawancara agar sesuai dengan tujuan penelitian. Tahap selanjutnya yaitu pengodean (*coding*), yaitu pemberian kode pada jawaban informan yang dianggap penting dan relevan dengan fokus penelitian. Kode-kode tersebut kemudian dikelompokkan ke dalam kategori, sehingga peneliti dapat melihat keterkaitan antar data hasil wawancara setiap informan. Tahap terakhir adalah penarikan tema utama, yang merepresentasikan pola makna mengenai bentuk partisipasi penonton, respons terhadap performa Bigmo, serta proses konstruksi dan reproduksi maskulinitas dalam konteks YouTube *Live*.

Analisis tematik memiliki peluang agar peneliti memahami fenomena secara mendalam dan kontekstual, karena teknik ini tidak hanya mendeskripsikan data, namun juga menafsirkan makna di balik interaksi sosial yang terjadi. Maka analisis tematik membantu peneliti menjelaskan bagaimana makna maskulinitas dinegosiasikan melalui hubungan antara Bigmo dan penontonnya dalam praktik siaran langsung di media digital yaitu Youtube *Live* (Putri & Murhayati, 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil wawancara mendalam dengan informan mereka yang menonton Bigmo, dan menunjukkan bahwa performativitas maskulinitas dibentuk secara dinamis melalui interaksi *real time*. Pembahasan selanjutnya akan menganalisis temuan ini, mengaitkannya dengan budaya partisipatif, hubungan parasosial, dan konstruksi maskulinitas dalam ruang digital kolaboratif, sesuai kerangka teoritis. Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan delapan narasumber yang merupakan penonton aktif *Live*

streaming Bigmo, didapatkan perspektif yang beragam mengenai bagaimana sosok Bigmo sebagai laki-laki ditampilkan, dimaknai, dan dinegosiasikan dalam interaksi *Live*, khususnya ketika ia melakukan siaran bersama perempuan. Secara umum, Bigmo dipersepsikan sebagai figur yang percaya diri, vokal, dan mampu mengendalikan jalannya *Live streaming*. Namun, maskulinitas yang dilekatkan pada Bigmo tidak bersifat tunggal atau stabil, melainkan terbentuk dari interaksi antara Bigmo, respon penonton, dan situasi *Live streaming* itu sendiri.

Sebagian besar narasumber menggambarkan Bigmo sebagai sosok yang santai, dominan, dan nyaman menjadi pusat perhatian. Cara bicara yang lugas, bercandaan frontal, serta keberaniannya menanggapi komentar penonton menjadi ciri yang paling sering disebut. Bagi beberapa narasumber seperti Maqdis, Syafina, dan Zhafarina, maskulinitas Bigmo terlihat jelas melalui keberanian mengambil alih arah obrolan dan selalu bersedia mengambil risiko demi menjaga suasana *Live* tetap hidup. Namun, narasumber lain seperti Nabil dan Erin menilai maskulinitas Bigmo lebih terlihat dari konsistensinya sebagai *streamer* dan kemampuannya menjaga alur pembicaraan agar tetap ramai, meskipun mereka tidak melulu setuju dengan pernyataan atau sikap Bigmo.

Pandangan yang lebih reflektif muncul dari narasumber seperti Faiq dan Zhafif, yang menekankan kesadaran Bigmo akan perannya sebagai *entertainer*. Mereka melihat bahwa banyak perilaku Bigmo, termasuk maskulinitas yang ditunjukkan, merupakan bagian dari persona yang sengaja dibangun untuk kebutuhan hiburan. Bigmo digambarkan sebagai sosok yang berani dan rela menampilkan sisi konyol, bahkan dianggap tidak dewasa oleh sebagian penonton demi menjaga *engagement*. Dalam konteks ini, maskulinitas tidak selalu menjadi identitas utama, melainkan salah satu elemen performatif yang dapat dimunculkan sesuai situasi.

Ketika ditanya mengenai perilaku Bigmo yang paling mencerminkan maskulinitas, mayoritas narasumber merujuk pada momen saat Bigmo menanggapi komentar penonton atau menerima tantangan, terutama yang berisiko besar. Keberanian untuk merespon komentar secara langsung, melakukan aksi spontan seperti memukul-mukul bokong dan berciuman, atau mengambil posisi dominan dalam obrolan dianggap sebagai penanda maskulinitas. Namun, terdapat perbedaan penekanan antar narasumber, misalnya pada narasumber bernama Moranda yang memaknai maskulinitas Bigmo dari aspek yang lebih emosional dan sensorik, seperti suara yang dalam, cara bicara yang tenang, dan sikap yang memunculkan rasa aman. Sementara itu, Faiq dan Zhafif menilai maskulinitas Bigmo juga muncul ketika ia berbicara serius, memberi nasihat, atau menunjukkan sisi rasional yang jarang terlihat di tengah konten.

Hampir seluruh narasumber sepakat bahwa terdapat perbedaan sikap Bigmo ketika *Live* sendirian dibandingkan saat *Live* bersama perempuan. Saat solo *Live*, Bigmo dinilai lebih bebas, lebih frontal, dan lebih leluasa mengekspresikan diri. Sebaliknya, ketika bersama perempuan, Bigmo cenderung lebih terkontrol, lebih berhati-hati, dan lebih aktif mengatur arah obrolan. Perbedaan ini oleh sebagian narasumber dipahami sebagai bentuk penyesuaian terhadap kehadiran lawan jenis, sementara yang lain melihatnya sebagai penjagaan citra diri. Zhafif bahkan menyebut bahwa Bigmo seolah menggunakan “topeng” tertentu agar terlihat lebih maskulin dan “wah” di mata penonton.

Kehadiran perempuan dalam *Live* Bigmo umumnya dipersepsikan memperkuat citra maskulinitasnya. Banyak narasumber menilai bahwa Bigmo menjadi lebih *gentle*, lebih protektif, dan lebih menunjukkan kepemimpinan ketika berbicara dengan perempuan. Tindakan-tindakan kecil, seperti membantu tamu

perempuan atau menjadi pendengar yang sabar, sering dimaknai sebagai maskulinitas yang positif. Namun, tidak semua narasumber melihat efek ini secara konsisten. Beberapa mencatat adanya momen ketika peran Bigmo justru melemah atau ambigu, terutama ketika perempuan mengambil inisiatif lebih besar dalam interaksi, akibatnya Bigmo terlihat salah tingkah.

Respon penonton dalam kolom komentar menjadi faktor penting yang memengaruhi dinamika *Live*, di mana seluruh narasumber mengamati bahwa komentar menjadi jauh lebih ramai saat Bigmo *Live* bersama perempuan. Bercandaan, menjodoh-jodohkan, dan komentar *flirty* muncul sebagai pola dominan. Sebagian narasumber menganggap hal ini sebagai bentuk hiburan yang sudah menjadi kebiasaan dalam *Live streaming*, sementara yang lain menyoroti adanya komentar yang menjurus seksual, agresif, dan tidak pantas. Setiap penonton memiliki batas toleransi yang berbeda terhadap perilaku partisipatif dalam *Live*.

Komentar dan donasi (*gift*) juga dipersepsikan memiliki pengaruh terhadap sikap Bigmo. Mayoritas narasumber menilai bahwa Bigmo menjadi lebih *playful*, aktif, dan lebih berani ketika mendapat dorongan dari penonton, terutama melalui donasi yang kadang disertai tantangan. Namun, terdapat pula narasumber yang merasa pengaruh tersebut tidak terlalu signifikan atau tidak menjadi fokus utama mereka saat menonton *Live streaming* Bigmo. Ketika diminta menanggapi tiga cuplikan *Live*, yaitu saat *streaming* bersama Kenny Beatz, Shakira Jasmine, dan Jessica Chantika, penilaian narasumber menjadi lebih kritis. Beberapa melihat Bigmo menunjukkan maskulinitas dominan dan keberanian mengambil risiko. Namun, sebagian lain menganggap tindakan tertentu, khususnya yang melibatkan kontak fisik akibat dorongan donasi, tidak mencerminkan maskulinitas, melainkan sekadar tuntutan hiburan. Beberapa narasumber bahkan menilai tindakan tersebut sebagai kesalahan karena tidak mempertimbangkan norma budaya dan etika, serta berpotensi merusak citra dirinya sendiri.

Menariknya, beberapa narasumber secara eksplisit membedakan antara persona Bigmo di layer dan kepribadiannya di luar *Live*. Maskulinitas yang ditampilkan Bigmo tidak selalu dianggap sebagai refleksi diri yang autentik sehingga ia dipandang sebagai individu yang berperan demi adanya hiburan. Selain itu, beberapa narasumber menganggap bahwa maskulinitas bigmo di maknai melalui ketenangannya, kemampuannya dalam mendengarkan dan rasa tanggung jawab terhadap tamu Perempuan secara relasional. Namun, maskulinitas tersebut justru dipertanyakan dan dinilai negatif.

Secara keseluruhan, kebanyakan narasumber menganggap bahwa Bigmo sendiri merupakan aktor yang membentuk citra maskulinnya. Penonton dan situasi *Live* dipandang sebagai faktor yang memperkuat, memancing dan mengarahkan sisi tertentu dari pesona Bigmo. Tetapi beberapa pandangan penonton menilai bahwa Bigmo memiliki peran besar karena ekspektasi dan respons yang sering mendorong Bigmo melakukan Tindakan tertentu. Penemuan ini menunjukkan bahwa sikap maskulin yang dimiliki Bigmo saat *Live streaming* tidak bersifat statis, tetapi bagian dari hasil negosiasi yang berlangsung antara Bigmo, penonton dan konteks hiburan digital yang melingkupinya

Penelitian ini membahas hasil analisis secara komprehensif terkait wawancara yang mendalam dengan delapan narasumber yang aktif menjadi penonton (*nicegang*) YouTube *Live* Bigmo. *Live* tersebut dihasilkan dari ruang digital yang kolaboratif bagaimana maskulinitas diproduksi, dinegosiasi dan dimodifikasi. Berdasarkan fokus yang diangkat dalam Bab I bagian latar belakang, fenomena ini berakar dari besarnya perkembangan *Live streaming* sebagai arena performatif di mana identitas, relasi gender dan budaya partisipatif dipertontonkan dan dibentuk secara real-time. Bigmo, sebagai figur sentral yang dikenal dengan

pembawaan maskulin, *chaotic*, dan humor tanpa filter, menjadi studi kasus ideal untuk membingkai interaksi kompleks antara *streamer* dan komunitas digital.

Performa maskulinitas Bigmo dalam *Live streaming* jelas tidak bersifat statis, melainkan merupakan hasil dari proses negosiasi yang dinamis, terbagi antara ekspresi persona pribadi dan tuntutan hiburan kolektif. Deskripsi narasumber yang melihat Bigmo sebagai sosok "percaya diri, vokal, dan mampu mengendalikan jalannya siaran" menunjukkan adanya perwujudan ciri-ciri Maskulinitas Hegemoni Tradisional. Aspek seperti "keberanian mengambil alih arah obrolan," "lugas," dan "frontal" sejalan dengan karakteristik seperti *Give em Hell* (keberanian dan agresi) dan penekanan pada "kepemimpinan" yang secara tradisional diasosiasikan dengan kejantanan (Daulay dalam Rumahorbo, 2018; Putera, 2019 dalam Nuzulia, 2022). Namun, maskulinitas ini tidak selalu mutlak; narasumber juga mencatat adanya dimensi lain, seperti yang ditunjukkan oleh Moranda yang memaknai maskulinitas dari "suara yang dalam, cara bicara yang tenang, dan sikap yang memunculkan rasa aman," atau Faiq dan Zhafif yang menyoroti sisi "rasional" Bigmo saat memberikan nasihat. Hal ini menunjukkan bahwa maskulinitas yang dipertontonkan adalah konstruksi sosial yang kaya, tidak hanya terpaku pada kekerasan atau dominasi fisik, melainkan juga mencakup aspek *sturdy oak* (kemandirian tanpa emosi) atau bahkan evolusi tipologi maskulinitas kontemporer.

Elemen krusial yang membedakan *Live streaming* dari media konvensional adalah kuatnya Budaya Partisipatif penonton. Temuan bahwa audiens, atau *nicegang*, tidak hanya mengamati tetapi secara aktif membentuk alur siaran melalui komentar dan donasi yang memancing aksi, mengafirmasi tesis Jenkins (2009) yang dikutip dalam Bab I bahwa dorongan partisipasi ini berasal dari komunitas yang menciptakan ruang ekspresi kolektif. Ketika mayoritas narasumber menunjuk pada momen Bigmo "merespons komentar secara langsung, melakukan aksi spontan, atau mengambil posisi dominan," ini memperlihatkan bagaimana interaksi *real-time* memvalidasi performa. Bigmo merespons umpan balik ini demi menjaga *engagement*, memodifikasi identitas yang ditampilkan sesuai ekspektasi publik. Respon ini, yang membuat Bigmo menjadi "lebih aktif, lebih *playful*, dan lebih berani ketika mendapat dorongan" melalui donasi, secara gamblang memperlihatkan *Live streaming* sebagai Ruang Kolaboratif di mana performa tidak bersifat individual, melainkan dibentuk melalui keterlibatan aktif penonton (Saharani & Kuwatono, 2025; Lv et al., 2022).

Pengaruh partisipasi penonton menjadi paling kentara dalam dinamika interaksi dengan tamu perempuan. Komentar penonton menjadi "jauh lebih ramai" saat Bigmo *Live* bersama perempuan, didominasi oleh *flirting*, menjodoh-jodohkan, dan komentar menjurus seksual. Dalam konteks ini, kehadiran perempuan dikomodifikasi, berfungsi sebagai pemicu *engagement* dan secara efektif memperkuat citra maskulinitas Bigmo, yang dinilai menjadi "lebih *gentle*, lebih protektif, dan lebih menunjukkan kepemimpinan." Dinamika ini selaras dengan temuan Tan et al. (2022) di Latar Belakang yang menyatakan bahwa meskipun *Live streaming* mengkomodifikasi performa, hierarki gender tetap muncul, di mana laki-laki mempertahankan dominasi sementara perempuan menjadi elemen pendukung. Lebih jauh, fokus penonton pada penampilan fisik dan relasi dengan *streamer* mencerminkan bias representasi yang dikemukakan oleh De la Torre-Sierra & Guichot-Reina (2024), di mana perempuan direpresentasikan sebagai objek visual, bahkan dalam lingkungan non-fiksi sekalipun.

Meski demikian, performativitas maskulinitas Bigmo juga dilihat secara kritis oleh penontonnya. Pandangan Faiq dan Zhafif bahwa banyak perilaku maskulin Bigmo adalah "bagian dari persona yang sengaja dibangun untuk kebutuhan hiburan" menunjukkan adanya kesadaran audienstentang aspek komodifikasi dan

self-disclosure yang berkelanjutan (*continuous self-disclosure*) sebagai strategi *streamer* untuk meningkatkan ilusi kedekatan (McLaughlin & Wohn, 2021). Zhafif bahkan menyebut bahwa Bigmo seolah menggunakan "topeng" untuk terlihat "lebih maskulin dan 'wah'." Kesadaran kritis ini menjadi penyeimbang, di mana *nicegang* tidak hanya mengonsumsi, tetapi juga melakukan evaluasi terhadap performa tersebut, yang merupakan bagian dari Parasocial Processes (Hartmann, 2008 dalam Wardani & Kusuma, 2025). Ketika tindakan Bigmo dianggap "melampaui batas," penonton melakukan penolakan atau mempertanyakan maskulinitasnya, menunjukkan peran mereka sebagai validator sosial yang dapat menerima atau menolak atribut maskulin tersebut (Chen, 2024).

Secara inheren, hubungan antara Bigmo dan audiens adalah bentuk Hubungan Parasosial, di mana penonton mengembangkan kedekatan emosional dan rasa memiliki, meskipun sadar bahwa interaksi tersebut semu (Abdurahim & Adim, 2025; Saharani & Kuwatono, 2025). Keterikatan ini, yang mendorong *nicegang* untuk mendukung Bigmo dengan donasi dan komentar suportif, pada akhirnya menjadikan audiens sebagai *co-producer* yang aktif dalam proses konstruksi identitas. Maskulinitas Bigmo, oleh karena itu, harus dipahami sebagai produk dari performativitas kolaboratif, sebuah identitas yang terus dibentuk dan ditampilkan secara bersama-sama oleh *streamer* dan penonton di ruang digital" (Rabbani & Wati, 2024). Kesimpulannya, Bigmo adalah aktor utama dalam menampilkan citra maskulinnya, namun performa tersebut diekspresikan, diuji, dan diatur sesuai dengan ekspektasi, *feedback* kolektif, dan batasan etika yang dinegosiasikan secara *real-time* oleh komunitas penontonnya dalam arena *Live streaming* yang terkomodifikasi.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa maskulinitas Bigmo dalam siaran YouTube *Live* tidak sepenuhnya bersumber dari kepribadian personal, melainkan dibentuk melalui interaksi antara Bigmo, penonton, dan dinamika *Live streaming*. Maskulinitas tersebut bersifat situasional dan berubah sesuai konteks, ditampilkan melalui sikap percaya diri, keberanian, serta kemampuan mengendalikan alur obrolan. Respons spontan terhadap situasi *Live* menjadi bagian penting dalam membangun citra maskulinitas, meskipun berpotensi menimbulkan pelanggaran norma yang kemudian dikoreksi melalui tekanan sosial dari penonton.

Penonton berperan signifikan dalam membentuk maskulinitas Bigmo melalui komentar, candaan, dukungan, dan tantangan, sehingga maskulinitas dikonstruksi secara kolektif. Kehadiran perempuan dalam *Live* turut memengaruhi cara maskulinitas ditampilkan sekaligus memperlihatkan praktik ketidaksetaraan gender di ruang digital. Hubungan parasosial memperkuat keterlibatan penonton dalam mengontrol dan menilai perilaku Bigmo. Secara keseluruhan, maskulinitas dalam YouTube *Live* merupakan konstruksi sosial yang dinamis dan terus dinegosiasikan melalui interaksi *real-time* antara individu, komunitas, dan platform digital.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdurahim, M. Y., & Adim, A. K. (2025). Interaksi Parasosial Pada Penggemar *Streamer* Youtube Jonathan Liandi. *e-Proceeding of Management*, 12(3).
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi*, 7(3).
- Chen, J., & Liao, J. (2022). Antecedents of Viewers' *Live streaming* Watching: A Perspective of Social Presence Theory. *Front Psychol*.
- Chen, X. (2024). Cross-Gender Performances and Audience Engagement on Douyin. *Advances in Social Behaviour Research*, 12.

- De la Torre-Sierra, A. M., & Guichot-Reina, V. (2024). Women in Video Games: An Analysis of the Biased Representation of Female Characters in Current Video Games. *Sexuality & Culture*, 29. <https://doi.org/10.1007/s12119-024-10286-0>
- Elva, H. Y., & Murhayati, S. (2025). Penelitian Studi Kasus Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2).
- Hennink, M., & Kaiser, B. N. (2022, January). Sample sizes for saturation in qualitative research: A systematic review of empirical tests. *Social Science & Medicine*, 292.
- Kim, M., & Kim, J. (2020). How does a celebrity make fans happy? Interaction between celebrities and fans in the social media context. *Computers in Human Behavior*.
- King, N., Calasanti, T., Pietila, I., & Ojala, H. (2021). The Hegemony in Masculinity. *Men and Masculinities*, 24(3), 432-450.
- Lv, J., Cao, C., Xu, Q., Ni, L., Shao, X., & Shi, Y. (2022). How *Live streaming* Interactions and Their Visual Stimuli Affect Users' Sustained Engagement Behaviour—A Comparative Experiment Using *Live* and Virtual *Live streaming*. *Sustainability*, 14(4).
- McLaughlin, C., & Wohn, D. Y. (2021). Predictors of parasocial interaction and relationships in *Live streaming*. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*.
- Nuzulia, I. (2022). Relasi maskulin bapak dan anak dalam film “Ayah. Menyayangi Tanpa Akhir” dan “Sabtu Bersama Bapak”. (Skripsi, Universitas Islam Indonesia).
- Potts, C., & Stebleton, M. J. (2023). Behind the Digital Mask: Examining Social Media and Masculinity. *About Campus: Enriching the Student Learning Experience*, 4(13).
- Putri, H. J., & Murhayati, S. (2025, Agustus). Metode Pengumpulan Data Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2).
- Rabbani, F. Z., & Wati, R. (2024). Komunitas Dan Interaksi Penonton pada Siaran Langsung Di Kanal Youtube Naplive. *Humanus: Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 1(3).
- Saharani, S. A., & Kuwatono. (2025). Relasi Parasosial Dan Komunikasi Dua Arah Dalam *Live Streaming* Studi Netnografi Pada *Live Streaming* YouTube Deankt. *Integrative Perspectives of Social and Science Journal (IPSSJ)*, 2(5).
- Sandy, A. P., Poerana, A. F., & Ramadhani, M. (2025). Pemaknaan Interaksi Parasosial dalam *Livestreaming* antara Membership Youtube dan *Streamer* di Platform Youtube Gojek Dota2. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(6).
- Sonni, A. F., Putri, V. C. C., Akbar, M., & Irwanto, I. (2025). Platform-Specific Masculinities: The Evolution of Gender Representation in Indonesian Reality Shows Across Television and Digital Media. *Journalism and Media*, 6(1).
- Subiyakto, A., Yudhanta, S., Nurmiati, E., Utami, M. C., Fetrina, E., Sugiarti, Y., Hakiem, N., Huda, M. Q., & Sangsawang, T. (2025). Reviewing Factors of Audience Engagement in *Live streaming*. *Jurnal CoreIT*, 11(1).
- Sugiyono, P. D. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan* (3rd ed.). ALFABETA.
- Tan, C. K. K., Liu, T., & Kong, X. (2022). The Emergent Masculinities and Gendered Frustrations of Male *Live-Streamers* in China. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 66(2). <https://doi.org/10.1080/08838151.2022.2057501>
- Tasidjawa, J. S., Suardhita, N., & Fitria, N. (2025). Pengaruh *Live Streaming* Youtube @Ybrap Terhadap Perubahan Perilaku Sosial Pemuda Lithang Bakti Pondok Cabe. *JIIIC: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(10).
- Wardani, E. P., & Kusuma, R. S. (2025). Interaksi Parasosial Penggemar K-Pop Di Media Sosial (Studi Kualitatif pada Fandom Army di Twitter). *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 7(2).
- Wendland, J. (2024). Building a Better Participatory Culture and Enhancing Sense of Community in Podcasts – Systematic Literature Review. *Journal Of Radio & Audio Media*. <https://doi.org/10.1080/19376529.2024.2347609>
- Wulandari, K., Sugandi, & Hairunnisa. (2023). Interaksi Parasosial Dan Tingkat Loyalitas Konsumen Remaja Akhir Penggemar Korean Pop (K-Pop) Di Samarinda. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(2).
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research And Applications* (Sixth Edition ed.). SAGE Publications.