



## Pemanfaatan *Live Streaming* TikTok sebagai Media Edukasi Trading Generasi Z pada PT TPFx

Rafael Natal Nababan<sup>1</sup>, Bowo Santoso<sup>2</sup>

Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
e-mail: [23012010317@student.upnjatim.ac.id](mailto:23012010317@student.upnjatim.ac.id), [bowo.santoso.mnj@upnjatim.ac.id](mailto:bowo.santoso.mnj@upnjatim.ac.id)

### Abstrak

*Platform* media sosial memiliki potensi besar sebagai media pembelajaran keuangan bagi Generasi Z, meskipun masih dihadapkan pada persoalan rendahnya tingkat literasi trading serta tingginya penyebaran konten finansial yang kurang kredibel. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini diarahkan untuk mengoptimalkan pemanfaatan fitur *live streaming* TikTok sebagai sarana edukasi trading bagi Generasi Z melalui kolaborasi dengan PT TPFx. Penyampaian materi dilakukan dengan pendekatan interaktif yang melibatkan peserta secara aktif melalui diskusi dan sesi tanya jawab. Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa penggunaan *live streaming* TikTok mampu meningkatkan pemahaman dasar mengenai trading serta mendorong minat Generasi Z untuk mempelajari trading secara lebih terstruktur dan bertanggung jawab.

**Kata Kunci:** *Live Streaming; TikTok; Edukasi Trading; Generasi Z; Literasi Keuangan.*

### Abstract

Social media platforms have great potential as a medium for financial education for Generation Z, despite still facing issues such as low trading literacy and the high spread of unreliable financial content. This Community Service activity is aimed at optimizing the use of TikTok's *live streaming* feature as a trading education tool for Generation Z through collaboration with PT TPFx. The material is delivered using an interactive approach that actively involves participants through discussions and question-and-answer sessions. The results of the activity show that the use of TikTok *live streaming* can improve basic understanding of trading and encourage Generation Z to learn trading in a more structured and responsible manner.

**Keywords:** *Live Streaming; TikTok; Trading Education; Generation Z; Financial Literacy.*

### PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital beserta masifnya penggunaan media sosial telah membawa perubahan mendasar dalam cara masyarakat memperoleh informasi, termasuk informasi yang berkaitan dengan keuangan dan investasi (Hammer, 2025). Generasi Z, sebagai kelompok yang tumbuh di tengah perkembangan teknologi, memiliki kecenderungan untuk cepat beradaptasi dengan platform digital baru dan menjadikan media sosial sebagai rujukan utama dalam mencari informasi (Urba et al., 2024; Universitas Negeri Surabaya, 2024).

Situasi ini menciptakan peluang sekaligus tantangan dalam upaya meningkatkan literasi keuangan, khususnya pemahaman terkait trading, di kalangan Generasi Z.

Di sisi lain, persoalan rendahnya literasi trading masih menjadi isu yang cukup serius. Tidak sedikit generasi muda yang tertarik terjun ke aktivitas trading tanpa pemahaman yang memadai mengenai cara kerja pasar, pengelolaan risiko, maupun aspek legalitas lembaga penyedia layanan trading. Keberadaan konten edukasi trading yang tidak memiliki dasar kredibilitas di media sosial semakin memperbesar potensi terjadinya kesalahan dalam pengambilan keputusan finansial (Narimo et al., 2023). Kondisi ini menunjukkan perlunya sarana edukasi yang tidak hanya mudah dijangkau, tetapi juga disampaikan oleh pihak yang berkompeten dan dapat dipercaya.

Sebagai platform media sosial dengan tingkat penggunaan yang tinggi di kalangan Generasi Z, TikTok memiliki potensi besar untuk dimanfaatkan sebagai media edukasi (Narimo et al., 2023). Fitur *live streaming* memungkinkan penyampaian materi secara langsung dengan pendekatan interaktif dan komunikatif, sehingga mampu meningkatkan keterlibatan audiens (Yang et al., 2024; Ye & Ching, 2023). Melalui komunikasi dua arah, peserta dapat mengajukan pertanyaan dan memperoleh penjelasan secara real time, yang berkontribusi pada peningkatan pemahaman terhadap materi edukasi yang diberikan (Agistiani et al., 2023).

Dalam konteks ini, PT TPFx sebagai perusahaan pialang berjangka resmi memiliki posisi strategis dalam menyelenggarakan edukasi trading yang bertanggung jawab dan sesuai dengan ketentuan regulasi. Pemanfaatan fitur *live streaming* TikTok oleh PT TPFx merupakan langkah inovatif untuk menjangkau Generasi Z secara lebih efektif. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk mengoptimalkan penggunaan *live streaming* sebagai sarana edukasi trading yang informatif, kredibel, serta mendorong keterlibatan aktif audiens (Amien et al., 2025; Refasa et al., 2023).

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan memanfaatkan *live streaming* TikTok sebagai media edukasi trading bagi Generasi Z melalui PT TPFx. Kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman dasar mengenai trading, menumbuhkan kesadaran akan pentingnya literasi keuangan, serta menghadirkan alternatif model edukasi trading yang selaras dengan karakteristik Generasi Z di era digital.

## METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan dengan menerapkan pendekatan Pendidikan Masyarakat dan Pelatihan untuk meningkatkan literasi trading Generasi Z. Pendekatan Pendidikan Masyarakat diwujudkan melalui sosialisasi dan penyampaian materi edukasi trading dasar, sedangkan pendekatan Pelatihan dilakukan melalui penyajian materi yang sistematis, penjelasan konsep dasar trading secara praktis, serta interaksi aktif

peserta melalui sesi tanya jawab selama *live streaming* TikTok (Agistiani et al., 2023; Urba et al., 2024).

Tahap pertama diawali dengan penetapan sasaran kegiatan, yaitu Generasi Z yang aktif menggunakan *platform* TikTok dan memiliki minat terhadap informasi keuangan dan trading (Refasa et al., 2023; Azalia, 2024). Pada tahap ini juga dilakukan kerja sama dengan PT TPFx sebagai mitra strategis yang berperan sebagai penyedia materi edukasi sekaligus narasumber dan host kegiatan *live streaming*. Kegiatan diikuti oleh 100 peserta yang berpartisipasi secara daring.

Tahap kedua meliputi koordinasi dengan mitra PT TPFx untuk menyusun materi edukasi trading yang disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik Generasi Z. Materi mencakup pengenalan konsep dasar trading, pemahaman risiko, serta pentingnya praktik trading yang legal dan bertanggung jawab. Selain itu, pada tahap ini ditentukan jadwal serta teknis pelaksanaan *live streaming* TikTok agar kegiatan dapat berjalan efektif (Yang et al., 2024; Ye & Ching, 2023).

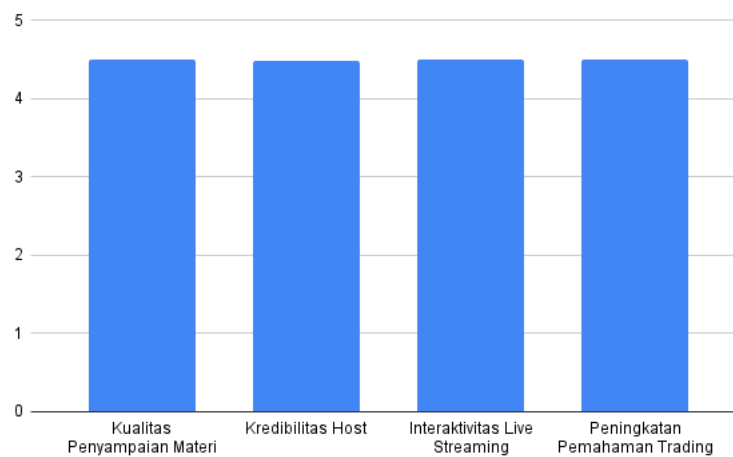
Tahap ketiga merupakan pelaksanaan edukasi dan pelatihan trading melalui *live streaming* TikTok. Materi disampaikan secara langsung oleh host dari PT TPFx dengan bahasa yang komunikatif dan mudah dipahami, disertai contoh penerapan konsep dasar trading. Proses pembelajaran dirancang interaktif melalui sesi diskusi dan tanya jawab untuk meningkatkan partisipasi serta keterlibatan peserta (Amien et al., 2025; Agistiani et al., 2023).

Tahap keempat dilakukan untuk menilai efektivitas pelaksanaan kegiatan. Evaluasi menggunakan kuesioner daring berbasis skala Likert lima tingkat yang dibagikan kepada 100 peserta setelah kegiatan selesai. Aspek yang dievaluasi meliputi kualitas penyampaian materi, kredibilitas host, tingkat interaktivitas selama *live streaming*, serta kejelasan media TikTok sebagai sarana edukasi. Data dianalisis secara deskriptif kuantitatif dan disajikan dalam bentuk persentase serta nilai rata-rata sebagai dasar penarikan kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan temuan hasil evaluasi kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berupa edukasi trading melalui *live streaming* TikTok yang dilaksanakan bekerja sama dengan PT TPFx. Evaluasi dilakukan untuk mengidentifikasi respons peserta serta peningkatan pemahaman yang diperoleh sebagai indikator efektivitas penerapan metode Pendidikan Masyarakat. Peserta kegiatan merupakan Generasi Z yang mengikuti program edukasi trading melalui *live streaming* TikTok dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Secara umum, peserta merupakan pengguna aktif *platform* TikTok dan memiliki ketertarikan terhadap konten edukasi keuangan, khususnya yang berkaitan dengan trading dan investasi (Hammer, 2025). Kecenderungan Generasi Z dalam memanfaatkan media sosial sebagai sumber pembelajaran keuangan yang interaktif juga telah banyak dilaporkan dalam literatur sebelumnya (Narimo et al., 2023; Amien et al., 2025).

Evaluasi pelaksanaan kegiatan diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada peserta setelah sesi edukasi berlangsung. Penilaian difokuskan pada kualitas penyampaian materi, kredibilitas host, tingkat interaktivitas selama live streaming, serta kejelasan media TikTok sebagai sarana edukasi. Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang disajikan pada Gambar 1, seluruh aspek evaluasi memperoleh nilai rata-rata yang relatif seimbang dan berada pada kategori baik. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelaksanaan edukasi trading tidak hanya bergantung pada satu aspek tertentu, melainkan didukung secara konsisten oleh kualitas materi yang sistematis dan mudah dipahami, kredibilitas host yang memadai, serta interaktivitas yang terbangun selama proses pembelajaran. Temuan ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa efektivitas live streaming edukasi sangat dipengaruhi oleh kombinasi antara kualitas konten dan keterlibatan audiens (Agistiani et al., 2023; Yang et al., 2024; Ye & Ching, 2023).



Gambar 1. Rata-rata Hasil Evaluasi Pelaksanaan Edukasi Trading melalui *Live Streaming* TikTok

Keterangan: Grafik menunjukkan nilai rata-rata penilaian peserta terhadap kualitas penyampaian materi, kredibilitas host, interaktivitas selama *live streaming*, dan kejelasan media TikTok berdasarkan kuesioner skala Likert lima poin ( $n = 100$ ).

Berdasarkan Gambar 1, terlihat bahwa seluruh indikator evaluasi memperoleh nilai rata-rata yang relatif seimbang dan berada pada kategori penilaian yang baik. Kualitas penyampaian materi dinilai sistematis, mudah dipahami, dan sesuai dengan kebutuhan peserta. Kredibilitas host juga memperoleh penilaian positif karena dianggap memiliki pengetahuan dan pengalaman yang memadai, sehingga meningkatkan kepercayaan peserta terhadap materi yang disampaikan. Selain itu, interaktivitas selama live streaming melalui fitur komentar dan sesi tanya jawab memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah yang efektif, sementara kejelasan media TikTok dinilai mendukung kelancaran proses edukasi (Agistiani et al., 2023; Yang et al., 2024).

Dampak kegiatan pengabdian ini tercermin dari meningkatnya pemahaman peserta terhadap konsep dasar trading, pengelolaan risiko, serta

pentingnya menjalankan aktivitas trading secara legal dan bertanggung jawab. Temuan ini menunjukkan bahwa metode Pendidikan Masyarakat yang dikemas melalui *live streaming* TikTok efektif dalam meningkatkan literasi trading Generasi Z. Media ini dinilai selaras dengan karakter peserta yang terbiasa dengan teknologi digital dan konten audiovisual, sehingga mampu menciptakan pengalaman belajar yang lebih personal dan partisipatif (Urba et al., 2024; Universitas Negeri Surabaya, 2024; Refasa et al., 2023).

Secara keseluruhan, hasil kegiatan pengabdian ini menegaskan bahwa *live streaming* TikTok dapat dimanfaatkan secara optimal sebagai media Pendidikan Masyarakat dalam meningkatkan literasi trading Generasi Z. Respons positif terhadap kualitas materi, kredibilitas host, dan tingkat interaktivitas menunjukkan bahwa pendekatan edukasi berbasis media sosial mampu meningkatkan keterlibatan serta pemahaman audiens (Yang et al., 2024; Amien et al., 2025). Temuan ini sejalan dengan karakteristik Generasi Z yang menyukai pembelajaran yang fleksibel, visual, dan interaktif (Urba et al., 2024). Dengan demikian, kolaborasi antara institusi pendidikan dan mitra industri melalui media sosial terbukti menjadi strategi yang efektif dalam konteks Pengabdian kepada Masyarakat serta berkontribusi pada penguatan literasi keuangan digital (Hammer, 2025; Refasa et al., 2023; Azalia, 2024).

## SIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang memanfaatkan *live streaming* TikTok sebagai sarana edukasi trading bagi Generasi Z, melalui kolaborasi dengan PT TPFx, memberikan capaian yang konstruktif. Berdasarkan hasil evaluasi, peserta menunjukkan peningkatan pemahaman terhadap prinsip-prinsip dasar trading, pengelolaan risiko, serta kesadaran akan pentingnya praktik trading yang legal dan bertanggung jawab. Penilaian positif terhadap mutu penyampaian materi, tingkat kredibilitas host, dan interaktivitas selama proses edukasi memperkuat temuan bahwa *live streaming* TikTok merupakan media edukasi keuangan digital yang relevan dengan karakteristik Generasi Z. Dengan demikian, pemanfaatan media sosial yang dikelola secara sistematis dan didukung oleh sumber yang kredibel dapat menjadi strategi alternatif yang efektif dalam upaya peningkatan literasi keuangan di kalangan generasi muda.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agistiani, R., Rahmadani, A., Hutami, A. G., Kamil, M. T., Achmad, N. S., Rozak, R. W. A., & Mulyani, H. (2023). Live-streaming TikTok: Strategi mahasiswa cerdas untuk meningkatkan pendapatan di era digitalisasi. *Journal of Management and Digital Business*, 3(1), 1-19. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v3i1.607>
- Amien, N. N., Hadikusumo, R. A., & Syavardie, Y. (2025). The Strategy of Sosial Media Marketing in Influencing Consumer Financial Behavior: A Tiktok Case

- Study. *Ilomata International Journal of Management*, 6(4), 1313–1322. <https://doi.org/10.61194/ijjm.v6i4.1768>
- Azalia, H. P. (2024). *Pengaruh Promosi Live Streaming Tiktok Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Skincare Skintific* (Skripsi). Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Hammer, C. C. (2025). *The Role of SocialMedia in Shaping Investment Trends Among College Students* (Finance Undergraduate Honors Theses). University of Arkansas, Arkansas.
- Narimo, S., Mustofa, R. H., Anindhita, H., & Gano-an, J. C. (2023). Analysis of the Utilization of TikTok as a Financial and Educational Learning Medium. *Journal of Higher Education Theory and Practice*, 23(18), 35–45.
- Refasa, G. S. A., Heriyadi, Purmono, B. B., Barkah, & Malini, H. (2023). Do TikTok Discounts Livestream Triggers Gen Z Impulse Buying Behavior. *International Journal of Scientific Research and Management*, 11(1), 4439–4449. <https://doi.org/10.18535/ijjrm/v11i01.em04>
- Urba, M., Ramadhani, A., Afriani, A. P., & Suryanda, A. (2024). Generasi Z: Apa Gaya Belajar yang Ideal di Era Serba Digital? *DIAJAR: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 3(1), 50–56. <https://doi.org/10.54259/diajar.v3i1.2265>
- Yang, G., Chaiyasoonthorn, W., & Chaveesuk, S. (2024). Exploring the influence of live streaming on consumer purchase intention: A structural equation modeling approach in the Chinese E-commerce sector. *Acta Psychologica*, 249, 104415. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2024.104415>
- Ye, M., & Ching, T. C. (2023). Research and application flow-based live-streaming shopping towards compulsive buying. *Annals of Operations Research*, 1–29. <https://doi.org/10.1007/s10479-023-05681-z>