

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji penggunaan fitur *Live Streaming* TikTok sebagai media komunikasi interaktif oleh Anies Baswedan dalam kampanye Pemilu Presiden 2024. Dengan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini menggali bagaimana TikTok *Live* memfasilitasi interaksi secara langsung antara Anies dan audiensnya dalam pertukaran informasi sosial, pembentukan kesan, dan pengembangan hubungan. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan tim kampanye dan pendukung, serta dokumentasi dan observasi. Hasil temuan menunjukkan bahwa TikTok *Live* tidak hanya dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan politik, tetapi juga membentuk citra yang humanis dari kandidat dan memperkuat kedekatan emosional dengan pemilih, khususnya pemilih muda dan *swing voters*. Analisis dilakukan dengan menggunakan teori *Social Information Processing* (SIP) dalam konteks komunikasi politik di ruang publik digital.

Kata kunci: *TikTok Live*, komunikasi politik, media interaktif, *social information processing*, Anies Baswedan