

BAB V

PENUTUP

Bab ini menyajikan simpulan yang ditarik dari keseluruhan proses penelitian, mulai dari pengolahan data survei hingga pengujian hipotesis melalui analisis regresi linear berganda. Simpulan dirumuskan berdasarkan temuan empiris yang diperoleh dari 106 responden mahasiswa aktif Universitas Diponegoro yang memenuhi kriteria sampel penelitian, yaitu pernah menonton *live streaming* gaming di TikTok sekaligus memiliki pengalaman berinteraksi atau menyaksikan praktik donasi melalui Saweria maupun fitur *gift* TikTok. Selain simpulan, bab ini juga memuat saran yang ditujukan kepada para praktisi, khususnya *streamer*, serta peneliti selanjutnya yang berminat untuk mengembangkan kajian di bidang komunikasi digital dan ekonomi kreatif.

5.1. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tingkat responsivitas *streamer* (X1) dan tingkat interaksi *live streaming* (X2) terhadap tingkat partisipasi donasi audiens mahasiswa (Y) pada praktik donasi melalui Saweria di TikTok *Live Gaming*. Berdasarkan hasil pengujian statistik yang telah dilakukan, ketiga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini seluruhnya dapat diterima. Berikut adalah simpulan yang dirumuskan berdasarkan masing-masing temuan penelitian.

Pertama, responsivitas *streamer* terbukti menjadi prediktor yang kuat dan dominan bagi partisipasi donasi *audiens* ($\beta=0,608$, $p<0,001$). Temuan ini menegaskan bahwa kecepatan, relevansi, dan konsistensi respons personal *streamer* bukan sekadar frekuensi interaksi umum adalah faktor yang paling langsung mempengaruhi keputusan mahasiswa penonton TikTok *Live Gaming* untuk berdonasi. Dalam konteks penelitian ini, responsivitas *streamer* dipahami sebagai kemampuan *streamer* untuk merespons komentar, membalas pertanyaan, menyebut nama *audiens*, serta menanggapi pesan donasi secara cepat, relevan, dan berkelanjutan. Ketika

streamer mampu memberikan perhatian secara langsung kepada individu dalam komunitas penontonnya, *audiens* cenderung merasakan adanya pengakuan sosial yang mendorong terbentuknya kedekatan emosional. Kondisi tersebut, dalam kerangka Social Exchange Theory yang dikemukakan Blau, dapat dipahami sebagai proses pertukaran manfaat sosial di mana perhatian dan respons *streamer* berfungsi sebagai *social reward* yang kemudian dibalas oleh *audiens* melalui dukungan finansial berupa donasi. Perlu dicatat bahwa partisipasi donasi dalam penelitian ini diukur pada level niat dan kecenderungan untuk berpartisipasi, bukan pada tindakan donasi yang telah benar-benar terjadi, sehingga proses pertukaran (*exchange*) yang utuh sebagaimana diasumsikan Social Exchange Theory belum dapat dipastikan terjadi secara riil. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) yang menyatakan adanya pengaruh positif responsivitas *streamer* terhadap partisipasi donasi *audiens* dapat diterima pada level pembentukan niat berpartisipasi.

Kedua, pola interaksi *live streaming* berkontribusi signifikan terhadap donasi *audiens* ($\beta=0,379$, $p<0,001$), meskipun kontribusinya lebih kecil dari responsivitas. Temuan ini menunjukkan bahwa suasana siaran yang aktif dan komunikasi dua arah yang berkelanjutan berfungsi sebagai konteks sosial yang mendukung dan memperkuat efek responsivitas, namun tidak dapat menggantikannya sebagai pendorong utama keputusan donasi. Pola interaksi yang dimaksud mencakup keterlibatan *audiens* melalui kolom komentar, respons terhadap pertanyaan yang dilontarkan *streamer*, serta partisipasi aktif dalam berbagai aktivitas interaktif selama siaran berlangsung. Interaksi yang intens dan berkelanjutan mampu menciptakan rasa kehadiran sosial (*social presence*) yang membuat *audiens* merasa menjadi bagian aktif dari siaran, bukan sekadar penonton pasif. Ketika *audiens* merasakan manfaat sosial berupa keterikatan, kenyamanan, dan rasa dilibatkan dalam proses komunikasi, mereka terdorong untuk memberikan timbal balik dalam bentuk kontribusi finansial. Hal ini selaras dengan premis Social Exchange Theory bahwa individu cenderung

mempertahankan dan memperkuat hubungan sosial yang memberikan nilai bagi mereka. Oleh karena itu, hipotesis kedua (H2) yang menyatakan adanya pengaruh positif pola interaksi *live streaming* terhadap partisipasi donasi audiens dinyatakan diterima.

Ketiga, pengujian model secara simultan menghasilkan $F=475,212$ ($p<0,001$) dengan $R^2=0,902$ —angka yang menempatkan model ini sebagai salah satu dengan daya penjas yang sangat tinggi dalam penelitian persepsi di bidang komunikasi digital. Dua per tiga dari kekuatan penjas model berasal dari responsivitas (Beta standardized=0,594) dan sepertiga dari interaksi (Beta=0,367), menegaskan bahwa dalam ekosistem donasi TikTok *Live Gaming*, perhatian personal *streamer* kepada individu lebih menentukan keputusan donasi dibandingkan suasana interaktif siaran secara kolektif. Lebih lanjut, nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,902 mengindikasikan bahwa 90,2% variasi tingkat partisipasi donasi audiens mampu dijelaskan oleh kedua variabel independen dalam model ini, sebuah angka yang mencerminkan daya penjas model yang sangat kuat. Sisanya sebesar 9,8% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar model yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti konten yang disajikan, faktor kepribadian *audiens*, maupun kondisi finansial individu.

Yang patut mendapat perhatian khusus adalah perbedaan kontribusi antara kedua variabel independen tersebut. Berdasarkan nilai *Standardized Coefficients Beta*, variabel responsivitas *streamer* memiliki nilai Beta sebesar 0,594, sedangkan variabel interaksi *live streaming* memiliki nilai Beta sebesar 0,367. Perbedaan ini menunjukkan bahwa meskipun keduanya berpengaruh signifikan, responsivitas *streamer* merupakan prediktor yang lebih dominan dalam menentukan partisipasi donasi audiens dibandingkan pola interaksi secara umum. Temuan ini mengandung implikasi penting dalam ekosistem TikTok *Live Gaming*, *audiens* tidak hanya menghargai suasana siaran yang ramai dan interaktif, tetapi secara khusus merespons seberapa besar perhatian personal yang diberikan *streamer* kepada mereka sebagai individu. Respons yang dipersonalisasi, seperti penyebutan nama,

tanggapan terhadap pesan donasi, atau respons atas permintaan *audiens*, tampaknya memiliki efek psikologis yang lebih kuat dalam mendorong perilaku donasi dibandingkan sekadar tingginya frekuensi interaksi antara streamer dan audiens secara kolektif.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memperkuat argumen bahwa dalam konteks *live streaming* digital, niat *audiens* untuk memberikan donasi bukanlah hal yang muncul secara impulsif semata, melainkan merupakan respon terhadap kualitas hubungan komunikasi yang terbangun selama siaran berlangsung. Namun, penelitian ini perlu secara eksplisit mengakui bahwa apa yang terukur adalah niat dan kecenderungan berpartisipasi (*intention to participate*), bukan perilaku donasi yang telah benar-benar terwujud. Dengan demikian, praktik donasi melalui Saweria di TikTok Live Gaming dalam penelitian ini dipahami sebagai potensi pertukaran sosial yang bersifat resiprokal, di mana *streamer* memberikan perhatian, pengakuan, dan keterlibatan, yang kemudian membentuk niat *audiens* untuk membalasnya melalui dukungan finansial. Namun belum dapat disimpulkan sebagai pertukaran yang telah terjadi secara aktual dan utuh sesuai asumsi dasar Social Exchange Theory. Temuan ini tetap menunjukkan bahwa dimensi relasional dalam komunikasi digital memiliki potensi nilai ekonomi dalam ekosistem *creator economy* yang terus berkembang, sekaligus membuka ruang bagi penelitian lanjutan untuk mengukur perwujudan niat tersebut ke dalam perilaku donasi yang riil.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diakui secara terbuka agar interpretasi temuan tidak menyesatkan (*misleading*) dan dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya.

Pertama, penelitian ini hanya mengukur persepsi dan niat dari sisi *audiens*, tanpa melibatkan sudut pandang *streamer* sebagai pihak kedua dalam proses pertukaran sosial. Social Exchange Theory yang digunakan sebagai landasan utama penelitian ini mengasumsikan adanya dua pihak

yang saling bertukar manfaat, sehingga ketidakhadiran perspektif *streamer* membuat penelitian ini belum dapat menggambarkan proses pertukaran tersebut secara utuh dari kedua sisi.

Kedua, penelitian ini tidak mengukur komponen *cost* (biaya atau pengorbanan) yang seharusnya turut diperhitungkan dalam proses pertukaran sosial, baik dari sisi *audiens* (misalnya pengorbanan finansial dalam memberikan donasi) maupun dari sisi *streamer* (misalnya waktu dan upaya untuk merespon *audiens* secara personal). Tanpa pengukuran terhadap *cost* ini, asumsi dasar Social Exchange Theory belum dapat diuji secara menyeluruh.

Ketiga, variabel partisipasi donasi *audiens* dalam penelitian ini diukur pada level kecenderungan dan niat untuk berpartisipasi (*intention to participate*), bukan pada tindakan donasi yang telah benar-benar terjadi secara riil. Dengan demikian, proses pertukaran (*exchange*) yang menjadi inti dari Social Exchange Theory belum dapat dipastikan benar-benar terjadi berdasarkan data penelitian ini, sehingga temuan penelitian lebih tepat dimaknai sebagai indikasi pembentukan niat untuk melakukan pertukaran, bukan sebagai pembuktian penuh atas keseluruhan proses pertukaran sosial tersebut.

Keempat, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel yang terbatas pada mahasiswa aktif Universitas Diponegoro, sehingga generalisasi temuan ke populasi yang lebih luas perlu dilakukan dengan hati-hati.

Kelima, salah satu item dalam indikator partisipasi donasi *audiens* (item mengenai kecenderungan berdonasi lebih dari satu kali kepada *streamer* yang interaktif) berpotensi tumpang tindih secara konseptual dengan item lain dalam indikator yang sama, sehingga perlu disempurnakan pada instrumen penelitian selanjutnya agar setiap item secara lebih jelas mengukur dimensi yang berbeda.

Keenam, kriteria responden dalam penelitian ini tidak mensyaratkan pengalaman donasi secara langsung, melainkan hanya pengalaman

menonton dan mengamati praktik donasi. Hal ini memperkuat alasan mengapa variabel partisipasi donasi *audiens* dalam penelitian ini lebih tepat dipahami sebagai pengukuran niat dan kecenderungan, bukan perilaku donasi aktual, karena sebagian responden berpotensi belum memiliki pengalaman langsung dalam memberikan donasi.

5.3. Saran

Berdasarkan temuan penelitian yang telah diuraikan, berikut disajikan beberapa saran yang dirumuskan untuk dua kelompok sasaran: para praktisi dalam ekosistem TikTok *Live Gaming*, khususnya *streamer*, serta peneliti selanjutnya yang berminat untuk mengembangkan kajian serupa.

Saran bagi Praktisi (*Streamer*):

- Mengingat responsivitas *streamer* merupakan prediktor paling dominan terhadap partisipasi donasi *audiens*, *streamer* disarankan untuk memprioritaskan interaksi yang bersifat personal dan langsung selama siaran berlangsung. Tindakan-tindakan sederhana seperti menyebut nama *audiens* yang memberikan komentar, membacakan pesan donasi secara ekspresif, atau menanggapi pertanyaan dengan respons yang relevan dan hangat terbukti memiliki dampak signifikan terhadap keputusan *audiens* untuk berdonasi.
- *Streamer* disarankan untuk membangun rutinitas interaksi yang konsisten, misalnya menetapkan segmen khusus di awal atau akhir siaran untuk menyapa *audiens* secara personal, atau merespons komentar secara berkala di sela-sela aktivitas *gaming*. Konsistensi dalam merespons mampu membangun ekspektasi positif di benak *audiens* dan memperkuat keterikatan mereka terhadap *streamer* dari siaran ke siaran berikutnya.

- Meskipun pola interaksi memiliki pengaruh yang lebih rendah dibandingkan responsivitas, keduanya bekerja secara sinergis. *Streamer* disarankan untuk menciptakan momen-momen interaktif yang mengundang partisipasi aktif *audiens*, seperti mengajukan pertanyaan terbuka kepada penonton, melibatkan audiens dalam pengambilan keputusan selama permainan, atau mengadakan tantangan yang dapat dipicu oleh donasi. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan intensitas interaksi, tetapi juga memperkuat persepsi *audiens* bahwa kontribusi mereka memiliki dampak nyata terhadap jalannya siaran.
- Dalam memanfaatkan platform donasi seperti Saweria, *streamer* disarankan untuk memastikan bahwa setiap donasi mendapatkan respons yang bermakna, bukan sekadar ucapan terima kasih yang bersifat general. Respons yang spesifik dan personal terhadap pesan donasi dapat memperkuat persepsi bahwa donasi merupakan sarana komunikasi yang dihargai, bukan sekadar transaksi finansial satu arah.

Saran bagi Peneliti Selanjutnya:

- Mengingat penelitian ini baru mengukur niat dan kecenderungan *audiens* untuk berpartisipasi dalam donasi, peneliti selanjutnya yang ingin menggunakan Social Exchange Theory secara lebih utuh disarankan untuk mengukur perilaku donasi yang riil (misalnya melalui data transaksi aktual atau observasi langsung), bukan hanya niat berpartisipasi, agar proses pertukaran (*exchange*) dapat diuji secara lebih menyeluruh.
- Peneliti selanjutnya juga disarankan untuk melibatkan perspektif *streamer* sebagai pihak kedua dalam proses pertukaran sosial, misalnya melalui pendekatan kualitatif atau *mixed-methods* yang mewawancarai *streamer* mengenai persepsi mereka terhadap interaksi dan donasi yang diterima, serta mengukur komponen *cost*

dari kedua belah pihak (*audiens* dan *streamer*) agar asumsi dasar Social Exchange Theory dapat diuji secara lebih komprehensif.

- Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel terbatas pada mahasiswa Universitas Diponegoro, sehingga generalisasi temuan perlu dilakukan dengan hati-hati. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan populasi ke berbagai kelompok demografis dan institusi yang berbeda guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika donasi dalam live streaming TikTok.
- Nilai koefisien determinasi sebesar 90,2% menunjukkan bahwa model penelitian ini sangat kuat, namun juga mengindikasikan kemungkinan adanya multikolinearitas yang cukup tinggi antara variabel responsivitas dan interaksi tercermin dari nilai VIF yang mendekati 10. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan penggunaan teknik analisis yang lebih robust terhadap multikolinearitas, seperti *ridge regression* atau *partial least squares structural equation modeling* (PLS-SEM), untuk memperoleh estimasi yang lebih akurat mengenai kontribusi masing-masing variabel.
- Temuan bahwa responsivitas *streamer* merupakan prediktor yang lebih dominan dibandingkan pola interaksi membuka peluang kajian lebih mendalam mengenai dimensi-dimensi spesifik dari responsivitas yang paling berpengaruh. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan kualitatif seperti wawancara mendalam atau analisis percakapan (*conversation analysis*) terhadap sesi *live streaming* untuk mengidentifikasi jenis respons *streamer* yang paling efektif dalam mendorong keputusan donasi.
- Penelitian ini berfokus pada konteks *live streaming* gaming di TikTok dengan sistem donasi Saweria. Penelitian selanjutnya disarankan untuk membandingkan dinamika donasi pada *genre live streaming* yang berbeda, seperti *live streaming* berbasis edukasi,

hiburan umum, atau *live commerce*, guna mengetahui apakah pengaruh responsivitas dan interaksi bersifat universal atau bergantung pada konteks konten yang disajikan.

- Mengingat nilai R Square yang sangat tinggi (0,902), peneliti selanjutnya juga disarankan untuk mengeksplorasi variabel mediasi atau moderasi yang mungkin berperan dalam hubungan antara responsivitas dan interaksi dengan partisipasi donasi. Variabel seperti *parasocial interaction*, *perceived authenticity*, atau *sense of community* dapat menjadi kandidat yang relevan untuk diuji dalam penelitian lanjutan guna memperoleh pemahaman mekanistik yang lebih mendalam mengenai proses psikologis yang mendasari keputusan *audiens* untuk berdonasi.

Secara umum, penelitian ini memberikan kontribusi empiris terhadap pemahaman mengenai dinamika komunikasi dalam ekosistem *live streaming* digital, khususnya dalam konteks *creator economy* yang terus mengalami perkembangan pesat. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas relasi komunikatif antara *streamer* dan *audiens* bukan hanya faktor yang mempengaruhi pengalaman menonton, tetapi juga merupakan determinan utama dalam membentuk perilaku ekonomi *audiens* di ruang digital. Dengan kata lain, dalam lanskap TikTok *Live Gaming*, membangun hubungan yang responsif dan interaktif bukan sekadar strategi konten, melainkan fondasi dari keberlanjutan ekosistem donasi itu sendiri.