

PENGARUH RESPONSIVITAS STREAMER DAN INTERAKSI LIVE STREAMING TERHADAP PARTISIPASI DONASI AUDIENS MAHASISWA PADA TIKTOK LIVE GAMING

Samantha Rebecca S. Silalahi

samantha.rebecca@students.undip.ac.id

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang Kotak Pos 1269 Telepon (024) 746407 Faksimile (024) 746504

Laman: <https://fisip.undip.ac.id> / Email: fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

The growth of gaming live streaming on TikTok has encouraged digital donation practices through Saweria as a form of audience participation. This study analyzes the influence of streamer responsiveness and live streaming interaction on audience participation in Saweria donations among student audiences watching TikTok Live Gaming, using a quantitative explanatory approach through a survey of 106 active Diponegoro University students, analyzed with multiple linear regression. The results show that streamer responsiveness and live streaming interaction have a positive and significant effect on donation participation, both partially and simultaneously (Sig. = 0.000), with streamer responsiveness as the more dominant predictor (Beta = 0.594) compared to live streaming interaction (Beta = 0.367), and a coefficient of determination (R^2) of 0.902, indicating that higher streamer responsiveness and stronger interaction are associated with greater audience intention to donate via Saweria.

Keywords: *Streamer Responsiveness, Live Streaming Interaction, Donation Participation, Saweria, TikTok Live Gaming.*

ABSTRAK

Perkembangan live streaming gaming di TikTok mendorong munculnya praktik donasi digital melalui Saweria sebagai bentuk partisipasi audiens. Penelitian ini menganalisis pengaruh responsivitas streamer dan interaksi live streaming terhadap partisipasi donasi Saweria audiens mahasiswa pada TikTok Live Gaming, menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori melalui survei terhadap 106 mahasiswa aktif Universitas Diponegoro, dianalisis dengan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responsivitas streamer dan interaksi live streaming berpengaruh positif dan signifikan terhadap partisipasi donasi audiens, baik secara parsial maupun simultan (Sig. = 0,000), dengan responsivitas streamer sebagai prediktor yang lebih dominan (Beta = 0,594) dibandingkan interaksi live streaming (Beta = 0,367), serta koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,902, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi responsivitas streamer dan interaksi, semakin tinggi pula niat audiens untuk berdonasi melalui Saweria.

Kata Kunci: Responsivitas Streamer, Interaksi Live Streaming, Partisipasi Donasi, Saweria, TikTok Live Gaming.

PENDAHULUAN

Peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan perubahan besar dalam cara masyarakat berinteraksi di ruang digital. Laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2025 mencatat bahwa jumlah pengguna

internet telah mencapai 229,43 juta jiwa dengan tingkat penetrasi sebesar 80,66 persen dari total populasi (Khairurizqi, n.d.). Laporan WeAreSocial tahun 2025 juga menunjukkan bahwa terdapat sekitar 180 juta pengguna media sosial di Indonesia, setara dengan 62,9 persen dari total populasi (Murphy, 2025). Salah satu platform yang mengalami pertumbuhan pesat adalah TikTok, yang tidak hanya menghadirkan konten video pendek, tetapi juga menyediakan fitur live streaming yang memungkinkan terjadinya interaksi langsung antarpengguna. TikTok bahkan tercatat sebagai platform dengan tingkat penggunaan tertinggi di Indonesia dibandingkan media sosial lainnya, dengan persentase mencapai 35,17 persen (Khairurizqi, n.d.).

TikTok berkembang sebagai platform media sosial yang menawarkan karakter interaksi yang lebih personal dan interaktif dibandingkan platform lain. Melalui sistem algoritma yang dimilikinya, konten dapat menjangkau audiens secara luas dalam waktu singkat tanpa bergantung pada jumlah pengikut yang besar (Wulandari et al., 2025). Kehadiran fitur live streaming memperkuat pola interaksi tersebut: komunikasi yang berlangsung secara real-time memungkinkan audiens merasakan pengalaman yang lebih spontan dan dekat dengan streamer (Herlina et al., 2024). Pola komunikasi semacam ini menciptakan pengalaman yang menyerupai interaksi sosial dalam kehidupan nyata, sehingga mendorong meningkatnya keterlibatan audiens dalam aktivitas live streaming (Wulf et al., 2020; Tao et al., 2024).

Praktik live streaming di TikTok tidak hanya berkaitan dengan interaksi sosial, tetapi juga menunjukkan perkembangan dalam aspek ekonomi digital, khususnya melalui fitur donasi. Audiens dapat memberikan dukungan kepada streamer melalui virtual gift yang memiliki nilai ekonomi (Hilvert-Bruce et al., 2018). Seiring berkembangnya praktik tersebut, muncul alternatif donasi yang tidak bergantung pada fitur bawaan platform, salah satunya Saweria, yang memungkinkan audiens memberikan donasi secara langsung melalui sistem eksternal. Donasi melalui Saweria umumnya disertai pesan yang dibacakan langsung oleh streamer, sehingga menciptakan interaksi yang lebih intens dan berlangsung dua arah. Dengan demikian, keputusan audiens untuk berdonasi tidak semata-mata dipengaruhi oleh kualitas konten, tetapi juga oleh kualitas interaksi yang terbangun antara streamer dan audiens (Chou & Nguyen, 2023).

Fenomena ini terlihat jelas pada live streaming gaming, di mana streamer menampilkan tautan atau notifikasi donasi Saweria selama siaran, dan memberikan respons khusus kepada audiens yang berdonasi, seperti menyebut nama donatur atau membacakan pesan secara langsung. Kondisi

tersebut membuat audiens terdorong untuk berdonasi bukan hanya sebagai bentuk dukungan finansial, tetapi juga untuk memperoleh perhatian dan keterlibatan langsung dari streamer. Donasi dengan demikian memiliki fungsi ganda, yaitu sebagai bentuk dukungan ekonomi sekaligus sarana komunikasi dan keterlibatan sosial dalam ekosistem live streaming TikTok (Salsabila Nuarindah Ramli et al., 2024).

Perspektif Social Exchange Theory menjelaskan bahwa interaksi sosial didasarkan pada pertukaran nilai dengan prinsip resiprositas (Ahmad et al., 2023). Dalam kerangka ini, responsivitas streamer dan tingkat interaksi dapat dilihat sebagai bentuk reward sosial yang mendorong audiens untuk memberikan donasi sebagai bentuk timbal balik. Sejumlah penelitian terdahulu umumnya menempatkan live streaming sebagai media ekspresi diri dan peningkatan engagement, atau membahas donasi dalam konteks charity, namun kajian yang secara spesifik mengaitkan responsivitas streamer, tingkat interaksi, dan partisipasi donasi audiens pada platform pihak ketiga seperti Saweria, khususnya pada kalangan mahasiswa, masih terbatas. Celah penelitian inilah yang melandasi penelitian ini, yaitu untuk menganalisis bagaimana responsivitas streamer dan tingkat interaksi dalam live streaming mempengaruhi partisipasi audiens mahasiswa dalam praktik donasi (Saweria) di TikTok Live Gaming.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh responsivitas streamer dalam merespons audiens terhadap tingkat partisipasi audiens dalam praktik donasi (Saweria) di TikTok Live, serta menganalisis bagaimana pola interaksi yang terbentuk selama live streaming berlangsung dapat mempengaruhi partisipasi audiens dalam praktik donasi tersebut, baik secara parsial maupun simultan.

KERANGKA TEORETIS

Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik, yaitu pendekatan yang beranggapan bahwa realitas dapat diamati secara objektif dan kebenarannya didasarkan pada fakta empiris yang dapat dibuktikan serta diuji melalui metode ilmiah yang sistematis (Park et al., 2020). Dalam kerangka ini, fenomena sosial dipahami sebagai sesuatu yang dapat diteliti layaknya fenomena alam, dengan tujuan mengidentifikasi hubungan sebab-akibat antarvariabel yang dapat diukur dan digeneralisasikan. Paradigma positivistik dipilih karena peneliti berupaya menguji pengaruh

responsivitas streamer dan pola interaksi terhadap partisipasi audiens dalam praktik donasi (Saweria) di TikTok Live, sehingga variabel-variabel yang diteliti dapat diukur secara empiris dan hubungan antarvariabel dapat dianalisis secara sistematis.

State of the Art

Penelitian oleh Chu dan Chu (2025) berjudul “Why do some watch while others donate? An S-O-R Perspective of live streaming engagement” mengkaji keterlibatan pengguna dalam social live streaming service melalui pendekatan Stimulus-Organism-Response (S-O-R). Hasilnya menunjukkan bahwa keterlibatan audiens, baik pasif (lurking) maupun aktif (donasi), dipengaruhi oleh stimulus lingkungan seperti interaksi real-time dan dinamika sosial komunitas, yang memicu respons internal (empati, keterikatan emosional) sebelum menghasilkan perilaku donasi. Temuan ini menegaskan bahwa proses psikologis menjadi jembatan utama antara interaksi dalam live streaming dan perilaku donasi audiens.

Penelitian Shi dan Wu (2023) yang berjudul “The influencing factor model and empirical research of TikTok charity live streaming impact users’ online charitable donation” mengadopsi model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) yang dikombinasikan dengan variabel perceived interactivity. Hasilnya menunjukkan bahwa perceived interactivity, social influence, performance expectancy, dan facilitating conditions berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat donasi pengguna. Namun, penelitian tersebut masih berfokus pada konteks charity dan belum mengakomodasi praktik donasi dalam ekosistem creator economy seperti Saweria.

Veriansyah (2024) dalam “User and Gratifications Theory in Knowing Donation Intentions During Live Streaming” menganalisis niat donasi audiens dengan pendekatan Uses and Gratifications Theory (UGT). Hasilnya menunjukkan bahwa entertainment, social interaction, social identity, dan escapism berpengaruh signifikan terhadap donation intention, dengan entertainment sebagai faktor dominan, namun penelitian ini belum mengkaji bagaimana faktor eksternal seperti responsivitas streamer mempengaruhi motivasi tersebut.

Penelitian oleh Lv dkk. (2022) mengkaji pengaruh interaksi dalam live streaming terhadap keterlibatan pengguna secara berkelanjutan menggunakan structural equation modeling. Hasilnya menunjukkan bahwa interaksi real-time dan stimulus visual berpengaruh signifikan terhadap social

presence dan perceived trust, yang kemudian meningkatkan sustained engagement behavior, meskipun penelitian tersebut belum menghubungkan keterlibatan dengan perilaku donasi.

Terakhir, penelitian Kurniawan dkk. (2025) berjudul “Digital benevolence: What drives TikTok users to donate to online beggars?” mengeksplorasi perilaku donasi pengguna TikTok melalui pendekatan kualitatif. Hasilnya menunjukkan bahwa keputusan berdonasi dipengaruhi oleh faktor emosional seperti empati, keterlibatan emosional, dan persepsi keaslian (authenticity), namun belum secara spesifik mengkaji bagaimana interaksi langsung dan responsivitas streamer memicu respons emosional tersebut.

Kelima penelitian tersebut menunjukkan bahwa interaktivitas, motivasi audiens, dan faktor emosional berpengaruh terhadap keputusan donasi audiens. Penelitian ini membedakan diri dengan secara khusus menelaah bagaimana responsivitas streamer dan pola interaksi dalam live streaming TikTok mempengaruhi partisipasi audiens dalam praktik donasi (Saweria), dengan fokus pada mahasiswa sebagai audiens dan latar TikTok Live yang memiliki karakteristik interaksi personal dan real-time.

Responsivitas Streamer dan Interaksi Live Streaming

Responsivitas streamer merujuk pada kemampuan streamer dalam memberikan tanggapan kepada audiens secara cepat, relevan, dan konsisten selama live streaming berlangsung, baik berupa membalas komentar, merespons pertanyaan, maupun memberikan perhatian langsung kepada penonton (Andrini et al., 2024). Tingkat interaksi dalam live streaming, di sisi lain, mengacu pada bentuk, intensitas, dan dinamika komunikasi dua arah antara streamer dan audiens secara kolektif selama siaran berlangsung, mencakup frekuensi komunikasi melalui live chat serta tingkat keterlibatan audiens dalam merespons konten yang disampaikan (Herdiyani et al., 2022).

Kedua konsep ini dibedakan secara jelas agar tidak terjadi tumpang tindih: responsivitas streamer berfokus pada kualitas dan kecepatan respons streamer secara spesifik terhadap audiens, menempatkan streamer sebagai aktor utama yang dinilai dari aksi responnya, sedangkan tingkat interaksi berfokus pada suasana dan intensitas komunikasi dua arah secara keseluruhan, yang mencerminkan dinamika percakapan kolektif antara streamer dan seluruh audiens. Sementara itu, partisipasi donasi audiens merujuk pada kecenderungan dan niat audiens untuk memberikan

dukungan finansial kepada streamer, yang dalam penelitian ini diukur pada level niat berpartisipasi (intention to participate), bukan pada tindakan donasi yang telah benar-benar terjadi.

Social Exchange Theory dan Theory of Reasoned Action

Responsivitas streamer dalam live streaming terbukti berperan penting dalam meningkatkan partisipasi audiens. Chu dan Chu (2025) menunjukkan bahwa respons yang diberikan streamer mampu meningkatkan keterlibatan emosional dan kognitif audiens, yang kemudian mendorong perilaku partisipatif seperti donasi. Lv dkk. (2022) juga menemukan bahwa interaksi real-time dapat meningkatkan social presence dan kepercayaan, sehingga memperkuat engagement audiens. Temuan-temuan ini sejalan dengan Social Exchange Theory yang dikemukakan oleh Blau, yang menjelaskan bahwa interaksi sosial merupakan proses pertukaran nilai berdasarkan prinsip reciprocity (Ahmad et al., 2023). Responsivitas streamer dapat dipahami sebagai bentuk pemberian manfaat sosial-emosional (socioemotional resources) kepada audiens, yang kemudian mendorong audiens untuk memberikan timbal balik dalam bentuk donasi sebagai economic resource. Dengan demikian, dirumuskan hipotesis pertama (H1): terdapat pengaruh positif responsivitas streamer terhadap partisipasi donasi audiens pada TikTok Live.

Pola interaksi dalam live streaming juga berperan dalam membentuk perilaku partisipatif audiens. Shi dan Wu (2023) menunjukkan bahwa interaksi yang intens dan berkelanjutan dapat meningkatkan pengalaman pengguna serta mendorong niat berdonasi, sementara Veriansyah (2024) menemukan bahwa interaksi sosial menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan audiens untuk memberikan donasi kepada content creator. Dalam konteks live streaming, pola interaksi yang intens menciptakan pengalaman sosial yang memperkuat kedekatan antara streamer dan audiens, sehingga audiens memperoleh manfaat non-material berupa keterlibatan dan kedekatan emosional, yang kemudian mendorong audiens untuk memberikan kontribusi sebagai bentuk respons. Dengan demikian, dirumuskan hipotesis kedua (H2): terdapat pengaruh positif pola interaksi dalam live streaming terhadap partisipasi donasi audiens pada TikTok Live. Selanjutnya dirumuskan hipotesis ketiga (H3): terdapat pengaruh simultan tingkat responsivitas streamer dan tingkat interaksi live streaming terhadap tingkat partisipasi donasi audiens pada TikTok Live.

Perlu ditegaskan bahwa penelitian ini mengukur partisipasi donasi audiens pada level kecenderungan dan niat untuk berpartisipasi (*intention to participate*), bukan pada level transaksi donasi yang telah benar-benar terjadi. Oleh karena itu, di samping *Social Exchange Theory* sebagai kerangka utama yang menjelaskan logika pertukaran sosial antara streamer dan audiens, penelitian ini juga merujuk pada *Theory of Reasoned Action* (TRA) untuk menjelaskan bagaimana persepsi terhadap responsivitas streamer dan pola interaksi membentuk sikap (*attitude*) yang kemudian mendorong niat (*intention*) audiens untuk berpartisipasi dalam donasi, sebelum niat tersebut benar-benar terwujud menjadi perilaku donasi aktual (Glanz et al., 2015). Penggunaan TRA di sini bersifat komplementer, untuk memastikan bahwa interpretasi temuan penelitian konsisten dengan apa yang sesungguhnya diukur oleh instrumen penelitian.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori, yang berfokus pada upaya menjelaskan hubungan sekaligus pengaruh antarvariabel melalui pengujian hipotesis. Variabel yang dianalisis meliputi responsivitas streamer (X1), pola interaksi dalam live streaming (X2), serta partisipasi audiens dalam praktik donasi (Saweria) pada TikTok Live (Y).

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Diponegoro yang menggunakan aplikasi TikTok, pernah menonton live streaming di TikTok Live, serta mengetahui atau pernah melihat praktik donasi (Saweria/gift) selama siaran berlangsung. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan kriteria responden yang pernah menonton, mengikuti, atau berinteraksi dalam live streaming TikTok, khususnya konten gaming yang membuka sistem donasi Saweria. Kriteria responden tidak mensyaratkan pengalaman donasi secara langsung, melainkan pengalaman menonton dan mengamati praktik donasi audiens lain, sehingga data yang diperoleh lebih mencerminkan kecenderungan dan niat audiens secara umum untuk berpartisipasi, bukan pengalaman donasi aktual yang telah terverifikasi. Jumlah sampel ditetapkan minimal 100 responden mengacu pada Sekaran dan Bougie (2016) yang menyatakan ukuran sampel layak berada pada rentang 30 hingga 500 responden; penelitian ini berhasil menjaring 106 responden.

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang disusun menggunakan Google Form. Untuk menyamakan pemahaman dan pengalaman responden terhadap objek penelitian, kuesioner dilengkapi dengan contoh cuplikan video live streaming TikTok bertema gaming yang

menggunakan sistem open donation melalui Saweria, sehingga seluruh responden memiliki acuan yang sama dalam menilai responsivitas streamer, tingkat interaksi, dan partisipasi donasi. Pengolahan data dilakukan melalui tahap editing, coding, dan tabulasi, sebelum dilanjutkan dengan uji validitas (perbandingan r hitung dengan r tabel pada taraf signifikansi two-tailed, r tabel = 0,1909) dan uji reliabilitas (Cronbach's Alpha, ambang $\geq 0,60$).

Instrumen penelitian menggunakan skala Likert 1–4 (1 = Sangat Tidak Setuju hingga 4 = Sangat Setuju) dengan delapan item pernyataan pada masing-masing variabel, termasuk item unfavorable yang memerlukan reverse scoring agar arah skor seluruh item konsisten merepresentasikan tingkat persetujuan terhadap konstruk yang diukur.

Setelah instrumen dinyatakan valid dan reliabel, analisis dilanjutkan dengan uji asumsi klasik (normalitas residual, linearitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas) sebagai prasyarat regresi, kemudian analisis inferensial menggunakan regresi linear berganda untuk menguji pengaruh dua variabel independen (X_1 dan X_2) terhadap satu variabel dependen (Y). Pengujian dilakukan melalui uji t (parsial), uji F (simultan), serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen (Marnilin et al., 2022). Seluruh pengolahan data statistik dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Survei dilakukan terhadap 106 responden mahasiswa aktif Universitas Diponegoro yang memenuhi kriteria sampel, yaitu pengguna TikTok yang pernah menonton live streaming gaming di TikTok Live serta mengetahui atau pernah menyaksikan praktik donasi melalui Saweria maupun fitur gift selama siaran berlangsung. Berdasarkan karakteristik demografis, responden didominasi oleh laki-laki (63,2%) dibandingkan perempuan (36,8%), dengan mayoritas berusia 20 tahun (34%) dan 21 tahun (31,1%).

Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas menggunakan korelasi Pearson menunjukkan bahwa seluruh item pada ketiga variabel penelitian dinyatakan valid. Nilai r hitung pada variabel Responsivitas Streamer (X_1) berada pada rentang 0,659–0,895, pada variabel Interaksi Live Streaming (X_2) berada pada rentang 0,659–0,883, dan pada variabel Partisipasi Donasi Audiens (Y) berada pada rentang

0,696–0,902. Seluruh nilai tersebut melampaui r tabel sebesar 0,1909 dengan signifikansi di bawah 0,001, sehingga seluruh item dinyatakan layak digunakan.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Responsivitas Streamer (X1)	8	0,960	Reliabel
Interaksi Live Streaming (X2)	8	0,958	Reliabel
Partisipasi Donasi Audiens (Y)	8	0,963	Reliabel

Hasil uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha menunjukkan bahwa ketiga variabel memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat baik, dengan nilai jauh di atas ambang minimum 0,60 (Afifah Aulia Zayrin et al., 2025), sehingga instrumen layak digunakan untuk tahap analisis selanjutnya.

Deskripsi Tingkat Variabel Penelitian

Berdasarkan kategorisasi skor (rendah: 8–15, sedang: 16–23, tinggi: 24–32), diperoleh gambaran tingkat masing-masing variabel sebagai berikut.

Tabel 2. Kategorisasi Tingkat Variabel Penelitian (n = 106)

Variabel	Rendah	Sedang	Tinggi
Responsivitas Streamer (X1)	16 (15,09%)	57 (53,77%)	33 (31,13%)
Interaksi Live Streaming (X2)	15 (14,15%)	56 (52,83%)	35 (33,02%)
Partisipasi Donasi Audiens (Y)	13 (12,26%)	48 (45,28%)	45 (42,45%)

Tabel 2 menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada kategori sedang hingga tinggi pada ketiga variabel: 84,90% untuk responsivitas streamer, 85,85% untuk interaksi live streaming, dan 87,73% untuk partisipasi donasi audiens. Pola ini mengindikasikan bahwa audiens secara umum mempersepsikan adanya respons yang cukup baik dari streamer dan interaksi yang cukup aktif selama live streaming, yang sejalan dengan kecenderungan mereka untuk berpartisipasi dalam praktik donasi. Meski demikian, perlu dicatat bahwa pada level item individual, distribusi jawaban responden sering menunjukkan pola yang terpolarisasi atau hampir seimbang antara tanggapan positif dan negatif, yang mengindikasikan adanya variasi pengalaman yang signifikan antarresponden dalam menilai responsivitas streamer maupun intensitas interaksi yang mereka saksikan.

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas residual menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,073 dan Monte Carlo Sig. (2-tailed) sebesar 0,077, keduanya berada di atas ambang 0,05, sehingga asumsi normalitas residual terpenuhi. Hasil ini didukung oleh histogram residual yang membentuk kurva mendekati distribusi normal serta grafik Normal P-P Plot yang menunjukkan residual terkonsentrasi di sekitar garis diagonal (Mardiatmoko, 2020).

Uji linearitas menggunakan Test for Linearity menunjukkan nilai signifikansi komponen Linearity di bawah 0,001 untuk hubungan X1 terhadap Y maupun X2 terhadap Y, yang mengindikasikan adanya hubungan linear. Namun, nilai signifikansi pada komponen Deviation from Linearity juga di bawah 0,001 pada kedua hubungan tersebut, sehingga terdapat penyimpangan yang signifikan dari garis linear murni. Meskipun demikian, hasil scatterplot pada kedua hubungan tetap menunjukkan pola titik data yang cenderung meningkat dari kiri bawah ke kanan atas, mengindikasikan adanya hubungan positif antara kedua variabel independen dengan partisipasi donasi audiens.

Uji heteroskedastisitas melalui scatterplot antara nilai ZPRED dan ZRESID menunjukkan titik-titik residual yang menyebar secara acak di atas dan di bawah garis nol tanpa membentuk pola tertentu (funnel maupun gelombang teratur), sehingga model regresi dinyatakan tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas dan memenuhi asumsi homoskedastisitas.

Uji multikolinearitas menghasilkan nilai Tolerance sebesar 0,101 dan Variance Inflation Factor (VIF) sebesar 9,949 pada kedua variabel independen. Nilai tersebut masih berada dalam rentang yang dapat diterima ($Tolerance > 0,10$ dan $VIF < 10$), sehingga kedua variabel independen tetap layak dimasukkan secara bersamaan dalam model regresi. Namun, posisi nilai Tolerance yang sangat dekat dengan batas bawah serta VIF yang hampir mencapai batas maksimum mengindikasikan adanya korelasi yang relatif kuat antara responsivitas streamer dan interaksi live streaming, sehingga interpretasi koefisien regresi masing-masing variabel perlu dilakukan secara lebih cermat.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 3. Ringkasan Hasil Regresi Linear Berganda

Parameter	Nilai
Koefisien Korelasi (R)	0,950

Parameter	Nilai
Koefisien Determinasi (R ²)	0,902
F hitung	475,212
Sig. F	<0,001
Beta Responsivitas Streamer (X1)	0,594
Beta Interaksi Live Streaming (X2)	0,367
Koefisien Regresi X1 (B)	0,608 (t = 6,115; Sig. <0,001)
Koefisien Regresi X2 (B)	0,379 (t = 3,780; Sig. <0,001)

Hasil Model Summary menunjukkan koefisien korelasi (R) sebesar 0,950, yang menunjukkan hubungan simultan kategori sangat kuat antara responsivitas streamer dan interaksi live streaming dengan partisipasi donasi audiens. Koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,902 menunjukkan bahwa 90,2% variasi partisipasi donasi audiens dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen dalam model, sedangkan sisanya sebesar 9,8% dijelaskan oleh faktor lain di luar model, seperti konten yang disajikan, faktor kepribadian audiens, maupun kondisi finansial individu.

Hasil uji F menghasilkan nilai F sebesar 475,212 dengan signifikansi di bawah 0,001, jauh di bawah ambang 0,05, yang menunjukkan bahwa model regresi memiliki kemampuan yang memadai dalam menjelaskan hubungan antarvariabel. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan adanya pengaruh simultan tingkat responsivitas streamer dan tingkat interaksi live streaming terhadap tingkat partisipasi donasi audiens memperoleh dukungan empiris.

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Responsivitas Streamer (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,608 dengan nilai t sebesar 6,115 dan signifikansi di bawah 0,001, sedangkan variabel Interaksi Live Streaming (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,379 dengan nilai t sebesar 3,780 dan signifikansi di bawah 0,001. Kedua variabel independen terbukti berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap partisipasi donasi audiens, sehingga hipotesis pertama (H1) dan hipotesis kedua (H2) memperoleh dukungan empiris. Berdasarkan nilai Standardized Coefficients Beta, Responsivitas Streamer (Beta = 0,594) terbukti sebagai prediktor yang lebih dominan dibandingkan Interaksi Live Streaming (Beta = 0,367).

Pembahasan

Pengaruh Responsivitas Streamer terhadap Partisipasi Donasi Audiens

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responsivitas streamer berpengaruh positif dan signifikan terhadap partisipasi donasi audiens ($\beta=0,608$; $p<0,001$), dan merupakan prediktor yang paling dominan dalam model. Temuan ini menegaskan bahwa kecepatan, relevansi, dan konsistensi respons personal streamer terhadap audiens individual lebih menentukan keputusan mahasiswa penonton TikTok Live Gaming untuk berdonasi dibandingkan frekuensi interaksi secara umum. Ketika streamer mampu memberikan perhatian secara langsung, seperti menyebut nama audiens, membalas pertanyaan, atau menanggapi pesan donasi secara personal, audiens cenderung merasakan adanya pengakuan sosial yang mendorong terbentuknya kedekatan emosional.

Temuan ini dapat dijelaskan melalui Social Exchange Theory yang dikemukakan oleh Blau, yang memandang perhatian dan respons streamer sebagai social reward yang kemudian dibalas oleh audiens melalui dukungan finansial berupa donasi (Ahmad et al., 2023). Sejalan dengan hal ini, perlu ditegaskan bahwa penelitian ini mengukur tingkat kecenderungan dan niat audiens untuk berpartisipasi, bukan 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, temuan ini lebih tepat dimaknai sebagai indikasi awal bahwa logika pertukaran sosial mulai terbentuk pada level kognitif dan afektif audiens, sejalan dengan perspektif Theory of Reasoned Action, di mana persepsi terhadap responsivitas streamer membentuk sikap positif yang kemudian mendorong niat berpartisipasi dalam donasi.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Chu dan Chu (2025) yang menemukan bahwa respons streamer mampu meningkatkan keterlibatan emosional dan kognitif audiens sehingga mendorong perilaku partisipatif, serta penelitian Lv dkk. (2022) yang menunjukkan bahwa interaksi real-time meningkatkan social presence dan kepercayaan audiens. Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis pertama (H1) dapat diterima pada level pembentukan niat berpartisipasi.

Pengaruh Interaksi Live Streaming terhadap Partisipasi Donasi Audiens

Variabel Interaksi Live Streaming juga terbukti memberikan kontribusi yang signifikan terhadap partisipasi donasi audiens ($\beta=0,379$; $p<0,001$), meskipun kontribusinya lebih kecil dibandingkan responsivitas streamer. Temuan ini mengindikasikan bahwa keterlibatan audiens yang semakin intens selama sesi live streaming, melalui aktivitas seperti memberikan komentar, berinteraksi dengan streamer, maupun berpartisipasi dalam percakapan, cenderung diikuti oleh peningkatan kecenderungan audiens untuk memberikan donasi. Suasana siaran yang aktif dan komunikasi dua

arah yang berkelanjutan berfungsi sebagai konteks sosial yang mendukung dan memperkuat efek responsivitas, meskipun tidak dapat menggantikannya sebagai pendorong utama keputusan donasi.

Temuan ini dapat dijelaskan melalui Social Exchange Theory yang menyatakan bahwa individu cenderung mempertahankan hubungan sosial yang memberikan manfaat bernilai. Interaksi yang aktif memberikan manfaat sosial berupa rasa kedekatan, kenyamanan, dan pengalaman komunikasi yang menyenangkan bagi audiens, yang kemudian membentuk niat untuk membalas manfaat tersebut melalui donasi. Sebagaimana pada pembahasan variabel sebelumnya, hubungan ini lebih tepat dipahami sebagai pembentukan niat untuk melakukan pertukaran timbal balik, bukan sebagai pertukaran (exchange) yang telah terjadi secara aktual, karena komponen cost dari kedua belah pihak tidak diukur dalam penelitian ini.

Hasil ini sejalan dengan temuan Shi dan Wu (2023) bahwa tingkat interaktivitas dalam TikTok Live berpengaruh positif terhadap niat donasi pengguna, serta temuan Veriansyah (2024) bahwa interaksi sosial merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan audiens untuk berdonasi kepada content creator. Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis kedua (H2) dapat diterima pada level niat berpartisipasi.

Pengaruh Simultan Responsivitas Streamer dan Interaksi Live Streaming

Secara simultan, responsivitas streamer dan interaksi live streaming berpengaruh signifikan terhadap partisipasi donasi audiens, dengan F hitung sebesar 475,212 ($p < 0,001$) dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,902 yang menempatkan model ini sebagai model dengan daya penjas yang sangat tinggi untuk penelitian persepsi di bidang komunikasi digital. Berdasarkan nilai Standardized Coefficients Beta, sekitar dua per tiga dari kekuatan penjas model berasal dari responsivitas streamer (Beta=0,594) dan sepertiga dari interaksi live streaming (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.

Temuan ini mengandung implikasi bahwa audiens TikTok Live Gaming tidak hanya menghargai suasana siaran yang ramai dan interaktif, tetapi secara khusus merespons besarnya perhatian personal yang diberikan streamer kepada mereka sebagai individu. Respons yang dipersonalisasi, seperti penyebutan nama atau tanggapan atas permintaan audiens, tampaknya memiliki efek

psikologis yang lebih kuat dalam mendorong perilaku donasi dibandingkan sekadar tingginya frekuensi interaksi kolektif. Hasil kategorisasi variabel turut mendukung pola ini, di mana mayoritas responden berada pada kategori sedang hingga tinggi pada ketiga variabel, mengindikasikan bahwa audiens yang merasakan respons baik dari streamer serta interaksi yang aktif cenderung menunjukkan tingkat partisipasi donasi yang lebih tinggi.

Penelitian ini memiliki keterbatasan mendasar dalam mengaplikasikan Social Exchange Theory secara utuh. Pertama, penelitian ini hanya mengukur persepsi dan niat dari sisi audiens, tanpa melibatkan sudut pandang streamer sebagai pihak kedua dalam proses pertukaran. Kedua, instrumen penelitian mengukur kecenderungan dan niat audiens untuk berpartisipasi, bukan tindakan donasi yang telah benar-benar terjadi, sehingga komponen cost yang seharusnya turut diperhitungkan dalam proses pertukaran tidak tercakup dalam penelitian ini. Dengan mempertimbangkan keterbatasan tersebut, temuan ini lebih tepat dimaknai sebagai indikasi bahwa logika pertukaran sosial mulai terbentuk pada level kognitif dan afektif audiens, sejalan dengan perspektif Theory of Reasoned Action, yakni responsivitas streamer dan pola interaksi membentuk sikap positif audiens yang kemudian mendorong niat untuk memberikan timbal balik dalam bentuk donasi. Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis ketiga (H3) dapat diterima.

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, ketiga hipotesis yang diajukan seluruhnya dapat diterima.

Pertama, responsivitas streamer terbukti menjadi prediktor yang kuat dan dominan bagi partisipasi donasi audiens ($\beta=0,608$; $p<0,001$), menegaskan bahwa kecepatan, relevansi, dan konsistensi respons personal streamer—bukan sekadar frekuensi interaksi umum—merupakan faktor yang paling langsung mempengaruhi keputusan mahasiswa penonton TikTok Live Gaming untuk berdonasi. Kedua, pola interaksi live streaming berkontribusi signifikan terhadap donasi audiens ($\beta=0,379$; $p<0,001$), meskipun kontribusinya lebih kecil dari responsivitas, menunjukkan bahwa suasana siaran yang aktif berfungsi sebagai konteks sosial yang mendukung dan memperkuat efek responsivitas, namun tidak menggantikannya sebagai pendorong utama. Ketiga, pengujian model

secara simultan menghasilkan $F=475,212$ ($p<0,001$) dengan $R^2=0,902$, di mana sekitar dua per tiga dari kekuatan penjelas model berasal dari responsivitas ($Beta=0,594$) dan sepertiga dari interaksi ($Beta=0,367$), menegaskan bahwa perhatian personal streamer kepada individu lebih menentukan keputusan donasi dibandingkan suasana interaktif siaran 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, melainkan merupakan respons 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, sehingga praktik donasi melalui Saweria pada TikTok Live Gaming dalam penelitian ini dipahami sebagai potensi pertukaran sosial yang bersifat resiprokal, dan belum dapat disimpulkan sebagai pertukaran yang telah terjadi secara aktual dan utuh sesuai asumsi dasar *Social Exchange Theory*.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain: (1) hanya mengukur persepsi dan niat dari sisi audiens tanpa melibatkan perspektif streamer sebagai pihak kedua dalam proses pertukaran sosial; (2) tidak mengukur komponen cost (biaya atau pengorbanan) dari kedua belah pihak; (3) variabel partisipasi donasi diukur pada level niat, bukan tindakan donasi aktual; (4) sampel terbatas pada mahasiswa aktif Universitas Diponegoro sehingga generalisasi ke populasi yang lebih luas perlu dilakukan dengan hati-hati; serta (5) nilai VIF yang mendekati 10 mengindikasikan kemungkinan multikolinearitas yang cukup tinggi antara kedua variabel independen.

Berdasarkan temuan tersebut, streamer disarankan untuk memprioritaskan interaksi yang bersifat personal dan langsung, seperti menyebut nama audiens, membacakan pesan donasi secara ekspresif, dan membangun rutinitas interaksi yang konsisten dari siaran ke siaran. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengukur perilaku donasi yang riil (bukan hanya niat), melibatkan perspektif streamer melalui pendekatan kualitatif atau *mixed-methods*, memperluas populasi penelitian ke berbagai institusi dan kelompok demografis, mempertimbangkan teknik analisis yang lebih robust terhadap multikolinearitas seperti *ridge regression* atau *PLS-SEM*, serta mengeksplorasi variabel mediasi atau moderasi seperti *parasocial interaction*, *perceived*

authenticity, atau sense of community untuk memperoleh pemahaman mekanistik yang lebih mendalam mengenai proses psikologis yang mendasari keputusan audiens untuk berdonasi.

DAFTAR PUSTAKA

Afifah Aulia Zayrin, Hayatun Nupus, Khalista Khansa Maizia, Siska Marsela, Rully Hidayatullah, & Harmonedi, H. (2025). Analisis Instrumen Penelitian Pendidikan (Uji Validitas Dan Relibilitas Instrumen Penelitian). *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 3(2), 780–789.

<https://doi.org/10.61104/jq.v3i2.1070>

Ahmad, R., Nawaz, M. R., Ishaq, M. I., Khan, M. M., & Ashraf, H. A. (2023). Social exchange theory: Systematic review and future directions. *Frontiers in Psychology*, 13, 1015921.

<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1015921>

Andrini, R. F., Nurhayati, P., & Yuliati, L. N. (2024). The Influence of Live Streaming and Materialism on Purchasing Decisions Fast Fashion Products Through Hedonic Motivation. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.17358/ijbe.10.3.617>

Choeroh, N., Hasanah, A. W., Azizah, A., Madani, P. R., Jumairoh, S. N., & Nisaa', S. (2025). Uji Validitas Soal Ujian Akhir Semester Gasal Mata Pelajaran Fiqih Kelas 8 MTS NDM Surakarta. *Mamba'ul 'Ulum*, 22–28. <https://doi.org/10.54090/mu.558>

Chou, S.-W., & Nguyen, T. (2023). Understanding donation intention in live streaming: A dedication-constraint approach. *Computers in Human Behavior*, 144, 107757.

<https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107757>

Chu, T.-H., & Chu, W.-H. (2025). Why do some watch while others donate? An S-O-R Perspective of live streaming engagement. *Information & Management*, 62(8), 104235.

<https://doi.org/10.1016/j.im.2025.104235>

Digital 2026: 2 in 3 people on Earth now use social media – DataReportal – Global Digital Insights. (n.d.). Retrieved April 20, 2026, from <https://datareportal.com/reports/digital-2026-two-in-three-people-use-social-media>

Glanz, K., Rimer, B. K., & Viswanath, K. (Eds.). (2015). *Health Behavior: Theory, Research, and Practice* (5th ed.). Jossey-Bass.

Herdiyani, S., Safa'atul Barkah, C., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis: Literature Review. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(2), 103–121.

<https://doi.org/10.26593/jab.v18i2.5878.103-121>

Herlina, H., Rachmad, T. H., & Sasongko, Y. P. D. (2024). Digital Business Communication using TikTok Live Streaming. *Journal of Indonesian Economic Research*, 2(1), 19–29.

<https://doi.org/10.61105/jier.v2i1.83>

- Hilvert-Bruce, Z., Neill, J. T., Sjöblom, M., & Hamari, J. (2018). Social motivations of live-streaming viewer engagement on Twitch. *Computers in Human Behavior*, 84, 58–67.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.02.013>
- Khairurizqi, R. (n.d.). Jumlah Pengguna Internet Indonesia Terbaru, Demografi hingga Perilaku. *detikKalimantan*. Retrieved April 20, 2026, from <https://www.detik.com/kalimantan/berita/d-8330855/jumlah-pengguna-internet-indonesia-terbaru-demografi-hingga-perilaku>
- Kurniawan, R., Hidayat, I., & Rheksa, S. I. (2025). Digital benevolence: What drives TikTok users to donate to online beggars? *Linguistics and Culture Review*, 9(1), 23–34.
<https://doi.org/10.21744/lingcure.v9n1.2317>
- 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(14), 8907. <https://doi.org/10.3390/su14148907>
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda [*Canarium Indicum L.*]). *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Marnilin, F., Mutmainah, I., Yulia, I. A., & Mahfudi, A. Z. (2022). Pengaruh Perceived Value Terhadap Kepuasan Implementasi Program MBKM. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(1), 1–10.
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i1.936>
- Murphy, P. (2025, November 11). Digital 2026: Top digital and social media trends in Indonesia. We Are Social Indonesia. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/11/digital-2026-top-digital-and-social-media-trends-in-indonesia/>
- Park, Y. S., Konge, L., & Artino, A. R. (2020). The Positivism Paradigm of Research. *Academic Medicine*, 95(5), 690–694. <https://doi.org/10.1097/ACM.0000000000003093>
- Salsabila Nuarindah Ramli, M. Ikhwan Maulana Haeruddin, Muhammad Ilham Wardhana Haeruddin, Siti Hasbiah, & Nurul Fadilah Aswar. (2024). Pengaruh Live Streaming dan Affiliate Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Media Sosial TikTok (Studi pada Mahasiswa Manajemen Pengguna TikTok). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 3(1), 93–109. <https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v3i1.2705>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). John Wiley & Sons.
- Shi, Y., & Wu, C. (2023). The influencing factor model and empirical research of TikTok charity live streaming impact users' online charitable donation. *PLOS ONE*, 18(11), e0294186.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0294186>

Tao, M., Alam, F., Lahuerta-Otero, E., & Mengyuan, C. (2024). Get Ready to Buy With Me: The Effect of Social Presence Interaction and Social Commerce Intention on S-commerce Live Streaming. *Sage Open*, 14(1), 21582440241232751. <https://doi.org/10.1177/21582440241232751>

Veriansyah, S. (2024). User and Gratifications Theory in Knowing Donation Intentions During Live Streaming. *Journal of Social Science and Business Studies*, 2(4), 340–347. <https://doi.org/10.61487/jssbs.v2i4.121>

Wulandari, S., Zahiroh, M., Maknunah, L., & Halizah, S. N. (2025). Peran Konten TikTok dalam Mengembangkan Branding sebagai Media Bisnis Digital yang Berprofitabilitas. *Journal of Science and Education Research*, 4(1), 71–78. <https://doi.org/10.62759/jser.v4i1.175>

Wulf, T., Schneider, F. M., & Beckert, S. (2020). Watching Players: An Exploration of Media Enjoyment on Twitch. *Games and Culture*, 15(3), 328–346. <https://doi.org/10.1177/1555412018788161>