

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis motivasi penggunaan fitur *Mediashare* dalam memberikan *Virtual Gifting Mediashare* menggunakan model *Stimulus–Organism–Response* (S-O-R) pada platform *live streaming*, dapat disimpulkan bahwa niat penonton untuk memberikan *Virtual Gifting Mediashare* dipengaruhi oleh faktor psikologis berupa *Emotional Attachment* dan *Flow Experience*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Emotional Attachment* dan *Flow Experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Virtual Gifting Mediashare Intention*. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin kuat keterikatan emosional dan semakin tinggi pengalaman imersif yang dirasakan penonton selama menonton *live streaming*, maka semakin besar pula niat penonton untuk memberikan *Virtual Gifting Mediashare* sebagai bentuk dukungan kepada *streamer*.

Pembentukan *Emotional Attachment* dipengaruhi secara positif oleh *Flow Experience*, *Trustworthiness*, *Expertise*, dan *Attractiveness*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa keterikatan emosional penonton terhadap *streamer* tidak hanya terbentuk melalui pengalaman menonton yang menyenangkan, tetapi juga dipengaruhi oleh persepsi penonton terhadap kredibilitas, kompetensi, dan daya tarik yang dimiliki *streamer*. Dengan demikian, karakteristik *streamer* memiliki peran penting dalam membangun hubungan emosional dengan penonton.

Selanjutnya, *Flow Experience* terbukti dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh *Entertainment*. Temuan ini menunjukkan bahwa rasa hadir dalam lingkungan virtual serta unsur hiburan yang diberikan selama *live streaming* mampu meningkatkan fokus, keterlibatan, dan kenyamanan penonton selama menonton siaran. Sebaliknya, *Telepresence*, *Instant Feedback* dan *Interactivity* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Flow Experience*. Hasil ini menunjukkan bahwa kecepatan respons dan aktivitas interaksi selama *live streaming* belum tentu menjadi faktor utama yang mampu meningkatkan pengalaman imersif penonton dalam konteks penggunaan fitur *Mediashare*.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku pemberian *Virtual Gifting Mediashare* pada *live streaming gaming* lebih banyak dipengaruhi oleh faktor psikologis dan pengalaman pengguna dibandingkan faktor interaksi teknis selama *live streaming*. Temuan ini memperkuat penerapan model *Stimulus–Organism–Response* (S-O-R) dalam menjelaskan perilaku *virtual gifting* pada ekosistem *live streaming*, khususnya pada penggunaan fitur *Mediashare*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk penelitian selanjutnya guna mengembangkan dan menyempurnakan penelitian mengenai perilaku *virtual gifting* pada *live streaming*. Adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi niat pengguna dalam memberikan *virtual gifting*, seperti *social presence*, *parasocial relationship*, *community identification*, *viewer engagement*, dan *perceived enjoyment*, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku *virtual gifting* pada *live streaming*.
2. Memperluas objek penelitian pada platform *live streaming* selain YouTube Live, seperti Twitch, TikTok Live, dan Kick, guna mengetahui perbedaan karakteristik pengguna serta faktor-faktor yang memengaruhi perilaku *virtual gifting* pada masing-masing platform.
3. Mengkaji bentuk dukungan digital lainnya selain *Mediashare*, seperti *Super Chat*, *Super Thanks*, dan *Membership*, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai perilaku dukungan pengguna terhadap *streamer* pada platform *live streaming*.