

Gaya Komunikasi *Streamer* dan Kepuasan Penonton dalam *Live Streaming*

Muhammad Luthfie^{1*}, Oryza Sativa², Koesworo Setiawan³

¹⁻³Universitas Djuanda, Indonesia

*Penulis Korespondensi: mluthfie@unida.ac.id

Abstract. *The growth of live streaming on YouTube has transformed communication patterns into more interactive and participatory forms, making streamers' communication style a crucial factor in shaping audience satisfaction. This study aims to analyze and empirically examine the effect of streamers' communication style on audience satisfaction in live streaming. A quantitative approach with an explanatory survey method was employed involving 316 respondents selected through purposive sampling. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed through simple linear regression using IBM SPSS version 25. The results indicate that both the streamer's communication style and audience satisfaction are categorized as very good. Regression analysis reveals a very strong and significant influence, with a coefficient of determination of 0.904, meaning that 90.4% of the variation in audience satisfaction is explained by the streamer's communication style. The findings highlight that effective verbal, nonverbal, and interactive communication enhances viewing experience, emotional engagement, and audience loyalty. This study contributes to the development of digital communication research and offers practical implications for streamers in building sustainable relationships with their audiences.*

Keywords: *Audience Satisfaction; Communication Style; Digital Communication; Live Streaming; YouTube.*

Abstrak. Perkembangan *live streaming* di YouTube telah mengubah pola komunikasi menjadi lebih interaktif dan partisipatif, sehingga gaya komunikasi *streamer* menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan penonton. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji secara empiris pengaruh gaya komunikasi *streamer* terhadap kepuasan penonton dalam *live streaming*. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei eksplanatif terhadap 316 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala Likert dan dianalisis dengan regresi linier sederhana menggunakan IBM SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi *streamer* berada pada kategori sangat baik, demikian pula tingkat kepuasan penonton. Analisis regresi menunjukkan adanya pengaruh yang sangat kuat dan signifikan, dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,904 yang berarti 90,4% variasi kepuasan penonton dijelaskan oleh gaya komunikasi *streamer*. Temuan ini menegaskan bahwa komunikasi verbal, nonverbal, dan interaktif yang efektif berperan penting dalam meningkatkan pengalaman menonton, keterlibatan emosional, serta loyalitas penonton. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan kajian komunikasi digital dan implikasi praktis bagi *streamer* dalam membangun hubungan jangka panjang dengan penonton.

Kata kunci: Gaya Komunikasi; Kepuasan Penonton; Komunikasi Digital; *Live Streaming*; Youtube.

1. LATAR BELAKANG

Kemajuan media sosial digital telah mengubah pola interaksi, komunikasi, dan cara masyarakat memperoleh hiburan. Kehadiran platform berbasis video seperti YouTube menghadirkan fitur *live streaming* yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah secara *real time* antara *streamer* dan penonton. Berdasarkan laporan We Are Social dan Kepios (2025), tingkat penetrasi YouTube di Indonesia mencapai 94,2% dari total pengguna internet. Data tersebut menunjukkan bahwa YouTube memiliki posisi strategis dalam membentuk budaya partisipatif, di mana penonton tidak hanya berperan sebagai audiens pasif, melainkan terlibat aktif melalui komentar, interaksi *real time*, serta dukungan finansial. Secara konseptual, *Live Streaming* dipahami sebagai proses penyiaran langsung tanpa jeda waktu yang memungkinkan audiens menyaksikan sekaligus merespons konten secara bersamaan

(Stockhammer, 2026). Dengan karakteristik tersebut, kualitas komunikasi menjadi faktor sentral dalam menentukan pengalaman dan kepuasan penonton.

Dalam penerapan gaya komunikasi *streamer* memainkan peran penting dalam membangun kedekatan dan keterlibatan audiens. Pada konteks *Live Streaming* gim, Strategi komunikasi yang responsif, penggunaan bahasa yang akrab dengan komunitas, serta konsistensi kehadiran siaran menciptakan suasana partisipatif yang mendorong terbentuknya keterikatan emosional. penelitian terdahulu menegaskan bahwa motivasi utama audiens dalam mengakses *Live Streaming* tidak hanya terletak pada konten, tetapi juga pada aspek interaksi sosial yang dibangun oleh *streamer* (Hamilton et al., 2014; Sjöblom & Hamari, 2017) menunjukkan bahwa ekspresi emosional, responsivitas, serta kemampuan *streamer* dalam membangun kedekatan interpersonal berpengaruh terhadap keterlibatan audiens dan kesediaan memberikan dukungan finansial sebagai bentuk kepuasan dan loyalitas. Temuan ini menempatkan gaya komunikasi sebagai elemen strategis dalam menciptakan pengalaman menonton yang bermakna (Liu, 2025).

Komunikasi digital di Indonesia mulai berkembang dengan menyoroti pentingnya pendekatan adaptif dan empatik dalam membangun kepuasan pengguna. (Setiawan & Muafik, 2023), menekankan bahwa efektivitas komunikasi di ruang digital dipengaruhi oleh sensitivitas terhadap konteks budaya, penggunaan bahasa, serta kemampuan membangun kedekatan simbolik dengan audiens. Perspektif ini relevan dengan fenomena *Live Streaming* di Indonesia yang sarat dengan penggunaan humor lokal, bahasa gaul, serta pola interaksi khas komunitas daring.

Perkembangan *Live Streaming* di YouTube menunjukkan bahwa interaksi antara *streamer* dan penonton tidak lagi bersifat satu arah, melainkan membentuk hubungan interpersonal secara virtual yang berpengaruh terhadap pengalaman menonton. Gaya komunikasi yang digunakan *streamer* menjadi faktor penting dalam menciptakan kenyamanan, keterlibatan emosional, serta loyalitas audiens. Namun, sejauh mana gaya komunikasi tersebut benar-benar memengaruhi tingkat kepuasan penonton masih memerlukan pembuktian empiris.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian berjudul “Gaya Komunikasi *Streamer* dan Kepuasan Penonton dalam *Live Streaming*” dilakukan untuk menganalisis dan menguji secara empiris pengaruh gaya komunikasi *streamer* terhadap kepuasan penonton pada *Live Streaming* YouTube. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan kajian komunikasi digital, khususnya dalam konteks komunikasi interpersonal virtual dan kepuasan audiens, serta menjadi rujukan praktis bagi *streamer* lokal dalam membangun hubungan yang

berkelanjutan dengan komunitas penonton di tengah dinamika media sosial yang terus berkembang.

2. KAJIAN TEORITIS

Fenomena *Live Streaming* sebagai bagian dari perkembangan media digital menghadirkan perubahan signifikan dalam pola komunikasi antara komunikator dan audiens. Dalam konteks ini, gaya komunikasi menjadi elemen sentral karena menentukan bagaimana pesan disampaikan sekaligus bagaimana hubungan sosial dibangun secara daring. Gaya komunikasi dipahami sebagai pola perilaku komunikasi yang relatif konsisten dalam menyampaikan pesan dan membangun interaksi dengan orang lain. menjelaskan (Fadhlan & Jakarta, 2019). gaya komunikasi dalam cara individu mengekspresikan diri dalam konteks sosial melalui kombinasi pesan verbal dan nonverbal untuk mencapai tujuan komunikasi tertentu (Olifia et al., n.d.), menegaskan bahwa gaya komunikasi mencakup penggunaan simbol, bahasa, ekspresi, serta intonasi suara dalam proses penyampaian pesan agar dapat diterima secara efektif oleh komunikan.

Dalam konteks komunikasi digital, karakteristik gaya komunikasi mengalami penyesuaian karena adanya interaksi *real-time* dan partisipasi aktif audiens. Platform seperti YouTube memungkinkan komunikasi berlangsung dua arah secara simultan, sehingga gaya komunikasi *streamer* tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga relasional dan partisipatif. (Aprianer Paulus, 2024) menyatakan bahwa dalam ruang digital, pengalaman audiens tidak hanya ditentukan oleh isi konten, melainkan juga oleh bagaimana komunikasi dibangun secara interaktif (Id et al., 2024).

Oleh karena itu, gaya komunikasi *streamer* dapat dianalisis melalui tiga dimensi utama, yakni verbal, nonverbal, dan interaktif. Dimensi verbal berkaitan dengan pilihan kata, intonasi, humor, serta kejelasan pesan. Dimensi nonverbal mencakup ekspresi wajah, gestur, kontak visual dengan kamera, serta dinamika suara yang memperkuat makna pesan. Adapun dimensi interaktif mengacu pada kemampuan *streamer* merespons komentar, menyebut nama penonton, dan membangun dialog dua arah. Penelitian (Ikhwan, 2025), menunjukkan bahwa komunikasi interaktif secara signifikan meningkatkan keterlibatan emosional audiens karena mereka merasa menjadi bagian dari percakapan, bukan sekadar penonton pasif. Studi terkini mengungkapkan bahwa semakin tinggi tingkat interaksi dalam *live streaming*, semakin besar keterlibatan emosional yang dirasakan penonton, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kepuasan mereka (Zhao et al., n.d.).

Konsep komunikasi interpersonal yang efektif turut memperkuat analisis ini, (Setiawan & Muafik, 2023) komunikasi yang efektif ditandai oleh keterbukaan, empati, dukungan, sikap positif, dan kesetaraan. Dalam *Live Streaming*, prinsip-prinsip tersebut tercermin dari cara *streamer* membangun suasana yang inklusif dan responsif (Diem et al., 2023). Ketika *streamer* menunjukkan empati, respons cepat, dan penghargaan terhadap audiens, maka hubungan sosial yang terbangun menjadi lebih kuat. Selain perspektif komunikasi interpersonal.

penelitian ini juga menggunakan teori *Uses and Gratifications* sebagai kerangka konseptual. Teori ini menjelaskan bahwa audiens bersifat aktif dalam memilih media yang mampu memenuhi kebutuhan hiburan, interaksi sosial, dan pengalaman emosional. (Sjöblom & Hamari, 2017) motivasi utama penonton *Live Streaming* meliputi kebutuhan hiburan, relaksasi, dan interaksi komunitas. Dengan demikian, gaya komunikasi *streamer* berfungsi sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Semakin efektif gaya komunikasi yang digunakan, semakin besar kemungkinan kebutuhan audiens terpenuhi dan kepuasan meningkat.

Kepuasan penonton dalam penelitian ini dipahami sebagai evaluasi, kognitif, dan emosional. Yang muncul setelah membandingkan harapan awal dengan pengalaman aktual selama menonton. kepuasan terbentuk ketika pengalaman penggunaan platform digital sesuai atau melebihi ekspektasi (Liu, 2025). Perspektif ini sejalan dengan *Expectation Confirmation Theory* yang menekankan bahwa kepuasan terjadi ketika terdapat kesesuaian antara harapan dan realitas pengalaman (Boling et al., n.d.). Dalam konteks *Live Streaming*, ekspektasi penonton biasanya berkaitan dengan kualitas komunikasi, interaksi, dan hiburan yang diberikan *streamer*.

Pengalaman menonton juga dapat dianalisis melalui pendekatan *Customer Experience*. (Petrescu et al., 2024) pengguna terbentuk dari interaksi emosional, sosial, dan kognitif selama menggunakan layanan digital. menyatakan bahwa gabungan antara komunikasi lisan dan tindakan nonverbal sangat berpengaruh terhadap cara pendengar memandang kedekatan dan kesopanan penyiar, yang akhirnya mempengaruhi tingkat kepuasan mereka. Menurut (Wohn et al., 2026) turut menegaskan bahwa responsivitas *streamer* terhadap komentar meningkatkan keterikatan emosional, yang menjadi determinan utama kepuasan dan loyalitas.

Berdasarkan landasan teori dan temuan empiris tersebut, penelitian ini memposisikan gaya komunikasi *streamer* sebagai variabel independen yang diasumsikan mempengaruhi kepuasan penonton sebagai variabel dependen (Wang & Wu, n.d.). Secara konseptual, semakin efektif dimensi verbal, nonverbal, dan interaktif yang diterapkan dalam *Live Streaming*, semakin tinggi pula tingkat kepuasan penonton yang tercermin melalui kesesuaian harapan,

kenyamanan pengalaman menonton, keterlibatan emosional, serta niat menonton kembali (Petrescu et al., 2024). Hubungan tersebut sejalan dengan perspektif *Uses and Gratifications* dan *Expectation Confirmation Theory* yang menempatkan audiens sebagai pihak aktif dalam mengevaluasi pengalaman medianya .karena penelitian ini memiliki landasan teoritis yang kuat untuk mengkaji hubungan antara gaya komunikasi *streamer* dan kepuasan penonton dalam konteks *Live Streaming*, khususnya pada platform YouTube.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei eksplanatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan untuk menguji hubungan dan pengaruh antara variabel gaya komunikasi *streamer* sebagai variabel bebas (X) terhadap kepuasan penonton sebagai variabel terikat (Y) secara terukur dan objektif. Metode survei dinilai efektif dalam mengumpulkan data berupa sikap, persepsi, dan penilaian responden terhadap suatu fenomena sosial melalui instrumen terstruktur (Kriyantono, 2020) digunakan karena penelitian ini berupaya menjelaskan hubungan kausal antara dua variabel yang diteliti.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penonton *Live Streaming* khususnya pada konten permainan GTA Roleplay, dengan estimasi rata-rata 1.500 penonton aktif. Mengingat keterbatasan dalam menjangkau seluruh populasi, penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode purposive sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian Kriteria responden meliputi:

- a. pernah menonton *Live Streaming* minimal dua kali.
- b. pernah berinteraksi melalui komentar atau live chat.
- c. berusia minimal 17 tahun.

Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (e) sebesar 5% untuk memperoleh jumlah responden yang representatif (Purba et al., 2021).

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

keterangan:

- 1) n = Jumlah sampel
- 2) N = Jumlah Populasi
- 3) e = Tingkat kesalahan (error/kesalahan) ditetapkan sebesar 5% (0,05)

Jika jumlah rata-rata penonton aktif dalam *Live Streaming* “Imatuh” diperkirakan sekitar 1.500 orang, maka perhitungannya:

$$n = \frac{1500}{1 + 1500 (0,05)^2} = 315,78$$

Dengan demikian, jumlah sampel minimum yang digunakan dalam penelitian ini adalah 316 responden.

Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup menggunakan Skala Likert 1–5. Variabel gaya komunikasi diukur melalui 13 item pernyataan, sedangkan variabel kepuasan penonton diukur melalui 15 item pernyataan.

Tabel 1. Skor Jawaban Responden,

Keterangan	Kode	Nilai
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Netral	N	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

Pengolahan data dalam penelitian kuantitatif dilakukan setelah seluruh data terkumpul, dengan cara mengelompokkan dan menyajikan data berdasarkan variabel serta karakteristik responden. Selanjutnya, analisis statistik dilakukan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis secara objektif dan sistematis (Putri et al., 2024).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, variabel yang dianalisis adalah Gaya Komunikasi *Streamer* dan Kepuasan Penonton dalam *Live Streaming*. Variabel tersebut diukur melalui beberapa indikator yang merepresentasikan aspek komunikasi dan tingkat kepuasan penonton. Adapun hasil penelitian dipaparkan sebagai berikut.

Hipotesis penelitian ditetapkan bahwa apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang berarti Gaya Komunikasi *Streamer* (X) tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Penonton (Y). Sebaliknya, apabila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara kedua variabel. Berdasarkan hasil uji t (parsial) dengan jumlah sampel 316 responden dan $df = 316$, diperoleh t_{tabel} sebesar 1,968. Hasil analisis menggunakan IBM SPSS 25 menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 54,275 dengan signifikansi 0,000.

Karena $t_{hitung} (54,275) > t_{tabel} (1,968)$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, Gaya Komunikasi *Streamer* berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Penonton dalam *Live Streaming*. Persamaan regresi yang

diperoleh adalah $Y = -0,437 + 1,170X$. Koefisien regresi bernilai positif (1,170) dengan Beta sebesar 0,951, yang menunjukkan pengaruh sangat kuat dan searah. Artinya, semakin baik gaya komunikasi *streamer*, semakin tinggi tingkat kepuasan penonton.

Variabel X Gaya Komunikasi *Streamer*

Tanggapan Responden Variabel Gaya Komunikasi *Streamer* (X)

Tabel 2. Rekapitulasi Hasil Variabel (X).

No.	Indikator	Skro	Kategori
1.	Komunikasi Verbal	4,372	Sangat baik
2.	Komunikasi Non-Verbal	4,265	Sangat baik
3.	Komunikasi Interaktif	4,205	Sangat Baik
Rata-rata Skor Variabel Gaya Komunikasi <i>Streamer</i> (X)		4,281	Sangat Baik

Sumber: Hasil Olah IBM SPSS 25

Berdasarkan rekapitulasi data pada variabel Gaya Komunikasi *Streamer* (X), diperoleh nilai rata-rata sebesar 4,281 yang berada dalam kategori Sangat Baik. Temuan ini mengindikasikan bahwa gaya komunikasi *streamer* “Imatuh” mendapatkan penilaian yang sangat positif dari responden.

Secara rinci, indikator Komunikasi Verbal mencatat skor 4,372 dan Komunikasi Nonverbal sebesar 4,265, yang keduanya termasuk dalam kategori Sangat Baik. Adapun indikator Komunikasi Interaktif memperoleh skor 4,205 dan berada pada kategori Sangat Baik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan gaya komunikasi *streamer* “Imatuh” tergolong Sangat Baik berdasarkan persepsi responden.

Variabel Y Kepuasan Penonton

Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Penonton (Y)

Tabel 3. Rekapitulasi Hasil Variabel (Y).

No.	Indikator	Skor	Kategori
1.	Kesesuaian Harapan (<i>Expectation Confirmation</i>)	4,24	Sangat baik
2.	Kenyamanan dan Pengalaman Menonton	4,30	Sangat baik
3.	Keterlibatan Emosional	4,27	Sangat baik
4.	Loyalitas Atau Niat Menonton Ulang	4,31	Sangat Baik
Rata-rata Skor Variabel Kepuasan Penonton (Y)		4,28	Sangat Baik

Sumber: Hasil Olah IBM SPSS 25

Berdasarkan hasil rekapitulasi pada variabel Kepuasan Penonton (Y), diperoleh nilai rata-rata sebesar 4,28 yang termasuk dalam kategori Sangat Baik. Capaian ini mengindikasikan bahwa secara umum penonton memberikan evaluasi yang sangat positif terhadap *Live Streaming* “Imatuh”.

Secara, skor pada indikator Kesesuaian Harapan sebesar 4,24, Kenyamanan dan Pengalaman Menonton 4,30, Keterlibatan Emosional 4,27, serta Loyalitas atau Niat Menonton Ulang 4,31. Seluruh indikator tersebut berada dalam kategori Sangat Baik, sehingga menunjukkan bahwa *Live Streaming* “Imatuh” mampu memenuhi ekspektasi penonton, menghadirkan pengalaman yang nyaman, memperkuat keterikatan emosional, serta mendorong minat untuk menonton kembali. Dengan demikian, tingkat kepuasan penonton terhadap *Live Streaming* “Imatuh” secara keseluruhan dapat dikategorikan Sangat Baik.

Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana, yaitu metode statistik yang melibatkan satu variabel independen dan satu variabel dependen. Analisis ini bertujuan untuk menguji besarnya pengaruh Gaya Komunikasi Streamer “Imatuh” terhadap Kepuasan Penonton pada *Live Streaming* GTA di YouTube. Proses pengolahan data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS versi 25, dan hasil pengujiannya disajikan sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana.

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,437	1,203		-,363	,717
Gaya Komunikasi Streamer	1,170	,022	,951	54,275	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Penonton

Sumber: Hasil Olah IBM SPSS 25

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana, dapat dijelaskan bahwa persamaan regresi yang terbentuk adalah:

$$Y = -0,437 + 1,170X$$

Dimana:

- X = Gaya Komunikasi Streamer
- Y = Kepuasan Penonton

Nilai konstanta sebesar -0,437 menunjukkan bahwa apabila variabel Gaya Komunikasi Streamer (X) diasumsikan bernilai nol, maka Kepuasan Penonton (Y) diproyeksikan sebesar -0,437. Nilai ini bersifat konseptual sebagai titik awal model regresi. Koefisien regresi sebesar

1,170 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada Gaya Komunikasi *Streamer* akan diikuti kenaikan Kepuasan Penonton sebesar 1,170 satuan, dengan asumsi faktor lain tetap. Tanda positif pada koefisien tersebut menunjukkan hubungan yang searah antara kedua variabel. Selain itu, nilai t hitung 54,275 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$) menegaskan bahwa pengaruh Gaya Komunikasi *Streamer* terhadap Kepuasan Penonton bersifat signifikan. Dengan demikian, hipotesis penelitian dinyatakan diterima.

Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel independen, yaitu Gaya Komunikasi *Streamer* (X), dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen, yakni Kepuasan Penonton (Y). Nilai tersebut diperoleh melalui proses analisis data dengan bantuan IBM SPSS versi 25, sebagaimana tercantum pada hasil pengujian berikut.

Tabel 5. Hasil Koefisien Determinasi (R^2).

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,951 ^a	,904	,903	2,991

a. Predictors: (Constant), Gaya Komunikasi Streamer

Sumber: Hasil Olah IBM SPSS 25

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai R Square (R^2) sebesar 0,904. Angka tersebut menunjukkan bahwa Gaya Komunikasi *Streamer* mampu menjelaskan 90,4% variasi pada Kepuasan Penonton. Adapun sebesar 9,6% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Penelitian ini membahas Gaya Komunikasi *Streamer* dan Kepuasan Penonton dalam *Live Streaming*, dengan dua variabel utama, yaitu Gaya Komunikasi *Streamer* (X) dan Kepuasan Penonton (Y). Pembahasan disusun berdasarkan hasil analisis data dari 316 responden.

Gaya Komunikasi Streamer

Gaya komunikasi merupakan elemen krusial dalam *live streaming* karena berperan langsung dalam membentuk kualitas hubungan antara *streamer* dan penonton. Dalam penelitian ini, gaya komunikasi *streamer* “Imatuh” memperoleh nilai rata-rata 4,28 yang termasuk kategori Sangat Baik, menunjukkan bahwa secara umum cara berkomunikasi yang

ditampilkan telah memenuhi ekspektasi audiens dan mampu menciptakan pengalaman menonton yang menyenangkan serta bermakna.

Pada indikator komunikasi verbal (4,372; Sangat Baik), penilaian tinggi ini mencerminkan bahwa penyampaian pesan dilakukan secara jelas, terstruktur, dan mudah dipahami. Pemilihan kata yang komunikatif, penggunaan humor yang relevan, serta kemampuan menjelaskan alur permainan secara runtut membuat penonton dapat mengikuti konten dengan nyaman. Selain itu, respons verbal terhadap komentar penonton dinilai cepat dan tepat, sehingga memperkuat kesan interaktif dan mengurangi jarak antara *streamer* dan audiens.

Indikator komunikasi nonverbal (4,265; Sangat Baik) menunjukkan bahwa ekspresi wajah, intonasi suara, kontak visual dengan kamera, serta *gestur* yang ditampilkan mampu memperkuat makna pesan yang disampaikan. Unsur nonverbal ini berfungsi sebagai pendukung komunikasi verbal, menciptakan suasana siaran yang lebih hidup, ekspresif, dan tidak monoton. Penonton merasakan adanya energi dan antusiasme yang konsisten selama siaran berlangsung.

Sementara itu, indikator komunikasi interaktif (4,205; Sangat Baik) menandakan bahwa keterlibatan dua arah telah terbangun secara efektif. *Streamer* dinilai aktif menyapa, menyebut nama penonton, serta menanggapi komentar secara langsung. Meskipun belum seluruh komentar dapat direspons karena keterbatasan waktu dan jumlah penonton, tingkat interaksi yang ada sudah mampu menumbuhkan rasa dihargai dan keterlibatan emosional di kalangan audiens.

Secara keseluruhan, gaya komunikasi yang komunikatif, ekspresif, dan interaktif menjadi kekuatan utama dalam membangun kedekatan serta keterlibatan penonton selama *Live Streaming* berlangsung.

Kepuasan Penonton

Kepuasan penonton dalam penelitian ini dipahami sebagai evaluasi positif yang muncul ketika pengalaman menonton memenuhi harapan dan kebutuhan hiburan. Variabel Kepuasan Penonton memperoleh nilai rata-rata 4,28 (kategori Sangat Baik), yang menunjukkan bahwa penonton merasa sangat puas terhadap tayangan *Live Streaming*.

Seluruh indikator berada pada kategori Sangat Baik, yang menunjukkan tingkat kepuasan penonton berada pada level yang sangat tinggi dan konsisten di setiap aspek penilaian.

Pada indikator kesesuaian harapan (4,24), kategori (Sangat Baik) menandakan bahwa konten, gaya penyampaian, serta interaksi yang ditampilkan *streamer* mampu memenuhi

bahkan melampaui ekspektasi awal penonton. Artinya, apa yang dijanjikan atau dibayangkan sebelum menonton selaras dengan pengalaman yang diperoleh selama *Live Streaming* berlangsung.

Indikator kenyamanan dan pengalaman menonton (4,30) yang juga berada pada kategori (Sangat Baik) menunjukkan bahwa suasana siaran dinilai menyenangkan, tidak membosankan, serta mampu menciptakan atmosfer yang membuat penonton merasa betah untuk mengikuti jalannya *Live Streaming* hingga selesai. Ini mencerminkan kualitas penyampaian dan pengelolaan siaran yang efektif.

Pada aspek keterlibatan emosional (4,27), kategori (Sangat Baik) menggambarkan adanya ikatan psikologis antara penonton dan *streamer*. Penonton tidak hanya menyaksikan secara pasif, tetapi turut merasakan kedekatan, antusiasme, dan keterhubungan emosional selama siaran berlangsung.

Sementara itu, indikator loyalitas atau niat menonton ulang (4,31) yang memperoleh skor tertinggi dalam kategori (Sangat Baik) menunjukkan adanya komitmen kuat dari penonton untuk kembali menyaksikan *Live Streaming* di masa mendatang, bahkan merekomendasikannya kepada orang lain. Hal ini menjadi indikator penting bahwa kepuasan yang dirasakan berpotensi membentuk loyalitas jangka panjang. Hasil ini menegaskan bahwa kepuasan tidak hanya dipengaruhi oleh konten permainan, tetapi juga oleh kualitas interaksi dan hubungan emosional yang terbangun selama siaran.

Hubungan Gaya Komunikasi & Kepuasan Penonton

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,904 (90,4%), yang berarti gaya komunikasi *streamer* berkontribusi sangat besar terhadap kepuasan penonton. Nilai R sebesar 0,951 mengindikasikan hubungan yang sangat kuat, sedangkan Adjusted R Square sebesar 0,903 menunjukkan bahwa model penelitian tetap konsisten dan signifikan setelah penyesuaian. Nilai *Std. Error of the Estimate* sebesar 2,991 menandakan tingkat kesalahan prediksi yang relatif kecil, sehingga model dinilai akurat.

Secara konseptual, kejelasan komunikasi, interaksi, dan ekspresivitas dalam penyampaian pesan berhubungan langsung dengan kenyamanan menonton, keterlibatan emosional, serta loyalitas penonton. Semakin baik gaya komunikasi yang ditampilkan, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa gaya komunikasi *streamer* memiliki hubungan yang sangat kuat dan signifikan dengan kepuasan penonton dalam *Live Streaming*, serta menjadi faktor utama dalam membentuk pengalaman menonton yang positif dan berkelanjutan.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara gaya komunikasi *streamer* dan kepuasan penonton dalam *Live Streaming*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi *streamer* berada pada kategori sangat baik dengan nilai rata-rata 4,28. Aspek komunikasi verbal, nonverbal, dan interaktif dinilai efektif dalam menciptakan penyampaian pesan yang jelas, suasana yang nyaman, serta interaksi dua arah yang positif.

Tingkat kepuasan penonton juga berada pada kategori sangat baik dengan nilai rata-rata 4,28. Kepuasan tersebut tercermin dari terpenuhinya harapan penonton, kenyamanan dan pengalaman menonton yang positif, keterlibatan emosional, serta loyalitas atau niat menonton ulang. Hasil analisis regresi menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat dan signifikan antara gaya komunikasi *streamer* dan kepuasan penonton, dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,904. Artinya, 90,4% variasi kepuasan penonton dipengaruhi oleh gaya komunikasi *streamer*. Dengan demikian, gaya komunikasi menjadi faktor utama dalam membentuk kepuasan penonton dalam *Live Streaming*.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, *streamer* disarankan untuk mempertahankan kualitas komunikasi verbal yang jelas dan ekspresif, serta meningkatkan interaktivitas dengan penonton guna memperkuat keterlibatan emosional dan loyalitas. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kualitas konten atau aspek teknis siaran, serta memperluas objek penelitian pada platform atau jenis konten yang berbeda agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif.

DAFTAR REFERENSI

- Access, O. (2024). *Cardiff I want to view it my way! How viewer engagement shapes*.
- Aprianer Paulus. (2024). Analisis live streaming TikTok sebagai aplikasi komunikasi digital dan dampaknya pada purchase intention: Studi kasus brand Senikersku. 74–81. <https://doi.org/10.52960/a.v4i1.306>
- Boling, M. J. B. E., Elen, J., Svihla, V., & Boling, E. (n.d.). *Handbook of research in educational communications and technology*.
- Diem, T., Mai, P., To, A. T., Hong, T., Trinh, M., Nguyen, T. T., Thanh, T., & Le, T. (2023). Para-social interaction and trust in live-streaming sellers. *European Science Journal*, 7(3), 744–754. <https://doi.org/10.28991/ESJ-2023-07-03-06>
- Fadhlan, M. H. (2019). Pengaruh gaya komunikasi akun Instagram Folkative terhadap online engagement (Studi kasus mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2019).

- Id, Y. W., Fang, L., & Pan, J. (2024). The antecedents of customer satisfaction in the live-streaming commerce of green agricultural products. *PLoS ONE*, 1–20. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0305527>
- Kriyantono, R. (2020). Aplikasi teori Osgood untuk evaluasi pemaknaan internal strategi komunikasi pemasaran co-branding. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(2), 193–204. <https://doi.org/10.31315/jik.v17i2.2855>
- Liu, Z. (2025). The impact of user experience on continuous usage intention for AI-generated digital music platforms: Examining the mediating roles of emotional attachment and technology self-efficacy. *SAGE Open*, 1–22. <https://doi.org/10.1177/21582440251406713>
- Olifia, S., Ambulani, N., & Si, M. (n.d.). *No title*.
- Petrescu, M., Gironda, J. T., & Ferguson, J. R. (2024). Exploring AI technology and consumer behavior in retail interactions. 23, 3132–3151. <https://doi.org/10.1002/cb.2386>
- Purba, E., Purba, B., Syafii, A., Khairad, F., Darwin, D., Valentine, S., Ginting, A. M., Silitonga, H. P., Fitrianna, N., SN, A., & Ernanda, R. (2021). *Metode penelitian ekonomi*.
- Putri, S. H., Kusumadinata, A. A., & Hasbiyah, D. (2024). Rantau intercultural communication instrumentation for overseas students. 1675–1685.
- Setiawan, K., & Muafik, R. A. (2023). Komunikasi interpersonal sebagai inti pelayanan prima: Pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan di Puskesmas Ciderum. 22, 24–34. <https://doi.org/10.31293/pd.v22i1.6860>
- Sjöblom, M., & Hamari, J. (2017). Why do people watch others play video games? An empirical study on the motivations of Twitch users. *Computers in Human Behavior*, 75, 985–996. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.10.019>
- Wang, X., & Wu, D. (n.d.). *Understanding user engagement mechanisms on a live streaming platform*.
- Wohn, D. Y., Freeman, G., & McLaughlin, C. (2026). Explaining viewers' emotional, instrumental, and financial support provision for live streamers. <https://doi.org/10.1145/3173574.3174048>
- Zhao, K., Hu, Y., Hong, Y., & Westland, J. C. (n.d.). *Understanding characteristics of popular streamers on live streaming platforms: Evidence from Twitch.tv*, 1–44.