

Effects of a Parasocial Relationship on Viewers' Willingness to Sponsor Virtual Streamers (V-Tubers)

Amirul Fida Zein, Wahyu Jati Anggoro

Faculty of Psychology, Universitas Gadjah Mada; Jl. Sosio-Humaniora,
Caturtunggal, Depok, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, (0274)550435
e-mail: amirul.fida.z@mail.ugm.ac.id, wjanggoro@ugm.ac.id

Abstract. This study investigates the V-Tuber phenomenon in Indonesia by examining how parasocial relationships may affect a viewer's intention to spend money in livestreams. The quantitative non-experimental study used an online questionnaire to collect data from adult Indonesians (N=812) and variables were measured using the adapted Experience of Parasocial Interaction Scale and an Intention to Donate Scale. Bivariate correlation and simple linear regression were applied to analyse the data. Results indicated that a parasocial relationship significantly affects a viewer's intention to donate, thus suggesting that it would financially benefit V-Tubers to cultivate a parasocial relationship with their audience.

Keywords: *Livestream Donation, Parasocial Relationship, V-Tubers*

Abstrak. Studi ini menyelidiki fenomena *V-Tuber* di Indonesia dengan mengkaji bagaimana hubungan parasosial dapat memengaruhi niat penonton untuk mengeluarkan uang di *livestream*. Penelitian kuantitatif non-eksperimental menggunakan kuesioner online untuk mengumpulkan data dari orang dewasa di Indonesia (N=812) dan variabel diukur menggunakan Skala Pengalaman Interaksi Parasosial yang diadaptasi dan Skala Niat untuk Berdonasi. Korelasi bivariat dan regresi linier sederhana diterapkan untuk menganalisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan parasosial secara signifikan mempengaruhi niat penonton untuk berdonasi, sehingga menunjukkan bahwa V-Tuber akan mendapatkan keuntungan finansial jika membina hubungan parasosial dengan penonton.

Kata Kunci: *Donasi Livestream, Hubungan Parasosial, V-Tuber*