



## INTERAKSI KOMUNITAS *ONLINE* DALAM MERESPONS AKUNTABILITAS DAN TRANSPARANSI DONASI *ONLINE*: STUDI NETNOGRAFI

Muhamad Satriawan Alfarizi<sup>1)</sup>, Ayudia Sokarina<sup>2)</sup>

<sup>1,2)</sup> Faculty of Economics and Business, University of Mataram, Indonesia

<sup>1,2)</sup> [satriawanalfarizi11@gmail.com](mailto:satriawanalfarizi11@gmail.com) (\*), [ayudia.sokarina@unram.ac.id](mailto:ayudia.sokarina@unram.ac.id)

### ARTICLE HISTORY

Received:  
June 11, 2026  
Revised  
June 23, 2026  
Accepted:  
June 28, 2026  
Online available:  
June 29, 2026

### Keywords:

*Accountability; Donations; Influencers; Streamers; Transparency.*

### \*Correspondence:

Name: Muhamad Satriawan Alfarizi  
E-mail: [satriawanalfarizi@gmail.com](mailto:satriawanalfarizi@gmail.com)

### Editorial Office

Ambon State Polytechnic  
Center for Research and  
Community Service  
Ir. M. Putuhena Street, Wailela-  
Rumahtiga, Ambon  
Maluku, Indonesia  
Postal Code: 97234

### ABSTRACT

**Introduction:** *This study aims to understand the responses of the online community toward the accountability and transparency practices of online donations mediated by the streamer figure Windah Basudara through the YouTube and Instagram platforms.*

**Methods:** *This study employs a qualitative approach using the netnography method, in which data were collected in a lurker (passive) manner. The data were analyzed through the stages of Coding, Noting, and abstracting to capture collective meaning patterns that developed within community interactions.*

**Results:** *The findings reveal that community responses are not homogeneous, but rather encompass appreciation, emotional admiration, respect, critical attitudes, curiosity regarding the donation flow, social aspirations, and emotional attachment to the streamer figure. These findings indicate that accountability and transparency in online donation practices are not solely constructed through formal reporting but also through dialogic interaction, openness to questions, and the emotional relationships continuously established between the streamer and the community. This study contributes to broadening the understanding of social accountability in the context of online donation fundraising conducted by influencers, by positioning the online community as an active actor in shaping, testing, and negotiating the meanings of accountability and transparency.*

## INTRODUCTION

Digitalisasi di Indonesia secara masif membawa kemajuan, khususnya dalam konteks kegiatan pengumpulan donasi (Amalia et al., 2021; Artamevia et al., 2025). Dalam beberapa tahun terakhir, model pengumpulan donasi yang marak dilakukan adalah penggalangan dana melalui *live streaming* oleh publik figur atau *influencer*. Bentuk *charity* ini dinilai lebih efisien dibandingkan pengumpulan donasi tradisional karena mampu menjangkau massa atau donatur yang lebih luas serta berlangsung secara *real-time* (Robiansyah et al., 2025). Namun, peralihan peran fasilitator dari lembaga formal ke individu memunculkan tantangan tersendiri, khususnya terkait akuntabilitas dan transparansi, terlebih karena belum adanya regulasi yang secara spesifik mengatur model pengumpulan donasi ini.

Transparansi dan akuntabilitas finansial merupakan faktor penting dalam membangun kepercayaan publik terhadap kegiatan penggalangan dana (Nurdiani et al., 2025). Di sisi lain, organisasi nonprofit relatif rentan terhadap risiko penyimpangan akibat kelemahan manajerial (Rayyani & Muchran, 2022). Dalam konteks media sosial, respons komunitas *online* yang berperan sebagai publik dapat mencerminkan bagaimana praktik transparansi dan akuntabilitas dipersepsikan dan dievaluasi. Respons publik di ruang *online* tidak hanya merefleksikan tingkat kepuasan, tetapi juga berfungsi sebagai bentuk penilaian sosial terhadap praktik penggalangan dana yang ditampilkan (Zulfathurrahmah et al., 2024).

Penelitian di bidang akuntansi menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dapat memperkuat praktik akuntabilitas karena membuka akses informasi dan mendorong keterlibatan publik dalam proses pengawasan keuangan (Arianto, 2023). Dalam konteks lembaga nirlaba, transparansi laporan keuangan yang disampaikan melalui media sosial juga terbukti memengaruhi persepsi dan kepercayaan pemangku kepentingan terhadap pengelolaan dana (Zakariya et al., 2025). Dengan demikian, interaksi komunitas *online* dalam praktik donasi *online* dapat dipahami sebagai bagian dari mekanisme pengawasan sosial.

Meskipun transparansi dan akuntabilitas merupakan prinsip yang secara normatif diharapkan dalam pengelolaan donasi *online*, praktik donasi berbasis *live streaming* yang dikelola oleh individu masih berlangsung dengan keterbatasan standar dan mekanisme pengawasan formal yang mapan (Harris & Neely, 2021). Berbeda dengan lembaga nirlaba yang memiliki kewajiban pelaporan institusional, penggalangan dana oleh figur publik di media sosial lebih banyak bertumpu pada reputasi personal, afeksi, dan kedekatan emosional yang terbangun melalui interaksi *online* (C. Abidin, 2016; Lou & Yuan, 2019). Kondisi ini menimbulkan ketegangan antara tingginya ekspektasi publik terhadap keterbukaan pengelolaan dana dan lemahnya instrumen formal akuntabilitas, sehingga interaksi komunitas di ruang *online* berpotensi berfungsi sebagai arena evaluasi, negosiasi makna, dan pengawasan sosial terhadap praktik donasi *online* (Kozinets & Gambetti, 2020; Zulfathurrahmah et al., 2024).

Penelitian mengenai transparansi, akuntabilitas, dan penggalangan dana *online* telah banyak dilakukan, namun sebagian besar penelitian masih berfokus pada organisasi atau lembaga formal yang memiliki struktur kelembagaan yang jelas. Sementara itu, praktik donasi *online* yang digerakkan oleh individu melalui media sosial yang mengandalkan reputasi personal, relasi emosional, serta keterlibatan langsung dengan komunitas masih relatif terbatas dieksplorasi dalam kajian akademik. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang berfokus pada akuntabilitas lembaga dalam kerangka organisasi formal, penelitian ini secara spesifik menelaah bagaimana akuntabilitas dan transparansi dikonstruksi, dinegosiasikan, dan diawasi secara kolektif oleh komunitas *online* dalam praktik donasi berbasis *live streaming* yang digerakkan oleh individu (*influencer*). Ruang *influencer* yang menghimpun dana dalam skala besar melalui *live streaming*, serta interaksi intens yang terbangun dengan komunitasnya, masih menyisakan pertanyaan mengenai bagaimana akuntabilitas dan transparansi dipahami serta dievaluasi oleh publik *online*.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis respons komunitas *online* terhadap praktik akuntabilitas dan transparansi dalam donasi *online* yang dilakukan melalui siaran langsung oleh publik figur. Analisis difokuskan pada bagaimana interaksi dan diskursus komunitas di ruang *online* berfungsi sebagai mekanisme pengawasan sosial, melalui mana praktik pengelolaan donasi dinilai, dikritisi, dan dilegitimasi secara kolektif. Dengan demikian, penelitian ini menempatkan komunitas *online* sebagai aktor aktif dalam pembentukan dan penegakan akuntabilitas serta transparansi dalam ekosistem donasi berbasis media sosial. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan kajian akuntabilitas sosial pada ekosistem digital serta kontribusi praktis bagi pelaku penggalangan dana berbasis media sosial.

## LITERATURE REVIEW

### Konsep Donasi *Live Streaming*

*Live streaming* (siaran langsung) merupakan penggabungan aspek audio dan visual menjadi sebuah tayangan yang terdapat interaksi dua arah antara penyiar dan penonton secara *real-time* seperti percakapan secara langsung (Robiansyah et al., 2025). Dalam konteks donasi *online*, penggunaan *live streaming* ini dapat memperluas jangkauan kelompok donatur yang lebih luas dengan biaya kegiatan yang lebih rendah (Erfiati & Helfi, 2023). Donasi yang diberikan melalui *live streaming* ini dapat berupa hadiah virtual (*virtual gift*) pada platform *live streaming* ataupun melalui platform pihak ketiga seperti Saweria. Umumnya platform pihak ketiga seperti Saweria dan Mediashare memiliki fitur pemberitahuan nominal, pesan kustomisasi, hingga fitur berbagi media (Rabbani & Wati, 2023).

Donasi *online* melalui website seperti kitabisa.com umumnya bersifat satu arah dan kurang interaktif, dimana donatur langsung mentransfer dana kepada lembaga penyelenggara *charity* tersebut (Nursetiana et al., 2024). Di sisi lain, donasi melalui siaran langsung bersifat *real-time*, interaktif, dan melibatkan *streamer* sebagai individu fasilitator dari *charity* (Lin et al., 2021). Hal tersebut membuat ilusi tatap muka sehingga penonton merasa terhubung secara emosional dengan *streamer* selaku fasilitator *charity*, tidak seperti pengumpulan donasi konvensional

### Akuntabilitas dan Transparansi Donasi *Live Streaming*

Akuntabilitas tidak hanya dinilai dari data-data moneter dan non moneter saja, namun dari sisi spiritual dan moral. Penilaian *lascarya* (ketulusan) tidak bisa didapat melalui data moneter dan non moneter, namun dari kredibilitas dari individu ataupun pihak yang diberi amanah. Akan tetapi, tentu saja konsep poin kejelasan dan keterbukaan akan menjadi poin utama dari akuntabilitas (Sriwinarti & Sokarina, 2023). Hal ini sejalan dengan konsep donasi *online*, karena pada praktiknya donatur lebih tertarik untuk memberikan donasi melalui *streamer* yang terpercaya seperti Windah Basudara (Hidayanto et al., 2022).

Pada ekosistem donasi *online* seperti siaran langsung, muncul jaringan akuntabilitas yang lebih kompleks dan multi-arah. Akuntabilitas tidak hanya terjadi antara donatur dan penerima manfaat, tetapi juga melibatkan *streamer* sebagai perantara, platform donasi, dan bahkan dimensi spiritual bagi penggalang dana (Saputri, 2025). Hal ini menciptakan ekspektasi yang beragam dan terkadang bertentangan. Interaksi komunitas menjadi arena di mana berbagai harapan akuntabilitas ini bertemu, dan *streamer* harus menavigasi ekspektasi dari berbagai pihak, baik yang formal maupun informal.

Transparansi, atau keterbukaan, didefinisikan sebagai ketersediaan informasi material yang mudah diakses dan mudah dipahami oleh pemangku kepentingan (Mubarak & Idris, 2022). Ini mencakup berbagai informasi tentang bagaimana keputusan dibuat, ke mana uang disalurkan, dan hasil yang dicapai dari donasi (Putra et al., 2022). Dalam konteks donasi, transparansi dana dapat dilihat dari upaya pengelola platform untuk menyediakan informasi terbuka mengenai penggunaan dana, kemudahan akses informasi, dan peningkatan arus informasi (Azizah et al., 2021).

Meski transparansi diakui sebagai prinsip krusial, penelitian Mubarak dan Idris (Mubarak & Idris, 2022) menunjukkan bahwa implementasinya di platform donasi *online* seringkali belum optimal. Dengan demikian, komunitas *online* mungkin harus secara proaktif menuntut tingkat transparansi yang lebih tinggi, dan *streamer* perlu menyeimbangkan kebutuhan akan transparansi dengan tantangan operasional dan kekhawatiran yang mungkin timbul. (Nurdiani et al., 2025) mengakui bahwa penggunaan sosial media ampuh untuk menunjukkan transparansi. Terlebih lagi dalam konteks siaran langsung yang disiarkan secara *real-time* dimana *streamer* sebagai fasilitator dapat memberikan klarifikasi secara langsung terkait dana-dana yang diterima dan menjawab pertanyaan viewers sebagai komunitas *online* secara *real-time* juga.

## RESEARCH METHODS

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan metode netnografi. Netnografi sebagai metode penelitian mengadaptasi etnografi untuk mempelajari budaya dan perilaku pengguna media *online*, dengan fokus pada jejak *online* yang ditinggalkan oleh pengguna di lingkungan *online* (Kozinets & Gambetti, 2020). Jenis *media social platform* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *multi-platform*, yakni YouTube dan Instagram dari Windah Basudara.

Koleksi data pada penelitian ini dilakukan secara *lurker* (pasif) pada empat video kegiatan *charity* dengan nominal donasi terbesar yang dilakukan Windah Basudara dalam kurun waktu 5 tahun yakni sejak 2020 hingga

2025. Dari ribuan komentar yang tersedia pada platform YouTube dan Instagram, penelitian ini menganalisis 73 komentar yang dipilih secara *purposive* berdasarkan prinsip keberagaman tema dan keunikan respons. Komentar yang bersifat duplikatif atau memiliki makna serupa tidak dimasukkan untuk menghindari dominasi kategori tertentu seperti apresiasi. Penelitian ini memahami respons *online* dari beberapa platform, antara lain: kolom komentar YouTube, Super chat, dan diskusi media sosial terkait.

Adapun teknik analisis data pada penelitian ini sebagaimana dilakukan Kozinets & Gambetti (2020) yang meliputi:

- a) *Coding* : Pengkategorian dan penamaan data ke dalam beberapa kualifikasi atau tema yang relevan dengan pertanyaan penelitian (akuntabilitas dan transparansi). Ini akan dilakukan secara induktif dari data yang terkumpul.
- b) *Noting* : Pemberian catatan reflektif oleh peneliti terhadap data yang telah dikumpulkan, termasuk observasi awal, interpretasi, dan pertanyaan yang muncul.
- c) *Abstracting* : Mengidentifikasi pola, perbedaan, dan persamaan dari data yang telah di-*Coding* dan di-*Noting* untuk membentuk kategori yang lebih abstrak atau tema-tema besar.

## RESULT AND ANALYSIS

Respons komunitas *online* terhadap kegiatan *charity live streaming* Windah Basudara dianalisis melalui interaksi komunitas pada superchat dan kolom komentar beberapa video YouTube, seperti *Charity Namatin GTA SA Full Cheat untuk Anak Pejuang Kanker & Yatim Dhuafa, 1 Jam Mediashare buat Charity Kebakaran Plumpang & Bangun Sekolah Lembata NTT, Charity 1 Milyar dengan Video Game untuk Sesama di Indonesia, serta Charity untuk Pendidikan Amat dan Anak Lainnya*. Video-video tersebut memperlihatkan intensitas partisipasi publik yang tinggi dan menjadi ruang utama bagi komunitas untuk mengekspresikan dukungan, penilaian, serta ekspektasi terhadap praktik donasi yang dimediasi oleh figur *streamer*.

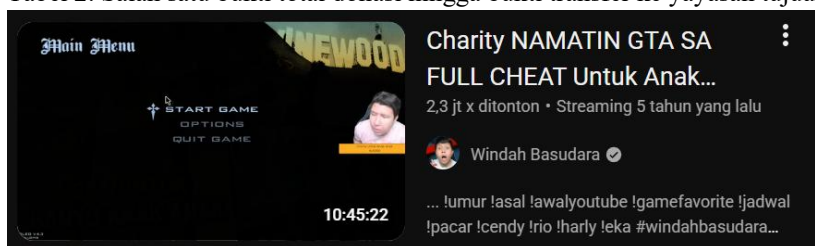
Tabel 1. Thumbnail salah satu video *Charity* YouTube Windah



Sumber: YouTube Windah Basudara

Selain ditayangkan melalui YouTube, setiap kegiatan *charity* tersebut diikuti oleh unggahan lanjutan pada akun Instagram @windahbasudara yang berfungsi sebagai sarana akuntabilitas publik. Unggahan tersebut menampilkan bukti penyaluran bantuan, penyampaian jumlah nominal dana yang terkumpul, serta pembagian alokasi donasi kepada masing-masing pihak penerima. Ini memungkinkan komunitas untuk menilai kejelasan alur dan tujuan penggunaan dana lintas platform.

Tabel 2. Salah satu bukti total donasi hingga bukti transfer ke yayasan tujuan



Sumber: Instagram @windahbasudara

Proses analisis dilakukan melalui tahapan *Coding*, *Noting* dan *Abstracting* untuk menangkap pola makna yang berkembang dari komentar-komentar pengguna. Data tidak dianggap sebagai opini individual yang terpisah, melainkan sebagai ekspresi kolektif yang menggambarkan relasi antara Windah Basudara dan komunitasnya. Keterbukaan mengenai nominal dan distribusi donasi menjadi rujukan utama dalam pembentukan kepercayaan, sekaligus memunculkan ruang evaluasi kritis terkait transparansi dan kredibilitas praktik *online charity*.

Secara keseluruhan, respons komunitas menunjukkan pola interaksi yang bervariasi. Mulai dari apresiasi dan kekaguman terhadap konsistensi moral Windah hingga munculnya pertanyaan dan kehati-hatian terkait

pengelolaan dana. Keberagaman respons ini menegaskan bahwa praktik donasi *online* tidak hanya dimaknai sebagai aksi pengumpulan dana, tetapi juga sebagai kepedulian sosial yang diekspresikan melalui interaksi publik.

### **Legitimasi Moral dan Modal Afektif dalam Praktik Donasi *Online***

Dari hasil pengumpulan data yang dikumpulkan peneliti, respons positif yang mendominasi kolom komentar pada konten *charity* Windah Basudara tidak dapat dipahami semata sebagai ekspresi emosional spontan. Dalam konteks komunitas *online*, respons tersebut berfungsi sebagai bentuk legitimasi moral dan pembentukan modal afektif yang menopang keberlangsungan praktik donasi. Penelitian Kurniawan et al. (2023) menyatakan bahwa praktik komunikasi yang transparan dan akuntabel secara signifikan mendukung citra positif dan kepercayaan publik. Implikasinya adalah bahwa respons positif publik dapat dilihat sebagai bagian dari indikasi keberhasilan akuntabilitas dan transparansi. Apresiasi, kekaguman, respek, kebanggaan kolektif, dan keterikatan emosional membentuk fondasi relasional yang memungkinkan kepercayaan dan partisipasi publik terjaga secara berkelanjutan.

Ekspresi apresiasi sendiri tampak dalam komentar seperti “*Belum ada 11 jam sudah terkumpul 75 juta!! congrats bang. Semoga dengan adanya donasi ini bisa bermanfaat bagi para anak-anak yang membutuhkan di luar sana*”, “*sekali lagi terima kasih untuk charitynya!*”, serta “*Terima kasih sudah mau menggalang dana*”. Selain menyoroti hasil donasi, komunitas juga menilai karakter personal Windah, sebagaimana tercermin pada ungkapan “*gua suka banget sama personality lu bang, keep up the good work, and god bless you!*”. Komentar-komentar ini menunjukkan bahwa apresiasi diarahkan pada sosok Windah secara utuh, bukan hanya pada aktivitas donasinya. Dominasi komentar apresiatif ini tidak hanya berlaku pada satu atau dua konten kegiatan donasinya saja melainkan hampir seluruhnya.

Apresiasi ini merefleksikan mekanisme pengakuan sosial yang berperan penting dalam membangun legitimasi Windah sebagai pengelola donasi. Kehadiran Windah secara konsisten selama *live streaming* dipahami sebagai indikator kesungguhan dan tanggung jawab moral. Artinya, akuntabilitas tidak semata-mata dikaitkan dengan laporan formal, tetapi dengan performativitas publik yang dapat disaksikan dan dinilai secara langsung oleh komunitas. Ini sejalan dengan penelitian Beerli et al. (2019) bahwa selain respons publik terhadap kinerja (dalam konteks ini akuntabilitas dan transparansi) komunitas juga menilai konten donasi Windah berjalan dengan tujuan sosial, bukan semata-mata untuk menarik views saja.

Dari perspektif akuntabilitas sosial sendiri apresiasi berfungsi sebagai bentuk pertanggungjawaban informal yang menguatkan posisi Windah di mata publik. Roberts (2018) menegaskan bahwa akuntabilitas yang baik harusnya dibangun melalui relasi moral dan pengakuan juga, bukan hanya melalui mekanisme administratif. Relasi moral dan pengakuan dari publik akan membangun kepercayaan yang lebih tinggi terlebih lagi kegiatan *charity* yang dilakukan Windah. Kepercayaan menjadi satu modal penting untuk menilai akuntabilitas sosial suatu kegiatan dan dari respons komunitas *online*, Windah dianggap dapat dipercaya.

Dalam konteks yang berbeda, Sriwinarti dan Sokarina (2023) menunjukkan bahwa akuntabilitas dapat dimaknai sebagai praktik moral berbasis ketulusan (*lascarya*), yang dinilai melalui pengabdian dan konsistensi perilaku. Meskipun berangkat dari konteks budaya yang berbeda, temuan ini dapat memperkuat temuan bahwa pengakuan dan apresiasi komunitas merupakan elemen penting dalam pembentukan kredibilitas pelaku akuntabilitas.

Selain apresiasi, komunitas mengekspresikan kekaguman emosional terhadap aksi *charity* yang dilakukan Windah Basudara. Kekaguman ini muncul sebagai respons atas durasi *live streaming* yang panjang dan konsistensi Windah dalam mendampingi proses donasi hingga tuntas. Aksi tersebut dipersepsikan melampaui kewajiban profesional seorang konten kreator yang melakukan praktik donasi ini. Seperti halnya dengan apresiasi, komentar ini menjadi salah satu tipikal komentar terbanyak dari konten donasi Windah.

Komentar seperti “*Hanya YouTuber ini yang rela live 10 jam demi nungguin donasi*”, “*gua terharu banget*”, dan “*Alhamdulillah dikasih kesempatan untuk berdonasi lewat perantara bang Windah*” menunjukkan keterlibatan emosional yang kuat. Ungkapan doa seperti “*Panjang umur hal hal baik*” memperlihatkan bahwa Windah diposisikan sebagai figur yang tidak hanya dihormati, tetapi juga didoakan. Kekaguman ini memperkuat narasi Windah sebagai perantara kebaikan dalam praktik donasi *online*.

Secara analitis, kekaguman emosional berfungsi sebagai sumber legitimasi moral yang melampaui rasionalitas instrumental. Emosi haru dan bangga membangun ikatan afektif antara Windah dan komunitas, yang pada gilirannya memperkuat kepercayaan. Pada konteks ini, legitimasi tidak dihasilkan dari informasi keuangan yang rinci, tetapi dari pengalaman emosional bersama yang terbentuk selama *live streaming*.

Studi tentang komunitas *online* menemukan bahwa keberadaan dukungan sosial dan identifikasi komunitas memiliki pengaruh signifikan terhadap keterlibatan anggota, yang pada gilirannya dapat memperkuat persepsi saling percaya dalam ruang *online* (Siregar & Jakaria, 2022). Penelitian lain menyatakan bahwa engagement emosional dan keterlibatan sosial dalam komunitas *online* menstimulasi ikatan kolektif, sehingga anggota secara aktif berpartisipasi dalam narasi dan penilaian komunitas (Al-Khasawneh et al., 2023). Dalam penelitian ini, emosi yang muncul melalui komentar dan interaksi pada kegiatan *charity* Windah Basudara berperan dalam memperkuat persepsi akuntabilitas dimana kepercayaan terhadap figur *streamer* dan praktik donasi dibentuk melalui pengalaman emosional bersama yang terus dinegosiasikan dalam jaringan komunitas.

Komunitas juga secara eksplisit mengekspresikan rasa hormat dan respek terhadap Windah Basudara serta pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan *charity*. Respek tersebut menunjukkan bahwa Windah dipersepsikan sebagai figur teladan yang berbeda dari stereotip *influencer* yang berorientasi pada keuntungan pribadi. Integritas dan konsistensi menjadi aspek utama yang dihargai oleh komunitas khususnya dalam kegiatan donasi oleh Windah yang menyasar pihak-pihak yang dipersepsikan sebagai pihak yang layak menerima bantuan. Komentar seperti “*rata-rata YouTuber laen mah open sawer buat dia sendiri*” menegaskan adanya perbandingan eksplisit antara Windah dan *influencer* lain. Lalu komentar “*ketika kekuasaan di tangan orang yg tepat*” menempatkan Windah sebagai figur yang layak memegang pengaruh publik. Respek juga diucapkan kepada tim yang terlibat, yang menunjukkan pengakuan kolektif terhadap ekosistem *charity* yang dibangun. Ini menunjukkan Windah tidak bertujuan untuk memperoleh engagement pribadi sebagai “*content creator baik*” karena secara kolektif mengajak *streamer* lain untuk melakukan kegiatan pengumpulan donasi bersama.

Respek dapat berfungsi sebagai indikator atas kepercayaan publik berbasis karakter. Komunitas menilai bahwa keputusan Windah untuk menyalurkan donasi kepada pihak yang membutuhkan mencerminkan integritas moral yang konsisten. Ketika komunitas merasakan akuntabilitas dan transparansi, mereka cenderung menilai aktor pengelola sebagai terpercaya, sehingga respek/kredibilitas dapat dipahami sebagai ekspresi trust komunitas terhadap aktor yang dipersepsikan memenuhi nilai-nilai tersebut (Rahmah & Nor, 2025). Dalam konteks ini, akuntabilitas Windah tidak hanya melekat pada hasil, tetapi pada pilihan etis dan komitmen personal yang ditunjukkan secara berulang.

Literatur akuntabilitas publik dan nonprofit menyebutkan kepercayaan atau respek dari pemberi dana atau publik tidak muncul secara otomatis, melainkan dibangun melalui praktek keterbukaan informasi, pertanggungjawaban pengelolaan dana, dan persepsi keterlibatan publik dalam evaluasi proses tersebut (Athifah et al., 2018). Persepsi atas akuntabilitas dan transparansi secara empiris terbukti menjadi faktor penting yang membentuk kepercayaan donor, yang kemudian dapat dimaknai sebagai bentuk penghormatan atas integritas penggalang dana.

Selanjutnya keberhasilan donasi yang dimediasi oleh Windah Basudara pada akhirnya memunculkan rasa kebanggaan kolektif dalam komunitas. Komunitas memaknai capaian donasi sebagai hasil kolaborasi antara *streamer* dan audiens, bukan sebagai prestasi individu semata. Kebanggaan ini membentuk narasi keberhasilan bersama yang terus direproduksi. Contoh komentar kebanggaan tersebut adalah seperti “*Komunitas ini bener2 gila, 6 jam langsung dapet 1M*”, “*aku gak salah pilih panutan*”, dan “*salah satu YouTuber Indonesia yang pantas dipandang dunia*”. Komentar-komentar ini menempatkan Windah sebagai simbol keberhasilan kolektif dan sumber identifikasi komunitas. Kebanggaan tidak hanya diarahkan pada hasil, tetapi juga pada nilai yang direpresentasikan.

Ini menunjukkan bahwa rasa kebanggaan kolektif tidak sekadar menjadi ekspresi emosional sesaat, tetapi menjadi mekanisme fundamental dalam pembentukan identitas sosial kelompok di ruang *online*. Dalam komunitas *online*, pengalaman bersama atas capaian yang signifikan seperti donasi berhasil dalam waktu singkat memperkuat solidaritas internal serta membentuk suatu narasi identitas yang terus direproduksi oleh anggota komunitas (Firsanty et al., 2025).

Penelitian menunjukkan bahwa dalam komunitas *online*, proses pembentukan identitas kolektif melalui interaksi sosial, ekspresi nilai bersama, dan pengakuan kelompok mampu memperkuat keterlibatan anggota serta memberikan makna yang lebih luas terhadap partisipasi mereka di dalam komunitas tersebut (Agung Parasetia et al., 2025). Meskipun dalam konteks yang berbeda, dapat dipahami bahwa kebanggaan kolektif yang tampak dalam komentar komunitas Windah tidak hanya mencerminkan perasaan bangga terhadap hasil tetapi juga menjadi bagian dari konstruksi identitas komunitas yang mendukung keberlanjutan akuntabilitas dan keterlibatan sosial.

Keterikatan emosional komunitas terhadap Windah Basudara tercermin dari perhatian terhadap kondisi fisik dan kesejahteraannya selama *live streaming*. Komunitas tidak hanya fokus pada donasi, tetapi juga pada Windah sebagai individu. Hal ini menunjukkan bahwa relasi yang terbangun bersifat personal dan berkelanjutan. Komentar seperti “*bang Windah jangan lupa istirahat*” menggambarkan kepedulian yang melampaui konteks donasi. Keterikatan emosional ini memperkuat kepercayaan dan loyalitas komunitas terhadap Windah. Selama Windah dipersepsikan tulus dan konsisten, komunitas menunjukkan toleransi terhadap keterbatasan transparansi teknis.

Relasi emosional yang terbentuk antara komunitas *online* dan figur publik seperti Windah Basudara tidak hanya sekadar reaksi afektif sesaat. Pada media sosial dan *streaming*, keterikatan semacam ini merupakan mekanisme penting yang menjelaskan mengapa audiens merasa peduli terhadap kesejahteraan, kondisi fisik, dan kesejahteraan figur yang mereka ikuti. Penelitian menunjukkan bahwa emotional attachment dan parasocial interaction secara signifikan berkorelasi dengan keterlibatan, trust, dan loyalitas terhadap figur *online*, di mana audiens memperlakukan figur tersebut layaknya entitas yang dekat secara emosional sekalipun interaksi bersifat *online* dan unilateral (Yunanda & Rojuaniah, 2025).

Menurut Yunanda & Rojuaniah (2025), rasa peduli terhadap figur publik meningkatkan loyalitas sosial dan keterlibatan aktif sehingga komunitas terus berpartisipasi dalam aktivitas yang dinilai bernilai bersama. Keterikatan ini juga dapat menciptakan dasar kepercayaan yang kuat, karena keterikatan emosional memengaruhi cara audiens merespons tindakan aktor dalam ranah *online* dan memperluas persepsi mereka tentang keterbukaan serta integritas figur tersebut.

Respons positif komunitas dalam praktik *online charity* tidak hanya berfungsi sebagai ekspresi afektif, tetapi membentuk legitimasi moral dan modal relasional yang menjadi prasyarat keberlangsungan kepercayaan. Bitektine & Haack (2015) mengatakan dalam teori legitimasi bahwa legitimasi bukanlah sesuatu yang dimiliki pelaku, melainkan hasil dari proses kognitif evaluasi oleh pengamat (dalam hal ini komunitas *online*). Apresiasi, kekaguman, respek, kebanggaan kolektif, dan keterikatan emosional menunjukkan bahwa audiens secara aktif memproduksi kepercayaan melalui evaluasi moral dan keterlibatan emosional, bukan sekadar konsumsi pasif dari konten. Namun legitimasi ini tidak bersifat absolut, justru ia menciptakan ruang sosial yang memungkinkan munculnya pertanyaan, keraguan, dan evaluasi kritis tanpa memutus relasi komunitas (Etter et al., 2019). Bagi Christensen & Læg Reid (2020) sendiri, transparansi dan akuntabilitas tidak hanya soal membuka informasi, tetapi juga bagaimana informasi tersebut diterima, dipersepsikan, dan dimaknai oleh publik. Pada akhirnya, respons positif yang muncul tidak dapat hanya dipahami sebagai penutup diskursus, melainkan sebagai fondasi yang memungkinkan negosiasi akuntabilitas dan transparansi berlangsung secara berkelanjutan.

### Negosiasi Kepercayaan dan Transparansi dalam Praktik Donasi *Online*

Fondasi legitimasi moral dan keterikatan emosional yang terbentuk melalui respons positif komunitas tidak menutup ruang bagi munculnya kritik dan keraguan. Sebaliknya, kepercayaan yang telah terbangun justru mendorong audiens untuk terlibat lebih reflektif dalam menilai praktik akuntabilitas dan transparansi yang berlangsung (Kuswati et al., 2025). Dalam pengertian ini, kritik tidak muncul sebagai bentuk penolakan terhadap aksi *charity*, melainkan sebagai ekspresi kepedulian dan kehati-hatian publik terhadap pengelolaan dana yang bersifat kolektif dan sensitif secara moral (Harris & Neely, 2021).

Gambar 3. Salah satu komentar keraguan di postingan Instagram Windah



(Sumber: Instagram @windahbasudara)

Terdapat keraguan komunitas terhadap praktik donasi *online* yang muncul secara eksplisit melalui pertanyaan dan pernyataan yang mempertanyakan transparansi serta potensi penyalahgunaan dana. Komentar

seperti gambar 3 menunjukkan adanya kekhawatiran publik terhadap alur distribusi dan pengelolaan dana donasi. Keraguan ini tidak diarahkan pada tujuan kemanusiaan *charity*, melainkan pada aspek teknis dan institusional dari penyaluran dana. Dengan demikian, komentar skeptis yang muncul dapat dipahami sebagai bentuk kewaspadaan publik yang lahir dari kesadaran akan kerentanan praktik donasi *online* terhadap penyalahgunaan dana donasi oleh oknum tertentu (Noor et al., 2025).

Menariknya, keraguan terhadap transparansi tidak serta-merta menggerus kepercayaan komunitas terhadap figur Windah Basudara. Hal ini tampak dari munculnya komentar yang secara eksplisit membedakan kepercayaan personal terhadap figur dengan keraguan terhadap lembaga, seperti “*Lebih percaya bang Windah daripada pemerintah*” yang hadir berdampingan dengan pertanyaan tentang kredibilitas badan amal. Pemisahan ini menunjukkan bahwa audiens melakukan diferensiasi aktor dalam praktik donasi, di mana figur *influencer* dipersepsikan memiliki integritas moral yang lebih dapat dipercaya dibandingkan institusi formal (Parr, 2025). Pola ini juga menandakan bahwa komunitas tidak memandang praktik *charity* secara monolitik, melainkan melakukan evaluasi terpisah berdasarkan persepsi pengalaman, kedekatan emosional, dan rekam jejak Windah sebagai aktor penggalang donasi.

Komentar yang mengungkapkan perbedaan keraguan antara figur dan lembaga tersebut merefleksikan pergeseran otoritas kepercayaan dari institusi ke figur publik dalam ruang *online*. Kepercayaan tidak lagi sepenuhnya dilekatkan pada sistem atau struktur kelembagaan, tetapi dipersonalisasi melalui figur yang dianggap menunjukkan konsistensi, ketulusan, dan kedekatan dengan komunitas (Parr, 2025). Dalam konteks ini, figur *influencer* berfungsi sebagai mediator moral yang menjembatani praktik donasi dengan publik. Pergeseran ini mengindikasikan transformasi cara komunitas menilai akuntabilitas, di mana relasi personal dan legitimasi moral menjadi rujukan utama dalam membangun kepercayaan terhadap praktik sosial berbasis donasi di platform *online* (Rayyani & Muchran, 2022).

Hasil analisis yang dilakukan penulis menunjukkan kritik dan keraguan yang muncul tidak dapat diposisikan sebatas “anomali” dalam komunitas, melainkan sebagai bagian dari mekanisme kontrol sosial yang bekerja secara internal (Zhang & Yang, 2021). Kritik berfungsi sebagai alat korektif yang menjaga batas-batas kepercayaan agar tidak bersifat absolut dan tak teruji. Dalam ekosistem komunitas *online* yang suportif, praktik pengawasan semacam ini justru memperkuat legitimasi jangka panjang, karena kepercayaan diproduksi melalui proses negosiasi yang berkelanjutan antara dukungan emosional dan evaluasi kritis (Etter et al., 2019).

### **Ekspektasi Resiprokal dalam Relasi Windah dan Komunitas**

Relasi antara *influencer* dan komunitas dalam praktik *online charity* tidak berlangsung secara satu arah. Partisipasi audiens, baik melalui donasi, dukungan emosional, maupun keterlibatan diskursif di kolom komentar, membentuk kesadaran kolektif bahwa mereka memiliki posisi dalam relasi tersebut. Audiens tidak memosisikan diri semata sebagai penonton atau penyumbang pasif, melainkan sebagai bagian dari ekosistem sosial yang turut menopang keberhasilan aksi *charity*. Kesadaran inilah yang melandasi munculnya ekspektasi akan adanya relasi yang bersifat timbal balik.

Ekspektasi resiprokal komunitas tampak jelas melalui kritik yang menyinggung soal pemberian giveaway, seperti dalam komentar “*Harusnya kasih giveaway buat subscriber juga*”. Kritik ini tidak dapat dipahami secara sederhana sebagai tuntutan material, melainkan sebagai simbol kebutuhan akan pengakuan dan keterlibatan. Giveaway yang diminta oleh komunitas berfungsi sebagai penanda relasional, yakni bentuk apresiasi yang menegaskan keberadaan audiens sebagai mitra dalam relasi, bukan sekadar pendukung anonim. Tuntutan tersebut merefleksikan keinginan komunitas untuk diakui secara simbolik atas kontribusi mereka dalam ekosistem *influencer*–komunitas.

*Influencer* tidak hanya dievaluasi berdasarkan integritas moral atau keberhasilan menginisiasi aksi *charity*, tetapi juga melalui kemampuannya mengelola relasi sosial yang berkelanjutan dengan komunitas. Akuntabilitas dalam konteks ini bersifat relasional, di mana konsistensi interaksi, bentuk pengakuan simbolik, serta respons terhadap ekspektasi audiens menjadi indikator penting legitimasi figur *influencer* (Pranata et al., 2025). Ketika ekspektasi timbal balik tidak direspons secara memadai, muncul potensi ketegangan relasional yang dapat menggeser relasi dari keterlibatan kolektif menuju relasi yang lebih transaksional (Audrezet et al., 2020). Dengan demikian, praktik *online charity* tidak hanya menuntut komitmen moral, tetapi juga menuntut kesadaran relasional, karena keberlanjutan dukungan komunitas sangat ditentukan oleh sejauh mana *influencer* mampu menjaga keseimbangan antara kuasa simbolik dan pengakuan terhadap partisipasi audiens (Kim & Kim, 2021).

### **Partisipasi Diskursif dan Aspirasi Komunitas**

Partisipasi komunitas dalam praktik *online charity* tidak berhenti pada dukungan emosional atau kontribusi material, tetapi meluas ke ranah diskursif. Audiens secara aktif terlibat dalam percakapan, mengajukan pertanyaan, serta menyampaikan pandangan yang membentuk arah diskursus *charity*. Pola ini menunjukkan bahwa komunitas memosisikan diri sebagai aktor sosial yang memiliki kapasitas untuk berpartisipasi dalam produksi makna, bukan sekadar sebagai penerima informasi atau pengikut agenda yang telah ditentukan oleh *influencer*.

Gambar 4. Pertanyaan terkait donasi di SuperChat saat *live* berlangsung



(Sumber: YouTube Windah Basudara)

Rasa ingin tahu komunitas juga tercermin melalui pertanyaan-pertanyaan singkat yang bersifat klarifikatif, seperti pada gambar 4 ada yang mengirim pesan “*buat donasi kan?*” serta di komentar lain seperti “*bang apa itu disensor?*”, atau “*yang dicoret slot ya bang?*”. Pertanyaan-pertanyaan ini tidak memuat ekspresi dukungan maupun kritik, melainkan menunjukkan upaya audiens untuk memahami konteks teknis dan tujuan dari aktivitas yang sedang berlangsung (Zhang & Yang, 2021). Dalam kerangka netnografi, pola ini dapat dipahami sebagai bentuk partisipasi diskursif yang berangkat dari rasa penasaran kolektif, di mana audiens berperan aktif memastikan bahwa interaksi dan transaksi yang terjadi memang berkaitan dengan praktik donasi. Dengan demikian, rasa ingin tahu tersebut berfungsi sebagai mekanisme klarifikasi sosial yang turut menjaga keterbukaan makna dan mencegah ambiguitas dalam praktik *online charity* (Rhamadhani & Edeh, 2024).

Selain pertanyaan teknis, partisipasi diskursif komunitas juga tampak melalui aspirasi yang diarahkan pada perluasan agenda *charity*, seperti usulan “*Bang coba charity buat anak-anak di Gaza?*”. Fenomena ini dapat dipahami sebagai bentuk akuntabilitas partisipatif, di mana komunitas tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi turut terlibat dalam membentuk arah dan makna praktik donasi yang berlangsung. Partisipasi publik semacam ini menempatkan respons, usulan, dan perluasan isu sebagai bagian dari mekanisme pengawasan sosial yang bersifat informal namun signifikan. Hal ini sejalan dengan temuan Irawati et al. (2023) yang menegaskan bahwa partisipasi masyarakat merupakan elemen penting dalam praktik akuntabilitas, karena memungkinkan aktor untuk terus dievaluasi melalui keterlibatan dan interaksi langsung dengan publik, bukan semata melalui pelaporan formal.

Dengan demikian, partisipasi diskursif dan aspirasi komunitas dapat dipahami sebagai ruang negosiasi makna dalam praktik *online charity*. Pertanyaan, rasa ingin tahu, dan usulan agenda berfungsi sebagai mekanisme dialogis yang memungkinkan makna *charity* terus dinegosiasikan secara kolektif (Amelia & Dewi, 2021). Diskursus tidak hanya memperkaya interaksi, tetapi juga menjaga keterbukaan, relevansi isu, dan keberlanjutan partisipasi komunitas dalam ekosistem donasi *online* melalui *influencer* (Abidin, 2021; Harris & Neely, 2021).

#### **Humor Sebagai Elemen Kultural dalam Interaksi Charity**

Humor muncul sebagai bagian integral dari dinamika komunikasi komunitas selama *charity* stream Windah Basudara. Candaan dan komentar ringan berfungsi menjaga suasana tetap cair di tengah isu kemanusiaan yang serius. Humor memungkinkan partisipasi berkelanjutan tanpa menciptakan kelelahan emosional. Komentar seperti “*Sumpah bang Brando ini kaya Naruto?*”, “*alam siapa? alam ganjar?*”, dan “*Kok ada yg 7.777.777 bg?*” menunjukkan bahwa humor hadir berdampingan dengan aktivitas donasi. Humor tidak dimaksudkan untuk meremehkan *charity*, melainkan sebagai ekspresi budaya komunitas yang khas.

Sama halnya dengan kebanggaan pada sub bab sebelumnya, humor tidak berfungsi sebagai indikator langsung atas akuntabilitas atau transparansi pengelolaan donasi. Namun, keberadaannya memainkan peran penting dalam menjaga kohesi sosial, kontinuitas interaksi, dan kenyamanan emosional komunitas selama proses *charity* berlangsung. Humor memungkinkan anggota komunitas untuk tetap terlibat dalam isu kemanusiaan tanpa

menciptakan jarak emosional atau kelelahan afektif, sehingga interaksi dapat berlangsung secara berkelanjutan. Dalam konteks komunikasi *online*, humor kerap berfungsi sebagai mekanisme sosial untuk memperkuat rasa kebersamaan dan menegaskan keanggotaan dalam kelompok (Setiawan & Lestari, 2025).

Dalam perspektif netnografi, humor dipahami sebagai praktik kultural yang merefleksikan nilai, gaya komunikasi, dan identitas komunitas *online*. Humor yang muncul secara spontan dan berulang menunjukkan adanya norma interaksi yang diterima bersama serta memperkuat ikatan sosial antaranggota komunitas. Literasi dari Kozinets & Gambetti (2020) menegaskan bahwa ekspresi simbolik seperti humor merupakan bagian penting dalam memahami dinamika makna, relasi, dan keberlangsungan komunitas *online*. Dengan demikian, humor dalam *charity* stream Windah Basudara berfungsi sebagai penopang interaksi sosial komunitas, tanpa harus dimaknai sebagai peleman terhadap keseriusan praktik donasi yang dilakukan.

## CONCLUSION

Berdasarkan pembahasan yang sudah dipaparkan, komentar-komentar pada postingan akuntabilitas dan transparansi donasi oleh Windah Basudara menunjukkan keaktifan dan keberagaman. Komunitas terlibat dalam menilai, merespons, memberi makna dalam praktik donasi yang berlangsung. Komunitas tidak hanya menjadi penonton dan donatur semata, melainkan mereka berinteraksi melalui komentar dan fitur third-party dengan mengekspresikan dukungan, kekaguman, serta perhatian kritis terhadap pengelolaan donasi sampai donasi tersebut disalurkan.

Hasil analisis memperlihatkan bahwa apresiasi dan rasa hormat yang diberikan komunitas berkaitan erat dengan cara Windah menjalankan kegiatan *charity* secara terbuka dan konsisten. Ekspresi positif tersebut mencerminkan pengakuan atas komitmen personal dan upaya Windah dalam memfasilitasi donasi. Namun, kepercayaan komunitas tidak terbentuk secara sepihak. Di tengah dukungan yang dominan, muncul pula pertanyaan dan keraguan terkait kredibilitas lembaga penyalur, kejelasan nominal, serta alur distribusi dana, yang menunjukkan bahwa komunitas tetap melakukan evaluasi secara kritis.

Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa partisipasi komunitas melampaui aspek finansial. Komunitas secara aktif menyampaikan aspirasi, mengajukan usulan isu sosial, mengekspresikan humor, serta menunjukkan keterikatan emosional terhadap Windah sebagai figur sentral. Tidak semua respons tersebut secara langsung berkaitan dengan transparansi atau akuntabilitas, namun keseluruhannya membentuk ruang interaksi yang memungkinkan nilai-nilai tersebut dipahami dan dinegosiasikan bersama.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa akuntabilitas dan transparansi dalam donasi *online* tidak hanya ditentukan oleh laporan atau angka, tetapi juga oleh dinamika respons dan interaksi antara penggalang dana dengan komunitas. Praktik *charity* yang dimediasi oleh *influencer* seperti Windah Basudara menunjukkan bahwa kepercayaan publik dibangun melalui proses sosial yang berlangsung secara terbuka, dialogis, dan berkelanjutan.

## Research Limitations

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian hanya menggunakan satu figur *streamer* sehingga temuan belum dapat menggambarkan keseluruhan praktik donasi *online* berbasis *influencer*. Kedua, penelitian menggunakan observasi pasif (*lurker*) sehingga tidak memperoleh perspektif langsung dari anggota komunitas melalui wawancara. Ketiga, penelitian hanya memanfaatkan komentar unik sehingga belum menggambarkan keseluruhan intensitas respons komunitas.

## Suggestions

Berdasarkan temuan tersebut, peneliti menyimpulkan beberapa saran kepada beberapa pihak terkait. Pertama, bagi *influencer* atau *streamer* yang menggalang ataupun terlibat dalam kegiatan *charity*, penting untuk menyadari bahwa keterbukaan dan kesediaan merespons pertanyaan komunitas merupakan bagian penting dari akuntabilitas. Komunikasi yang jelas, konsisten, dan terbuka dapat membantu menjaga kepercayaan publik tanpa menghilangkan karakter partisipatif dari kegiatan donasi.

Lalu bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat membuka penelitian sejenis dengan pendekatan yang berbeda, seperti membandingkan beberapa *influencer*, meneliti respons komunitas di platform lain, atau mengamati perubahan persepsi komunitas dalam jangka waktu yang lebih panjang. Pendekatan tersebut dapat memperkaya pemahaman mengenai praktik akuntabilitas dan transparansi dalam ekosistem *online*.

## REFERENCES

Abidin, A. K. (2021). *Teori-Teori Etika (Riview Buku Etika Karya K. Bertens)*.

- Abidin, C. (2016). “Aren’t These Just Young, Rich Women Doing Vain Things *Online*?”: *Influencer Selfies As Subversive Frivolity*. *Social Media And Society*, 2(2). <https://doi.org/10.1177/2056305116641342>
- Agung Parasetia, Andini Putri Lstari, Elok Anjelika, Sitti Wardaniah, & Yohanes Ari Kuncuroyakti. (2025). Analisis Isi Komentar Pada Media Sosial Instagram @Habisonon. *Bridge : Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Telekomunikasi*, 3(4), 01–10. <https://doi.org/10.62951/Bridge.V3i4.677>
- Al-Khasawneh, M., Al-Haddad, S., Sharabati, A. A. A., Al Khalili, H. H., Azar, L. L., Ghabayen, F. W., Jaber, L. M., Ali, M. H., & Masa’deh, R. (2023). How *Online* Communities Affect *Online* Community Engagement And Word-Of-Mouth Intention. *Sustainability (Switzerland)*, 15(15). <https://doi.org/10.3390/Su151511920>
- Amalia, N., Lubis, D., & Muthohharoh, M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Milenial Berdonasi *Online* Melalui Crowdfunding Platform: Studi Pada Kitabisa.Com. *Adzkiya : Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 8(02), 181. <https://doi.org/10.32332/Adzkiya.V8i02.2338>
- Amelia, S. R., & Dewi, M. K. (2021). How A Nonprofit Organization *Delivers Online* Accountability Through Social Media. *International Review On Public And Nonprofit Marketing*, 18(3), 317–334. <https://doi.org/10.1007/S12208-021-00274-7>
- Arianto, B. (2023). Tata Kelola Media Sosial Sebagai Institusionalisasi Praktik Akuntansi Dalam Pengelolaan Dana Desa Di Indonesia. *Akuntansi Dan Teknologi Informasi*, 16(2), 106–127. <https://doi.org/10.24123/Jati.V16i2.5644>
- Artamevia, R., Effendi, P., & Putri, D. (2025). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Donatur Dalam Menyalurkan Donasi Program Gerakan Koin Adara Relief International (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Bojongsari, Depok). *Great: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2(1), 34–45. <https://doi.org/10.61111/Great.V2i1.812>
- Athifah, A., Bayinah, A. N., & Bahri, E. S. (2018). Pengaruh Akuntabilitas Publik Dan Transparansi Laporan Keuangan Terhadap Kepercayaan Donatur Pada Yayasan Pppa Daarul Qur’an Nusantara. *Perisai : Islamic Banking And Finance Journal*, 2(1), 54–74. <https://doi.org/10.21070/Perisai.V2i1.1496>
- Audrezet, A., De Kerviler, G., & Guidry Moulard, J. (2020). Authenticity Under Threat: When Social Media *Influencers* Need To Go Beyond Self-Presentation. *Journal Of Business Research*, 117, 557–569. <https://doi.org/10.1016/J.Jbusres.2018.07.008>
- Azizah, N., Hasbi, S., & Yetty, F. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Transparansi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menyalurkan Zis Di Kitabisa.Com. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(02), 111–125. <https://doi.org/10.37366/Jespb.V6i02.241>
- Beeri, I., Uster, A., & Vigoda-Gadot, E. (2019). Does Performance Management Relate To Good Governance? A Study Of Its Relationship With Citizens’ Satisfaction With And Trust In Israeli Local Government. *Public Performance And Management Review*, 42(2), 241–279. <https://doi.org/10.1080/15309576.2018.1436074>
- Bitektine, A., & Haack, P. (2015). The “Macro” And The “Micro” Of Legitimacy: Toward A Multilevel Theory Of The Legitimacy Process. *Academy Of Management Review*, 40(1), 49–75. <https://doi.org/10.5465/Amr.2013.0318>
- Christensen, T., & Lægreid, P. (2020). Balancing Governance Capacity And Legitimacy: How The Norwegian Government Handled The Covid-19 Crisis As A High Performer. *Public Administration Review*, 80(5), 774–779. <https://doi.org/10.1111/Puar.13241>
- Erfiati, R. D., & Helfi, Y. (2023). Analisis Pemasaran Digital: Strategi Konten *Live Streaming* Tiktok Untuk Memasarkan Produk Affiliate. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3, 3400–3412. <https://j-innovative.org/index.php/innovative/article/view/3848>
- Etter, M., Ravasi, D., & Colleoni, E. (2019). Social Media And The Formation Of Organizational Reputation. *Academy Of Management Review*, 44(1), 28–52. <https://doi.org/10.5465/Amr.2014.0280>

- Firsanty, F. P., Amanatin, E. L., & Adiansah, W. (2025). Simbol, Makna, Dan Solidaritas: Strategi Digital Komunitas Urban Di Indonesia Dalam Membangun Eksistensi Di Instagram. *Media Pemikiran & Aplikasi*, 19(1), 66–77. <https://doi.org/10.24815.Jsu.V19i1.46255>
- Harris, E. E., & Neely, D. (2021). Determinants And Consequences Of Nonprofit Transparency. *Journal Of Accounting, Auditing & Finance*, 36(1), 195–220. <https://doi.org/10.1177/0148558x18814134>
- Hidayanto, S., Zakiah Tofani, A., Pratiwi, A. P., Rahmah, S., Alfurqaan, D., & Christian, P. (2022). Media Influencer Sebagai Aktor Dalam Crowdfunding Di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi, Masyarakat Dan Keamanan (Komaskam)*, 4.
- Irawati, S., Hayat, A., & Said, L. R. (2023). *Accountability, Transparency, And Participation In The Indonesian Government Organisations: A Systematic Literature Review*.
- Kim, D. Y., & Kim, H. Y. (2021). Trust Me, Trust Me Not: A Nuanced View Of Influencer Marketing On Social Media. *Journal Of Business Research*, 134, 223–232. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.05.024>
- Kozinets, R. V., & Gambetti, R. (2020). *Netnography Unlimited* (R. V. Kozinets & R. Gambetti, Eds.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003001430>
- Kurniawan, A., Wijoyo, S., Suhariadi, F., & Amiati, M. (2023). Strategic Public Relations For Strengthening Public Trust In Government. *International Research Journal Of Business Studies (Irijbs)*, 18(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.21632/Irijbs.18.3>
- Kuswati, Y., Kusmayadi, D., & Pratomo, H. W. (2025). Maintaining Public Trust And Reputation In The Digital Age. *Ijess International Journal Of Education And Social Science*, 6(1), 133–138. <https://doi.org/10.56371/Ijess.V6i1.432>
- Lin, Y., Yao, D., & Chen, X. (2021). Happiness Begets Money: Emotion And Engagement In Live Streaming. *Journal Of Marketing Research*, 58(3), 417–438. <https://doi.org/10.1177/00222437211002477>
- Lou, C., & Yuan, S. (2019). Influencer Marketing: How Message Value And Credibility Affect Consumer Trust Of Branded Content On Social Media. *Journal Of Interactive Advertising*, 19(1), 58–73. <https://doi.org/10.1080/15252019.2018.1533501>
- Mubarok, I. S., & Idris, M. (2022). Penerapan Indikator Transparansi Dalam Website Donasi Online. *Universitas Islam Indonesia*, 31, 9.
- Noor, A., Afif, A.-S. M., Wulandari, D., & Azmi, M. F. (2025). Legal Frameworks, Transparency, And Oversight: Ensuring Public Confidence In Online Donation Platforms. *Indonesian State Law Review*, 8(2), 184–204. <https://doi.org/https://doi.org/10.15294/Isrev.V8i2.25429>
- Novie Andriani Zakariya, Nur Vivi Fidyaningrum, Nur Hayati Sufi, Salma Nabila, & Razan Rafi Nashifan. (2025). Implementasi Transparansi Laporan Keuangan Melalui Media Sosial Instagram Pada Lazisnu Wonocolo Surabaya. *Mamen: Jurnal Manajemen*, 4(1), 15–28. <https://doi.org/10.55123/Mamen.V4i1.4437>
- Nurdiani, T., Rahmawati, D., Pogo, T., Raudhiah, N., Abu Bakar, B., Tinggi, S., Syariah, I., & Wafa, A. (2025). Financial Transparency And Accountability In Nonprofit Organizations: A Systematic Literature Review. In *Itqan: Journal Of Islamic Economics* (Vol. 4, Number 2). <https://journal.itqanpreneurs.com/index.php/itqan/index>
- Nursetiana, H., Pangestu, F. R., & Aji, G. (2024). Peran Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengelolaan Dana Infak. *Budgeting: Jurnal Akuntansi Syariah*, 5(1), 01–19. <https://doi.org/10.32923/Bdg.V5i1.4482>
- Parr, C. S. (2025). Does Social Media Undermine Trust? Institutional Trust In Civil Society And Governance Institutions. *Journal Of Public Policy*. <https://doi.org/10.1017/S0143814x25100834>
- Pranata, E. O., Sajjad, M., Azra, U., & Fadhilah, N. (2025). Promoting Islamic Charitable Donations: Insights From Palembang. *Jihbiz: Global Journal Of Islamic Banking And Finance*, 7(2), 2025. <https://doi.org/https://doi.org/10.22373/Mgr8yv73>

- Putra, T. W., Abidah, N., Khaerunnisa, U., & Risma. (2022). Pengaruh Brand Awareness, Transparansi Dan Kepercayaan Dalam Menyalurkan Zis Di Aplikasi Kitabisa.Com. *Madinah: Jurnal Studi Islam*, 9(2), 184–205. <https://doi.org/10.58518/Madinah.V9i2.1381>
- Rabbani, F. Z., & Wati, R. (2023). Komunitas Dan Interaksi Penonton Pada Siaran Langsung Di Kanal Youtube Naplive. *Humanus : Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 1(3), 406–415. <https://doi.org/10.62180/7x0vdr35>
- Rahmah, L., & Nor, W. (2025). Building Community Trust: The Effect Of Accountability, Transparency, And Community Participation In Village Fund Management. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 13(6), 2087–2102. <https://doi.org/10.37641/Jiakes.V13i6.4169>
- Rayyani, W., & Muchran, M. (2022, September 13). *What About Transparency And Accountability In Charity Activist Community: A Study Of Interpretive Netnography*. <https://doi.org/10.4108/Eai.10-8-2022.2320921>
- Rhamadhani, R., & Edeh, F. (2024). Citizen Participation And Digital Governance In Public Sector Accountability. *Sinergi International Journal Of Accounting & Taxation*, 4(2), 200–210.
- Roberts, J. (2018). Managing Only With Transparency: The Strategic Functions Of Ignorance. *Critical Perspectives On Accounting*, 55, 53–60. <https://doi.org/10.1016/J.Cpa.2017.12.004>
- Robiansyah, F., Fitri, G. N., Daffa Pramudya, M., & Putri, V. P. (2025). Monetisasi Empati Dalam Live Streaming Tiktok : Analisis Hukum Ekonomi Islam. *Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi (Jensi)*, 9, 125–136.
- Saputri, N. A. (2025). Akuntabilitas Dalam Dimensi Historis : Memaknai Akuntabilitas Dari Cerita Candi Penataran. *Riggs: Journal Of Artificial Intelligence And Digital Business*, 4(2), 2976–2980. <https://doi.org/10.31004/Riggs.V4i2.960>
- Setiawan, R. F., & Lestari, M. T. (2025). Channel: Jurnal Komunikasi Humor Content And Media Credibility: An Analysis Of Audience Engagement On The Instagram Account @Simamaungcom. *Channel: Jurnal Komunikasi*, 13(2), 199–209. <https://doi.org/10.12928/Channel.V13i2.1375>
- Siregar, J. T. T., & Jakaria. (2022). Analisis Pengaruh Komunitas Online Dan Media Sosial Terhadap Kepercayaan Melalui E-Wom. *Jurnal Sosial Dan Sains*, 2(3), 465–472. <https://doi.org/10.59188/Jurnalsosains.V2i3.373>
- Sriwinarti, N. K., & Sokarina, A. (2023). Interpreting Right Of Accountability From The Dimensions Of Obligation The Piodalan Fund. *Jae (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, 8(1), 1–10. <https://doi.org/10.29407/Jae.V8i1.19372>
- Yunanda, A., & Rojuaniah. (2025). Pengaruh Keterikatan Emosional Dan Interaksi Parasosial Terhadap Niat Beli Melalui Mediasi Electronic Word Of Mouth. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 45(2). <https://doi.org/10.30640/Jumma45.V4i2.5144>
- Zhang, Y., & Yang, F. (2021). Corporate Social Responsibility Disclosure: Responding To Investors' Criticism On Social Media. *International Journal Of Environmental Research And Public Health*, 18(14), 7396. <https://doi.org/10.3390/Ijerp18147396>
- Zulfathurrahmah, Baehaqi, A., & Jatmiko Wahyu Prabowo, T. (2024). Accountability Of Islamic Non-Governmental Organizations In Indonesia: A Netnographic Study. *Jurnal Akuntansi Terapan Indonesia*, 07, 1–68. <https://doi.org/10.18196/Jati.V7i1.215>