

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel penelitian terdahulu menggambarkan enam artikel ilmiah yang relevan dengan topik penelitian tentang *identitas dan konstruksi relasi parasosial host di aplikasi MICO*. Keenam artikel tersebut memberikan landasan teoritis dan empiris yang beragam untuk memahami fenomena komunikasi digital, khususnya dalam konteks *live streaming* dan relasi antara *host* serta audiens.



Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu

No	Item	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3	Jurnal 4	Jurnal 5	Jurnal 6
1.	Judul Artikel Ilmiah	Relasi Parasosial sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Live Commerce TikTok di Indonesia	Budaya Komunikasi Virtual dalam Aktivitas Live Streaming TikTok	Mengembangkan Kredibilitas untuk Representasi Diri	Peran Talent Industri Live Streaming Aplikasi Media Sosial dalam Meningkatkan Popularitas (Studi Deskriptif World Management	Interaksi simbolik pada host livestreamer di TikTok @Luunashop	Performing Not-Not-Me in SoMe: A New Theatrical Typology of Self-Presentation Online

					Aplikasi MICO)		
2.	Nama Lengkap Peneliti, Tahun Terbit, dan Penerbit	Zahrotul Munawwaroh et al., 2025, MUKASI	Alamsyah & Suudrajat, 2025 Jurnal Komunikasi Universitas Garut.	Masali & Pandrianto, 2024, Kiwari	(Varlie & Pratama, 2025), COMPE: Jurnal Komunikasi dan Pemasaran	Halim & Pribadi, 2024, Jurnal Koneksi	Gran, A. B., 2025, Social Media and Society
3.	Fokus Penelitian	Relasi parasosial sebagai strategi komunikasi pemasaran di	Budaya komunikasi dan pola interaksi virtual dalam aktivitas live	Kredibilitas host dan representasi diri dalam live streaming	Popularitas host di MICO dan peran talent dalam	Interaksi simbolik antara host dan penonton di TikTok	Konstruksi identitas dan presentasi diri digital host

	platform digital (TikTok Live Commerce)	streaming di TikTok		meningkatkan engagement		secara dramaturgis
4. Teori	Parasocial Relationship, Komunikasi Pemasaran	Teori Budaya Komunikasi Virtual, Komunikasi Digital	Representasi Diri, Kredibilitas Online	Popularitas dan Engagement, Media Sosial	Interaksi Simbolik, Komunikasi Digital	Teori Dramaturgi (Goffman), Self-Presentation Online
5. Metode Penelitian	Kualitatif, studi kasus, wawancara dan observasi	Kualitatif, studi deskriptif dan observasi partisipatif	Kualitatif, studi literatur dan observasi	Deskriptif, kualitatif	Kualitatif, studi kasus dan observasi	Teoretis/Analisis konseptual dengan contoh studi online
6. Persamaan dengan	Sama-sama membahas	Sama-sama meneliti	Sama-sama membahas	Sama-sama membahas	Sama-sama membahas	Sama-sama membahas

	penelitian yang dilakukan	relasi parasosial dan interaksi host-audiens	fenomena live streaming dan budaya komunikasi digital	representasi diri host	host MICO dan identitas digital	interaksi host-audiens dan presentasi diri	presentasi diri dramaturgis di ruang digital
7.	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan	Fokus pada TikTok, bukan MICO; lebih ke strategi pemasaran	Fokus pada budaya komunikasi, bukan pengalaman subjektif host	Lebih ke kredibilitas, tidak spesifik ke parasosial	Fokus deskriptif popularitas, bukan pengalaman komunikasi diri	Fokus pada TikTok, bukan MICO; konteks interaksi simbolik	Fokus pada teori dan tipologi teoretis, bukan studi empiris di Indonesia
8.	Hasil Penelitian	Host menggunakan relasi parasosial	Aktivitas live streaming membentuk budaya	Kredibilitas dan citra diri host mempengaruhi	Popularitas host dipengaruhi oleh strategi	Host dan audiens membangun interaksi	Menunjukkan tipologi baru dalam konstruksi

untuk	komunikasi baru	interaksi dengan	dan	simbolik	self-presentation
membangun	yang interaktif	audiens	keterlibatan	melalui	online dan
kedekatan dan	dan partisipatif		talent	performansi	dinamika
strategi	di ruang digital			online	identitas digital
pemasaran					
yang efektif					

Sumber: Olahan Pribadi (2026)

Secara keseluruhan, keenam penelitian tersebut memiliki persamaan dalam memfokuskan dinamika komunikasi digital, pembentukan identitas, dan interaksi antara *host* dan audiens di ruang virtual. Namun, penelitian ini memiliki perbedaan utama karena menekankan pengalaman subjektif *host* dan penonton MICO melalui pendekatan fenomenologi interpretatif, bukan sekadar deskripsi perilaku atau strategi komunikasi. Dengan demikian, penelitian ini berupaya menggali makna yang lebih mendalam tentang bagaimana *host* mengkonstruksi *identitas diri* serta membangun relasi parasosial secara sadar di *platform* MICO.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Relasi Parasosial

Konsep relasi parasosial diperkenalkan sebagai bentuk interaksi satu arah antara figur media dan audiens, yang terasa seperti hubungan sosial nyata meski secara faktual interaksi tersebut bersifat semu. Relasi ini memungkinkan penonton membentuk persepsi kedekatan, kepercayaan, dan keterikatan emosional dengan *host*, meskipun *host* tidak mengetahui individu audiens secara langsung. Fenomena parasosial kini berkembang dalam konteks digital, dimana interaksi melalui *platform live streaming* menghadirkan pengalaman sosial yang lebih kompleks, melibatkan komunikasi verbal, nonverbal, fitur *platform*, dan respons *real-time* penonton (McLaughlin & Wohn, 2021; Shen et al., 2022).

Di era digital, *parasocial interaction* bukan sekadar keterlibatan pasif; ia menjadi mekanisme interaksi strategis yang mempengaruhi perilaku audiens, seperti partisipasi aktif dalam *live chat*, pengiriman *gift*, dan loyalitas berulang terhadap *host* (Zahrotul Munawwaroh et al., 2025; Huang & Chen, 2025). Relasi ini juga bersifat dinamis, karena dipengaruhi oleh karakteristik *host* termasuk cara *host* mengekspresikan diri, menyampaikan cerita personal, atau menampilkan keterampilan khusus dan oleh persepsi audiens yang dapat menafsirkan sinyal komunikasi secara berbeda.

Studi (McLaughlin & Wohn, 2021) menunjukkan bahwa parasosial interaksi dapat meningkatkan rasa keterikatan dan trust audiens terhadap *host*, yang pada gilirannya mempengaruhi *engagement* dan efektivitas strategi pemasaran dalam *live streaming*. (Shen et al., 2022) menambahkan bahwa tingkat interaksi parasosial berhubungan dengan niat beli audiens dalam konteks *live commerce*, yang menegaskan bahwa hubungan ini bukan sekadar psikologis tetapi juga berdampak pada perilaku ekonomi digital. Konsep ini semakin relevan di Indonesia, mengingat fenomena *platform* MICO dan TikTok Live di mana *host* membangun komunitas virtual yang aktif dan terikat secara emosional dengan audiens (Zahrotul Munawwaroh et al., 2025; Varlie & Pratama, 2025).

Selain itu, relasi parasosial juga berkaitan erat dengan strategi komunikasi diri *host*. *Host* tidak hanya menjadi penghibur, tetapi juga membangun narasi identitas, menyampaikan nilai, dan menyesuaikan interaksi dengan audiens untuk mempertahankan kedekatan emosional. Fenomena ini menekankan perlunya pendekatan fenomenologis untuk memahami pengalaman subjektif *host*, termasuk bagaimana mereka menilai interaksi parasosial, menafsirkan reaksi penonton, dan mengelola citra diri dalam ruang virtual (Bevan, 2014; Høffding et al., 2022; Tavakol & Sandars, 2025).

Dengan kata lain, relasi parasosial di *live streaming* bukan sekadar hubungan satu arah yang pasif, tetapi merupakan jaringan interaksi yang kompleks, di mana identitas digital, *performativity host*, persepsi audiens, dan fitur *platform digital* saling mempengaruhi. Fenomena ini menjadi inti penelitian karena memungkinkan analisis mendalam mengenai bagaimana *host* membangun kedekatan emosional, kredibilitas, dan loyalitas audiens melalui strategi komunikasi digital yang tersusun secara sadar maupun intuitif.

2.2.2 Presentasi Diri (*Self-Presentation*) dan Dramaturgi Online

Teori *self-presentation* dari Goffman 1959, dalam (Zhang, 2023) menjelaskan bahwa individu “memerankan” identitasnya sesuai konteks sosial untuk mempengaruhi persepsi orang lain. Dalam *live streaming*, *host* menampilkan identitas performatif yang memadukan persona personal dengan citra yang diharapkan penonton. (Gran, 2025) memperluas teori ini ke ranah digital melalui tipologi dramaturgi online, menekankan bahwa identitas digital *host* bersifat fleksibel, kontekstual, dan terkadang kontradiktif. Tipologi ini membantu menganalisis strategi *host* dalam menegosiasikan citra diri, menghadapi ekspektasi audiens, dan menciptakan pengalaman interaktif yang menarik.

Penelitian (Masali & Pandrianto, 2024) menekankan bahwa kredibilitas dan representasi diri *host* mempengaruhi persepsi audiens, membentuk hubungan yang lebih dalam dan meningkatkan efektivitas interaksi parasosial. (Hao, 2023) menambahkan bahwa identitas digital *host* dibangun melalui kombinasi narasi pribadi, performa keahlian, dan interaksi sosial, yang menciptakan pengalaman

komunikasi yang unik dan personal di ruang virtual. Strategi komunikasi persuasi *host* di *platform* MICO berperan dalam mempertahankan keterlibatan audiens, yang sekaligus memperkuat relasi parasosial dan citra diri digital *host*.

Dalam konteks fenomena MICO, presentasi diri *host* melibatkan manajemen ekspresi verbal, *gesture*, ekspresi wajah, penggunaan fitur digital, dan kontrol narasi untuk membangun persona yang konsisten dan menarik. *Host* menyesuaikan diri dengan audiens, memperhatikan *feedback* secara *real-time*, dan menafsirkan reaksi penonton untuk menyempurnakan performa. (Zhang, 2023) dan (Gran, 2025) menegaskan bahwa dramaturgi online bukan hanya performansi kosmetik, tetapi strategi sadar dan reflektif untuk membangun kredibilitas, pengaruh sosial, dan kedekatan emosional dengan audiens.

Lebih lanjut, strategi presentasi diri ini berinteraksi erat dengan relasi parasosial. *Host* yang mampu menyeimbangkan identitas performatif dengan ekspresi autentik lebih mudah membangun keterikatan emosional dan meningkatkan loyalitas penonton (McLaughlin & Wohn, 2021; Zahrotul Munawwaroh et al., 2025). Fenomena ini menegaskan bahwa identitas digital *host* dan komunikasi parasosial bukan aspek terpisah, tetapi bagian dari ekosistem interaksi yang kompleks dalam *live streaming*, di mana pengalaman subjektif *host* dan penonton saling membentuk makna.

Dengan pemahaman dramaturgi online dan relasi parasosial yang kompleks, penelitian ini dapat menganalisis bagaimana *host* membangun citra diri, mengelola persepsi audiens, dan menciptakan interaksi yang bermakna di aplikasi MICO. Pendekatan fenomenologis menjadi penting untuk menafsirkan makna subjektif pengalaman *host*, karena setiap keputusan komunikasi dan strategi performatif mengandung konteks psikologis, sosial, dan digital yang unik.

2.2.3 Konstruksi Identitas Digital

Konstruksi identitas digital merupakan proses di mana individu membangun dan menampilkan citra diri mereka di ruang virtual, yang dapat berbeda dari identitas personal mereka. Dalam konteks *live streaming*, *host* berperan sebagai aktor yang menegosiasikan berbagai aspek identitas personal, profesional, dan performatif untuk menarik perhatian dan mempertahankan keterlibatan audiens (Hao, 2023; Varlie & Pratama, 2025).

Proses ini mencakup strategi komunikasi verbal dan nonverbal, pemilihan konten, penggunaan fitur digital (seperti gift, badge, atau filter), serta cara *host* merespons interaksi penonton secara real-time. (Masali & Pandrianto, 2024) menekankan bahwa kredibilitas dan representasi diri *host* menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi audiens, sedangkan (Zhang, 2023) dan (Gran, 2025) memfokuskan aspek dramaturgi, di mana *host* menampilkan identitas performatif yang fleksibel dan kontekstual sesuai kebutuhan interaksi.

Konstruksi identitas digital tidak hanya bersifat individual, tetapi juga terbentuk dalam interaksi sosial dengan audiens. Parasosial interaction memungkinkan penonton untuk menafsirkan identitas *host* melalui persepsi kedekatan emosional, respon terhadap pertanyaan, maupun ekspresi *host* selama siaran langsung (McLaughlin & Wohn, 2021; Zahrotul Munawwaroh et al., 2025). Dengan demikian, identitas digital *host* bersifat dinamis dan adaptif, tergantung pada konteks *platform*, ekspektasi audiens, dan strategi komunikasi yang diterapkan.

Secara keseluruhan, analisis konstruksi identitas digital menjadi kunci untuk memahami bagaimana *host* membangun citra diri, memanipulasi persepsi audiens, dan menegosiasikan peran sosial dalam ruang virtual, yang sekaligus menjadi basis untuk relasi parasosial dan strategi interaksi digital.

2.3 Metodologi Fenomenologi

Metodologi fenomenologi digunakan untuk menangkap pengalaman subjektif individu, memahami makna dari perspektif partisipan, dan menafsirkan fenomena sebagaimana dialami oleh mereka (Bevan, 2014; Høffding et al., 2022; Tavakol & Sandars, 2025). Dalam penelitian ini, fenomenologi diterapkan untuk mengeksplorasi pengalaman *host* di aplikasi MICO terkait komunikasi diri, konstruksi identitas digital, dan relasi parasosial dengan audiens.

Pendekatan ini menekankan wawancara mendalam dan refleksi terhadap pengalaman partisipan, sehingga memungkinkan peneliti untuk menangkap makna yang bersifat unik, personal, dan kontekstual. (Bevan, 2014) menyatakan bahwa wawancara fenomenologis harus fokus pada pengalaman hidup, persepsi, dan interpretasi partisipan terhadap fenomena yang diteliti, sementara (Høffding et al., 2022) menegaskan pentingnya validitas pengalaman subjektif dalam menghasilkan temuan yang mendalam dan bermakna. Selain itu, fenomenologi memungkinkan penelitian untuk menganalisis interaksi *host* dengan audiens secara holistik, termasuk aspek verbal, nonverbal, dan digital, sehingga dapat memahami bagaimana identitas digital *host* dibangun dan bagaimana relasi parasosial terbentuk. (Tavakol & Sandars, 2025) menambahkan bahwa pendekatan ini efektif untuk penelitian kualitatif karena memberikan struktur analisis yang fleksibel, tetapi tetap menekankan pemahaman mendalam terhadap pengalaman partisipan.

Dengan demikian, metodologi fenomenologi menjadi pendekatan paling tepat untuk penelitian ini karena fokus pada makna subjektif, konstruksi identitas digital, dan interaksi parasosial, yang semuanya sulit ditangkap melalui metode kuantitatif atau survei semata.

2.4 Landasan Konsep

2.4.1 Host sebagai Subjek Komunikasi Diri

Host dalam *live streaming* merupakan subjek sentral dalam komunikasi diri karena mereka tidak hanya menyampaikan konten, tetapi juga membangun identitas, citra, dan pengalaman interaktif yang berpengaruh terhadap persepsi audiens (Masali & Pandrianto, 2024). Dalam konteks MICO, *host* berperan sebagai aktor sosial digital, yang melakukan performansi diri secara sadar untuk mencapai tujuan tertentu, termasuk membangun relasi parasosial, meningkatkan popularitas, dan mengelola citra digital.

Sebagai subjek komunikasi diri, *host* menggunakan berbagai strategi yang bersifat multidimensional. Strategi ini mencakup:

1. Komunikasi verbal, seperti pemilihan kata, narasi *story telling*, dan interaksi percakapan langsung dengan penonton melalui *live chat*. Strategi ini membantu menciptakan kedekatan emosional dan mempengaruhi persepsi audiens (Hao, 2023).
2. Komunikasi nonverbal, termasuk ekspresi wajah, gestur, intonasi, dan penggunaan fitur visual atau efek digital untuk menegaskan identitas performatif (Zhang, 2023); Gran, 2025).
3. Manajemen interaksi real-time, di mana *host* merespons komentar, menjawab pertanyaan, dan menyesuaikan konten secara adaptif untuk mempertahankan keterlibatan audiens (Varlie & Pratama, 2025). (Halim & Pribadi, 2024) menekankan bahwa *host* berperan sebagai subjek interaksi simbolik, yang artinya setiap tindakan dan ekspresi mereka diterjemahkan oleh penonton sebagai pesan yang memiliki makna sosial dan emosional. *Host* mengelola persepsi audiens melalui keseimbangan antara identitas personal dan identitas performatif, sehingga tercipta persona digital yang menarik dan kredibel.

Selain itu, komunikasi diri *host* juga melibatkan negosiasi antara otentisitas dan performativitas, dimana *host* menampilkan versi diri yang

diharapkan audiens sambil tetap mempertahankan elemen keaslian. Proses ini bersifat dinamis dan kontekstual, dipengaruhi oleh karakteristik audiens, fitur *platform*, tujuan siaran, dan norma interaksi digital. Dengan demikian, *host* bukan hanya penyaji konten, tetapi juga pengelola makna sosial, yang mempengaruhi pengalaman penonton, relasi parasosial, dan citra diri digital yang terus berkembang.

2.4.2 Konsep Relasi Parasosial

Relasi parasosial adalah fenomena interaksi satu arah antara audiens dan figur media yang tampak seperti hubungan sosial nyata, meski secara faktual interaksi tersebut bersifat asimetris. Dalam konteks *live streaming*, relasi parasosial muncul ketika penonton merasa terikat secara emosional dan psikologis dengan *host*, seolah-olah mereka memiliki hubungan sosial langsung. (McLaughlin & Wohn, 2021) menekankan bahwa parasosial interaction dapat meningkatkan loyalitas penonton, partisipasi aktif, dan keterlibatan jangka panjang dalam *platform* digital.

Fenomena parasosial berkembang seiring dengan praktik komunikasi digital *host*. Strategi *host*, termasuk presentasi diri, narasi *storytelling*, dan penggunaan fitur interaktif, membentuk keterikatan emosional yang nyata di mata audiens (Shen et al., 2022; Zahrotul Munawwaroh et al., 2025). Misalnya, *host* yang rutin menanggapi komentar, menyebut nama penonton, atau membagikan pengalaman pribadi dapat menciptakan rasa kedekatan dan perhatian, sehingga interaksi satu arah menjadi lebih bermakna dan personal.

Di aplikasi MICO, relasi parasosial juga dipengaruhi oleh konteks ekonomi dan sosial digital, dimana *host* memanfaatkan keterikatan emosional untuk meningkatkan engagement, mendapatkan *gift* atau donasi, dan mempertahankan komunitas digital yang aktif (Huang & Chen, 2025; Varlie & Pratama, 2025). Dengan kata lain, parasosial *interaction* tidak hanya fenomena psikologis, tetapi juga praktik komunikasi strategis yang menggabungkan performativitas, identitas digital, dan interaksi sosial.

Selain itu, penelitian (Zahrotul Munawwaroh et al., 2025) menunjukkan bahwa relasi parasosial di *platform live commerce* seperti TikTok dan MICO memiliki dimensi pemasaran, di mana keterikatan emosional audiens dapat meningkatkan efektivitas promosi dan loyalitas terhadap *host*. Fenomena ini menegaskan bahwa relasi parasosial merupakan jembatan antara pengalaman subjektif, strategi komunikasi *host*, dan interaksi sosial digital, sehingga perlu dianalisis secara mendalam melalui pendekatan fenomenologis untuk memahami makna yang dirasakan oleh *host* dan audiens secara simultan.

Dengan demikian, konsep relasi parasosial menjadi kerangka penting untuk memahami bagaimana *host* membangun kedekatan emosional, mempengaruhi persepsi audiens, dan menciptakan interaksi yang bermakna di ruang virtual. Fenomena ini saling terkait dengan konstruksi identitas digital *host* dan strategi presentasi diri, membentuk ekosistem interaksi digital yang kompleks dan dinamis.

2.4.3 Identitas dan Presentasi Diri Digital

Identitas digital adalah konstruksi diri yang ditampilkan oleh individu melalui interaksi di ruang virtual, yang sering kali berbeda atau dimodifikasi dari identitas personal di dunia nyata. Dalam konteks *live streaming*, *host* menjadi aktor utama dalam membangun identitas digital, yang memadukan aspek personal, profesional, dan performatif untuk menciptakan citra yang menarik bagi audiens (Hao, 2023; Varlie & Pratama, 2025).

Host membangun identitas digital melalui berbagai strategi komunikasi, termasuk narasi story telling, ekspresi verbal dan nonverbal, penggunaan fitur interaktif, dan pengelolaan respons audiens secara real-time Masali & Pandrianto, 2024; Zhang, 2023). (Gran, 2025) menekankan bahwa identitas digital *host* bersifat fleksibel dan adaptif, tergantung pada ekspektasi audiens, konteks *platform*, dan tujuan interaksi, sehingga setiap performa *host* dapat menyesuaikan diri dengan situasi sosial digital yang dinamis.

Presentasi diri digital mencakup strategi performatif yang terencana maupun spontan, di mana *host* menyeimbangkan antara keaslian (*authenticity*) dan persona performatif yang diharapkan penonton. Hal ini penting untuk membangun kredibilitas, kepercayaan, dan loyalitas audiens, yang secara langsung mempengaruhi efektivitas interaksi parasosial (McLaughlin & Wohn, 2021; Zahrotul Munawwaroh et al., 2025).

Dalam konteks MICO, identitas digital *host* juga memanfaatkan interaksi simbolik melalui fitur *platform*, seperti *gift*, *badge*, dan *chat real-time*, yang memungkinkan penonton merasakan kedekatan emosional dan menilai reputasi *host* secara terus-menerus (Halim & Pribadi, 2024; Varlie & Pratama, 2025). Dengan demikian, identitas dan presentasi diri digital *host* merupakan sintesis dari komunikasi diri, strategi performatif, dan relasi parasosial, yang membentuk ekosistem interaksi digital yang kompleks.

Pemahaman mendalam tentang identitas dan presentasi diri digital penting untuk penelitian ini karena memungkinkan analisis bagaimana *host* menegosiasikan peran sosial, membangun kedekatan dengan audiens, dan menciptakan pengalaman interaktif yang bermakna, bukan sekadar menilai perilaku eksternal yang tampak di layar.

2.5 Fenomenologi sebagai Pendekatan Penelitian

Fenomenologi merupakan pendekatan penelitian kualitatif yang berfokus pada pemahaman terhadap pengalaman hidup (*lived experience*) dan makna yang diberikan individu terhadap suatu fenomena. Pendekatan ini berangkat dari pemikiran bahwa realitas tidak hanya dipahami sebagai fakta objektif, tetapi juga sebagai hasil interpretasi individu berdasarkan pengalaman yang dialaminya. Dalam kajian komunikasi, fenomenologi digunakan untuk memahami bagaimana individu memaknai interaksi, hubungan sosial, serta pengalaman komunikatif yang mereka alami dalam kehidupan sehari-hari (West & Turner, 2021).

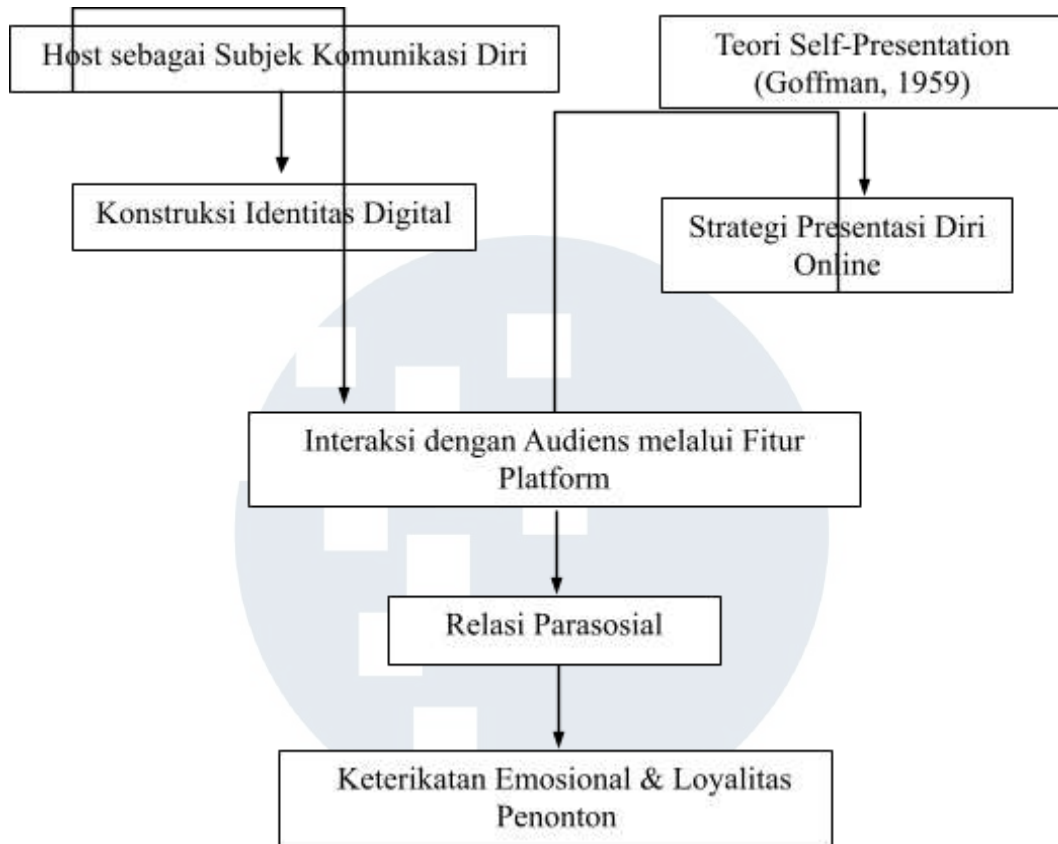
Pemikiran fenomenologi pertama kali dikembangkan oleh Edmund Husserl yang menekankan pentingnya memahami suatu fenomena sebagaimana dialami secara langsung oleh individu. Untuk memperoleh pemahaman tersebut,

peneliti perlu melakukan *epoché* atau *bracketing*, yaitu menangguhkan asumsi dan pengetahuan awal agar pengalaman informan dapat dipahami dari sudut pandang mereka sendiri. Pendekatan ini kemudian dikembangkan oleh Clark E. Moustakas (1994) ke dalam penelitian kualitatif melalui fenomenologi deskriptif yang bertujuan mengidentifikasi esensi dari pengalaman bersama yang dialami oleh beberapa individu terhadap suatu fenomena.

Pendekatan fenomenologi dipilih dalam penelitian ini karena tujuan penelitian bukan untuk mengukur hubungan sebab akibat atau menguji hipotesis, melainkan memahami bagaimana *host* dan pemberi *gift* virtual (*spender*) memaknai pengalaman mereka dalam membangun relasi parasosial di aplikasi MICO Live. Pengalaman tersebut mencakup cara *host* merepresentasikan dirinya selama *live streaming*, cara *spender* menginterpretasikan interaksi dengan *host*, serta makna yang muncul dari hubungan yang berkembang melalui komunikasi digital.

Melalui pendekatan fenomenologi, penelitian ini berupaya menggali pengalaman subjektif para informan secara mendalam sehingga dapat ditemukan esensi dari proses pembentukan relasi parasosial dalam aktivitas *live streaming*. Pendekatan ini juga memungkinkan peneliti memahami bagaimana representasi diri, interaksi yang berlangsung secara berulang, serta pengalaman emosional membentuk hubungan antara *host* dan audiens dalam konteks komunikasi digital.

2.6 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Konsep Penelitian

Sumber: Data Pribadi (2026)

Kerangka pemikiran ini menunjukkan hubungan sistematis antara teori, konsep, dan fenomena penelitian yang berfokus pada *host* di aplikasi MICO. Kerangka diawali dengan *Teori Self-Presentation* Mahmud dan Wong (2021) menjelaskan bahwa media sosial memungkinkan individu membentuk *digital self-representation* melalui cara mereka berkomunikasi, menampilkan diri, serta mengatur identitas online agar sesuai dengan citra yang ingin ditampilkan kepada audiens. Dari teori ini, *host* sebagai subjek komunikasi diri berperan sebagai aktor utama yang mengelola ekspresi, persepsi, dan interaksi dengan audiens. Selanjutnya, *host* melakukan konstruksi identitas digital, di mana identitas personal dan performatif mereka dibentuk melalui narasi, gestur, ekspresi verbal/nonverbal, dan pemanfaatan fitur *platform* MICO. *Host* di MICO juga

melakukan hal yang sama: membangun persona, menjaga *image*, dan menampilkan diri agar menarik bagi *viewers* dan *spenders*.

Sejalan dengan identitas digital, *host* menerapkan strategi presentasi diri, yang mencakup teknik komunikasi dan performa yang bertujuan untuk membangun citra diri yang kredibel, menarik, dan autentik bagi audiens. Identitas digital dan strategi presentasi ini diwujudkan melalui interaksi dengan audiens menggunakan fitur *platform*, seperti *live chat*, *gift*, *badge*, dan efek visual, yang memungkinkan *host* dan penonton berinteraksi secara *real-time*. Interaksi tersebut kemudian membentuk relasi parasosial, yaitu kedekatan emosional yang dirasakan audiens terhadap *host* meski hubungan bersifat satu arah.

Hasil dari proses ini adalah keterikatan emosional dan loyalitas penonton, yang mencerminkan efektivitas komunikasi *host* dalam membangun hubungan dengan audiens dan menciptakan pengalaman interaktif yang bermakna. Dengan demikian, kerangka pemikiran ini memperlihatkan alur konseptual dari teori *self-presentation* ke praktik komunikasi diri, identitas digital, interaksi *platform*, relasi parasosial, hingga keterikatan emosional penonton, sehingga menjadi panduan analisis fenomena dalam penelitian ini.

