DFAME : Digital Financial Accounting Managemen Economics Journal
Vol. 2, No. 1, February 2024, pp. 7 - 14
ISSN: 3025-1079, DOI: 10.61434/dfame.v2i1.144

FENOMENA PENGGUNA APLIKASI *LIVE STREAMING MANGO LIVE* DI KALANGAN MAHASISWA

R. Satria Setyanugraha[1], Bunga Asriandhini[2], Zahwa Nur Amalia[3]
[1] Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas AMIKOM Purwokerto, Purwokerto, Indonesia
[2] Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas AMIKOM Purwokerto, Purwokerto, Indonesia
[3] Mahasiswa Ilmu Komunikasi, Universitas AMIKOM Purwokerto, Purwokerto, Indonesia

satriasetya@gmail.com, bunga.asriandhini@amikompurwokerto.ac.id, alyazahwa09@gmail.com

A R T I C L E I N F O

History of the article:
Received January 08, 2024
Revised January 15, 2024
Accepted January 20, 2024

Keywords:
Phenomenon,
Social Media,
Live Streaming,
Mango Live

ABSTRACT

Social media has become an inseparable part of communication activities in the digital era. In everyday life, social media has become a tool for human communication and has become a new lifestyle. Not only for obtaining information, social media has now become a platform for interacting, expressing yourself and even sharing it to show to the public. Live streaming is a social media application that broadcasts individual activities online. Mango Live is a live streaming application originating from India, this application can be downloaded on Google Play or the Apple Store. According to data on Google Play and Apple Store, Mango Live is a streaming service intended for users with an age limit of 17 years and over, is the best global live broadcast platform that focuses on entertainment, lifestyle and broadcasting from talented hosts. The aim of this research is to find the motives and interactions used in the phenomenon of using the Mango Live live streaming application among students. This research uses qualitative methods with Alfred Schutz's phenomenological theory. Alfred Schutz's phenomenological theory looks for the causes and goals of students in using the Mango Live application. From the results of this research, there are entertainment motives to fill free time, economic motives to earn income, motives to seek experience for the achievement process, and motives to express oneself to build self-confidence. Researchers revealed that the interactions used in using the Mango Live application are in the comments feature, follow feature, communication feature and virtual gift feature.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Kata Kunci :

Fenomena,
Media Sosial,
Live Streaming,
Mango Live

ABSTRAK

Media sosial menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam aktivitas berkomunikasi di *era digital.* Dalam kehidupan sehari-hari media sosisal menjadi alat untuk berkomunikasi manusia dan menjadi gaya hidup baru.

DFAME : Digital Financial Accounting Managemen Economics Journal
Vol. 2, No. 1, February 2024, pp. 7 - 14
ISSN: 3025-1079, DOI: 10.61434/dfame.v2i1.144

Corresponding Author:
Name : R. Satria Setyanugraha
Affiliation : Universitas AMIKOM Purwokerto
City : Purwokerto
Email : satriasetya@gmail.com

Bukan hanya untuk memperoleh informasi, media sosial kini sudah menjadi *platform* untuk berinteraksi, mengekspresikan diri bahkan membagikannya untuk ditunjukan kepada khalayak. *Live streaming* merupakan salah satu aplikasi media sosial yang menyiarkan aktivitas individu secara online. *Mango Live* merupakan aplikasi *live streaming* yang berasal dari India, aplikasi ini dapat di unduh di *Google Play* maupun *Apple Store*. Menurut data pada *Google Play* dan Apple Store, Mango Live merupakan layanan *streaming* yang diperuntukan untuk user dengan batasan umur 17+, merupakan *platform* siaran langsung global terbaik yang fokus pada hiburan, gaya hidup, dan penyiaran dari *host-host* berbakat. Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mencari motif serta interaksi yang digunakan dari fenomena pengguna aplikasi *live streaming Mango Live* di kalangan mahasiswa. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teori fenomenologi Alfred Schutz, teori fenomenologi Alfred Schutz mencari sebab dan tujuan mahasiswa dalam aplikasi *Mango Live*. Dari hasil penelitian ini terdapat motif hiburan untuk mengisi waktu luang, motif ekonomi untuk mendapatkan penghasilan, motif mencari pengalaman untuk proses pencapaian, dan motif mengekspresikan diri untuk membangun kepercayaan diri. Peneliti mengungkap interaksi yang digunakan dalam aplikasi *Mango Live* yaitu terdapat pada fitur komentar, fitur *follow*, fitur komal, dan fitur *virtual gift*.

PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari aktivitas berkomunikasi di era *digital*. Dalam kehidupan sehari-hari media sosial menjadi alat berkomunikasi manusia untuk bersosialisasi. Media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat sekarang. Maka dari itu media sosial mengubah segala aspek kehidupan menjadi gaya hidup baru (Agistiani et al., 2023). Ada berbagai macam aplikasi yang termasuk dalam jenis-jenis media sosial pada umumnya, seperti *Instagram, Twitter, Youtube,* dan aplikasi lainya (Indriyani & Herlina, 2021). Media sosial untuk remaja sekarang bukan hanya untuk memperoleh informasi, lebih dari itu, media sosial bagi mereka kini sudah menjadi *platform* yang digunakan sebagai wadah untuk mengekspresikan diri, berinteraksi, bahkan membagikanya untuk ditujukan kepada khalayak (Siti, 2022). Sesuai jenisnya media sosial digunakan untuk beberapa kepentingan, ada yang menggunakan media sosial sebagai *platform* untuk jasa jual beli (*onlineshop)*, mencari penghasilan dari *game online*, *adsense youtube,* bahkan dari aplikasi *live video streaming* (Hanivah, 2021) .

Menurut (Hanivah, 2021), pertumbuhan aplikasi *live streaming* di era saat ini telah mengalami banyak peningkatan, hal ini terlihat pada banyaknya jumlah penonton maupun pelaku siaran langsung pada *platform* yang digunakan. *Live streaming* adalah metode transmisi data yang menggabungkan teks, gambar, video, dan audio yang dikemas pada siaran langsung dengan tujuan supaya terlihat lebih nyata (Agistiani et al., 2023). Adanya fitur teknologi yang semakin canggih *live streaming* bisa dilakukan dengan menggunakan *smartphone* (Indriyani & Herlina, 2021). Konten berbasis *video* dan *audio* saat ini merupakan salah satu hal yang menarik perhatian, dengan melakukan interaksi sosial karena bisa digunakan sebagai media atau wadah untuk mengekspresikan diri (Hariwidiaswari & Ritonga, 2018). Meskipun media sosial seperti *Instagram, Youtube, Facebook* dan lain-lain sudah memiliki fitur *live streaming* sendiri, tetapi *platform* tersebut tidak sepenuhnya fokus pada konten *live streaming*. Melalui media *live streaming* penonton hanya bisa menikmati acara secara *real time* (Febriani, 2017). Pada saat siaran langsung untuk melihat dan menerima informasi langsung pada orang yang melukan siaran *live*, dan juga memberikan komentar maupun reaksi untuk berinteraksi dengan orang yang melakukan *live streaming,* ada beberapa contoh media aplikasi *live streaming* seperti *Bigo Live, Up Live, Mango Live* (Hanivah, 2021).

Mango Live merupakan salah satu aplikasi *live streaming*, aplikasi ini merupakan *platform live streaming* (*broadcasting video*) yang berasal dari India yang dikembangkan oleh APPXYZ MOBILE COMPANY LIMITED telah meraih kesuksesan menjadi *platform streaming* yang populer di Indonesa, Hongkong, China, Vietnam, Taiwan, Malaysia, dan Singapura (Lobodally & Pratama, 2022). Aplikasi ini menyiarkan aktivitas individu secara *online*. Penggunanya bisa berinteraksi dengan mudah kapanpun dan di manapun melalui kamera *smartphone* (Hanivah, 2021). Perbedaan karakteristik *Mango Live*

dengan aplikasi *live streaming* lainya yaitu aplikasi *Mango Live* lebih memudahkan pengguna dalam pembelian *diamond* yang digunakan untuk memberi hadiah atau *gift* kepada *host,* aplikasi *Mango Live* juga terdapat fitur *lock room* yang digunakan pengguna nya untuk menjaga privasi pada saat siaran langsung, dan aplikasi ini tidak memperbolehkan penggunanya untuk menyiarkan aktivitas individu yang berbau seks dan pronografi, dengan cara memberi *announcement* saat *live.* Jika ada salah satu *host* yang melanggar kebijakan dari aplikasi *Mango Live*, pihak aplikasi akan melakukan pemblokiran akun atau *banned account* dan akun tersebut tidak dapat digunakan lagi untuk siaran langsung oleh *host* yang melanggar.

Mango Live adalah sarana media sosial yang menghibur dengan cara menemani penonton dengan membawakan konten atau tema pembicaraan secara *virtual,* menggunakan lambang komunikasi khusus yaitu berupa teks dan simbol. Maka dari itu komunikasi di *Mango Live* berbeda dengan komunikasi yang ada pada dunia nyata (Indriyani & Herlina, 2021). Waktu siaran langsung *host live streaming* juga tidak terikat waktu yang pasti, semua bisa disesuaikan dengan kebutuhan dan kebijakan setiap *host*. Setiap *broadcaster* atau *host* diberi kebebasan menampilkan talenta yang mereka miliki seperti halnya bercerita atau *sharing*, bernyanyi, bermain alat musik, tantangan atau *challenge*, dan aktifitas sosial lainya untuk membangun penggemar dan menarik khalayak (Indriyani & Herlina, 2021).

Aplikasi *Mango Live* dapat dengan mudah di *unduh* atau *instal* melalui *smartphone* berbasis *android* maupun *ios*. *Mango Live* mempunyai beberapa fitur diantaranya, *live broadcasting, follow broadcaster, virtual gift* (Hanivah, 2021). Fitur *follow* pada *Mango Live* digunakan *viewer* dan *host* agar dapat saling mengikuti, semakin banyak orang yang suka dengan *host streaming* semakin banyak *follower* yang dimiliki. Dengan bertambahnya *follower* akan menambah jumlah pengikut dan popularitas *host*.
Virtual Gift adalah *fitur* dimana *viewer* yang sedang menyaksikan siaran langsung dapat memberikan *gift* atau hadiah kepada *broadcaster* atau *host* yang mereka sukai (Winata, 2023). *Gift* atau hadiah bisa diberikan oleh pengguna dengan cara membeli "*diamond*" secara *online* melalui aplikasi *Mango Live* dengan sejumlah uang, dan terdapat banyak pilihan metode pembayaran yang tersedia. Semakin banyak penonton atau *viewer* yang tertarik kepada *host* maka akan semakin banyak orang yang memberikan *gift*/hadiah kepada *broadcaster* atau *host* (Ramadhayanti et al., 2023). Setiap *boardcaster* atau *host* pada aplikasi *Mango Live* memiliki 3 kategori kebijakan *host* antara lain, *basic salary*, komisi dan *non-target* durasi. Masing-masing memiliki kebijakan *salary* yang berbeda-beda. *Mango Live* bisa digunakan untuk hal-hal positif, para *host* mendemostrasikan bakat-bakatnya di *live streaming* namun, *host* semacam itu jumlah *viewer* nya akan kalah jauh dengan para *host* yang cantik dan memamerkan kemolekan tubuhnya.

Pertanyaan Penelitian

a. Apa motif mahasiswa untuk melakukan *live streaming* aplikasi *Mango Live* pada *agency Liberty Management (LM), Muda Management (MM),* dan *On Job In Exclusive (OX)*
b. Apa interaksi yang digunakan dalam aplikasi *Mango Live* di kalangan mahasiswa *agency Liberty Management (LM), Muda Management (MM),* dan *On Job In Exclusive (OX).*

LITERATURE REVIEW

1. Komunikasi Intrapersonal

Secara umum komunikasi merupakan kegiatan manusia dengan tujuan saling menghargai, memahami, dan mengerti suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan, dapat dikatakan sebagai suatu proses pengoperan pesan dari individu ke individu lain. Sebagai mahluk sosial, komunikasi merupakan suatu hal yang tidak dapat dihindari. Karena manusia sudah diciptakan sebagai mahluk sosial yang artinya manusia sebagai warga masyarakat dalam kehidupan sehari-hari manusia hidup berinteraksi dan tidak dapat hidup sendiri atau mencukupi kebutuhanya sendiri (Setiawati, 2021).

Komunikasi intrapersonal atau diri sendiri merupakan penggunaan bahasa atau pikiran yang terjadi dalam diri sendiri (komunikator). Komunikasi intrapersonal merupakan komunikasi dalam diri yang meliputi kegiatan berbicara kepada diri sendiri dalam kegiatan mengamati dan memberikan makna kepada lingkungan (Noviariski, 2021). Pengertian komunikasi intrapersonal berikatan dengan penelitian makna seseorang kepada suatu peristiwa yang terjadi (Rahmania, 2019). Komunikasi intrapersonal merupakan dialog internal maupun saat terjadi pada saat dengan orang lain.

2. Media Sosial

Media merupakan medium perantara untuk menyampaikan pesan. Dalam bahasa latin media atau "*medius*" memiliki arti secara harfiah yang memiliki arti "tengah", bisa diartikan sebagai perantara atau pengantar (Setiadi, 2016). Media sosial merupakan suatu *platform* yang dirancang

agar memudahkan interaksi sosial yang interaktif. Dalam bahasa latin media bentuk dari kata "*medium*" yang artinya "perentara". Kemunculan media sosial sebagai media baru di dalam individu maupun kelompok yang adanya interaksi di dalamnya secara *online* melalui sebuah jaringan internet (Setiadi, 2016). Media sosial mengacu pada sebuah teknologi internet yang pola penyebaran informasi yang berawal dari satu ke banyak audiens sekarang menjadi banyak audien ke audiens. Media sosial merupakan *platform* yang digunakan penggunanya untuk berkomunikasi maupun berinteraksi (Setiadi, 2016).

3. *Mango Live*

Mango Live merupakan sebuah *platform* aplikasi *live streaming*(*broadcasting video*) yang tersedia di *Google Play Store* dan *Apple Store* yang dikembangkan oleh *developer* APPXYZ MOBILE COMPANY LIMITED yang berasal dari India. Aplikasi *Mango Live* menyiarkan aktivitas individu secara *online* dan penggunanya bisa berinteraksi dengan mudah di manapun dan kapanpun melalui *smartphone,* karena aplikasi *Mango Live streaming* tidak terikat waktu yang pasti, dan bisa disesuaikan dengan kebutuhan dan kebijakan setiap *host*. *Mango Live* telah meraih kesuksesan menjadi *platform streaming* yang populer di Indonesia, Hongkong, China, Vietnam, Malaysia, dan Singapura (Indriyani & Herlina, 2021). Dalam deskripsi di *Google Play Store*, aplikasi ini sudah diinstal lebih dari satu juta kali dan menyebut dirinya aplikasi siaran langsung atau *streaming global* yang fokus pada gaya hidup hibuan dan *streaming host* penyiaran. Semua pengguna *Mango Live* dapat tampil dengan konsep video *streaming* dan dapat berinteraksi secara langsung dengan pengguna lainya. *Mango Live* adalah sarana media sosial yang menghibur dengan cara melakukan interaksi, yang di mana seseorang memiliki kebebasan untuk berkreasi, berekspresi, dan terhubung dengan banyak penonton di seluruh dunia (Lobodally & Pratama, 2022). Dengan cara menemani penonton atau *viewer* dan membawakan konten atau tema pembicaraan secara *virtual* dengan menggunakan lambang komunikasi khusus yang berupa teks dan simbol.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang berhubungan dengan suatu ide, persepsi, pendapat, maupun kepercayaan orang yang akan diteliti dan penelitian ini tidak mengunakan dasar logika matematis, atau metode static (Indriyani & Herlina, 2021). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang artinya penelitian ini memberikan suatu output atau hasil yang jelas mengenai sesuatu yang sedang berlangsung. Lokasi penelitian ini dilakukan dengan mengamati aktivitas host dan viewer pada saat streaming dan melakukan wawancara secara online atau virtual dan secara langsung di tempat tinggal narasumber. Narasumber penelitian yaitu seseorang yang memberikan data dan memiliki informasi yang akurat mengenai objek penelitian berupa informasi yang dibutuhkan peneliti yang berhubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Informan atau narasumber dibutuhkan dalam penelitian untuk memberikan jawaban dari pertanyaan penelitian. Narasumber atau objek dari penelitian ini diambil secara purposive, yang dimana peneliti mengambil sampel berdasarkan pengetahuna penelitian tentang sampel yang akan dipilih untuk mempertahankan isi perilaku manusia dan juga menganalisis kualitasnya (Setiawati, 2021).

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data menggunakan Phenomenological Analysis dari Creswell (2007), terdapat enam langkah analis data yang digunakan dalam pendekatan fenomenologi, yaitu:

a. Menggambarkan pengalaman pribadi mengenai fenomena pengguna aplikasi live streaming Mango Love di kalangan mahasiswa.
b. Mengembangkan daftar pertanyaan yang penting.
c. Mengambil pernyataan signifikan yang kemudian dikelompokan dalam informasi yang lebih besar.
d. Menulis deskripsi mengenai "apa" yang sedang dialami informan mengenai fenomena pengguna aplikasi live streaming Mango Live di kalangan mahasiswa.
e. Menulis deskripsi tentang "bagaimana" pengalaman itu terjadi.
f. Menulis deskripsi gabungan dari fenomena. Bagian ini disebuat "esensi" dari pengalaman dan merupakan puncak fenomenologi.

DISKUSI DAN PEMBAHASAN

Penelitian kualitatif menggunakan prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif yang berupa pernyataan tertulis maupun pernyataan lisan yang didasari oleh perilaku seseorang yang sedang diamati. Tempat yang digunakan selama proses observasi yaitu saat *host* sedang melakukan proses siaran langsung pada aplikasi *Mango Live*. Peneliti melakukan proses wawancara dengan *host Mango Live* yang merupakan tiga orang mahasiswa

yang merupakan *host* dari tiga *agency* yaitu *LM, MM, OX,* dan juga melakukan proses wawancara dengan tiga pihak *viewer*, kemudian peneliti mengambil satu informan pendukung diri pihak *agency* agar dalam proses mencari data peneliti akan lebih objektif dan akurat.

Peneliti mencoba mengajukan pertanyaan kepada informan mengenai kegunaan komunikasi sosial pada penggunaan aplikasi *Mango Live,* berikut hasil wawancara informan:

"*kalo komunikasi pas live itu penting banget sih, gimana kita buat viewer betah diroom dan harus pinter-pinter ajak ngobrol si viewer lah pokoknya biar rame roomnya*" (Wawancara Keyca, 2023).

Menurut Keyca, komunikasi sosial sangat penting dalam penggunaan aplikasi *Mango* Live, karena sangat dibutuhkan untuk menjalin interaksi dengan viewer. Citan dan Naya juga mengemukakan hal yang sama, berikut hasil wawancara informan:

"kalo live emang perlu banget ngejalin komunikasi gimana caranya kita buat viewer merasa nyaman dan itu emang penting banget buat viewer inget sama host, secara ga langsung viewer pasti bakal balik lagi kalo udah kenal" (Wawancara Citan, 2023).

"*kalo pas ngelive harus aktif banget buat berkomunikasi sama viewer, biar viewernya merasa nyaman dan kita nya harus seru kalo jadi host sering-sering ngajak ngobrol dan nanya biar viewernya ngerasa kita tuh orang yang menyenangkan"* (Wawancara Naya, 2023).

Citan dan Naya mengatakan bahwa komunikasi sosial dalam penggunaan *Mango Live* ini bertujuan untuk menarik *viewer* dalam penggunaan aplikasi *Mango Live.* Hal tersebut juga didukung dengan pernyataan informan pendukung, berikut hasil wawancara informan:

"penting banget host itu live streaming emang harus pinter berkomunikasi, makanya dari pihak agency juga kalo cari host juga emang nyantumin syarat pintar berkomunikasi. Karena ya itu tujuannya, host itu narik perhatian viewer biar ada yang nonton live nya" (Wawancara Shadow, 2023).

Kemudian peneliti mengajukan pertanyaan kepada informan terkait penggunaan media sosial *Mango Live,* berikut hasil wawancara informan:

"kenapa pake media sosial mango live ya karena kalo mango live kan emang butuh viewer ya dan viewer di mango live itu bener bener random banget dari indonesia bahkan ketemu viewer dari luar negri pun udah biasa" (Wawancara Shella, 2023).

Menurut hasil wawancara informan, diperlukan sebuah konsep diri sebagai *host* agar dapat menarik perhatian *viewer.* sebagaimana yang dikemukakan oleh (Indriyani & Herlina, 2021) bahwa komunikasi di dalam *live streaming* berbeda dengan komunikasi yang ada pada dunia nyata,. Maka dari itu menurut hasil penelitian komunikasi sosial diperlukan dalam pengguna aplikasi *Mango Live* untuk keberlangsungan eksistensi pada saat melakukan siaran langsung.

Media sosial kini telah menjadi hal yang tak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari sebagai alat untuk berkomunikasi. Media sosial saat ini bukan hanya sebagai alat untuk mencari informasi, bahkan digunakan sebagai *platform* untuk mengekspresikan diri, berinteraksi, bahkan membagikannya untuk ditunjukan kepada khalayak (Siti, 2022). Media sosial merupakan aktivitas yang dilakukan oleh dua arah ataupun lebih untuk menjalin sebuah komunikasi. Jenis media sosial mempunyai beberapa ketegori. *Mango Live* termasuk dalam kategori media sosial *live streaming* dengan jenis media jejaring sosial (Islam et al., 2023). Media sosial yang sering digunakan saat ini yaitu media jejaring sosial, hal tersebut dikarenakan situs jejaring sosial mendorong seseorang membuat akun atau web pribadi agar bisa berkomunikasi ke semua kalangan (Sosiawan, 2013).

Mango Live merupakan aplikasi siaran langsung, menampilkan konsep khusus video streaming yang digunakan untuk berinteraksi secara langsung dengan penggunanya. Konten berbasis video dan audio kini merupakan salah satu hal yang menarik perhatian dengan konsep yang dilakukan yaitu, adanya sebuah interaksi sosial di dalamnya (Hariwidiaswari & Ritonga, 2018). Pada saat melakukan siaran langsung dalam pengguna *Mango Live,* pengguna bisa memberikan respon maupun tanggapan secara langsung, tentu hal ini yang membuat masyarakat lebih tertarik (Islam et al., 2023). Hal tersebut merujuk pada penelitian yaitu, peneliti akan mengungkap sebuah fenomena pengguna aplikasi *Mango Live*. Dari hasil observasi, peneliti melihat adanya fenomena pengguna aplikasi *Mango Live* di kalangan mahasiswa pada *agency Liberty Management, Muda Management*, dan *On Job In Exclusive Management*. Peneliti juga melakukan proses wawancara untuk mengungkap motif fenomena tersebut dengan teori fenomenologi Alfred Schutz.

Teori Alfred Schutz ini adalah bagaimana menafsirkan tindakan sosial yang menunjukan makna pada perilaku seseorang pada dua fase yaitu, *in order to motive* yang berkaitan dengan tujuan dan *because of motif* yang artinya sebab terjadinya fenomena (Crystallography, 2016). Dalam teori fenomenologi Alfred Shutz berpusat kepada motif tujuan dan sebab terjadinya fenomena yang terjadi, berikut ini adalah pembahasan penelitian menganai fenomena pengguna aplikasi *Mango Live* di kalangan mahasiswa pada

agency Liberty Management, Muda Management, dan *On Job In Exclusive Management*.

Berkembangnnya teknologi saat ini, semakin canggih bentuk interaksi sosial yang terapkan pada komunikasi digital terutama interaksi sosial pada media sosial saat ini. Seperti hal nya interaksi yang terjadi pada pengguna aplikasi *Mango Live* mendorong pengguna aplikasi untuk berkomunikasi satu sama lain, agar memperoleh pengetahuan serta hal yang menghibur agar penggunannya terasa dekat. Menurut (Indriyani & Herlina, 2021) Interaksi sosial merupakan respon antar individu atau kelompok, atau bisa dikatakan hubungan atau kontak timbal balik antar individu atau kelompok. Interkasi yang terjadi bukan hanya melalui gerak fisik saja melainkan dengan gambar atau lambang yang mempunyai makna tertentu.

Pengguna *Mango Live* dapat memenuhi kebutuhan berinteraksi dengan adanya fitur di dalam aplikasi. Menurut hasil wawancara dari informan, ada beberapa bentuk interksi yang ada di dalam *Mango Live* seperti, fitur komentar, fitur komal atau *video call*, fitur *follow*, dan fitur *virtual gift*. Hal tersebut untuk secara tidak langsung sebagai bentuk untuk menyampaikan informasi dalam berkomunikasi. menjadi bentuk adanya interaksi yang terjadi dalam *Mango Live*.

Fitur komentar adalah salah satu fitur yang digunakan untuk melakukan interaksi antar *host* dan *viewer*. Informan mengatakan bahwa menggunkan fitur komentar untuk menyapa *host* atau *broadcaster. Viewer* mengguanakan *fitur* komentar untuk berkomunikasi, dengan cara menyapa *host*, atau mengomentari apa yang terjadi pada saat siaran langusng yang dilakukan *broadcaster*. *Viewer* akan memberikan komentar atau sapaan kepada *host*, lalu host akan membalasnya pada siaran langsung. Menurut hasil penelitian, fitur komentar digunakan untuk berinteraksi serta menjalin komunikasi antar pengguna *Mango Live*, ketika host menyapa *viewer*, fitur komentar juga digunakan *viewer* untuk menyapa sebaliknya *host* dengan fitur komentar.

Menurut hasil wawancara informan, informan menggunakan fitur komentar dengan viewer untuk berinteraksi saling memberikan sapaan, menceritakan aktivitas, bertukar cerita, dan memberikan hiburan bernyayi.

KESIMPULAN

1. Motif mahasiswa pada *agency Liberty Management, Muda Management*, dan *On Job in Exclusive Management* dalam pengguna aplikasi *Mango Live* sebagai *platform* yang menghibur penggunanya untuk mengisi waktu luang, mahasiwa juga menggunakan aplikasi *Mango Live* untuk mencari pengalaman dengan tujuan mencari proses pencapaian, mahasiswa yang menjadi *host* menjadikan aplikasi *Mango Live* sebagai wadah untuk mengekspresikan diri dengan tujuan membangun kepercayaan diri, selain itu sebab mahasiswa menggunakan aplikasi *Mango Live* adalah alasan ekonomi untuk mendapatkan penghasilan.peneliti menyimpulkan dari ke empat motif pengguna aplikasi *Mango Live* di kalangan mahasiswa, bahwa motif yang paling dominan adalah motif ekonomi. Dengan latar belakang ekonomi keluarga mahasiswa C1, yang menjadikan mahasiswa berinisiatif untuk mencari penghasilan sendiri untuk memenuhi kebutuhan hidup.
2. Interaksi yang digunakan dalam pengguna aplikasi *Mango Live* yaitu menggunakan fitur-fitur pada aplikasi *Mango Live.* Fitur yang digunakan untuk berinteraksi mempengaruhi motif-motif mahasiswa dalam pengguna aplikasi *Mango Live*. Fitur komentar digunakan penggunanya untuk berinteraksi dengan *host* melalui kolom *chat,* fitur ini mempengaruhi motif mahsiswa dalam pengguna aplikasi *Mango Live* sebagai *platform* yang menghibur penggunanya. Fitur *follow* digunakan pengguna *Mango Live* untuk saling mengikuti agar saling terhubung, beinteraksi, dan memperoleh informasi, fitur ini juga digunakan mahasiswa untuk menunjang eksistensi dalam aplikasi *Mango Live*. Fitur komal yaitu fitur *Mango Live* yang digunakan pengguna *Mango Live* untuk berinteraksi secara langsung melalui audio atau *video call*, fitur ini mempengaruhi motif mahasiswa dalam membangun kepercayaan diri penggunanya untuk saling berinteraksi. Fitur *virtual gift* adalah fitur yang digunakan *viewer* untuk memberi apresiasi kepada *host* dalam bentuk *gift* yang ada pada aplikasi *Mango Live*, fitur *virtual gift* memengaruhi mahasiswa dalam motif ekonomi karena dengan *gift* yang didapatkan akan dikonversi menjadi penghasilan/gaji mahasiswa.

Saran dan harapan peneliti mengenai penelitian Fenomena pengguna Aplikasi *Live Streaming Mango Live* di Kalangan Mahasiswa pada *Agency Liberty Management*, *Muda Management*, dan *On Job in Exclusive*, antara lain:

1. Berdasarkan teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori fenomenologi Alfred Schutz, penelitian ini dapat dijadikan referensi atau acuan untuk peneliti selanjutnya. Hendaknya ada penelitian selanjutnya yang menggali motif pengguna aplikasi *live streaming*

dari sisi *viewer* dalam memberikan *gift* untuk *host*.

2. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan sebuah keluhan informan terhadap penyaahgunaan pengguna aplikasi *Mango Live*. Maka dari itu peneliti berharap pihak aplikasi *Mango Live* mengembangkan tingkat keamanan agar lebih baik lagi dengan memberi pelanggaran serta sanksi pemblokiran akun kepada oknum-oknum yang menyalahgunakan aplikasi *Mango Live* dan untuk pengguna aplikasi *Mango Live* agar dapat menggunakan aplikasi *Mango Live* dengan benar agar tidak terpengaruh hal-hal buruk yang ada dalam pengguna aplikasi *Mango Live*.

REFERENSI

Agistiani, R., Rahmadani, A., Hutami, A. G., Kamil, M. T., Achmad, N. S., Rozak, R. W. A., dan Mulyani, H. (2023). Live-streaming tiktok: strategi mahasiswa cerdas untuk meningkatkan pendapatan di era digitalisasi. *Journal of Management and Digital Business*, 3(1), 1–19.

Agustina, L. (2018). Live video streaming sebagai bentuk perkembangan fitur media sosial. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 1(1), 17–23.

Anshori, I. (2018). Melacak state of the art fenomenologi dalam kajian ilmu-ilmu sosial. *Halaqa,* 2(2), 165-181.

Budiarko, A. A. (2021). *Fenomenologi mahasiswa sebagai enterpreneur di Kota Pekanbaru*. Skripsi. Pekanbaru: Universitas Islam Riau.

Gunawan, L. (2013). Analisa perbandingan kualitas fisik daging sapi impor dan daging sapi lokal. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 1(1), 1-21.

Hanivah, K. (2021). *Strategi bertahan hidup era pandemi covid-19 (Studi kasus: Pengguna media sosial aplikasi live streaming)*. Skripsi. Jakarta: Universitas UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Hariwidiaswari, R. S., dan Ritonga, S. (2018). Representasi perempuan dalam aplikasi bigo live streaming. *Jurnal Warta ISKI*, 1(02), 7–18.

Hasibuan, R. R. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Tenaga Penjual terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Import Oriflame di Spo 1507. *Jurnal Ekonomi*, *11*(2), 1-12.

Hasibuan, R. R. (2023). The Impact of Dental Satisfaction Questionnaire (DSQ) and Word of Mouth on Patient Satisfaction Educational Dental and Oral Hospital. *Telaah Bisnis*, *23*(2), 129-143.

Hasibuan, R. R., Setyanugraha, R. S., Amelia, S. R., Arofah, A. A., & Pratiwi, A. R. (2021). Penyuluhan Pemanfaatan Air Nira Pohon Kelapa Menjadi Gula Semut untuk Meningkatkan Perkonomian Desa Kuripan Kabupaten Cilacap. *ETHOS: Jurnal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, *9*(1), 107-111.

Indriyani, T., dan Herlina, R. (2021). Makna interaksi host dengan penonton saat live streaming di aplikasi uplive. *Jurnal Profesional FIS UNIVED*, 8(2), 1–6.

Kustiawan, W., dkk. (2022). Komunikasi intrapersonal. *Journal Analytica Islamica,* 11(1), 1-7.

Manggola, A., dan Thadi, R. (2016). Fenomenologi alfred schutz: studi tentang motif pemakaian peci hitam polos. *JOPPAS*, 3(1), 19-25.

Nindito, S. (2013). Fenomenologi Alfred Schutz: Studi tentang konstruksi makna dan realitas dalam ilmu sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 79–95.

Noviariski, Y. (2021). Peran komunikasi intrapersonal sebagai self healing. *Jurnal Komunikasi Dan Bahasa*, 2(2), 107-116.

Pratama, S. V. (2022). *Resepsi Paw Hubbies mengenai cosplay dalam mango live streaming Candy Paw*. Skripsi. Jakarta: Kwik Kian Gie School Of Business

Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Tirtayasa Ekonomika* 12(2), 212–231.

Rahmania. (2019). Komunikasi intrapersonal dalam komunikasi islam. *Jurnal Peurawi*, 2(1), 77-89.

Ramadhani, R. (2023). *Peran media baru live streaming youtube tvri Stasiun Riau Dalam Transmis Informasi*. Skripsi. Riau: Universitas Syarif Kasim Riau.

Ramadhayanti, A. (2023). Penggunaan fitur live streaming sebagai marketing communication dan leadcustomer terhadap peningkatan penjualan. *Jurnal Management Dewantara*. 7(1), 117–128.

Reza, R. R. H., Almas, A. R. D., Widya, W. U., Nisa, A. N. K., & Diky, D. F. M. (2022). Pengembangan Niche Marketing Online Desa Pariwisata Berbasis Konten Lokal dan Pelatihan Pembukuan Keuangan Sedarhana. *Jurnal Mandala Pengabdian Masyarakat*, *3*(2), 141-146.

Risdiantoro, R. (2015). Belajar dan ekspresi diri : Kajian subyektif wellbeing pada mahasiswa. *Seminar Psikologi Dan Kemanusiaan* 2015. Dipresentasikan di Directorat Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Semarang, pada tanggal 13-14 Februari 2015.

Salsabilla, E. H., dan Mahyani, A. (2022). Penegak hukum tindak pidana cyberporn di aplikasi media sosial bigo live (Studi di ditreskrimsus Polda Jatim). *Journal of Law Social-Political Govermance* 2(1), 370–382.

Sandi, K., Hasibuan, R. R., & Ulya, W. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN RISET DI BUSINESS CENTER PURBALINGGA 3 . *DFAME Digital Financial Accounting Management Economics Journal*, *1*(1), 6–12. https://doi.org/10.61434/dfame.v1i1.7

Setyanugraha, R. S., Fitriana, A., & Hasibuan, R. R. (2021). Festival Wisata Online Sebagai Bentuk Komunikasi Pemasaran Dan Peningkatan Kinerja Keuangan UMKM Di Masa Pandemi Covid-19. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *2*(2), 54-62.