**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Konteks Penelitian**

Manusia merupakan makhluk yang tidak dapat hidup sendiri atau mencukupi kebutuhannya tanpa bantuan orang lain. Setiap manusia cenderung untuk berkomunikasi, berinteraksi, dan bersosialisasi dengan manusia lainnya. Sehingga dapat dikatakan bahwa sejak lahir, manusia sudah disebut sebagai makhluk sosial. Manusia dikatakan sebagai makhluk social dikarenakan manusia tunduk pada aturan dan norma sosial, kemudian perilaku manusia mengharapkan suatu penilaian dari orang lain, manusia memiliki kebutuhan untuk berinteraksi dengan orang lain, dan potensi manusia akan berkembang bila hidup di tengah – tengah manusia.

Teknologi komunikasi, internet mengubah komunikasi dengan cara yang sangat mendasar, termasuk melibatkan banyak interaktivitas antara komunikator dan pengguna, dalam arti ia meredefinisi konsep komunikasi dunia maya. Internet menawarkan kesempatan membentuk komunitas yang sebenarnya, orang yang memiliki kesamaan ketertarikan dan bertemu hanya melalui elektronik. Media komunikasi elektronik ini membuat perubahan besar dalam bersosial. Internet menjadi sebuah kebutuhan dan aktifitas tetap manusia sebagai anggota masyarakat. Selain menjadi tuntutan profesi, pengembangan ilmu pengetahuan, berita, dan hiburan, berinternet juga menjadi cara *alternative* seseorang untuk bergaul sebagai makhluk sosial.

Internet memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi dan data yang belum tentu bisa ditemukan secara langsung dalam media cetak yang bisa dijumpai sehari – hari. Terutama karena halangan cara dan biaya yang tidak sedikit. Hanya bermodal sebuah modem dengan jaringan signal Wifi atau kartu perdana dengan paket Internet, seseorang dapat mengakses internet dengan mudah dan bebas selama 24 jam setiap harinya *(non-stop)* di sebagian besar penjuru dunia ini.

Internet gratis juga mudah di dapatkan di tempat – tempat umum seperti lembaga pendidikan, café, mall, dan tempat – tempat rekreasi. Mereka menawarkan jasa *hotspot* atau *free wifi* untuk masyarakat yang memiliki laptop dan smartphone. Di samping itu, banyak tipe ponsel yang telah dilengkapi dengan aplikasi internet. Salah satu fasilitas individu atau masyarakat dunia maya dalam bersosialisasi secara online dapat dilakukan melalui media sosial. Kehadirannya memudahkan masyarakat dalam berinteraksi tanpa batasan ruang dan waktu. Bersifat interaktif dengan berbasis teknologi internet. Di dalamnya mereka saling berbagi pengalaman, berbagi ide dan perasaan dirinya.

*Bigo Live* merupakan jejaring sosial yang diresmikan 16 juni 2010 dimana penggunanya dapat bertanya apapun kepada pengguna lain. Kita dapat bertanya kepada pengguna lain menggunakan identitas maupun tanpa identitas atau Anonim. Sama seperti jejaring sosial yang trend lain seperti facebook, twitter dsb, disini ada sistem *follow/following*. Tetapi kita hanya bisa melihat siapa yang kita *follow*.

*Bigo Live* juga merupakan tempat sharing pesan singkat yang terdiri dari *Chat* yaitu tempat dimana terdapat siaran si pengguna dan pengguna lain yang diikuti oleh pengguna, *Questions* yaitu tempat dimana pengguna dapat melihat pertanyaan yang diberikan oleh pengguna lain kepada pengguna, *My Profile* tempat khusus untuk postingan si pengguna, dan *Friends and Notifications* tempat untuk melihat postingan pengguna lain dan pemberitahuan untuk kita yang menggunakan *Bigo Live*, Sehingga seseorang memenuhi kebutuhan – kebutuhan hidup nyata yang belum terpenuhi seperti dukungan social, rasa memiliki dalam sebuah kelompok, atau pengungkapan rahasia diri seseorang.

Berbeda dengan *website* tanya jawab lain seperti *Quora, Bigo Live* lebih [ditujukan kepada remaja](http://ask.fm/about/safety/about-company), dan pertanyaan-pertanyaan yang ada di *website* ini lebih bersifat pribadi. Sampai saat ini, *Bigo Live* sudah memiliki 112 juta pengguna terdaftar di seluruh dunia. Satu faktor utamanya adalah dirahasiakannya nama pengguna yang mengajukan pertanyaan. Faktor ini, ditambah dengan populernya media sosial di Asia Tenggara termasuk Indonesia, menjadikan *website* ini tempat yang dianggap cocok untuk menanyakan hal pribadi kepada orang lain, atau membuka diri kepada orang lain. Meskipun demikian, pengguna sebenarnya bisa tetap mengungkap identitas mereka ketika hendak bertanya.

Konsep *Bigo Live* masih jauh dari sempurna. Selain itu, website lain yang memiliki konsep kerahasiaan identitas seperti *Whisper*dan[*Secret*](https://www.secret.ly/) masih tidak begitu populer di Asia. Lokalisasi atau membuat platform ini tersedia dalam berbagai macam bahasa juga menjadi salah satu faktor popularitasnya.

Terdapat beberapa kegunaan yang sering digunakan dan harus diketahui untuk memainkannya. Berikut adalah beberapa alasan yang digunakan saat menggunakan *Bigo Live* :

1. Makin Tenar Makin Banyak Uang

Salah satu unggulan *Bigo Live* daripada medsos serupa adalah fitur bayaran. Dengan fitur ini, tiap broadcaster yang dapat banyak *‘BEAN’* bias mendapatkan uang yang banyak. ‘BEAN’bisa didapat jika ada feedback yang positif (semacam LIKE). Berdasarkan kurs BIGO Live, BEAN bisa ditukarkan dengan 1 dolar AS, BEAN tersebut bias ditukarkan jika jumlahnya sudah mencapai 6.700. berdasarkan peraturan, pengguna bias menarik tunai seminggu sekali. **(Ulasan *google playstore* dan *wiki pedia* 2016)**

1. Gamifikasi

Bukan hanya mengandalkan jumlah *viewers* dan *followers*. *BIGO Live* juga mempunyain system leveling. Broadcaster yang baru mempunyai akun sudah pasti memasuki level 1. Begitu pengguna siaran, ditonton makin banyak orang, mendapatkan *follback* dari pengguna levelnya bisa semakin tinggi. Menyerupai seperti *game* MMORPG menggunakan *leveling*. Jika diistilahkan yang dilakukan *BIGO Live* adalah gamafikasi atau meng-*game*-kan sesuatu yang yang pada dasarnya bukan game. Karena itu lah, *media social* ini bisa menggelembung cukup cepat hingga ke permukaan, bahkan masuk 20 besar *apps* gratis terpopuler. **(Ulasan *google playstore* dan *wiki pedia* 2016)**

1. Feedback langsung

Ketika pengguna sedang melakukan siaran langsung, pengguna bisa langsung melihat komentar penonton. Komentarnya diberikan *chat* atau *gift* berupa *BEAN*. Kaarena apresiasi penonton langsung terlihat penyiar selalu memberikan hal yang kreatif selalu memiliki materi penyiaran. *BIGO Live* merupakan campuran fitur siaran langsung seperti televise dengan fitur chat kekinian. **(Ulasan *google playstore* dan *wiki pedia* 2016)**

1. Bisa Melihat Siapa Saja Yang Menonton

Broadcaster juga bisa mencari tahu informasi tentang fans setianya selain bisa melihat komentar penontonnya secara langsung. Karena disetiap tampilan profile penonton setianya akan muncul di profile. Sementara itu, fans akan mendapatkan notifikasi jika broadcaster favoritnya sedang siaran di *BIGO Live*. **(Ulasan *google playstore* dan *wiki pedia* 2016)**

Seorang individu dalam lingkungan sosialnya senantiasa berusaha secara sadar maupun tidak sadar ingin memperoleh citra diri yang baik atau positif di mata orang lain agar diterima dan diakui kehadirannya oleh lingkungan sosialnya. Hal itu dilakukan melalui komunikasi, tindakan, dan perilaku yang wajar. Di media social *Bigo Live* inilah mereka melakukan semua hal tersebut sehingga apa yang mereka tampilkan dalam bentuk pesan video, hal yang disukai, dan komentarnya akan menggambarkan diri mereka secara singkat di mata pengguna *Bigo Live* yang melihatnya. Inilah alasan peneliti memilih *Bigo Live* sebagai salah satu fenomena yang terjadi di kalangan mahasiswa.

Jejaring sosial berkembang pesat dan telah berevolusi sejak pertama kali diciptakan, hal itu terjadi karena pemikiran manusia yang berbeda – beda, keinginan yang tak sama serta kebutuhan dalam berkomunikasi yang ingin memiliki kekhasan dalam cara penyampaiannya meskipun tujuannya tetap sama. Jejaring sosial popular seperti *Friendster* pada tahun 2000an mungkin banyak orang yang menggunakannya dikarenakan belum ada media sosial bertipe seperti itu sebelumnya. Dahulu orang menggunakan program chatting seperti MIRC yang sedikit rumit dan tidak jelas dengan siapa kita berbicara saat itu karena tidak ada identitas dari lawan bicara kita tersebut.

Jejaring sosial adalah suatu struktur social yang dibentuk dari simpul – simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang dijalin dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan, dll. Kemudia secara klasifikasi jejaring sosial diartikan sebagai aplikasi yang mengizinkan user untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Jadi, berbeda antara jejaring sosial, blog, media sosial bertipe konten dan game online.

Fenomenologi (fenomena) adalah salah satu metode pencarian data dalam metode penelitian kualitatif. Fenomenologi merupakan sebauh aliran filsafat yang menilai manusia sebagai sebuah fenomena. Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani, phainomai yang berarti ‘menampak’ dan phainomenon merujuk ‘pada yang nampak’. Fenomenologi mempelajari tentang arti kehidupan beberapa individu dengan melihat konsep pengalaman hidup mereka atau fenomenanya. Fokus dari fenomenologi adalah melihat apakah objek penelitiannya memiliki kesamaan secara universal dalam menanggapi sebuah fenomena.

Permasalahan ini wajib kita teliti dengan baik agar kedepannya pengguna bisa lebih mengetahui bagaimana sebuah jejaring sosial itu sebenarnya diciptakan dan untuk apa serta fungsinya seperti apa agar tidak salah dalam menggunakannya. Peneliti mencoba membelah masalah jejaring sosial *Bigo Live* ini dengan menggunakan Metode Fenomenologi.

Fenomenologi menurut **Engkus** dalam bukunya yang berjudul **Fenomenologi** adalah sebagai berikut :

**Suatu metode penelitian kualitatif. Fenomenologi merujuk pada kata Phainomenon yang artinya menampak jadi bisa dikatakan bahwa fenomena adalah sesuatu yang bisa di lihat dan dirasakan oleh indera manusia. Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani phenomai. Fenomenologi mempelajari tentang arti dari kehidupan individu dengan melihat konsep pengalaman hidup mereka atau fenomenanya. Focus dari fenomenologi adalah melihat apakah objek penelitinya memiliki kesamaan secara universal dalam menanggapi sebuah fenomena (2013:1)**

Metode fenomenologi memiliki tujuan untuk bisa mempelajari fenomena dialami kesadaran, pikiran, dan dalam tindakan, seperti sebagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara estetis.

Tujuan utama fenomenologi adalah mempelajari bagaimana fenomena dialami kesadaran, pikiran, dan dalam tindakan, seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara estetis. Fenomenologi mencoba mencari pemahaman bagaimana manusia mengkontruksikan makna dan konsep-konsep penting, dalam kerangka intersubjektif. Intersubjektif karena pemahaman kita terbentuk oleh hubungan kita dengan orang lain. Walaupun makna yang kita ciptakan dapat ditelusuri dalam tindakan, karya, dan aktivitas yang kita lakukan, tetap saja ada peran orang lain di dalamnya. Jadi fenomenologi adalah ilmu yang mengenai fenomenologi yang dibedakan dari sesuatu yang sudah menjadi, atau disiplin ilmu yang menjelaskan dan mengklarifikasi fenomena, atau studi tentang fenomena. Dengan kata lain, fenomenologi mempelajari tentang fenomena yang nampak di depan mata dan bagaimana penampakannya.

Fenomena sering terjadi di kalangan mahasiswa, baik yang bersifat disengaja atau terjadi dengan sendirinya. Namun tetap mendapatkan porsi khusus dalam benak masyarakat ataupun di hati mahasiswa itu sendiri. Berbicara tentang fenomena di kalangan mahasiswa merupakan suatu pembahasan yang menarik, karena mahasiswa merupakan kaum intelektual yang dinamis dan fleksibel dengan perubahan yang ada.

Proses berkehidupan cara seseorang dalam menjalani hidup pada dasarnya bukanlah persoalan yang mudah. Sebab dalam menjalani hidup, pilihan terhadap apa yang kita kenakan, apa yang kita lakukan, bagaimana kita berinteraksi, dengan siapa saja kita bergaul, serta dimana saja kita menghabiskan waktu dalam kehidupan sehari – hari sangat menentukan bagaimana sikap kita dan perilaku kita terhadap lingkungan sosial.

Ada banyak sekali macam dan bentuk dari fenomena dikalangan mahasiswa, dari yang populer secara umum berlaku disemua perguruan tinggi, sampai yang hanya populer di kampus – kampus tertentu. Fenomena – fenomena tersebut ada yang bersifat dan ada juga yang bersifat negatif.

Mahasiswa ialah generasi penerus yang ditunggu – tunggu oleh bangsa ini. Bangsa ini membutuhkan peran yang bisa melakukan perubahan yang terjadi di tengah – tengah masyarakat. Peran mahasiswa sebagai *agent of change* dan *social control* mengharuskan mahasiswa untuk membuka mata dan peduli terhadap sesamanya. Dengan keberagaman itu dan mahasiswa sebagai makhluk sosial yang selalu ingin tahu akan kemajuan teknologi seperti penggunaan *Bigo Live* diantara mahasiswa.

* 1. **Fokus Penelitian & Pertanyaan Penelitian**

**1.2.1 Fokus Penelitian**

Dewasa ini peneliti memfokuskan penelitian ini pada : **“Bagaimana** **Fenomena jejaring sosial *BIGO live* di Kalangan Mahasiswa FIKOM UNISBA”**.

* + 1. **Pertanyaan Penelitian**

1. Bagaimana motif menggunakan jejaring sosial Bigo live di kalangan mahasiswa FIKOM UNISBA.

1. Bagaimana interaksi yang terjalin dengan orang terdekat setelah menggunakan jejaring sosial *Bigo live* di kalangan mahasiswa FIKOM UNISBA.
2. Bagaimana makna jejaring sosial *Bigo live* di kalangan mahasiswa FIKOM UNISBA.
	1. **Maksud dan Tujuan Penelitian**

**1.3.1 Maksud Penelitian**

Untuk mengetahui dan memahami fenomena pengguna jejaring sosial *Bigo Live* di kalangan mahasiswa FIKOM UNISBA. Kemudian untuk mengetahui permasalahan komunikasi yang terdapat di jejaring sosial tersebut.

**1.3.2 Tujuan Penilitian**

Tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh Peneliti adalah untuk menyelesaikan program studi (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung. Kemudian ada tujuan lain sesuai dengan masalah yang akan di teliti oleh peneliti sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui motif menggunakan jejaring sosial *Bigo live* di kalangan mahasiswa FIKOM UNISBA.
2. Untuk mengetahui interaksi yang terjalin dengan orang terdekat setelah menggunakan jejaring sosial *Bigo live* di kalangan mahasiswa FIKOM UNISBA.
3. Untuk mengetahui makna jejaring sosial *Bigo live* di kalangan mahasiswa FISIP UNISBA.
	1. **Kegunaan Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta nilai guna bagi pengembangan ilmu pada umumnya dalam bidang Ilmu Komunikasi dan Jurnalistik khususnya. Maka kegunaan penelitian ini terbagi menjadi dua golongan, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

**1.4.1 Kegunaan Teoristis**

Ilmu komunikasi merupakan bagian dari ilmu sosial dimana banyak permasalahan dalam komunikasi itu mempengaruhi kehidupan sosial seseorang bahkan orang banyak. Bahwa penelitian ini bisa menambah pengetahuan bagi orang banyak dikarenakan perkembangan dunia online yang amat pesat akan mempengaruhi kehidupan manusia kedepannya. Oleh karena itu studi yang berkaitan media sosial khususnya jejaring sosial bisa menjadi pedoman atau studi bagi orang yang ingin meneliti tentang bagaimana sebuah jejaring sosial itu sebenarnya.

**1.4.2 Kegunaan Praktis**

 1. Peneliti berharap bahwa kedepannya kita bisa lebih cerdas dalam menggunakan jejaring sosial agar bisa mewujudkan masyarakat yang modern dan pintar.

 2. Hasil dari penelitian ini dapat merubah pandangan tentang bagaimana fungsi dan seperti apa jejaring sosial *Bigo live* itu sendiri bagi pengguna dan bagi non user yang belum memahami dengan baik makna jejaring sosial tersebut.

* 1. **Kerangka Pemikiran**

Dalam permasalahan yang peneliti bahas, terdapat pengertian mengenai tindakan sosial dari salah satu ilmuwan sosial yang ahli di bidang sosiologi adalah **Schutz** :

Fenomenologi mengacu pada sebuah benda, kejadian atau kondisi yang tampak oleh mata. Oleh karena itu, fenomenologi merupakan cara yang digunakan manusia untuk memahami dunia melalui pengalaman langsung. Dengan demikian fenomenologi adalah sebuah pengalaman yang nyata.

Salah satu ilmuwan sosial yang berjasa dalam perkembangan fenomenologi adalah **Schutz**, menurutnya dalam **Fenomenologi** karya **Kuswarno** :

 **Menghubungkan antara pengetahuan ilmiah dengan pengalaman sehari – hari dan dari kegiatan di mana pengalaman dan pengetahuan itu berasal. Dengan kata lain mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna dan kesadaran (2013:17).**

Menarik dengan apa yang diungkapkan oleh Schutz bahwa anggota masyarakat berbagi persepsi dasar mengenai dunia yang mereka internalisasikan melalui sosialisasi dan memungkinkan mereka melakukan interaksi dan komunikasi. Seseorang berbagi persepsi mengenai dunia mereka dan memungkinkan adanya komunikasi. Peneliti mencoba ingin mengetahui bagaimana komunikasi yang terjalin setelah masyarakat menggunakan jejaring sosial *Bigo live* dimana hal tersebut merupakan sebuah persepsi mengenai dunia yang mereka internalisasikan. Bahwa setiap orang itu memiliki sebuah pandangan terhadap suatu hal mereka alami suatu hal yang tidak menyenangkan seperti dihujat, mengalami kekerasan seksual dan lain sebagainya dan kita bisa merasakan dan memahami dengan apa yang orang lain itu apabila itu terjadi kepada diri kita.

 Menurut Schutz bahwa Makna Subjektif terbentuk dalam dunia sosial oleh aktor berupa sebuah kesamaan dan kebersamaan (*common and shared*) di antara aktor. Oleh karena itu sebuah makna subyektif disebut juga makna “Intersubjektif”. Kemudian bahwa ada dua fase yang diusulkan Schutz diberi nama tindakan *in-order-to motive* atau motiv masa akan datang dan *because motive* yaitu motif masa lalu.

 Fenomenologi berusaha mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep penting dalam kerangka intersubjektifitas (pemahaman kita mengenai dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain). Dalam fenomenologi Fenomenologi bisa membahas banyak peristiwa, aksi, perilaku, hal yang diluar nalar sesorang, sesuatu yang diluar kesadaran, benda – benda yang dianggap tabu dan dikeramatkan. Sesuai dengan yang diutarakan oleh Schutz bahwa fenomenologi adalah realitas, lalu peneliti menyadari bahwa fenomena Trend jejaring sosial *Bigo live* merupakan sesuatu hal dialami dan disadari serta merupakan sebuah realitas yang dialami oleh kalangan masyarakat dimana didalamnya terdapat banyak permasalahan yang seolah – olah mengiringi trend jejaring sosial tersebut.

Tujuan utama fenomenologi adalah mempelajari bagaimana fenomena dialami dalam kesadaran, pikiran dan dalam tindakan seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara estetis. Fenomenologi mencoba mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep – konsep penting dalam rangka intersubjektivitas. Intersubjektivitas karena pemahaman kita dengan orang lain. Walaupun makna yang kita ciptakan dapat ditelusuri dalam tindakan, karya dan aktivitas yang kita lakukan, tetap saja ada peran orang lain di dalamnya.

Jejaring sosial atau media sosial merupakan media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan berkomunikasi dalam dunia maya dengan kekuatan internet dan teknologi *web*. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh **Andreas K** dan **Michael Haenlein**, sebagai berikut :

**Sosial media sebagai kelompok berbasis internet aplikasi yang dibangun diatas fondasi ideology dan teknologi web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user generated content. (2010 : 59-68)**

Di dalam media sosial terdapat jenis yang berbeda – beda, dan memiliki keunggulan masing – masing. Jejaring sosial telah banyak diminati oleh masyarakat luas dan sangat pesat kemajuannya, didalamnya orang – orang saling terkoneksi dan terhubung baik individu maupun organisasi yang membentuk struktur sosial.

 Menurut penjelasan yang peneliti dapatkan dari ***Wikipedia.com***, Bigo live adalah sebagai berikut :

 ***Bigo Live* adalah Jejaring sosial layanan *live broadcasting* yang memungkinkan setiap orang saling melontarkan tanya-jawab tentang apapun, dimana pertanyaan dan jawaban itu dapat diketahui oleh banyak orang di jejaring yang sama (2016).**

Jejaring sosial *Bigo Live* merupakan jejaring sosial yang baru karena diluncurkan pada bulan maret 2016 dan jadi popular di bulan juli tahun 2016 dimana ponsel pintar ios dan android sebagai pengguna ponsel terbesar telah mendunia dimana sebelumnya *Bigo Live* hanya dapat diakses melalui *Web*.

**Bagan 1.1**

**Bagan Kerangka Pemikiran**

**Fenomena Jejaring Sosial Bigo Live di kalangan Mahasiswa FIKOM UNISBA**

**Fenomena Jejaring sosial Bigo Live di Kalangan Mahasiswa FIKOM UNISBA**

**Fenomenologi**

Schutz (1899 – 1959)

**Motif**

**Interaksi**

**Makna**

Dilihat dari pengguna dalam menggunakan Bigo Live untuk mengajukan pertanyaan dalam hal apapun.

Dilihat dari tujuan pengguna dalam mencari tahu berbagai informasi melalui jejaring sosial Bigo Live.

Dilihat dari Komunikasi yang terjalin dengan orang terdekat setelah menjadi pengguna jejaring sosial Bigo

Live

***Sumber :* Schutz, *Modifikasi Peneliti dan Pembimbing Tahun 2016***