**PEMAKNAAN KONTEN DALAM MEDIA SOSIAL (STUDI PADA PENGGUNA APLIKASI BIGO LIVE DI KALANGAN MAHASISWA JURUSAN ILMU KOMUNIKASI)**

Stella Kesuma, Lusia Savitri

[Stella.915160006@stu.untar.ac.id](mailto:Stella.915160006@stu.untar.ac.id) , [Lusias@fikom.untar.ac.id](mailto:Lusias@fikom.untar.ac.id)

**Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara**

***Abstract***

*The purpose of this research is bigo live which has negative content and many people use the bigo live application so that it attracts a lot of attention. Researchers chose Bigo Live because it has a strong interaction with the community on social media. so researchers are interested in researching because Bigo Live discusses content that is currently attracting the attention of the public. The purpose of this study is to describe the meaning of the audience of the content in Bigo Live. The theory used in this research is reception analysis theory with qualitative research methods. Analysis of the Reception Study uses the criteria of media text readers namely Dominant Reader (dominant hegemonic position), Negotiated Reader (negotiated code / position), and Opposition Reader (operational code / position). Based on the results of the analysis and discussion of the meaning of the audience of content in social media bigo livea, the audience belongs to the category of Dominant (dominant hegemonic position).*

***Keywords:*** *Mass Communication, Social Media, Meaning, Reception.*

**Abstrak**

Penelitian ini dilatar belakangin bigo live yang memiliki konten negatif dan banyaknya orang yang menggunakan aplikasi bigo live ini sehingga menarik banyak perhatian. Peneliti memilih bigo live karena memiliki interaksi yang kuat dengan masyarakat di media sosial. sehingga peneliti tertarik untuk meneliti karena bigo live membahas konten yang sedang ramai menarik perhatian masyarakat. Adapun tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan pemaknaan khalayak terhadap konten yang ada di dalam bigo live. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori analisis resepsi dengan metode penelitian kualitatif. Analisis Studi Resepsi menggunakan kriteria pembaca teks media yaitu Pembaca Dominan (dominant hegemonic position), Pembaca Negosiasi (negotiated code/position), dan Pembaca Oposisi (operational code/position). Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pemaknaan khalayak terhadap konten dalam media sosial bigo livea, khalayak tergolong kategori Dominan (dominant hegemonic position).

**Kata Kunci:** Komunikasi Massa, Media Sosial, Pemaknaan, Resepsi.

**Pendahuluan**

Seiring perkembangannya zaman,tekonologimenjadiserbacanggihdanpraktis.Manusia yang hidup di jamansekarangbisadenganmudahmengakses internet hanyadengan*mobile phone*berbasis android, tidakhanyateknologisaja, polahidupmanusiasekaranginimenjadi modern danserbamudah. Hal inibisadilihatdaripenggunaanteknologikomunikasidaninformasiterkiniuntukberkomunikasisatusamalainnya.

Media sosialmenjadisalahsatukebutuhan yang mendasarbagimanusia di era globalisasisaatini, denganadanya media sosialparapenggunanyabisadenganmudahberpartisipasi,berbagidanmenciptakanisimeliputijejaringsosial, *blog*, *wikipedia ,* forum danduniavirtual. Menurut M. Terry (2009) media sosial adalah suatu media komunikasi dimana pengguna dapat mengisi kontennya secara bersama dan menggunakan teknologi penyiaran berbasis internet yang berbeda dari media cetak dan media siaran tradisional.

Media sosial merupakan situs bagi penggunanya agar dapat berinteraksi dengan pengguna lain dan dapat menampilkan eksistensi diri mereka. Media sosial juga sebagai tempat untuk membagi kegiatan atau aktivitas pengguna. Pengguna juga tidak dirumitkan dalam pembuatan media sosial dan tidak ada batasan ruang dan waktu bagi para pengguna dapat membuka media sosial dalam waktu 24 jam sehingga memberikan kecanduan bagi para pengguna media sosial.

Penggunaan media sosial mengakibatkan berubahnya gaya komunikasi serta karakteristik masyarakat. Dari sekian banyak media sosial, sebagai salah satu contoh yang akan diteliti adalah Bigo Live.

Bigo Live adalahaplikasi media streaming video ( *broadcasting video* ) melalui*smartphone.*Aplikasiinimerupakanaplikasi yang digunakanuntukmenyiarkanaktivitasdirisendirisecara*online*melaluikamera*smartphone* yang bisadilihatolehpenggunaBigo Live lainnyasaatitujuga. Seorang *broadcaster (Host)*Bigo Livebisamenunjukkantalentadanberbagaikemampuanmereka, menyiarkankehidupanpengguna, membangunpenggemarsertamenarikkhalayak.

Antusiasme konsumen lokal tinggi, potensi penyalahgunaannya tidak kalah besar. Sama seperti layanan media sosial yang lain, Bigo Live menyimpan potensi besar untuk hal-hal yang berbau seks dan pornografi. Beberapa rekaman siaran Bigo Live yang diunggah di *YouTube* dan beberapa situs lain tercatat memiliki konten yang menyerempet topik tersebut disebabkan oleh maraknya konten negatif didalamnya. Kemudian Bigo Live membuatfitur kontrol usia dan proaktif memberikan teguran untuk*broadcaster* yang menyiarkan siaran dengan konten vulgar. Setidaknya sampai saat penelitian ini dibuat, pemerintah Indonesia yang terkenal reaktif terhadap konten negatif belum melarang Bigo Live untuk mengudara di Indonesia. Hanya saja media sosial Bigo Live ini semakin ketat pengawasannya bagi yang melanggar peraturan yaitu memberikan sanksi*banned*pada akun Bigo Live pengguna tersebut dari pusat dan tidak diperkenankan untuk melakukan *live streaming* lagi (sumber: <https://m.cnnindonesia.com/teknologi/20190311171555-192-376244/bigo-klaim-blokir-200-ribu-konten-negatif>, diakses pada tanggal 11 September 2019, pukul 22.00 WIB).

# Walaupun adanya pengawasan dan sanksi yang telah dibuat oleh pihak Bigo, tidak membuat para *host* takut untuk melakukan *live streaming* yang berbau seks dan pornografi khususnya *host* perempuan. Hal tersebut masih dilakukan hanya untuk meramaikan *room host* tersebut dan memancing para penggunannya untuk memberikan imbalan berupa *gift* semata.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti memilih menganalisa pengguna media sosial Bigo Live karena ingin mengetahui bagaimana pemaknaan pada konten negatif yang ada dalam media sosial Bigo Live terutama di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi. Peneliti mengangkat permasalahan kedalam judul sebagai berikut : **“PEMAKNAAN KONTEN DALAM MEDIA SOSIAL” (studi pada pengguna aplikasi Bigo Live di kalangan mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi).**

**MetodePenelitian**

Penelitian ini menggunakan strategi penelitian studi kasus karena penulis ingin mencari sebuah informasi yang dapat diperoleh melalui kasus atau permasalahan yang dikaji yakni konten yang ada di dalam media sosial Bigo Live.

**HasilPenemuandanDiskusi**

1. Komunikasi Massa

Penulis mewawancarai 3 orang mahasiswa ilmu komunikasi yang memakai Bigo guna untuk membantu penulis dalam melakukan penelitian. Penulis akan menguraikan dan menjabarkan pemaknaan konten dalam media sosial Bigo Live.

Pada saat ditemui di Universitas Tarumanagara, Steven mengaku menggunakan Bigo Live untuk mencari teman baru dan menjalin hubungan pertemanan yang luas.

*“untuk mencari teman baru dan menjalin hubungan pertemanan yang luas”*

Sedangkan Sella mengaku awal mulanya ia menggunakan bigo karena temannya yang menyarankan untuk download aplikasi bigo.

*“Awal mulanya tu saya menggunakan bigo karena teman saya yang menyarankan saya untuk download aplikasi bigo ini”*

Lalu Nico mengaku menggunakan Bigo Live karena Bigo Live merupakan media sosial yang terkenal pada zaman sekarang.

*“Karena Bigo Live merupakan media sosial yang terkenal pada zaman sekarang”*

Informan penulis menggunakan Bigo Live sebagai komunikasi massa mereka untuk mendapatkan teman dan melalui Bigo Live tersebut mereka mendapatkan pesan-pesan komunikasi.

1. Media Sosial

Hasil Wawancara penulis mengenai pengunaan media sosial bigo dari ketiga narasumber yang pertama Steven mengaku menggunakan bigo seminggu 7-8 jam dikarenakan temannya live.

*“Jarang sih. Paling kalo ada teman live saja saya join. Kurang lebih seminggu 7 – 8 jam”*

Sedangkan Sella mengaku menggunakan bigo sekitar 5 jam nonstop jika tidak ada kerjaan.

“*Tergantung situasi kondisi kalau tidak ada kerjaan bisa sekitar 5 jam nonstop per hari”*

Dan Nico mengaku menggunakan bigo hanya 7jam perminggu

*“Jarang sekitar 7 jam perminggu.”*

1. Pemaknaan

Penulis menanyakan bagaimana pendapat informan mengenai konten yang bermakna positif dan konten yang bermakna negatif untuk mengetahui pemaknaan informan mengenai konten yang ada di dalam Bigo Live.

Steven memberi tanggapan mengenai konten yang memiliki makna positif bahwa ia setuju bila bigo memiliki konten postif agar penggunaan dan pemaknaan konten yang ada di Bigo sesuai dengan penggunaan seharusnya. *“Konten yang positif itu ya saya setuju aja sih agar penggunaan dan pemaknaan konten yang ada disana sesuai dengan penggunaan seharusnya gitu aja sih.”*

Sedangkan Sella memberi tanggapan mengenai konten yang memiliki makna positif adalah konten yang berisi bisa menghibur seperti menambah pengetahuan.

*“Kalau konten yang positif itu bisa menghibur kita kayak menambah pengetahuan misalnya kontennya tentang beauty ni jadi saya tu bisa belajar dari hostnya tentang cara make up jadi kayak temanya apa, tips-tipsnya apa.”*

Lalu Nico mengatakan bahwa ia setuju dengan konten yang memiliki makna positif karena memang harus dimanfaattkan untuk hal yang positif dan berisfat membangun.

*“Setuju, agar penggunaan dan pemaknaan konten yang ada disana sesuai dengan penggunaan seharusnya yaitu harus dimanfaatkan untuk hal yang positif dan bersifat membangun”*

Selain menanyakan informan mengenai konten yang memiliki makna positif, penulis juga menanyakan informan mengenai konten yang memiliki makna negatif.

Steven mengatakan bahwa konten yang memiliki makna negatif harus segera diselesaikan dan ditindaklanjuti.

*“Kalo konten negatif sih seharusnya sih harus di selesaikan dan di tindak lanjuti sih seperti itu.”*

Sedangkan Sella akan langsung mereport akun yang bersangkutan karena menurutnya tidak eti dan tidak layak untuk di tonton banyak orang.

*“Kalo ada konten yang negatif begitu sih biasanya saya akan report akunnya karena ya enggak etis gitu kayak gak layak untuk di tonton buat orang gitu.”*

Nico juga mengatakan bahwa konten yang memiliki makna negatif harus ditindak karena setelah melihat konten tersebut akan menibulkan isu dan pelabelan negatif tentang orang yang membuat konten tersebut.

*“Harus ditindak, konten yang memiliki makna negatif tidak baik untuk dilihat oleh banyak orang, karena setelah melihat konten tersebut akan menimbulkan isu dan pelabelan negatif tentang orang yang membuat konten tersebut”*

1. Resepsi

Dari jawaban-jawaban informan akhirnya penulis ingin mengetahui lebih dalam mengenai informan dalam memaknai isi media bigo live tersebut.

Tujuan dari pembuatan bigo itu agar semua pengguna yang menonton videonya dapat berpartisipasi aktif sehingga anda dapat memberi pendapat melalui obrolan dan berinteraksi dengan pengguna lain serta orang yang sedang bersiaran langsung.

Menurut Steven tujuan dari bigo sudah sejalan karena menurutnya hingga saat ini bigo masih menjadi salah satu tempat untuk berinteraksi aktif antar sesama pengguna.

*“Sejalan sih menurut saya karena hingga saat ini bigo masih menjadi salah satu tempat untuk berinteraksi aktif antar sesama pengguna.”*

Sella juga mengatakan bahwa tujuan dari bigo ini sudah sejalan hanya saja ada oknum tertentu yang tidak menggunakan bigo tersebut dengan bijak

*“ Menurut saya sih tujuan dari bigo ini sudah baik ya tetapi biasanya banyak beberapa orang tu gak berpartisipasi dengan tujuan dari bigo ini tersebut dia kan ga menggunakan aplikasi ini dengan bijak, banyaknya konten-konten negatiflah jadi sebenernya terhambat gitu.”*

Nico juga mengatakan bahwa tujuan dari bigo ini sudah sejalan karena nebar hal positif

*“Sejalan sih karena nebar hal yang positif”*

Dari hasil wawancara diatas penulis menyimpulkan bahwa Steven, Sella, dan Nico termasuk kedalam kategori Posisi hegemonik-dominan (*dominant-hegemonic reading*): pembaca sejalan dengan kode-kode program (yang didalamnya terkandung nilai-nilai, sikap, keyakinan dan asumsi) dan secara penuh menerima makna yang diberikan dan dikehendaki oleh pembuat program.

**Simpulan**

Dari hasil penelitian melalui wawancara mendalam dengan

informan. Melalui hasil temuan penelitian, terdapat 3informan yang berada dalam posisi dominan. Walaupun hasil temuan penelitian mengungkapkan bahwa semua tanggapan/pendapat berada dalam posisi dominan, tetap saja tidak semua informan memahami isi konten secara sama persis seperti yang dimaksudkan oleh bigo tersebut.

Hal ini sesuai dengan apa yang diuraikan dalam analisis resepsi, bahwa apa yang disajikan oleh bigo live akan diresepsi oleh masing- masing informan dan akan diterjemahkan sesuai dengan nilai, asumsi, keyakinan informan, sehingga akan menghasilkan pemaknaan yang beragam.

**Ucapan Terima Kasih**

Penyusunan skripsi ini dapat terlaksana karena bantuan dan dukungan dari banyak pihak. Oleh sebab itu, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang ikut terlibat dan telah membantu peneliti selama proses penelitian ini berlangsung, yaitu:

1. Kepada Tuhan YME atas berkat dan rahmat-Nya yang menyertai penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

2. Kepada Dr. Riris Loisa, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara.

3. Kepada Yugih Setyanto, S.Sos., M.Si., selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara.

4. Kepada Sinta Paramita, SIP., MA., selaku Kaprodi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara.

5. Kepada seluruh narasumber yang telah memberikan kesediaan untuk bekerjasama selama proses penelitian ini.

6. Kepada orang tua dan adik peneliti yang telah memberi dukungan tiada henti kepada peneliti baik selama proses perkuliahan maupun penelitian.

7. Kepada sahabat-sahabat peneliti yang senantiasa telah memberikan semangat dan dukungan.

8. Dan berbagai pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh peneliti

Peneliti mengharapkan bahwa skripsi ini dapat menambah wawasan pihak lain. Di akhir kata penulis mengucapkan sekian dan terima kasih.

Daftar Pustaka

Ardianto, Elvinaro, dkk. 2014. Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Bungin, M.Burhan. 2009. Penelitian Kualitatif. Cetakan ke 3. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Bungin, Burhan. 2011. Penelitian Kualitatif. Jakarta: Kencana Predana Media Group

Gunawan, Imam. 2014. METODE PENELITIAN KUALITATIF: Teori dan Praktik. Jakarta: Bumi Aksara

Judi Motion. 2016. Social Media and Public Relations

Hall, Stuart. 2003. The work of representation: ”Representation: Cultural Representations and Signifying Practices (Culture, Media and Identities series). Ed Stuart Hall Sage publication.

Herdiansyah, Haris. 2011. Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial. Jakarta: Salemba Humanika.

Idrus, M. (2009). Metode penelitian Ilmu Sosial. Yogyakarta: PT. Gelora Akasara Pratama.

Mandibergh. 2012. Hubungan Intensitas Mengakses Sosial Media terhadap Perilaku Belajar Mata Pelajaran Produktif pada Siswa Kelas XI Jasa Boga di SMK N 3 Klaten. Dalam Yuzi Akbari Vindita Riyanti (2016). Skripsi. Yogyakarta: Pendidikan Teknik Boga FT Universitas Negeri Yogyakarta.

McQuail, Denis. 2012. Teori Komunikasi Massa. Jakarta: Salemba Humanika.

Moleong, j, Lexy. 2006. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Moleong, Lexy J. 2009. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya

Moleong, Lexy J. 2013. Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Nasrullah, Rulli. 2017. Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Bandung:Remaja Rosdakarya.

Nazir.Mohammad,Ph.D.(2011). Metode Penelitian. Jakarta : Ghalia Indonesia

Ruslan, Rosady. 2013. Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Sobur, Alex. 2011. Analisis Teks Media. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Jurnal :

<http://eprints.upnyk.ac.id/15963/>

<http://eprints.umm.ac.id/22324/>

<https://journal.untar.ac.id/>

Sumber Online :

<https://m.cnnindonesia.com/teknologi/20190311171555-192-376244/bigo-klaim-blokir-200-ribu-konten-negatif>

<http://www.indotelko.com/read/1552363808/konten-negatif-bigo>

<https://viransyah.wordpress.com/2017/03/05/pengertian-bigolive-dari-sisi-positif-dan-negatif>