

KONSTRUKSI MAKNA BIGO LIVE BAGI PENGGUNA DI KALANGAN UNIVERSITAS RIAU

Mentari Endrilla yoasta
Email : meyoasta@gmail.com

Pembimbing: Nova Yohana, S.sos, M.I.Kom

Jurusan Ilmu Komunikasi-Kosentrasi Manajemen komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau

Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau
Kampus Bina Widya,H.R. Soebrantas Street Km. 12,5 Simpang Baru Pekanbaru 28293
Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

Bigo live is one of the social media that become viral among students in the University of Riau today which became a unique phenomenon of its own. Bigo Live is exist because of the uniqueness features it has, as if feature live streaming, video call and give. Departing from the motive, meaning, experience of the students users of Bigo Live which is very viral at this time. This study aims to determine the motives of students using Bigo Live among the University of Riau, meaning of Bigo Live features For students in the University of Riau, and the experience of Bigo Live users among the University of Riau.

This research method is using a qualitative research method with phenomenological approach. The informants in this study were five users of Bigo Live who selected using purposive technique. Data was collected through in-depth interviews, participant observation, and documentation. This research uses an interactive data analysis model of Miles and Hubermen, using the technique of examining the validity of data through the extension of participation and triangulation.

The results of this study indicate that the motives of Bigo Live users is the motive of the past (because motive) in the form of friend invitation, kepo (knowing every particular object) and trend, and the future motive (in order to motives) in the form of interaction with new people and expertise. The meanings of Bigo Live features for students include Bigo Live as a medium of entertainment, Bigo Live as a Media lecture and Bigo live as an expression of feelings. The communication experience of Bigo Live user is a pleasant experience (Positive) includes adding friendship network, build a good relationship with users and entertaining yourself. Unflattering (negative) experiences include blasphemous accounts resulting in discomfort, and Bigo Live users who use Bigo Live badly.

PENDAHULUAN

Internet membawa perubahan yang cukup signifikan terhadap kehidupan masyarakat. Salah satu perubahan nyata yaitu internet semakin membuat jarak

terasa lagi. Membuat segalanya menjadi semakin mudah dalam mengekspresikan keinginannya melalui internet. Untuk menarik simpati khalayak umum, internet

menyajikan berbagai inovasi-inovasi baru mengikuti perkembangan zaman. Seperti munculnya berbagai jenis media sosial didalam situs internet yang mengizinkan masyarakat untuk menggunakannya tanpa batasan ruang dan waktu. Semakin banyak konten yang terdapat pada media sosial, semakin banyak pula peluang media sosial diminati oleh masyarakat. Fenomena kemunculan berbagai situs media sosial pada internet telah menjadi suatu hal yang sangat menarik. Terlebih lagi, saat ini ada banyak media sosial yang menarik minat masyarakat. Situs dan media internet tersebut memiliki banyak aplikasi seperti; *Facebook, Twitter, Instagram, Path, Bigo Live* dan *Snapchat*

Bigo Live merupakan aplikasi *live video chat streaming* media sosial yang paling terbaru dan makin terkenal di kalangan komunitas *online*. Bigo live semenjak baru diluncurkan oleh Bigo Ltd pada Maret 2016 yang berbasis di Singapura ini menjadikan Bigo Live sebagai aplikasi *best seller download* di Google Store dan AppStore ketika semakin meningkatnya penggunaan *broadcasting* di *Terminal Mobile*. Kini, Bigo Live menikmati popularitas yang luas di Thailand, Vietnam, Indonesia, Laos dan Kamboja serta mendominasi pasar *broadcasting* di negara-negara tersebut. Kehadiran Bigo Live semakin stabil dan memukau diantara semua produk *broadcasting* yang ada di tahun 2016.

Bigo Live termasuk aplikasi *cam to cam* yang dapat berinteraksi langsung antara satu penyiar dengan banyak pemirsa. Begitupun halnya dengan aplikasi sosial media Bigo Live yang saat ini sedang heboh di kalangan anak muda di Indonesia. Bigo Live termasuk *personal broadcaster* berbasis android. Ini adalah salah satu aplikasi yang menyedot banyak kouta, karena membuat pemakaiannya *full streaming*, tapi tidak akan terasa jadi masalah jika aktivitasnya tercover *wifi*.

Live streaming merupakan fitur utama pada Bigo Live, *live streaming*

merupakan siaran langsung yang di siarkan kepada semua orang pada waktu bersamaan sesuai dengan kejadian sesungguhnya, melalui media komunikasi (*smartphone*) data yang terkoneksi oleh internet. *live streaming* pada Bigo Live digunakan untuk menyiarkan secara langsung yang direkam melalui kamera *smartphone* agar dapat dilihat oleh siapapun dan dimanapun dalam waktu yang bersamaan. Semakin banyak orang yang suka dengan *broadcast streaming* yang dilakukan oleh penyiar, semakin banyak juga *follower* yang akan dia punya. Penyiar di Bigo Live juga memiliki jenjang karir/level, semakin banyak *gift* yang diberikan semakin cepat pula naik levelnya. Aplikasi Bigo Live juga memungkinkan untuk melakukan pengiriman pesan/*chatting* kepada *broadcaster* yang di favoritkannya. Pemirsa juga dapat memberikan "*hearts, lollipops, atau reward* apapun yang tersedia kepada *broadcaster* yang ditontonnya.

Bigo Live memiliki kelebihan yaitu siaran sekaligus mendapatkan uang dari hasil *Broadcasting* secara *Live*. semakin banyak orang yang datang ke *channel Broadcast* dan member *Gift* (istilah pemberian hadiah melalui icon). Semakin banyak orang yang memberikan *Gift* maka akan semakin banyak *Diamond* yang terkumpul, yang pada akhirnya nanti *Diamond* ini dapat ditukarkan menjadi uang cash.

Penyiar (*broadcaster*) dapat mengundang penonton untuk video call dengan penyiar. Dimana penonton dapat berbicara langsung dengan penyiar, seputar tema atau topik yang diangkat. Tentu hal ini merupakan salah satu daya tarik dari media sosial bigo live. Karena secara tidak langsung adanya komunikasi tatap muka antara penyiar dengan penonton. Selain itu penyiar dapat melihat siap saja yang menonton dan melihat komentar-komentar dari penonton, seputar tema atau topik yang diangkat.

Selain itu, Bigo Live juga memiliki system filter kata-kata sensitif, kata-kata

negatif atau konten yang berbau SARA. Ketika para pengguna secara sengaja menggunakan atau mengetikkan kata-kata yang tidak berkenan, sistem akan secara otomatis mengenali dan memberikan peringatan. Begitupun ketika mulai tampil live, pada layar akan muncul garis cepat dan peringatan kepada para pengguna yang menggunakan kata-kata tidak beradab, gerakan tidak sopan dan kata-kata yang dilarang. Tim monitoring ini lah yang melakukan pengecekan konten selama 24 jam penuh selama 7 hari, serta melakukan penguncian permanen terhadap akun yang telah melanggar peraturan dengan membuat konten negative di Bigo Live.

Fenomena seperti ini menjadi menarik untuk dikaji lebih dalam, oleh karena melihat begitu banyak dizaman sekarang ini menjadikan Bigo Live sebagai tempat untuk mengekspresikan perasaan mereka. Para pengguna Bigo Live merasa lebih nyaman mengekspresikan perasaan mereka di dunia virtual di bandingkan dunia nyata.

Tentunya sebagai mahasiswa kita pernah mendengar beberapa fenomena yang 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.

Peneliti melakukan observasi sementara di area perkampusan Universitas Riau. Peneliti menemukan salah seorang mahasiswa atau pengguna aplikasi bigo live, yang asik dengan media sosialnya. Peneliti melakukan wawancara tentang ketertarikannya untuk menggunakan media sosial bigo live sebagai berikut:

“Bagi pribadi saya media sosial bigo live ini sangat menarik, karena kita dapat membuat video langsung yang dapat

ditonton oleh semua pengguna bigo live. Kita juga dapat melihat komentar dan siapa saja yang menonton siaran langsung yang dibuat. Media sosial ini dapat mengundang penonton untuk berbicara langsung dengan kita (penyiar) (Wawancara dengan Atikah, Ilmu Pemerintahan, 27 Januari 2017)

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 sosial Bigo Live inilah mereka melakukan semua hal tersebut sehingga apa yang mereka tampilkan dalam bentuk *live streaming*, 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.

Keunggulan yang disediakan media sosial ini para penggunanya yaitu kalangan mahasiswa sangat berantusias untuk menggunakan aplikasi tersebut. Fenomena Bigo Live juga dirasakan oleh mahasiswa-mahasiswa Universitas Riau. Sebagai salah satu kampus terbesar yang berada di provinsi Riau, trend menggunakan media sosial menjadi bagian serta topik dikalangan mahasiswa.

Sebagai salah satu pengguna Bigo Live penulis mencoba mengamati perilaku komunikasi para pengguna Bigo Live di dunia maya. Sebab melihat fenomena pengguna media sosial, banyak sekali alasan yang mereka ungkapkan mengapa mereka tertarik menggunakan Bigo Live sebagai media komunikasi, dengan adanya kemajuan teknologi yang ada, membuat komunikasi tatap muka berubah menjadi komunikasi dunia maya, yang tidak

mengharuskan mereka untuk bertemu langsung, namun dengan komunikasi melalui jejaring sosial ini mereka bisa saling menyapa bahkan menjalin komunikasi yang lebih intens di dunia maya.

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 Bigo Live ini dengan menggunakan Metode Fenomenologi.

Banyaknya kelebihan yang ditawarkan Bigo Live tersebut, tentunya membuat banyak orang tertarik untuk menggunakannya. Tapi apa sebenarnya makna pengguna Bigo Live sebagai media

TINJAUAN PUSTAKA

Fenomenologi Alfred Schutz

Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani, '*phainomenon*' yaitu "yang nampak". Fenomenologi pertama kali di cetus oleh Edmund Husserl. Fenomenologi dikenal sebagai aliran filsafat sekaligus metode berpikir yang mempelajari fenomena manusiawi tanpa mempertanyakan penyebab dari fenomena tersebut serta realitas objektif dan penampakkannya.

Tujuan utama fenomenologi ialah mempelajari bagaimana fenomena dialami alam kesadaran, pikiran dan dalam tindakan, seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara estetis. Fenomenologi mencoba mencari pemahaman bagaimana manusia mengonstruksi makna dan konsep-konsep penting, dalam kerangka intersubjektivitas (Kuswarno, 2009:2).

Pendekatan fenomenologi merupakan tradisi penelitian kualitatif yang berakar pada filosofi dan psikologi, dan berfokus pada internal dan pengalaman sadar seseorang. Pendekatan fenomenologi untuk mempelajari kepribadian di pusatkan pada pengalaman individual-pandangannya pribadi terhadap dunia (Atkinson, dkk,

komunikasi bagi para pengguna di Universitas Riau. Sehingga banyak diri mereka memilih menggunakan Bigo Live. Melihat dari fenomena banyaknya pengguna yang menggunakan Bigo Live, dapat dikatakan bahwa pengguna Bigo Live bukan hanya sebagai fenomena yang biasa, penelitian ini akan mengungkapkan pemaknaan yang lebih mendalam tentang penggunaan Bigo Live sebagai media komunikasi di kalangan mahasiswa Universitas Riau.

Berdasarkan latar belakang tersebut tujuan penelitian ini adalah untuk mengkonstruksi makna terkait dengan Motif, makna Bigo Live dan pengalaman yang dialami para pengguna Bigo Live, maka fenomena komunikasi menjadi pertanyaan utama dalam penelitian ini.

2011:57). Pendekatan fenomenologi menggunakan pola pikir subjektivisme yang tidak hanya memandang masalah dari suatu gejala yang tampak, akan tetapi berusaha menggali makna di balik setiap gejala itu (Kuswarno, 2009:7).

Alfred Schutz adalah ahli teori fenomenologi yang paling menonjol sekaligus yang membuat fenomenologi menjadi cari khas bagi ilmu sosial hingga saat ini. Bagi Schutz, tugas utama fenomenologi ialah mengkonstruksi dunia kehidupan manusia "sebenarnya" dalam bentuk yang mereka sendiri alami. Realitas dunia tersebut bersifat intersubjektif dalam arti bahwa anggota masyarakat berbagi persepsi dasar mengenai dunia yang mereka internalisasikan melalui sosialisai dan memungkinkan mereka melakukan interaksi atau komunikasi (Kuswarno,2009:110)

Dalam pandangan Schutz, manusia adalah makhluk sosial, sehingga kesadaran akan dunia kehidupan sehari-hari adalah kesadaran sosial. Manusia dituntut untuk saling memahami satu sama lain, dan bertindak dalam kenyataan yang sama. Sehingga, ada penerimaan timbal balik,

pemahaman atas dasar pengalaman bersama, dan tipikasi atas dunia bersama. Melalui tipikasi inilah manusia belajar menyesuaikan diri ke dalam dunia yang lebih luas, dengan juga melihat diri kita sendiri sebagai orang yang memainkan peran dalam situasi tipikal (Kuswarno, 2009:18).

Jadi, kehidupan kehidupan totalitas masyarakat, setiap individu menggunakan simbol-simbol yang telah diwariskan padanya, untuk memberi makna pada tingkah lakunya sendiri (Kuswarno, 2009:18). Dengan kata lain, ia menyebut manusia sebagai “aktor”. Ketika seseorang melihat atau mendengar apa yang dikatakan atau diperbuat aktor, maka dia akan memahami makna dari tindakan tersebut. Dalam dunia sosial ini disebut sebagai sebuah “realitas interpretif” (*interpretive reality*). Dimana, makna subjektif yang terbentuk dalam dunia sosial para aktor berupa sebuah “kesamaan” dan “kebersamaan” (Kuswarno,2009:110). Sehingga sebuah makna disebut sebagai intersubjektif.

Inti pemikiran Schutz adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Dimana, tindakan sosial merupakan tindakan yang berorientasi pada **Interaksi Simbolik George Herbert Mead**

Teori interaksi simbolik pertama kali dicetuskan oleh George Herbert Mead (1863-1931). Namun, Herbert Blummer yang merupakan seorang mahasiswa Mead yang mengukuhkan teori interasksi simbolik sebagai suatu kajian tentang berbagai aspek subjektif manusia dalam kehidupan sosial (Kuswarno, 2009:113).

Teori interaksi simbolik didasarkan pada ide-ide mengenai diri dan hubungannya dengan masyarakat. Orang tergerak untuk bertindak berdasarkan makna yang diberikannya pada orang, benda, dan peristiwa. Makna-makna ini diciptakan dalam bahasa yang digunakan orang, baik untuk berkomunikasi dengan orang lain maupun dengan dirinya sendiri, atau pikiran pribadinya. Bahasa memungkinkan orang untuk

perilaku orang atau orang lain pada masa lalu, sekarang dan akan datang. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep pendekatan yang implisit. Dengan kata lain, mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna, dan kesadaran. Manusia mengkontruksi makna di luar arus utama mengalami melalui proses “tipikasi”. Hubungan antara makna pun diorganisasi melalui proses ini, atau biasanya disebut *stock of knowledge*. (Kuswarno, 2009: 18)

Untuk menggambarkan keseluruhan tindakan seseorang, Schutz mengelompokkannya dalam dua fase, yaitu :

- a) *In-order-to-motive* (Um-zu-motiv), yaitu motif yang merujuk pada tindakan di masa yang akan datang. Dimana, tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki tujuan yang telah ditetapkan.
- b) *Because Motives* (*Weil Motiv*), yaitu tindakan yang merujuk pada masa lalu, dimana, tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki alasan dari masa lalu ketika ia melakukannya.

mengembangkan perasaan mengenai diri dan untuk berinteraksi dengan orang lainnya dalam sebuah komunitas (West and Turner, 2009: 98).

Sehingga, interaksi simbolik berasumsi bahwa manusia dapat mengerti berbagai hal dengan belajar dari pengalaman. Persepsi seseorang selalu diterjemahkan dalam simbol-simbol. Sebuah makna dipelajari melalui interaksi di antara orang-orang, makna tersebut muncul karena adanya pertukaran simbol-simbol dalam kelompok sosial. (Kuswarno, 2009:114).

Dalam konteks komunikasi interpersonal, interaksi simbolik menjelaskan bahwa pikiran terdiri dari sebuah percakapan internal yang merefleksikan interaksi yang telah terjadi antara seseorang dengan orang lain. Selain

itu, seseorang akan menjadi manusiawi hanya melalui interaksi dengan sesamanya. Interaksi yang terjadi antara manusia akan membentuk masyarakat sehingga manusia secara aktif membentuk perilakunya sendiri. Studi tentang perilaku manusia berdasarkan perspektif interaksi simbolik membutuhkan pemahaman tentang tindakan tersembunyi manusia itu, bukan sekedar tindakan luar yang terlihat (Kuswarno, 2009:114).

Teori interaksi simbolik adalah hubungan antara simbol dan interaksi. Menurut Mead, orang bertindak berdasarkan makna simbolik yang muncul dalam sebuah situasi tertentu. Sedangkan simbol adalah representasi dari sebuah fenomena, dimana simbol sebelumnya sudah disepakati bersama dalam sebuah kelompok dan digunakan untuk mencapai sebuah kesamaan makna bersama. (West dan Turner, 2009: 104)

Mead menjelaskan tiga konsep dasar teori interaksi simbolik, yaitu:

1. Pikiran (*Mind*)

Yaitu kemampuan untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama, dimana setiap manusia harus mengembangkan pemikiran dan perasaan yang dimiliki bersama melalui interaksi dengan orang lain. Terkait erat dengan pikiran ialah pemikiran (*thought*), yang dinyatakan sebagai percakapan di dalam diri seseorang. Salah satu aktivitas yang dapat diselesaikan melalui pemikiran ialah pengambilan peran (*role-taking*) atau kemampuan untuk menempatkan diri seseorang di posisi orang lain. Sehingga, seseorang akan menghentikan perspektifnya sendiri mengenai suatu pengalaman dan membayangkannya dari perspektif orang lain (Turner, 2009:105)

2. Diri (*Self*)

Mead mendefinisikan diri (*self*) sebagai kemampuan untuk merefleksikan diri kita sendiri dari perspektif orang lain. Dimana, diri berkembang dari cara seseorang membayangkan dirinya dilihat oleh orang lain atau disebut sebagai cermin diri (*looking glass self*). Konsep ini

merupakan hasil pemikiran dari Charles Horton Cooley (Turner, 2009:106). Konsep ini merupakan hasil pemikiran dari Charles Horton Cooley (Turner, 2009:106). Menurut Cooley, menggunakan orang lain sebagai cermin untuk menunjukkan siapa kita dengan membayangkan bagaimana pandangan orang terhadap dan bagaimana mereka menilai kita, dan penampilan serta penilaian keputusan ini menjadi gambaran tentang diri kita. Sehingga, kita melihat diri kita sendiri dalam pantulan dari pandangan orang lain.

Menurut Mead melalui bahasa, orang mempunyai kemampuan untuk menjadi subjek dan objek bagi dirinya sendiri. Sebagai subjek ("I" atau "Aku") kita bertindak, bersifat spontan, impulsif, serta kreatif; dan sebagai objek ("Me" atau Daku), kita mengamati diri kita sendiri bertindak, bersifat reflektif dan lebih peka secara sosial (Turner, 2009:106-107).

3. Masyarakat (*Society*)

Mead baragumen bahwa interkasi mengambil tempat di dalam sebuah struktur sosial yang dinamis-budaya, masyarakat, dan sebagai nya. Individu-individu lahir ke dalam konteks sosial yang sudah ada. Mead mendefinisikan masyarakat sebagai sebuah jejaring hubungan sosial yang diciptakan manusia. Invidu-individu terlibat di dalam masyarakat melalui perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela. Masyarakat terdiri atas individu-individu yang mempengaruhi perilaku, pikiran, dan diri, yaitu orang lain secara khusus atau orang-orang yang dianggap penting, seperti orang tua, kakak, atau adik, teman serta kolega nya (Turner, 2009:107-108); dan kelompok rujukan (*reference group*), yaitu kelompok yang secara emosional mengikat kita, misalnya: RT, Ikatan Serjana Komunikasi, dan lain sebagainya. Dimana, pandangan diri anda tentang keseluruhan pandangan orang lain terhadap anda disebut *generalized others* (Rakhmat, 2008:104).

Kontruksi Makna

Kontruksi makna adalah sebuah proses saat individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensors mereka untuk memberikan arti bagi lingkungan mereka. Ringkasnya kontruksi makna adalah proses produksi makna melalui bahasa, konsep kontruksi makna bisa berubah, akan selalu ada pemaknaan baru dan pandangan baru dalam konsep representasi yang sudah pernah ada. Karena makna sendiri juga tidak pernah tetap, ia selalu berada dalam posisi negosiasi yang disesuaikan dengan situasi yang baru. Ia adalah hasil praktek penandaan, praktek yang membuat sesuatu hal bermakna sesuatu (Juliatuti, 2000:34).

Kontruksi makna dapat dipahami sebagai sebuah proses ketika seseorang mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan mereka untuk memberikan arti bagi lingkungan atau objek disekitar mereka. Kontruksi makna juga dapat diartikan sebagai proses dengan mana orang mengorganisasikan dunia dalam perbedaan yang signifikan. Proses ini kemudian dijalankan melalui kontruksi kode-kode sosial, budaya, dan sejarah yang spesifik.

Konsep yang digunakan dalam proses sosial pemaknaan melalui sistem penandaan yang tersedia. Ringkasnya kontruksi makna adalah produksi makna melalui bahasa,serta konsep konstruksi makna bisa berubah-ubah. Akan selalu ada pemaknaan baru dan pandangan baru dalam konsep representasi yang sudah pernah ada. Karena makna sendiri juga tidak pernah tetap, ia selalu berada dalam proses negosiasi yang disesuaikan dengan situasi yang baru. Makna adalah hasil praktek penandaan, praktek yang membuat suatu hal bermakna sesuatu.

Makna dari objek yang terdapat dalam dunia nyata dihasilkan melalui pengalaman individu dengan objek tersebut. Aliran konstruktivisme memahami bahwa konsep dari makna yang dihasilkan oleh individu dikonstruksi berdasarkan kumpulan pengetahuan (*stock of knowledge*) individu yang dipengaruhi oleh pengalaman-pengalamannya. Realitas dari

sebuah objek nyata merupakan keterkaitan individu terhadap objek tersebut (Bungin, 2009:3)

Motif

Motif menunjuk hubungan sistematis antara respon atau suatu himpunan respon dengan keadaan dorongan tertentu (Ahmadi, 2009:191). Motif manusia merupakan dorongan, keinginan, hasrat dan tenaga penggerak lainnya yang berasal dari dalam dirinya, untuk melakukan sesuatu. Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya memiliki motif.

Motif timbul karena adanya kebutuhan atau *need*. Kebutuhan dapat dipandang sebagai kekurangan adanya sesuatu, dan ini membuat segera pemenuhannya agar segera mendapatkan keseimbangan. Situasi kekurangan ini berfungsi sebagai suatu kekuatan atau dorongan alasan yang menyebabkan seseorang bertindak untuk memenuhi kebutuhan. Secara ringkas, motif adalah sesuatu dorongan yang ada pada diri individu yang menggerakkan atau membangkitkan sehingga individu itu berbuat sesuatu (Ahmadi, 2009:196-197).

Schutz berpendapat penafsiran merupakan cara bagaimana memahami tindakan sosial. Dimana, tindakan sosial merupakan tindakan yang berorientasi pada perilaku orang atau orang lain pada masa lalu, sekarang dan akan datang. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implisit. Dengan kata lain, mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna, dan kesadaran. Manusia mengkonstruksi makna di luar arus utama pengalaman melalui proses "tipikasi". Hubungan antara makna pun diorganisasi melalui proses ini atau biasa disebut *stock of knowledge* (Kuswarno, 2009:18).

Schutz mengelompokkannya dalam dua fase untuk menggambarkan keseluruhan tindakan seseorang yaitu:

a) Because motives (*Well Motiv*)

Well motiv yaitu tindakan yang merujuk pada masa lalu, dimana tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki alasan dari masa lalu ketika ia melakukannya. Dalam setiap *genuine because-motivation*, pengalaman yang memotivasi dan sudah dimotivasi memiliki karakter masa lalu temporer. Pembentukan *genuine why-question* umumnya menjadi mungkin hanya setelah pengalaman dimotivasi muncul dan ketika seseorang melihat kembali kebelakang sebagai keseluruhan bagian dari dirinya. Pengalaman yang memotivasi menjadi masa lalu sekali lagi dalam hubungan dengan yang sudah dimotivasi, dan kita mendesain referensi intensional kita sebagaimana berfikir dalam pluperfect tense saya bisa mengatakan hal ini benar “karena” sebuah pengalaman yang dimotivasi, dalam kasus kita racangan dan ini harus selesai dengan realiti atau fantasi dalam future perfect tense. Konteks makna kebenaran because-motive selalu menjadi penjelasan setelah kejadian (Schutz, 1967:93)

b) *In-order-to-motive (Um-zu-Motiv)*

Um-zu-Motiv yaitu motif yang merujuk pada tindakan dimasa yang akan datang. Dimana, tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki tujuan yang telah ditetapkan (Kuswarno, 2009:18).

Motivasi *in-order-to* adalah sebuah konteks makna yang dibangun dalam konteks pengalaman yang terdapat dalam momen proyeksi. Urutan tujuan makna itu sendiri adalah fakta sebuah konteks pengalaman masa lalu, pengalaman yang melibatkan keberhasilan realisasi tujuan tertentu dengan penggunaan makna tertentu. Setiap pra perkiraan motivasi *in order to* seperti stok pengalaman yang ditingkatkan menjadi status “saya-dapat-melakukannya-lagi” (Schutz, 1967:89).

Sejauh mana struktur makna masa lalu ini dapat dicapai ditentukan dengan rentang proyek dan secara pragmatis dikondisikan. Kedua hal-proyek dan tujuan tindakan dapat dijamin dan diabaikan

hingga beberapa keadaan istimewa tertentu. Seperti pertanyaan mengenai orang lain, dapat mendorong seseorang untuk memperhitungkan. Dalam sebuah kesempatan aktor akan selalu menjawab pertanyaan :“mengapa?” dengan pernyataan *in-order-to* atau pertanyaan pseudo because, semuanya tergantung pada apakah dia memikirkan tujuannya atau tujuan yang sudah diproyeksikan sebelumnya (Schutz, 1967:90).

Pengalaman Komunikasi

Menurut Endarmoko pengalaman berasal dari kata “alami”, yang artinya melakoni, mengalami, menempuh, mengarungi, menghadapi, menyebrangi, menanggung, mendapat, menyelami, merasakan (dalam Abadi, 2013:67). Pengalaman ialah hasil persentuhan alam dengan panca indra manusia. Pengalaman memungkinkan seseorang menjadi tahu dan hasil tahu ini kemudian disebut pengetahuan.

Pengalaman merupakan sesuatu yang dialami. Seorang individu memiliki pengalaman melalui pengetahuan. Moustakas (dalam Wirman, 2002: 52) mengatakan bahwa “*all objects of knowledge must conform to experience*”. Pengetahuan melandasi kesadaran yang membentuk pemaknaan. Kesadaran dan pemaknaan inilah yang mendorong individu untuk melakukan tindakan atau perilaku tertentu.

Schutz (dalam Wirman, 2012:52) mengatakan “*behavior is anexperience of consciousness that bestows meaning through spontaneous activity*”, setiap peristiwa yang dialami akan menjadi sebuah pengalaman bagi individu. Pengalaman yang diperoleh mengandung suatu informasi atau pesan tertentu. Informasi ini akan diolah menjadi pengetahuan. Dengan demikian berbagai peristiwa yang dialami dapat menambah pengetahuan individu.

Hafiar mengatakan bahwa suatu peristiwa yang mengandung unsur komunikasi akan menjadi pengalaman komunikasi tersendiri bagi individu, dan

pengalaman komunikasi yang dianggap penting akan menjadi pengalaman yang paling diingat dan memiliki dampak khusus bagi individu tersebut (dalam Wirman, 2012: 53). Menurut Radford (dalam Wirman, 2012: 53), pengalaman yang dijadikan landasan bagi individu untuk melakukan tindakan, adalah pengalaman yang melekat pada suatu “*people is retrieving a memory of a prior experience of phenomena*”.

Pengalaman atas fenomena yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengalaman atas fenomena komunikasi. Komunikasi dapat di definisikan sebagai “*a systemic process in which individual interact with and through symbols to create and interpret meaning*” (dalam Wirman, 2012: 53). Artinya komunikasi merujuk pada suatu proses yang bersifat sistemik diantara individu yang berinteraksi melalui simbol tertentu untuk menghasilkan dan menginterpretasikan makna.

Pengalaman komunikasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sesuatu yang dialami individu dan berkaitan dengan aspek komunikasi, meliputi proses, simbol maupun makna yang dihasilkan, serta dorongannya pada tindakan. Dengan demikian pengalaman komunikasi mahasiswa Universitas Riau selama menggunakan Bigo Live menjadi salah satu Fokus dalam penelitian ini.

Selanjutnya pengalaman akan di kategorikan oleh individu melalui karakteristik pengalaman tersebut berdasarkan pemaknaan yang diperolehnya, hal sesuai yang dikatakan oleh Moustakas (dalam Wirman, 2012: 54), “*every experiencing has its reference of direction toward what is experienced, every experienced phenomena refers to or reflects a mode of experiencing to which it is present*”. Artinya pengalaman merujuk pada sesuatu yang dialami dan fenomena yang dialami akan di klarifikasikan menjadi pengalaman tertentu.

Pernyataan tersebut memberi gambaran bahwa setiap pengalaman memiliki karakteristik yang berbeda,

meliputi tekstur dan struktur yang ada dalam tiap-tiap pengalaman. Pengalaman komunikasi yang dimiliki oleh mahasiswa Universitas Riau yang menggunakan Bigo Live akan di kategorisasi menjadi jenis-jenis pengalaman tertentu yang meliputi pengalaman positif (menyenangkan) dan Pengalaman negatif (tidak menyenangkan).

Dalam perspektif fenomenologi klasik, upaya untuk mendeskripsikan tipe-tipe pengalaman di masa lampau. Husserl dan Merleau Ponty menamakannya sebagai *pure description of lived* atau deskripsi murni adari pengalaman hidup (Kuswarno dalam Wirman, 2012; 55). Heidegger menamakannya sebagai *hermeneutic* yaitu menginterpretasikan tipe-tipe pengalaman dengan menghubungkannya dengan aspek-aspek istimewa dari konteks yang melatar belakangnya.

Penjelasan mengenai pengalaman komunikasi yang menyenangkan dan tidak menyenangkan dapat diawali dengan pernyataan, komunikasi memiliki dimensi isi dan dimensi hubungan (mulyana dalam Wirman, 2012: 55). Hal ini berarti pengalaman komunikasi yang menyenangkan (*positif*) dapat ditinjau, antara lain melalui suatu hubungan yang menunjukkan adanya kehangatan sikap, penerimaan dan perhatian satu sama lain, sedangkan pengalaman komunikasi yang tidak menyenangkan (*negatif*) berarti sebaliknya.

Bigo Live

Bigo Live merupakan aplikasi *live video chat streaming* media sosial yang paling terbaru dan makin terkenal di kalangan komunitas *online*. Bigo live semenjak baru diluncurkan oleh Bigo Ltd pada Maret 2016 yang berbasis di Singapura ini menjadikan Bigo Live sebagai aplikasi *best seller download* di Google Store dan AppStore ketika semakin meningkatnya penggunaan *broadcasting* di *Terminal Mobile*. Kini, Bigo Live menikmati popularitas yang luas di Thailand, Vietnam, Indonesia, Laos dan Kamboja serta mendominasi pasar *broadcasting* di negara-negara tersebut.

Kehadiran Bigo Live semakin stabil dan memukau diantara semua produk *broadcasting* yang ada di tahun 2016.

Bigo Live pertama kali hadir secara *online* di Thailand pada tanggal 12 Maret 2016, dan langsung menempati no. 1 di daftar unduhan gratis AppStore di Thailand pada bulan April 2016, tetap pada 10 peringkat teratas di Vietnam pada bulan Mei 2016, dan meraih peringkat no. 1 teratas di AppStore selama sepuluh hari berturut-turut. Produk ini telah memenangkan 10 juta pengguna global dalam waktu empat bulan, dengan lebih dari 7 juta pengguna aktif setiap bulannya yang berada di Negara-negara Asia Tenggara, seperti Thailand, Vietnam, Kamboja, Indonesia, dll.

Mahasiswa

METODE PENELITIAN

Penelitian Kualitatif

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi fenomenologi sebagai desain penelitiannya. Penelitian kualitatif dalam pandangan fenomenologis berusaha memahami arti peristiwa dan kaitannyakaitannya terhadap orang-orang yang berada dalam situasi-situasi tertentu (Moleong, 2005: 17). Sedangkan Menurut Bungin (2005: 9). Penelitian ini diadakan pada bulan februari sampai november 2017, di Universitas Riau. dikarenakan penelitian ini menggunakan metode kualitatif

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Motif Menggunakan Bigo Live Sebagai Media Komunikasi Bagi Para Mahasiswa Universitas Riau

a. Motif masa lalu (*because motive*)

Because motive yaitu tindakan yang merujuk pada masa lalu. Dimana, tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki alasan dari masa lalu ketika ia melakukannya. Dalam *because motive*, mahasiswa pengguna Bigo Live melihat kembali kebelakang untuk menemukan pengalaman yang memotivasinya menggunakan Bigo Live

Mahasiswa merupakan suatu kelompok dalam masyarakat yang memperoleh statusnya karena ikatan dengan perguruan tinggi. Mahasiswa juga merupakan calon intelektual atau cendekiawan muda dalam suatu lapisan masyarakat yang sering kali syarat dengan berbagai predikat.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, indekos merupakan jasa yang menawarkan sebuah kamar atau tempat untuk ditinggali dengan sejumlah pembayaran tertentu untuk setiap periode tertentu (umumnya pembayaran per bulan atau per tahun). Jadi, mahasiswa indekos adalah mahasiswa yang tinggal pada sebuah kamar atau tempat untuk ditinggali dengan sejumlah pembayaran tertentu untuk setiap periode tertentu.

deskriptif, maka teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi.

Teknik analisis data dalam penelitian ini mengacu model interaktif yang dicetuskan oleh Miles dan Huberman yang dikutip dan diterjemahkan oleh Sugiyono (2010:426). Menjelaskan bahwa dalam teknik analisis data memiliki empat langkah, yaitu pengumpulan data dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan di lapangan, peneliti menemukan tiga motif masa lalu yang dimiliki mahasiswa pengguna Bigo Live. Salah satunya motif ajakan teman. Dimana konsep sosial merupakan sebuah kehidupan sehari-hari dimana seseorang secara alamiah akan berinteraksi dengan banyak orang. Dari sebuah interaksi tersebut setiap orang akan memiliki konsep akan tindakannya. Interaksi merupakan

salah satu pendorong dari luar yang melahirkan suatu motif bagi seseorang untuk melakukan suatu tindakan. Lingkungan pertemanan dan pergaulan merupakan ruang yang luas yang tentunya membutuhkan interaksi sosial di dalamnya. Oleh karena itu, hal-hal yang sedang berkembang di lingkungan sekitar kita pada akhirnya akan sedikit banyak mempengaruhi tindakan yang kita.

Because motive selanjutnya kepo. Kepo adalah akronim dari *knowing every particular object* sebuah sebutan untuk orang yang serba ingin tahu, bisa jadi kayak semacam kecanduan untuk tahu segala hal yang sepele dan itu bisa dia unggulkan sebagai kekuatan orang tersebut. Hal ini juga yang mendasari pengguna Bigo live. Pengguna Bigo live sebagian besar memilih untuk menggunakan Bigo live karena motif kepo. Pengguna Bigo live di Universitas Riau sebagian terpengaruh karena orang yang kita taksir atau orang yang lagi kita suka menggunakan Bigo live, hingga kita ingin tau segala aktifitas yang dia lakukan di jejaring sosial, termasuk di Bigo live yang sedang di gandrungi oleh kalangan mahasiswa di Universitas Riau.

Because motive yang terakhir trend. Trend merupakan keadaan dimana suatu hal sedang digemari atau sedang menjadi perhatian kebanyakan orang. Bagi mahasiswa Bigo Live merupakan media sosial yang dirancang dengan berbagai kelebihan yang berbeda dengan media sosial lainnya. Bigo live dirancang sedemikian rupa untuk memenuhi kebutuhan penggunanya yang ingin eksis di depan kamera. Bigo Live mampu membawa para pengguna merasa lebih percaya diri. Bigo live juga memberikan ruang bagi para penggunanya untuk saling berkomunikasi dengan siapapun dan di manapun sehingga Bigo Live menjadi Bigo Live yang nyaman digunakan oleh penggunanya.

- b. Motif masa akan datang (*in order to motive*)

Hasil dari penelitian yang penulis lakukan terhadap mahasiswa pengguna Bigo Live bahwa mahasiswa pengguna Bigo Live memiliki beberapa tujuan kenapa mereka memilih untuk menggunakan Bigo Live. Salah satu *in order to motive* mahasiswa pengguna Bigo Live adalah interaksi dengan orang baru hasil wawancara yang penulis lakukan terhadap beberapa pengguna Bigo live di Universitas Riau. Penulis menemukan bahwa faktor bisa berinteraksi dengan orang baru merupakan salah satu faktor yang menggerakkan informan dalam penelitian ini untuk menggunakan Bigo Live. Bigo live merupakan media komunikasi tatap muka, para penggunanya seluruh dunia. Sehingga kita bisa bertemu dengan orang-orang baru. Bigo live di dukung oleh Fitur *Nearly me*, pendatang baru dan Negara, jadi kita bisa melihat orang yang sekitar kita yang menggunakan Bigo live juga, atau dengan orang di negara lain.

Motif masa depan selanjutnya adalah keahlian Bigo live merupakan sarana dalam menyebarkan bakat yang di miliki. Bigo live dianggap lebih baik dari aplikasi yang lainnya dan mudah untuk di akses oleh siapapun. Bigo live dapat diakses oleh siapapun dan bersifat terbuka, sehingga kita bisa menunjukkan bakat kita kepada semua orang yang menonton kita live. Kita tidak Cuma bisa untuk menunjukkan bakat kita, tetapi kita juga bisa kolaborasi dengan teman yang mempunyai *skill* yang sama. Dengan adanya fitur video call kita bisa undang teman kita untuk berkolaborasi dan tonton oleh para pengguna Bigo live.

2. Pemaknaan Penggunaan Fitur-fitur Bigo Live Sebagai Media Komunikasi

Bigo live pada dasarnya merupakan alat yang digunakan untuk membantu kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh penggunanya. Bigo live ini kini dilengkapi dengan fitur-fitur yang canggih seperti *video call*, *give*, *live streaming* Untuk berkomunikasi dengan para pengguna Bigo live.

Pada masa sekarang ini, Bigo merupakan salah satu aplikasi yang banyak diakses oleh masyarakat. Pengguna Bigo live saling berkomunikasi satu sama lain dalam bentuk *live streaming* tidak hanya dengan teman yang kita kenal tetapi juga pada pengguna Bigo live yang lain. Kita bisa berinteraksi sesuai dengan tema yang kita angkat.

Salah satu pemaknaan penggunaan Fitur-fitur Bigo Live sebagai media komunikasi adalah Bigo Live sebagai media hiburan Bigo Live merupakan salah satu media hiburan yang digunakan para mahasiswa di Universitas Riau dalam penelitian ini sebagai media hiburan. Bigo Live menjadi sarana yang bersifat *entertaining* atau menghibur bagi mahasiswa di Universitas Riau pengguna Bigo Live yang memiliki waktu luang demi memberi suasana yang lepas dari keseriusan, ketegangan, dan kejenuhan, terhadap aktifitas sehari-hari mereka. Hiburan yang diperoleh dari Bigo Live dapat berupa *Live Streaming*, bercanda dengan teman, dan menghibur diri sendiri. Pengguna Bigo Live dapat menikmati hiburan ini secara langsung melalui akun Bigo Live mereka. Bigo Live sering digunakan sebagai tempat hiburan diri ketika sedang merasa bosan atau mempunyai banyak masalah.

Selanjutnya pemaknaan penggunaan fitur-fitur Bigo Live

sebagai media bercengkrama Bigo Live juga merupakan wadah berkomunikasi yang banyak diminati oleh masyarakat khususnya mahasiswa Universitas Riau. Bigo Live digunakan sebagai wadah untuk bercengkrama bagi satu sama yang lain di duni maya. Keasyikan bercengkrama di dunia maya melalui Bigo Live sering membuat pengguna lupa waktu dan bahkan terkesan cuek terhadap lingkungan sekitar. Seringkali pemilihan topik tepat dan dengan adanya fitur *video call* membuat pengguna Bigo Live terlena akan pembicaraan mereka sehingga lupawaktu. Bigo Live ini memudahkan pengguna untuk bercengkrama dengan pengguna lainnya yang berada di tempat yang jauh

Pemaknaan penggunaan fitur-fitur Bigo Live yang terakhir adalah Bigo Live sebagai media ungkapan perasaan Lewat Bigo Live ini mahasiswa Universitas Riau mengungkapkan perasaan dengan memberi *give*, karena pengen dekat dengan orang yang lagi live, menyukai live seseorang atau exchange dengan orang yang kasih Give agar kita naik levelnya.

3. Pengalaman Komunikasi Pengguna Bigo Live

Dalam setiap tindakan ataupun peristiwa yang dialami oleh manusia pasti akan menjadi sebuah pengalaman dalam kehidupannya. Suatu peristiwa yang mengandung unsur komunikasi akan menjadi pengalaman komunikasi tersendiri bagi individu, dan pengalaman komunikasi yang dianggap penting akan menjadi pengalaman yang paling diingat dan memiliki dampak khusus bagi individu tersebut (Hafiar dalam Wirman, 2012: 53). Pengalaman yang dijadikan landasan bagi individu untuk melakukan tindakan, adalah pengalaman yang melekat pada suatu fenomena. Hal ini ditegaskan oleh

pernyataan yang menyebutkan, bahwa *people is retrieving a memory of a prior experience of phenomena* (Radford dalam Wirman, 2012: 53).

Pengalaman komunikasi menyenangkan (*positif*) yang dialami oleh mahasiswa pengguna Bigo Live yaitu menambah jaringan pertemanan, membangun hubungan silaturahmi yang baik dengan pengguna lain dan

menghibur diri sendiri dan pengalaman yang tidak menyenangkan (*negatif*) yang dialami oleh mahasiswa pengguna Bigo Live yaitu adanya akun yang menghujat akibatnya membuat rasa tidak nyaman, dan adanya pengguna Bigo Live yang menggunakan Bigo Live dengan tidak baik.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang penulis lakukan atas penelitian konstruksi makna Bigo Live bagi pengguna kalangan mahasiswa Universitas Riau, maka dapat disimpulkan adalah :

1. Motif Menggunakan Bigo Live Sebagai Media Komunikasi Bagi Mahasiswa di Universitas Riau memiliki dua motif sesuai dengan pandangan Alfred Schutz yaitu motif karena (*because motive*) dan motif untuk (*in motive*). motif karena (*because motive*), di mana mendorong mahasiswa di Universitas Riau untuk menggunakan Bigo Live sebagai media komunikasi virtual bahwa pengaruh lingkungan seperti *trend*, ajakan teman yang di sebabkan karena lingkungannya seperti teman kampus, teman kost dan teman main juga menggunakan Bigo Live, dan kepo disebabkan karena ada orang yang kita ingin kenal menggunakan aplikasi tersebut sehingga kita ingin tau apa saja aktifitas dia saat menggunakan aplikasi tersebut. Sedangkan motif untuk (*in order to motive*), dimana motif ini mendorong mahasiswa di Universitas Riau untuk menggunakan Bigo Live yaitu interaksi dengan baru kita kenal sehingga menambah jaringan pertemanan kita, dapat mengembangkan keahlian kita seperti bernyanyi atau ke ahlian kita dalam bermain permainan.

2. Pemakaian Penggunaan Fitur-Fitur atau Aplikasi Bigo Live di

Universitas Riau yaitu Bigo Live sebagai media hiburan dengan menggunakan fitur siaran langsung (*live streaming*) dengan para pengguna Bigo Live, Bigo Live sebagai media bercengkrama dengan menggunakan fitur panggilan video (*video call*) dengan para pengguna Bigo Live, Bigo live sebagai ungkapan perasaan dengan menggunakan fitur hadiah (*give*) untuk memberi *Beans* dengan para pengguna Bigo Live.

3. Pengalaman komunikasi pengguna Bigo Live di kalangan mahasiswa Universitas Riau berhubungan dengan para pengguna Bigo Live. Pengalaman tersebut kategorikan menjadi dua, yaitu pengalaman komunikasi menyenangkan (*positif*) berupa menambah jaringan pertemanan dengan sesama pengguna Bigo Live, membangun hubungan silaturahmi yang baik dengan pengguna Bigo Live yang lain dan menghibur diri sendiri dan pengalaman komunikasi tidak menyenangkan (*negatif*) berupa adanya akun yang menghujat akibatnya membuat tidak nyaman para pengguna Bigo Live, adanya pengguna Bigo Live yang menggunakan Bigo Live dengan tidak baik.

SARAN

Adapun saran yang dapat penulis berikan adalah :

1. Sebaiknya para pengguna media sosial Termasuk Bigo Live menggunakan media sosial dengan hati-hati dan lebih pintar dalam menggunakannya .
2. Bigo Live merupakan media untuk menghibur diri dari rasa bosan, walaupun Bigo Live bisa menghasilkan uang, dengan *beans* yang di dapat tetapi jangan

- menggunakan hal-hal yang negatif untuk mendapatkan *beans* tersebut.
3. Jadikan Bigo Live sebagai sarana untuk menjalin pertemana yang memiliki dampak positif di antara pengguna dengan cara berkomunikasi yang baik dan menggunakan kata-kata yang sopan dengan para pengguna. Bigo Live bukan lah tempat untuk ajang *membully* orang lain tetapi untuk membangun hubungan dengan orang-orang baru yang, untuk menjalin jaringan pertemanan

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, abu. 2002. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Atkinson, Rita L., Richard C. Atkinson, Edward E. Smith, Daryl J. Bem, 2011. *Pengantar Psikologi*. Tangerang: Interaksara
- Bungin, Burhan. 2005. *Analisis Data Kualitatif* . Jakarta:Prenada Media
- Juliastuti, nuraini, 2000. *Mengontrol Perempuan. (Newsletter Kunci Maskulitas-5832)*. Yogyakarta: Kunci Cultural Studies Center. (Edisi 8 September 2000)
- Kuswarno, Engkus. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi Fenomenologi:Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian Fenomena Pengemis Kota Bandung*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Krisyantono, Rakhmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Moleong, Lexy. J. 2005. *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Morrison, M.A. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Notoatmodjo, Soekidjo, 2003. *Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Patalima, Hamid. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Ruslan, Rosady. 2010. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Sobur, Alex. 2004. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Raja Rosdakarya.
- Spradley, James. 2007. *Metode Etnografi*, Jogjakarta: Tiara Wacana
- Sugiono. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif dan R&F*. Bandung:AlfBET
- Sukandarumudi. 2004, *Metodelogi Penelitian*. Yogyakarta: GadjahMada University Press
- Vardiansyah, Dani. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- West, Richard dan Lynn H. Turner, 2009. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi (Edisi 3)*. Jakarta: Selemba Humanika.

Sumber Lain :

Abdi, Citra. 2013. *Konstruksi Makna Sosialita Bagi kalangan Sosialita di Kota Bandung*. Bandung. Universitas Komputer Indonesia.

Elza, Putri 2015. *Konstruksi Makna Sosial Media ASK.FM Bagi Pengguna di Kota Pekanbaru*. Universitas Riau

Mustikasari. 2016 *Tayuh. Diri Kreatif pada Pengguna Instagram (Studi Fenomenologi pada Pengguna Instagram)*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Yunita, Laila. 2015. *Konstruksi Makna Pengguna Smartphone Android Dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Riau*. Riau. Universitas Riau

Zuhdi, Andrian. 2016. *Makna Kustom Kulture Bagi Anggota Komunikats Pecinta motor Klasik Pekanbaru*. Pekanbaru. Universitas Riau

Webside :

www.unri.ac.id

www.forum.kompas.com

www.bigo.tv

www.ringsos.com/2016/10/fitu-fitur-yang-ada-di-bigo-live-serta.html?m=1