

**PERILAKU KOMUNIKASI *USER* DALAM
PEMBERIAN *GIFT* KEPADA *BROADCASTER***
(Studi Fenomenologi Tentang Perilaku Komunikasi *User* dalam
media sosial *Bigo Live*)

SKRIPSI

Oleh:

**Tienton Nugraha
201310415156**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2018**

LEMBAR PERSETUJUAN

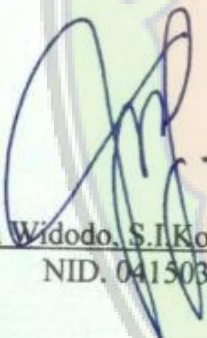
Judul Skripsi : Perilaku Komunikasi *User* dalam Pemberian *Gift*
Kepada *Broadcaster* (Studi Fenomenologi
Tentang Perilaku Komunikasi *User* dalam Media
Sosial *Bigo Live*)
Nama Mahasiswa : Tienton Nugraha
Nomor Pokok Mahasiswa : 201310415156
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Illmu Komunikasi


Bekasi, 22 Januari 2018

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II


Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom
NID. 041503026


Titis Nurwulan S., S.Sos, M.I.Kom
NID. 00415090006

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Perilaku Komunikasi *User* dalam Pemberian *Gift*
Kepada *Broadcaster* (Studi Fenomenologi
Tentang Perilaku Komunikasi *User* dalam Media
Sosial *Bigo Live*)
Nama Mahasiswa : Tienton Nugraha
Nomor Pokok Mahasiswa : 201310415156
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : Januari 2018

Bekasi, 22 Januari 2018

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Metha Madonna., S.Sos, M.I.Kom
NID. 041407023



.....

Penguji I : Aan Widodo., S.I.Kom, M.I.Kom
NID. 041503026



.....

Penguji II : Rina Sovianti., S.IP, M.I.Kom
NID. 0041609009

.....

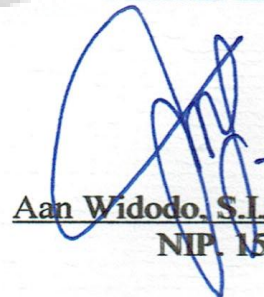
Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi



Nurul Fauziah, S.Sos, M.I.Kom
NIP. 1602244



Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **Perilaku Komunikasi User Dalam Pemberian Gift Kepada Broadcaster (Studi Fenomenologi Tentang Perilaku Komunikasi User Dalam Media Sosial Bigo Live)** ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan difoto-copy melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Bekasi, 22 Januari 2018
Yang membuat
pernyataan,



Tienton Nugraha
201310415156

ABSTRAK

TIENTON NUGRAHA, 201310415156. Perilaku Komunikasi *User* Dalam Pemberian *Gift* Kepada *Broadcaster* (Studi Fenomenologi Tentang Perilaku Komunikasi User dalam Media Sosial *Bigo Live*).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku komunikasi *user* dalam pemberian *gift* kepada *broadcaster* wanita dalam penggunaan media sosial *bigo live*. Pada saat *broadcaster* siaran *user* memiliki perilaku komunikasi kepada *broadcaster* yang dilakukan oleh *user* terhadap *broadcaster*. Pemberian *gift* yang di berikan *user* kepada *broadcaster* menjadi salah satu bentuk interaksi terhadap *broadcaster* yang sedang siaran. Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode fenomenologi. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder. Teknik penentuan informan yang dilakukan adalah *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa perilaku komunikasi *user* kepada *broadcaster* dalam pemberian *gift* adalah, 1) perilaku komunikasi *user* kepada *broadcaster* dikarenakan media sosial *bigo live* merupakan media sosial yang menarik dan terbaru dengan memberikan *live* secara *streaming*. Saat *broadcaster* melakukan *live streaming*, *user* dapat melihat *broadcaster* secara *nonverbal* yang ditandai dengan gerakan tubuh, ekspresi wajah dan pakaian yang digunakan oleh *broadcaster*. 2) motif yang muncul dalam penelitian ini adalah berdasarkan dengan ketenaran atau secara *booming* dikalangan masyarakat, hingga menimbulkan rasa hiburan bagi *user* dan mencapai kepuasan yang secara seksualitas.

Kata Kunci : Perilaku Komunikasi *User*, Media Sosial *Bigo Live*, *Gift*

ABSTRACT

TIENTON NUGRAHA, 201310415156. *User Communication Behavior In Giving Gift To Broadcaster (Phenomenology Study About User Communication Behavior in Bigo Live Social Media).*

This study aims to determine the behavior of user communication in giving gift to female broadcaster in the use of social media bigo live. As broadcasters broadcast the user has communication behavior to the broadcaster made by the user towards the broadcaster. Giving gift that gives the user to the broadcaster to be one form of interaction to broadcasters who are broadcasting. In this study the authors use the type of qualitative research with phenomenology method. Sources of data used in this research are primary and secondary data sources. The technique of determining the informant is purposive sampling. Technique of data collecting by observation, interview, and documentation.

The result of this research concludes that communication behavior of user to broadcaster in gift giving is 1) communication behavior of user to broadcaster because bigo live social media is social media interesting and latest by giving live streaming. When the broadcaster performs live streaming, the user can view the broadcaster nonverbally marked by body movement, facial expressions and clothing used by the broadcaster. 2) the motive that emerged in this research is based on the fame or boom among the community, to create a sense of entertainment for the user and achieve sexual satisfaction.

Keywords: User Communication Behavior, Bigo Live Social Media, Gift

KATA PENGANTAR


Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik dan hidayah-nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dalam menyusun skripsi yang berjudul **Perilaku Komunikasi User dalam Pemberian Gift Kepada Broadcaster (Studi Fenomenologi Tentang Perilaku Komunikasi User dalam media sosial Bigo Live)**.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar S1 di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak menghadapi hambatan dan keterbatasan. Penulis membutuhkan pengorbanan yang besar dan sangat menyita waktu dan tenaga. Namun dalam menyelesaikan skripsi ini penulis mendapatkan banyak bantuan dan kemudahan berupa fasilitas, sarana dan prasarana dari berbagai pihak. Maka dari itu saya selaku penulis ingin menyampaikan rasa terima kasi sebesar-besarnya kepada :

1. Irjen Pol (Purn) Drs. H. Bambang Karsono, SH, MM, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku pembimbing I
4. Titis Nurwulan S, S.Sos, M.I.Kom, selaku pembimbing II penulis yang telah membimbing dan memberikan sarannya kepada penulis selama menyusun skripsi
5. Kepada Ayu Isneni, Ikhsan Gumelar, Regina AW dan Dewi Nurjanah sebagai sahabat penulis yang sudah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Juga terimakasih banyak telah mau memberikan waktunya kepada penulis disela-sela kesibukannya dalam menyusun skripsi juga. Dan telah memberikan masukan dan pendapatnya mengenai tulisan penulis ini.

Penulis menyadari dalam menyelesaikan skripsi masih jauh dari kata sempurna. Seperti pepatah yang mengatakan tak ada gading yang tak retak, begitu pula seperti yang penulis alami. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran untuk terus memperbaiki laporan ini. Akhir kata penulis mengucapkan, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan akademisi.

Bekasi, 22 Januari 2018
Penulis,



Tienton Nugraha
201310415156

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR BAGAN	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5.1 Kegunaan Teoritis	8
1.5.2 Kegunaan Praktis	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Konsep	9
2.1.1 Komunikasi	9
2.1.2 Komunikasi Verbal	12
2.1.3 Komunikasi Non Verbal	13
2.1.4 Komunikasi Massa.....	15
2.1.4.1 Ciri-Ciri Komunikasi Massa	16
2.1.4.2 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Reaksi Khalayak Pada Komunikasi Massa	18
2.1.5 Media Sosial	18
2.1.5.1 Jenis-Jenis Media Sosial	20
2.1.6 Khalayak	20
2.1.6.1 Khalayak Baru Dan Media Baru	21
2.1.7 Motif	23
2.1.8 Macam-Macam Motif	25
2.1.9 Motif Pengguna Media	26
2.1.10 Definisi Perilaku	29
2.1.11 Konsep dan Teori Perilaku	30
2.2 Kerangka Teori.....	32
2.2.1 Teori <i>Uses and Gratification</i>	32
2.3 Kerangka Pemikiran.....	34

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian.....	36
3.2 Informan Penelitian	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data	38
3.4 Teknik Analisis Data.....	41
3.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	42

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	43
4.1.1 Lokasi Penelitian	43
4.1.2 Gambaran Umum Media Sosial <i>Bigo Live Streaming</i>	43
4.1.3 Proses Penggunaan Media Sosial Bigo Live	46
4.1.4 Penggunaan Bigo Live Oleh User	54
4.1.5 Fitur Pemberian Gift.....	55
4.1.6 Akses Informan.....	58
4.1.7 Informan Penelitian.....	59
4.1.8 Alasan Informan Memilih Bigo Live.....	61
4.1.9 Kegiatan Informan Saat Menggunakan Bigo Live.....	62
4.2 Pembahasan	69
4.2.1 Perilaku Komunikasi <i>User</i> Kepada <i>Broadcaster</i> Dalam Pemberian <i>Gift</i>	69
4.2.2 Motif Komunikasi <i>User</i> kepada <i>Broadcaster</i> Dalam Pemberian <i>Gift</i>	76

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	86

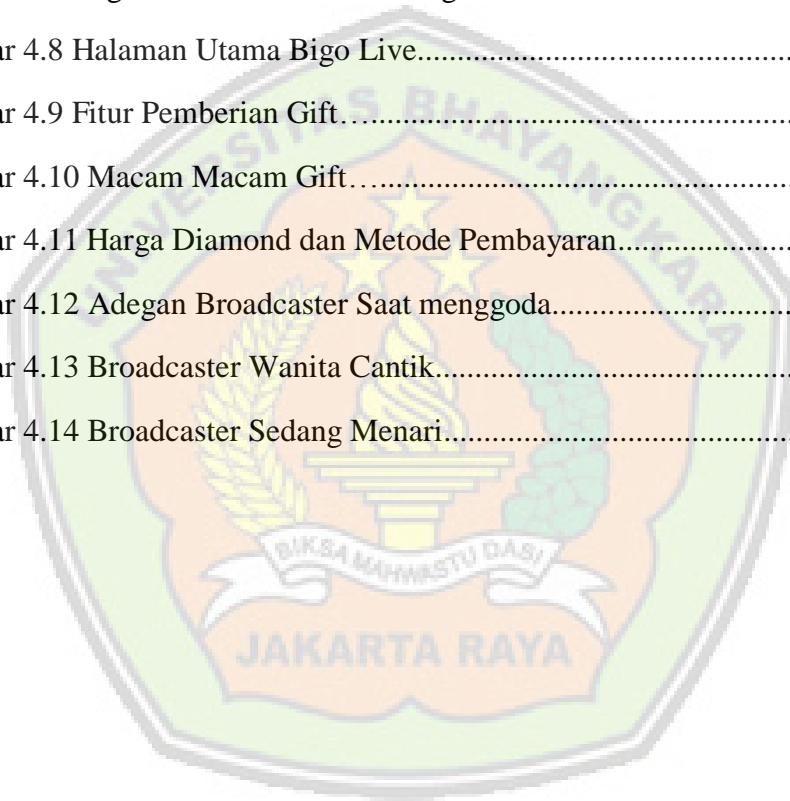
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Play Store Untuk Mendownload Media sosial Bigo Live.....	46
Gambar 4.2 Masuk Kedalam Play Store	47
Gambar 4.3 Logo Media Sosial Bigo Live Broadcasting.....	47
Gambar 4.4 Perkembangan Fitur Setelah 4 Kali Mengalami Pemberharuan.	48
Gambar 4.5 Layar Utama Ponsel.....	50
Gambar 4.6 Media Sosial Bigo Live.....	51
Gambar 4.7 Log In Pada Media Sosial Bigo Live.....	51
Gambar 4.8 Halaman Utama Bigo Live.....	52
Gambar 4.9 Fitur Pemberian Gift.....	56
Gambar 4.10 Macam Macam Gift.....	57
Gambar 4.11 Harga Diamond dan Metode Pembayaran.....	57
Gambar 4.12 Adegan Broadcaster Saat menggoda.....	68
Gambar 4.13 Broadcaster Wanita Cantik.....	69
Gambar 4.14 Broadcaster Sedang Menari.....	79



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Informan Penelitian.....	59
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran.....	33



DAFTAR BAGAN

Gambar Bagan 2.1 Gambaran Logika Penelitian <i>User and Gratifications</i> ...	33
Gambar Bagan 2.2 Kerangka Pemikiran.....	35

