

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Gambaran umum dari media sosial *bigo live*, penulis dapatkan dari situs website yang ada di internet yang menjelaskan tentang media sosial *bigo live*. *Bigo live* hadir pada tahun 2016 di beberapa negara, seperti Thailand, Indonesia, Singapura, Malaysia dan Filipina. Negara-negara tersebut menggunakan media sosial *bigo live* sebagai layanan *live broadcasting*

Pada menu utama ada tujuh pilihan yang dapat dipilih, dari ketujuh kategori pada layar utama media sosial *bigo live*. Dalam hal ini, para informan lebih banyak menyukai kategori *hot live*. Sebagaimana yang diungkapkan oleh beberapa informan pada hasil wawancara dan sebagaimana dibahas pada bab sebelumnya.

Menurut hasil keterangan dari ketiga informan di atas yaitu informan EK, informan DPS dan informan AHA menjelaskan saat memilih media sosial *bigo live*, informan EK memilih *bigo live* karena mengetahui *bigo live* dari teman temannya yang sudah terlebih dahulu mengunduh *bigo live* dan informan EK juga mulai tertarik ikut mengunduh *bigo live*, lalu informan DPS sangat tertarik pada *bigo live* karena menurutnya media sosial *bigo live* berbeda dengan media sosial lainnya oleh karena itu informan DPS tertarik dengan *bigo live*. Selanjutnya informan AHA tertarik menggunakan media sosial *bigo live*, karena menurutnya *bigo live* adalah media sosial pertama yang menggunakan *live streaming*, oleh karena itu informan AHA tertarik menggunakan *bigo live*.

Itulah penjelasan dari ketiga informan tersebut mengapa memilih media sosial *bigo live*.

Berdasarkan observasi penulis dilapangan, penulis menarik kesimpulan dari ketiga informan yaitu EK, DPS dan AHA, bahwa tahap sebelum menonton siaran *broadcaster* informan menyiapkan *handphone* informan yang berada pada masing-masing peletakannya, lalu masuk kedalam akses *handphone* dan melakukan proses *log in* pada media sosial *bigo live*. Setelah masuk kedalam akun media sosial *bigo live* ketiga informan mulai mencari konten yang menarik dari siaran *broadcaster* dan ketiga informan tertarik pada siaran *broadcaster* wanita yang sedang bernyanyi dengan dipadukan goyangan yang menunjukkan lekuk tubuh *broadcaster* wanita yang sensualitas. Lalu menurut observasi penulis tentang ekspresi, ketiga informan memiliki kesamaan saat sedang melihat *broadcaster* wanita siaran yaitu ditandai oleh senyuman dari ketiga informan.

Menurut penjelasan dari ketiga informan di atas, terungkaplah bahwa ketiga informan yaitu EK, DPS dan AHA memiliki kesukaan dengan *broadcaster* yang membawakan siaran nyanyi nyanyi dipadukan dengan goyangan dengan menunjukan bentuk dan lekuk tubuhnya agar *user* atau pengguna menyukai *broadcaster* tersebut. Setelah *user* tertarik dengan *broadcaster* tersebut, disini mulai terlihat perilaku *user* terhadap *broadcaster* dalam menyikapi siaran tersebut dengan mulai mengirimkan hadiah atau *gift* kepada *broadcaster*

Dalam pemberian *gift* atau hadiah dari *user* kepada *broadcaster* pastinya *user* memiliki tujuan tertentu. Oleh karena itu penulis menggali informasi dari

hasil wawancara penulis dengan beberapa informan, dimana tujuan dari para informan adalah untuk dapat berinteraksi dengan *broadcaster* dan juga untuk mendapatkan kepuasan ketika melihat fisik dari *broadcaster*, selain itu tujuan utamanya adalah untuk memberikan apresiasi karena telah memberikan hiburan kepada user. Penulis menarik kesimpulan dari ketiga informan tersebut, ketiga informan memiliki kesamaan dalam menyukai konten siaran *broadcaster* yaitu sama sama menyukai konten dengan *broadcaster* wanita yang sedang bernyanyi, dipadukan dengan sedikit goyangan yang bertujuan untuk menggoda *user*

Penulis menarik kesimpulan bahwa, ketiga informan memiliki alasan yang bervariasi yaitu pemberian *gift* sebagai tanda *reward* untuk *broadcaster* karena sebagai *user* kita sudah menyukai siarannya menurut keterangan EK. Lalu menurut keterangan DPS karena kita merasa senang dengan apa yang di tunjukan *broadcaster* oleh karena itu *gift* di berikan karena tanda kita sudah terhibur oleh siaran *broadcaster*.

Komunikasi verbal adalah komunikasi yang disampaikan dengan cara lisan maupun tertulis oleh komunikastor kepada komunikan agar yang menerima pesan dapat memahami makna atau isi oesan yang disampaikan, sejalan. Dalam hal ini user memberikan pesan verbal berupa tekt atau pesan tertulis kepada *broadcaster* untuk berinteraksi agar *broadcaster* memberikan feedback kepada user untuk berinteraksi

Seorang user dalam prakteknya dapat memberikan rangsangan nonverbal kepada *broadcaster* dengan cara yang sudah disediakan berupa pemberian

tanda suka berupa “love”, atau *emoticon* lainnya serta fasilitas gift yang telah disediakan oleh bigo live sebagai sarana untuk mengapresiasi bagi user kepada broadcaster. Dengan begitu, hal tersebut merupakan rangsangan nonverbal untuk broadcaster agar terus menampilkan hal yang memang disukai oleh para user.

Untuk mengkaji penelitian ini, penulis menggunakan teori uses and gratification. *Uses and Gratification Model* (Model Kegunaan dan Kepuasan) merupakan pengembangan dari model jarum hipordermik. Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri seseorang, tetapi lebih mengarah pada apa yang dilakukan oleh orang terhadap media. Khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi penggunaan (*uses*) media untuk mendapatkan kepuasan (*gratification*) atas kebutuhan seseorang.

Dalam hal ini, para informan menggunakan media sosial bigo live untuk mendapatkan kepuasan atas kebutuhan individu tersebut. Oleh karena itu, perilaku pengguna bigo live di dasarkan atas individu itu sendiri. Pada dasarnya setiap *user* dalam media sosial bigo live, dapat memilih siaran apa yang ingin ditontonnya untuk memenuhi kebutuhannya masing-masing.

Metode dalam penelitian ini adalah menggunakan studi fenomenologi, dimana penulis secara langsung melakukan observasi terhadap perilaku dari para informan saat menggunakan media sosial *bigo live*. Berdasarkan pengamatan penulis terhadap beberapa informan, ditemukan sebuah makna yang terbentuk dari pengalaman informan saat menggunakan media sosial *bigo live*.

Berdasarkan pada hasil wawancara dan observasi diatas dapat disimpulkan bahwa ketertarikan para user yang menjadi informan bagi penulis adalah karena *bigo live* dapat menimbulkan ketertarikan kepada khalayak untuk menikmati fitur yang disediakan media sosial *bigo live*. Selain tu media sosial *bigo live* merupakan media sosial yang pertama memberikan layanan live streaming, oleh karena itu menjadi *booming* dikalangan masyarakat dan menarik minat khalayak luas. Serta media sosial *bigo live* dapat memberikan hiburan dan kepuasan yang tidak bisa didapatkan dari media sosial lainnya.

Motif yang muncul dari perilaku informan dalam menggunakan media sosial *bigo live* adalah, motif integrasi sosial dan interaksi sosial, pada poin kedua yakni mengidentifikasikan diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki. Karena dengan memberikan gift kepada broadcaster akan memberikan ingatan yang lebih kuat kepada user yang memberinya.

Motif kedua yang muncul adalah motif hiburan, karena dengan memberikan gift akan memberikan penyaluran emosi dan akan lebih mudah mendapatkan tanggapan dari broadcaster untuk membangkitkan gairah seks. Dari ketiga Informan, dapat ditarik kesimpulan bahwa motif yang dimiliki oleh *user* terhadap *broadcaster* dalam memberikan *gift* adalah Motif Hiburan sebagai pengisi waktu luang dari *user*, untuk memperoleh kenikmatan jiwa atau estetis, dan muncul juga Motif Hiburan sebagai penyaluran emosi atau hasrat *user* dalam membangkitkan gairah sensualitas.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian penulis pada media sosial *bigolive* yang penulis lakukan mulai dari bulan juli 2016. Berharap *bigolive* bisa dapat terus berkembang dan tetap menjadi media sosial yang tidak ditinggalkan. Lalu penulis juga berharap semoga media sosial *bigolive* memiliki kantor perwakilan khususnya di Indonesia.

- 1) Saran akademisi, diharapkan bahwa penelitian ini dapat menambah kajian teori mengenai media massa khususnya media sosial serta keterkaitan dengan perilaku komunikasi. Serta menambah kajian tentang teori *uses and gratification*. Selain itu penulis berharap bahwa akademisi lainnya dapat melanjutkan penelitian ini lebih luas dan lebih dalam lagi ataupun dengan sudut pandang penelitian yang berbeda.
- 2) Saran praktis, bagi para pengguna media sosial *bigolive* dan juga administrator media sosial untuk dapat membuat, mengembangkan, dan mempergunakan media sosial kearah yang lebih luas dan lebih berguna lagi, agar tidak lebih banyak hal yang bersifat negatif.