

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunitas media sosial Bigo *live* mengajak pengguna aplikasi media sosial Bigo *live* yang memiliki tujuan yang berbeda-beda, seperti untuk mendapatkan keuntungan yang berupa *gift* dari penonton, mengekspresikan hobinya, serta ingin menambahkan teman dan pengalaman yang baru di aplikasi media sosial Bigo *live*. dalam hal ini para member komunitas Bigo *live* memiliki akun masing-masing untuk dapat mewujudkan tujuannya tersebut ke dalam siaran langsung di aplikasi media sosial Bigo *live*. Selain untuk mengekspresikan diri ke dalam siaran tersebut, dan menambah teman baru, komunitas Bigo *live* terbentuk untuk melakukan kegiatan-kegiatan sosial untuk dapat mewujudkan kekompakan komunitas yang nyata bukan hanya untuk popularitas diri sendiri.

Sebagai salah satu contohnya dalam komunitas Bigo *live Junior Family* Bekasi, mereka para member melakukan kegiatan-kegiatan sosial untuk menciptakan *image* yang positif terhadap aplikasi media sosial Bigo *live* yang di pandang *negative* sejak kehadirannya di tahun 2016., para member yang awalnya memiliki tujuan yang sama dalam menggunakan aplikasi media sosial Bigo *live*, kini memiliki tujuan yang sama untuk mewujudkan komunitas yang berdampak positif.

Menurut Kertajaya Hermawan (2008:49), komunitas adalah satu kelompok yang terdiri dari orang-orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, dimana dalam sebuah komunitas terjadi suatu pribadi yang erat antara seluruh anggota komunitas tersebut, karena telah adanya kesamaan ketertarikan atau *interest* atau *values*. Artinya, komunitas adalah sebuah kelompok sosial yang berasal dari beberapa organisme yang saling berkomunikasi di dalam daerah tertentu dan saling berbagi lingkungan. komunitas atau kelompok biasanya hadir karena mempunyai ketertarikan dan habitat yang sama. komunitas juga dapat dikatakan sebagai sebuah kelompok yang menunjukkan adanya kesamaan citra sosial sebagai ciri khas anggota komunitas tersebut. misalnya, kesamaan profesi,

kesamaan tempat tinggal, kesamaan kegemaran atau *hobby* dan sebagainya. dari kesamaan yang biasanya dapat membentuk suatu kelompok. saat ini banyak sekali komunitas, terbentuknya komunitas karena sebuah lingkungan. sebuah komunitas atau kelompok tentunya memiliki visi atau tujuan yang ingin dicapai.

Perkembangan komunitas saat ini telah mengikuti perkembangan sebuah internet yang berkembang pesat terus menerus. Hal ini membawa perkembangan kepada media baru yakni media sosial, dan juga memiliki keterkaitan bersama dengan komunitas-komunitas yang ada pada saat ini. Komunitas saat ini juga dapat terbentuk karena adanya sebuah interaksi yang terus menerus melalui media sosial. Media sosial adalah media baru yang bersifat *online* yang memungkinkan masing-masing penggunanya untuk dapat dengan praktis untuk ikut serta berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi yang terdiri atas jejaring sosial, wiki, forum, dan di dunia virtual.

Salah satu media sosial yang saat ini dapat membentuk sebuah komunitas adalah media sosial *Bigo live*. *Bigo live* adalah salah satu jejaring sosial yang memungkinkan penggunanya untuk dapat berinteraksi dan menambahkan teman yang awalnya tidak di kenal. melalui media sosial tersebut, dapat membentuk sebuah komunitas yang beranggotakan dari pengguna media sosial sebagai instrument kokasi bagi komunitas tersebut.

Dalam media sosial tersebut memiliki banyak komunitas virtual atau *online*, salah satunya adalah komunitas *Junior Family* Bekasi komunitas *Junior Family* Bekasi adalah suatu wadah atau rumah dari seluruh *Bigo live*s yang berada di Bekasi. *Bigo live*s merupakan orang yang memiliki akun dan aktif di dalam siaran langsung *Bigo live*.

Visi atau tujuan dari terbentuknya komunitas ini yakni "memperkenalkan Bekasi dari sisi budaya berpartisipasi dalam menyiarkan hobbynya melalui media sosial *Bigo live* yang berbentuk sebuah video. komunitas ini memiliki anggota 25 anggota yang aktif dan ikut berpartisipasi dalam sebuah acara yang diadakam oleh komunitas tersebut.

Dalam suatu komunitas pasti akan terjadi proses komunikasi kelompok, Menurut Michael Burgoon (Wiryanto, 20057:52) menjelaskan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan

tujuan yang telah diketahui, seperti memberikan informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, dimana masing-masing anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota lainnya secara tepat. Kriteria komunikasi kelompok dapat ditinjau dari beberapa hal seperti jenis, bentuk, fungsi, serta sifatnya berkomunikasi.

Dalam komunitas *Junior Family* Bekasi proses komunikasi kelompok bisa terjadi pada saat berkumpul dalam sebuah acara ataupun secara *online* melalui aplikasi media sosial Bigo *live* dan mengirim informasi yang berbentuk pesan melalui aplikasi message *WhatsApp*. mereka memanfaatkan *fitur group* pada aplikasi tersebut dengan membuat group *WhatsApp* sebagai media mereka untuk berkomunikasi secara tidak langsung.

Proses komunikasi kelompok yang terjadi di dalam komunitas sangat berpengaruh pada apa yang mereka inginkan, seperti halnya dengan komunitas media sosial Bigo *live* yang memiliki tujuan untuk membangun sebuah kegiatan-kegiatan sosial dalam memanfaatkan benefit dari siaran langsung aplikasi media sosial Bigo *live*. Benefit dari siaran langsung Bigo *live* maksudnya adalah suatu hadiah atau keuntungan yang dinamakan gift Bigo *live*, *gift* tersebut berbentuk gambar-gambar lucu seperti *emoticon* yang dapat mengekspresikan pujian terhadap siaran langsung Bigo *live*. *Gift* tersebut dikumpulkan sebanyak-banyaknya, setelah itu dapat ditukarkan uang dengan nominal yang sudah ditentukan.

Kemudian ketika *gift* tersebut sudah ditukarkan oleh uang, nantinya akan digunakan oleh para anggota komunitas *Junior Family* Bekasi untuk membuat sebuah kegiatan-kegiatan sosial, kegiatan sosial tersebut meliputi mengadakan buka bersama dengan pondok pesantren, melakukan *sahur on the road* bersama, melakukan bakti sosial kepada anak jalanan, dan sebagainya. Hal ini dilakukan oleh para komunitas *Junior Family* Bekasi untuk membuat image atau pandangan baru tentang media sosial Bigo *live* terutama terhadap komunitas-komunitas Bigo *live* yang lainnya.

Karena banyak sekali komunitas-komunitas yang dibentuk untuk melakukan hal-hal yang tidak seharusnya dipertontonkan atau ditiru oleh masyarakat dan dapat membuat dampak yang buruk terhadap masyarakat atau penonton Bigo *live*.

Dari awal kemunculannya, aplikasi media sosial Bigo *live* di pandang sebagai pedang bermata dua, artinya banyak pengguna aplikasi Bigo *live* memiliki dua sisi yang yang berdampak yakni dampak positif dan dampak negatif. Dampak positifnya yakni memberikan peluang untuk generasi muda untuk mengekspresikan hobinya, mendapatkan keuntungan yang sangat tinggi, dan sebagainya dan tidak sedikit pula aplikasi media sosial Bigo *live* menimbulkan dampak *negative* seperti banyaknya para pengguna nakal atau orang-orang yang tidak bertanggung jawab hanya untuk mendapatkan keuntungan yang banyak secara *instan* dengan cara menyiarkan konten-konten negatif seperti berhias tanpa busana atau *vulgar*.

Jika kita lihat saat ini media sosial bukan lagi dipergunakan sebagaimana mestinya, media sosial aplikasi Bigo *live* saat ini sering digunakan hanya untuk sekedar melakukan interaksi kepada penonton dengan membicarakan hal-hal yang tidak ada pesan didalamnya. namun saat ini media sosial khususnya pada Bigo *live* sudah banyak digunakan sebagai alat untuk berjualan, berkumpulnya para komunitas yang memiliki hobi atau kesukaan yang sama.

Idealnya sebuah adanya komunitas yang memiliki tujuan yang sama, yang biasanya dituangkan ke dalam sebuah bentuk visi dan misi yang ingin diraih dan telah disepakati oleh seluruh anggota. Namun pada nyatanya untuk saat ini komunitas Junior Family Bekasi masing-masing anggotanya mempunyai ketertarikan pada saat berkumpulnya saja yang pada akhirnya membuat mereka kurang mendukung tujuan awal mendirikan sebuah komunitas tersebut. hal ini menjadi masalah dalam komunitas Junior Family Bekasi karena adanya perbedaan ketertarikan dan jumlah anggota dari komunitas tersebut secara perlahan membuat komunitas ini tidak saling bekerja sama dan memiliki kesulitan dalam pencapaian visi dan misi. sebagai contoh ketika komunitas ini ingin membuat sebuah acara pensi yang disertai dengan bakti sosial bersama dengan pemerintah kota Bekasi, dengan total anggota 25 orang dan ditambah dengan relawan-relawan dari anak muda yang sering datang ke kedai Torang yang berlokasi di *Grand Galaxy* Bekasi.

Namun, ketika sedang mengadakan sebuah perkumpulan, banyak anggota yang tidak hadir dan anggota yang hadir hanya membahas tentang siaran

langsung anggota komunitas Bigo *live* dari pada membahas kegiatan-kegiatan yang sudah direncanakan namun belum terselesaikan. Di setiap perkumpulan tersebut masih banyak juga yang sedang bermain *games*, sedangkan saat itu sedang melakukan diskusi, padahal sebuah komunikasi pasti tidak lepas pada suatu hubungan, ketika dua orang atau lebih bertemu dan membuat sebuah proses komunikasi bisa dikatakan sebagai proses sebuah hubungan. hubungan ini akan terjadi jika ketika proses komunikasi sedang berlangsung.

Setiap individu pasti memiliki kerkaitan hubungan dengan yang lainnya, dan juga hubungan tersebut terdapat di dalam suatu komunitas atau kelompok. Manusia merupakan suatu makhluk sosial, setiap orang pasti akan memerlukan orang lain untuk memenuhi kebutuhan pribadinya. Kebutuhan manusia sendiri ada berbagai macam bentuknya, ada materi, dan ada pula yang berbentuk komunikasi. Menurut Effendy (2008:10), Komunikasi merupakan hal yang mendasar di sebuah kehidupan, sejak lahir kita sudah melakukan komunikasi, manusia dapat saling berhubungan antara satu sama yang lainnya dengan adanya interaksi atau komunikasi. komunikasi itu sendiri berarti sebuah proses penyampaian pesan yang disampaikan oleh komunikator terhadap komunikan baik secara langsung ataupun melalui perantara (media). komunikasi juga sebagai upaya yang sistematis untuk merumuskan secara fakta tentang asas-asas penyampaian informasi dan juga pembentukan sebuah pendapat dan sikap.

Perbedaan sikap dan perilaku ini membuat kurangnya solidaritas antara anggota yang berbeda tujuan bergabung di komunitas *Junior Family* Bekasi, hal ini membuat pengembangan kegiatan-kegiatan yang sudah direncanakan oleh komunitas tersebut semakin melemah, karena di dalam komunitas *Junior Family* Bekasi memiliki visi dan misi yang sama untuk memajukan komunitas ini. Peneliti menggunakan teori Pemikiran kelompok (*Groupthink Theory*) dalam penelitian ini.

Teori ini menjelaskan kepada pengambilan keputusan dalam kelompok, dalam suatu komunitas, khususnya komunitas Bigo *live Junior Family* Bekasi yang mendorong setiap anggotanya sebagai seorang yang dapat mengevaluasi kritis, artinya masing-masing anggota lebih bebas dalam bertindak dalam pengambilan keputusan. Dengan menggunakan teori ini peneliti menoba melihat

fenomena pada komunitas *Bigo live Junior Family* Bekasi untuk mengetahui bagaimana komunikasi kelompok yang terjadi dalam Komunitas *Bigo live Junior Family* Bekasi dalam mengambil sebuah keputusan untuk mampu membangkitkan kemampuan siaran langsung *Bigo live* Bekasi dan menjalankan kegiatan-kegiatan yang belum diselesaikan.

1.2 Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini penulis memfokuskan tentang komunikasi kelompok pada komunitas media sosial *Bigo live Junior Family* Bekasi dalam meningkatkan kemampuan anggotanya dibidang siaran langsung dan menjalankan kegiatan-kegiatan yang bersifat sosial.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dapat di ambil rumusan masalah:

"Bagaimana komunikasi kelompok pada komunitas media sosial *Bigo live Junior Family* Bekasi dalam meningkatkan kemampuan anggotanya dibidang siaran langsung dan menjalankan kegiatan-kegiatan yang bersifat sosial ?"

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

"Untuk mendeskripsikan komunikasi kelompok pada komunitas media sosial *Bigo live Junior Family* Bekasi dalam meningkatkan kemampuan anggotanya dibidang siaran langsung dan menjalankan kegiatan-kegiatan yang bersifat sosial"

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini adalah:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dalam menjadi suatu bentuk rujukan, ilmu pengetahuan serta menjadi acuan dalam kajian studi ilmu komunikasi, khususnya dalam kaitan tentang komunikasi kelompok antar anggota komunikasi online.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat berfungsi untuk penambah wawasan serta ilmu pengetahuan dan dapat dijadikan referensi bagi para penelitian-penelitian

selanjutnya, terutama yang berkaitan tentang komunikasi kelompok antara anggota di dalam suatu komunitas.

