

BAB I

PENDAHULUAN

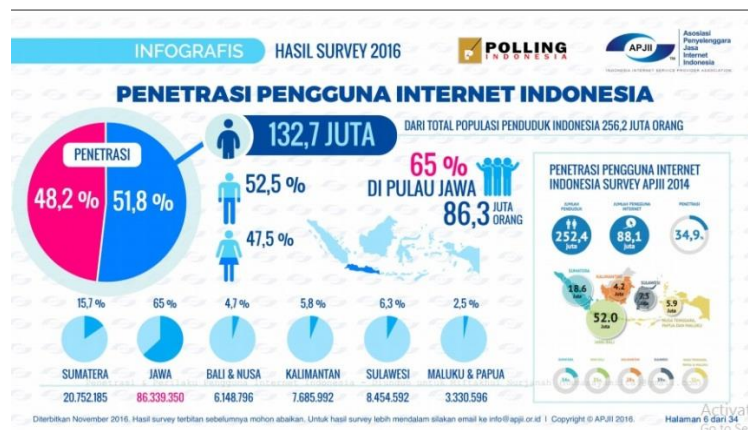
A. Latar Belakang Masalah

Media adalah bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia modern. Ada sebuah kekuatan yang besar mengirimkan pesan secara virtual kepada semua orang yang ada di bumi, nama dari kekuatan tersebut adalah media. Media yang kita ketahui seperti televisi, koran, majalah, radio, film, buku dan komputer merupakan media lama atau sering disebut juga media konvensional. Media konvensional ini tidak memungkinkan adanya respon cepat secara dua arah dari komunikasi yaitu penonton televisi dan koran, pembaca majalah, koran dan buku dan pendengar radio terhadap komunikator yaitu pihak-pihak pembuat konten media konvensional tersebut.

Seiring dengan berkembangnya teknologi internet yang telah ditemukan maka ada pula yang dinamakan media baru. Media baru (*new media*) ini seperti aplikasi dan media sosial atau yang menggabungkan keduanya dan memerlukan internet dalam menggunakannya. Dennis McQuail dalam bukunya *Mass Communication Theory* mencatat *new media* adalah sebuah set berbeda dari teknologi komunikasi yang memiliki fitur tertentu yang terbaru, dibuat dengan cara digital dan banyak tersedia untuk digunakan oleh personal sebagai alat komunikasi (Rendro,2010:243). Perkembangan media baru ini erat kaitannya dengan ditemukannya internet. Internet berasal dari kata *internetworking* dan

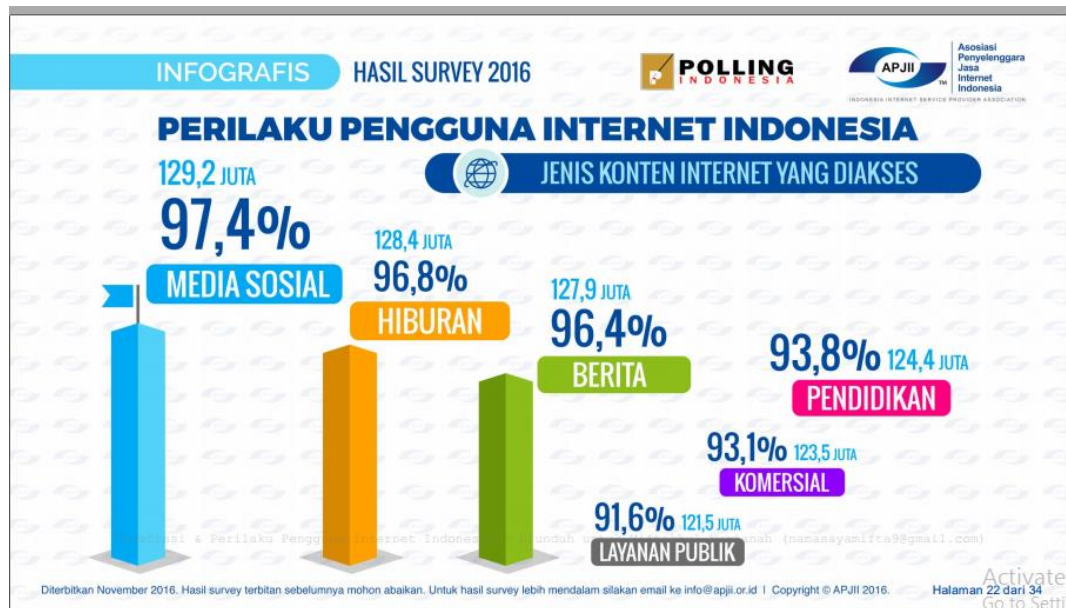
merupakan metode untuk menggabungkan berbagai komputer ke dalam satu jaringan komputer tanpa menghiraukan jenis dan *system* operasi yang digunakan oleh komputer tersebut (Rendro,2010:243). Media baru (*new media*) ini memungkinkan komunikasi dapat merespon secara cepat apa yang disampaikan oleh komunikator atau media tersebut. Sehingga media baru kini telah dianggap sebagai *way of life* dari masyarakat zaman sekarang. Menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2016, 132,7 juta masyarakat Indonesia terhubung dengan internet dan sebanyak 97,4 persen (129,2 juta) dari aktivitas itu adalah untuk mengakses media sosial

Gambar 1.1 penggunaan internet di Indonesia



Gambar infografis hasil survei APJII 2016 tentang penggunaan internet di Indonesia. (Sumber foto : <https://apjii.or.id/content/read/39/264/Survei-Internet-APJII-2016> , diakses pada 4 Mei 2017, jam 14:48 WIB)

Gambar 1.2 perilaku penggunaan internet di Indonesia



Gambar infografis hasil survei APJII 2016 tentang perilaku penggunaan internet di Indonesia. (Sumber foto : <https://apjii.or.id/content/read/39/264/Survei-Internet-APJII-2016> , diakses pada 4 Mei 2017, jam 14:48 WIB)

Salah satu media baru yang saat ini sedang ramai diperbincangkan adalah aplikasi Bigo Live. Bigo Live adalah aplikasi media sosial yang berbasis siaran langsung buatan *development* Singapura. Aplikasi ini adalah aplikasi berbasis android dan iOs yang dapat diunduh dan digunakan pada *smartphone*. Aplikasi ini mulai dirilis Indonesia pada Maret 2016. Dari awal kemunculannya aplikasi ini sudah menarik perhatian dan menempati posisi 18 dari daftar aplikasi gratis terpopuler. Bigo Live ini memungkinkan semua penggunanya untuk melakukan siaran video *live* (*live broadcasting*) aktivitas sehari-hari mereka yang dapat dilihat oleh pengguna Bigo lainnya. Pengguna lain dapat merespon video *live* tersebut dengan komentar interaktif yang muncul pada layar atau juga memberikan *gift* (istilah pemberian hadiah melalui ikon). *Gift* tersebut berupa bunga, cincin, *love*, *diamond*, *beans*, *supercar*, dll. Dari beberapa *gift* yang

tersebut dapat ditukarkan menjadi rupiah yaitu 42 *diamond* setara dengan Rp 13.000,00. Begitu pula dengan konversi *gift-gift* yang lainnya. Tingkat pencapaian *gift* yang diperoleh setiap pengguna Bigo Live berbeda-beda. Sesuai dengan tingkat kepopuleran akun tersebut atau semanarik apa siaran langsung tersebut. *Gift* inilah yang sering menjadi tolak ukur tingkat kepopuleran akun yang kemudian dilihat dengan level – level tertentu yang diberikan oleh pihak Bigo Live.

Gambar 1.3 penampilan aplikasi Bigo Live saat pemilik akun sedang melakukan live

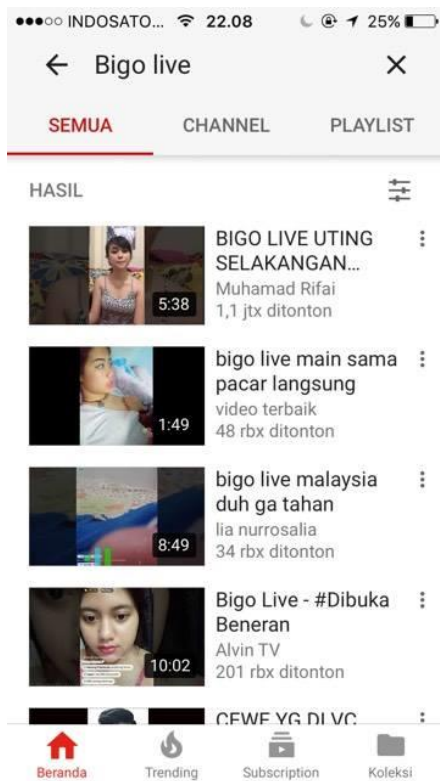


Gambar penampilan aplikasi Bigo Live saat pemilik akun sedang melakukan live. (sumber foto : Vulcanpost.com , diakses tanggal 28 Februari 2017, jam 11:43 WIB)

Aplikasi Bigo Live ini berbeda dengan aplikasi atau media sosial lainnya. Karena Bigo Live lebih bersifat terbuka (*no filter*). Jika media sosial lainnya, seperti Instagram sang pemilik akun dapat mengatur akunnya untuk tidak dapat dilihat siapa saja. Aplikasi Bigo Live tidak bisa mengatur siapa saja yang akan melihat saat sang pemilik akun melakukan siaran. Semua penonton tersebut bahkan dapat menuliskan komentar interaktif apa saja yang dapat terlihat di layar. Kemunculan Bigo Live ini seolah juga memberikan acuan pada aplikasi media sosial yang lain untuk menambah fitur serupa di media sosial mereka. Aplikasi media sosial yang telah menambah fitur siaran langsung yaitu Instagram dan Facebook. Selain itu setelah aplikasi Bigo Live menjadi *booming* banyak pula muncul aplikasi media sosial serupa, seperti Kitty Live. Menurut *country manager Bigo Live*, Steven Zhang pada 19 Desember 2016 pengguna aplikasi Bigo Live telah mencapai 60 juta akun. Sedangkan pengguna aplikasi Bigo Live di Indonesia menempati urutan ke-3 dengan jumlah 10 juta akun.

Sejak awal kemunculannya pada Maret 2016 aplikasi Bigo menjadi ramai diperbincangkan karena banyak pengguna Bigo Live yang menyalahgunakan aplikasi ini untuk tindakan asusila. Tindakan tersebut seperti memperlihatkan adegan tidak senonoh atau bagian tubuh tertentu saat sedang melakukan *live* di Bigo Live. Hal tersebut terbukti dengan apabila kita memasukan kata Bigo dalam kolom pencarian youtube yang akan muncul adalah video-video tidak senonoh. Akun-akun yang biasanya melakukan hal tersebut pun memiliki banyak penggemar dan menjadi ramai diperbincangkan bahkan hingga ke media sosial lainnya.

Gambar 1.4 tampilan hasil pencarian bigo live pada Youtube



Gambar tampilan hasil pencarian bigo live pada Youtube. (Sumber gambar : koleksi pribadi)

Walaupun dari pihak Bigo Live sendiri telah memberikan larangan keras bagi siapapun yang melakukan tindakan yang tidak sesuai saat sedang melakukan *live*, bahkan hingga sanksi pemblokiran pada akun yang melanggar tersebut. Pemblokiran dapat berupa pemblokiran sementara ataupun pemblokiran permanen tergantung dari tingkat pelanggaran yang dilakukan. Tetapi pengguna Bigo Live seolah tidak menghiraukan hal tersebut. Sehingga seperti yang dirilis oleh laman berita *online* CNN Indonesia, Kominfo (Kementerian Komunikasi dan Informasi) telah resmi memblokir aplikasi Bigo Live pada 1 Desember 2016 silam. Kominfo meminta pihak Bigo Live untuk membuka perusahaan di Indonesia dan melakukan pengawasan lebih ketat terhadap pengguna-

penggunanya jika ingin aplikasi tersebut kembali mendapatkan izin untuk dapat diakses di Indonesia lagi. Sehingga Bigo Live mendirikan perusahaannya di Indonesia tepatnya di daerah Kuningan Jakarta dan mempekerjakan 30 orang karyawannya untuk dapat mengawasi aktivitas pengguna Bigo Live selama 24 jam. Dari tindakan tersebut akhirnya menurut laman *online* kompas.com sejak hari Jumat, 13 Januari 2017 Kominfo resmi membuka blokir aplikasi Bigo Live.

Disisi lain dari maraknya berita buruk tentang Bigo Live, banyak pula pengguna Bigo yang menggunakan aplikasi tersebut untuk melakukan hal-hal positif. Seperti menggunakan aplikasi ini untuk mempromosikan produk, untuk melakukan *live tutorial* seperti *make up*, *gym*, memasak atau hal lainnya. Hal tersebut sejalan dengan tujuan awal dari aplikasi Bigo Live dibuat yaitu bertujuan untuk *show talent*. Sehingga pengguna lain dapat menonton *live broadcasting* tersebut untuk melakukan hal-hal positif lainnya. Aplikasi Bigo Live ini juga dapat dijadikan sarana mencari uang yaitu dengan mengumpulkan dan menukarkan berbagai macam *gift* ke dalam nominal rupiah. Misalnya saja 10 *beans* setara dengan 3 *diamond*, 1 buah cincin setara dengan 10 *diamond*, dan yang paling besar adalah 1 *dream castle* setara dengan 6666 *diamond*. Dari *diamond-diamond* tersebut dapat ditukarkan menjadi rupiah melalui *easy2pay* dengan konversi 60 *diamond* setara dengan \$1 atau kurang lebih Rp 13.000,00. Menurut teori Kegunaan dan Gratifikasi (*uses and gratification*) menyatakan bahwa orang secara aktif mencari media tertentu dan muatan (isi) tertentu untuk menghasilkan kepuasan (atau hasil) tertentu (West dan Turner, 2008: 101). Maka teori tersebut sesuai dengan pengguna aplikasi Bigo Live dalam menggunakan

aplikasi tersebut. Karena pada saat mengguna aplikasi Bigo Live ada kepuasan-kepuasan tertentu yang ingin dicapai oleh pemilik akun tersebut.

Pengguna Bigo Live ini kebanyakan adalah dari kalangan anak muda dengan kisaran usia 17 hingga 24 tahun. Seperti kita tahu, usia remaja adalah usia dimana kebanyakan orang ingin mencari jati diri mereka dan ingin menampilkan sosok identitas diri mereka ke khlayak ramai hingga muncullah istilah narsis. Remaja didefinisikan sebagai masa peralihan dari masa kanak-kanak ke dewasa. Batasan usia remaja menurut WHO (2007) adalah 12 sampai 24 tahun (Efendi dan Makhfudi,2009:221). Kebanyakan dari remaja yang sering dianggap narsis adalah remaja perempuan. Tidak sedikit dari mereka yang melakukan berbagai cara untuk dapat dipandang *hits* dan menarik oleh orang lain khususnya lawan jenis. Salah satu cara remaja perempuan ini dalam mengaktualisaikan dirinya yaitu dengan menampilkan tubuh mereka. Ajang untuk *show off* tubuh mereka ini salah satunya yaitu dengan aplikasi Bigo Live. Mereka dapat melakukan siaran *live* melalui *smartphone* yang mereka miliki dan siaran *live* tersebut bisa dilihat oleh pengguna Bigo Live lainnya.

Bentuk apresiasi dari pengguna Bigo Live lainnya dapat berupa komentar dan *emoticon* interaktif yang muncul pada layar saat sedang melakukan siaran *live*. Dengan bentuk-bentuk apresiasi tersebut bukan tidak mungkin para remaja perempuan ini merasa berhasil telah mengaktualisasikan diri mereka ke pengguna Bigo Live lainnya. Hingga melakukan siaran *live* ini seolah telah menjadi bagian dari rutinitas mereka yang harus dilakukan. Salah satu akun yang saat ini paling terkenal di Indonesia adalah akun bernama “*Queen of Banned*” .

Akun tersebut milik seorang remaja perempuan bernama Olyvia. Akun tersebut sudah memiliki banyak *follower*. Akun tersebut menjadi sangat terkenal di Indonesia karena Olyvia sering menampilkan tarian erotis bahkan hingga menampakan bagian dadanya saat sedang *live* melalui Bigo Live. Hingga setiap kali akun tersebut melakukan *live*, *gift* yang didapatkan pun juga banyak. Sehingga akun tercatat telah melakukan penukaran *gift* tertinggi di Indonesia, yaitu mencapai Rp 20.000.000,00. Tetapi melalui website resminya, Bigo Live telah menyatakan bahwa akun Bigo “*Queen of Banned*” telah resmi menjadi akun ke-6 yang diblokir secara permanen (sumber : <https://www.makassarterkini.com/berita/520/aplikasi-bigo-live-dari-tarian-erotis-hingga-konsultasi-dokter> , diakses pada 4 Mei 2017 pukul 15:19 WIB).

Dari adanya fenomena tersebut peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana praktik online-offline remaja perempuan dalam menampilkan tubuh mereka melalui aplikasi Bigo Live. *Online* adalah sesuatu yang dapat kita lihat secara *live* dilayar *smartphone* kita. Sedangkan *offline* merupakan tahapan yang tidak terlihat saat sedang *live*. Tahapan *offline* tersebut dapat berupa apa-apa saja yang dipersiapkan sebelum remaja putri tersebut melakukan *live* di aplikasi Bigo. Penelitian ini ingin mengetahui apakah adanya perbedaan yang signifikan antara praktik online dan praktik offline remaja perempuan tersebut dalam menampilkan tubuh melalui aplikasi Bigo Live. Juga ingin mengetahui motif apa saja yang mendasari diri mereka dalam menampilkan tubuh mereka melalui aplikasi Bigo Live. Paradigma dari masyarakat luas tentang hal negatif dari praktik tersebut pun juga menambah kuat keinginan peneliti untuk meneliti

objek tersebut. Peneliti juga ingin mengetahui bagaimana cara-cara yang dilakukan oleh para remaja perempuan pengguna tersebut dalam mencapai motif dan tujuan mereka dalam *live* di Bigo Live. Oleh karena itu peneliti ingin meneliti topik pembahasan ini dengan studi deskriptif.

Selain karena alasan remaja perempuan yang dianggap lebih narsis dan lebih aktif dalam melakukan *live broadcasting*. Remaja perempuan dipilih dalam objek penelitian ini karena ada perlakuan yang berbeda dari pengguna Bigo Live lainnya dan dari aplikasi itu sendiri. Aplikasi Bigo Live memberikan peringatan kepada para penggunanya pada saat memulai *live broadcasting* dengan penyebutan kata aurat. Dalam sanksi pemblokiran akun-akun yang menampilkan bagian tubuh tertentu pun juga berbeda dari pengguna Bigo Live perempuan dan laki-laki. Tubuh perempuan lebih sensitif diperlakukan dalam dunia Bigo Live.

Akun-akun yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah akun dengan identitas (id) *alyacp*, *fristanovita* dan *aciekicie*. Ketiga akun tersebut merupakan akun Bigo Live milik remaja perempuan dengan level yang berbeda yaitu masing-masing *alyacp* dengan level 3, *fristanovita* dengan level 7 dan *aciekicie* dengan level 25. Level tersebut diberikan oleh pihak Bigo Live karena tingkat kepopuleran akun-akun tersebut. Kepopuleran akun dapat dinilai dari jumlah *followers* dan perolehan *diamond* yang didapat. Level tersebut dapat sewaktu-waktu naik apabila jumlah *followers* pada akun tersebut meningkat. Salah satu cara untuk meningkatkan *followers* yaitu dengan semakin sering melakukan *live*. Selain dari tingkat level yang berbeda pada ketiga akun tersebut. Ketiga akun

tersebut dipilih juga karena berasal dari kota yang berbeda. Alyacp berasal dari Makassar, fristanovita berasal dari Yogyakarta, dan aciekicie berasal dari Lampung. Asal kota yang berbeda pada akun juga mungkin berpengaruh terhadap aktivitas ketiga remaja putri ini dalam melakukan *live* di Bigo Live.

Motif ketiga remaja perempuan tersebut dalam menggunakan aplikasi Bigo Live juga berbeda. Walaupun menurut pengakuan mereka awal mula mereka menggunakan aplikasi Bigo Live adalah hanya untuk coba-coba saat aplikasi tersebut menjadi *booming*. Tetapi seiringnya waktu motif mereka dalam menggunakan aplikasi tersebut juga berubah . Misalnya saja remaja putri yang memiliki akun Bigo dengan identitas (id) *fristanovita* mengaku saat ini dia melakukan *live* pada aplikasi Bigo untuk kegiatan memasaknya. Karena beliau memiliki hobi memasak dan beliau merasa teraktualiasi ketiga kegiatan memasaknya tersebut dapat dilihat oleh penonton Bigo lainnya. Sedangkan remaja perempuan yang memiliki akun Bigo dengan identitas (id) *alyacp* mengaku menggunakan aplikasi Bigo Live untuk dapat menyampaikan curahan hatinya. Karena Alya merupakan remaja putri yang senang bercerita tentang sesuatu, namun ia tidak dapat bercerita kepada orang-orang yang ada di sekitarnya. Sehingga ia merasa menemukan tempat yang sangat cocok saat dapat bercerita di aplikasi Bigo Live. Sedangkan remaja perempuan pengguna Bigo Live dengan (id) *aciekicie* menggunakan Bigo untuk mencari uang tambahan. Dari perbedaan motif ketiga remaja perempuan ini dalam menggunakan aplikasi Bigo Live tentu juga berpengaruh terhadap aktivitas mereka saat sedang *live* di Bigo.

B. Rumusan Masalah

Dari paparan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : “Bagaimana praktik *online offline* remaja perempuan dalam menampilkan tubuh melalui aplikasi Bigo Live ?”

C. Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui bagaimana praktik *online* dan *offline* remaja perempuan dalam menampilkan tubuh melalui aplikasi Bigo Live.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teori

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan informasi dan kontribusi bagi kajian ilmu komunikasi terutama mengenai studi etnografi terhadap penggunaan *new media* (aplikasi Bigo Live).

2. Manfaat Praktik

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi kepada masyarakat luas mengenai kajian media sosial baru (aplikasi Bigo Live).

E. Kerangka Teori

Untuk menjawab rumusan masalah di atas, maka peneliti menggunakan tinjauan pustaka mengenai media baru (*new media*), budaya dunia maya dan tubuh perempuan dalam konteks sosial melalui studi deskriptif dengan metode penelitian kualitatif. Konsep ini dipilih karena penelitian ini ingin mendeskripsikan praktik *online-offline* dan motif remaja perempuan dalam menggunakan aplikasi Bigo Live.

1. Media Baru (New Media)

Media baru, secara umum mengacu pada penggunaan teknologi internet, terutama penggunaan publik seperti berita *online*, iklan, penyiaran, aplikasi *broadcasting*, forus dan aktivitas diskusi, *world wide web*, pencarian informasi dan potensi pembentukan komunitas tertentu (McQuail dalam Rendro,2010:317). Dalam hal ini media baru dapat dikatakan sebagai media yang menggabungkan teknologi internet dalam penggunaannya. Media baru kini lebih dipilih oleh masyarakat saat ini karena media baru dianggap lebih praktis dan dapat menjawab kebutuhan masa kini dibandingkan dengan media lama atau media konvensional. Karena media baru ini memungkinkan penggunaannya untuk melakukan *two ways communication*.

Menurut McQuail dalam bukunya *Mass Communication Theory* (2010:141) ada beberapa perubahan utama yang berkaitan dengan munculnya media baru, yaitu :

- a. Digitalisasi dan konvergensi atas segala aspek media.
- b. Interaktivitas dan konektivitas jaringan yang makin meningkat.
- c. Mobilitas dan delokasi untuk mengirim dan menerima.

- d. Adaptasi terhadap peranan publikasi dan khalayak.
- e. Munculnya beragam bentuk baru 'pintu' (*gateway*) media.
- f. Pemisahan dan pengaburan 'lembaga media'.

Media baru juga berkembang menjadi berbagai macam bentuk dan salah satunya adalah media sosial. Media sosial adalah media yang didesain untuk menyebarkan pesan melalui interaksi sosial dan dibuat dengan teknik-teknik publikasi yang sangat mudah diakses dan berskala besar (Widjajanto,2013:143). Karakteristik media sosial yang maya sering menimbulkan fenomena-fenomena yang *booming* dikalangan penggunanya bahkan ke masyarakat luas yang tidak menggunakan media sosial tersebut.

Menurut McQuail dalam bukunya *Mass Communication Theory* (2010:144) ada beberapa karakteristik kunci yang membedakan media lama dengan media baru jika ditinjau dari perspektif penggunanya, yaitu :

a. Interaktivitas (*interactivity*)

Interaktivitas yang terjadi pada media baru memungkinkan penggunanya untuk melakukan *two ways communication* atau komunikasi dua arah secara langsung. Sedangkan pada media lama tidak adanya interaktivitas antara komunikan dan komunikator secara langsung. Dapat dikatakan hanya terjadi komunikasi satu arah pada media lama. Walaupun interaktivitas yang terjadi pada pengguna media baru hanya terjadi pada *cyberspace* saja dan tidak terjadi pada dunia nyata yang sesungguhnya.

b. Kehadiran sosial atau sosialbilitas (*social presence or sociability*)

Kehadiran media baru mampu membuat pengguna melakukan kontak personal dengan pengguna lain. Walaupun kontak tersebut hanya

terjadi pada *cyberspace*, tetapi dapat menimbulkan sensasi berhubungan secara sebenarnya. Misalnya saja ada beberapa akun media sosial yang menjadi terkenal dan banyak memiliki *followers*, sehingga setiap *update* yang dia lakukan selalu ditunggu oleh banyak *followersnya* tersebut.

c. Kekayaan media (*media richness*)

Jangkauan di mana media dapat menjembatani kerangka referensi yang berbeda, mengurangi ambiguitas, memberikan lebih banyak petunjuk, melibatkan lebih banyak indra, dan lebih personal.

d. Otonomi (*autonomy*)

Otonomi merupakan derajat di mana seorang pengguna merasakan kendali atas konten yang ia miliki dan bebas dari sumber. Saat seseorang telah memiliki akun media sosial maka dia merasa tidak ada satu orang pun yang mampu mengontrol konten apa yang ingin mereka bagikan. Walaupun dalam setiap media sosial pasti memiliki kebijakan dan peraturan yang wajib dipatuhi oleh setiap penggunanya. Otonomi atas akun yang dimiliki oleh diri sendiri inilah yang tidak terdapat pada media lama. Karena para pengguna media lama seolah hanya menjadi penikmat dalam konten-konten tersebut.

e. Unsur bermain-main (*playfulness*)

Motivasi utama para pengguna media baru saat menggunakan media tersebut adalah sebagai alat hiburan (*entertainment*). Sehingga para pengguna tersebut merasa asik terhadap dunianya dalam media baru tersebut. Unsur bermain-main inilah yang menjadi *engagement* para *user*

dengan media baru tersebut. Berbeda dengan pengguna media lama yang kebanyakan menggunakan media tersebut untuk tujuan mencari informasi.

f. Privasi (*privacy*)

Saat seseorang telah memasuki *cyberspace* maka privasi yang dimiliki oleh orang tersebut menjadi semakin berkurang. Sehingga keterlibatan seseorang pada media baru membuat orang tersebut menjadi terbuka privasinya atas konten-konten yang telah ia bagikan. Berbeda dengan media lama yang memosisikan penggunanya sebagai *silent reader* atau pihak yang tidak bisa menciptakan konten sehingga sedikit banyak tidak mempengaruhi privasi yang dimiliki oleh pengguna media lama tersebut

g. Personalisasi (*personalization*)

Derajat di mana konten dan penggunaan menjadi personal dan unik. Karena setiap akun memproduksi konten yang berbeda dengan akun lainnya. Tentu saja perbedaan tersebut dapat dipengaruhi oleh berbagai macam hal misalnya saja motif penggunaan. Sehingga setiap akun memiliki konten khas yang mereka miliki untuk dapat dibagikan.

Dari beberapa paparan tentang media baru tersebut maka jelas aplikasi Bigo Live merupakan jenis media baru yang telah mencakup semua aspek di atas. Aplikasi Bigo Live merupakan salah satu media baru yang dengan cepat menarik perhatian para khalayak ramai. Hal ini disebabkan karena dari segi interaktivitas, otonomi, *playfulness* dan personalisasi dari aplikasi ini menonjol apabila dibandingkan dengan media sosial yang lain seperti *facebook* dan *instagram*.

Aplikasi media sosial Bigo Live memungkinkan penggunaanya untuk membuat konten seperti apa yang mereka mau, dari segi otonomi tentu saja ini merupakan media sosial yang memberikan otonomi penuh terhadap penggunaanya dalam menggunakan aplikasi tersebut. Sehingga beberapa waktu lalu banyak para pengguna aplikasi Bigo Live yang menyalahgunakan otonomi atas akun yang mereka miliki ini dengan menampilkan tubuh yang seksi, beradegan seronok dan berkata kasar saat melakukan *live* pada akun Bigo Live mereka. Tindakan ini kemudian ditanggapi serius oleh Kominfo dan oleh pihak perusahaan Bigo Live itu sendiri. Hingga saat ini terdapat peraturan yang ketat yang mengatur tentang konten apa yang ingin mereka bagikan melalui akun Bigo Live mereka.

Selain dari segi otonomi, Bigo Live juga menonjol dalam segi interaktivitas dan *playfulness*. Karena konten yang disebarkan bersifat langsung atau *live*, maka respon antara pengguna aktif yaitu pihak yang melakukan siaran langsung atau pengguna pasif yaitu pihak yang menonton siaran langsung tersebut terjalin dengan lebih interaktif. Jika pada media sosial lain komentar yang diberikan untuk sebuah konten dapat dibaca dan dibalas pada kemudian waktu atau bahkan hari. Berbeda dengan Bigo Live yaitu ketika penonton memberikan komentar atas konten siaran langsung tersebut pengguna aktif mampu merespon komentar tersebut secara langsung. Terjadinya interaktivitas antara pengguna yang terjadi secara langsung tersebut mampu membuat *playfulness* atau unsur bermain-main dalam Bigo Live menjadi tinggi.

Setiap akun pada Bigo Live ini juga memiliki keunikan dan karakteristik konten (personalisasi) yang disiarkan berbeda-beda. Karena setiap pengguna memiliki motif tersendiri yang tentu saja berbeda-beda saat mereka menggunakan Bigo Live tersebut. Misalnya saja ada akun yang selalu menyiarkan kegiatan olahraganya, karena pemilik akun dikenal dengan seorang yang menggemari olahraga. Kegiatan lain seperti berdandan juga selalu disiarkan oleh sebuah akun oleh sebab itu para pengguna pasif sering menonton siaran dari akun tersebut untuk mendapatkan referensi atau tutorial untuk berdandan.

2. Budaya Dunia Maya

Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, kata budaya dapat diartikan sebagai pikiran/akal budi; adat istiadat; sesuatu mengenai kebudayaan yang sudah berkembang (beradab, maju); dan sesuatu yang sudah menjadi kebiasaan yang sudah sukar diubah. Dalam pendekatan etnografi, budaya diartikan sebagai konstruksi sosial maupun historis yang mentransmisikan pola-pola tertentu melalui simbol, pemaknaan, premis, bahkan tertuang dalam aturan (Martin dan Nakayama dalam Nasrullah,2014:140). Budaya dimaknai sebagai “*our reactions, in thought and feeling, to the changed conditions of our common life*” (Williams dalam Budiawan,2015:168). Dengan demikian, budaya ditandai adanya reaksi kita (dalam masyarakat), kondisi yang berubah dan kehidupan bersama.

Budaya dunia maya merupakan bagian dari *emergent culture* (budaya baru). *Emergent culture* adalah budaya baru yang hadir kemudian untuk menggantikan, memperkaya ataupun memodifikasi budaya sebelumnya

(Budiawan,2015:169). Budaya dunia maya ini hadir setelah adanya teknologi internet. Internet menjadi masif di masyarakat modern seperti sekarang ini. Budaya dunia maya sebagai budaya baru sedikit banyak mengubah pola-pola hubungan masyarakat yang ada. Awalnya tidak ada media yang memungkinkan adanya hubungan maya dari masyarakat satu ke masyarakat lain menjadi tercipta media yang memungkinkan adanya hubungan maya tersebut.

Saat berbicara tentang budaya dunia maya (*cyber culture*) pasti tidak lepas dari ruang maya atau *cyberspace* dan *cyber media*. Apabila *cyber culture* merupakan bagaimana kondisi yang tercipta, maka *cyberspace* ini merupakan yang menjadi ruang/ wilayah dari kondisi tersebut.

“Dunia maya (*cyberspace*) adalah realita yang terhubung secara global, didukung komputer, berakses komputer, multidimensi artifisial atau “virtual”. Dalam realita ini, dimana setiap komputer adalah sebuah jendela, terlihat atau terdengar objek-objek yang bukan bersifat fisik, namun lebih menerapkan gaya, karakter, dan aksi pembutaan data, pembuatan informasi murni (Benedikt dalam Severin,2005:445).”

Selanjutnya kita akan membahas apa saja yang ada di dalam budaya dunia maya, antara lain :

a. Representasi Identitas di Media Siber

Identitas adalah sesuatu yang melekat dalam kehidupan seseorang di mana pun dan kapan pun ia berada (Lan dalam Susanto,2003:72). Dalam pengertian lain identitas adalah tentang *belonging*, tentang persamaan dengan sejumlah orang dan apa yang membedakan seseorang dengan yang lain (Weeks dalam Susanto,2003:72). Di internet seseorang

mengkomunikasikan identitas dirinya menggunakan medium teks atau ikon untuk mewakili dirinya di ruang maya karena keterbatasan ruang untuk dapat bertemu secara langsung. Sedangkan dalam interaksi tatap muka seseorang akan memaknai identitas melalui gender, ras, pakaian, dan karakteristik non-verbal lainnya.

Identitas adalah tentang *belonging*, tentang persamaan dengan sejumlah orang dan apa yang membedakan seseorang dengan yang lain (Weeks dalam Susanto,2003:72). Ada berbagai macam identitas yang ada. Identitas yang memang dimiliki oleh seseorang sejak ia lahir hingga identitas-identitas yang telah dipengaruhi oleh lingkungan sosial yang ada. Adanya sebuah tahap penyesuaian yang membuat seseorang memiliki identitas sosial.

Dari beberapa jenis identitas yang ada tersebut, identitas sosial lah yang terlihat menonjol. Karena identitas tersebut memang sengaja tercipta untuk umum. Sehingga ketika seorang individu berada di muka umum bisa jadi identitas sosial inilah identitas yang terlihat. Oleh karena itu setiap individu menginginkan memiliki identitas sosial yang baik. Tidak jarang pula identitas sosial ini sengaja dibentuk sedemikian rupa dan mungkin sangat berbeda dari identitas pribadi yang ia miliki.

Hal ini sama dengan para pengguna Bigo Live, mereka juga memiliki identitas diri mereka sendiri. Ada beberapa pengguna yang memang menampilkan identitas diri mereka yang asli di Bigo Live, namun ada pula pengguna bigo yang membuat dan menampilkan

identitas sosial mereka di Bigo Live. Terutamanya adalah pengguna Bigo Live remaja putri. Karena motif-motif tertentu yang mereka punya saat menggunakan Bigo Live membuat mereka harus mengkonstruksi identitas diri mereka semenarik mungkin.

Tidak jarang pula ditemui jika identitas diri asli pengguna Bigo Live ini sangat berbeda dengan identitas sosial yang mereka konstruksi. Identitas sosial itu mereka konstruksi melalui foto profil, bio bahkan hingga penampilan mereka saat melakukan siaran langsung. Sehingga selain ada praktik *online*, ada pula praktik *offline*. Dalam praktik *offline* ini memungkinkan pengguna Bigo Live mendandani diri mereka sebelum melakukan siaran langsung hingga berbeda dengan penampilan mereka sehari-hari.

Tingkatan identitas yang ada di dunia siber dibagi menjadi tiga elemen dasar kekuatan individu di dunia siber, yaitu *identity fluidity*, *renovated hierarchies*, dan *information as reality* (Jordan dalam Nasrullah, 2014:146).

1. *identity fluidity* bermakna suatu proses pembentukan identitas secara *online* atau virtual. Identitas yang dibentuk ini tidak selalu sama dengan identitas yang ia miliki di kehidupan nyata.
2. *renovated hierarchies* adalah proses yang terjadi dimana hierarki yang terjadi di dunia nyata direka dan dibentuk kembali menjadi hierarki di dunia maya.

3. *information as reality* adalah hasil akhir dari kedua proses sebelumnya, pada tahap ini muncullah informasi yang menggambarkan realitas yang hanya berlaku di dunia maya atau dunia virtual.

b. Komunitas Virtual (*Virtual Community*)

Selain memiliki ruang maya dalam *cyberculture* juga memiliki komunitas yaitu komunitas maya (*virtual communities*). Komunitas maya (*virtual communities*) adalah komunitas yang terbentuk di dunia siber oleh pra pengguna karena adanya kesamaan atau saling melakukan interaksi dan relasi yang difasilitasi oleh medium komputer terkoneksi internet (Nasrullah,2014:150). Komunitas ini bisa jadi sangat dekat tetapi aktivitas yang mereka lakukan hanya terhubung melalui dunia maya saja dan hampir tidak pernah beratap muka dan berinteraksi secara langsung.

Dalam Bigo Live juga terdapat komunitas-komunitas siber yang terbentuk. Mereka biasanya memiliki kesamaan dalam kegemaran/ hobi sehingga membuat mereka berkumpul dalam siaran langsung dari suatu akun dalam aktivitas tertentu. Karena setiap pengguna mampu memberikan komentar dan komentar tersebut muncul dalam layar interaktif maka terjadi interaksi dari mereka. Interaksi ini lah bentuk komunikasi dalam komunitas tersebut. Sehingga walaupun para pengguna tersebut tidak pernah saling bertemu namun keterikatan di antara mereka sudah saling terjalin.

Komunitas ini bisa terbentuk karena adanya kesadaran kolektif di antara anggota komunitas, sehingga menimbulkan seperti ikatan kepercayaan dalam komunitas tersebut. Tidak jarang komunitas virtual yang ada ini memiliki ikatan kepercayaan yang lebih *solid* jika dibandingkan dengan komunitas nyata pada umumnya. Selanjutnya, setiap komunitas memiliki keunikan berdasarkan keunikan setiap individu anggotanya yang disebut *organic solidarity*. Setiap individu memiliki keahlian, ciri khas, serta spesialisasi dan dengan perbedaan ini setiap individu terhubung dengan individu yang lain secara lebih bebas (Nasrullah,2014:150-151).

Di dalam aplikasi Bigo Live juga terdapat beberapa komunitas-komunitas yang mewadahi pengguna Bigo yang memiliki kesamaan aktivitas *live* mereka. Walaupun demikian, biasanya para pengguna aktif Bigo Live tetap melakukan aktivitas *live* secara individual. Hanya yang tercipta adalah komunitas-komunitas *funclub* dari artis-artis Bigo Live tersebut.

Selain itu, di dalam budaya dunia maya terdapat teori "*Medium is Messages*". Singkat kata, apa yang penting adalah "*medium*", bukan "pesan"nya, karena pesan dari *medium* atau teknologi apa pun adalah perubahan skala atau fase atau pola yang digunakan dalam kehidupan manusia (Ibrahim dan Akhmad dalam McLuhan dalam, 2014 :95). Sehingga saat remaja putri pengguna Bigo Live melakukan siaran *live*, bukan tentang konten apa yang menjadi sebuah pesan. Tetapi, ketika ia

hadir *live* dalam Bigo Live tersebutlah yang menjadi sebuah pesan. Pesan bahwa ia telah eksis dalam media tersebut.

3. Tubuh Perempuan dalam Konteks Sosial

Tubuh bukan hanya kerangka dari manusia, melainkan memiliki arti yang lebih dari itu. Tubuh adalah instrumen yang paling natural dari manusia, yang dapat dipelajari dengan cara yang berbeda sesuai dengan kultur masing-masing (Lazuardi dalam Abdul,2006:68). Dapat dikatakan bahwa setiap kultur dapat mengartikan tubuh dengan cara yang berbeda-beda pula. Namun yang akan dibahas disini adalah mengenai tubuh perempuan dalam konteks sosial. Tubuh fisik adalah tubuh sosial (*the physical body is also social*) (Abdul,2006:68). Tubuh sosial memaksakan suatu cara agar tubuh fisik dapat diterima (Synnott,2007:366).

Tubuh sosial erat kaitanya dengan bagaimana hubungan tubuh fisik yang ada dengan lingkungan masyarakat. Tentang bagaimana kategori-kategori dalam masyarakat, pandangan-pandangan masyarakat tentang tubuh. Bagaimana masyarakat memberikan label terhadap tubuh yang cantik dan tidak cantik. Selanjutnya Marry Douglas dalam Synnott menyebutkan teori tentang tubuh (2007:364) yaitu teori dua tubuh. Dua tubuh yang dimaksud adalah diri dan masyarakat: kadang keduanya begitu dekat seakan hampir menyatu, namun terkadang jauh terpisah. Hubungan antara kedua tubuh itu membuat adanya elaborasi makna.

Bicara lebih lanjut mengenai tubuh sosial pada perempuan tidak terlepas pula dari wajahisme dan mistik kecantikan. Selama renaissance, kecantikan fisik dianggap sebagai sesuatu yang sakral karena merupakan anugerah dari Tuhan kepada perempuan-perempuan terpilih. Lalu pola kehidupan masyarakat membuat dan mengkonstruksi kecantikan lah yang menjadi kasta tertinggi. Seolah perempuan yang memiliki wajah cantik dapat memperoleh kehidupan yang lebih mudah, perhatian yang lebih dan segala keistimewanya. Hal itu lah yang disebut wajahisme dan mendorong para perempuan untuk dapat terlihat cantik melalui berbagai macam cara.

Selain itu ada pula yang mempengaruhi tentang tubuh sosial pada perempuan saat ini. Dari awal adanya sebuah budaya patriarki yang memandang derajat laki-laki lebih tinggi daripada derajat perempuan. Patriarki adalah suatu sistem otoritas laki-laki yang menindas perempuan melalui institusi sosial, politik, dan ekonomi. Budaya tersebut memberikan dampak tentang bagaimana perempuan diperlakukan. Tubuh dilihat sebagai satu *'tools'* untuk lepas dari anggapan tradisional tentang perempuan di dalam sistem masyarakat patriarkat (Rendro, 2010). Karena hal tersebut banyak perempuan yang menggunakan tubuhnya untuk dapat mengaktualisasi diri mereka sehingga dapat dianggap setara dengan laki-laki dan keluar dari budaya patriarki tersebut.

Tubuh perempuan yang indah dan menarik sering kali dijadikan sebagai daya tarik terhadap sesuatu. Perempuan sebagai budak "kecantikan": untuk dilihat, dipuja, dan ditinggikan laki-laki, namun tidak menjadi sederajat

dalam hak dan kekuasaan (Wollstonecraft dalam Synnott,2007:350). Walaupun demikian, sering kali perempuan tidak merasa bahwa tubuhnya sedang dieksploitasi dan dijadikan sebuah komoditas dari sebuah media. Di era kapitalisme lanjut seperti yang berlangsung saat ini, posisi perempuan dalam masyarakat konsumsi, yang juga masyarakat tontonan, memiliki fungsi dominan sebagai pembentuk “citra” (*image*) dan “tanda” (*sign*) berbagai komoditi (Batara,2005:212). Hal ini bisa saja akibat dari kapitalisme yang terjadi sehingga membuat pembentukan perempuan yang salah kaprah tentang arti cantik itu sendiri. Perempuan dianggap cantik apabila memiliki badan yang langsing dan tinggi, kulit yang mulus dan putih, hingga atribut-atribut lainnya yang menyertai anggapan cantik dari seorang perempuan.

Pengertian yang salah kaprah tersebut membuat banyak perempuan dari berbagai penjuru dunia mengesampingkan kualitas diri mereka. Melainkan menonjolkan penampilan fisik yang mereka miliki untuk dapat terlihat semenarik mungkin dan mengaktualisasikan diri mereka setinggi mungkin. Hal ini lah yang membuat banyak perempuan tidak merasa dirinya menjadi korban komodifikasi dari sebuah media. Karena ia menganggap bahwa ketika tubuhnya ditampilkan dan mendapat apresiasi banyak dari orang lain maka ia telah sukses mendapat predikat perempuan yang cantik dan berhasil mengaktualisasi dirinya pada khalayak ramai.

Namun seiring berkembangnya zaman, maka pemikiran tersebut pun mulai berubah. Dari yang awalnya perempuan menampilkan tubuh mereka sebagai alat untuk keluar dari patriarki dan perempuan di komodifikasi

melalui tubuh mereka sekarang mereka dengan sadar menampilkan tubuh mereka untuk eksistensi diri mereka. Sehingga bukan lagi tubuh yang bertopang pada perempuan, melainkan perempuan lah yang bertopang pada tubuh mereka. Perempuan menjadikan tubuh mereka sebagai ruang alternatif untuk memperoleh eksistensi diri. Secara sadar mereka menampilkan tubuh mereka untuk tujuan tersebut. Sebagai contoh, sebuah kontes kecantikan yang dianggap sebagai ajang untuk mengeksploitasi tubuh perempuan dan pada tahun 1968 sempat mendapat protes besar-besaran terhadap kontes kecantikan “*Miss America*” karena dianggap kontes kecantikan sebagai objektivitas perempuan. Tetapi saat ini kontes kecantikan seperti itu mendapatkan respon yang positif, terutama oleh perempuan. Karena perempuan merasa kontes kecantikan seperti itu adalah jalan menuju eksistensi dirinya.

Hal seperti ini juga yang terjadi pada aplikasi Bigo Live. Walaupun tidak semua pengguna media tersebut merupakan perempuan tetapi sebagian besar dari akun-akun yang terkenal dan sering melakukan siaran langsung pada Bigo Live adalah perempuan. Dari sebagian akun-akun tersebut menampilkan tubuh mereka sebagai daya tarik mereka untuk mendapatkan banyak penonton dan *gift* yang diberikan oleh penonton. Walaupun tidak semua cara mereka dalam menampilkan tubuh dilakukan dengan vulgar atau seksi. Dalam hal ini tubuh perempuan lah yang menjadi daya tarik dalam Bigo Live. Di sisi lain, perempuan juga menjadikan aplikasi Bigo Live sebagai tempat untuk mengatualiasi diri dan memperoleh eksistensi. Sehingga secara

sadar mereka “menjual” tubuh mereka melalui siaran *live* yang mereka lakukan.

Ada motif-motif tertentu yang dimiliki oleh remaja putri dalam menampilkan tubuh melalui Bigo Live. Motif tersebut tentunya juga berbeda-beda setiap individu. Motif tersebut jugalah yang nantinya akan mempengaruhi bagaimana mereka beraktivitas *online* maupun *offline* pada Bigo Live. Dari konstruksi sosial tentang tubuh perempuan yang ideal dan cantik tersebut juga mempengaruhi mereka dalam beraktivitas pada Bigo Live. Aplikasi tersebut pun telah memberikan *filter* mulus pada kameranya sehingga wajah yang melakukan siaran langsung pada Bigo Live juga nampak lebih mulus dan cantik.

Penampilan visual ini juga menjadi daya tarik utama dari sebuah siaran *live* yang ada. Karena mata merupakan indera yang paling dominan dari indera-indera yang lain. Saat ini kita pun berada dalam abad visual. Logika visual adalah logika laki-laki, sedangkan sentuhan adalah sesuatu yang berbeda (Synnott,2007:349). Laki-laki lebih tertarik terhadap visual. Sehingga saat ada siaran *live* Bigo, pihak laki-laki sebagai penonton akan lebih memilih untuk melihat siaran yang memiliki visual bagus dalam artian perempuan cantik dan seksi daripada siaran yang memiliki konten bermanfaat. Sehingga tidak salah apabila remaja putri ini menampilkan tubuh mereka pada aplikasi Bigo Live tersebut untuk mendapat eksistensi diri disana. Perempuan lah yang secara sadar menggunakan tubuh mereka melalui aplikasi Bigo Live untuk mereka mendapatkan eksistensi diri mereka.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan mendeskripsikan bagaimana praktik *online-offline* remaja putri dalam menampilkan tubuh melalui aplikasi Bigo Live. Karena dalam kajian ini peneliti akan menjawab rumusan masalah dengan mencari data kualitatif, yang berupa pernyataan, uraian atau penggambaran akan sebuah fenomena dari informan yang dapat memberikan informasi mengenai kajian yang diteliti. Kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Bogdan dan Taylor dalam Endraswara,2006:85-86)

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Yogyakarta pada Januari 2017 hingga Juli 2017. Yogyakarta dipilih sebagai lokasi penelitian karena Yogyakarta merupakan kota yang padat dengan usia remaja yang memiliki berbagai latar belakang, misalnya sebagai mahasiswa atau pekerja. Tempat penelitian adalah tempat dimana para informan melakukan kegiatannya sehari-hari dalam melakukan praktik *online* dan *offline* Bigo Live. Tempat tersebut dapat berupa rumah atau kos informan, lokasi kerja informan dan tempat dimana biasanya informan *hangout* dengan teman-temannya.

3. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian merupakan ketiga informan yang dipilih sesuai dengan kriteria dan persyaratan terhadap penelitian ini. Ada lima persyaratan yang harus terpenuhi untuk menjadi informan dalam penelitian studi deskriptif kualitatif ini. Penjelasan mengenai persyaratan-persyaratan tersebut akan dijelaskan dalam teknik penentuan informan. Berdasarkan kelima syarat tersebut dipilihlah ketiga informan. Ketiga remaja ini merupakan pengguna aktif aplikasi Bigo Live. Informan yang pertama yaitu Alya dengan id Bigo alyacp. Remaja perempuan asli Jakarta ini sekarang sedang menyelesaikan kuliahnya di Yogyakarta. Akun Bigo remaja putri ini telah ada di level 3. Motif alya dalam menggunakan Bigo Live adalah untuk bercerita melakukan curhat melalui siaran langsung yang ia lakukan.

Informan yang kedua yaitu Frista dengan id Bigo fristanovita. Remaja perempuan yang tahun ini baru saja menyelesaikan kuliahnya di salah satu perguruan tinggi Yogyakarta. Akun Bigo frista telah menempati level 7. Motif frista dalam menggunakan Bigo adalah untuk menampilkan kegiatan sehari-harinya, utamanya memasak dalam siaran langsung Bigo Live.

Informan yang ketiga adalah Acik dengan id Bigo aciekicie. Remaja perempuan asal Lampung ini baru saja menyelesaikan kuliahnya di salah satu perguruan tinggi di Yogyakarta dan saat ini sedang bekerja di salah satu *clothing shop* di Yogyakarta. Akun aciekicie ini memiliki level tertinggi dari informan-informan sebelumnya yaitu berada di level 25. Akun milik aciekicie ini pernah melakukan penukaran *diamond* menjadi rupiah.

Objek penelitian ini adalah aplikasi Bigo Live. Selain remaja perempuan sebagai pengguna aktifnya yang dijadikan informan sebagai subjek penelitian, maka aplikasi Bigo live itu sendiri juga perlu untuk diteliti. Karena peneliti akan mampu lebih memahami mengenai bagaimana cara kerja, peraturan dan ketentuan aplikasi tersebut. Sehingga lebih menunjang penelitian ini.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara Mendalam (*Indepth Interview*)

Wawancara mendalam ini dilakukan untuk mengetahui secara lebih dalam tentang motif-motif apa yang mereka inginkan saat melakukan siaran langsung melalui Bigo Live. Juga mengetahui secara lebih terperinci tentang jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang menunjang penelitian ini. Peneliti melakukan pendekatan kepada informan agar informan merasa nyaman ketika melakukan wawancara mendalam dengan peneliti. Peneliti melakukan pendekatan dengan cara mengangap dan meperlakukan informan sebagai teman, sebagai contoh sering mengajak informan untuk ngobrol bersama. Sehingga hubungan antara peneliti dan informan menjadi tidak kaku dan pada saat wawancara informan dapat memberikan informasi yang sebenar-benarnya kepada peneliti.

b. Observasi

Observasi adalah suatu teknik pengumpulan data dengan menggunakan kemampuan indera manusia. Indera yang dimaksud dapat berupa penglihatan dan juga pendengaran dari seorang peneliti. Tujuan

penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan membangun struktur sosial dan budaya suatu masyarakat, untuk selain wawancara peneliti juga perlu bersama dengan informan untuk melakukan observasi.

Cara yang dilakukan peneliti hampir sama dengan cara pendekatan yang dilakukan saat melakukan wawancara mendalam, yang membedakan adalah pada tahap observasi ini hubungan antara peneliti dan informan sudah semakin dekat, sehingga informan tidak merasa canggung ketika sedang melakukan *live broadcasting* di Bigo Live dan diamati oleh peneliti. Observasi ini dilakukan dengan cara peneliti membuat janji untuk bertemu dengan informan, tempat dan waktu bertemu ini disesuaikan dengan tempat dan waktu informan saat melakukan *live broadcasting* di Bigo Live. Kemudian saat informan melakukan *live broadcasting* tersebut, peneliti merekam dengan handphone setiap tindakan yang dilakukan informan dan juga mencatat hal-hal penting dalam sebuah *note*.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mencari bukti-bukti dari sumber nonmanusia terkait dengan objek yang diteliti (Afifudin dan Saebani dalam Sugiarto,2015:88). Sehingga dapat dikatakan dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan, buku-buku, surat kabar, majalah, dan

sebagainya. Dokumentasi ini digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi. Sumber ini terdiri dari dokumen dan rekaman.

Data yang telah diperoleh dari hasil wawancara mendalam dan observasi akan ditambah dengan data-data yang diperoleh dari hasil dokumentasi. Dokumentasi ini akan dilakukan dengan cara mengumpulkan berita dan artikel tentang pengguna Bigo Live khususnya remaja perempuan pada koran, majalah dan website. Selain itu, video-video *live streaming* para pengguna Bigo Live terdahulu juga dapat ditemukan pada Youtube sebagai tambahan referensi pada penelitian ini.

5. Teknik Analisis Data

a. Waktu dan Tempat Penelitian

Proses analisis data dimulai dengan memasukkan data-data penelitian yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi terhadap remaja perempuan pengguna Bigo Live. Dari hasil analisis data-data tersebut diharapkan peneliti mampu menggambarkan sebuah proses *online* dan *offline* remaja perempuan tersebut dalam menampilkan tubuh melalui aplikasi Bigo Live.

6. Teknik Penentuan Informan

Dalam penelitian studi deskriptif kualitatif ini, penentuan informan merupakan salah satu hal penting untuk dilakukan. Karena merupakan penelitian kualitatif, informan yang dipilih harus benar-benar tertuju atau

terfokus. Dalam penelitian ini, informan dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Kriteria tersebut ditentukan untuk menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian. Adapun kriteria tertentu yang ditetapkan peneliti untuk memilih informan pada penelitian ini adalah :

- a. Remaja perempuan yaitu dengan usia antara 17 hingga 24 tahun. Dipilihnya remaja perempuan yaitu karena pokok pembahasan penelitian ini adalah mengenai remaja perempuan dalam menampilkan tubuh melalui aplikasi Bigo Live. Selain itu, remaja perempuan dianggap lebih aktif dalam menampilkan tubuh melalui aplikasi Bigo Live apabila dibandingkan dengan remaja laki-laki.
- b. Merupakan pengguna aktif aplikasi Bigo Live. Remaja perempuan tersebut harus merupakan pengguna aktif Bigo Live, yang artinya mereka merupakan pihak yang melakukan *live streaming* dan menampilkan tubuh tersebut.

Keterlibatan langsung adalah informan yang dipilih harus benar-benar merupakan pihak pertama yang menggunakan aplikasi Bigo Live dan berhubungan langsung dengan peneliti. Artinya bukan merupakan pihak ketiga atau pihak yang tidak terlibat langsung. Selain itu, waktu yang cukup juga merupakan salah satu syarat dipilihnya informan dalam penelitian ini. Karena penelitian ini memerlukan waktu informan untuk melakukan wawancara dan observasi dalam waktu yang tidak relatif singkat. Walaupun tidak sepenuhnya para informan harus mengkosongkan kegiatan sehari-hari

mereka. Karena dalam observasi, yang akan diamati adalah keadaan natural dari aktivitas seorang informan.