

REPRESENTASI PORNOGRAFI PADA MEDIA SOSIAL (ANALISIS SEMIOTIKA PIERCE PADA APLIKASI *BIGO LIVE*)

Sultan Himawan
Bina Sarana Informatika
sultan.himawan@gmail.com

Abstract: The purpose of this study is to find and describe the form of pornography that occurs on social media Bigo Live and the meaning of symbols and symbols of communication used in the application. The results of this study can be understood that the symbol of communication used in semiotics pierce, consisting of icons, indices and symbols komunikasi on Bigo Live indicated the existence of pornography because it contains objects that lead to sexual activity. Behind this it turns out there are economic interests of the people involved in Bigo Live including the company Bigo Live itself. However, the viewers or known as the viewer tend to be lovers who are willing to spend the money in order to give a gift in this form of index to the hosts who are broadcasting to apply sexy clothes or gestures. Seeing the conditions of these elements, the social reality of Bigo Live produces culture. This is because the process of interaction that takes place between users and the technology that enumerates the user structure at Bigo Live in a particular time and location will result in a culture. Therefore, text or content becomes cultural artifacts. As cultural artifacts, content becomes a reference to see how cyber culture is shaped, exchanged, and even consumed by users at Bigo Live.

Keywords; Pornography, Symbol of Communication, Social Media Communication

Abstrak: Tujuan penelitian ini untuk mengetahui serta mendeskripsikan bentuk pornografi yang terjadi pada media sosial Bigo Live dan makna lambang dan simbol komunikasi yang digunakan pada aplikasi tersebut. Hasil penelitian ini dapat dipahami bahwa lambang komunikasi yang digunakan pada semiotika pierce, terdiri dari ikon, indeks dan simbol komunikasi pada Bigo Live terindikasi adanya pornografi karena mengandung objek yang mengarah pada aktifitas seksual. Dibalik hal ini ternyata ada kepentingan ekonomi dari orang-orang yang terlibat pada Bigo Live termasuk perusahaan Bigo Live itu sendiri. Akan tetapi para pemirsa atau dikenal dengan sebutan viewer cenderung sebagai penikmat yang rela menghabiskan uangnya demi untuk memberikan gift dalam hal ini berbentuk indeks kepada para host yang sedang siaran agar berlaku seksi baik pakaian ataupun gerak tubuh. Melihat kondisi elemen-elemen tersebut, maka realitas sosial Bigo Live menghasilkan budaya. Ini terjadi karena proses interaksi yang terjadi antara pengguna dengan teknologi yang melibatkan struktur pengguna pada Bigo Live dalam waktu dan lokasi tertentu akan menghasilkan budaya. Karena itu, teks atau konten menjadi artefak kebudayaan. Sebagai artefak kebudayaan, konten menjadi rujukan untuk melihat bagaimana budaya siber dibentuk, dipertukarkan, dan bahkan dikonsumsi oleh pengguna di Bigo Live.

Kata Kunci; Pornografi, Lambang Komunikasi, Komunikasi Media sosial

PENDAHULUAN

Teknologi komunikasi memberikan ketertarikan sendiri terhadap pengguna internet *smartphone* sehingga berdampak pada gaya hidup masyarakat yang menjadi tren kekinian saat ini dari usia remaja hingga dewasa. Dengan perangkat teknologi seperti ponsel pintar setiap pengguna bisa masuk menikmati komunikasi *virtual* ini dengan jaringan *internet*. Beberapa penyedia layanan *virtual* yang tersedia seperti *yahoo messenger*, *ebuddy* serta video chat lainnya mulai ditinggalkan perlahan seiring dengan perkembangan teknologi. Para pengguna *smartphone* mencari aplikasi yang mudah di akses serta sesuai dengan kebutuhan mereka. Berdasarkan data www.detik.com dinyatakan bahwa ada 1, 4 Milyar pengguna android aktif dalam sebulan. Ini membuat perusahaan produsen aplikasi android bersaing untuk membuat aplikasi yang menarik dan mudah digunakan oleh pengguna.

Kecanggihan teknologi *internet* pada *smartphone* menjadi ajang bersosialisasi, berekspresi, dan bahkan pula untuk mencari jodoh. Aplikasi yang menjadi tren hiburan

saat ini adalah aplikasi bertemakan siaran *video streaming*, dimana pengguna (*broadcaster*) bisa membagikan aktifitas sehari-hari kepada *viewer*, masing-masing pengguna juga bisa berinteraksi satu sama lain dan disiarkan secara langsung melalui *live video* kepada semua pengguna aplikasi tersebut. Salah satu aplikasi yang sedang menjadi tren saat ini adalah aplikasi Bigo Live. Berdasarkan pantauan peneliti sampai dengan 29 Desember 2016 terdapat 548.023 pengguna yang sudah menggunakan aplikasi ini dan menempati urutan pertama dalam kategori *top charts social play store* yang diunduh oleh pengguna *smartphone*.

Bigo Live digunakan sebagai sarana berkomunikasi yang memanfaatkan teknologi internet dengan konsep *one to many*. Aplikasi ini menawarkan beberapa perbedaan dibandingkan dengan aplikasi sejenis, seperti *Camfrog*, *Tango*, *Live.me* serta lainnya. Pada aplikasi Bigo Live, semua yang *on line* disebut sebagai pengguna (*user*) dan yang lebih spesifik lagi, pengguna yang tampil dalam siaran disebut sebagai *broadcaster* dan pengguna yang hanya menonton atau memberikan komen secara langsung melalui *chat* (tidak tampil) disebut dengan *viewer*. Komentar yang diberikan biasanya terkait dengan aktifitas yang dilakukan oleh *broadcaster*.

Setiap *Broadcaster* bebas menampilkan keahlian atau bakatnya melalui sebuah siaran seperti bernyanyi, menggambar, berdakwah, bercerita, memasak dan aktifitas sosial lainnya. Para pengguna *Bigo Live* bebas memilih apakah ia ingin menjadi *broadcaster* atau mungkin hanya ingin menjadi *viewer*. *Viewer* yang sedang menyaksikan siaran dapat memberikan hadiah/*gift* kepada *broadcaster* yang disukainya. Hadiah ini didapatkan oleh pengguna dengan cara membeli “*diamond*” secara *online* pada aplikasi *Bigo Live* dengan sejumlah uang dengan pilihan metode pembayaran yang tersedia. Semakin banyak *viewer* yang memberikan *gift* kepada *broadcaster* maka akan semakin banyak pula *diamond* terkumpul, yang pada akhirnya nanti *diamond* ini bisa ditukarkan menjadi uang tunai yang terdapat pada fitur *Bigo Live*. Dengan adanya fitur penukaran *diamond* menjadi uang tunai inilah yang menyebabkan banyak para *broadcaster* rela melakukan hal-hal apapun. Ini juga ada kaitannya dengan komentar *viewer* yang disampaikan melalui *live chat*. Mereka berinteraksi dan berkomunikasi dengan menggunakan lambang komunikasi khusus yang terdiri dari teks dan simbol dan ini hanya dipahami oleh anggota *virtual Bigo Live*. Dengan demikian *virtual Bigo Live* ini berbeda dengan komunikasi yang ada pada dunia nyata.

Bigo Live menghadirkan bentuk alternatif komunikasi dimana individu yang mengaksesnya tidak hanya sekadar bisa berkomunikasi dan bertukar informasi, namun mereka harus paham dengan simbol komunikasi yang digunakan agar komunikasi menjadi efektif. Penggunaan simbol komunikasi yang berbeda dengan makna dalam kehidupan sosial tadi adalah hal unik yang ada pada dunia maya. Selain itu, penggunaan simbol komunikasi yang dipakai pada media sosial *Bigo Live* menghadirkan makna baru yang digunakan untuk saling mengirim pesan sesama anggota. Proses dalam kegiatan siaran Bigo Live, ketika pengunjung (*viewer*) masuk, mereka dapat melihat *broadcaster* beraksi dan berinteraksi dengan pengunjung. *Viewer* dapat mengirim pesan atau mengirim hadiah ke *broadcaster* yang disukainya. Berbagai banyak pilihan *broadcaster* yang tampil, sebagian besar dari mereka didominasi perempuan. Sering sekali ditemukan para *broadcaster* yang tampil dalam sebuah siaran berpakaian seksi dan terlihat menunjukkan bagian vital mereka ke publik. Pada sisi lain, sering kata atau kalimat yang disampaikan para *viewer* mengarah kepada tindakan seksual serta tidak senonoh kepada *broadcaster*. Hal ini tentu sangat disayangkan, mengingat semua lapisan masyarakat dari beragam usia dapat menggunakan aplikasi ini secara gratis.

Berbagai jenis siaran yang hadir dalam tayangan bigo live, banyak sekali ditemukan siaran siaran yang mengarah pada tindakan pornografi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pornografi adalah penggambaran tingkah laku secara erotis dengan lukisan atau tulisan untuk membangkitkan nafsu berahi. KBBI juga mengartikan pornografi sebagai bahan bacaan yang dengan sengaja dan semata-mata dirancang untuk membangkitkan nafsu berahi dalam seks. Hadirnya pornografi secara luas tidak terlepas dari kehadiran internet sebagai sarana dalam penyebarluasan pornografi, munculnya internet menyebabkan batas ruang antar suatu negara dengan negara lainnya menjadi seolah-olah tidak ada. Hadirnya internet tentunya tidak menutup kemungkinan adanya penyebaran pornografi secara internasional tanpa membutuhkan biaya yang tinggi.

Fenomena pornografi pada media sosial tersebut tidak dapat dipungkiri merupakan realita yang terjadi. Sebagai informasi, untuk menggunakan Bigo Live, pengguna hanya perlu menggunakan akun Facebook, Twitter, atau Google. Publik Indonesia tengah diramaikan dengan kemunculan aplikasi Bigo Live. Pada dasarnya, aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk menyiarkan dirinya sendiri. Sayangnya, aplikasi Bigo Live banyak disalahgunakan untuk perbuatan mesum guna mendapatkan keuntungan (*gift*).

Hal inilah yang mendorong peneliti untuk menelaah bentuk pornografi serta lambang dan simbol komunikasi yang terdiri teks dan simbol yang digunakan pada media sosial *Bigo Live*, dengan demikian sebagai panduan agar fokus pada subjek serta objek dalam melakukan penelitian, maka disusunlah rumusan masalah: Bagaimana makna simbol dan lambang pada kegiatan aktifitas siaran aplikasi media sosial *Bigo Live*, serta bagaimana bentuk pornografi yang terjadi pada media sosial Bigo Live.

KAJIAN LITERATUR

Dalam menyusun penelitian ini, penulis mencari sumber referensi berupa jurnal studi-studi/ penelitian terdahulu yang sesuai atau berhubungan dengan topik penelitian yang dibuat kali ini, yakni ingin mengetahui gambaran lengkap tentang peran dan pelaku komunikasi kelompok serta makna lambang komunikasi yang dipertukarkan dalam interaksi *virtual* pada aplikasi Bigo Live. Berikut adalah beberapa hasil judul penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dan dianggap relevan dengan penelitian ini.

Penelitian pertama pada jurnal komunikasi Vol. IV No. 1 April 2017 oleh Irwanto, Media Sosial Penguat Eksistensi Budaya Populer. Hasil penelitian yang berupaya untuk menjelaskan mengenai karakter media sosial yang memberikan ruang terhadap budaya populer. Sementara media sosial saat ini telah menjadi bagian dari peradaban manusia dan digunakan oleh banyak orang, maka budaya populer meluncur tanpa hambatan melalui kendaraan media sosial tersebut. Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka baik melalui literasi ataupun informasi yang diperoleh dari media mainstream ataupun media sosial guna menjawab permasalahan yang terungkap. Hasil penelitian ini menjelaskan keunikan karakter media sosial sengaja diciptakan oleh kaum kapitalis sebagai cara untuk menyebarkan budaya populer yang identik dengan konsumtif dan bertentangan serta menghambat budaya tinggi.

Penelitian berikutnya adalah Patricia Evangeline Setiawan dalam jurnal VOL 2. NO.3 TAHUN 2014, Representasi Banalitas Kejahatan dalam Film “The Act of Killing”. Penelitian ini ingin mengetahui Bagaimana representasi Banalitas kejahatan dalam film “The Act of Killing”. Hasil penelitian ini Menemukan bahwa representasi Banalitas kejahatan melalui Penggambaran tokoh yang diangkat dalam film ini memiliki

karakteristik, seperti semua kategori tidak dipikirkan, tidak mampu berpikir secara mandiri, kepatuhan pada otoritas dan memercayai kejahatan sebagai tindakan kepahlawanan

Penelitian selanjutnya dalam jurnal *Sosio Didaktika*: Vol. 1, No. 2 Des 2014 oleh Sri Wahyuningsih berjudul “Kearifan Budaya Lokal Madura Sebagai Media Persuasif (Analisis Semiotika Komunikasi Roland Barthes dalam Iklan Samsung Galaxy Versi Gading dan Giselle di Pulau Madura)”. Metode penelitian yang digunakan kualitatif dengan kajian post modern. Pendekatan Kualitatif, menggunakan analisis semiotika komunikasi Roland Barthes. Hasil penelitian analisis iklan *hand phone* di atas ditemukan beberapa konotasi sebagai berikut: adanya bentuk syukur masyarakat Madura dalam lensa, dan karapan sapi, pakaian adat Madura, Bahasa Madura merupakan kearifan lokal budaya Madura.

Representasi

Teori representasi ini diperkenalkan oleh Stuart Hall, seorang tokoh *cultural studies* dari Inggris. Hall mengatakan bahwa representasi merupakan salah satu aspek yang berperan dalam membentuk kebudayaan. Dalam buku yang ditulis oleh Paul du Gay (1997), representasi merupakan bagian dari “*circuit of culture*” yang berperan penting dalam membentuk budaya. Representasi bekerja secara berkesinambungan dengan identitas, regulasi budaya, konsumsi dan produksi.

Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, istilah representasi diartikan sebagai perbuatan mewakili; keadaan diwakili; apa yang diwakili; dan perwakilan (Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa 950). Pada definisi lainnya dikatakan bahwa, “*The Process, and the products, that gives signal their particular meaning is representation. Through representation, abstract, and ideological ideas are given concrete form*” (Sardar dan B. Vanloon, 2003:13)

Dalam bab 3 buku *Studying Culture: A Practical Introduction* dari Giles & Middleton (1999:56 57). Terdapat tiga definisi dari kata ‘*to represent*’, yakni:

1. *To stand in for*. Hal ini dapat dicontohkan dalam kasus bendera suatu negara, yang jika dikibarkan dalam suatu acara, maka bendera tersebut menandakan keikutsertaan negara yang bersangkutan dalam acara tersebut.
2. *To speak or act on behalf of*. Contoh kasusnya adalah Paus menjadi orang yang berbicara dan bertindak atas nama umat Katolik.
3. *To re-present*. Dalam arti ini, misalnya tulisan sejarah atau biografi yang dapat menghadirkan kembali kejadian-kejadian di masa lalu. Dalam prakteknya, ketiga makna dari representasi ini dapat saling tumpang tindih. Oleh karena itu, untuk mendapat pemahaman lebih lanjut mengenai apa makna dari representasi dan bagaimana caranya beroperasi dalam masyarakat budaya, teori Hall akan sangat membantu.

Menurut Hall sendiri dalam bukunya *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*, “*Representation connects meaning and language to culture... Representation is an essential part of the process by which meaning is produced and exchanged between members of culture*” (Hall. 2003:17). Melalui representasi, suatu makna diproduksi dan dipertukarkan antar anggota masyarakat. Jadi dapat dikatakan bahwa representasi secara singkat adalah salah satu cara untuk memproduksi makna. Menurut Stuart Hall, ada dua proses representasi. Pertama, representasi mental. Yaitu konsep tentang “sesuatu” yang ada di kepala kita masing-masing (peta konseptual). Representasi mental ini masih berbentuk sesuatu yang abstrak. Kedua, “bahasa”, yang

berperan penting dalam proses konstruksi makna. Konsep abstrak yang ada dalam kepala kita harus diterjemahkan ke dalam “bahasa” yang lazim, agar kita dapat menghubungkan konsep dan ide-ide kita tentang sesuatu dengan tanda-tanda dan simbol-simbol tertentu. Konsep adalah representasi, yang memperbolehkan kita untuk berpikir. Tetapi kita belum selesai dengan sirkulasi representasi ini, karena seharusnya kita berbagi peta konseptual yang sama, sehingga kita dapat memahami penelitian ini mengenai teks lirik lagu dangdut, melalui sistem klasifikasi yang sama yang ada di kepala kita. Kita bisa saling berkomunikasi karena adanya kemunculan bahasa. Bahasa mengeksternalisasi makna yang kita buat tentang dunia kita. Oleh karena itu, yang terpenting dalam sistem representasi ini pun adalah bahwa kelompok yang dapat memproduksi dan bertukar makna dengan baik adalah kelompok tertentu yang memiliki suatu latar belakang pengetahuan yang sama sehingga dapat menciptakan suatu pemahaman yang (hampir) sama.

Menurut Stuart Hall: *“Member of the same culture must share concepts, images, and ideas which enable them to think and feel about the world in roughly similar ways. They must share, broadly speaking, the same ‘cultural codes’. In this sense, thinking and feeling are themselves ‘system of representations’”*.

Berpikir dan merasa menurut Hall juga merupakan sistem representasi. Sebagai sistem representasi berarti berpikir dan merasa juga berfungsi untuk memaknai sesuatu. Oleh karena itu, untuk dapat melakukan hal tersebut, diperlukan latar belakang pemahaman yang sama terhadap konsep, gambar, dan ide (*cultural codes*).

Pemaknaan terhadap sesuatu dapat sangat berbeda dalam budaya atau kelompok masyarakat yang berlainan karena pada masing-masing budaya atau kelompok masyarakat tersebut, ada cara-cara tersendiri dalam memaknai sesuatu. Kelompok masyarakat yang memiliki latar belakang pemahaman yang tidak sama terhadap kode-kode budaya tertentu, tidak akan dapat memahami makna yang diproduksi oleh kelompok masyarakat lain.

Makna tidak lain adalah suatu konstruksi. Manusia mengkonstruksi makna dengan sangat tegas sehingga suatu makna terlihat seolah-olah alamiah dan tidak dapat diubah. Makna dikonstruksi melalui sistem representasi dan difiksasi melalui kode. Kode inilah yang membuat masyarakat yang berada dalam suatu kelompok budaya yang sama mengerti dan menggunakan nama yang sama, yang telah melewati proses konvensi secara sosial. Misalnya, ketika kita memikirkan ‘rumah’, maka kita menggunakan kata “rumah” untuk mengkomunikasikan apa yang ingin kita ungkapkan kepada orang lain. Hal ini karena kata “rumah” merupakan kode yang telah disepakati dalam masyarakat kita untuk memaknai suatu konsep mengenai “rumah” yang ada di pikiran kita (tempat berlindung atau berkumpul dengan keluarga). Kode, dengan demikian, membangun korelasi antara sistem konseptual yang ada dalam pikiran kita dengan sistem bahasa yang kita gunakan.

Komunikasi Dunia Maya

Dunia Maya atau yang sering disebut dengan media maya atau internet adalah salah satu media atau dunia virtual yang sengaja dibuat untuk mempermudah pekerjaan manusia atau interaksi antara satu orang dengan orang lainnya yang berada di tempat yang berbeda.

Komunikasi pada aplikasi Bigo Live berada dalam dunia maya dan menggunakan teknologi internet. Dengan menggunakan teknologi internet memungkinkan hampir semua orang di belahan dunia manapun untuk saling berkomunikasi dengan cepat dan mudah. Fitur internet paling *populer e-mail*, fitur yang dipakai oleh para pengguna

internet untuk bertukar pesan, dan *World Wide Web (WWW)*, sebuah sistem situs komputer yang sangat luas yang dapat dikunjungi oleh siapa saja dengan program browser dan dengan menyambungkan komputer dengan pada internet (Severin 2008: 444).

Pornografi dan Moral

Kata pornografi, berasal dari bahasa Yunani yaitu, kata *porneia (porneia)* yang berarti seksualitas yang tak bermoral atau tak beretika (*sexual immorality*) atau yang populer disebut sebagai zina, dan kata *grafe* yang berarti kitab atau tulisan. Kata kerja *porneuw (porneo)* berarti melakukan tindakan seksual tak bermoral (berzina atau *commit sexual immorality*) dan kata benda *pornh (porne)* berarti perzinahan atau juga prostitusi. Secara garis besar dalam wacana porno atau penggambaran tindakan pencabulan (pornografi) kontemporer ada beberapa varian pemahaman porno yang dapat dikonseptualisasikan menjadi pornografi pornokasi dan pornosuara, dalam kasus tertentu semua kategori konseptual itu dapat menjadi sajian dalam satu media, sehingga melahirkan konsep baru yang dinamakan pornomedia.

Pada konteks ini pornografi dipahami sebagai proses aktifitas komunikasi pada media sosial yang pelakunya tanpa berpikir mengirimkan lambang-lambang komunikasi yang buruk dan tidak pantas. Lambang komunikasi yang dimaksud bisa berupa simbol, tulisan serta gambar (akan dibahas pada sub bab selanjutnya). Lambang-lambang komunikasi ini bisa saja merusak jiwa lawan bicara ataupun siapa saja yang bisa mengakses media sosial tersebut.

Manusia yang menggunakan media sosial Bigo Live memiliki jiwa dan raga. Pornografi pada proses komunikasi di media sosial Bigo Live akan merusak jiwa atau mental si pengguna tersebut. Simbol, gambar, tulisan yang mengandung unsur pornografi pada proses komunikasi Bigo bisa merusak moral para *user* atau penggunanya.

Secara etimologis, kata *moral* berasal dari kata *mos* dalam bahasa Latin, bentuk jamaknya *mores*, yang artinya adalah tata-cara atau adat-istiadat. Dalam KBBI (1989: 592), moral diartikan sebagai akhlak, budi pekerti, atau susila. Secara terminologis, terdapat berbagai rumusan pengertian moral, yang dari segi *substantif materiilnya* tidak ada perbedaan, akan tetapi *bentuk formalnya* berbeda. Widjaja (1985: 154) menyatakan bahwa moral adalah ajaran baik dan buruk tentang perbuatan dan kelakuan (akhlak).

Secara umum, moral dapat diartikan sebagai batasan pikiran, prinsip, perasaan, ucapan, dan perilaku manusia tentang nilai-nilai baik dan buruk atau benar dan salah. Moral merupakan suatu tata nilai yang mengajak seorang manusia untuk berperilaku positif.

Media Sosial Bigo dalam Dunia Maya

Perkembangan teknologi informasi juga tidak saja mampu menciptakan masyarakat dunia global, namun secara materi mampu mengembangkan ruang gerak kehidupan baru bagi masyarakat, sehingga tanpa disadari, komunitas manusia telah hidup dalam dunia kehidupan, yaitu kehidupan masyarakat nyata dan kehidupan masyarakat maya (Bungin 2006: 159-160).

Pada awalnya masyarakat maya adalah sebuah fantasi manusia tentang dunia lain yang lebih maju dari dunia saat ini. Fantasi tersebut adalah sebuah hiperrealitas manusia tentang nilai, citra dan makna kehidupan manusia sebagai lambang dari pembebasan manusia terhadap kekuasaan materi dan alam semesta. Berbeda hal ketika teknologi manusia mampu mengungkapkan misteri pengetahuan itu, maka manusia bisa

menciptakan ruang kehidupan baru bagi manusia di dalam dunia maya itu. Hidup dalam dunia maya bukanlah pengganti untuk kehidupan dalam dunia fisis, tetapi hal itu memberi peluang-peluang bagi orang-orang untuk meluaskan cakrawala mereka dan berbagi pengalaman yang mungkin tidak bisa diperoleh tanpa dunia virtual seperti halnya yang terjadi pada aplikasi *Bigo Live*.

Media merupakan salah satu alat komunikasi untuk menyampaikan informasi, seperti yang disampaikan McLuhan (Wibawa, 1991:7) media ialah semua saluran pesan yang dapat digunakan sebagai sarana komunikasi dari seseorang ke orang lain yang tidak ada dihadapannya. Istilah “media” merupakan bentuk jamak dari kata “*medium*” yang dapat diartikan sebagai alat sarana komunikasi, perantara atau pengantar. Dengan kata lain, media adalah perantara sumber pesan (*a source*) dengan penerima pesan (*a receiver*) dalam menyampaikan pesan (*message*) dengan tujuan untuk menyebarkan informasi atau pesan itu sendiri kepada *audiens*. Surat kabar merupakan salah satu bentuk dari representasi media cetak, sementara radio merupakan media audio sedangkan televisi adalah media audio visual yang merupakan representasi dari media elektronik dan media sosial *Bigo Live* merupakan representasi dari media *online*.

Terlepas dari bagaimana melihat sebuah bentuk teknologi media, pengungkapan kata “media” bisa dipahami dengan melihat proses komunikasi itu sendiri. Proses komunikasi memerlukan tiga hal yaitu objek, organ dan medium seperti yang mana digambarkan, saat menyaksikan sebuah program televisi, televisi adalah objek dan mata adalah organ. Perantara antara keduanya adalah gambar atau visual. Berdasarkan contoh tersebut membuktikan bahwa media merupakan wadah untuk membawa pesan dari proses komunikasi dengan tujuan agar pemakai dapat lebih mudah dalam mencapai suatu tujuan.

Media sosial merupakan sarana komunikasi masa kini yang sangat cepat dan pesat dalam perkembangannya, media sosial juga berkembang pesat dari berbagai macam klasifikasi dan tipe sesuai dengan kebutuhan masyarakat dunia. Media sosial sudah menjadi sebuah kebutuhan pada masyarakat dengan latar belakang moderenitas saat ini. Media sosial dapat membantu manusia dalam berbagai aspek kebutuhan. Aspek hiburan, pendidikan, kesehatan, mengekspresikan diri, perhubungan dan lain lain. Media dapat diartikan sebagai suatu bentuk dan saluran yang dapat digunakan dalam suatu proses penyajian informasi. Sedangkan kata sosial mengandung pengertian suatu kumpulan dari individu - individu yang saling berinteraksi sehingga menumbuhkan perasaan bersama. Meike dan Young (2013) menuturkan definisi media sosial dalam Nasrullah (2015: 11) “Kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu”.

Interaksi Sosial Bigo Live

Masyarakat maya membangun dirinya dengan sepenuhnya mengandalkan proses sosial dalam kehidupan kelompok (jaringan) intra dan antar sesama anggota masyarakat maya. Dipastikan bahwa konstruksi masyarakat dunia maya pada mulanya berkembang dari sistem intra dan antar Jaringan yang berkembang menggunakan sistem sarang laba-laba sehingga membentuk sebuah jaringan masyarakat yang besar.

Proses sosial dan interaksi sosial dalam masyarakat maya dalam hal ini aplikasi media sosial Bigo Live, ada yang bersifat sementara dan ada juga yang bersifat menetap dalam waktu yang relatif lama atau menetap untuk selama-lamanya. Sifat proses sosial dan interaksi sosial ini ditentukan oleh kepentingan mereka dalam menggunakan aplikasi

Bigo Live. Interaksi sosial sementara, terjadi pada anggota masyarakat yang yang sepintas lalu ingin “jalan-jalan” dan hanya bermain di Bigo Live secara live dan tidak tampil secara *broadcast* dan kemudian meninggalkannya. Ada pula interaksi sosial dan kehidupan kelompok yang berlangsung cukup lama diantara sesama pengguna aplikasi Bigo Live. Mereka ini para pengguna media sosial aplikasi Bigo. Mereka bergaul, menyapa, bercinta, berbisnis, belajar dan bahkan mencuri dan sebagainya dalam masyarakat maya, namun mereka tidak menetap di sana karena tidak memiliki rumah sebagai alamat mereka.

Bungin (2006:77), sebagai ciptaan manusia, maka masyarakat maya menggunakan seluruh metode kehidupan masyarakat nyata sebagai model yang dikembangkan di dalam segi-segi kehidupan maya. Seperti membangun stratifikasi sosial membangun kebudayaan, membangun pranata sosial, membangun kekuasaan, wewenang dan kepemimpinan, membangun sistem kejahatan dan kontrol - kontrol sosial, dan sebagainya.

Proses dalam berinteraksi pada dunia maya juga memerlukan etika, ini bisaanya berupa kesepakatan etiket (hukum tidak tertulis) yang perlu dihormati oleh setiap individu yang berinteraksi di internet. Jika terjadi pelanggaran norma, maka komunitas yang lain bisaanya akan mengingatkannya. Etika ini yang kemudian menjadi koridor pengikat antar pengguna internet dalam berinteraksi. Etika itu antara lain melarang pengguna internet mengganggu atau mengancam anggota lain, melanggar hak cipta, mengirim berita kasar dan banyak lagi (W. Purbo, 2003: 29)

Pada dasarnya aktifitas dunia maya, kebanyakan dari anggota masyarakat dunia maya menjadi penduduk tetap dalam masyarakat tersebut dengan memiliki alamat dan rumah di sana dengan status penyewa atau pemilik. Mereka ini memiliki *e-mail*, nomor telepon atau *website*. Setiap saat mereka memanfaatkan alamat dan rumah mereka untuk berinteraksi dengan sesama anggota masyarakat guna berbagai kebutuhan.

Sebagaimana juga dalam masyarakat nyata, maka masyarakat pengguna aplikasi Bigo Live dibangun melalui interaksi sosial sesama anggota masyarakatnya. Bahwa syarat-syarat interaksi sosial dalam masyarakat nyata harus memiliki kontak sosial dan adanya komunikasi, maka persyaratan ini juga menjadi substansi utama dalam kehidupan sosial masyarakat maya. Hubungan yang dibangun dalam jaringan-jaringan internet, tidak saja memiliki makna hubungan antara simpul-simpul kabel listrik atau simpul-simpul frekuensi radio yang dapat diterima oleh antena satu dengan yang lainnya, atau modem satu dengan yang lainnya. Namun sesungguhnya adalah hubungan-hubungan sosial yang dibangun sesama anggota masyarakat untuk saling berinteraksi, sedangkan mesin-mesin itu hanyalah media yang mereka gunakan.

Kontak-kontak sosial yang terjadi diantara anggota masyarakat maya memiliki makna yang luas di dalam komunikasi mereka satu dengan lainnya, sehingga dari sana mereka saling membangun makna dalam dunia intersubjektif mereka tentang dunia yang dihuninya. Dari cara mereka berinteraksi ini lahir pula dua proses interaksi sosial, yaitu proses sosial disosiatif dan proses sosial asosiatif. Proses sosial disosiatif terjadi ketika beberapa anggota masyarakat maya terlibat dalam proses persaingan, atau bahkan konflik dengan sesama warga masyarakat pengguna aplikasi Bigo Live. Proses ini terjadi ketika mereka bersaing memberi peluang akses kepada masyarakat dan mencari sumber-sumber pembiayaan (*sponsorship*) untuk menghidupi jaringan mereka. Untuk itu mereka harus

berkompetisi dengan kompetitor lain yang juga terjadi ketika sebuah jaringan *website* dengan berbagai alasan ekonomi atau politik, terpaksa harus melakukan penyerangan kepada jaringan *website* lainnya, kemudian mereka terlibat dalam “peperangan” (Bungin, 2006: 162).

Sebagaimana sifat jaringan dan proses sosial dalam masyarakat maya yang mementingkan kerja sama, maka selain proses sosial disosiatif, terbanyak dari proses sosial itu adalah proses sosial asosiatif antara jaringan-jaringan (kelompok-kelompok) yang ada. Proses ini memberi peluang kepada komunitas maya, baik intra maupun antarjaringan, melakukan kerja sama di antara mereka. Kerja sama ini menghasilkan proses lanjutan seperti akomodasi informasi dan asimilasi kebudayaan masyarakat yang akhirnya mempengaruhi perilaku dan interaksi mereka satu dengan lainnya.

Walau banyak penjelasan tentang percepatan pertumbuhan internet dan layanan. Penjelasan yang paling banyak diterima adalah bahwa orang mencoba untuk membangun komunitas-komunitas baru yang didasarkan pada minat-minat dan kebutuhan-kebutuhan yang sama, bukan hanya didasarkan pada loyalitas dan hubungan kelompok.

Agak sulit mengidentifikasi nuansa dan kategori masing-masing anggota. Topik diskusi yang bernuansa sosial, seks, kadang berbau politik bahkan terkadang religius. Anggota yang membicarakan keilmuan kadang terjadi pergeseran topik ke arah usaha dan bisnis, bahkan bukan mustahil tumpang tindih masalah, namun seperti dunia nyata, pengguna media aplikasi Bigo virtual bukanlah tanpa masalah, dan tidak semua orang bisa diharapkan untuk berfungsi sebagai warga yang mengerti tanggung jawab dan bisa dipercaya.

Konstruksi Realitas Sosial

Istilah konstruksi sosial atas realitas (*social construction of reality*) didefinisikan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksi dimana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. Asal usul konstruksi sosial dari filsafat Konstruktivisme yang dimulai dari gagasan-gagasan konstruktif kognitif. Menurut Von Glasersfeld, pengertian konstruktif kognitif muncul dalam tulisan Mark Baldwin yang secara luas diperdalam dan disebar oleh Jean Piaget. Namun apabila ditelusuri, sebenarnya gagasan-gagasan pokok konstruktivisme sebenarnya telah dimulai oleh Giambattista Vico, seorang epistemologi dari Italia, ia adalah cikal bakal konstruktivisme (Suparno, 1997:24). Dalam aliran filsafat, gagasan konstruktivisme telah muncul sejak Socrates menemukan jiwa dalam tubuh manusia, sejak Plato menemukan akal budi dan id. Gagasan tersebut semakin lebih konkret lagi setelah Aristoteles mengenalkan istilah, informasi, relasi, individu, substansi, materi, esensi, dan sebagainya. Ia mengatakan bahwa, manusia adalah makhluk sosial, setiap pernyataan harus dibuktikan kebenarannya, bahwa kunci pengetahuan adalah fakta (Bertens, 1999:89-106). Aristoteles pulalah yang telah memperkenalkan ucapannya „*Cogito ergo sum*“ yang berarti “saya berfikir karena itu saya ada”.

Kata-kata Aristoteles yang terkenal itu menjadi dasar yang kuat bagi perkembangan gagasan-gagasan konstruktivisme sampai saat ini. Pada tahun 1710, Vico dalam „*De Antiquissima Italorum Sapientia*“, mengungkapkan filsafatnya dengan berkata „Tuhan adalah pencipta alam semesta dan manusia adalah tuan dari ciptaan“. Dia menjelaskan bahwa „mengetahui“ berarti „mengetahui bagaimana membuat sesuatu“ ini berarti seseorang itu baru mengetahui sesuatu jika ia menjelaskan unsur-unsur apa yang membangun sesuatu itu.

Semiotika Charles S. Peirce

Peirce (2009:158) mengemukakan teori segitiga makna atau triangle meaning yang terdiri dari tiga elemen utama, yakni tanda (sign), object, dan interpretant. Tanda adalah sesuatu yang berbentuk fisik yang dapat ditangkap oleh panca indera manusia dan merupakan sesuatu yang merujuk (merepresentasikan) hal lain di luar tanda itu sendiri. Tanda menurut Peirce (Iskandar, 2016:3). dalam terdiri dari Simbol (tanda yang muncul dari kesepakatan), Ikon (tanda yang muncul dari perwakilan fisik) dan Indeks (tanda yang muncul dari hubungan sebab-akibat). Sedangkan acuan tanda ini disebut objek. Objek atau acuan tanda adalah konteks sosial yang menjadi referensi dari tanda atau sesuatu yang dirujuk tanda (Iskandar, 2016:4). Interpretant atau pengguna tanda adalah konsep pemikiran dari orang yang menggunakan tanda dan menurunkannya ke suatu makna tertentu atau makna yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda. Hal yang terpenting dalam proses semiosis adalah bagaimana makna muncul dari sebuah tanda ketika tanda itu digunakan orang saat berkomunikasi.

Semiotika berasal dari bahasa Yunani semeion yang berarti "tanda" atau sign dalam bahasa Inggris ini adalah ilmu yang mempelajari sistem tanda yang menjadi segala bentuk komunikasi yang mempunyai makna antara lain: kata (bahasa), ekspresi wajah, isyarat tubuh, film, sign, serta karya sastra yang mencakup musik ataupun hasil kebudayaan dari manusia itu sendiri (Littlejohn, 1996: 44). Tanpa adanya sistem tanda seorang tidak akan dapat berkomunikasi dengan satu sama lain. Dari penjelasan tersebut dapat diuraikan bahwa visualisasi gambar pada aplikasi siaran Bigo Live, akan mempunyai makna tersendiri. Melalui pendekatan semiotika peneliti akan berusaha menggali makna simbol dan lambang komunikasi di aplikasi media sosial *Bigo Live* menggunakan pendekatan semiotika Charles S. Peirce.

Pierce berpendapat bahwa manusia berpikir dalam tanda. Bahkan menurutnya seluruh jagad raya ini berisi tanda. Disamping itu, Pierce juga melihat tanda sebagai unsur dalam komunikasi. Bagi Pierce, tanda hanya berarti tanda apabila ia berfungsi sebagai tanda. Fungsi esensial sebuah tanda adalah membuat sesuatu menjadi efisien, baik dalam komunikasi dengan orang lain, maupun dalam pemikiran dan pemahaman tentang dunia (Zoest, 1993:10-110).

Pierce yang melihat hubungan tanda dengan obyek diluarnya. Menurut Pierce tanda yang pertama kali diserap oleh manusia adalah representamen. Representamen adalah sesuatu yang mewakili sesuatu. Dalam proses semiosis, representamen menunjuk pada hal yang diwakilinya yang disebut obyek. Jika obyek suatu representamen sudah diketahui oleh penerima tanda, maka ia memberikan tafsirannya. Proses penafsiran ini disebut interpretant atau sama dengan istilah Pierce untuk makna (*meaning*) dari sebuah tanda setelah ditafsirkan. Pierce mendefinisikan interpretant sebagai *signifince*, *signification*, atau *interpretation* (Noth, 1990:42-43).

Semiotik untuk studi media massa ternyata tak hanya terbatas sebagai kerangka teori, namun sekaligus juga bisa sebagai metode analisis (Hamad, dalam Sobur, 2001:114). Kita, misalnya dapat menjadikan teori segi tiga makna (*triangle meaning*) Pierce yang terdiri atas sign (tanda), object (objek), dan interpretan (*interpretant*). Menurut Pierce salah satu bentuk tanda adalah kata. Sedangkan objek adalah sesuatu yang dirujuk tanda. Sementara interpretan adalah tanda yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda. Apabila ketiga elemen makna itu berinteraksi dalam benak seseorang, maka muncullah makna tentang sesuatu yang diwakili oleh tanda tersebut.

Menurut Pierce, semiosis merupakan proses yang terus menerus (*unlimited semiosis*), setiap tanda menghasilkan suatu interpretasi akan kembali menjadi representasi baru bagi tanda selanjutnya sehingga semiosis akan menghasilkan suatu rangkaian interpretasi (Noth, 1990: 42-43). Maka semiosis berarti adanya proses pemaknaan suatu tanda secara terus menerus yang akan setiap kali menghasilkan tanda baru.

Fungsi tanda (*sign*) adalah untuk membangkitkan makna. Itu karena tanda selalu dapat dipersepsi oleh perasaan (*sense*) dan pikiran (*reason*). Dengan menggunakan akal sehatnya seseorang bisa menghubungkan sebuah tanda pada rujukannya (*reference*) untuk menemukan makna tanda itu (Noth, 1990:79-92). Proses semiosis Pierce memberi kemungkinan bahwa suatu tanda bahasa dapat mengalami perubahan makna. Suatu tanda dapat memiliki bermacam-macam interpretasi yang menghasilkan suatu tanda baru, dan pengguna dapat berubah aktif dalam proses kognitifnya. Pierce merasa bahwa ini merupakan model yang sangat bermanfaat dan fundamental mengenai sifat tanda. Tanda adalah sesuatu yang mewakili sesuatu. Sesuatu itu dapat berupa pengalaman, pikiran, gagasan atau perasaan. Jika sesuatu misalnya A adalah asap hitam yang mengepul di kejauhan, maka ia dapat mewakili B, yaitu misalnya sebuah kebakaran (pengalaman). Tanda semacam itu dapat disebut sebagai indeks yakni antara A dan B ada keterkaitan (*contiguity*). Tanda juga bisa berupa lambang ataupun simbol, Burung Dara sudah diyakini sebagai tanda atau lambang perdamaian; Burung Dara tidak begitu saja bisa diganti dengan burung atau hewan yang lain.

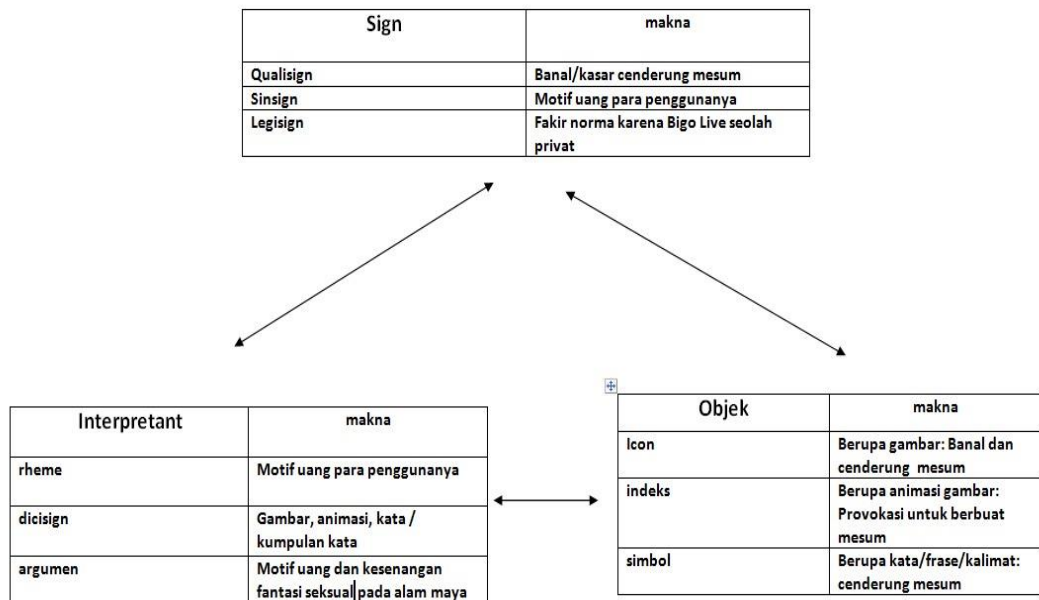
METODE PENELITIAN

Metode yang dipergunakan dalam riset ini adalah metode semiotika Pierce. Objek dalam penelitian ini yaitu aktifitas siaran yang berupa lambang komunikasi, yakni teks dan simbol yang terdapat pada aplikasi Bigo Live. Sementara subjek dalam penelitian ini adalah pengguna Aplikasi Bigo Live yang berbasis *android*.. Alasan peneliti menggunakan metode semiotika dari tokoh Charles Sanders Pierce, yakni: Alasan pertama berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini yang ingin dicapai yakni ingin memberikan gambaran mengenai adanya tanda yang meliputi makna ikon, indeks, dan simbol pada aktifitas siaran Bigo Live. Alasan kedua, melalui pendekatan semiotika peneliti akan berusaha menggali arti makna dan simbol dari setiap tanda yang ada dalam aktifitas siaran Bigo Live. Semua hal tersebut mempunyai makna dan nilai yang dapat digali oleh peneliti nantinya. Alasan terakhir peneliti melihat bahwa Teori dari Pierce ini seringkali disebut sebagai '*grand theory*' yaitu teori yang menjelaskan secara keseluruhan dari kehidupan sosial, sejarah, atau pengalaman manusia (Sobur, 2004:97). Dikarenakan ini lebih disebabkan karena gagasan Pierce bersifat menyeluruh, deskripsi *structural* dari semua *system* penandaan. Pierce ingin mengidentifikasi partikel dasar dari tanda dan menggabungkan kembali semua komponen dalam struktur tunggal (Wibowo, 2011:13).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil analisa siaran pada aplikasi Bigo Live bila merujuk pada konsep komunikasi semiotika yang diutarakan oleh Pierce, yakni sign, interpretasi dan objek maka dapat dipahami bahwa komunikasi pada Bigo Live terindikasi adanya pornografi karena mengandung objek yang mengarah pada aktifitas seksual. Dibalik hal ini ternyata ada kepentingan ekonomi dari orang-orang yang terlibat pada Bigo Live termasuk

perusahaan Bigo Live itu sendiri. Akan tetapi para pemirsa atau dikenal dengan sebutan *viewer* cenderung sebagai penikmat yang rela menghabiskan uangnya demi untuk memberikan *diamond* dalam hal ini berbentuk indeks kepada para host yang sedang siaran agar berlaku seksi baik pakaian ataupun gerak tubuh.



Gambar 1. Visual Aplikasi Model Segitiga Komunikasi Pada Bigo Live Makna

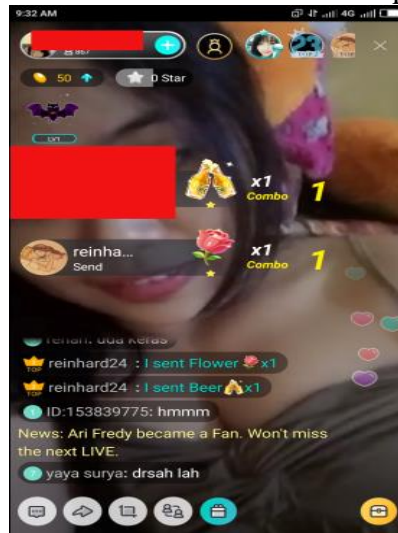
Memahami lambang komunikasi pada penelitian ini tidak terlepas dari konsep yang digunakan, yaitu semiotika Pierce yang terdiri dari elemen ikon, indeks dan simbol. Melihat kondisi elemen-elemen tersebut, maka realitas sosial Bigo Live menghasilkan budaya. Ini terjadi karena proses interaksi yang terjadi antara pengguna dengan teknologi yang melibatkan struktur pengguna pada Bigo Live dalam waktu dan lokasi tertentu akan menghasilkan budaya. Karena itu, teks atau konten menjadi artefak kebudayaan. Sebagai artefak kebudayaan, konten menjadi rujukan untuk melihat bagaimana budaya siber dibentuk, dipertukarkan, dan bahkan dikonsumsi oleh pengguna di Bigo Live. Budaya inilah yang kemudian disebut sebagai budaya siber atau *Cyberculture* (Nasrullah, 2015). Karena itulah lambang komunikasi yang berupa ikon, indeks dan simbol (teks) menjadi rujukan untuk melihat budaya siber ini dibentuk.

Dalam konteks komunikasi, interaksi pada Bigo Live sebenarnya tergantung pada perangkat teknologi. Komunikasi yang terjadi antar pengguna sebenarnya dimediasi oleh mesin. Realitas ini berarti fisik dan ekspresi dalam berkomunikasi yang jadi unsur penting saat komunikasi tatap muka telah diwakili oleh mesin. Konsekuensi dari hal ini adalah lambang komunikasi atau teks (ikon, indeks dan simbol) pada aplikasi Bigo Live menjadi satu-satunya sarana berkomunikasi. Dikarenakan komunikasi maupun interaksi pada media sosial diwakili oleh teks (Bell: 2011, Hine: 2000, Sharif: 2011) sehingga lambang komunikasi pada media sosial yang dalam hal ini Bigo Live mengalami perubahan.

Selanjutnya, Gane dan Beer (2008:97) memberikan sudut pandang untuk melihat bagaimana interaksi itu terjadi Pada Bigo Live bisa bermakna (1) sebuah struktur dibangun dari perangkat keras maupun perangkat lunak dari berbagai system media; (2) *human agency*, melibatkan manusia, dan adanya desain maupun perangkat sebagai variable-variabel yang bebas digunakan; (3) konsep untuk menjelaskan komunikasi yang terjadi antara pengguna yang termediasi oleh teknologi Bigo Live dan memberikan

kemungkinan-kemungkinan baru yang selama ini ada dalam proses komunikasi interpersonal; (4) bisa diartikan sebagai konsep yang menghapuskan sekat-sekat, sebagai contoh, antara pemerintah dan warga negara.

Melihat kondisi teks pada aplikasi sosial Bigo Live, maka realitas interaksi komunikasi yang berada di dalamnya menimbulkan budaya (Gotved: 2006). Interaksi yang terjadi antara user dengan mesin (teknologi) yang melibatkan struktur pengguna di Bigo dalam waktu dan lokasi tertentu akan menghasilkan budaya. Salah satu budaya disini ialah lambang komunikasi dalam konteks ini ikon, indeks dan simbol. Ikon pada aplikasi Bigo live berupa siaran yang dilakukan oleh host yang mayoritas di dominasi oleh wanita, seperti pada gambar Gambar 4.70. Siaran Host Mpoy Demplon.



Gambar 2. Siaran Host Mpoy Demplon
Sumber: Aplikasi Bigo Live

Pada gambar ini nampak seorang wanita sedang melakukan siaran atas nama *user ID* Mpay Demplon. Ikon sebagai bahasa tidak menghadirkan sosok asli wanita tersebut ke dalam Bigo Live hanya duplikatnya yang muncul pada layar HP. Sosok aslinya bisa berada dan melakukan siaran di daerah manapun. Ketika *host* melakukan siaran dengan mengakses aplikasi bigo live lalu mengarahkan kamera ke arah dirinya, maka saat itu juga ia telah berinteraksi dengan teknologi. Pada tahapan ini teknologi merubah semuanya. *Viewers* dalam hal ini pemirsa yang melihat host melalui aplikasi Bigo Live pada hakikatnya hanya melihat imaji dari sosok host sebagai seorang host yang sedang siaran. Hanya sebatas panca indera penglihatan dan pendengaran saja yang difasilitasi oleh aplikasi Bigo Live. Diyakini ini juga berlaku untuk aplikasi media sosial jenis lainnya. Sementara indera lainnya seperti indera perasa, indera peraba dan pengecap tidak berfungsi ketika menggunakan Bigo Live.

Ikon sebagai lambang komunikasi sebenarnya tidak maksimal untuk bisa memfungsikan panca indera secara optimal, begitu juga Ikon yang terdapat pada Bigo Live. Namun justru dengan keterbatasan ini menjadi nilai lebih bagi pengguna Bigo Live. Teknologi Bigo Live baik perangkat keras ataupun perangkat lunaknya pada satu sisi bisa mendekatkan jarak dan mengefisiensikan berkomunikasi namun pada sisi lain melumpuhkan panca indera manusia ketika menggunakannya.

Secara urutan proses komunikasi, indeks merupakan *respon viewer* terhadap aktifitas host yang dalam hal ini ialah ikon. Indeks pada Bigo Live berupa gambar animasi yang dikenal dengan sebutan *diamond* bentuknya bervariasi dan memiliki nilai poin yang

bervariasi pula *Diamond* ini semacam hadiah yang diberikan *viewer* kepada *host*. *Diamond* bisa diperoleh *viewer* dengan cara membelinya melalui *transfer* bank yang ditunjuk (BCA), menukarnya dengan pulsa yang dimiliki *viewer* atau melalui Alfamart dengan menu pembayaran *merchant coda*. Begitupun *host*, saat ia telah memperoleh *poin* yang berasal dari *diamond viewer* maka ia tidak bisa begitu memperoleh uang namun ada proses yang harus dilaluinya. Ia harus menukarkan *poin* yang dimilikinya tersebut dengan cara yang sama seperti ketika *viewer* membeli *diamond*.

Idealnya *diamond* diberikan *viewer* bila *host* yang tampil dapat atau mampu menghiburnya. Indeks yang berupa *diamond* dan menjadi lambang komunikasi pada *Bigo Live* ini hanyalah gambar kartun atau animasi. Namun pada hakekatnya bermakna pornografi. *Diamond* yang diberikan adalah respon dari ikon. Dengan demikian *diamond* dalam hal ini indeks yang diberikan *viewer* kepada *host* menjadi sarana apresiasi yang memprovokasi *host* untuk melakukan tindakan pornografi.

Pada penelitian ini lambang komunikasi selanjutnya adalah simbol. Simbol yang dimaksud disini ialah teks yang disampaikan oleh *viewer* kepada *host* yang sedang siaran. Simbol pada konteks penelitian ini bisa berupa kata, *frase* ataupun kalimat. Sama seperti pada indeks, simbol juga merupakan *respon viewer* yang berasal dari ikon. Baik simbol ataupun indeks dan ikon tidak bisa dilihat dan dimaknai terpisah, sebab kesemuanya itu adalah satu kesatuan yang saling terkait dan membentuk sebuah konteks. Namun tetap saja ada anomali komunikasi yang terjadi. Aplikasi *Bigo Live* pada awalnya sekedar menjadi sarana komunikasi sosial, namun kini menjadi saluran seksual antar manusia. *Bigo Live* menawarkan menawarkan pelbagai pintu masuk kedalam berbagai bentuk kegiatan seksual yang direpresentasikan oleh lambang-lambang komunikasi, baik itu icon, indeks dan simbol. Kegiatan seksual tersebut berupa melihat (*voyeurism*), memainkan peran tertentu (*role playing*), kegiatan seksual terhadap internet (*cyberfetishism*), kegiatan seksual jarak jauh (*teledildonic*) (Piliang: 2010), tentunya pelbagai kegiatan seksual ini menimbulkan kesenangan.

Bigo Live sebagai Kampung Sosial

Melalui penggunaan teknologi internet memungkinkan hampir semua orang di belahan area manapun di muka bumi untuk saling berkomunikasi dengan cepat dan mudah. Siapapun di wilayah manapun bisa mengakses atau menjadi *user* *Bigo Live*. Aplikasi sosial media ini dibuat tanpa ada batasan geografis. Sehingga *Bigo Live* seolah kampung tanpa batas wilayah administrasi yang didalamnya terdapat aktifitas sosial. Semua persyaratan administrasi dibatasi dengan email. Asalkan memiliki email atau nomor telepon siapapun bisa menjadi anggota *Bigo Live* dan otomatis langsung menjadi *user*. Email dan nomor telepon menjadi semacam nomor identitas penduduk yang pada dunia nyata akan menjadi catatan pada dinas kependudukan. Jika di *Bigo* email atau nomor telepon akan menjadi catatan yang tersimpan pada ruang server *Bigo* yang berlokasi di *Singapore*. Hanya saja kelemahan pada catatan penduduk pada *Bigo Live*, satu orang bisa memiliki akun lebih dari satu dengan syarat memiliki lebih dari satu email ataupun satu nomor telepon. Setelah mendaftarkan diri dengan menggunakan email atau nomor telepon, maka akan diperoleh user.

User ini bisa menggunakan nama apa aja, lazimnya nama yang dipakai ialah nama yang mudah menarik perhatian user lain dalam komunitas *Bigo Live*, seperti halnya user Mom Rons. Ia memakai kata Mom agar mudah diingat oleh user lainnya yang ada pada *Bigo Live*. Apa yang tertera pada identitas tersebut hanya sebatas Kartu Tanda Penduduk atau “KTP” *Bigo* di dunia maya yang sangat berbeda dengan dunia realitas. Perbedaan

inilah yang membuat proses serta budaya komunikasi pada dunia maya lebih cair dan lebih berani termasuk dalam mengeksploitasi unsur seksual yang mengarah pada pornografi.

Masyarakat dunia maya pada Bigo Live anggota ini lebih terbuka untuk menyampaikan pendapatnya. Ia tuliskan komentarnya tanpa harus khawatir akan adanya pihak lain yang mengancam kenyamanan serta keselamatan dirinya. Karena hukuman terberat pada komunitas aplikasi Bigo Live ini sebatas *banned* terhadap user yang dimilikinya. Sementara ini tidak ada sangsi hukum yang jelas walaupun Telah ada payung hukum di Indonesia yakni ITE. Namun hal ini sulit untuk diterapkan, mengingat hukum UU ITE hanya berlaku di Indonesia, sementara Bigo Live adalah perusahaan multinasional yang berkedudukan tidak di Indonesia.

Terbuka di atas juga dapat ditafsirkan dengan tanpa sungkan atau blak blakan dan ekspresif ketika mengemukakan pendapatnya. Ini terlihat dengan penggunaan bahasa nonformal yang disampaikan dengan cara yang lebih cair dan egaliter. Bahasa juga dipahami tidak hanya sekadar rangkaian kata, namun foto dan indeks serta simbol. Sesuai dengan konsep Pierce (Hamad, dalam Sobur, 2001:114). Dengan demikian ada semacam kesadaran pada personalitas *user* Bigo Live yang dipisahkan dari dunia realitas yang nyata oleh mekanisme dunia maya. Kesadaran tersebut ialah proses transisi dari dunia realitas yang berada pada alam nyata menuju dunia realitas yang berada pada alam maya. Kesadaran pada dunia maya ini bisa disebut sebagai kesadaran metafor.

Pornografi Menguntungkan Kapitalisme Global

Pornografi yang terjadi pada Bigo Live ternyata membawa keuntungan tersendiri bagi pihak Bigo Live ataupun para pemilik modal. Karena sistem pada Bigo Live dengan penggunaan *diamond* dan adanya pengumpulan koin ternyata berujung pada perusahaan-perusahaan besar yang berideologi kapitalisme. Pembelian *diamond* menggunakan jasa bank dan retail besar, sementara Bigo Live Sendiri adalah perusahaan yang bermarkas di Singapore.

Melalui temuan data penelitian, pornografi yang terjadi pada aplikasi Bigo live terjadi akibat adanya motivasi ekonomi. Tampilan host yakni wanita yang berpenampilan seksi, meliuk-liukan tubuhnya ambil mempertontonkan auratnya adalah produk yang berorientasi pada materi. Wanita-wanita ini memiliki tujuan untuk mengumpulkan poin hasil dari *saweran diamond* para viewernya.

Sistem pemberian *diamond* atau hadiah yang bereferensi dengan mata uang dollar Amerika sebenarnya menunjukkan adanya kekuatan ekonomi kapital dunia yang tersembunyi dibalik aplikasi Bigo Live. *User* viewer yang ingin memberikan hadiah kepada *user* host / artis yang sedang tampil siaran (*host*) terlebih dahulu harus memiliki saldo yang bernilai jual dengan dollar Amerika. Demikian juga ketika si host telah berhasil mengumpulkan sejumlah angka, maka ia tidak bisa menukarkan langsung dalam bentuk mata uang rupiah namun wajib dalam bentuk dollar. Dalam teori kajian budaya elite sosial, hal ini adalah proses menjalankan media untuk mendapatkan keuntungan dan menyebarkan pengaruh pada masyarakat. Pengaruh ini membawa implikasi terhadap tingkat konsumtifitas masyarakat pengguna Bigo Live. Wajar jika masyarakat yang mengakses Bigo tidak sedikit, khususnya anak muda. Sadar atau tidak, jiwa konsumtif telah masuk ke dalam alam bawah sadar mereka. Mulai dari alasan ingin mencari penghasilan tambahan, tentunya melalui sistem ekonomi kapitalis yang diterapkan oleh Bigo Live, ingin terkenal atau menjadi selebriti Bigo Live atau *selebgo*. Bahkan penonton pasif pun secara tidak langsung telah menyumbang kepada ekonomi kapitalis. Karena

mengunduh aplikasi Bigo Live dan menggunakan kuota internet juga masuk kategori konsumtif. Hadirnya Bigo Live melalui sistem yang diterapkannya kepada masyarakat merupakan upaya menguatkan cengkraman kapitalisme kepada penduduk dunia.

Pada konteks penelitian ini, tubuh wanita pada aplikasi Bigo Live yang merupakan lambang komunikasi menjadi elemen sentral dan dalam perpektif kapitalisme memiliki nilai komoditas. Melalui proses komunikasi pada Bigo Live, tubuh menjadi urat nadi politik ekonomi kapitalisme, sehingga ada istilah politik tubuh (Piliang, 2010). Pada politik tubuh terdapat pemahaman mengenai tubuh yang dikonstruksi kedalam sebuah sistem tanda kapitalisme. Dalam persoalan ini, host yang tampil masuk ke dalam sistem tanda yang dibuat oleh perusahaan Bigo Live. Inilah yang diterapkan oleh Bigo sebagai perusahaan yang berorientasi bisnis. Bigo tidak sendiri, bank atau perusahaan lain yang terlibat dalam kegiatan ini juga menerapkan prinsip yang sama. BCA, Alfa, Simpati, Indosat, 3, Google Wallet sebagai perusahaan swasta yang menerima pembayaran atau pun penukaran untuk *diamond* dan poin untuk user Bigo Live termasuk juga dalam paraktek kapitalisme ini.

Kapitalisme mengkonstruksi proses konsumsi di masyarakat melalui aplikasi Bigo. Sehingga mereka menggunakan hasrat dan mengabaikan logika fungsi. Secara laten konsumtifisme ada dalam pengguna Bigo Live dan biasanya tanpa disadari. Mereka terkadang berpikir bahwa mereka bebas mengkonsumsi apa saja yang mereka inginkan. Tetapi kesadaran ini semu dan simulakra. Masyarakat konsumtif ini merasa merek amemegang kendali atas barang-barang yang mereka beli dan punyai tetapi sebenarnya seperti barang-barang tersebutlah yang menguasai para konsumen ini. Masyarakat kapitalisme tidak lagi menjadi masyarakat yang rasional dalam memutuskan. Tidak ada lagi pilihan-pilihan rasional dalam dunia yang dikuasai oleh logika hasrat. tolak ukur masyarakat kapitalisme adalah proses konsumsi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Sebagai sebuah kampung virtual, Bigo Live memiliki budaya dan aturan, yang sama halnya seperti pada dunia nyata. Hanya saja penduduk Bigo Live tidak dibatasi oleh wilayah adminitrasi yang jelas. Namun aturan yang ada pada Bigo Live tidak terlampau kuat mengikat para anggotanya. Meskipun telah jelas ada larangan-larangan untuk tidak menyiarkan dan berkata-kata hal yang mengarah pada porno namun tetap saja aturan tersebut tidak digubris. Teknologi telah membuat norma, etika dan moral seolah hilang begitu saja bila berada pada media sosial, begitu juga yang terjadi pad Bigo.

Praktek ini ternyata tidak luput dari cengkraman kapitalisme. Pengguna atau *user* tanpa disadari sudah terjebak dalam guritan perusahaan Bigo Live dan bidang uaha yang mendukungnya. Mulai dari mengunduh aplikasi, membeli gift dan menukarkan poin kesemuanya mengalir kepada perusahaan kapitalis yang berorientasi pada keuntungan.

Indonesia dengan jumlah pengguna media sosial yang melimpah meiliki keuntungan tersendiri dalam efektifitas komunikasi, namun pada sisi lain masyarakat pengguna media sosial di Indonesia menjadi target dan sasaran empuk bagi perusahaan besar dibalik hadirnya media sosial tersebut. Berkaca pada kasus bigo live ini, maka generasi muda bangsa sudah darurat media sosial. Karena media sosial yang jumlahnya begitu melimpah ruah dengan pengguna yang tidak bisa dikontrol tidak menutup kemungkinan media soial bukan lagi membantu proses komunikasi tapi akan menjadi produsen limbah teknologi. Maka sudah saatnya mengkampanyekan literasi media sosial. Dan ini bukan hanya sekadar slogan tapi harus ada *political will* juga dari pemerintah untuk mendukung kegiatan literasi yang dimaksud. Secara teknis lembaga perguruan

tinggi dengan SDM yang terdapat didalamnya atapun lembaga-lembaga swadaya masyarakat (LSM) dirasa sanggup untuk melakukannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Muhammad. 2006. Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Moderen. Pustaka Amani. Jakarta,
- Alex Sobur. 2001. Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Dan Analisis Framing, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Amir Piliang, Yasraf. 2003. Hipersemiotika Tafsir Cultural Studie Atas Matinya Makna. Yogyakarta : Jalasutra.
- Ardianto, Elvinaro. 2007. Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Simbiosis Rekatama Media
- Bell, D. 2011. An Introduction to Cybercultures. Routledge. New York.
- Benedikt. 1991. *Cyberspace: Some Proposals in M. Benedikt, ed. Cyberspace: First Step*, MIT Press, Cambridge.
- Boyd, D. 2009. Social Media is Here to stay... now what? Redmond, Whashington: Microsoft tech Fest. Retrived from www.danah.org/paper/talks/MSTechFest2009.html
- Cobuild, C, *English Language Dictionary*, (London: Collin Publisher, 1987).
- , 2008. Konstruksi Sosial Media Massa. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Danesi, Marcel. 2010. Pengantar Memahami semiotika Media. Yogyakarta: Jalasutra.
- Daroeso, Bambang. (1986) Dasar dan Konsep Pendidikan Moral Pancasila. Surabaya: Aneka Ilmu.
- Downes, B., & Miller. S. 1998. Media Studies. London: Hodder Headline Plc.
- Eriyanto. 2001. *Analisis Wacana: Pengantar Analisa Teks Media*. LKIS, Yogyakarta.
- Endraswara, Suwardi. 2003. Metodologi Penelitian Sastra. Yogyakarta: Pustaka Widayautama.
- DeFleur, M. L. & Ball-Rokeach, S. (1989). *Theories of mass communication* (5th ed.). White Plains, New York: Longman
- Fisher, Aubrey, 1986, Teori-Teori Komunikasi, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Fuchs, C. (2008). *Internet and society, social theory in the information age*. Madison Ave, NY: Roudledge.
- Fuchs, C. 2014. Social Media a Critical Introduction. Los Angeles: SAGE Publications, Ltd.
- Giles, Judy & Middleton, Tim. (1999). *Studying Culture: A Practical*
- Hall, Stuart. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publications.
- Hall, Stuart. (2003). *The Work of Representatio n. Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*. London: Sage Publications.
- Introduction*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Gotved, S. 2006b. Time and Space in Cyber Social Reality. *New Media & Society*. 8(3), 467 – 786. doi:10.1177/1461444806064484.
- Guba, Egon. G, 1990. The Paradigm Dialog. New York:Sage Books
- Hamad, Ibnu. 2004, *Konstruksi Realitas Politik Dalam Media Massa : Sebuah studi Critical Discourse Analysis terhadap Berita-berita Politik*, Granit, Jakarta
- Hine, C. 2000. Virtual Etnography. Sage. London.
- Hoed, Benny H, Semiotika dan Dinamika Sosial Budaya, 2008, Fakultas Ilmu Budaya Universitas Indonesia, Depok.
- Iskandar, Dudi. Mitos Jurnalisme, 2016, Andi. Jakarta
- K. Bertens. 1993. *Etika*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Laughey, D. 2007. Themes in Media Theory. New York: Open University Press.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Kelly, K., & Grant, I. 2003. *New Media : A Critical Introduction*.
- Mandiberg, M. 2012. "Introduction". In M. Mandiberg (Ed), *The social Media reader*. New York: New York University Press.

- McLuhan, M., & Fiore, Q. 2001. *The Medium is The Message*. California: Ginko Press.
- Meikle, G., & Young, S. 2012. *Media Convergence: Networked Digital Media in everyday Life*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Meyrowitz, J. 1999. "Understandings of Media". *Et Cetera*, 1(56), 44-52.
- Moore, S. 2005. *Media/Theory, Thinkin About Media and Communications*.
- Morissan, 2013. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Prenada Group. Jakarta
- Miller, Katherine. 2005. *Communications Theories: Perspective, Processes, and Contexts*. Second Editio, Mc Graw Hill, Singapore.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial*. Simbiosis Rekatama. Bandung
- Noth, Winfried, 1990, *Handbook of Semiotics*, Indiana University Press, USA-Indiana
- Pateda, Mansoer. 1987. *Semantik Leksikal*. Edisi Kedua. Jakarta: Rineka Cipta.
- Piliang, Yasraf Amir. 2010. *Post Realitas*. Jalasutra. Yogyakarta.
- Sardar, Z. dan B. Vanloon. (2003). *Introducing Cultural Studies*. Singapore: Tienwati Press. Ltd.
- Schut, Russel K. 2006. *Investigating The Social World-Process and Practice Of Research*, Sage Publication. California.
- Shirky, C. 2008. *Here Comes Everybody*. London: Penguin.
- Sobur, Alex, 2001, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, , PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Sobur, Alex, 2004, *Semiotika Komunikasi*, PT. Rosda, Bandung.
- Sudibyo, dkk, 2000, *Kabar-Kabar Kebencian di Media Massa*, ISAI, Jakarta.
- Sukidin, Basrowi. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif Perspektif Mikro*. Insan Cendekia, Surabaya.
- Sachari, Agus. (2007), *Budaya Visual Indonesia*, Erlangga, Jakarta.
- Seto, Indiawan .2011. *Semiotika Komunikasi*. Mitra Wacana Media. Jakarta
- Shariff, s. 2011. *Cyber Bullying*. Routledge. London and New York
- Purbo, W. Ono. 2003. *Filosofi Naif Dunia Maya*. Republika. Jakarta
- Ritzer dan Goodman. 2008 . *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- Severin Werner J, Tankard James W, JR, 2008, *Teori Komunikasi*, Kencana, Jakarta.
- Wibawa, Basuki dan Mukti, Farida. *Media Pengajaran*. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Direktorat Jenderal Tinggi Proyek Pembinaan Tenaga Kependidikan. Jakarta
- Widjaja, AW. (1985). *Kesadaran Hukum Manusia dan Masyarakat Pancasila*. Jakarta: Era Swasta.
- Williams, K. 2003. *Understanding Media Theory*. London: Arnold.
- Van Dijck, J. 2013. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Rogers, Everett M. 1986. *Communication Technology, the new media in society*. The Free press. New York
- Qodratilah, Meity Taqdir. 2011. *Kamus Bahasa Indonesia untuk Pelajar*. Badan Pengembangan dan Pmbinaan Bahasa. Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan. Jakarta