

**TREND PLATFORM LIVE VIDEO SHOW (BIGO LIVE)
DALAM PANDANGAN TEORI PERSAMAAN MEDIA
(MEDIA EQUATION THEORY)**

Suhaeri

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kebangsaan Bandung

Email: hery020370@gmail.com

Abstrak

Kecepatan transformasi dalam teknologi ini telah menghadirkan suatu peningkatan digitalisasi yang disebut konvergensi di antara produk konvergensi tersebut adalah aplikasi Bigo live sebuah aplikasi *Live Video Streaming* yang sudah bisa kita lakukan dan kita akses dengan nyaman dan lancar melalui smartphone. Bigo Live sudah dijadikan sesuatu yang ritual, sehingga interaksi tatap muka bukan lagi standar utama atau standar dasar, kita tidak terlalu banyak berinteraksi dengan orang lain, tetapi dengan media itu sendiri. Hal ini pula yang ditegaskan dalam teori persamaan Media (*Media Equation Theory*) yang dikemukakan oleh **Byron Reeves dan Clifford Nass** "saat berinteraksi dengan media, manusia akan memperlakukan media itu seolah-olah media itu sama dengan manusia" membuat kita merasa bagian dari sesuatu yang lebih besar dari diri kita, menjadi kebiasaan dan memiliki nilai yang lebih besar dari media itu sendiri.

Kata Kunci : Video Live Show, Bigo Live, Teori Persamaan Media

Abstract

Speed of transformation in this technology has brought an increase in digitalization called convergence, convergence between the products is the application Bigo live a Live Video Streaming applications that have been we can do and we access comfortably and smoothly through the smartphone. Bigo Live've made something ritual, so the face to face interaction is no longer the primary standard or basic standards, we are not too much interaction with other people, but the media itself. It is also emphasized in the theory of equations Media (Media Equation Theory) proposed by Byron Reeves and Clifford Nass "while interacting with the media, people will treat the media as if media was equal to man" makes us feel part of something more bigger than ourselves, it becomes a habit and have a greater value than the media itself.

Keywords: Video Live Show, Live Bigo, Equation Theory Media

A. PENDAHULUAN

1. Platform Live Video Show Bigo Live

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi berkembang sangat cepat. Kecepatan transformasi dalam teknologi ini telah menghadirkan suatu peningkatan digitalisasi yang disebut konvergensi. Konvergensi terjadi ketika beberapa produk terpusat menjadi satu pada saat yang bersamaan dengan segala keuntungannya. Sejalan dengan konvergensi media tersebut tidak lepas dengan berkembangnya teknologi telepon pintar (*smartphone*) . Perkembangan tersebut sangat besar pengaruhnya terhadap kehidupan tatanan sosial masyarakat pada saat ini. Dampak yang positif maupun sebaliknya dari pengaruh telepon pintar tersebut sering sekali kita dengar, kita lihat ataupun kita baca baik dalam pemberitaan media massa ataupun dari kajian-kajian para peneliti.

Seiring dengan berkembangnya smart phone tadi, aplikasi-aplikasi yang ada didalamnya juga selalu diperbaiki dan ditingkatkan (*update*) sehingga banyak sekali aplikasi-aplikasi yang saat ini digemari oleh masyarakat . Demam Pokemon Go misalnya, saat ini menjadi trend dan fenomena baru di ranah digital smart phone, Demam permainan digital Pokemon Go telah menyebabkan para pemainnya berjalan-jalan di sekitar kota dan memerangi “monster kantong” pada telepon pintar mereka. Permainan itu merupakan titik balik peningkatan realitas atau teknologi yang menumpang tindihkan pandangan digital pada dunia nyata. Tapi popularitas permainan itu telah menimbulkan dampak yang tidak diperkirakan sebelumnya dalam kehidupan sehari-hari mulai dari pemilik bangunan yang merasa terganggu dengan gerombolan pemburu monster sampai

pemilik toko yang menggunakan permainan itu untuk menarik konsumen.

Meskipun mungkin itulah yang sewajarnya akan terjadi akibat permainan di mana para pemainnya mengunjungi tempat-tempat penting di dunia seperti stasiun kereta api, gereja dan museum untuk menemukan dan memerangkap tokoh-tokoh kartun sehingga berbagai pihak banyak yang menyikapinya.

Selain demam Pokemon Go, fenomena baru di ranah digital adalah maraknya *platform live videos show*. Telah tersedianya koneksi internet cepat melalui jaringan 4G LTE di Indonesia yang semakin meluas, mempermudah kita konten multimedia yang lebih komplit lagi. Tidak hanya sekadar teks, gambar saja namun file video sudah bisa dinikmati dengan lancar. Bahkan konten video yang disiarkan secara langsung atau yang sering disebut *Live Video Streaming* sudah bisa kita lakukan dan kita akses dengan nyaman dan lancar melalui smartphone.

Sebenarnya layanan *Live Video streaming* sudah lama disediakan oleh beberapa vendor seperti Youtube, Ustream, Livestrem, dan lainnya. Namun kini, mengakses dan menikmati layanan *live video streaming* menjadi semakin mudah bisa kapanpun dan dimanapun dalam bentuk aplikasi yang digabungkan dengan jejaring sosial.

Keunggulan dari aplikasi live video streaming ini yaitu memungkinkan setiap orang, melakukan kegiatan siaran langsung (*live mobile broadcasting*) hanya melalui smartphone, untuk ditonton secara langsung pada saat itu juga, oleh penonton tertentu. Dan tidak perlu peralatan penyiaran rumit dan mahal cukup dengan koneksi

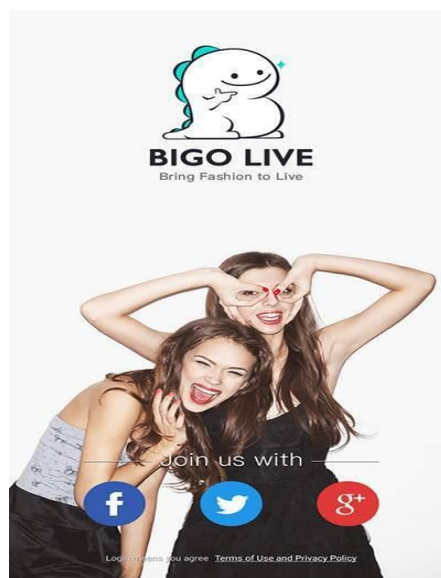
internet dan smartphone semuanya bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun.

Saat ini aplikasi *live video streaming* yang sangat digemari oleh pengguna smart phone adalah **Bigo Live**. **Bigo Live** adalah aplikasi berbasis Android dan iOS yang saat ini sedang digemari oleh pengguna khususnya dari Indonesia, Bigo Live sudah menempati posisi 18 di daftar aplikasi gratis terpopuler. Dari deskripsinya, Bigo Live digunakan untuk menyiarkan aktivitas sehari-hari *broadcaster* (penyiar) ke member Bigo Live lainnya. Pada halaman muka, kita akan disuguhkan dengan beragam pilihan *broadcaster* Bigo yang dapat ditonton siarannya. Untuk melihatnya, kita hanya perlu memilih salah satu dari mereka.

Ketika masuk, kita dapat melihat *broadcaster* beraksi dan berinteraksi dengan pengunjung. Kita sendiri dapat mengirim pesan atau mengirim hadiah ke *broadcaster* favorit kita. Dari berbagai banyak pilihan *broadcaster*, sebagian besar dari mereka didominasi perempuan. Namun terkadang, para *broadcaster* yang tampil berpakaian seksi dan terlihat menunjukkan bagian vital mereka ke publik.

Hal ini tentu sangat disayangkan, mengingat semua lapisan masyarakat dari beragam usia dapat menggunakan aplikasi ini secara gratis. Sayangnya, aplikasi Bigo Live banyak disalahgunakan untuk perbuatan yang diduga mengandung konten negatif. Bigo Live disebut-sebut yang paling "berani" dibanding lainnya. Konten negatif di Bigo Live berasal dari sebagian host yang berani mempertontonkan aurat demi mendapat virtual gift dari pemirsa.

Seperti yang di alansir oleh <http://surabayaonline.co> dengan judul berita “Bigo Live Laris karena Ada Esek-eseknya” menggambarkan bahwa aplikasi ini sedang digemari para remaja sampai artis papan atas, seperti Ayu Ting Ting, Dewi Persik, Julia Perez (Jupe) hingga Nikita Mirzani. Namun patut disayangkan karena sebagian besar pengguna Bigo Live memanfaatkan aplikasi terbaru ini untuk aksi mesum mengumbar aurat, goyang erotis, live seks, bugil, hingga promo PSK online. Meskipun Bigo Live itu sendiri melarang keras untuk menampilkan konten dengan tindakan merokok, seks, dan penggunaan pakaian mini.



Gambar 1

Bigo Ltd., perusahaan asal Singapura yang mengembangkan aplikasi ini tak menampik hal tersebut. Bigo Live masuk dalam daftar aplikasi terpopuler di Indonesia, padahal aplikasi ini baru diluncurkan pada Maret 2016, namun sudah diunduh 10 juta orang di Android. , Bigo Live menjadi sangat populer di seluruh dunia. Peluncuran di

Indonesia sebenarnya diharapkan dapat menyalurkan bakat penggunaannya untuk berbagi hobi, bakat dan keahlian kepada semua orang. Karena ini menggunakan *platform streaming mobile*, sehingga pengguna dapat melakukan live video kapanpun dan dimanapun berada.

Tidak semua para broadcaster ini menampilkan hal-hal yang negatif, banyak juga para broadcaster yang menampilkan bakat-bakat mereka disini, mulai dari keahlian menggambar, keahlian bernyanyi bahkan ada juga yang bernuansa religius (seperti berdakwah dan mengaji). Jika kita mau sebenarnya banyak juga para broadcaster positif ini yang menghasilkan uang.

Dari pihak Bigo sendiri sudah mengeluarkan peraturan yang cukup ketat, salah satunya adalah dilarang memperlihatkan bagian intim saat sedang *broadcast*, tapi ternyata masih banyak yang melanggar peraturan tersebut, yang akhirnya pihak Bigo menerapkan hukuman *Banned* (blokir) bagi para *broadcaster* yang menyalahi aturan, peraturan dari BIGO LIVE adalah :

1. *Spreading rumor, disturbing social order, undermining social stability;*
2. *Spreading obscenity, pornography, gambling, violence, murder, terrorism or instigating others to commit crimes;*
3. *Insulting or slandering others, infringing upon the legal rights and interests of others*

Salah satu keistimewaan Bigo ini yaitu kita dapat menghasilkan uang *cash* dari hasil kita *broadcasting* secara *Live*, semakin banyak orang yang datang ke *Channel Broadcast* kita dan memberi *Gift* (istilah pemberian hadiah melalui icon). Semakin banyak

orang yang memberikan *Gift* kepada kita maka akan semakin banyak Diamond terkumpul, yang pada akhirnya nanti Diamond ini bisa ditukarkan menjadi uang cash, minimal penarikan adalah 6700 diamond atau setara dengan Rp 2.000.000.

Dengan adanya fitur penukaran Diamond menjadi uang cash inilah yang menyebabkan banyak para *broadcaster* (istilah yang sedang siaran) rela melakukan hal-hal unik dan terkadang melampaui batas, yaitu dengan menunjukkan bagian intim mereka, bahkan banyak diantaranya yang sengaja menari erotik demi menghasilkan diamond-diamond ini. Yang tentu saja jika diamond sudah terkumpul banyak maka akan mereka tukarkan menjadi uang.

Aktifitas *live video streaming* Bigi Live ini sangat besar pengaruhnya terhadap kehidupan sosial masyarakat, hal ini dapat kita saksikan bagaimana seseorang bila sudah masuk dalam aplikasi Bigo Live ini seolah-olah akan menghipnotis segala sesuatu yang ada disekitarnya dan lebih berkonsentrasi untuk berkomunikasi dengan orang yang sedang siaran langsung di Bigo Live tersebut.

Bigo live sudah dijadikan sesuatu yang ritual, sehingga interaksi tatap muka bukan lagi standar utama atau standar dasar, kita tidak terlalu banyak berinteraksi dengan orang lain, tetapi dengan media itu sendiri. Hal ini pula yang ditegaskan dalam teori persamaan Media (*Media Equation Theory*) yang dikemukakan oleh **Byron Reeves dan Clifford Nass** “saat berinteraksi dengan media, manusia akan memperlakukan media itu seolah-olah media itu sama dengan manusia” membuat kita merasa bagian dari sesuatu yang lebih besar dari diri kita, menjadi kebiasaan dan memiliki nilai yang lebih besar dari media itu sendiri.

2. Teori Persamaan Media (Media Equation Theory)

Dalam kajian teoritis, *Media Equation Theory* yang baru mengemuka pada tahun 1997 ini merupakan teori yang termasuk baru dalam kajian ilmu komunikasi. Pasalnya, selama ini dalam teori-teori komunikasi yang dikenal dalam bangku akademis komunikasi, teori yang dipelajari menempatkan media massa, selalu sebagai medium yang aktif dan pasif, tapi bukan sebagai komunikan atau komunikator yang bisa memberikan pesan atau feedback secara langsung terhadap seseorang maupun sesuatu yang sedang berinteraksi dengannya.

Bahkan tidak semua ahli menyetujui teori ini sebagai bagian dari dinamika ilmu komunikasi. Secara konseptual, teori persamaan media ini mencoba memberikan pandangan yang cukup menantang dan sangat baru mengenai bagaimana interaksi yang terjadi antara manusia dan media. Pemetaan yang dilakukan adalah bagaimana manusia memperlakukan media, yang tidak diperlakukan sebagai pihak yang pasif. *Media Equation Theory* ini sebagai bangunan teori secara menyeluruh. Dengan menggunakan perspektif kritis, Sebagai sebuah kajian teori yang menawarkan pandangan baru.

Teori Persamaan Media (*The Media Equation Theory*) dikemukakan oleh Byron Reeves dan Clifford Nass melalui tulisan mereka yang berjudul *The Media Equation : How People Treat Computers, Television, and New Media Like Real People and Places*. Keduanya merupakan profesor di jurusan Komunikasi Universitas Stanford Amerika. Melalui serangkaian penelitian yang mereka lakukan, Reeves dan Nass ingin melihat bagaimana komunikasi yang terjadi antara seorang individu dengan media. Hasilnya, berdasarkan teori persamaan media ini (teori ekuasi) Reeves dan Nass menggambarkan persoalan

bagaimana orang-orang secara tidak sadar bahkan secara otomatis merespon apa yang dikomunikasikan media, seolah media itu manusia.

Teori persamaan media dari Reeves dan Nass ini mencoba memperlihatkan bahwa media juga bisa diajak berbicara. Media bisa menjadi lawan bicara individu seperti dalam komunikasi interpersonal yang melibatkan dua orang dalam situasi *face to face*. Dalam teori persamaan ini, media dianggap sebagai bagian dari kehidupan nyata (*media and the real life are the same*).

Menurut Reeves dan Nass bahwa, saat berinteraksi dengan media, manusia akan memperlakukan media itu seolah-olah media itu sama dengan manusia. Dalam catatan penelitiannya, Reeves dan Nass menuliskan :

“When machines are endowed with personality -like characteristic-, people will respond to them as if they have personalities, despite the fact that these individuals will claim that they do not believe the machines actually have personalities.”

Kesamaan interaksi secara interpersonal antara manusia dengan media ini dapat ditemukan dalam berbagai hal di kehidupan sehari-hari. Misalnya saja saat kita sedang menonton acara televisi. Saat pesawat televisi kita ukurannya kecil dan kebetulan suaranya kecil, kita akan mendekat agar mendengarkan apa yang disuarakan oleh pesawat televisi kita. Begitu pula saat sedang berinteraksi dengan orang di sekitar kita. Saat orang yang kita ajak berkomunikasi suaranya kecil atau tidak jelas, pastilah kita akan mendekat agar bisa mendengar suara orang tersebut secara lebih jelas.

Selain hal-hal yang berdekatan dengan kehidupan sosial, secara mengejutkan dalam hasil penelitiannya, sebagaimana dikutip

Griffin, Reeves dan Nass menyatakan bahwa, "*Media are full participants in our social and natural world.*" (Griffin, 2003:405). Bagi Reeves dan Nass, media lebih dari sekedar "*tool*". Jika McLuhan mengatakan bahwa media adalah suatu alat, dan kemudian alat itulah yang membentuk kita, namun Reeves dan Nass menyatakan bahwa media lebih dari itu. Bagi mereka yang dinamakan sebagai "*tool*" sebagai "*hardware*" yang bisa dibeli di toko. Sedangkan media, selama ini tidak bisa disamakan dengan perangkat keras yang mati. Karena media juga memberikan kontribusi dan pengaruh yang cukup besar bagi kehidupan manusia. Mereka juga memberikan penekanan bahwa yang diberikan melalui televisi, komputer, dan bentuk-bentuk media lainnya adalah sebuah realitas virtual. Oleh karenanya, media bukan hanya sekedar "*tool*".

Dalam teori persamaan media ini, media seperti televisi dan komputer diberlakukan layaknya aktor sosial. Aturan yang biasanya berlaku dan mempengaruhi perilaku setiap hari individu-individu dalam berinteraksi dengan orang lain relatif sama ketika orang-orang berinteraksi dengan komputer ataupun televisi. Begitu pula dengan persoalan-persoalan sosial. Ketika orang berinteraksi dengan orang lain karena kesamaan visi misi, keyakinan, status sosial, kebutuhan, atau kepercayaan. Interaksi antara orang dengan media juga berlaku seperti itu. Saat kita menonton televisi, kita cenderung memilih tayangan yang memenuhi kebutuhan kita. Saat kita mengakses internet melalui komputer pun, kita cenderung lebih mementingkan kebutuhan dan kepercayaan kita.

Reeves dan Nass mempercayai bahwa manusia merespon secara sosial dan natural terhadap media karena lambatnya faktor

evolusi. Hal inilah yang mereka katakan sebagai “*Old brains fooled by new technologies.*” Mereka menyatakan bahwa kemampuan otak sudah dikecoh dan mulai tergantikan dengan adanya teknologi-teknologi baru, khususnya teknologi di bidang media. Mereka beranggapan bahwa ketika berhadapan dengan media, tidak ada fungsi yang bersifat netral maupun wilayah anatomis yang didesain untuk membantu manusia membedakan antara berpengalaman dalam bermedia ataupun tidak. Pemikiran akan segera menyesuaikan dengan kemauan yang dimau oleh media. “*Thus, the media equation is an unconscious, automatic response-literally a no brainer,*” begitu tandas mereka.

B. PEMBAHASAN

Teori persamaan media ini ingin menjawab persoalan mengapa orang-orang secara tidak sadar dan bahkan secara otomatis merespons apa yang dikomunikasikan media seolah-olah (media itu) manusia. Menurut asumsi teori ini, media diibaratkan manusia. Teori ini memperhatikan bahwa media juga bisa diajak berbicara. Media bisa menjadi lawan bicara individu seperti dalam komunikasi interpersonal yang melibatkan dua orang dalam situasi *face to face* (dalam, Nurudin 2007: 178).

Live Video Streaming, dimana kita bisa melihat secara langsung lawan kita berkomunikasi dan berproses dalam suatu proses interaksi sosial dimana orang-orang cenderung dekat dan menyukai satu sama lain karena terjadinya kesamaan, misalnya kesamaan kebutuhan, kepercayaan, status sosial, perasaan senasib, dan lain-lain. Para pengguna *smartphone* pun cenderung memilih yang bisa memenuhi

kebutuhannya atau bahkan mereka mempergunakan *smartphone* dengan alasan kurang kuat karena ada persamaan kesenangan.

Teori Media *Equation* (*kesamaan media*) menemukan kebenarannya ketika digunakan untuk mengamati aktivitas pengguna live video streaming terutama Bigo Live.

Menurut asumsi teori ini, media diibaratkan manusia sebagai lawan bicara. Media bisa menjadi lawan bicara seperti dalam komunikasi interpersonal yang melibatkan dua orang dalam situasi tertentu. Banyak pengguna *smartphone* yang saat ini memanfaatkan live video streaming Bigo Live. Hal inipun merupakan suatu fakta yang tidak pernah kita bayangkan sebelumnya. Jika sebelumnya kita memanfaatkan *handphone* hanya untuk menelpon saja. Saat ini semua media telah menjadi satu yang sudah terkonvergensi dalam bentuk *smartphone*. Sehingga ketika kita membaca, melihat gambar dan videonya, serta membalas pesan pada aplikasi yang ada di *smartphone*, kita sudah menganggap bahwa aplikasi video live streaming Bigo Live itu sebagai manusia.

Bagaimana menggunakan Bigo Live?

Aplikasi Bigo Live mengandalkan pada elemen seperti permainan, yaitu semakin penggunaanya berpartisipasi (*follow* pengguna lain, melakukan *broadcast*, dll), maka akan mendapatkan lebih banyak poin pengalaman. Penggunaanya dapat naik level dan hal ini membuatnya terbantu untuk mendapatkan lebih banyak penonton.

Menurut aplikasi tersebut, cara terbaik untuk mendapatkan (poin pengalaman) adalah dengan memberikan lebih banyak hadiah. Bagian ini mulai membuatnya menjadi agak sedikit rumit. Beberapa bentuk hadiah yang tersedia diantaranya terdapat mata uang internal

yang diwakili oleh “berlian”, dimana pengguna dapat membeli secara langsung melalui transaksi mikro.



Gambar 2

Harganya dapat bervariasi tergantung dari metode pembayaran yang dipilih: di Negara Singapura menggunakan Google Wallet, penggunaanya dapat mulai membeli dengan S\$1 (US\$0.75) untuk mendapatkan 42 berlian. Penggunaanya juga dapat membeli menggunakan Visa atau MasterCard sekitar US\$89, untuk membeli sebanyak 5.454 berlian. Aplikasi ini juga mendukung MOL, penyedia mata uang gaming online Malaysia.

Para penggunaanya dapat memberikan “hadiah” virtual kepada streamer (penyiar), mulai dari cincin hingga tiara bahkan sampai mobil sport mewah semua produk ini dapat dibeli dengan menggunakan berlian. Sebagai contoh, setangkai bunga berharga 1 berlian, sebuah cincin senilai dengan 10 berlian. Sebuah mobil super

car mewah menghabiskan sekitar 3000 berlian dan banyak produk lebih mahal lainnya tersedia. Produk pemberian di artikan sebagai “beans” yang dapat disimpan oleh para streamer. Semakin populer streamer maka semakin banyak beans yang mereka koleksi. Para streamer dapat menukarkan beans tersebut dengan uang tunai. Harga beans yang saat ini ada di aplikasi adalah 210 beans untuk ditukarkan dengan uang tunai US\$1.

Untuk dapat menukarkan dengan uang tunai, para pengumpul beans ini harus memiliki minimal 6.700 beans di akun nya. Yaitu sekitar US\$32. seorang streamer memiliki hampir 890.000 beans, yang berarti secara teori, streamer tersebut memiliki uang sekitar US\$4,200 jika dia akan menukarkan dengan uang tunai. Menarik bukan? Hanya sekedar duduk didepan PC menghadap kamera dapat menghasilkan uang sejumlah itu.

Sebagian besar perilaku pengguna smartphone dalam mempergunakan aplikasi Bigo Live semakin meningkat setelah mereka tidak sadar bahwa seringnya melakukan kegiatan online pada aplikasi Bigo Live menyebabkan semakin borosnya mereka dalam hal berbelanja pulsa data.

Dampak lain dari penggunaan aplikasi Bigo Live terhadap perilaku pengguna smartphone terutama para remaja dapat dilihat dari dampak atau efek media massa sendiri diantaranya adalah:

1. Efek kognitif

Efek kognitif terhadap pengguna Bigo Live karena sebelum mereka mengenal adanya Bigo Live sebagai bagian dari smartphone yang mampu memberikan fungsi internet secara utuh pada setiap penggunaanya, mereka belum bisa memperoleh informasi mengenai

apapun dengan cepat dan efisien. Selanjutnya setelah mereka mengenal aplikasi Bigo Live , maka saat itu lah mereka mampu berkomunikasi dengan optimal terlebih lagi ketika didalam siaran Bigo Live internet muncul komentar-komentar yang menjadikan para pengguna mampu melakukan interaksi online. Artinya disini bahwa efek kognitif dari penggunaan aplikasi Bigo Live ini adalah mampu memberikan pengetahuan baru bagi pengguna smartphone tersebut.

2. Efek afektif

Penelitian ini memberikan efek afektif pula bagi setiap pengguna Bigo Live, karena menimbulkan kesenangan dan kepuasan atau sebaliknya mereka menjadi tidak senang, dan merasa tidak puas. Ketika mereka mengomentari video-video tersebut dan orang yang lagi siaran juga memberikan komentar secara langsung

3. Efek konatif

Efek konatif ini tidak dapat langsung bisa dilihat dari terpaan media massa dalam hal ini adalah pengguna aplikasi Bigo Live melainkan harus setelah melalui kognitif dan afektif terlebih dahulu. Karena konatif adalah sebagai bentuk perilaku akhir yang ditimbulkan dari si pengguna Bigo Live, seperti ketika mereka sesekali memberikan gift secara online dan akan terus ketagihan untuk memberikan gift lagi ketika orang yang bersiaran memberikan stimuli yang merangsang orang untuk terus memberikan respon memberi hadiah secara online.

Sifat permainannya dan hadiah serta sistem mata uang pada Bigo merupakan bagian penting yang menarik. Tidak seperti Periscope, dimana akun follower dan viewer hanya merupakan timbal balik nyata, Bigo membuat penggunanya tetap terhubung dan berinvestasi dalam komunitas, baik secara harfiah dan kiasan.

Pembayaran untuk streamer aktif adalah insentif tambahan untuk tetap menggunakan aplikasi ini. Mengingat bahwa aplikasi ini telah aktif selama lebih enam bulan, kinerjanya sangat mengesankan.

Guna terus meningkatkan keinginan pasar, BIGO LIVE sendiri berkomitmen untuk terus menghadirkan inovasi di *platform social broadcasting mobile* yang dapat menghubungkan dunia dan memosisikannya sebagai *platform global mobile pan-life video broadcasting*, dimana setiap penggunanya dapat melakukan siaran/broadcast, berbagi konten dan melakukan interaksi secara langsung dimanapun dan kapanpun mereka mau. Ada beberapa faktor utama yang berperan penuh terhadap popularitas BIGO LIVE:

a) Kekuatan teknologi dan tim adalah yang utama

Sebagai pemain utama untuk aplikasi broadcasting video, BIGO LIVE menawarkan teknologi terdepan, bakat serta jam terbang pengalaman tinggi dari tim yang solid dan berpengalaman sekaligus didukung oleh pendanaan kuat menjadikan BIGO LIVE sebagai produk berkualitas tinggi.

b) Tampilan menarik dari para penyiarinya.

Tidak hanya didukung oleh teknologi yang berkualitas, tampilan BIGO LIVE juga sangat menarik dan interaktif bagi para penggunanya. BIGO LIVE sangat digemari banyak penyiar lokal ternama yang memiliki ratusan ribu penggemar di Facebook. Para bintang lokal dan tokoh terkenal di Vietnam seperti Lily Luta, Dang Dung, Nguyen Huu Cong, dan masih banyak lagi yang merupakan pengguna setia dari BIGO LIVE serta turut membantu memecahkan rekor 9000 pengguna dalam satu ruang. Selebriti internet Onboatz dari Negara

Thailand, yang memiliki penggemar mencapai 80.000 orang di Instagram juga terkenal sering berbagi cerita dan berinteraksi langsung dengan fans dan followersnya di BIGO LIVE.

c) Konten Positif

BIGO LIVE sangat mendukung konten yang bersifat positif dan melarang adanya konten yang mengandung unsur pornografi atau kekerasan. Penjelasan mengenai aturan penyiaran dapat langsung ditemukan di halaman muka setelah membuka aplikasi BIGO LIVE. Peraturan tersebut menetapkan bahwa bagi pengguna yang terbukti melakukan pelanggaran hukum dan aturan, termasuk unsur pornografi, kekerasan dan aksi merokok akan dikenakan sanksi. Selain itu, BIGO LIVE telah membentuk tim profesional untuk melakukan pengawasan secara langsung 7×24 jam.

d) Konten Inspiratif

Sebagai aplikasi social broadcasting mobile, BIGO LIVE tidak hanya menyajikan konten positif, namun juga inspiratif di halaman muka Facebook Fan Pagenya. Contoh, selebriti ternama Indonesia yang baru saja diketahui mengidap penyakit kanker, Julia Perez, berbagi pengalamannya dalam “berjuang” melawan kanker melalui BIGO LIVE. Perjuangan Julia yang diikuti oleh puluhan ribu fans terbukti mampu memberikan motivasi, energi positif dan dukungan moril dari banyak pihak sehingga dapat memicu untuk sembuh.

Dari faktor-faktor tersebut tampak terlihat bahwa Bigo Live akan tetap menghadirkan sebuah aplikasi yang akan memberikan stimuli kepada para penggunanya sehingga kedepan para pengguna Bigo Live akan begitu asyik dan begitu menikmati aplikasi tersebut

sehingga kesadaran para penggunanya akan terbius oleh media baru tersebut dan beranggapan bahwa dengan aplikasi tersebut seolah pengguna mempunyai teman yang baru yang bisa diajak berbicara, curhat, dan lain sebagainya.

C. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dijelaskan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Teori Media Equation (*kesamaan media*) menemukan kebenarannya ketika aktivitas pengguna *live video streaming* terutama Bigo Live.

Mengasumsikan teori ini, yang mengibaratkan media adalah manusia sebagai lawan bicara. Media bisa menjadi lawan bicara seperti dalam komunikasi interpersonal yang melibatkan dua orang dalam situasi tertentu. Pengguna *smartphone* yang saat ini memanfaatkan *live video streaming* Bigo Live semakin meningkat. Dan inipun merupakan suatu fakta yang tidak pernah kita bayangkan sebelumnya. Jika sebelumnya kita memanfaatkan *handphone* hanya untuk menelpon saja. Saat ini semua media telah menjadi satu yang sudah terkonvergensi dalam bentuk *smartphone*. Sehingga efek baik efek kognitif, apektif maupun konatif merupakan efek dari media massa dapat dirasakan dalam penggunaan aplikasi Bigo Live ini.

Ketika kita membaca, melihat gambar dan videonya, serta membalas pesan pada aplikasi yang ada di *smartphone*, kita sudah menganggap bahwa aplikasi *video live streaming* Bigo Live itu sebagai manusia secara nyata.

Sebagai sebuah saran :

1. Sebaiknya para pengguna aplikasi Bigo Live dapat menyaring dengan benar dalam melakukan komunikasi melalui aplikasi

ini, agar tidak semua konten-konten pornografi, penghinaan dan hal-hal yang negatif yang sudah jelas dilarang. Sehingga dapat memanfaatkan aplikasi ini sebagai sebuah aplikasi yang mempunyai trend positif kedepannya.

2. Kesadaran akan pentingnya mengendalikan diri pada saat menggunakan aplikasi Bigo Live sangat diperlukan. Karena dengan pengendalian diri akan mampu mengontrol/mengendalikan diri agar tidak terlalu aktif dalam melakukan proses siaran yang mengandung unsur-unsur negatif.
3. Teknologi janganlah sampai justru menjadi bumerang bagi kita dalam melakukan segala hal, seperti yang sering kita dengar bahwa janganlah kita terbodohi oleh teknologi yang canggih. Sesungguhnya yang menciptakan teknologi yang canggih adalah kita sendiri sebagai manusia

DAFTAR PUSTAKA

- and Convergence. In 'Convergence : The International Journal of Research into New Media Technologies'. London : Sagu Publication Inc.*
- Ardianto, Elvinao (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Griffin. (2003) *A First Look At Communication Theory* . New York : Mc Graw Hill
- <http://surabayaonline.co/2016/09/14/bigo-live-laris-karen-ada-esek-eseknya/> diunduh 25 September 2016 18.40
- <http://www.mediahistory.umn.edu/time/century.htm> diunduh 25 September 2016 pukul 20.25.
- McQuail, Dennis (2000). *Mass Communication Theory, 4 th Edition*. London, Thousand Oaks, New Dehli, : Sage Publication,
- Nurrudin, (2004) *Komunikasi Massa*. Yogyakarta : Cespur
- Quinn, Stephen. (2004) *An Intersection of Ideals : Journalism, Profits, Technology,*
- Stephen Littlejohn. (2002). *Theories of Human Communication*. California : Wadsworth.