ABSTRAK

Pengguna internet di Indonesia cukup tinggi diantara negara lainnya khususnya diantara negara-negara Asia Tenggara lainnya. Hampir seluruh pengguna internet di Indonesia adalah pengguna aktif sosial media. Salah satu aplikasi media sosial yang sedang tren saat ini adalah Bigo Live. Bigo Live merupakan aplikasi *live video streaming*, dimana penggunanya bisa berinteraksi secara *realtime*. Keunikan Bigo Live lainnya yaitu Bigo Live memiliki nilai ekonomi dengan adanya sistem poin yang biasa disebut *beans* yang dapat ditukarkan dengan uang tunai apabila telah mencapai minimal 6.700 *beans*. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah menemukan motif yang mendorong penggunaan media sosial Bigo Live oleh mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Telkom. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif kepada empat orang informan. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa motif yang mendorong penggunaan media sosial Bigo Live oleh mahasiswa jurusan Ilmu Komunikas Universitas Telkom ini relevan dengan teori motif penggunaan media yang diungkapkan oleh McQuail yaitu, motif informasi, motif identitas diri, motif integrasi dan interaksi social dan motif hiburan. Namun keempat motif tersebut tidak semuanya dimiliki informan, motif yang paling sering ditemukan adalah motif informasi, interaksi dan hiburan.

Kata kunci : Motif, Media Sosial, Bigo Live