

Eksplorasi Interaksi Simbolik Pengemis *Online* di Ekosistem TikTok

Elfryda Amelia Dhamayanti¹, Puti Alifa Layynasha Alamsyah²,
Sarah Derma Ekaputri³, Salsabilla Widyarto⁴

Telkom University

elfrydamelia@student.telkomuniversity.ac.id¹, putinasha@student.telkomuniversity.ac.id²,
sarahekaputri@telkomuniversity.ac.id³, salsaaawidyaa@student.telkomuniversity.ac.id⁴

ABSTRAK: Aktivitas *live-streaming* di TikTok telah berkembang menjadi bentuk pembuatan konten paling populer saat ini karena dilengkapi dengan hadiah virtual sehingga bermunculan berbagai jenis konten *live streaming* salah satunya yang mengarah pada kegiatan "*ngemis online*". Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif melalui studi interaksi simbolik dengan menganalisis hubungan antara aktor (*streamer*) dengan audiens. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *virtual gift* di TikTok yang awalnya digunakan sebagai alat ekspresi dan apresiasi kemudian dimanfaatkan sebagai alat untuk meminta simpati dan empati. Penelitian ini juga menunjukkan motivasi pemberi hadiah juga bervariasi mulai dari simpati hingga hiburan belaka. Terdapat aspek hukum dan ekonomi serta faktor penentu yang mendukung bahwa fenomena mengemis dalam *live streaming* dapat menimbulkan kemajuan perekonomian, namun tidak menutup kemungkinan dapat melanggar hukum dan dituntut sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku. Penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dalam membentuk regulasi serta strategi intervensi bagi pemerintah dan instansi terkait mengenai fenomena ini.

Kata kunci: *live-streaming*, *ngemis online*, *Tiktok*, *virtual gift*, *kualitatif*

ABSTRACT: Live-streaming activities on TikTok have developed into the most popular form of content creation today because it is equipped with virtual prizes so that various types of live streaming content have emerged, one of which leads to "online begging" activities. This research uses qualitative research methods through symbolic interaction studies by analyzing the relationship between actors (streamers) and audiences. The results of this study show that virtual gifts on TikTok which were originally used as a means of expression & appreciation are then used as a tool to ask for sympathy and empathy. This research also shows that the motivation of gift givers also varies from sympathy to mere entertainment. There are legal & economic aspects and determining factors that support that the phenomenon of begging in live streaming can lead to economic progress, but it does not rule out the possibility of violating the law and being prosecuted according to applicable laws and regulations. This research can be a consideration in forming regulations and intervention strategies for the government and related agencies regarding this phenomenon.

Keywords: *live-streaming*, *online begging*, *Tiktok*, *virtual gift*, *qualitative*

PENDAHULUAN

Siaran langsung atau *live-streaming* berkembang menjadi bentuk pembuatan konten yang paling populer dan diminati saat ini terutama di sosial media seperti TikTok. Dalam *live-streaming* terdapat seorang Live streamer sebagai pembuat konten yang memainkan peran penting dalam *live streaming*, mereka bisa menyiarkan layar mereka sendiri dan menerima komentar langsung dari penonton di seluruh dunia (Li & Peng, 2021). Melalui siaran langsung ini, para streamer berkesempatan untuk berbagi video dan berinteraksi dengan audiens atau *viewers*-nya secara *real-time* (Li & Guo, 2021). Tidak hanya itu, para streamer juga berkesempatan untuk menghasilkan uang melalui hadiah-hadiah virtual yang diperolehnya dari para audiens atau *viewers*. Selama kegiatan ini berlangsung, para audiens dapat memberikan hadiah virtual yang telah dibeli kepada *streamer*, seperti contohnya para *viewers* dari Twitch akan memberikan hadiah virtual berupa "Twitch Bits" atau *viewers* pada TikTok dan Douyin akan memberikan berbagai bentuk hadiah virtual dengan harga yang bervariasi seperti bunga mawar, roket, topi koboi, singa, donat, dan masih banyak lagi.

Hadiah virtual ini seharusnya digunakan sebagai bentuk apresiasi dari *viewers* kepada *streamers* atas kinerja yang telah dilakukan pelaku *live streaming* dalam membuat konten, namun hal ini justru dimanfaatkan oleh *streamers* untuk memohon bantuan dan belas kasihan dari *viewers* untuk memberikan hadiah virtual (Qiu & Klug, 2021). Sebagian dari para *streamers* ini akan menggunakan properti atau berperilaku seperti kekurangan atau membuat konten berupa "*challenge*" di mana para pelaku merasa tertantang dan mencoba mengerjakan atau menyelesaikan suatu tantangan yang mana selain dapat meningkatkan popularitas, dapat memicu rasa belas kasihan dan simpati dari audiens untuk memberikan *gift* kepada para pelaku *live streaming*. Konten-konten ini sendiri mulai menimbulkan persoalan serius karena mulai dimanfaatkan oleh sejumlah oknum tidak bertanggung jawab di mana salah satu kasusnya adalah terciptanya fenomena "*ngemis online*".

Pada dunia maya saat ini, telah berkembang suatu fenomena terbaru yaitu "*ngemis online*" di mana kegiatan ini serupa dengan fenomena mengemis pada umumnya, namun dilakukan melalui

platform yang ada pada dunia maya, seperti media sosial. Melalui fenomena "*ngemis online*" ini, dapat menumbuhkan faktor serta dampak negatif yang secara langsung dapat bertentangan dengan hak asasi manusia yang dimana hal ini dapat mempengaruhi kualitas generasi di masa depan, terutama dalam lingkup masyarakat menengah ke bawah serta dapat menimbulkan pelumpuhan nilai kemanusiaan, menumbuhkan mental pengemis dan jiwa malas, serta eksploitasi kemiskinan. Mengutip dari portal berita Kompas.com (20/01/2023), menurut salah seorang Dosen DKV Universitas Muhammadiyah Surabaya, Radius Setiawan, menyatakan bahwa pada era digital yang serba digital ini demi mendapatkan popularitas dan uang banyak orang yang akhirnya kehilangan nalar empatinya. Disebutkan juga bahwa pemakluman atas kondisi tersebut (*ngemis online*) dapat berbahaya bagi generasi di masa depan di mana akan ditemukan lebih banyak konten-konten tidak bermutu lainnya sehingga pelaku *live streaming* akan terus menggantungkan kehidupannya dari pemberian orang lain dengan cara melakukan *challenge* tanpa melihat baik buruknya atau mengikuti tren yang sedang viral.

Bagong Suyanto, seorang Sosiolog dari Universitas Airlangga memberikan tanggapan bahwa pemerintah harus melakukan perang wacana dikarenakan "*pengemis online*" tidak bisa ditindak selayaknya pengemis pada umumnya dengan bantuan dinas sosial atau satpol PP sehingga, apabila tidak adanya penanganan lebih lanjut dari pihak berwajib. Maka tindakan yang dilakukan dapat semakin berbahaya dan jauh lebih buruk, yang mana masyarakat mengandalkan popularitas dan menjual cerita dan narasi memelas hingga eksploitasi penderitaan orang-orang yang tidak berdaya hanya untuk mendapatkan uang lebih banyak.

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan di atas mendorong penulis untuk meneliti lebih lanjut mengenai fenomena *ngemis online* yang terjadi di media sosial Tiktok melalui studi interaksi simbolik dengan menganalisis hubungan antara aktor (*streamers*) dengan *audiens*. Adapun studi penelitian yang mencoba mengungkapkan fenomena *ngemis online* melalui Tiktok ini masih sangat terbatas. Fenomena *ngemis online* melalui Tiktok mencerminkan aspek dari budaya siber dengan memfasilitasi interaksi sosial dan aktivitas

ekonomi di ranah digital, menampilkan transformasi identitas dan interaksi dalam lingkungan yang terhubung secara virtual. Maka dari itu, peneliti bermaksud untuk mengkaji dari sisi komunikasi untuk menjembatani kesenjangan dalam penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motivasi dari para pengguna Tiktok dalam mengakses konten-konten *ngemis online* dengan menarik benang merah mengenai apa yang dikategorisasikan oleh para *viewers* atau pengguna tiktok yang menyatakan bahwa suatu aktivitas dapat dikategorikan sebagai *ngemis online*.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Interaksi Simbolik

Interaksi simbolik merupakan teori sosiologi yang fokus kepada interpretasi realitas pengalaman berbagai individu dalam dimensi alam dan simbolik yang berfokus pada level mikro (Vally, et al., 2020). Melalui sebuah interaksi, manusia secara sadar dan sengaja membentuk sejarah kolektif dan personal, yang dapat membangun sebuah masyarakat. Interaksi simbolik mengkaji bagaimana anggota masyarakat berinteraksi satu sama lain dan bagaimana anggota masyarakat dapat memperoleh makna dari peristiwa yang sedang terjadi dan yang dialami secara pribadi (Ikoko, et al., 2020). Untuk memahami perilaku manusia, interaksi, dan proses sosial, "makna" sangat penting, menurut interaksi simbolik. Orang perlu berinteraksi dengan orang lain untuk memahami pentingnya suatu fenomena, yang diperlukan untuk memahami proses sosial secara keseluruhan.

Konsep tentang manusia dan interaksinya dengan masyarakat berfungsi sebagai dasar untuk pertukaran simbolik. Komunikasi atau pertukaran simbol dengan makna yang melekat merupakan inti dari interaksi simbolik, suatu perilaku yang unik bagi manusia. Tingkah laku manusia harus dipandang sebagai suatu mekanisme yang memungkinkan individu untuk mengontrol dan memodifikasi perilaku dengan mempertimbangkan harapan peserta lain dalam interaksi. Teori interaksi simbolik berpandangan bahwa kehidupan sosial pada hakekatnya adalah interaksi manusia dengan simbol; dengan memperhatikan bagaimana orang

menggunakan simbol untuk menyampaikan maknanya satu sama lain, juga dampak interpretasi simbol-simbol terhadap orang berperilaku dalam situasi sosial (Hasbullah, et al., 2022).

Menurut teori interaksi simbolik, komunikasi sangat penting untuk pembentukan, penafsiran ulang, dan penciptaan diri dan masyarakat. Kontribusi besar tradisi sosiokultural dalam pengembangan teori komunikasi berasal dari konsep interaksi simbolik sebagai sarana berpikir tentang pikiran, diri, dan masyarakat (Zanki, 2020). Teori interaksi simbolik mengasumsikan bahwa interaksi dengan orang lain membentuk bagaimana kita memandang diri kita sendiri dan memberi kita alasan untuk bertindak dengan cara tertentu. Teori ini mengkaji bagaimana norma budaya dan masyarakat mempengaruhi perilaku pribadi.

Ngemis Online

Fenomena mengemis merupakan realitas sosial yang sedang marak di Indonesia saat ini, ditambah dengan kehadiran fenomena *ngemis online* maka hal ini menjadi permasalahan yang harus segera ditangani. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, mengemis yang berasal dari kata baku *emis* yang memiliki arti meminta-minta sedekah, meminta dengan merendah-rendah dan penuh pengharapan. Adapun ciri-ciri untuk mengklasifikasikan suatu individu atau kelompok sebagai pengemis di antaranya:

- Tidak memiliki tempat tinggal.
- Hidup di bawah garis kemiskinan.
- Hidup dengan penuh ketidakpastian.
- Memakai baju compang camping.
- Tidak memiliki pekerjaan tetap dan layak dan kekurangan makan.
- Meminta-minta di tempat umum.

Budaya mengemis ini bermula dari dua aspek di antaranya sekelompok orang miskin atau orang yang berpola hidup agar mampu bertahan dari kemiskinan. Kegiatan mengemis yang terjadi saat ini tidak hanya dilakukan oleh orang-orang yang mengalami kesulitan hidup, melainkan dimanfaatkan oleh sebagian orang sebagai suatu pekerjaan untuk meraup kekayaan. Berbagai bentuk strategi digunakan seperti menjual kemiskinan, kekurangan ekonomi atau fisik dan lain-lain yang bertujuan

untuk dapat meyakinkan orang dimana hal ini dapat menimbulkan belas kasihan dan diberikannya uang. Namun pada konteks mengemis *online* ini, para pelaku justru tidak memenuhi sebagian atau semua klasifikasi sebagai pengemis itu sendiri. Dalam proses *ngemis online* ini diperlukan alat komunikasi berupa *handphone* untuk menyiarkan secara langsung kegiatannya. Para pelaku menggunakan properti yang dibuat seolah tidak layak dan menggunakan cerita sedih untuk menarik simpati dan empati dari para audiens. Dalam *ngemis online* individu yang meminta bantuan bertindak dengan membuat unggahan atau pesan yang meminta dukungan, sementara audiens merespons dengan memberikan dukungan finansial atau dukungan moral.

Cyberculture

Cyberculture atau budaya siber adalah studi tentang berbagai fenomena sosial yang terhubung ke internet dan bentuk komunikasi jaringan kontemporer lainnya, termasuk komunitas, *video game*, media sosial, dan masalah lain yang berkaitan dengan identitas, privasi, dan jaringan (Ismanto, 2018). Rulli Nasrullah (2016) dalam bukunya *Teori dan Riset Media Siber* memaparkan bahwa budaya siber atau *cyberculture* pada dasarnya mengamati bagaimana suatu budaya memanifestasikan dirinya di dunia maya. Budaya pada dasarnya merupakan nilai-nilai yang muncul dari proses interaksi antar individu.

Cyberculture mengacu pada setiap budaya yang telah muncul dari atau sekarang sedang dipengaruhi oleh penggunaan jaringan komputer untuk bisnis, hiburan, dan komunikasi. Penggunaan media sosial untuk komunikasi merupakan salah satu perilaku *cyberculture*. Sebagai hasil dari berbagai aplikasi media sosial yang menggabungkan komunikasi dan interaksi pengguna, penggunaan media sosial untuk berkomunikasi dapat dianggap sebagai salah satu manifestasi dari budaya dunia maya (Kusrini dan Samaratunga, 2020). *Cyberculture* dapat didefinisikan sebagai sekelompok budaya dan keluaran budaya yang terhubung atau dibuat melalui internet. Manifestasi budaya dunia maya mencakup serangkaian interaksi manusia yang dimediasi komputer yang berbentuk peristiwa, permainan, lokasi, dan berbagai aplikasi.

Budaya siber (*cyberculture*) senantiasa berkembang mengikuti perkembangan teknologi media digital. Sejumlah penelitian terdahulu telah mencoba mengungkapkan beberapa fenomena budaya siber yang populer, di antaranya adalah penelitian terkait fenomena *cashless society* oleh Katon dan Yuniati (2020), fenomena donasi *online* oleh Muslimah dan Markos (2020), serta fenomena *cancel culture* oleh Velasco (2020) dan Mayasari (2022). Penelitian terkait budaya siber tersebut menarik untuk dikaji menggunakan teori Interaksi Simbolik yang berfokus pada interpretasi realitas pengalaman orang yang berbeda dalam aspek alam dan simbolik, dengan fokus pada tingkat mikro. Rulli Nasrullah (2016) memaparkan bahwa budaya siber atau *cyberculture* pada dasarnya mengamati bagaimana suatu budaya memanifestasikan dirinya di dunia maya. Budaya pada dasarnya merupakan nilai-nilai yang muncul dari proses interaksi antar individu. *Cyberculture* mengacu pada setiap budaya yang telah muncul dari atau sekarang sedang dipengaruhi oleh penggunaan jaringan komputer untuk bisnis, hiburan, dan komunikasi.

Media Sosial

Media sosial adalah alat atau saluran komunikasi yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain melalui jaringan internet. Andlika (2019) mengatakan bahwa media sosial adalah *platform* yang memungkinkan penggunanya untuk mengekspresikan diri dengan berbagi, terhubung, berbicara dengan pengguna lain, dan menjalin hubungan sosial virtual melalui penggunaan internet. Media sosial memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan mengirimkan pesan berupa foto, teks, audio, dan video. blog, wiki, dan bentuk media sosial lainnya sangat populer saat ini (Feroza dan Misnawati, 2020). Orang-orang di seluruh dunia dapat berinteraksi satu sama lain melalui media sosial. Ditambah dengan pesatnya pengaruh teknologi internet, muncul sejumlah aplikasi media sosial yang menawarkan prospek komersial.

Media *online* dengan basis pengguna besar yang tersebar di seluruh dunia adalah media sosial. Media sosial sangat mudah digunakan dan tersedia kapan saja dan kapan saja. Media sosial mengubah

komunikasi menjadi percakapan yang interaktif dan memungkinkan pertukaran pengetahuan, ide, dan pendapat secara langsung (Dewa dan Safitri, 2021). Penggunaan media sosial dapat diartikan sebagai suatu proses atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang dengan menggunakan suatu media yang dapat digunakan untuk berbagi informasi, ide, berkreasi, berpikir, berdebat, dan mencari teman baru dengan menggunakan aplikasi *online* yang dapat digunakan melalui *smartphone*, menurut beberapa pengertian di atas tentang penggunaannya.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan peneliti menempatkan diri sebagai sesama *viewers live streaming* Tiktok. Beberapa penelitian terdahulu telah mengungkapkan berbagai fenomena melalui pendekatan interaksi simbolik di media sosial. Namun, studi yang mencoba mengungkapkan fenomena *ngemis online* yang sedang marak di Internet, khususnya di media sosial Tiktok yang masih sangat terbatas.

Menurut *The Oxford English Dictionary*, penelitian kualitatif deskriptif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena atau kejadian secara rinci dan mendalam. Penelitian ini berfokus pada pemahaman yang komprehensif tentang suatu topik atau masalah, dengan mengeksplorasi dan mendokumentasikan karakteristik, konteks, dan nuansa yang terlibat. Pendekatan ini sering kali melibatkan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, atau analisis teks, dengan tujuan untuk menyajikan deskripsi yang akurat dan mendalam tentang fenomena yang diteliti. Subjek penelitian pada penelitian ini adalah pengguna aplikasi Tiktok yang menonton *live-streaming* dari tiga akun *ngemis online* yang sudah dipilih berdasarkan:

- a. *Viewers* pada saat *live* mencapai lebih dari 1.000.
- b. *Followers* Tiktok mencapai lebih dari 10.000 pengikut.
- c. Beberapa konten muncul pada laman *For Your Page* (FYP) dengan jumlah *viewers* mencapai 1.000 atau melebihi jumlah *followers*.
- d. Konten *live streaming* menunjukkan ketidakberdayaan berupa kemalangan atau

kemiskinan yang ditunjukkan dapat berupa kondisi fisik, finansial, maupun intelektual.

- e. Para pelaku *live streaming* mengharapkan virtual gift.

Pada penelitian ini ada empat orang informan yang dipilih oleh peneliti melalui metode *purposive sampling* dengan melakukan observasi partisipan dan *media monitoring* pada beberapa akun *live streaming* yang terkategori *ngemis online* dengan kriteria (a) merupakan *viewers* dari salah satu *live stream* Tiktok yang dikategorikan sebagai akun *ngemis online* dan (b) konsisten memberikan *virtual gifts* selama *live streaming* berlangsung. Peneliti menempatkan diri sebagai audiens atau *viewers* Tiktok dengan tujuan untuk membangun kedekatan alami dengan informan yang dituju.

Selanjutnya, sumber data primer dapat dihasilkan oleh peneliti dengan mengumpulkan data-data dari sumber objek penelitian yang sedang dilakukan. Data primer pada penelitian ini diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sementara sumber data sekunder didapatkan melalui data-data atau sumber pendukung yang dapat menguatkan penelitian dan juga dianggap sebagai pelengkap data primer. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan konsep daring melalui direct message Tiktok. Secara daring dilakukan menggunakan metode wawancara mendalam dan social media monitoring melalui aplikasi Tiktok. Menurut Sugiyono (2017) sumber data sekunder pada sebuah penelitian yaitu didapatkan secara tidak langsung, bisa jadi melalui data pendukung maupun pihak lainnya. Data sekunder pada penelitian ini mengacu pada dokumen dokumen kebijakan, jurnal ilmiah bereputasi, serta data terkait yang relevan. Adapun untuk teknik pengumpulan data tahap pertama riset ini adalah studi observasi dari berbagai sumber yang melimpah di media sosial, beberapa jurnal ilmiah serta artikel pilihan yang dipercaya. Selanjutnya untuk teknik analisis data dapat menggunakan tahapan analisis kualitatif menurut Miles dan Huberman (1994) tahapan analisis data kualitatif bersifat interaktif antara pemahaman satu dengan yang lainnya saling terkait. Tahapan analisis data menurut Miles dan Huberman meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan verifikasi hasil.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, fenomena *ngemis online* bermula dari adanya fitur *live streaming* di aplikasi Tiktok dan difasilitasi dengan *gift* atau pemberian hadiah. Tiktok menyediakan fitur Tiktok Gifts berupa stiker yang dapat diberikan oleh para audiens siaran *live* Tiktok ketika siaran *live* sedang berlangsung. Cara ini merupakan cara menghasilkan uang dari *live* Tiktok yang bisa dilakukan siapapun yang sesuai dengan ketentuan dari Tiktok. Berikut syarat yang dikeluarkan oleh Tiktok bagi pengguna yang ingin melakukan siaran langsung:

- Jumlah *followers* minimal 1000.
- Harus berusia lebih dari 16 tahun.
- Memiliki aplikasi versi terbaru.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, peneliti melakukan observasi terhadap berbagai bentuk konten *live streaming* yang dapat peneliti kategorikan sebagai bagian dari fenomena *ngemis online* dengan beberapa waktu yang berbeda. Peneliti menganalisis pada malam hari dimana sebagian akun *live streaming* memiliki jumlah yang mencapai lebih dari 1000 *viewers*. Adapun beberapa konten *live streaming* yang muncul di Tiktok memiliki berbagai bentuk konten seperti melakukan *challenge*, memperlihatkan kekurangan ekonomi, NPC, dan lain-lain. Fenomena *ngemis online* di Tiktok sedang marak di masyarakat hingga beberapa kali menjadi *trending topic* di media sosial lainnya. Sejumlah akun berbondong-bondong melakukan berbagai aksi ini adalah untuk meminta sumbangan atau derma namun dalam bentuk *virtual gift* yang dimana hasil dari *virtual gift* ini dapat diuangkan sehingga hal ini dapat dikategorikan sebagai kegiatan *ngemis online*. Peneliti telah mengkategorisasikan tiga buah akun yang terindikasi sebagai bagian dari kegiatan *ngemis online* dikarenakan tidak semua pelaku konten dari sekian banyak akun yang melakukan aksi yang bisa disebut *ngemis* karena memiliki karakteristik konten yang berbeda seperti menghibur. Adapun ketiga akun tersebut dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 1. Daftar Regulasi Mengemis

| Nama Akun | Konten yang Dilakukan |
|--------------------------------------|---|
| Panti Asuhan A*** B***** H**** | Meminta donasi berupa virtual gifts atau uang kepada para audiens <i>live</i> untuk menghidupi anak-anak di panti asuhan. |
| N**** K**** | Menunjukkan aktivitas sehari-hari lansia yang sudah renta. |
| E**** | Meminta gift untuk modal berjualan. |

Sumber: Diolah Peneliti, 2024

Penelitian ini merujuk kepada dua kasus yang telah terjadi dan ramai di media sosial di tahun 2023 ini, yaitu fenomena “mandi lumpur” dan fenomena “panti asuhan”, Kedua fenomena ini menjadi bentuk gambaran dari dehumanisasi dan eksploitasi karena melibatkan lansia dan anak-anak yang dinilai melanggar norma kemanusiaan dan norma hukum. Maka dari itu, Menteri Sosial Tri Rismaharini, mengeluarkan surat edaran kepada para kepala daerah pada tanggal 16 Januari 2023 sesaat setelah fenomena mandi lumpur ramai di media sosial. Adapun isi dari Surat Edaran Mensos No. 2/2023 ini menyoroti mengenai penertiban kegiatan eksploitasi dan/atau kegiatan mengemis yang memanfaatkan lanjut usia, anak, penyandang disabilitas, dan/atau kelompok rentan lainnya. Melalui edaran ini juga meminta para gubernur, bupati dan walikota untuk menindak dan mencegah maraknya fenomena *ngemis online* yang terjadi terutama di media sosial Tiktok. Surat edaran ini sendiri juga diperkuat dengan adanya Peraturan Pemerintah No. 31 Tahun 1980, orang-orang yang mendapat penghasilan dengan meminta-minta di depan umum dengan berbagai cara dan alasan dengan mengharapkan belas kasihan dari orang lain disebut dengan pengemis. Adapun regulasi pendukung lainnya adalah pasal 425 UU no. 1 ayat (2), serta *Tiktok Policy* mengenai *community guidelines*. Adapun penjabaran dari regulasi-regulasi yang telah ada ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2. Daftar Regulasi Kebijakan Mengemis

| DOKUMEN | KONTEN |
|--|--|
| Peraturan Pemerintah No. 31 Tahun 1980 | "Orang-orang yang mendapat penghasilan dengan meminta-minta didepan umum dengan berbagai cara dan alasan dengan mengharapkan belas kasihan dari orang lain disebut dengan pengemis." |
| Pasal 425 UU no.1/2023 (2) | Setiap orang yang menerima anak untuk dimanfaatkan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dipidana dengan pidana yang sama. |
| Surat Edaran Mensos No. 2/2023 | Penertiban kegiatan eksploitasi dan/atau kegiatan mengemis yang memanfaatkan lanjut usia, anak, penyandang disabilitas, dan/atau kelompok rentan lainnya |
| TikTok Policy | TikTok memiliki <i>community guidelines</i> yang mengatur tentang keamanan dan keberadaban yang meliputi (1) kekerasan dan kegiatan kriminal, (2) ujaran kebencian dan perilaku kebencian, (3) organisasi dan individu yang menyebarkan kekerasan dan kebencian, (4) eksploitasi dan pelecehan terhadap remaja, (5) eksploitasi seksual dan kekerasan berbasis gender, (6) eksploitasi manusia, (7) pelecehan dan perundungan. Namun jika konten dianggap cukup meresahkan oleh <i>viewers</i> , maka akun tersebut dapat dilarang untuk beraktivitas atau penghapusan akun. |

Sumber: Diolah Peneliti, 2024

Menyoroti fenomena *ngemis online* lainnya, yaitu kasus salah satu pengelola panti asuhan di kota Medan yang ditangkap oleh polisi atas tindakan yang dilakukannya saat *live streaming* TikTok. Konten yang dipertunjukkan oleh pelaku merupakan aksi eksploitasi anak. Salah satu cuplikan yang menjadi sorotan utama kasus ini adalah ketika pengelola panti asuhan memberikan bubur fortifikasi kepada bayi berumur dua bulan. Para *viewers* dari kegiatan *live stream* tersebut menunjukkan rasa tidak nyaman melalui kolom komentar dan melaporkan *live streaming* tersebut kepada pihak berwajib. Setelah melalui penyelidikan, diketahui bahwa uang yang diperoleh dari hasil *virtual gift* karena rasa empati dan iba tidak dipergunakan untuk kepentingan panti asuhan melainkan kepentingan pribadi, sehingga hal ini memunculkan kemarahan publik.

Akibat dari penertiban kedua fenomena ini oleh pihak berwajib, konten *live streaming* serupa telah berkurang frekuensinya atau tidak muncul kembali di media sosial TikTok, sedangkan dari TikTok sendiri tidak adanya penanganan atau larangan aktivitas terhadap akun-akun tersebut, hanya saja sebagian akun yang melakukan konten serupa menghilang. Karena dari TikTok sendiri tidak

ada regulasi yang mengatur mengenai ketentuan konten *live streaming* sehingga konten dibentuk berdasarkan kreativitas para *streamer*. Konten tersebut baru bisa berhenti jika terdapat banyak laporan dari para audiens atau *viewers* Tiktok yang menunjukkan keresahan atau ketidaknyamanan dari konten yang ditunjukkan.

Aktivitas *live streaming* di media sosial TikTok ini tentunya didukung dan dilatarbelakangi oleh faktor kebutuhan yang berkaitan dengan aspek ekonomi. *Live streaming* dengan pemberian *gift* memberikan keuntungan kepada pemilik akun dan dapat menjadi sumber penghasilan. Berdasarkan hasil observasi *live streaming* dengan ramai audiens atau *viewers* akan jauh mendapatkan lebih banyak perhatian dan banyak *gift* serta akan bertahan pada *live* tersebut. Salah satu akun yang berhasil survive dan memperoleh keuntungan dalam aspek ekonomi adalah akun yang bernama n****.k****. Akun tersebut menunjukkan hasil dari *live streaming* yang diperoleh dapat dipergunakan untuk renovasi rumah, sehingga hal ini menunjukkan *live streaming* dapat mempengaruhi aspek ekonomi penggunanya.

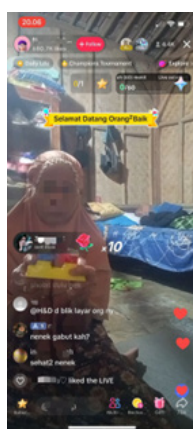
Tabel 3. Observasi Akun Tiktok n****.k****

| Tanggal | 13/07/2023 | 16/09/2023 |
|------------|---|---|
| Koin | 202 koin | 99 koin |
| Waktu | 1 menit | 1 menit |
| Viewers | 6500 | 1600 |
| Jenis gift | Bunga 147x Panda 1x Saranghae 1x Kerang 2x Tiktok logo 2x Permen 1x Kopi 3x | Bunga 22x Saranghae 1x Nasi lemak 2x Rosa 2x Parfum 1x Bucket 1x |

Sumber: Dhamayanti et al, 2024

Berdasarkan hasil observasi akun tiktok n****.k**** melakukan *live* hampir setiap hari dengan durasi yang beragam dan minimal melakukan *live streaming* selama 60 menit. Pada bulan Juli 2023 akun tiktok n****.k**** rata-rata dapat memperoleh *gift* senilai 200 koin yang setara dengan Rp 40.000 dalam 1 menit, sedangkan pada bulan September rata-rata perolehan koin dalam 1 menit turun menjadi 100 koin. Bila dikalkulasikan pada bulan juli akun tiktok n****.k**** dapat memperoleh penghasilan sebanyak kurang lebih 60 juta jika melakukan *live streaming* dengan durasi 60 menit setiap harinya selama 25 hari. Bukan hanya itu, berdasarkan informasi dari kepolisian yang

menangani kasus akun *ngemis online* yaitu panti asuhan, akun ini dapat memperoleh penghasilan sebesar kurang lebih 50 juta perbulan. Fenomena ini selaras dengan pemberitaan yang sempat viral mengenai seorang pengemis yang memiliki kekayaan yang berlimpah. Kasus ini menunjukkan bahwa aktivitas atau kebiasaan mengemis baik secara *online* ataupun mengemis secara langsung pada masyarakat Indonesia masih banyak menjadi pilihan atau sarana untuk memperoleh uang dan tentunya hal ini menjadikan fenomena mengemis yang terdapat pada masyarakat Indonesia masih perlu ditindaklanjuti.

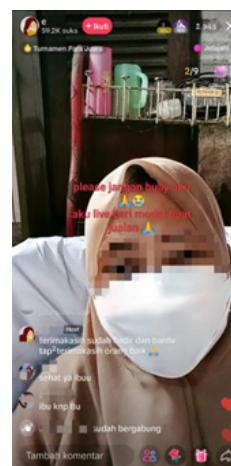


Gambar 1. Viewer Memberikan Virtual Gift
Sumber: Tiktok, 2023

Fenomena "*ngemis online*" dapat dianalisis dalam kerangka teori Interaksi Simbolik yang dikembangkan oleh George Herbert Mead. Dalam teori Mead, interaksi sosial dan pembentukan makna sangat ditekankan. Menurut Mead, simbol simbol adalah bahasa yang digunakan oleh individu untuk berkomunikasi satu sama lain. Dalam konteks *ngemis online* individu menggunakan simbol-simbol, seperti kata-kata, gambar, atau emoji, untuk mengkomunikasikan kebutuhan finansial atau dukungan kepada para audiens *live streaming*. Mead memandang individu sebagai aktor yang mengambil peran dalam interaksi sosial. Dalam *ngemis online*, individu yang meminta bantuan mengambil peran sebagai orang yang memerlukan bantuan finansial, sementara para audiens mengambil peran sebagai pemirsa atau pendukung potensial.

Mead menggambarkan interaksi sosial sebagai proses di mana individu bertindak dan merespons tindakan orang lain. Dalam *ngemis online*,

individu yang meminta bantuan bertindak dengan membuat unggahan atau pesan yang meminta dukungan, sementara audiens merespons dengan memberikan dukungan finansial atau dukungan moral. Dalam teori Interaksi Simbolik menurut Mead, penting untuk memahami bahwa individu membentuk makna melalui interaksi sosial, dan simbol-simbol memiliki peran kunci dalam proses ini. Dengan demikian, fenomena *ngemis online* dapat dilihat sebagai contoh interaksi simbolik di dunia digital di mana individu menggunakan simbol-simbol untuk berkomunikasi, membentuk makna, dan merespons tindakan orang lain dalam konteks permintaan bantuan finansial atau dukungan.



Gambar 2. Live Stream Tiktok E***
Sumber: Tiktok, 2023

Fenomena *ngemis online* juga dapat dianalisis dalam kerangka teori Interaksi Simbolik yang dikembangkan oleh Herbert Blumer. Dalam teori Blumer, penting untuk memahami bagaimana individu memberikan makna pada tindakan yang dilakukan oleh para pelaku *live streaming* dalam interaksi sosial. Blumer menekankan bahwa simbol-simbol, seperti kata-kata, gambar, tindakan, dan pesan, adalah kunci dalam interaksi sosial. Dalam *ngemis online*, individu menggunakan simbol-simbol, baik dalam bentuk unggahan, pesan, atau konten visual, untuk mengkomunikasikan kebutuhan finansial yang diperlukan atau dukungan kepada para audiens. Blumer melihat interaksi sosial sebagai proses di mana individu bertindak, merespons tindakan orang lain, dan memberikan makna pada situasi tersebut. Dalam *ngemis online*, individu yang meminta bantuan bertindak dengan

membuat unggahan, konten atau pesan yang meminta dukungan dan audiens merespons dengan memberikan dukungan finansial atau dukungan moral.



Gambar 3. Live Stream TikTok Panti Asuhan "ABH"
Sumber: Tiktok, 2023

Makna dalam teori Interaksi Simbolik adalah hasil dari proses interaksi. Dalam konteks *ngemis online*, makna terbentuk melalui tindakan individu yang meminta bantuan dan respons dari audiens. Simbol-simbol yang digunakan oleh individu dan audiens berkontribusi pada pembentukan makna. Dalam teori Blumer, realitas sosial adalah hasil dari interaksi sosial yang berkelanjutan. Fenomena *ngemis online* menjadi bagian dari realitas sosial digital yang melibatkan individu, media sosial, dan para audiens. Dalam kerangka teori Interaksi Simbolik menurut Herbert Blumer, penting untuk memahami bahwa individu memberikan makna pada tindakan para pelaku *live stream* melalui simbol-simbol dalam interaksi sosial. Penggambaran interaksi dapat memicu simpati atau empati dari pengguna, yang mempengaruhi respons para audiens dalam bentuk dukungan atau bantuan. Selain itu, pengguna juga dapat memberikan makna pada tindakan para pelaku *live stream* berdasarkan tanggapan dan interaksi dengan pengguna lain. Hal ini ditunjukkan dengan bagaimana sebagian dari para audiens *live streaming* ada yang merasa iba dan kasihan ataupun para audiens yang tidak menyukai keberadaan konten ini karena sudah melihat kegiatan ini sebagai kegiatan malas, atau tergabung dalam satu sindikat tertentu.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkap perubahan signifikan dalam pola penggunaan *virtual gift* di TikTok yang awalnya *virtual gift* digunakan sebagai alat ekspresi apresiasi terhadap konten kreator yang menarik dan kreatif. Namun, kemudian dimanfaatkan sebagai alat untuk memohon simpati dan empati. Penelitian ini menyoroti bahwa fenomena meminta bantuan secara daring di TikTok menjadi isu sosial yang relevan dalam dunia maya saat ini karena memiliki dampak yang signifikan dalam ranah hukum serta dari segi ekonomi. *Live streaming* dengan pemberian gift memberikan keuntungan kepada pemilik akun dan dapat menjadi sumber penghasilan. Dalam konteks *ngemis online*, individu menggunakan simbol-simbol, seperti kata-kata, gambar, atau emoji, untuk mengkomunikasikan kebutuhan finansial atau dukungan kepada para audiens *live stream*. Fenomena tersebut juga mencerminkan bagaimana dinamika interaksi *online* terus berubah dan menunjukkan bahwa *platform* media sosial, seperti TikTok dapat menjadi salah satu wadah dalam memahami perilaku manusia dan perubahan sosial di era digital. Adapun dampak dari penelitian ini adalah diharapkan membantu mengidentifikasi tren dan pola perilaku masyarakat di dunia maya dan dapat membuka jalan atau kesadaran bagi masyarakat untuk jauh lebih bijak dalam menggunakan media sosial, sedangkan bagi pemerintah dan instansi terkait adalah dapat menjadikan penelitian ini sebagai pertimbangan membentuk regulasi serta strategi intervensi yang jauh lebih kuat guna mencegah fenomena *ngemis online* ini berkembang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, I., & Iskandar, D. (2021). Analisis Media Siber Pola Komunikasi dan Budaya Komunitas pada Komunitas The Podcasters di Media Sosial Discord. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut*, 7(2), 678–686. www.journal.uniga.ac.id/678.
- Ali Nurdin, S.Ag., M.Si. (Dr.) (2020). *Teori Komunikasi Interpersonal Disertai Contoh Fenomena Praktis*. (n.p.): Prenada Media.
- Arifin, Moh., & Fauzi, M. (2022). Fenomena mandi lumpur live tiktok dalam perspektif

- islam. *Jurnal Institut Agama Islam Nahdatul Tuban*, 7(2), 111-128. <https://ejournal.stital.ac.id/index.php/alibrah/article/view/209>.
- Chen, R. R., Davison, R. M., & Ou, C. X. (2020). Asymbolic interactionism perspective of using social media for personal and business communication. *International Journal of Information Management*, 51(August), 102022. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.10.007>.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu : Jurnal Pariwisata Dan Budaya Volume 12 Nomor 1*, 65-71.
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram pada Akun @Yhoophii_official Sebagai Media Komunikasi dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi Vol 14 No 1*, 32-41.
- Hasbullah, A. R., Ahid, N., & Sutrisno. (2022). Penerapan Teori Interaksi Simbolik dan Perubahan Sosial di Era Digital. *At-Tahdzib: Jurnal Studi Islam dan Mu'amalah Volume 10 Nomor 1*, 36-49.
- Ikokoh, M. O.-A. (2020). *Sociological Perspective to Nigerian Education System in Post-Covid-19 Pandemic Era*. RUJMASS, VI(1), Retrieved, 171-178.
- Ismanto, I. (2018). Budaya Selfie Masyarakat Urban Kajian Estetika Fotograf, Cyber Culture, dan Semiotika Visual. *Jurnal Rekam, Vol. 14 No. 1*, 67-76.
- Katon, F., & Yuniati, U. (2020). Fenomena Cashless Society Dalam Pandemi Covid-19 (Kajian Interaksi Simbolik Pada Generasi Milenial). *Jurnal Signal*, 8(2), 134. <https://doi.org/10.33603/signal.v8i2.3490>.
- Li, Y., & Guo, Y. (2021). *Virtual gifting and Danmaku: What Motivates People To Interact in Game Live streaming*. Elsevier: Telematics and Informatics.
- Morissan. (2019). *Riset Kualitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Murfianti, F. (2019). Meme di Era Digital dan Budaya Siber. *Jurnal Penelitian Seni Budaya Volume 11 No. 1*, 42-50.
- Muslimah, F. (2020). Donasi Online sebagai Budaya Siber Generasi Milenial. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 1(2), 102–107. <http://jurnal.bsi.ac.id/index.php/jpr/article/view/244>.
- Ouyang, L. (2022). Consumer Relation to Livestreaming Influencers' Communication Behaviours on Douyin. *BCP Business & Management*, 544- 549.
- Qiu, H. S., & Klug, D. (2021). *Motivations and Expectationos for Virtual giftGiving in Douyin Live Stream*. Ao/R Selected Paper of Internet Research.
- UNAIR NEWS. (2023). *Sosiolog UNAIR Tanggapi Fenomena Pengemis Online yang Mulai Menjamur*. Universitas Airlangga. Diakses pada 16 Februari 2023, 16.50 WIB. <https://unair.ac.id/sosiolog-unair-tanggapi-fenomena-pengemis-online-yang-mulai-menjamur/>.
- Uswah. (2023). *Ngemis Mandi Lumpur Viral di Tik Tok, Dosen UM Surabaya Beri Tanggapan Ini*. Universitas Muhammadiyah Surabaya. Diakses pada 16 Februari 2023, 16.47 WIB. https://www.um-surabaya.ac.id/homepage/news_article?slug=ngemis-online-mandi-lumpur-viral-di-tik-tok-dosen-um-surabaya-beri-tanggapan-ini.
- Vally, Z., Shiora, K., Nyoni, P., Mapatwana, A., Muchesa, E., & Makhoabeneyane, T. (2020). *Education Researchers Respond to The COVID19 Pandemic*. South Africa: JET Education Services. Retrieved Oktober 13, 2020.
- Velasco, J. C. (2021). You are cancelled: Virtual collective consciousness and the emergence of cancel culture as ideological purging. *Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities*, 12(5), 1–7. <https://doi.org/10.21659/RUPKATHA.V12N5.RIOC1S21N2>.
- Wang, N., Sun, Y., Shen, X.-L., Liu, D., & Zhang, X. (2019). Just being there matters. *Internet Research*, 29(1), 60–81. <https://doi.org/10.1108/IntR-08-2017-0299>.
- Li, Y., & Peng, Y. (2021). What Drives Gift-giving Intention in Live Streaming? The Perspectives of Emotional Attachment and Flow Experience. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 37(14), 1317–1329. <https://doi.org/10.1080/10447318.2021.1885224>.

- Yuliana, Y., & Pribadi, M. A. (2022). Interaksi Simbolik dalam Perencanaan Komunikasi Pemasaran: Studi Kasus Kyne di Tiktok. *Prologia*, 6(2), 248–255. <https://doi.org/10.24912/pr.v6i2.10670>.
- Zanki, H.A. (2020). Teori Psikologi Dan Sosial Pendidikan (Teori Interaksi Simbolik). *Scolae: Journal of Pedagogy*, Volume 3, Number 2, 115-121.