

**ANALISIS FENOMENA *LIVE STREAMING* PENGHIMPUNAN
DONASI *ONLINE* MELALUI APLIKASI TIKTOK PADA
AKUN DOYOK GDL**

SKRIPSI



Oleh:
Ela Savinah
NIM: 213103010003

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS DAKWAH
2025**

**ANALISIS FENOMENA *LIVE STREAMING* PENGHIMPUNAN
DONASI *ONLINE* MELALUI APLIKASI TIKTOK PADA
AKUN DOYOK GDL**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Sosial (S. Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Oleh:

J E M B E R

Ela Savinah

NIM: 213103010003

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS DAKWAH**

2025

**ANALISIS FENOMENA *LIVE STREAMING* PENGHIMPUNAN
DONASI *ONLINE* MELALUI APLIKASI TIKTOK PADA
AKUN DOYOK GDL**

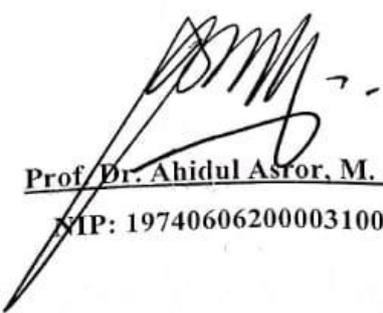
SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Sosial (S. Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R**

Disetujui Pembimbing


Prof. Dr. Abidul Asror, M. Ag.

NIP: 197406062000031003

**ANALISIS FENOMENA *LIVE STREAMING* PENGHIMPUNAN
DONASI *ONLINE* MELALUI APLIKASI TIKTOK PADA
AKUN DOYOK GDL**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Fakultas Dakwah

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Hari : Senin

Tanggal : 23 Juni 2025

Tim Penguji

Ketua Sidang

Sekretaris Sidang

Ahmad Hayyan Najikh, M. Kom.I.

Firdaus Dwi Cahyo Kurniawan, S. E, M. I.Kom

NIP. 198710182019031004

NIP. 198110162023211011

Anggota:

1. Prof. Dr. Ahidul Asror, M. Ag

2. Prof. Dr. Fawaizul Umam, M. Ag

Menyetujui :

Dekan Fakultas Dakwah



MOTTO

“الْيَدُ الْعُلْيَا خَيْرٌ مِنَ الْيَدِ السُّفْلَى”

“tangan di atas lebih baik daripada tangan di bawah” (HR. Bukhori Muslim)¹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Ahmad Hujaj Nurrohim, Tafsir Lain Hadits “Tangan diatas Lebih Baik Daripada Tangan Dibawah, Sanad Media, 2018, diakses pada tanggal 24 Juni 2025.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah atas izin Allah SWT yang telah memberikan kelancaran kepada penulis dalam mengerjakan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dalam setiap langkah penulis berusaha mewujudkan harapan-harapan yang diimpikan. Penulis tidak akan berjalan mudah tanpa adanya bantuan mereka, oleh karena itu skripsi ini penulis tujukan untuk mereka yang telah membantu dalam proses keberhasilan penulisan skripsi. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kepada orang tua saya tercinta. Terima kasih atas kasih sayang yang begitu tulus, selalu mendoakan, memberikan dukungan selama ini atas keberhasilan saya dapat mengerjakan skripsi ini dengan lancar. Yang selalu menyakinkan saya bahwa kesuksesan menyertai orang-orang yang mau berusaha. Terima kasih sudah menjadi bagian terpenting dalam hidup ini. Semoga mereka bangga dengan apa yang saya peroleh saat ini.
2. Kepada suami saya Ahmad Sufyan Saury, yang senantiasa mendukung, membantu dan mendoakan saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada dosen pembimbing saya Bapak Prof. Dr. Ahidul Asror, M. Ag. yang telah membimbing saya dengan tulus, teliti, sabar serta memberikan tenaga, waktu dan pikiran untuk membimbing saya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
4. Kepada almamater UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang menjadi salah satu tempat saya menuntut ilmu. Semoga ilmu yang saya peroleh bisa berguna dan bermanfaat bagi orang lain.
5. Kepada teman-teman yang menemani hari-hari saya selama menyusun skripsi ini. Semua pihak yang telah membantu saya baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas ketulusan dan kebaikan kalian semua.
6. Tidak lupa saya mengucapkan terima kasih kepada teman dan sahabat penulis yang telah banyak memberikan dukungan, memberikan bantuan dan selalu mendampingi saya menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK

Ela Savinah, 2025: *Analisis Fenomena Live Streaming Penghimpunan Donasi Online Melalui Aplikasi Tiktok Pada Akun Doyok Gdl.*

Kata kunci : TikTok, Live Streaming, Penghimpunan Donasi, Strategi Komunikasi, Dramaturgi, *Gift*, Doyok.Gdl

Perkembangan teknologi digital telah menghadirkan berbagai bentuk interaksi sosial baru, salah satunya adalah praktik penghimpunan donasi secara daring melalui fitur *live streaming* di platform TikTok. Fenomena ini menjadi menarik ketika dilakukan oleh akun TikTok @Doyok.Gdl, yang dikenal secara konsisten menampilkan narasi kehidupan sulit guna memperoleh gift dari penonton. Fenomena tersebut menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana strategi komunikasi yang digunakan pelaku dalam membangun citra dan menarik simpati audiens, serta faktor-faktor apa saja yang mendorong seseorang melakukan aktivitas penghimpunan donasi melalui *live streaming*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pelaku dalam siaran langsung, serta mengidentifikasi faktor-faktor pendorong yang melatarbelakangi aktivitas penghimpunan donasi tersebut. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi pustaka dan studi lapangan, serta menggunakan teori dramaturgi dari Erving Goffman sebagai pisau analisis. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui analisis konten, wawancara, dan dokumentasi terhadap siaran langsung akun @Doyok.Gdl.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku menerapkan berbagai strategi komunikasi untuk membangun citra tertentu, seperti memilih latar siaran di area terbuka (sawah, sungai, atau belakang rumah), menggunakan properti sederhana, dan menyisipkan singkatan teks (MWR/PCI/JRI) yang berfungsi sebagai kode ajakan pemberian gift. Dalam perspektif dramaturgi, pelaku menampilkan front stage berupa sosok yang penuh semangat dan penuh energi. Sementara itu, back stage mengungkap sisi asli pelaku yang berbeda dari peran yang ditampilkan, berupa keterpaksaan, sedih, lelah secara fisik. Adapun faktor pendorong praktik penghimpunan donasi ini meliputi aspek ekonomi (keterbatasan penghasilan), sosial (dorongan tren digital dan komunitas daring), psikologis (kebutuhan akan perhatian dan eksistensi), serta teknologi (kemudahan fitur *live* dan monetisasi gift di TikTok). Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena *live streaming* penghimpunan donasi online melalui platform TikTok merupakan bentuk gejala sosial baru di era digital. Aktivitas ini bukan sekadar ekspresi individual, melainkan strategi komunikasi sosial yang kompleks dan melibatkan konstruksi identitas di ruang digital.

KATA PENGANTAR



Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **“ANALISIS FENOMENA LIVE STREAMING PENGHIMPUNAN DONASI ONLINE MELALUI APLIKASI TIKTOK PADA AKUN DOYOK GDL”**. Penyusunan skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan gelar sarjana di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Penulis menyadari bahwa penyusunan penulisan skripsi ini tidak akan bisa terlaksana tanpa dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat, kepada:

1. Prof. Dr. H. Hepni, Sag., MM., CEPM selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, yang telah meningkatkan mutu penelitian karya tulis ilmiah di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Dr. Fawaizul Umam, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah, yang telah melancarkan proses persetujuan dalam menyusun skripsi ini.
3. Ahmad Hayyan Najikh, M. Kom.I., selaku Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, yang telah melancarkan proses persetujuan dalam menyusun skripsi ini.
4. Prof. Dr. Ahidul Asror, M. Ag., selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan dalam proses penyusunan skripsi ini selalu memberikan motivasi sehingga dapat memberikan hasil yang terbaik dalam karya ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah, yang telah memberikan ilmu dan berbagai pengalaman berharga kepada penulis sehingga dapat mengetahui ilmu yang sebelumnya tidak diketahui selama menempuh perkuliahan.

6. Seluruh Civitas Akademik UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah membantu melancarkan proses penyusunan skripsi ini.
7. Semua pihak yang membantu menyelesaikan skripsi ini dengan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa yang lainnya dan dapat dijadikan literatur referensi dan bacaan untuk menambah wawasan. Keberhasilan penulis tidak lepas dari karunia Allah SWT yang memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian ini, dan semoga hasil skripsi ini dapat bermanfaat terlebih kepada penulis sendiri.



Jember, 8 Mei 2025
Penulis,

Ela Savinah
NIM : 213103010003

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR ISI

	Hal.
HALAMAN SAMPUL DALAM	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Definisi Istilah	10
F. Sistematika Pembahasan	12
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	15
A. Penelitian Terdahulu	15
B. Kajian Teori	19
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Pendekatan dan jenis Penelitian	28
B. Lokasi Penelitian	29
C. Subyek Penelitian	30
D. Teknik Pengumpulan Data	30
E. Analisis Data	32
F. Keabsahan Data	33
G. Tahap-Tahap Penelitian	34

H. Analisis Data	34
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	36
A. Gambaran Objek Penelitian	36
B. Penyajian Data dan Analisis	38
C. Pembahasan Temuan	58
BAB V PENUTUP	66
A. Kesimpulan	66
B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN - LAMPIRAN	
1. Profil Akun Tiktok Doyok Gdl	
2. Hasil Wawancara dengan pemilik akun Doyok Gdl	
3. Dokumentasi wawancara dengan Doyok Gdl	



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR TABEL

No	Uraian	Hal.
2.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu yang Relevan	15
4.1	Nilai <i>Gift</i> Live Streaming	56



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR GAMBAR

No	Uraian	Hal.
4.1	Akun Tiktok Doyok Gdl	36
4.2	Tangkapan Layar saat melakukan <i>Live Streaming</i>	50
4.3	Tangkapan Layar berupa tampilan beberapa pemberian <i>Gift</i>	51
4.4	Gambar 4. Tangkapan layar <i>Live Streaming</i> dengan Teks Singkatan: “MWR = PCI JRI = LRI”	52
4.5	Tangkapan Layar Pelaku Mengangkat Kayu Setelah Menerima <i>Gift</i> Dari Penonton	53
4.6	Tangkapan Layar Pelaku Mencium Panci Hitam Setelah Menerima Tantangan Dari Penonton	54
4.7	Tangkapan Layar Pelaku memakai kerudung.....	55



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media sosial adalah *platform* berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, dan berinteraksi serta berkomunikasi dengan orang lain. Media Sosial dirancang sebagai alat untuk menghubungkan individu dan membangun komunitas virtual. Media sosial kini telah berkembang menjadi *platform* multifungsi yang mencakup komunikasi, hiburan, bisnis, pendidikan, dan aktivisme.² Banyak sekali jenis media sosial yang terdapat di internet seperti Youtube, Instagram, Facebook dan Tiktok yang sering digunakan sebagai wadah atau media untuk menciptakan sebuah kreatifitas.

Salah satunya aplikasi tiktok yang memberikan efek spesial yang unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang melihatnya. Aplikasi ini memiliki ribuan hingga jutaan pengguna hingga penjuru dunia. Biasanya aplikasi ini berisi video-video pendek dengan konten yang menarik dan memiliki ragam genre mulai dari konten makanan, fashion, education, hingga konten-konten menarik lainnya yang semua ini dibuat dengan tujuan sebagai hiburan.³ Tiktok mempunyai fitur *Live Streaming* yang dapat berinteraksi secara *Online* dan memudahkan pengguna *Live Streaming* tiktok untuk mendapatkan keuntungan. Dengan munculnya berbagai fitur di media sosial manusia bisa mengekspresikan dirinya dengan berbagai cara, salah satunya yakni dengan membuat berbagai konten yang menarik untuk dilihat. Fitur ini awalnya hanya digunakan untuk mempromosikan produk, berkomunikasi

² Erma Tri Wulansari, Tinjauan Hukum Islam Terhadap Fenomena Mendapatkan *Gift* Pada *Live Streaming* Aplikasi Tiktok, (Ponorogo, 2024) Hlm. 7

³ Yulia Nafa Fitri Randani, Safrinal, Jalimah Zulfah Latuconsina, Muhammad Roy Purwanto, STRATEGI PEMANFAATAN APLIKASI TIK TOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH UNTUK KAUM MILENIAL, Jurnal Mahasiswa FIAI-UII, at-Thullab, Vol.3, Nomor 1Februari-September, 2021 ISSN: 2685-8924. e-ISSN:2685-8681, Yogyakarta. Hlm. 589.

dengan pengikutnya agar lebih dekat, serta menunjukkan kreativitas. Didalam fitur *Live Streaming* ini terdapat virtual *Gift* yaitu penghargaan atau hadiah bagi kreator tiktok yang melakukan *Live Streaming*. Tidak hanya itu di dalam fitur ini kita bisa menghasilkan keuntungan. Namun, kebanyakan kreator TikTok menyalahgunakan fitur *Live Streaming* dengan mempertontonkan adegan yang berbahaya yang tujuannya penonton merasa iba sehingga memberi virtual *Gift* (hadiah *Online*) sebanyak-banyaknya.⁴ Virtual *Gift* adalah salah satu fitur berupa hadiah atau pemberian atau imbalan serta reward dari aplikasi TikTok yang diberi oleh penonton kepada konten kreator pada saat melakukan *Live Streaming* tersebut. Tidak hanya sekedar pemberian, *Gift* atau hadiah TikTok juga bisa ditukarkan dengan uang dalam jumlah tertentu oleh kreator tersebut.⁵ Pada akhirnya virtual *Gift* ini dapat berpeluang untuk mendapatkan uang tunai hanya dengan menggunakan fitur *Live Streaming* pada aplikasi TikTok. TikTok kini menjadi salah satu *platform* media sosial paling populer, terutama di kalangan anak muda. Salah satu fitur yang banyak menarik perhatian adalah *Live Streaming*, di mana penonton bisa memberikan *Gift* visual berupa item digital seperti mawar, berlian, atau animasi lucu lainnya. Fitur ini tidak hanya membuat *Live Streaming* lebih seru, tetapi juga menjadi salah satu sumber pendapatan streamer. Dengan *Gift* yang diberikan, streamer bisa mendapat penghasilan nyata setelah *Gift* tersebut ditukar menjadi uang.

Semakin berkembangnya teknologi khususnya media sosial banyak masyarakat yang memanfaatkan kesempatan itu. Banyak masyarakat yang menyalahgunakan hal tersebut, sehingga muncullah fenomena penghimpunan donasi di media sosial.⁶ Selain media sosial menimbulkan hal yang positif pasti akan menimbulkan hal yang negatif didalamnya. Tiktok telah menjadi

⁴ Nurma Novita Sari, Pertanggung Jawaban Pidana Pengemis Yang Dilakukan Melalui *Live Streaming* Tiktok, Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq, Jember:2024, hal 5-6.

⁵ Nur Jamal Shaid, "Cara Mencairkan *Gift* Tiktok Jadi Uang Tunai dan Syaratnya" <https://money.kompas.com/read/2023/08/09/222943026/cara-mencairkan-Gift-tiktok-jadi-uangtunai-dan-syaratnya>. Diakses pada Selasa jam 18:20 WIB, 9 Januari 2025.

⁶ Siti Zahraini, Randy Dwi Alvianto, Meisya Dewi Putri, Fenomena Mengemis *Online* Di Jejaringan Media Sosial Aplikasi Tiktok Dalam Perspektif Al-Qur'an, (Pontianakn, Juni 2022) Jurnal Mafatih: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir Volume 3 Nomor 1, Hlm. 159

arena baru bagi berbagai fenomena sosial yang dapat menghalalkan segala cara agar bisa menarik simpati publik. Dalam beberapa kasus, muncul praktik penghimpunan donasi secara virtual, di mana beberapa individu memanfaatkan *Live Streaming* untuk meminta uang secara langsung dari penonton, terkadang dengan alasan yang tidak jelas atau tidak memiliki dasar yang kuat. Salah satunya adalah praktik penghimpunan donasi *online* melalui *Live Streaming*. Penghimpunan donasi *online* di TikTok merupakan fenomena yang relatif baru. Fenomena penghimpunan donasi *online* ini sering kali menimbulkan kontroversi mengenai etika dan tujuan yang tidak jelas dari meminta bantuan secara *online* melalui *Live Streaming* di tiktok. Perbuatan tersebut dilakukan karena dibenak mereka dengan keterbatasan yang mereka miliki tidak ada jalan lain selain meminta untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka.⁷

Berbeda dengan *Crowdfunding* yang merupakan metode penggalangan dana yang memanfaatkan kekuatan komunitas *Online* untuk mendukung berbagai proyek dan bisnis. Prinsipnya sama seperti pendanaan konvensional, *crowdfunding* terbuka untuk semua orang pribadi maupun pelaku ekonomi atau kelompok orang yang memberikan pendanaan kecil ataupun besar. Pada dasarnya *crowdfunding* tetap merujuk pada pendanaan dalam satu proyek/bisnis/kampanye tetapi dengan melibatkan proses dari media baru yakni internet itu sendiri. Mekanisme ini diperlukan untuk memperlancar dan mempercepat arus informasi pendanaan sehingga dapat menjangkau luas masyarakat dan frekuensinya yang begitu tinggi.⁸

Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi, representasi visual menjadi salah satu sarana utama dalam menyampaikan pesan, nilai, dan narasi kepada penonton. Seiring dengan popularitasnya, fitur *Live Streaming* menjadi sebuah sarana yang kuat untuk menyampaikan pesan melalui gambar, suara,

⁷ Seva Maya Sari. PENINDAKAN TERHADAP PENGEMIS PERSPEKTIF YUSUF AL QARADHAWI: Analisis terhadap Pasal 504 KUHP tentang Perbuatan Mengemis di Muka Umum. [VOL. 13 NO. 2 \(2016\)](#). HLM. 2

⁸ Asi Sitanggang. Semarang 2018. Memahami Mekanisme *Crowdfunding* Dan Motivasi Berpartisipasi Dalam Kitabisa.com. Vol. 6 No. 3. Hlm. 2

dan simbol-simbol yang terkandung di dalamnya. Dalam konteks ini, analisis terhadap *Live Streaming* menjadi sangat relevan untuk memahami bagaimana strategi penghimpunan donasi *online* dapat dilakukan oleh para kreator konten dalam menarik simpati dan dukungan finansial dari audiens mereka.

Media visual merupakan pilar utama dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap realitas di sekitar mereka. Sementara itu, media sosial menjadi *platform* yang semakin dominan dalam memengaruhi persepsi masyarakat. Dengan menyajikan informasi dalam bentuk gambar, video, dan teks secara cepat dan langsung, media sosial memberikan pengalaman interaktif yang langsung mempengaruhi opini dan pandangan. Kesadaran akan dampak ini semakin meningkat seiring dengan meningkatnya ketergantungan masyarakat pada *platform-platform* ini untuk mengakses berita, hiburan, dan konten sehari-hari. Dalam konteks ini, media visual tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai pemain utama dalam membentuk budaya visual yang menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Kekuatan visual ini dapat menciptakan tren dan memengaruhi norma sosial dengan cara yang tidak dapat diabaikan.

Media visual memiliki peran sangat signifikan dalam membangun narasi yang memengaruhi persepsi dan pemahaman netizen terhadap dunia sekitarnya. Televisi, film, dan media sosial, sebagai bentuk-bentuk utama media visual, menggunakan gambar, suara, dan komposisi visual untuk merangkai cerita yang dapat menyentuh hati dan pikiran penonton.⁹ Dengan menganalisis fenomena *live streaming* penghimpunan donasi *online* di Tiktok, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana praktik tersebut dibangun dan dimanfaatkan dalam konteks *live Streaming*. Hingga saat ini belum ada penelitian yang secara khusus menganalisis aspek-aspek visual dalam konteks ini. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan pengetahuan tersebut dan memberikan wawasan yang lebih dalam tentang bagaimana strategi dan faktor

⁹ Munawaroh, Gaia Guatri, Analisis Representasi Visual: Kajian Kekerasan Simbolik dalam Film, JRF: Journal of Religion and Film, Volume 2 Nomor 2 2023. Hlm. 297.

pendorong pelaku melakukan penghimpunan donasi *online* dalam *live streaming* di Tiktok.¹⁰

Banyak individu yang terlibat dalam penghimpunan donasi *online* di Tiktok berharap dapat memperoleh dukungan finansial yang cepat dan mudah. Mereka percaya bahwa dengan menampilkan konten yang emosional atau ekstrem, mereka dapat menarik perhatian penonton dan mendapatkan hadiah virtual yang dapat diuangkan. Misalnya, beberapa pelaku penghimpunan donasi *online*, termasuk lansia, melakukan aksi-aksi dramatis seperti mandi lumpur atau berjoget untuk mendapatkan simpati dan dukungan dari penonton.¹¹ Dengan menampilkan kondisi hidup yang sulit, para pelaku berharap penonton akan lebih memahami dan peduli terhadap masalah sosial yang ada di sekitar mereka. Namun, kenyataannya banyak pelaku penghimpunan donasi *online* justru mengalami eksploitasi. Banyak dari mereka, terutama lansia, dipaksa untuk melakukan tindakan ekstrem demi menarik simpati penonton. Praktik ini tidak hanya merugikan pelaku tetapi juga menciptakan stigma negatif terhadap mereka sebagai pengemis yang tidak berdaya. Meskipun mereka mungkin mendapatkan uang dengan cepat, ketergantungan pada donasi bisa menimbulkan mentalitas pengemis dan mengurangi motivasi untuk mencari pekerjaan yang lebih berkelanjutan. Hal ini berpotensi menciptakan sikap malas dan ketidakpedulian terhadap usaha mandiri dalam mencari nafkah.

Akun Tiktok Doyok.Gdl kerap menampilkan teks *Gift* virtual secara langsung di layar selama sesi *Live Streaming*. Teks *Gift* tersebut tidak hanya berfungsi sebagai elemen dekoratif, tetapi juga dijadikan bagian dari tantangan interaktif yang ditujukan kepada penonton. Sebagai contoh, Doyok memberikan tantangan kepada penonton dengan menyatakan bahwa jika seseorang mengirimkan *Gift* berupa "mawar," maka ia akan melakukan aksi tertentu, seperti melompat atau berlari di tempat. Tantangan semacam ini dirancang untuk mendorong partisipasi penonton dalam bentuk pemberian *Gift*

¹⁰ Ahmad Salman Farid, Representasi Mitos Dalam Film Horror Pada Waktu Magrib: Analisis Visual Dan Naratif, Jurnal Studi Ilmu Komunikasi, Volume 02, Nomor 02, Mei 2023. Hlm. 11

¹¹ CNNIndonesia - *Live Tiktok Ngemis Online* Kini Terlarang, Siapa Kena Aturan?

virtual sekaligus meningkatkan keseruan dan keterlibatan selama sesi *Live Streaming* berlangsung. Strategi ini menggabungkan teks *Gift* dengan interaksi langsung yang dinamis, menciptakan pengalaman hiburan yang unik bagi penonton. Selain itu, pendekatan tersebut juga menjadi cara efektif untuk memaksimalkan jumlah *Gift* yang diterima selama siaran langsung, yang pada akhirnya dapat memberikan keuntungan finansial bagi pemilik akun.

Permasalahan terkait strategi dalam *Live Streaming* penghimpunan donasi *Online* di TikTok sering kali menggunakan elemen visual yang menciptakan kesan emosional. Hal ini membentuk persepsi masyarakat bahwa kemiskinan adalah kondisi yang dapat dipertontonkan dan dijual untuk mendapatkan empati atau bantuan. Interaksi visual dalam *Live Streaming* TikTok, seperti pemberian *Gift* berbentuk mawar atau efek animasi, membuat orang berpikir bahwa dengan memberikan *Gift* kecil, mereka sudah membantu orang miskin. Padahal, masalah kemiskinan jauh lebih rumit dan tidak bisa diselesaikan dengan cara seperti itu. Selain itu, banyak orang mulai melihat kemiskinan sebagai hiburan karena dijadikan tontonan di media sosial. Hal ini bisa membuat masyarakat jadi kurang percaya pada orang yang benar-benar membutuhkan, karena mereka merasa ada kemungkinan itu hanya trik untuk mendapatkan uang. Akibatnya, empati terhadap orang miskin bisa berkurang. Di sisi lain, masyarakat mulai skeptis terhadap autentisitas kemiskinan yang dipertontonkan, karena adanya motif ekonomi di balik konten tersebut. Hal ini dapat memengaruhi empati masyarakat dan respons mereka terhadap isu sosial secara keseluruhan. Kemiskinan bukan lagi hanya dipandang sebagai realitas sosial, tetapi juga sebagai konten yang dapat diolah menjadi komoditas. Ini menggeser pandangan masyarakat terhadap kemiskinan, dari isu sosial yang perlu diselesaikan secara struktural menjadi fenomena yang terkadang dipertanyakan keasliannya akibat eksploitasi media.

Sebelumnya penelitian mengenai penghimpunan donasi di media sosial sudah ada peneliti yang membahasnya seperti Fatimah Al Zahra “Strategi Pengemis *Online* Dalam Mendapatkan Dukungan Pada Aplikasi Tiktok” dalam skripsi tersebut peneliti lebih memfokuskan terkait dengan

beberapa strategi yang digunakan meminta-minta *Online* di Tiktok tanpa memfokuskan satu strategi yang dilakukan untuk meminta-minta *Online*. Kemudian Elfryda Amelia Dhamayant, Puti Alifa Layynasha Alamsyah, Sarah Derma Ekaputri, Salsabilla Widyarto “Eksplorasi Interaksi Simbolik Pengemis *Online* di Ekosistem TikTok” dalam jurnal tersebut peneliti lebih memfokuskan pada motivasi pemberi hadiah yang 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.¹² Berangkat dari hal inilah penulis ingin menulis terkait dengan analisis fenomena *Live Streaming* penghimpunan donasi *Online* di aplikasi tiktok pada akun tiktok Doyok.Gdl. Tentunya penulisan ini memiliki Perbedaan-perbedaan di dalamnya, sehingga diharapkan bisa menjadi salah satu khazanah keilmuan baru dalam bidang dakwah Islam.

Dari hasil observasi awal peneliti, temuan di lapangan menunjukkan bahwa penghimpunan donasi *Online* melalui aplikasi TikTok semakin marak, dengan banyak pelaku yang berasal dari latar belakang ekonomi yang kurang beruntung. Selain itu, interaksi antara pelaku dan audiens dalam *Live Streaming* sering kali bersifat emosional, di mana pelaku menggunakan teknik komunikasi persuasif untuk menarik simpati dan dukungan dari penonton. Banyak pelaku yang mengaitkan praktik ini dengan kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan sosial dan dukungan finansial. Temuan ini menunjukkan pentingnya memahami visual interaktif penghimpunan donasi *Online* di tiktok serta persepsi masyarakat terhadap kemiskinan di era digital.

Peneliti sengaja melihat dari sisi strategi dan faktor pendorong yang digunakan dalam *Live Streaming* penghimpunan donasi *Online* di TikTok untuk memahami bagaimana elemen-elemen visual tersebut memengaruhi

¹² Elfryda Amelia Dhamayant, Puti Alifa Layynasha Alamsyah, Sarah Derma Ekaputri, Salsabilla Widyarto, Eksplorasi Interaksi Simbolik Pengemis *Online* di Ekosistem TikTok, CALATHU: Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 6, Nomor 1, Februari 2024. Hlm. 59.

persepsi masyarakat tentang kemiskinan di era digital. Pendekatan ini digunakan untuk mengungkap bagaimana interaksi visual dalam *Live Streaming* penghimpunan donasi *Online* membentuk persepsi masyarakat tentang kemiskinan, baik sebagai fenomena sosial maupun sebagai konten digital. Hal ini mencakup cara visualisasi dan elemen interaktif, seperti *Gift* atau efek animasi, menciptakan kesan tertentu yang memengaruhi pemahaman, empati, atau bahkan skeptisisme masyarakat terhadap kemiskinan di era digital. Analisis ini juga mencakup bagaimana elemen-elemen tersebut memengaruhi emosi audiens, membangun hubungan empati, atau bahkan menimbulkan skeptisisme terhadap autentisitas fenomena kemiskinan yang ditampilkan.

Adapun penelitian ini fokus pada analisis strategi dalam *Live Streaming* penghimpunan donasi *Online* di TikTok serta faktor pendorong pelaku melakukan *Live Streaming* mengemis online di tiktok. Penelitian ini menyoroti aspek penggunaan elemen visual, interaksi audiens melalui fitur *Gift*, dan dampaknya terhadap pandangan sosial masyarakat terhadap kemiskinan sebagai isu sosial dan fenomena digital.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi yang digunakan dalam *Live Streaming* penghimpunan donasi *Online* di TikTok pada akun Doyok.gdl?
2. Apa faktor pendorong pelaku (Doyok. Gdl) melakukan *Live Streaming* penghimpunan donasi *Online* di TikTok?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi yang digunakan oleh akun Doyok.gdl dalam melakukan *Live Streaming* penghimpunan donasi secara *Online* di TikTok.

2. Untuk mengidentifikasi dan memahami faktor-faktor yang mendorong pelaku (Doyok.gdl) melakukan *Live Streaming* penghimpunan donasi *Online* di TikTok.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi para pembaca dan peneliti sendiri, antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Teoristis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan di bidang komunikasi digital, khususnya dalam kajian komunikasi interaktif dan konstruksi identitas di media sosial. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan teori tentang bagaimana strategi komunikasi, narasi emosional, dan visualisasi digunakan secara sadar oleh pelaku untuk menarik simpati dan donasi dalam format *Live Streaming*. Selain itu, penelitian ini juga membuka peluang bagi pengembangan kerangka analitis baru dalam memahami praktik digital yang menyangkut aspek etika, ekonomi, dan budaya kontemporer.

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi Penulis

Hasil penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang strategi dan faktor-faktor yang melandasi fenomena penghimpunan donasi *Online* dalam format *Live Streaming*, termasuk pendekatan komunikasi yang digunakan, pola interaksi dengan audiens, serta teknik visualisasi yang dipakai. Pengetahuan ini dapat menjadi bekal penting dalam penelitian lanjutan, pengembangan karya ilmiah, serta kontribusi penulis dalam diskursus publik mengenai etika media dan literasi digital.

- b) Bagi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kurikulum yang lebih responsif terhadap fenomena digital kontemporer, terutama dalam bidang komunikasi, dakwah digital, dan media baru.

Penelitian ini juga menunjukkan peran aktif institusi dalam merespons isu-isu sosial yang relevan, serta dapat memperkuat reputasi akademik dengan menghadirkan riset yang aktual dan berdampak.

c) Bagi Masyarakat

penelitian ini dapat menjadi sumber wawasan tentang strategi yang digunakan dalam praktik penghimpunan donasi *Online* melalui *Live Streaming*, sehingga masyarakat dapat lebih kritis dalam merespons konten semacam ini. Dengan meningkatnya kesadaran akan adanya unsur manipulatif atau eksploitasi dalam tayangan tersebut, masyarakat diharapkan mampu mengambil keputusan yang lebih bijak, baik dalam hal memberikan dukungan maupun menyebarkan konten. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat mendorong kesadaran kolektif tentang pentingnya etika dalam mendukung sesama di era digital.

E. Definisi istilah

1. Analisis

Analisis menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) adalah penggalian terhadap peristiwa (perbuatan, karangan, dan sebagainya) untuk mengetahui suatu keadaan yang semestinya.¹³ Menurut Nana Sudjana analisis adalah suatu usaha memilah-milah suatu integritas menjadi suatu bagian-bagian sehingga menjadi jelas susunannya.¹⁴ Dari beberapa pengertian tadi dapat disimpulkan bahwa analisis merupakan kegiatan berpikir untuk memecahkan permasalahan menjadi lebih kecil.¹⁵ Ketika akan melakukan penelitian, analisis kerap dilakukan terlebih dahulu untuk menyederhanakan masalah serta untuk menelaah permasalahan sesuai dengan fakta yang ada. Dalam ranah Pendidikan, analisis dibutuhkan dalam setiap aspek untuk mengetahui keberhasilan suatu kegiatan yang tengah

¹³ Analisis. 2016. Dalam KBBI Daring, diakses pada 24 November 2024. <https://kbbi.web.id/analisis>

¹⁴ Eka Novita Sari. "Pengaruh Model Cooperative Learning Tipe Think Talk Write (TTW) Terhadap Kemampuan Siswa Dalam Menganalisis Materi Sejarah". Jurnal Swanadwipa. Vol. 1. No. 1. 2017. hlm. 29.

¹⁵ Yuni Septiani, dkk. Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Universitas Abdurrab Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Sevqual. Jurnal Teknologi dan Open Source. Vol. 3 No. 1. 2020. hlm. 133.

berlangsung hingga mendapatkan Solusi dari penyelesaian permasalahan tersebut.

2. Fenomena

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) fenomena adalah hal-hal yang dapat dilihat dengan pancaindra dan dapat dijelaskan serta dinilai secara ilmiah.¹⁶ Kata fenomena berasal dari Bahasa Yunani, *Phainomenon*, yang berarti “apa yang terlihat”. Fenomena juga dapat berarti suatu fakta, kenyataan, kejadian dan hal-hal yang dapat dirasakan pancaindra. Fenomena adalah suatu tampilan objek, peristiwa, dalam persepsi. Sesuatu yang tampil dalam kesadaran. Bisa berupa hasil rekaan atau kenyataan.¹⁷ Dari beberapa pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa fenomena adalah peristiwa yang dapat di amati dan dapat dirasakan oleh pancaindra. Dalam penelitian, fenomena sering kali menjadi objek kajian untuk memahami pola, sebab, dan dampak dari kejadian tertentu.

3. Live Streaming

Live Streaming berasal dari Bahasa Indonesia yaitu siaran langsung. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), siaran adalah proses memberitahukan atau menyebarkan suatu hal kepada khalayak umum melalui radio, televisi atau media sosial. Sementara itu, kata “langsung” berarti terus, tidak berhenti, dan tidak dengan perantaraan.¹⁸ *Live Streaming* didefinisikan sebagai *platform* yang merupakan bagian dari fitur yang mengintegrasikan interaksi sosial secara realtime ke dalam elektronik.¹⁹

4. Penghimpunan Donasi

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), penghimpunan adalah proses, cara, perbuatan menghimpun.²⁰ Donasi adalah pemberian pada umumnya bersifat fisik oleh perorangan atau badan hukum dengan sifat sukarela tanpa adanya imbalan yang bersifat menguntungkan. Donasi

¹⁶ Fenomena. 2016. Dalam KBBI Daring. Diakses pada tanggal 22 November 2024.

¹⁷ Tim Penyusun. Hlm. 8

¹⁸ Siaran Langsung. KBBI Daring. Diakses pada tanggal 22 November 2024

¹⁹ Anisa, Ririn Risnawati, Nurul Chamidah, Pengaruh *Word Of Mouth* Mengenai *Live Streaming Tiktok shop* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

²⁰ Tim Penyusun, Kamus Besar Bahasa Indonesia, 402.

dapat berupa bantuan dilakukan untuk kemanusiaan atau dalam bentuk pembangunan, hal perawatan medis, dan lain lain. Program donasi merupakan salah satu contoh pengumpulan dana oleh organisasi maupun lembaga.²¹

5. Aplikasi TikTok

TikTok merupakan sebuah aplikasi video musik yang berdurasi pendek. Aplikasi ini sudah tersedia di play store dan ios store.²² Aplikasi TikTok pertama kali diluncurkan pada tahun 2016 oleh perusahaan asal China, ByteDance.²³ Dalam aplikasi TikTok terdapat banyak fitur salah satunya fitur *Live Streaming*. *Live Streaming* merupakan teknologi dalam bentuk file, fitur ini biasanya dapat langsung disiarkan oleh penggunanya yang dapat melihat langsung tanpa harus mengunduh.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pemahaman serta memberikan alur yang sistematis dan logis dalam penelitian ini, sistematika penulisan disusun dalam lima bab utama sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan : Bab ini merupakan bagian awal dari penelitian yang bertujuan memberikan gambaran umum mengenai latar belakang persoalan yang menjadi dasar dilakukannya penelitian. Di dalamnya dibahas mengenai konteks kemunculan fenomena penghimpunan donasi *Online* melalui fitur *Live Streaming* di aplikasi TikTok, khususnya pada akun Doyok.Gdl. Peneliti menjelaskan bagaimana perubahan pola komunikasi dan interaksi di media sosial telah melahirkan cara-cara baru dalam meminta bantuan, yang dikemas secara digital, interaktif, bahkan estetis. Bab ini juga memuat identifikasi masalah, pembatasan masalah agar fokus penelitian lebih terarah, serta perumusan masalah sebagai dasar pertanyaan penelitian. Selain

²¹ Muhammad Andi Apriqullah, Mekanisme Penjemputan Donasi Baitul Maal Hidayatullah Yogyakarta, 2021, Hal. 9.

²² Ida Bagus Reza Adi Dharma. Perspektif Hukum Pidana Terhadap Pengguna Aplikasi TikTok Berkonten Pornografi. (Skripsi: Universitas Sriwijaya. 2019)

²³ Wikipedia, Ensiklopedia Bebas, <https://id.wikipedia.org/wiki/TikTok>, diakses pada Desember 2024 pada pukul 20:15 WIB

itu, bab ini menjabarkan tujuan dan manfaat dari penelitian baik secara teoritis maupun praktis, menjelaskan definisi istilah yang digunakan dalam kajian ini agar tidak terjadi kesalahpahaman makna, serta menyajikan sistematika penulisan keseluruhan isi karya ilmiah ini.

Bab II Tinjauan Pustaka dan Kajian Teori : Bab ini menyajikan berbagai teori dan kajian pustaka yang relevan sebagai landasan teoritis dalam menganalisis fenomena pengumpulan donasi *Online*. Dibahas pula penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan tema komunikasi digital, *Live Streaming*, strategi meminta bantuan secara daring. Seluruh landasan teori bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam terhadap praktik yang diteliti, serta menjadi alat analisis dalam membedah konten *Live Streaming* akun *Doyok.GDL*.

Bab III Metodologi Penelitian : Bab ini menjelaskan pendekatan dan metode yang digunakan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus, di mana akun *Doyok.GDL* dijadikan sebagai objek kajian utama. Peneliti menguraikan secara rinci lokasi dan subjek penelitian, yaitu TikTok sebagai ruang interaksi digital, serta akun yang menjadi pusat perhatian dalam fenomena ini. Selanjutnya dijelaskan pula teknik pengumpulan data seperti observasi konten, dokumentasi video, dan analisis komentar atau respons dari penonton. Teknik analisis data dilakukan melalui model Miles dan Huberman yang melibatkan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Selain itu, bab ini juga membahas keabsahan data melalui teknik triangulasi serta tahapan pelaksanaan penelitian secara kronologis dari awal hingga akhir.

Bab IV Hasil dan Pembahasan : Bab ini merupakan inti dari penelitian, di mana data yang telah dikumpulkan dianalisis dan diinterpretasikan menggunakan teori-teori yang telah dibahas sebelumnya. Pada bagian awal bab ini, peneliti memaparkan gambaran umum mengenai akun *Doyok.GDL*, termasuk isi konten *Live Streaming*, gaya komunikasi, teknik visualisasi, serta respon yang ditimbulkan dari audiens. Kemudian, data hasil pengamatan dan dokumentasi dianalisis secara mendalam untuk

mengidentifikasi strategi-strategi komunikasi yang digunakan dalam menarik simpati dan donasi dari penonton. Bab ini juga membahas faktor-faktor yang mendorong keberhasilan praktik penghimpunan donasi *Online*, baik dari aspek teknis (fitur TikTok), emosional (narasi sedih, visualisasi penderitaan), maupun sosial-budaya (norma dan persepsi publik terhadap konten tersebut). Analisis dilakukan secara kritis dan kontekstual agar temuan penelitian mampu menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan.

Bab V Penutup : Bab terakhir berisi simpulan dari keseluruhan hasil penelitian yang telah dilakukan. Simpulan ini merangkum temuan utama yang diperoleh, yaitu mengenai bentuk dan strategi penghimpunan donasi *Online* dalam *Live Streaming* di TikTok, serta faktor-faktor yang mendukung praktik tersebut dalam konteks akun Doyok Gdl. Selain itu, bab ini juga memuat saran-saran yang ditujukan bagi berbagai pihak, seperti masyarakat umum agar lebih kritis terhadap konten serupa, pembuat konten agar lebih etis dalam menampilkan kontennya, serta pihak *platform* seperti TikTok agar memiliki regulasi yang lebih tegas terhadap konten yang berpotensi mengeksploitasi emosi. Saran juga diberikan untuk peneliti selanjutnya agar dapat memperluas kajian dengan pendekatan dan objek yang berbeda.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti menguraikan temuan studi penelitian yang relevan dengan studi penelitian yang akan diteliti. Penelitian terdahulu berfungsi sebagai referensi, perbandingan, dan landasan kuat untuk penelitian yang sedang dilakukan. Melalui penelitian terdahulu, peneliti mencari perbandingan untuk menemukan inspirasi baru sehingga penelitian yang dilakukan memiliki kebaruan atau *novelty* penelitian. Peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan kajian peneliti, diantaranya:

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Penulis/ Tahun	Fokus Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Fatimah Al Zahra/2024	Strategi Pengemis <i>Online</i> Dalam Mendapatkan Dukungan Pada Aplikasi Tiktok	Membahas strategi <i>Live Streaming</i> mengemis <i>Online</i>	A. Objek penelitian menggunakan 2 akun tiktok yaitu Henzyxyz. dan Sultan Akhyar. Sedangkan peneliti fokus pada satu akun yaitu Doyok. Gdl B. Membahas faktor pelaku melakukan <i>Live Streaming</i>

No	Penulis/ Tahun	Fokus Penelitian	Persamaan	Perbedaan
				mengemis <i>Online</i>
2.	Elfryda Amelia Dhamayan t, Puti Alifa Layynasha Alamsyah, Sarah Derma Ekaputri, Salsabilla Widyarto/ 2024	Eksplorasi Interaksi Simbolik Pengemis <i>Online</i> di Ekosistem TikTok	Membahas <i>Live</i> <i>Streaming</i> mengemis <i>Online</i>	Membahas motivasi pemberi <i>Gift</i> kepada pelaku <i>Live Streaming</i> , sedangkan peneliti membahas strategi dan faktor pelaku <i>Live Streaming</i>
3.	Benedika Ave Martevalenia /2023	Tanggapan Audiens Mengenai Konten Mengemis <i>Online</i> Pada <i>Live</i> Tiktok (Studi Analisis Tanggapan Audiens Mengenai Konten Mengemis	Membahas konten <i>Live Streaming</i> mengemis <i>Online</i>	a. Fokus pada akun tiktok @Sakty_99, sedangkan peneliti fokus pada akun Doyok. GDL b. Membahas tanggapan audiens terhadap konten

No	Penulis/ Tahun	Fokus Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		<p><i>Online</i> Aksi Berenang di Empang pada <i>Live</i> TikTok Akun (@sakty_99)</p>		
4.	Siti Zahraini Randy Dwi Alvianto, Meisya Dewi Putri / 2023	<p>Fenomena Mengemis <i>Online</i> di Jejaring Media Sosial Dalam Perspektif Al-Qur'an</p>	<p>Membahas fenomena mengemis <i>Online</i></p>	<p>a. Menggunakan teori hukum Islam, AlQuran b. Tidak fokus pada satu objek penelitian</p>
5.	<p>Jatayu Bias Cakrawala, Alfia Rahma Permatasari, Wahida Okta Khoirunnisa, Avisena Kemal Elsyifa, Mashita Phitaloka Fandia Purwaningtyas / 2024</p>	<p>Komodifikasi Empati: Eksplorasi Fenomena 'Ngemis dan Nyawer' <i>Online</i> di Media Sosial TikTok</p>	<p>Teori Komodifikasi</p>	<p>metode campuran dengan pendekatan sosiokultural dan paradigma interpretatif</p>

No	Penulis/ Tahun	Fokus Penelitian	Persamaan	Perbedaan
6.	Ahmad Rizkhan Nurullah, Muhammad Thoha Madani, Annisa	Sociology Of Law Riview On The Cyber Begging Phenomenon in society	Membahas tentang cyber begging/ mengemis di internet	A. Menggunakan teori hukum dan psikologi b. Jurnal berbahasa Inggris
7.	Ahmad Siroj Muslihuiddin / 2024	Meraup Rezeki Pada Media Sosial Tiktok Dalam Perspektif Al-Qur'an	Membahas tentang mencari rejeki di media sosial	Menggunakan teori penafsiran hamka

Sumber : Diolah secara Pribadi oleh Penulis, 2025

Penelitian terdahulu memiliki kelebihan dalam memberikan fondasi teori dan pendekatan yang beragam dalam mengkaji fenomena komunikasi digital, seperti penggunaan teori interaksi simbolik, representasi media, atau kajian umum terhadap konten *Live Streaming* tanpa analisis yang terfokus. Namun, penelitian ini memiliki keunggulan dengan memusatkan perhatian secara spesifik pada fenomena *Live Streaming* penghimpunan donasi *Online* yang dilakukan oleh akun Doyok Gdl di aplikasi TikTok. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan kerangka teori dramaturgi untuk menganalisis strategi yang digunakan dalam menarik simpati dan donasi dari penonton. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan perspektif baru terhadap praktik penghimpunan donasi di ruang digital, tetapi juga menghadirkan kontribusi signifikan dalam memahami bagaimana elemen visual, narasi emosional, dan fitur interaktif TikTok dapat dimanfaatkan secara strategis untuk membentuk persepsi, membangun

kedekatan dengan audiens, serta memengaruhi tindakan sosial seperti pemberian *Gift* atau donasi secara daring.

B. Kajian Teori

Media Sosial TikTok Aplikasi media sosial ini awalnya bernama A,me, dan sekarang dikenal dengan TikTok. TikTok pertama kali diperkenalkan oleh perusahaan asal China yaitu ByteDance pada tahun 2016, yang mana aplikasi Tiktok menjadi wadah untuk memberikan inspirasi kreativitas serta membawa kesenangan kepada penggunanya.²⁴ Pada halaman utama TikTok mengatakan bahwa TikTok adalah platform yang berisi video berdurasi pendek. TikTok mulai dikenal di Indonesia sejak Tahun 2017 melalui *platform* resmi Google Play Store, aplikasi TikTok ini menarik perhatian kalangan remaja, anak-anak hingga orang dewasa. Tidak hanya itu aplikasi TikTok ini banyak sekali kegunaannya selain hanya untuk hiburan ternyata dari aplikasi TikTok ini juga media informasi, komunikasi dan edukasi. TikTok dalam pemanfaatannya juga bisa digunakan untuk jual beli produk, sarana promosi bisnis, serta mengembangkan kreativitas diri.

Aplikasi TikTok saat ini adalah salah satu aplikasi yang memiliki kedudukan penting di kalangan masyarakat. Karena menganggap aplikasi ini dapat meningkatkan kreativitas serta ide-ide yang menarik untuk dipertontonkan di media sosial. Pendapatan aplikasi Tiktok meningkat mencapai US\$.56 miliar atau sekitar Rp 24.55 triliun. Aplikasi TikTok juga menjadi salah satu pertumbuhan tercepat di dunia tahun 2021-2022.²⁵

TikTok sendiri juga menyediakan fasilitas yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna melalui berbagai macam, fitur, yaitu:²⁶

- 1) Rekam suara, fitur ini untuk menyimpan suara yang dapat diproses dan digabungkan ke dalam konten.

²⁴ Yuxin Yang, Understanding Young Adult TikTok Usage, (Undergraduate Honors Thesis Department of Communication, University UC San Diego, 2020), 4.

²⁵ Jordan Smith. Tiktok Algorithms 2023. Inggris: Jordan Smith. 2022, 2.

²⁶ Wisnu Nugroho Aji dan Dwi Bambang Putut Setiyadi, Aplikasi TikTok sebagai Media Pembelajaran Keterampilan Bersastra, (Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia: Metafora, Vol. 5, No. 2, April 2020), 151

- 2) Rekam video, fitur ini untuk menyimpan gambar bergerak dengan menghasilkan sebuah konten.
- 3) Filter, fitur ini menampilkan hasil audio yang menarik dan lebih bagus untuk memikat penonton.
- 4) Suara latar, fitur ini berguna untuk mewarnai video dengan instrumen yang mendukung.
- 5) Edit, fitur ini digunakan untuk mengolah dan memperbaiki kualitas video yang akan di posting.
- 6) Berbagi, fitur ini berguna untuk membagikan momen-momen yang menarik untuk berbagi ke sesama pengguna lain.
- 7) Duet, fitur ini berguna untuk berkolaborasi dengan pengguna lainnya untuk menarik perhatian penonton.
- 8) *Stitch*, fitur ini untuk menanggapi konten pengguna lain.

Selain fitur-fitur diatas, aplikasi TikTok juga mengembangkan fitur yang bernama *Live Streaming*. Fitur ini merupakan pengembangan yang dilakukan oleh TikTok dari fitur-fitur diatas. Fitur ini memiliki pemanfaatan yaitu bisa ditonton oleh banyak orang. Dalam fitur ini pengguna tidak bersusah payah membuat video berdurasi pendek untuk diedit dan diupload. Karena fitur ini bisa langsung berinteraksi dengan penonton dengan waktu yang bersamaan. Dalam fitur *Live Streaming*, muncul juga beragam macam fitur lainnya yang berfungsi untuk memberikan apresiasi atau penghargaan dalam bentuk *Gift*. *Gift* TikTok adalah fitur yang dibuat untuk memberikan reaksi berupa penghargaan atas video yang ditontonnya. Penghargaan tersebut berupa koin yang dapat ditukarkan menjadi uang tunai. Tidak hanya itu Tiktok sendiri juga memiliki faktor-faktor yang berpengaruh bagi penggunaannya. Menurut Mulyana faktor-faktor yang dapat mempengaruhi aplikasi TikTok yaitu faktor internal dan eksternal, yaitu.²⁷

²⁷ Demmy Deriyanto dan Fathul Qorib. Persepsi mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tiktok. Jurnal Ilmu sosial dan Ilmu Politik. Volume 7, Nomor 2. 2018. 80

- 1) Faktor Internal adalah faktor yang dimulai dari dalam diri seseorang misalnya perasaan. Contohnya tiktok dalam media sosial sebagai bentuk sarana untuk mengekspresikan diri yaotu melalui perasaan.
- 2) Faktor Eksternal adalah faktor dari lingkungan sekitar. Latar belakang keluarga yang mempengaruhi seseorang menggunakan aplikasi TikTok. Karena untuk memperoleh informasi pada zaman yang modern saat ini.

Dampak dari adanya pengguna aplikasi TikTok yaitu ada dua dampak yaitu dampak positif dan negatif :²⁸

a) Dampak positif

1. Mengikat tali persaudaraan, pada aplikasi tiktok ini kita nisa berinteraksi langsung dengan penonton yang melihat *Live Streaming* kita.
2. Sebagai edukasi dan sosialisasi, pada masa modern saat ini aplikasi TikTok berperan untuk menerima dan menyampaikan informasi terkini.
3. Media dakwah, melalui TikTok kita juga medapatkan acara islami tanpa harus meliat di TV.
4. Media hiburan, aplikasi TikTok juga menampilkan konten yang menghibur seperti stand up comedy dan vidio menarik lainnya.
5. TikTok sebagai pendapatan, dari aplikasi ini kita bisa memanfaatkan bisnis kita untuk di promosikan agar menghasilkan uang.

b) Dampak negatif

1. Penurunan psikis, dalam hal ini dapat mengganggu perkembangan psikis anak anak maupun remaja. Membuang waktu karena sibuk scroll TikTok sehingga meninggalkan kewajiban.
2. Penurunan moral, jika dilihat saat ini pengguna TikTok tidak sedikit dari mereka yang mengajar popularitas sehingga mereka tidak mempertimbangkan perilaku dan penampilan, misalnya pada saat *Live*

²⁸ Demmy Deriyanto dan Fathul Qorib. Persepsi mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tiktok. Jurnal Ilmu sosial dan Ilmu Politik. Volume 7, Nomor 2. 2018. 82.

Streaming pakaiannya terbuka hal ini berdampak pada moral dan perilaku seseorang.

3. Pemborosan waktu, aplikasi TikTok bisa digunakan 24 jam sehingga banyak sekali seseorang menghabiskan waktunya hanya menonton TikTok.
4. Memicu perbandingan sosial di masyarakat, memperlihatkan perbedaan kehidupan sosial dan ekonomi untuk tetap eksis sehingga menimbulkan kecemburuan sosial.
5. Berita hoax, kadang sebagian orang menyampaikan informasi tidak sesuai dengan fakta atau kejadian yang nyata.

Fenomena meminta-minta secara *online* di media sosial melalui media sosial itu jelas dilarang dan diharamkan dalam ajaran agama Islam karena hal tersebut mengandung unsur tipu muslihat dengan cara mengekspos kemiskinan dan mengeksploitasi keadaan seseorang yang dapat membuat orang lain bersimpatik dan memberikan hadiah kepada mereka, padahal orang yang melakukan meminta di media sosial tersebut tidak memiliki kecacatan dan mampu untuk bekerja dengan baik. Di sini kata haram itu berlaku dengan syarat tindakan tersebut yang telah dilakukan oleh seseorang untuk meminta minta itu sudah menjadikan sebuah profesi atau kebiasaan di mana memiliki tujuan untuk memanfaatkan orang lain yang mempunyai harta dan juga rezeki yang berlebih untuk memperkaya dirinya sendiri. Alasan keharaman hal tersebut ialah orang tersebut kondisi fisiknya normal tidak ada kecacatan dan masih mampu bekerja untuk mendapatkan rezeki yang lebih baik daripada dia melakukan pengemasan tersebut.²⁹

1. Teori Dramaturgi Erving Goffman

Dramaturgi merupakan pandangan tentang kehidupan sosial sebagai pertunjukan drama dalam sebuah pentas. Istilah Dramaturgi kental

²⁹ Muhammad Rafi, Saipul Hamzah Ahmad, and Ahnaf Rafif, "Makna Sa'il Dalam Al - Qur'an : Tujuan Implisit Pengentasan Pengemis Dalam Ayat - Ayat Sa'il Dan Aktualisasinya," Jurnal Studi Ilmu Ilmu Al-Qur'an Dan Hadis 18 No. 1 (2017): 22.

dengan pengaruh drama atau teater atau pertunjukan fiksi diatas panggung dimana seorang aktor memainkan karakter manusia-manusia yang lain sehingga penonton dapat memperoleh gambaran kehidupan dari tokoh tersebut dan mampu mengikuti alur cerita dari drama yang disajikan.³⁰ Pernyataan tersebut disampaikan oleh Goffman tentang teori dramaturgis dalam buku *Presentation of Self in Everyday Life*. Goffman mengasumsikan bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima orang lain. Ia menyebut upaya itu sebagai “pengelolaan pesan” (*impression management*), yaitu teknik-teknik yang digunakan aktor untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam perspektif dramaturgis, kehidupan ini ibarat teater, interaksi sosial yang mirip dengan pertunjukan di atas panggung, yang menampilkan peran-peran yang dimainkan para aktor. Untuk memainkan peran tersebut, biasanya sang aktor menggunakan bahasa verbal dan menampilkan perilaku nonverbal tertentu serta mengenakan atribut-atribut tertentu, misalnya kendaraan, pakaian dan asesoris lainnya yang sesuai dengan perannya dalam situasi tertentu. Aktor harus memusatkan pikiran agar dia tidak keseleo-lidah, menjaga kendali diri, melakukan gerak-gerik, menjaga nada suara dan mengekspresikan wajah yang sesuai dengan situasi. Dramaturgi terdiri dari *front stage* (panggung depan) dan *back stage* (panggung belakang). *front stage* yaitu bagian pertunjukkan yang berfungsi mendefinisikan situasi penyaksi pertunjukan, Wilayah depan merujuk kepada peristiwa sosial yang menunjukkan bahwa individu bergaya atau menampilkan peran formalnya. Mereka sedang memainkan perannya di atas panggung sandiwara di hadapan khalayak penonton. Sebaliknya wilayah belakang merujuk kepada tempat dan peristiwa yang memungkinkannya mempersiapkan perannya di wilayah depan. *Front stage* adalah ruang di mana seseorang tampil di hadapan orang lain. Di

³⁰ Lina Wati, S.Sos.I.,M.Ikom, Robi Setiawan, Dramaturgi Content Creator Dalam Presentasi Diri Di Instagram (Studi Etnografi Virtual Pada akun Instagram @bangijal_tv),

sinilah individu membentuk citra, menjaga sikap, dan menyampaikan pesan-pesan yang sudah dipoles agar diterima oleh audiens. Semua gerak-gerik, ekspresi wajah, hingga kata-kata dipertimbangkan dengan cermat demi membangun kesan tertentu. Misalnya, seorang host live streaming di TikTok akan menunjukkan ekspresi ceria, antusias, dan penuh semangat saat tampil, meskipun sebenarnya ia mungkin sedang lelah atau merasa tertekan. Di panggung depan ini, performa adalah segalanya. Penonton harus melihat bahwa ia adalah pribadi yang menghibur dan layak mendapatkan gift. Sebaliknya, back stage adalah ruang tersembunyi di mana individu bisa bersikap lebih jujur dan tidak lagi berakting. Di balik layar, orang-orang dapat menunjukkan emosi asli mereka lelah, sedih, frustrasi, atau bahkan ketidaknyamanan atas peran yang mereka mainkan di depan. Di ruang ini tidak ada tuntutan untuk menjaga citra. Host yang sebelumnya tampak ceria saat live, bisa saja menghela napas panjang, mengeluh, atau bahkan menangis ketika kamera telah dimatikan. Inilah sisi manusiawi yang tidak tampak oleh publik.

2. *Front Stage*

Kita sudah mengetahui orang lain menilai kita berdasarkan pertunjukan-pertunjukan yang kita berikan, dan dari penilaian itu mereka memperlakukan kita. Untuk itu, kita secara sengaja menampilkan diri kita (self-presentation) seperti yang kita kehendaki. Peralatan lengkap yang digunakan untuk menampilkan diri ini disebut front. Goffman membagi panggung depan menjadi dua bagian: front pribadi (personal front) mencakup bahasa verbal dan bahasa tubuh sang aktor. Misalnya, berbicara sopan, pengucapan istilah-istilah asing, intonasi, postur tubuh, ekspresi wajah, pakaian, penampakan usia dan sebagainya. Hingga derajat tertentu semua aspek itu dapat dikendalikan aktor. Ciri yang relatif tetap seperti ciri fisik, termasuk ras dan usia biasanya sulit disembunyikan atau diubah, namun aktor sering memanipulasinya dengan menekankan atau melembutkannya, misalnya menghitamkan kembali rambut yang beruban dengan cat rambut.

Sementara itu setting merupakan situasi fisik yang harus ada ketika aktor melakukan pertunjukan, misalnya seorang dokter bedah memerlukan ruang operasi, seorang sopir taksi memerlukan kendaraan. Setting front pribadi yakni rangkaian peralatan ruang dan benda yang digunakan, penampilan (*appearance*) berarti menggunakan pertunjukan arti faktual, dan gaya bertingkah laku (*manner*) menunjukkan cara kita berjalan, duduk, berbicara, memandang, dan sebagainya.³¹

Goffman mengakui bahwa panggung depan mengandung anasir struktural dalam arti bahwa panggung depan cenderung terlembagakan alias mewakili kepentingan kelompok atau organisasi. Artinya, panggung depan dipilih alih-alih diciptakan. Meskipun berbau struktural, daya tarik pendekatan Goffman terletak pada interaksi. Ia berpendapat bahwa karena umumnya orang-orang berusaha menyajikan diri mereka yang diidealkan dalam pertunjukan mereka dipanggung depan, mereka merasa bahwa mereka harus menyembunyikan hal-hal tertentu dalam pertunjukan mereka. Dalam melakukan pertunjukan tertentu, aktor mungkin harus mengabaikan standar lain. Akhirnya, aktor mungkin perlu menyembunyikan hinaan, pelecehan, atau perundingan yang dibuat sehingga pertunjukan dapat berlangsung. Umumnya aktor, berkepentingan menyembunyikan semua fakta itu dari khalayak. Aspek lain dari dramaturgi di panggung depan adalah bahwa aktor sering berusaha menyampaikan kesan bahwa mereka punya hubungan khusus atau jarak sosial lebih dekat dengan khalayak daripada jarak sosial yang sebenarnya. Goffman mengakui bahwa orang tidak selamanya ingin menunjukkan peran formalnya dalam panggung depannya. Orang mungkin memainkan suatu perasaan, meskipun ia enggan akan peran tersebut, atau menunjukkan keenggannya untuk memainkannya padahal ia senang bukan kepalang akan peran tersebut. Akan tetapi menurut Goffman, ketika orang melakukan hal semacam

³¹ Herni Ghosyiyah Kliwana, *Impresen Management Mahasiswa Perokok (Studi Dramaturgi Pada Mahasiswa Peroko di Pekan Baru)*, Pekan Baru: 2020, Hal. 14.

itu, mereka tidak bermaksud membebaskan diri sama sekali dari peran sosial atau identitas mereka yang formal itu, namun karena ada perasaan sosial dan identitas lain yang menguntungkan mereka.³²

3. *Back Stage* (Panggung Belakang)

back stage adalah ruang tersembunyi di mana individu bisa bersikap lebih jujur dan tidak lagi berakting. Di balik layar, orang-orang dapat menunjukkan emosi asli mereka lelah, sedih, frustrasi, atau bahkan ketidaknyamanan atas peran yang mereka mainkan di depan. Di ruang ini tidak ada tuntutan untuk menjaga citra. Host yang sebelumnya tampak ceria saat live, bisa saja menghela napas panjang, mengeluh, atau bahkan menangis ketika kamera telah dimatikan. Inilah sisi manusiawi yang tidak tampak oleh publik. Panggung belakang memungkinkan pembicaraan dengan menggunakan kata-kata kasar atau tidak senonoh, komentar-komentar seksual yang terbuka, duduk dan berdiri dengan sembrono, merokok, berpakaian seenaknya, dan lainlain.

Panggung belakang berbatasan dengan panggung depan dan khalayak biasanya tidak diizinkan memasuki area ini. Wilayah ini merupakan wilayah individu yang bisa jadi hanya dibagi oleh segelintir orang. Dalam wilayah ini individu dapat diartikan menjadi diri sendiri tanpa dihadapi beban moral maupun status sosial. Manusia adalah aktor yang berusaha untuk menggabungkan karakteristik personal dan tujuan kepada orang lain melalui pertunjukan dramanya sendiri. Dalam mencapai tujuannya tersebut, menurut konsep dramaturgis, manusia akan mengembangkan perilaku-perilaku yang mendukung perannya tersebut. Selayaknya pertunjukan drama, seorang aktor drama kehidupan juga harus mempersiapkan kelengkapan pertunjukan. Kelengkapan ini antara lain memperhitungkan setting, kostum, menggunakan kata (dialog) dan tindakan non verbal lain, hal ini tentunya bertujuan untuk meninggalkan kesan yang baik pada lawan

³² Deddy Mulyana, 2002, hal 117-118.

interaksi dan memuluskan jalan mencapai tujuan. Oleh Goffman, tindakan diatas disebut dalam istilah “impression management”.

Goffman melihat bahwa ada perbedaan akting yang besar saat aktor berada di atas panggung (“*front stage*”) dan di belakang panggung (“*back stage*”) realitas kehidupan. Kondisi akting di front stage adalah adanya penonton (yang melihat kita) dan kita sedang berada dalam bagian pertunjukan. Saat itu kita berusaha untuk memainkan peran kita sebaikbaiknya agar penonton memahami tujuan dari perilaku kita. Perilaku kita dibatasi oleh oleh konsep-konsep drama yang bertujuan untuk membuat drama yang berhasil. Sedangkan back stage adalah keadaan dimana kita berada di belakang panggung, dengan kondisi bahwa tidak ada penonton. Sehingga kita dapat berperilaku bebas tanpa mempedulikan plot perilaku bagaimana yang harus kita bawakan.³³



³³ Deddy Mulyana, BAB II Tinjauan Pustaka, 2004.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi pustaka (*library research*) dan penelitian lapangan (*field research*). Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk menggambarkan secara mendalam fenomena penghimpunan donasi *Online* melalui *Live Streaming* TikTok pada akun Doyok.gdl, baik dari sisi teori maupun praktik lapangan.

Metode *library research* digunakan untuk mengumpulkan data sekunder yang bersumber dari buku, jurnal ilmiah, artikel, dan dokumentasi video untuk memperkuat dasar teori dan kajian sebelumnya, khususnya terkait Teori *Dramaturgi Erving Goffman*, komunikasi digital, dan fenomena performatif di media sosial. Sementara itu, *field research* dilakukan melalui wawancara langsung dengan subjek utama, yaitu pemilik akun Doyok.gdl, untuk mendapatkan pemahaman secara langsung mengenai motif, strategi, dan pengalaman pribadi pelaku dalam melakukan *Live Streaming* penghimpunan donasi *Online*. Wawancara ini berperan sebagai data primer untuk memperkuat analisis yang dilakukan dalam penelitian. Oleh sebab itu, peneliti menggunakan analisis milik Erving Goffman, karena Goffman berfokus pada interaksi antara individu dan audiens dalam konteks sosial, yang mana dalam hal ini adalah interaksi di *platform* media sosial seperti TikTok.

Dalam teori dramaturgi, Goffman menganggap bahwa individu bertindak sebagai aktor yang menyusun peran-peran sosial yang mereka tampilkan di depan audiens untuk membangun kesan tertentu. Konsep front stage dan back stage yang diajukan oleh Goffman menekankan pentingnya pemisahan antara peran yang ditampilkan secara publik dan persiapan di balik layar. Melalui teori ini, peneliti dapat memahami bagaimana pelaku Doyok.gdl membangun citra dirinya sebagai meminta-minta secara *Online*, serta strategi komunikasi dan peran sosial yang digunakan untuk menarik perhatian audiens. Selain itu, Goffman juga menjelaskan bagaimana aktor

(dalam hal ini pelaku TikTok) berusaha mengelola impresi dan ekspektasi audiens, yang diharapkan untuk memberikan *Gift* sebagai imbalan. Seperti halnya dalam pertunjukan teatrikal, interaksi ini bukan hanya tentang peran yang dimainkan oleh pelaku, tetapi juga tentang bagaimana audiens bereaksi dan mengharapkan pertunjukan tersebut. Oleh karena itu, penggunaan teori dramaturgi dalam penelitian ini memungkinkan peneliti untuk menggali lebih dalam tentang motivasi pelaku dalam memilih peran tersebut dan bagaimana ia berinteraksi dengan audiens secara sosial, kultural, dan emosional.

B. Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian di dua lokasi utama:

1. Lokasi Digital (TikTok)

Penelitian ini menggunakan TikTok sebagai lokasi virtual utama untuk menganalisis fenomena *Live Streaming* yang dilakukan oleh pelaku melalui akun Doyok.gdl. Peneliti melakukan observasi konten *Live Streaming* yang dipublikasikan di *platform* TikTok, mengamati interaksi antara pelaku dan audiens melalui *Gift* yang diberikan, serta komentar-komentar yang muncul selama siaran langsung. TikTok menjadi tempat terjadinya fenomena penghimpunan donasi *Online*, dan konten yang dihasilkan merupakan data utama untuk memahami strategi pelaku dalam membangun kesan sebagai pengemis *Online*.

2. Lokasi Lapangan (Wawancara Langsung di Rumah Doyok, Jetis, Bondowoso)

Untuk menggali faktor-faktor yang mendorong pelaku melakukan *Live Streaming* penghimpunan donasi *Online*, peneliti juga melakukan wawancara langsung dengan Doyok di rumahnya yang terletak di Jetis, Bondowoso. Wawancara ini dilakukan secara tatap muka, memungkinkan peneliti untuk memperoleh wawasan lebih dalam mengenai motivasi, alasan, dan strategi pribadi pelaku dalam memilih peran sebagai orang yang berharap hadiah *Online* di TikTok. Lokasi wawancara ini memberi peneliti konteks sosial dan ekonomi langsung yang dapat mempengaruhi keputusan pelaku dalam berinteraksi di *platform* TikTok.

C. Subjek Penelitian

Subyek penelitian ini adalah Hamim, pemilik akun Doyok.gdl yang aktif melakukan *Live Streaming* penghimpunan donasi *Online* di *platform* TikTok. Hamim membangun peran sebagai seseorang yang membutuhkan bantuan finansial, dengan menciptakan kesan kemiskinan dan kesulitan hidup melalui *Live Streaming* yang dia lakukan. Dalam setiap sesi siaran langsungnya, Hamim berusaha menarik perhatian audiens dengan menampilkan ekspresi memelas, pakaian yang tampak lusuh, dan narasi yang menggugah simpati untuk mendorong penonton memberikan *Gift* digital sebagai bentuk dukungan. Sebagai subyek utama dalam penelitian ini, Hamim memiliki peran penting dalam fenomena penghimpunan donasi *Online* yang terjadi di TikTok. Peneliti akan mengamati bagaimana strategi komunikasi yang digunakan oleh Hamim dalam membangun peran sosial yang sesuai dengan harapan audiens. Penelitian ini juga bertujuan untuk menggali faktor-faktor yang mendorong Hamim untuk memilih peran tersebut, baik dari sisi pribadi maupun sosial-ekonomi.

Selain melakukan observasi konten *Live Streaming* yang dipublikasikan oleh Hamim di TikTok, peneliti juga melakukan wawancara langsung dengan Hamim di rumahnya di Jetis, Bondowoso. Wawancara ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai motivasi pribadi, alasan, dan latar belakang sosial yang mendorong Hamim melakukan *Live Streaming* penghimpunan donasi *Online* di TikTok. Dengan wawancara ini, peneliti berharap dapat memperoleh wawasan yang lebih mendalam tentang pemahaman Hamim terhadap fenomena ini serta bagaimana ia memanfaatkan *platform* media sosial untuk mencapai tujuannya.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, data akan dikumpulkan menggunakan tiga teknik utama, yaitu analisis konten, wawancara, dan dokumentasi:

1. Analisis Konten

Teknik analisis konten digunakan untuk menganalisis setiap konten *Live Streaming* yang diunggah oleh Hamim melalui akun Doyok.gdl di TikTok. Peneliti akan melakukan pengamatan mendalam terhadap konten video yang dipublikasikan, fokus pada tema yang diangkat, strategi komunikasi yang digunakan, serta interaksi yang terjadi antara Hamim dan audiens selama sesi *Live Streaming*. Pengkodean dan klasifikasi konten dilakukan untuk mengidentifikasi elemen-elemen yang terkait dengan fenomena penghimpunan donasi *Online*, seperti narasi kesulitan hidup, ekspresi memelas, dan respons audiens berupa *Gift* digital. Dengan menganalisis konten tersebut, peneliti akan menggali bagaimana Hamim membangun kesan meminta-minta secara *Online* dan bagaimana proses ini berinteraksi dengan audiens.

2. Wawancara

Peneliti juga melakukan wawancara langsung dengan Hamim di rumahnya di Jetis, Bondowoso. Wawancara ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai motivasi, alasan pribadi, serta faktor-faktor sosial-ekonomi yang mendorong Hamim untuk memilih peran ini sebagai orang yang meminta-minta secara *Online*. Dalam wawancara ini, peneliti akan memperoleh wawasan tentang bagaimana Hamim melihat fenomena ini, serta pemahaman dirinya mengenai interaksi di TikTok, yang memberikan insight yang lebih dalam mengenai fenomena yang sedang diteliti.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk mendukung dan memperkaya data penelitian. Peneliti akan mengambil tangkapan layar (screenshot) dari momen-momen penting dalam *Live Streaming* yang relevan dengan penelitian. Dokumentasi ini akan berfungsi sebagai data visual yang mendukung analisis konten dan memberikan bukti yang jelas terkait strategi komunikasi, reaksi audiens, dan pemberian *Gift* selama *Live Streaming*. Tangkapan layar ini akan menjadi bagian penting dari proses analisis mendalam yang dilakukan peneliti untuk menafsirkan pesan dan

pola interaksi antara Hamim dan audiens.

E. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis transkrip, catatan lapangan, dan materi lain yang dikumpulkan peneliti untuk menemukan penemuan.³⁴ Analisis data kualitatif bertujuan agar data yang diperoleh dilakukan secara interaktif dan terus-menerus hingga selesai.³⁵ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif, yang mengarahkan analisis dari hasil observasi lapangan, wawancara, serta dokumentasi ke dalam bentuk uraian naratif berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan di lapangan.

Langkah-langkah yang digunakan dalam proses analisis data meliputi:

1. Mengumpulkan data utama dari hasil wawancara langsung dengan Hamim (pemilik akun Doyok.gdl), serta mengobservasi konten *Live Streaming* yang ditayangkan melalui akun TikTok-nya. Selain itu, peneliti juga mengumpulkan dokumentasi berupa tangkapan layar dari momen-momen penting saat *Live Streaming*.
2. Mentranskrip data wawancara secara lengkap ke dalam bentuk teks, agar lebih mudah dianalisis. Proses transkripsi ini dilakukan secara hati-hati untuk memastikan tidak ada informasi penting yang terlewat, baik dari sisi isi maupun konteks ucapannya.
3. Mereduksi data, yaitu memilah dan menyaring data yang telah terkumpul agar sesuai dengan fokus penelitian. Data yang tidak berkaitan langsung dengan strategi dan faktor pelaku akan diabaikan, sehingga hanya data yang relevan yang dijadikan bahan analisis lebih lanjut.
4. Menganalisis konten *Live Streaming* dengan menggunakan pendekatan analisis isi (*content analysis*), yaitu membaca ulang setiap dokumentasi, mencatat simbol-simbol komunikasi (verbal maupun nonverbal), gaya bicara, ekspresi wajah, serta respon penonton di kolom komentar.

³⁴ Erland Mouw, "Teknik Analisis dalam Penelitian Kualitatif," in *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022), 64-79.

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 246.

5. Membandingkan data dari berbagai sumber (triangulasi) untuk menguji kebenaran dan konsistensi data, seperti membandingkan antara hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan validitas hasil penelitian.
6. Menemukan pola dan makna dari strategi yang digunakan pelaku serta faktor pendorongnya, dengan cara mengidentifikasi pengulangan tindakan, narasi yang disampaikan, serta keterkaitan antara isi *Live Streaming* dan motif ekonomi maupun sosial yang mendasarinya.
7. Menyusun temuan dalam bentuk narasi deskriptif yang menggambarkan bagaimana strategi pelaku dibentuk, dikembangkan, dan dijalankan, serta menjelaskan alasan-alasan yang melatarbelakangi tindakan tersebut berdasarkan perspektif pelaku maupun konteks sosialnya.

F. Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian kualitatif bertujuan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan benar-benar menggambarkan realitas yang diteliti. Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan teknik sebagai bentuk pengujian keabsahan data.

Triangulasi merupakan model penelitian untuk mengulang atau klarifikasi dengan berbagai sumber. Jika diperlukan triangulasi data, triangulasi dapat dilakukan dengan cara mencari data-data lain untuk dibandingkan dengan data yang ada. Berdasarkan definisi di atas peneliti menggunakan model triangulasi sumber.

Triangulasi sumber merupakan metode untuk menguji kredibilitas suatu data dengan cara melakukan pengecekan pada data yang telah diperoleh dari berbagai sumber data seperti hasil wawancara, arsip, maupun dokumen lainnya.³⁶ Triangulasi sumber dilakukan dengan cara membandingkan data yang diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan pelaku (Hamim, pemilik akun Doyok.gdl), dokumentasi berupa tangkapan layar dari konten *Live Streaming*, serta observasi langsung terhadap aktivitas di akun TikTok

³⁶ Sirajudin Saleh, Analisis Data Kualitatif, 271.

tersebut. Dengan membandingkan berbagai sumber tersebut, peneliti dapat melihat konsistensi informasi yang diperoleh. Selain itu, triangulasi teknik digunakan dengan menggabungkan tiga metode pengumpulan data, yaitu wawancara mendalam, dokumentasi visual, dan analisis konten. Pendekatan ini bertujuan untuk memperoleh data yang lebih lengkap dan komprehensif.

Peneliti juga melakukan observasi mendalam terhadap perilaku pelaku saat tampil di *Live Streaming* untuk memahami bagaimana ia membangun kesan dan citra diri, sesuai dengan pendekatan teori dramaturgi yang digunakan dalam penelitian ini.

G. Tahap-Tahap Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara terstruktur melalui beberapa tahapan agar data yang diperoleh dapat dianalisis dan disajikan secara sistematis. Adapun tahapan-tahapan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui tiga teknik utama, yaitu:

- a) Wawancara mendalam dengan Hamim (pemilik akun TikTok Doyok.gdl) sebagai subjek utama penelitian.
- b) Observasi langsung terhadap aktivitas *Live Streaming* yang dilakukan akun tersebut, untuk mengetahui strategi komunikasi dan gaya perilaku saat siaran.
- c) Dokumentasi, seperti tangkapan layar dan catatan lapangan terkait interaksi serta respons penonton selama *live* berlangsung.

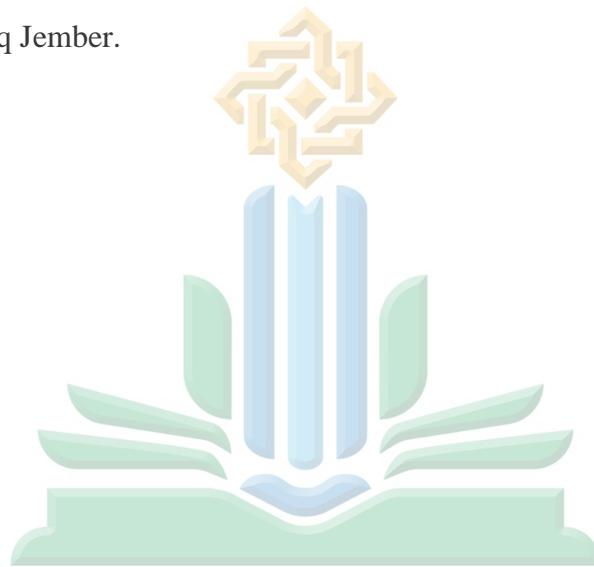
2. Pengolahan Data

Data hasil wawancara ditranskrip, kemudian data dari dokumentasi dan observasi diklasifikasi berdasarkan tema-tema yang relevan dengan teori dramaturgi, seperti *front stage*, *back stage*, peran, setting, dan tim pendukung.

H. Analisis Data

Analisis data dilakukan secara kualitatif deskriptif dengan pendekatan teori dramaturgi Erving Goffman. Peneliti menelaah bagaimana pelaku

menyusun peran dan citra diri dalam *Live Streaming*, serta mengungkap strategi dan faktor yang mendorong tindakan meminta-minta secara *Online*. Analisis ini bertujuan untuk mencari pola, makna, dan kecenderungan perilaku yang terjadi dalam fenomena tersebut. Tahap akhir dari penelitian ini adalah menyusun hasil temuan dalam bentuk karya ilmiah (skripsi) yang terdiri dari lima bab, yaitu: pendahuluan, kajian pustaka, metode penelitian, penyajian dan analisis data, serta penutup. Penulisan dilakukan berdasarkan pedoman penulisan karya ilmiah yang berlaku di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Profil Akun TikTok Doyok gdl



Gambar 4.1 Akun Tiktok Doyok Gdl

Akun TikTok @doyok.gdl merupakan salah satu akun yang cukup dikenal karena aktivitas *Live Streaming*-nya yang unik. Akun ini dikelola oleh seorang pria bernama Hamim, yang berasal dari daerah Kabupaten Bondowoso, Jawa Timur. Hamim lahir pada tanggal 19 September 1988 yang saat ini menginjak usia 37 Tahun. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti, akun ini telah aktif sejak tahun 2022 dan mulai fokus melakukan *Live Streaming* secara rutin pada awal tahun 2023. Akun @doyok.gdl memiliki jumlah pengikut (*followers*) lebih dari 4 Ribu lebih pengguna, dengan interaksi yang cukup tinggi setiap kali melakukan siaran langsung. Konten-konten videonya di luar siaran langsung cenderung biasa

saja dan tidak terlalu viral, namun daya tarik utama akun ini justru terletak pada aktivitas *Live Streaming*-nya.

Berdasarkan hasil wawancara langsung, Hamim mengaku mulai aktif melakukan *Live Streaming* karena terdorong oleh faktor ekonomi. Ia mengaku bekerja sebagai buruh tani dan melihat TikTok sebagai salah satu peluang untuk memperoleh penghasilan tambahan. Ia terinspirasi dari akun-akun lain yang berhasil mendapatkan *Gift* besar dari *Live Streaming*, lalu mencoba mempraktikkannya sendiri. Nama “Doyok” diambil dari sebutan yang diberi temannya. Alasan mengambil nama itu karena Hamim mempunyai badan yang kurus cungring yang selalu menjadi pusat olokan teman. Sedangkan “gdl” merupakan singkatan dari “Gondang Legi”, Dimana Gondang Legi adalah salah satu tempat Ia membeli Handphone yang dikenakan pada saat *live*.

Hamim menyebut bahwa pada awalnya ia hanya bercanda dan menghibur penonton, tetapi kemudian menyadari bahwa semakin ia menunjukkan kondisi meminta *Gift* dengan gaya yang dramatis, penonton menjadi lebih iba dan lebih banyak mengirimkan *Gift*. Konten *Live Streaming* yang dilakukan oleh Doyok.gdl berlangsung hampir setiap malam, dengan durasi antara 1 hingga 2 jam. Selama *live*, pelaku seringkali tampil dengan pakaian lusuh, Bahasa lucu, dan menggunakan berbagai properti seadanya untuk membangun tantangan untuk mendapat *Gift* suasana kesengsaraan. Ia juga sering mengucapkan kalimat-kalimat seperti:

“Bantu saya, guys, biar tambah semangat”

“berkah barokah sehat selalu ya, semoga sukses semua”

Tindakan tersebut disampaikan berulang-ulang sambil membaca komentar atau menyebut nama pengirim *Gift*. Bahkan dalam beberapa sesi *live*. Dalam aktivitas *Live Streaming*-nya, pemilik akun Doyok.gdl menampilkan visual teks ataupun gambar yang dapat melakukan aksi-aksi fisik tertentu sebagai bentuk tantangan yang diberikan kepada dirinya sendiri apabila penonton mengirimkan *Gift*. Aksi tersebut antara lain berlari, jongkok, mengangkat kayu, dan sebagainya. Pola ini membentuk interaksi

digital yang bersifat transaksional yaitu penonton memberikan *Gift*, dan sebagai balasannya pelaku melakukan suatu aksi. Meskipun tampak seperti hiburan, praktik ini juga mengandung unsur eksploitasi diri yang dibalut dalam konteks performatif demi memperoleh keuntungan materi.

Fenomena penghimpunan donasi *Online* melalui *Live Streaming* yang dilakukan oleh akun Doyok.gdl menjadi bagian dari trend yang lebih luas di *platform* TikTok Indonesia, di mana konten kreator mencari *Gift* virtual sebagai bentuk pemasukan. Namun, metode yang digunakan oleh Doyok.gdl memunculkan kontroversi karena didasarkan pada simulasi penderitaan yang dimanfaatkan untuk memperoleh simpati dan *Gift* dari penonton. Fenomena ini menarik untuk diteliti karena melibatkan strategi komunikasi yang sengaja dibentuk untuk menciptakan kesan tertentu kepada audiens. Selain itu, hal ini juga memunculkan pertanyaan etis mengenai batas antara kreativitas konten dan eksploitasi emosi penonton demi kepentingan pribadi. Akun ini menjadi menarik untuk dikaji karena memunculkan fenomena baru dalam ruang digital, di mana praktik meminta-minta tidak lagi dilakukan secara pasif, melainkan dikonstruksi melalui konten yang bersifat interaktif dan visual. Melalui *Live Streaming* semacam ini, isu kemiskinan, hiburan, dan ekonomi digital saling beririsan, menjadikan akun Doyok.gdl sebagai objek yang relevan untuk dianalisis.

B. Penyajian Data dan Analisis

1. Strategi Komunikasi Pelaku dalam *Live Streaming* Penghimpunan Donasi *Online* (Analisis Teori Dramaturgi)

Dalam aktivitas *Live Streaming* yang dilakukan oleh akun TikTok Doyok.gdl, strategi komunikasi yang digunakan oleh pelaku dapat dianalisis melalui pendekatan teori dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman. Teori ini memandang interaksi sosial seperti pertunjukan drama di panggung, di mana setiap individu menampilkan diri melalui "front stage" dan menyembunyikan hal-hal tertentu di "back stage" demi memengaruhi persepsi audiens. Dalam konteks ini, pelaku menggunakan teknik-teknik presentasi diri untuk membangun citra tertentu di hadapan penonton, dengan tujuan mendapatkan *Gift* sebagai bentuk keuntungan

ekonomi. Hal ini sangat relevan dalam konteks *Live Streaming* TikTok, di mana pelaku seperti Hamim (pemilik akun Doyok.gdl) membangun dan mengelola citra tertentu dengan tujuan mendapatkan simpati dan dukungan dari audiens, terutama berupa *Gift points*.

a. *Setting* (suasana *live*)

Dalam konteks *Live Streaming* yang dilakukan oleh akun TikTok *Doyok.gdl*, *setting* atau latar tempat menjadi elemen penting yang berfungsi bukan hanya sebagai latar fisik, melainkan juga sebagai alat pencipta suasana emosional yang mendukung pesan yang ingin disampaikan, yaitu memunculkan rasa iba dan simpati dari penonton. Menurut teori dramaturgi Erving Goffman, *setting* merupakan elemen awal dalam "panggung depan" yang digunakan aktor untuk meyakinkan audiens.

1) Lokasi Syuting

Live Streaming biasanya dilakukan di area belakang rumah yang tampak tidak tertata, di dekat sawah, atau di tepi sungai kecil. Lokasi-lokasi ini secara visual memperkuat kesan bahwa pelaku benar-benar hidup dalam lingkungan yang penuh keterbatasan. Semua ini memperkuat pesan non-verbal tentang kemiskinan dan penderitaan. Beberapa kali pelaku tampak berada di area berlumpur atau basah, mengenakan sandal jepit atau bahkan tanpa alas kaki. Ini semakin meyakinkan audiens bahwa yang bersangkutan memang hidup dalam keterbatasan.

2) Properti Pendukung

Beberapa properti sering digunakan untuk memperkuat narasi visual yang sedang dibangun. Misalnya:

- Potongan Kayu Pohon digunakan sebagai tantangan jika mendapat *Gift* besar.
- Panci Kotor untuk menghiasi wajah jika mendapat *Gift* kecil.
- Kain lusuh atau pakaian rumah dipilih secara sengaja untuk menampilkan kesan tidak mampu dan memperkuat citra sebagai orang yang membutuhkan bantuan.

Properti ini tidak bersifat kebetulan, melainkan bagian dari desain panggung yang digunakan untuk menambah nilai dramatik dari narasi.

3) Pencahayaan

Pencahayaan dalam *Live Streaming* ini tidak terlalu terang, justru cenderung redup. Ini dilakukan bukan karena keterbatasan alat semata, tetapi merupakan bagian dari konstruksi kesan. Cahaya yang temaram secara psikologis memberi kesan kesuraman, penderitaan, dan realitas hidup yang tidak ideal. Kadang-kadang bayangan pelaku terlihat kuat di dinding, memberikan efek dramatis tambahan. Tidak ada penggunaan *ring light* profesional atau pencahayaan tiga titik seperti dalam konten influencer pada umumnya. Semua elemen pencahayaan dibiarkan natural atau memanfaatkan pencahayaan seadanya.

4) Latar Suara (*Background Sound*)

Latar suara menjadi elemen kuat dalam *Live Streaming* ini. Karena dilakukan di alam terbuka, suara alam seperti gemericik air sungai, suara serangga, angin, atau ayam berkokok menjadi suara latar alami yang memperkuat nuansa desa dan keterbatasan. Terkadang pelaku menghidupkan music agar tidak terlalu sepi. Dalam beberapa momen, pelaku juga tampak menghela napas, karena terlihat lelah saat selesai melakukan tantangan dari penonton semuanya direkam secara natural oleh mikrofon ponsel dan menjadi bagian dari suara latar yang menyentuh hati penonton.

b. *Front Stage*: Penampilan Sosial dalam *Live Streaming* Doyok.gdl

Dalam perspektif teori dramaturgi Erving Goffman, *front stage* merujuk pada bagaimana seseorang menampilkan diri di hadapan publik untuk membangun persepsi tertentu.³⁷ Pada kasus akun TikTok *Doyok.gdl*, *front stage* dibentuk secara sadar oleh pelaku untuk menciptakan kesan sebagai individu yang mengalami kesulitan hidup

³⁷ Herni Ghosiyah Kliwana, *Impressen Management Mahasiswa Perokok (Studi Dramaturgi Pada Mahasiswa Peroko di Pekan Baru)*, Pekan Baru: 2020, Hal. 14

dan layak menerima bantuan. Hal ini tergambar dari penampilan, gaya bicara, pilihan kata, ekspresi, hingga sikap dan sifat yang digunakan saat melakukan *Live Streaming*.

1. Penampilan Fisik

Pelaku dalam akun Doyok Gdl secara konsisten menampilkan diri dengan busana yang lusuh, kumal, dan tidak rapi. Baju yang dikenakan terlihat sudah usang, tampak sangat sederhana. Penampilannya tidak pernah memperlihatkan kesan mewah. Bahkan, kadang pelaku terlihat berkaki telanjang atau hanya memakai sandal jepit. Wajah pelaku pun sering tampak tanpa ekspresi berlebihan dan keringat di wajah menjadi pelengkap kesan penderitaan dan keterpurukan yang ingin dibangun kepada penonton.

2. Gaya Bicara

Berbeda dengan gaya bicara lirih dan menyedihkan seperti pada pengemis konvensional, pelaku di akun Doyok Gdl justru menggunakan gaya bicara yang semangat, cepat, dan energik. Ia berbicara lantang dan sering mengulang-ulang ajakan seperti:

- "*Bismillahirrohmanir rohim, semoga kuat.*"
- "*Terima kasih banyak yang udah kasih Gift, semoga dibalas rejekinya berlipat!*"

Nada suaranya optimis dan penuh antusiasme, seolah ia sedang menyemangati dirinya dan audiens sekaligus. Pelaku menyadari bahwa kesedihan semata tidak cukup memikat penonton di TikTok, sehingga ia memadukan narasi “kesusahan” dengan ekspresi yang menghibur dan interaktif, membuat penonton merasa terlibat dan terdorong untuk memberi *Gift*. Terkadang pelaku juga sengaja berhenti sejenak di tengah kalimat, menarik napas dalam, atau menundukkan kepala, sebagai bentuk bahwa kelelahan. Hal ini dilakukan secara sadar untuk membangkitkan simpati dari penonton yang menyaksikan *live*.

3. Pilihan Kata dan Kalimat

Dalam dialog atau monolog yang disampaikan saat *live*, pelaku sering menggunakan kata-kata yang menyentuh emosi dan menggambarkan penderitaan. Contoh kata-kata yang sering diucapkan:

- “*Kalo tidak ada koin tidak apa-apa, tap-tap layer saja*”
- “*Saya di sini bukan untuk memaksa, di kasih alhamdulillah, ga di kasih juga tidak apa-apa.*”

Selain itu, pelaku juga mengucapkan doa-doa atau pujian kepada penonton yang memberi *Gift*, seperti:

- “*MasyaAllah, semoga rejekimu lancar mbak.*”
- “*Amin ya Allah, terima kasih banyak bang.*”

Kalimat-kalimat tersebut membentuk narasi bahwa ia adalah sosok yang tidak meminta dengan paksa, tetapi mengandalkan belas kasihan dan keikhlasan. Ini adalah bagian dari strategi komunikasi emosional yang sangat kuat dalam konteks *Live Streaming*.

4. Ekspresi Non-verbal

Selain kata-kata, pelaku juga menggunakan bahasa tubuh yang mendukung perannya. Ia sering kali menunduk kelelahan. Dalam beberapa momen, pelaku juga mengusap wajah dengan baju karena berkeringat. Ekspresi semacam ini menambah keautentikan peran dan menguatkan hubungan emosional dengan penonton.

5. Sifat dan Sikap Saat *Live Streaming*

Doyok dalam siaran langsung TikTok-nya dirancang secara sadar untuk membangun citra tertentu di hadapan audiens. Doyok tampil sebagai sosok yang sedang mengalami kesulitan hidup, dengan berbagai elemen yang secara konsisten digunakan untuk memperkuat kesan tersebut. Ia menunjukkan sikap semangat, ceria, dan penuh optimisme, serta sering menyampaikan ungkapan-ungkapan seperti ikhlas, sabar, dan semoga ada rezeki

hari ini. Hal ini bertujuan untuk menggambarkan dirinya sebagai seseorang yang menerima keadaan, tidak banyak menuntut, dan hanya mengandalkan kebaikan hati orang lain. Saat tampil live, Doyok terlihat energik dan bersemangat. Ia menyapa penonton dengan senyum lebar, banyak bercanda, sesekali menari, dan menggunakan gaya bicara yang penuh antusiasme. Sikap ceria dan ramah ini ia bangun untuk menciptakan suasana positif, menarik simpati penonton, dan membangun kedekatan emosional. Ia berusaha tampil tidak menyedihkan, melainkan menghibur meskipun dalam kesulitan, sebagai bentuk strategi menarik gift dari penonton. Semua gerak-gerik, tawa, sapaan hangat, hingga candaan spontan, adalah bagian dari skrip sosial yang ia mainkan di atas panggung digital. Ekspresi wajah Doyok pun turut berperan penting dalam membentuk persepsi publik. Ia sering menampilkan raut muka sedih dan lelah, dengan tatapan kosong atau mata sayu, seolah-olah menahan beban hidup yang berat. Gestur tubuhnya pun mendukung duduk membungkuk, menunduk, atau menunjukkan sikap memelas semuanya menggambarkan ketidakberdayaan dan penderitaan. Ketika berbicara, ia sering menggunakan pilihan kata yang merendahkan, disertai intonasi suara yang nyaris tanpa tenaga, menciptakan kesan bahwa dirinya sedang dalam kondisi yang sangat sulit.

Penampilannya di layar pun memperkuat narasi ini. Ia sering tampil dengan pakaian yang lusuh, tampak seperti belum mandi, dan tanpa riasan atau pencahayaan yang baik. Semua ini digunakan secara strategis untuk memperlihatkan kehidupan yang apa adanya dan jauh dari kemewahan. Dalam setiap momen ketika penonton mengirimkan gift, Doyok segera memberikan reaksi yang berlebihan berupa ucapan terima kasih berkali-kali, mencium tangan ke arah kamera, hingga melontarkan doa-doa seperti “semoga panjang umur yang ngasih”, atau “semoga Allah balas kebaikan kalian”.

c. *Backstage*: di Balik Layar *Live Streaming* Akun TikTok Doyok.gdl

Dalam teori dramaturgi, *backstage* adalah ruang tersembunyi di mana individu bisa bersikap lebih jujur dan tidak lagi berakting. Di balik layar, orang-orang dapat menunjukkan emosi asli mereka lelah, sedih, frustrasi, atau bahkan ketidaknyamanan atas peran yang mereka mainkan di depan.³⁸ Di ruang ini tidak ada tuntutan untuk menjaga citra. Host yang sebelumnya tampak ceria saat live, bisa saja menghela napas panjang, mengeluh, atau bahkan menangis ketika kamera telah dimatikan. Inilah sisi manusiawi yang tidak tampak oleh public ruang di mana aktor dalam hal ini pelaku *Live Streaming* tidak sedang berinteraksi langsung dengan audiens, dan di sinilah semua strategi, manipulasi kesan, dan persiapan dilakukan. *Backstage* menunjukkan realitas di balik pertunjukan yang tampak di front stage. Dalam konteks akun TikTok Doyok.gdl, area ini mengungkap bagaimana aksi penghimpunan donasi *online* yang tampak spontan dan alami sebenarnya adalah hasil dari perencanaan dan strategi komunikasi yang cukup matang.

Dalam hasil wawancara, Doyok terlihat energik dan bersemangat. Ia menyapa penonton dengan senyum lebar, banyak bercanda, sesekali menari, dan menggunakan gaya bicara yang penuh antusiasme. Sikap ceria dan ramah ini ia bangun untuk menciptakan suasana positif, menarik simpati penonton, dan membangun kedekatan emosional. Ia berusaha tampil tidak menyedihkan, melainkan menghibur meskipun dalam kesulitan, sebagai bentuk strategi menarik gift dari penonton. Semua gerak-gerik, tawa, sapaan hangat, hingga candaan spontan, adalah bagian dari skrip sosial yang ia mainkan di atas panggung digital.

Namun, ketika lampu kamera padam dan ia kembali ke *backstage*, suasana berubah drastis. Doyok tidak lagi tampak ceria atau bersemangat. Wajahnya berubah muram, tubuhnya terlihat lesu, dan tidak ada lagi suara riang yang menghiasi ruangnya. Di balik layar, Doyok merasa lelah secara emosional, bahkan terkadang mengalami kekosongan batin.

³⁸ Herni Ghosyiyah Kliwana, *Impresen Management Mahasiswa Perokok (Studi Dramaturgi Pada Mahasiswa Peroko di Pekan Baru)*, Pekan Baru: 2020, Hal. 14

Tawa dan semangat yang ia tampilkan di depan publik ternyata hanyalah topeng yang ia kenakan agar penonton merasa terhibur sekaligus iba. Dalam keseharian, ia jarang berbicara banyak, cenderung pendiam, dan lebih sering menyendiri.

Ia menyadari bahwa karakter ceria yang ia mainkan bukan cerminan dirinya yang sebenarnya. Dalam kesendiriannya, Doyok sering merasa terjebak dalam peran yang tidak ia sukai. Ia mengeluh bahwa hidupnya terasa seperti sandiwara tanpa henti, di mana ia harus terus tampil bahagia agar tetap bisa bertahan hidup. Kadang, ia merasa jijik pada dirinya sendiri karena harus bersandiwara setiap hari demi mendapatkan perhatian dan gift.

Interaksi dengan audiens merupakan salah satu elemen paling vital dalam *Live Streaming*, terlebih dalam konteks pengumpulan donasi *Online* yang mengandalkan respons emosional penonton untuk mendapatkan *Gift*. Dalam teori dramaturgi Goffman, interaksi ini adalah bagian dari “pertunjukan” yang harus dijaga konsistensinya di panggung depan (*front stage*). Pelaku seperti Doyok sangat bergantung pada bagaimana ia membangun dan mempertahankan komunikasi yang menyentuh hati audiens, karena dari situlah *Gift* sebagai bentuk donasi digital dapat diperoleh.

Selama siaran langsung, Doyok menunjukkan gaya komunikasi yang ekspresif, penuh semangat, dan sering kali dramatis. Ia tidak hanya duduk diam menunggu *Gift*, tetapi secara aktif menyapa penonton satu per satu, menyebut nama akun mereka, dan mengucapkan terima kasih berkali-kali atas setiap *Gift* yang masuk, bahkan untuk jumlah yang sangat kecil. Kalimat-kalimat seperti, “Makasih banyak ya, Kak, semoga rezekinya lancar,” atau “Yang nonton jangan pelit, bantu saya beli makan,” sering dilontarkan berulang kali. Kata-kata ini tidak hanya mencerminkan rasa terima kasih, tetapi juga menjadi bentuk tekanan emosional halus kepada penonton lain untuk ikut memberi.

Doyok juga membangun suasana interaktif dengan memperlihatkan reaksi langsung terhadap *Gift* yang masuk. Misalnya, ketika menerima *Gift* besar seperti "lion" atau "kapal pesiar," ia akan langsung berdiri, berteriak, atau bahkan pura-pura menangis sebagai bentuk rasa syukur yang berlebihan. Reaksi-reaksi ini bukan spontanitas belaka, melainkan sudah menjadi bagian dari strategi komunikasi yang dirancang untuk membuat penonton merasa dihargai dan tertarik untuk ikut memberi. Semakin besar responnya, semakin besar kemungkinan penonton lain terdorong untuk memberi *Gift* demi mendapatkan pengakuan yang sama.

Komentar-komentar dari audiens juga menjadi bagian penting dari interaksi ini. Doyok akan menanggapi berbagai komentar, baik yang bernada simpati, cibiran, maupun candaan. Terhadap komentar negatif atau sindiran, ia biasanya tidak bereaksi keras, melainkan menanggapi dengan nada rendah hati atau bahkan mengalihkan pembicaraan. Misalnya, jika ada yang menulis, "Ngemis kok di TikTok," Doyok akan menjawab, "Iya, saya mah orang susah, cuma ini jalannya." Jawaban seperti ini memperkuat citra dirinya sebagai sosok yang terpinggirkan dan butuh bantuan, sekaligus mempertahankan kesan "tulus" di mata penonton yang lebih simpatik.

Dari hasil observasi, terlihat bahwa Doyok paham betul bagaimana memainkan tempo dan nada dalam interaksinya. Ketika jumlah *Gift* menurun, ia akan menaikkan intonasi suara, menggunakan kalimat yang lebih memelas, bahkan membuat janji-janji seperti, "Kalau hari ini tembus target, saya akan sedekah juga ke orang lain." Narasi ini memberikan kesan bahwa ia bukan hanya meminta, tetapi juga akan menyalurkan kembali kebaikan dari penonton, yang secara psikologis bisa memancing rasa bangga dari pemberi *Gift*.

Jam tayang juga dipilih dengan memperhitungkan peluang interaksi yang maksimal. Doyok lebih sering melakukan *Live Streaming* pada malam hari, antara pukul 20.00 hingga 00.00 WIB, yaitu saat pengguna TikTok aktif dan sedang bersantai. Pada jam-jam ini, suasana

emosional penonton cenderung lebih lembut dan terbuka untuk tersentuh oleh narasi kesusahan yang disampaikan.

2. Faktor-Faktor yang Mendorong Pelaku Melakukan *Live Streaming* Penghimpunan Donasi *Online*

a. Faktor Ekonomi

Faktor ekonomi menjadi dorongan utama bagi pelaku dalam melakukan *Live Streaming* dengan modus penghimpunan donasi *Online*. Berdasarkan hasil wawancara dengan Hamim (pemilik akun Doyok.gdl), ia menyatakan bahwa keterbatasan pekerjaan dan penghasilan tetap menjadi alasan utama mengapa ia terjun ke dunia *live* TikTok. Hamim berasal dari latar belakang keluarga ekonomi menengah ke bawah, dengan pendapatan tidak menentu. Ia menganggap bahwa *Gift* dari *Live Streaming* TikTok dapat menjadi sumber pemasukan alternatif, bahkan dalam beberapa hari bisa melebihi pendapatan harian dari pekerjaan kasual.

Praktik mengemis secara digital ini dipandang sebagai cara “cepat dan tidak terlalu berat” untuk memperoleh uang. Dibandingkan harus bekerja fisik yang berat dan tidak menentu hasilnya, Hamim memilih membangun “karakter” secara *Online* dan mendapatkan donasi dari penonton. Ini menjadi bukti bahwa dorongan ekonomi menjadi motivasi yang sangat kuat, bahkan sampai menormalkan tindakan yang sebelumnya dianggap tabu atau tidak etis

b. Faktor Sosial

Dari sisi sosial, munculnya fenomena *Live Streaming* penghimpunan donasi ini juga berkaitan dengan adanya respons sosial dari masyarakat daring (netizen). Budaya simpatik yang masih kental di masyarakat Indonesia, ditambah keinginan sebagian orang untuk “berbagi” atau “menolong” secara instan, membuat konten seperti ini mendapatkan perhatian dan dukungan dari penonton.

Hamim juga menyadari bahwa audiens TikTok terdiri dari berbagai kalangan dari orang yang hanya ingin menonton hiburan, hingga yang benar-benar tergerak untuk membantu. Ia kemudian membangun relasi

dengan beberapa penonton loyal yang rutin memberikan *Gift*, serta menjalin interaksi emosional dengan mereka agar muncul keterikatan sosial. Dalam *live*-nya, ia sering menyebut nama-nama akun yang sudah dikenal dan membentuk semacam komunitas mini yang solid, seolah seperti "keluarga *Online*" yang saling dukung

c. Faktor Psikologis

Faktor psikologis juga memainkan peran penting dalam membentuk keputusan pelaku untuk melakukan *Live Streaming* penghimpunan donasi. Salah satunya adalah keinginan untuk diakui dan dihargai. Meskipun secara offline pelaku mengalami tekanan atau bahkan pengucilan sosial, di dunia *Online* mereka bisa mendapatkan perhatian, simpati, bahkan pujian dari audiens. Selain itu, ketika *Gift* masuk dan ditampilkan secara visual oleh sistem TikTok, hal itu menimbulkan perasaan senang dan bangga. Respons positif dari penonton seperti komentar pujian atau dukungan juga bisa meningkatkan harga diri pelaku. Keberhasilan mendapatkan *Gift* juga membuat pelaku merasa berhasil "mengalahkan" stigma bahwa orang seperti dirinya tidak punya daya saing di dunia kerja formal. Ada juga elemen ketergantungan yang muncul pelaku merasa kecanduan terhadap perhatian dan *Gift* yang diberikan, sehingga merasa harus terus tampil untuk mempertahankan eksistensinya dan mempertahankan pendapatan

d. Faktor Teknologis

Kemudahan akses terhadap teknologi digital, khususnya *platform* TikTok dengan fitur *Live Streaming* dan sistem *Gift*, menjadi pendukung utama munculnya fenomena ini. TikTok memberikan sarana yang murah, mudah digunakan, dan menjangkau banyak orang tanpa perlu modal besar. Cukup dengan ponsel dan koneksi internet, seseorang bisa langsung "tampil" dan mendapatkan uang.

Pelaku seperti Doyok.gdl memanfaatkan fitur-fitur ini secara maksimal. Ia tahu waktu-waktu ramai pengguna aktif, cara memancing algoritma agar *live*-nya muncul di beranda orang lain, serta strategi dalam memanfaatkan fitur *Gift* untuk menarik lebih banyak penonton. Bahkan,

secara teknis, Hamim juga sudah paham cara mengatur latar, suara, pencahayaan, dan sudut kamera agar lebih menarik secara visual menunjukkan bahwa ada adaptasi teknologi yang serius

3. *Gift* pada *Live Streaming* Aplikasi Tik Tok

TikTok merupakan sebuah *platform* media sosial yang sedang populer di Indonesia, memudahkan penggunanya untuk menciptakan dan membagikan konten kreatif yang menarik dengan memanfaatkan beragam fitur yang tersedia. Selain berfungsi sebagai sarana hiburan, TikTok juga memberikan peluang bagi para pengguna untuk meraih penghasilan, terutama melalui fitur *Live Streaming*. *Live Streaming* merupakan acara yang disiarkan secara langsung, bagi pengguna lainnya dapat memberikan apresiasi kepada host talent dengan memberikan reward berupa virtual *Gift* sebagai bentuk penghargaan atau hadiah atas konten yang disajikan.

Tidak hanya berfungsi sebagai *platform* media sosial dan hiburan, aplikasi TikTok juga menjadi alat promosi produk dan menjadi peluang bisnis yang menjanjikan. Pengguna dapat memperoleh penghasilan melalui berbagai metode, seperti endorsement, menjadi duta merek, menerapkan sistem afiliasi, dan menjadi host talent di *Live Streaming*. Fitur *live* di TikTok memungkinkan pengguna untuk melakukan siaran langsung, namun hanya mereka yang memiliki minimal 1000 pengikut yang dapat menggunakannya. Dengan popularitas dan potensi bisnis yang dimiliki TikTok, banyak orang tertarik untuk menggunakan media sosial ini. Kemudahan penggunaan dan sederhana dalam penggunaan menjadi daya tarik utama TikTok. Seiring dengan pertumbuhan pengguna TikTok, semakin banyak kreator konten yang dapat menghasilkan pendapatan melalui karya video konten yang unik dan menarik. Dalam upaya mendapatkan *Gift* dari penonton dapat di bagi menjadi 2 persoalan dalam masalah fenomena mendapatkan *Gift* pada *Live Streaming* Tik Tok yaitu:

a. Konten Video yang Disajikan

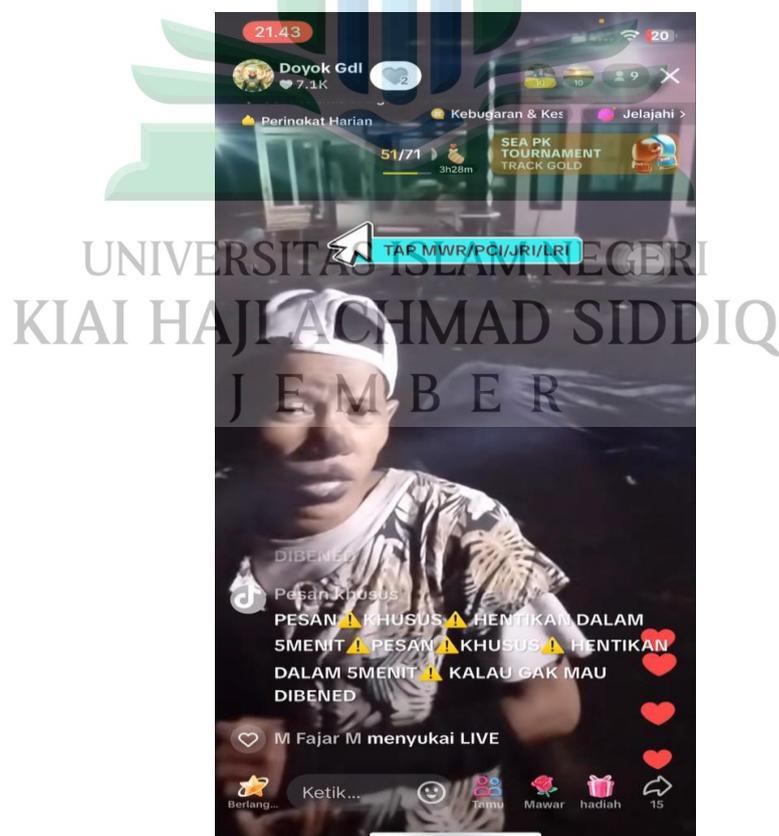
Dalam menampilkan video *live streaming* sangat berpengaruh besar dalam mendapatkan atau memperoleh penonton yang banyak. Dengan video konten yang menariklah yang di cari para penonton. Dengan beragam

konten yang di tampilkan oleh para host talent maka Tik Tok membuat beberapa aturan yang harus dipatuhi dalam penggunaan *Live Streaming* ini.

b. Strategi Interaksi dengan Penonton

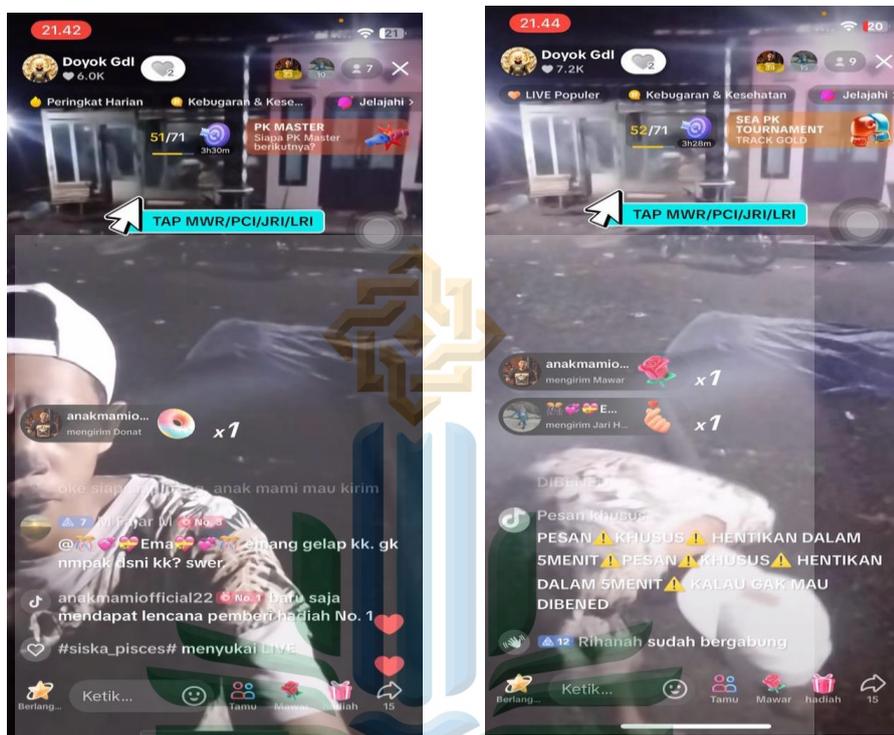
Strategi interaksi juga sangat berpengaruh dalam menarik perhatian penonton. Akun *Doyok.gdl* memperlihatkan gaya bicara yang semangat, ekspresif, dan terkadang dramatis untuk menampilkan kesan sebagai orang susah atau korban sosial. Interaksi semacam ini bertujuan membangun keterikatan emosional, yang akhirnya mendorong penonton untuk memberi *Gift*. Selain itu, pelaku secara aktif membaca komentar, menanggapi tantangan, serta menyebut nama pemberi *Gift* secara langsung sebagai bentuk penghargaan. Ini menciptakan rasa keterlibatan dari audiens, terutama dari penonton loyal. Taktik ini juga membuat penonton merasa bahwa kontribusinya “berarti”, sehingga ada dorongan untuk memberi lebih banyak *Gift*.

1) Tangkapan Layar *Live Streaming*



Gambar 4.2 Tangkapan Layar saat melakukan *Live Streaming*

Gambar di atas merupakan dokumentasi tangkapan layar dari aktivitas *Live Streaming* yang dilakukan oleh akun TikTok @doyok.gdl. Dalam tayangan ini, pelaku terlihat berada di lokasi perumahan. Ia tampil mengenakan pakaian lusuh dan menampilkan ekspresi penuh kesedihan. Wajah telah di coret oleh panci kotor.



Gambar 4.3 Tangkapan Layar berupa tampilan pemberian *Gift*

Pada gambar 4.3 ini terlihat momen saat beberapa *Gift* diberikan oleh audiens kepada pelaku selama *Live Streaming* berlangsung. *Gift* yang muncul ikon donat, mawar, dan jari hati. Fitur *Gift* ini merupakan salah satu bentuk dukungan virtual dari penonton yang dapat dikonversi menjadi saldo rupiah oleh kreator. Melalui tangkapan layar ini, terlihat bahwa strategi komunikasi pelaku berhasil memanfaatkan *visual* dan mendorong partisipasi dalam bentuk *Gift*.



Gambar 4.4 Tangkapan layar *Live Streaming* dengan teks singkatan:

“MWR = PCI | JRI = LRI”

Gambar 4.4 tangkapan layar ini menunjukkan visual teks yang berisi tantangan tersembunyi yang digunakan oleh pelaku untuk menghindari pelanggaran terhadap kebijakan TikTok. Dalam aturan komunitas TikTok, tindakan meminta *Gift* secara terang-terangan, apalagi dengan nada memaksa atau menjual rasa kasihan, dilarang keras. Oleh karena itu, pelaku menggunakan sistem singkatan sebagai bentuk pengamanaan, di mana “MWR” berarti “mawar”, dan “PCI” berarti “panci”, sehingga “MWR = PCI” artinya jika penonton memberikan *Gift* mawar, pelaku akan mencium panci. Demikian pula, “JRI = LRI” berarti jika mendapat *Gift* jari, pelaku akan berlari. Ini merupakan bentuk komunikasi simbolik yang tidak langsung, namun bisa dipahami oleh audiens loyal yang sudah terbiasa menyaksikan konten sejenis. Berdasarkan perspektif dramaturgi, strategi ini memperlihatkan bahwa pelaku memiliki kesadaran akan “aturan panggung” yang berlaku, sehingga ia menyesuaikan aksinya dengan cara yang tetap memancing *Gift*, namun tidak melanggar aturan

eksplisit. Ini menunjukkan manajemen impresi yang kompleks, di mana pelaku tampil seolah mengikuti aturan, namun tetap menyelipkan pesan-pesan pengemis secara implisit melalui simbol dan singkatan.



Gambar 4.5. Tangkapan Layar Pelaku Mengangkat Kayu Setelah Menerima *Gift* Dari Penonton

Dalam gambar 4.5, terlihat pelaku sedang mengangkat kayu besar sebagai bentuk “tantangan” atau “hukuman lucu” yang harus dilakukan setelah menerima *Gift* dari penonton TikTok. Tantangan ini bukan hanya bentuk hiburan, tapi juga strategi untuk membangun interaksi dan rasa penasaran audiens. Biasanya, sebelum melakukan aksi ini, pelaku mencantumkan tantangan dalam bentuk teks singkatan seperti “MWR = PCI”, atau disampaikan lewat komentar audiens yang sudah paham pola *live* tersebut.

Tindakan mengangkat kayu dilakukan secara dramatis, dengan ekspresi kesusahan atau keterpaksaan yang ditonjolkan oleh pelaku untuk memancing rasa kasihan sekaligus tawa. Ini memperkuat impresi bahwa pelaku adalah “orang susah” atau “penderita” yang

sedang berusaha keras demi mendapatkan *Gift*. Dalam kaca mata teori dramaturgi Erving Goffman, aksi ini merupakan bagian dari “front stage” di mana pelaku menampilkan peran tertentu (orang tertekan yang tetap semangat) demi mendapat simpati dari penonton. Di balik layer, aksi ini sebenarnya sudah dirancang sebelumnya dan dilakukan secara sadar untuk menarik engagement. Tantangan seperti ini membuat penonton merasa terhibur sekaligus terlibat, sehingga mendorong mereka untuk terus mengirimkan *Gift* demi melihat aksi-aksi ekstrem atau lucu lainnya.



Gambar 4.6. Tangkapan Layar Pelaku Mencium Panci Hitam Setelah Menerima Tantangan Dari Penonton

Dalam gambar ini terlihat pelaku sedang melakukan aksi mencium panci hitam sebagai bentuk tantangan setelah menerima *Gift* tertentu dari penonton. Tantangan ini biasanya tertulis dalam bentuk singkatan teks visual pada layar *live* seperti “MWR = PCI”, yang dimengerti oleh audiens setia bahwa "mawar" berarti harus "cium panci". Aksi ini dilakukan dengan ekspresi wajah yang dibuat seolah-olah terpaksa atau jijik, namun tetap disertai candaan dan semangat, agar suasana *live* terasa interaktif dan menghibur. Pelaku tidak pernah secara terang-terangan meminta *Gift*, melainkan memancingnya melalui

tantangan-tantangan yang sudah disepakati secara tidak langsung dengan para penonton. Dalam perspektif teori dramaturgi Goffman, aksi ini termasuk dalam wilayah “front stage” di mana pelaku membangun peran sebagai seseorang yang lucu, tahan banting, dan bersedia melakukan hal-hal ekstrem demi mendapatkan perhatian serta *Gift*. Sementara itu, tindakan mencium panci ini adalah bagian dari strategi komunikasi terselubung dalam praktik *Live Streaming* penghimpunan donasi *Online*, di mana aturan TikTok melarang penghimpunan donasi *Online* secara eksplisit, sehingga pelaku menyiasatinya dengan tantangan-tantangan lucu atau absurd sebagai bentuk permintaan tidak langsung. Tindakan ini juga menunjukkan adanya relasi antara pelaku dan audiens yang sudah terbentuk melalui pola komunikasi simbolik tertentu, di mana *Gift* menjadi alat tukar atas aksi yang dilakukan pelaku di depan layar.



Gambar 4.7. Tangkapan Layar Pelaku memakai Kerudung

Gambar ini memperlihatkan seorang laki-laki yang sedang melakukan siaran langsung di TikTok sambil mengenakan kerudung, atribut yang secara sosial dan kultural identik dengan perempuan, khususnya dalam konteks kesalehan atau religiusitas. Tindakan ini tidak bisa dilepaskan dari upaya pelaku untuk menciptakan kesan tertentu di

hadapan penonton baik sebagai bentuk komedi, penciptaan persona baru, maupun sebagai strategi untuk menarik gift.

Dalam perspektif teori dramaturgi Erving Goffman, penampilan tersebut merupakan bagian dari "front stage", yaitu ruang publik di mana individu berusaha tampil dengan cara tertentu untuk mendefinisikan situasi bagi audiens. Pemakaian kerudung oleh laki-laki dapat dianggap sebagai bentuk "impression management yakni upaya sadar untuk mengelola kesan yang muncul di benak penonton agar menarik, unik, atau mengundang perhatian lebih.

Nilai *Gift* pada *Live Streaming* Tik Tok dan harga beli koin sebagai berikut:³⁹

Tabel 4.1 Nilai *Gift Live Streaming*

No	Nama Gift	Jumlah Koin	Harga
1.	Love Letter, Sepakbola, GG, Speaker Mini, Kopi, Kerucut Es Krim, Barbel, Mawar, TikTok, Nasi uduk.	1 Koin	Rp. 250
2.	Jari Hati, Mic, Panda, Kolak.	5 Koin	Rp. 1.250
3.	Surat Ajaib, Tangan Melambai	7 Koin	Rp. 1750
4.	Botol Harapan, Snowboard	9 Koin	Rp. 2.250
5.	Gamepad, Lollipop	10 Koin	Rp. 2.500
6.	Parfum, Bedug	20 Koin	Rp. 5000
7.	Cermin, Donat	30 Koin	Rp. 7.500
8.	Topi, Mahkota, Origami	99 Koin	Rp. 24.750
9.	Hati, Konfeti	100 Koin	Rp. 25.000
10.	Ciuman	150 Koin	Rp. 37.500
11.	Not Music, Kupu-Kupu	169 Koin	Rp. 42.250
12.	Topi Penyihir	177 Koin	Rp. 44.250
13.	Sky Goggles, Gembok dan Kunci	199 Koin	Rp. 49.750
14.	Tudung Pengantin, Sarung Tinju,	299 Koin	Rp. 74.750

³⁹ Tiktok, Aplikasi Tiktok, Tiktok 2025.

No	Nama Gift	Jumlah Koin	Harga
	Rock 'n' Roll		
15.	Nasi Tumpeng, Balon Joget	300 Koin	Rp. 75.000
16.	Api Unggun	388 Koin	Rp. 97.000
17.	Mimpi Indah, Ayunan	399 Koin	Rp. 99.750
18.	Perangkap lalat, Kalung	400 Koin	Rp. 100.000
19.	Karang	499 Koin	Rp. 124.750
20.	Hujan Uang	500 Koin	Rp. 125.000
21.	Mesin Es	538 Koin	Rp. 134.500
22.	Pemutar Rekaman	600 Koin	Rp. 150.000
23.	Angsa, Balon Cinta	699 Koin	Rp. 174.750
24.	Sepatu	700 Koin	Rp. 175.000
25.	Mutiara	800 Koin	Rp. 200.000
26.	Kereta	899 Koin	Rp. 224.750
27.	Bunga Cermin, Tambang Emas	1000 Koin	Rp. 250.000
28.	Kembang Api	1.088 Koin	Rp. 272.000
29.	Kursi Gaming	1.200 Koin	Rp. 300.000
30.	Bombom Car	1.280 Koin	Rp. 322.000
31.	Juara, Rangkaian Bunga	1.500 Koin	Rp. 375.000
32.	Waktu Minum	1.777 Koin	Rp. 444.250
33.	Rumah Pohon	1.799 Koin	Rp. 449.750
34.	Perahu Cepat	1.888 Koin	Rp.472.000
35.	Album Ajaib, Kotak Rias dan Lilin Musim	1.999 Koin	Rp. 499.750
36.	Korsel	2.020 Koin	Rp. 405.000
37.	Paus	2.150 Koin	Rp. 505.000
38.	Kotak Musik	2.399 Koin	Rp. 599.750
39.	Perjalanan	2.888 Koin	Rp. 722.000
40.	Sepeda Motor	2.988 Koin	Rp.747.000
41.	Old Famous car	2.999 Koin	Rp.749.750
42.	Bianglala	3.000 Koin	Rp. 750.000

No	Nama Gift	Jumlah Koin	Harga
43.	Bunga Tumpa	4.000 Koin	Rp.1.000.000
44.	Kapal Bajak Laut, Jet Pribadi	4.888 Koin	Rp. 1.222.000
45.	Pesta Kolam	4.999 Koin	Rp.1.249.750
46.	Kapal Selam	5.199 Koin	Rp. 1.299.750
47.	Pesawat	6.000 Koin	Rp. 1. 500.000
48.	Mobil Balap, Mobil	7.000 Koin	Rp. 1.647.000
49.	Trofi Match	7999 Koin	Rp. 1.999.750
50.	Yacht	9.888 Koin	Rp. 2. 472.000
51.	Akuarius	9.999 Koin	Rp. 2.499.000
52.	Elang	10.999 Koin	Rp. 2.700.000
53.	Planet dan Antarbintang	15.000 Koin	Rp. 3.750.000
54.	Jakarta Roundabout	16.999 Koin	Rp. 4.249750
55.	Tiktok Shuttle	20.000 Koin	Rp. 5.000.000
56.	Roket dan Kastil Fantasi	20.000 Koin	Rp. 5.000.000
57.	Kereta Kuda dan Kereta Kencana	28. 888 Koin	Rp. 7.222.000
58.	Singa	29.999 Koin	Rp. 7.499.750
59.	Tiktok Universe	34.999 Koin	Rp. 8.749.000

C. Pembahasan Temuan

1. Analisis Strategi *Live Streaming* Penghimpunan Donasi *Online* Pada Akun Doyok Gdl

Fenomena *Live Streaming* penghimpunan donasi *Online* pada akun TikTok Doyok Gdl, strategi komunikasi menjadi komponen utama dalam menarik simpati penonton dan mendapatkan *Gift*. Strategi ini tidak hanya dibangun secara spontan, melainkan melalui perencanaan yang matang dan pengemasan konten yang efektif. Pelaku secara sadar menciptakan performa di hadapan kamera untuk memainkan peran tertentu yang dapat menggugah emosi dan mendorong partisipasi penonton dalam bentuk pemberian *Gift*. Dalam konteks ini, teori dramaturgi dari Erving Goffman menjadi kerangka yang relevan untuk menganalisis bagaimana strategi ini dijalankan sebagai sebuah "pertunjukan sosial."

Pelaku menyajikan konten dengan tema penghimpunan donasi secara tidak langsung. Alih-alih mengucapkan permohonan secara eksplisit, pelaku menggunakan pendekatan simbolik dan visual yang bersifat sugestif. Misalnya, terdapat teks tantangan seperti "MWR = PCI" atau "JRI = LRI" yang merupakan kode dari tantangan (misalnya mawar = cium panci, jari = lari), sehingga permintaan *Gift* disampaikan secara tersirat melalui permainan simbol. Hal ini merupakan bentuk strategi untuk menghindari pelanggaran aturan TikTok yang melarang penghimpunan donasi *Online* secara terang-terangan, sekaligus menciptakan ketertarikan audiens terhadap "permainan" tantangan tersebut.

Pelaku juga memperhatikan aspek visual dan suasana *live*. Setting *Live Streaming* dilakukan di luar ruangan, seperti di belakang rumah, sawah, atau pinggir sungai. Lokasi ini dipilih bukan tanpa alasan suasana alam terbuka dan properti seadanya seperti kayu, panci, dan perlengkapan sederhana lainnya, memperkuat kesan keterbatasan hidup. Pencahayaan natural dari sinar matahari atau lampu seadanya semakin menonjolkan kesan apa adanya. Latar suara pun sering kali memperdengarkan suara jangkrik, ayam, atau suara alam lainnya yang semakin meyakinkan penonton bahwa pelaku adalah orang yang hidup dalam keterbatasan. Dalam hal komunikasi verbal, pelaku menggunakan gaya bicara yang semangat dan dramatis. Nada suara yang tinggi, ekspresi antusias, dan bahasa yang hiperbolik digunakan untuk memancing perhatian. Ungkapan-ungkapan seperti "Ayo bantu saya, biar saya bisa kuat angkat kayu!" atau "Kalau dapet donat saya cium pancinya!" menunjukkan bentuk persuasi yang memanfaatkan humor, keterbatasan, dan tantangan untuk menarik respons audiens. Selain itu, pelaku melakukan persiapan sebelum *live* dimulai. Konsep *live* dirancang secara sadar seperti properti disiapkan, tampilan disesuaikan (misalnya mengenakan pakaian lusuh), dan waktu siaran dipilih saat audiens aktif, seperti sore menjelang malam atau malam hari. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan ini bukan bersifat spontan, melainkan memang sudah menjadi agenda yang dirancang untuk mencapai

target interaksi dan *Gift*. Dalam hal peran atau role yang dibangun, pelaku menampilkan diri sebagai orang yang kesusahan, menderita, atau korban sosial. Dengan memainkan peran sebagai "orang susah," pelaku membangun narasi bahwa dirinya butuh bantuan, sehingga mendorong empati audiens. Peran ini diperkuat dengan ekspresi wajah murung, gerakan tubuh yang lemah, atau tindakan ekstrem seperti mengangkat kayu berat setelah menerima *Gift*, seolah-olah *Gift* dari penonton menjadi motivasi hidupnya.

Tim pendukung juga menjadi bagian dari strategi. Meski secara visual pelaku tampil sendiri, namun dari hasil wawancara diketahui bahwa terdapat orang di belakang layar yang membantu operasional *live* baik dalam memegang kamera, memberi aba-aba, atau mengatur teks visual yang muncul di layar. Selain itu, terdapat juga audiens setia yang berperan layaknya "penonton loyal," yang tidak hanya menonton secara rutin, tetapi juga sering memberikan *Gift* sebagai bentuk dukungan dan menciptakan atmosfer yang mendorong penonton lain untuk ikut serta.

Strategi interaksi juga penting dalam *live* ini. Pelaku kerap membalas komentar secara langsung dan menyebut nama pemberi *Gift* sebagai bentuk penghargaan. Respons seperti "Wah terima kasih Mawar dari Kak Ela, nanti saya langsung lari ya!" membuat penonton merasa eksistensinya diakui. Interaksi ini menjadi bentuk penghargaan simbolik yang memperkuat relasi antara pelaku dan penonton, serta mendorong keterlibatan yang lebih dalam.

Analisis dari teori dramaturgi Goffman dalam bukunya yang berjudul *The Presentation of Self in Everyday Life* menunjukkan bahwa dibagi bahwa ruang tampil menjadi dua, yaitu front stage dan back stage.⁴⁰ Front Stage merupakan bagian dari penampilan seseorang di hadapan publik, yang digunakan secara sengaja (atau tidak sengaja) untuk membentuk kesan tertentu di mata audiens. Ini termasuk strategi-strategi yang digunakan untuk menampilkan peran sosial sesuai harapan penonton,

⁴⁰ Goffman, Erving. *The Presentation of Self in Everyday Life*. Garden City, NY: Doubleday Anchor Books, 1959, hlm 22.

agar identitas yang ingin ditampilkan dapat diterima dan dipercaya.

Dengan kata lain, "front stage" adalah tempat di mana aktor sosial menjalankan strategi komunikasi mereka baik secara verbal maupun non-verbal untuk menciptakan kesan yang diinginkan kepada publik. Dalam konteks media sosial seperti TikTok, strategi ini tampak jelas dalam bagaimana pengguna menyusun narasi, gestur, dan ekspresi untuk membentuk citra tertentu di depan kamera. Di front stage pelaku memainkan peran sebagai orang yang menderita untuk menarik empati audiens. Semua aspek tampilan, kata-kata, ekspresi, dan tantangan dikonstruksi sebagai bagian dari pertunjukan.

Sementara back stage adalah ruang di mana individu tidak lagi merasa harus mempertahankan penampilan sosial yang ditampilkan di front stage.⁴¹ Di sini, strategi pencitraan ditanggalkan, dan individu bisa menjadi dirinya sendiri tanpa tekanan dari audiens. Dalam konteks penelitian ini tentang live streaming di TikTok back stage bisa diartikan sebagai momen di luar siaran langsung, ketika kreator tidak sedang membentuk citra di depan publik, atau saat mereka mempersiapkan strategi konten sebelum tampil. Pada back stage penelitian ini, pelaku merasa tertekan dan terpaksa melakukan live streaming untuk menghibur audiens. Jika ada pilihan lain, pelaku tidak melakukan seakan-akan mengemis kepada audiens. Selain itu, di back stage pelaku mempersiapkan konsep, strategi tantangan, properti, serta memilih waktu tayang secara matang. Hal ini menegaskan bahwa *Live Streaming* bukan sekadar ekspresi spontan, tetapi sudah menjadi bentuk representasi performatif untuk memenuhi tujuan ekonomi melalui *platform* digital.

2. Faktor-Faktor yang Mendorong Pelaku Melakukan *Live Streaming* Penghimpunan Donasi *Online*

Faktor-faktor yang mendorong pelaku melakukan *Live Streaming* penghimpunan donasi *Online* pada akun TikTok seperti Doyok Gdl dapat dipahami secara lebih komprehensif melalui pendekatan kualitatif yang memerhatikan dimensi ekonomi, sosial, psikologis, dan teknologis yang

⁴¹ Erving Goffman, *The Presentation of Self in Everyday Life*, 1959, hlm. 112.

saling terkait satu sama lain. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, ditemukan bahwa motif utama pelaku melakukan aktivitas *Live Streaming* dengan gaya meminta-minta secara terselubung berasal dari dorongan ekonomi. Pelaku berasal dari latar belakang ekonomi menengah ke bawah yang memiliki keterbatasan dalam memperoleh penghasilan tetap melalui jalur pekerjaan formal. Maka, *platform* TikTok dilihat sebagai alternatif baru yang dapat memberikan penghasilan instan melalui fitur *Gift* dari penonton. Sistem konversi *Gift* ke dalam bentuk uang menjadi daya tarik tersendiri, karena tidak memerlukan modal besar selain kuota internet dan akun TikTok. Selain itu, faktor sosial juga berperan penting dalam mendorong pelaku terlibat dalam aktivitas ini. Lingkungan media sosial yang penuh dengan konten serupa menimbulkan efek domino, di mana satu pelaku yang berhasil mendapatkan banyak *Gift* menjadi contoh atau model yang diikuti oleh pelaku lain. Fenomena ini melahirkan semacam komunitas atau ekosistem pelaku *Live Streaming* penghimpunan donasi *Online*, yang saling meniru dan saling berbagi teknik menarik simpati penonton. Di sisi lain, masyarakat penonton juga turut membentuk ruang sosial yang mendorong terjadinya pola interaksi ini. Semakin banyak penonton yang terlibat dan memberi *Gift*, semakin tinggi pula motivasi pelaku untuk terus melakukan siaran langsung dengan berbagai cara, termasuk menampilkan kesan sebagai orang yang menderita atau berada dalam kondisi memprihatinkan.

Aspek psikologis turut menjadi faktor penentu dalam kegiatan ini. Pelaku menunjukkan adanya kebutuhan akan pengakuan dan perhatian sosial. Saat melakukan *Live Streaming*, mereka merasa mendapat tempat untuk menunjukkan diri, bercerita, bahkan mempertontonkan penderitaan agar mendapat empati dari audiens. Respons positif dalam bentuk komentar, dukungan, atau *Gift* memberikan rasa dihargai dan diperhatikan, yang pada akhirnya memperkuat ketergantungan psikologis pada aktivitas tersebut. Beberapa pelaku mengaku merasa senang ketika siaran mereka ramai ditonton, meskipun harus melakukan tantangan yang terkadang merendahkan martabat.

Terakhir, faktor teknologi menjadi elemen yang mempercepat dan memperluas fenomena ini. TikTok menyediakan fitur *Live Streaming* yang dapat diakses dengan mudah oleh siapa pun yang memenuhi syarat jumlah pengikut. Selain itu, fitur *Gift* memudahkan transaksi virtual yang pada akhirnya dapat diuangkan. TikTok juga didukung oleh algoritma yang mempromosikan konten ke halaman *For You Page* (FYP), sehingga pelaku memiliki peluang untuk ditonton ribuan hingga jutaan pengguna. Kemudahan teknis inilah yang menjadikan aktivitas mengemis secara digital lebih praktis dan menggiurkan dibandingkan aktivitas *offline* yang konvensional.

3. Fenomena Meminta dengan Gaya Baru

Fenomena adalah segala perilaku yang dipengaruhi atau mempengaruhi individu atau kelompok tertentu terhadap individu atau kelompok lain. Fenomena ini merupakan fenomena sosial dapat dijelaskan sebagai peristiwa yang terjadi dan dapat diamati dalam kehidupan berkelompok. Terjadinya fenomena sosial bersumber dari pandangan manusia yang menganggap pengalaman mereka sebagai kebenaran mutlak.⁴² Inti dari permasalahan dalam masyarakat muncul karena adanya hubungan timbal balik yang terjadi melalui proses interaksi sosial. Fenomena sosial muncul sebagai hasil dari perubahan sosial, yang meskipun tidak dapat dihindari, namun dapat diantisipasi. Sebagai contoh, yakni fenomena mendapatkan *Gift* ini yang menggunakan segala cara untuk mendapatkan *Gift* merupakan dampak negatif dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Selain meneliti dari segi konten yang di tampilkan dalam *Live Streaming* Tik Tok, juga meneliti mengenai fenomena yang menjadi pembahasan dalam penelitian ini yaitu fenomena mendapatkan *Gift* pada *Live Streaming* Tik Tok. Yang dimaksud dalam fenomena mendapatkan *Gift* ini yaitu akhir – akhir ini banyak pengguna Tik Tok baru dan pengguna Tik Tok lama berlomba – lomba melakukan *Live Streaming* Tik Tok dengan melakukan segala cara demi mendapatkan *Gift*. Demikian yang dimaksudkan sebagai meminta dengan gaya baru.

⁴² Ilmawati F.I and Kukuh A.A, Fenomena Sosial (Banyuwangi: LPPM Institut Agama Islam Ibrahim, 2018), 1

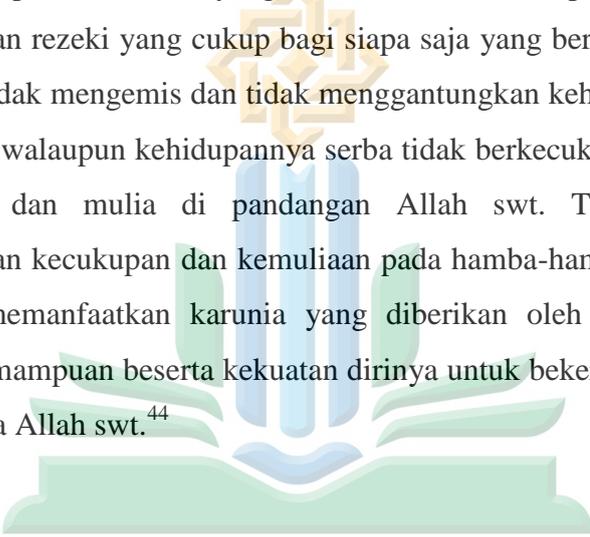
Umumnya menemukan pengemis di pinggir jalan raya dengan cara meminta-minta kepada para pengguna jalan, namun sekarang dapat dengan mudah menemukan penghimpunan donasi pada aplikasi TikTok.

Dari beberapa konten yang telah saya tonton banyak konten video *Live Streaming* dengan konten yang bervariasi, namun yang menjadikan fenomena mendapatkan *Gift* ini adalah dengan cara yang dapat dikatakan terlalu memaksakan penonton untuk memberikan *Gift*nya. Memaksa dalam hal ini yang berarti memaksa keadaan seperti konten memakan ikan mentah membuat penonton merasa iba dan menjadikan perasaan bawa ia harus memberikan *Gift* untuk membantunya. Adapun wanita muda berparas cantik akan menuliskan nama si pemberi *Gift* di wajahnya kemudian ia akan menggelengkan kepalanya berkali-kali. Perilaku menggeleng-gelengkan kepala ini memang dilakukan agar para penonton tertarik memberikan *Gift* kepadanya.

Dalam ajaran agama Islam telah dijelaskan secara rinci, jika tangan di atas itu nilainya jauh lebih baik daripada tangan yang ada di bawah. Kalimat tersebut sesuai dengan Hadis Sahih riwayat Al-Bukhārī : 1379 yang mengatakan bahwa: Dari Abdullah ibn Umar radhiyallahu ‘anhu: Bahwa Rasulullah saw. bersabda: Tangan yang diatas lebih baik daripada tangan yang di bawah. Hal ini memberikan arti bahwa jika manusia memberi itu lebih baik daripada manusia meminta. dapat dipahami bahwa dalam ajaran agama Islam terdapat sebuah nilai mulia yang ditanamkan kepada manusia agar senantiasa menjaga harga dirinya dan kemuliaan sebagai seorang manusia. serta telah dijelaskan secara detail pula jika ada orang yang berkecukupan tapi melakukan meminta-minta atau mengemis itu hukumnya haram, dan hukumnya haram pula jika meminta-minta tersebut dilakukan dengan sikap yang memaksa orang untuk memberinya uang atau barang tertentu.⁴³ Agama Islam orang yang memiliki kemampuan untuk bekerja dan berusaha serta memiliki kesehatan dalam badan dan jiwanya akan tetapi tidak mau bekerja, tidak mau berusaha dan

⁴³ Abdul Qodir Syaibah Al-Hamd, Fiqis Islam Syarah Bulughul Maram, “Profesi Mengemis Dalam Sudut Pandang Hukum Islam (Study Kasus Di Kotatip Purwokerto)” (IAIN Purwokerto, 2016), 10.

hanya menggantungkan penghidupannya pada orang lain seperti memintaminta atau mengemis itu sangat dicela. Hal tersebut tidak sesuai dengan ajaran agama Islam yang begitu mulia dan mempunyai kekuatan. Sehingga seseorang yang melakukan pengemisan namun dalam keadaan nyata mereka mampu bekerja dengan tangannya, maka ia telah secara tidak langsung membuat rendah ajaran agama Islam yang melarang tindakan itu, bahkan orang tersebut dapat diklasifikasikan sebagai orang yang kufur nikmat karena dia hanya menggantungkan penghidupannya kepada orang lain dan tidak menggunakan tangan dan anggota badannya untuk memperoleh rezeki yang hal dari Allah swt., padahal Allah akan memberikan rezeki yang cukup bagi siapa saja yang berusaha. orang yang memilih tidak mengemis dan tidak menggantungkan kehidupannya kepada orang lain walaupun kehidupannya serba tidak berkecukupan, dinilai lebih terhormat dan mulia di pandangan Allah swt. Tentu Allah akan memberikan kecukupan dan kemuliaan pada hamba-hambanya juga orang tersebut memanfaatkan karunia yang diberikan oleh Allah kepadanya berupa kemampuan beserta kekuatan dirinya untuk bekerja disertai dengan doa kepada Allah swt.⁴⁴



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

⁴⁴ Sri Ulfa Rahayu, "Takhrij Hadis : Analisis Kritik Sanad Hadis Tangan Di Atas Lebih Baik Dari Pada Tangan Di Bawah," *Shahih : Jurnal Ilmu Kewahyuan* 3 No. 1 (2020): 107.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis permasalahan yang dikemukakan di atas dan hasil yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penghimpunan donasi merupakan perbuatan memohon belas kasihan orang lain agar diberikan sesuatu yang dimilikinya seperti uang, benda, dll. Pelakunya disebut merupakan orang yang tidak mau berikhtiar/berusaha, dan meninggalkan kewajiban. Di zaman serba maju ini yang ditandai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi beserta koneksi jaringan internet yang tersebar masif, memunculkan praktik penghimpunan donasi dengan bermacam macam ide seperti dikemas dalam sebuah konten yang di dalamnya berisi aktivitas yang mengundang rasa iba dan kasihan bagi para penonton yang melihatnya. Aktivitas tersebut seperti tantangan (*challenge*) sembari memohon-mohon agar orang yang melihat dapat memberikan *Gift*. Praktik meminta-minta *Gift* pada akun Doyok. Gdl di aplikasi TikTok menyatakan bahwa seorang menemukan hal ini termasuk ke dalam praktik penghimpunan donasi *Online* dengan gaya baru.
2. Faktor-faktor yang mendorong pelaku melakukan live streaming penghimpunan donasi online di TikTok, seperti pada akun *Doyok.Gdl*, dipengaruhi oleh dimensi ekonomi, sosial, psikologis, dan teknologis yang saling berkaitan. Dorongan ekonomi menjadi faktor utama, karena pelaku berasal dari latar belakang ekonomi menengah ke bawah dan melihat TikTok sebagai sumber penghasilan alternatif melalui fitur *gift*. Secara sosial, adanya ekosistem pelaku yang saling meniru serta dukungan dari penonton menciptakan ruang yang subur bagi berkembangnya fenomena ini. Dari sisi psikologis, pelaku terdorong oleh kebutuhan akan perhatian dan pengakuan, yang terpenuhi melalui respons positif dari penonton. Sementara itu, aspek teknologis seperti kemudahan fitur live dan algoritma TikTok mempercepat penyebaran konten serta mempermudah monetisasi, menjadikan aktivitas ini semakin menarik untuk dilakukan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, saran yang dapat diberikan adalah:

1. Bagi penonton/masyarakat jangan mudah tertarik dengan cara instan untuk mendapatkan uang dimanapun. Bijaklah dalam menggunakan fitur yang disediakan dalam aplikasi Tik Tok. Junjunglah harga dirimu dan agamamu.
2. Kepada peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti aplikasi Tiktok, diharapkan bisa mengungkapkan permasalahan secara tajam dan mendalam baik dengan penelitian dalam bentuk studi kasus maupun yang lainnya.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR PUSTAKA

- Abu, Abdillah Muhammad. 2013. Hadits-Hadits Hukum. *Ensiklopedia*. (Jakarta : Darus Sunnah Press).
- Ahmad, Farid Salman. 2023. Representasi Mitos Dalam Film Horror Pada Waktu Magrib: Analisis Visual Dan Naratif, *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi*. Volume 02, Nomor 02.
- Al-zahra Fatimah. 2024. Strategi Pengemis *Online* Dalam Mendapatkan Dukungan Pada Aplikasi Tiktok, Faculty Of Social And Political Sciences, Study Program Of Sociology, National Univercity.
- Anisa, Risnawati Ririn, Chamidah Nurul. Pengaruh *Word Of Mouth* Mengenai *Live Streaming Tiktok shop* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.
- Bahrin, Bakar Abu. 1994. Penjelasan Hukum-Hukum Syariat Islam (Ibaanatul Ahkam), (Bandung : Sinar Baru Algensindo).
- Benedika, Martevalenia Ave. 2023. Tanggapan Audiens Mengenai Konten Mengemis *Online* Pada *Live* Tiktok (Studi Analisis Tanggapan Audiens Mengenai Konten Mengemis *Online* Aksi Berenang di Empang pada *Live* TikTok Akun @sakty_99.
- CNNIndonesia. *Live* TikTok Ngemis *Online* Kini Terlarang, Siapa Kena Aturan?.
- Deriyanto Demmy, Qarib Fathul. 2018. Persepsi mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tiktok. *Jurnal Ilmu sosial dan Ilmu Politik*. Volume 7, Nomor 2.
- Dr. Wahidmurni, M.Pd. 2017. “Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif, Occupational Medicine” UIN Maulana Malik Ibrahim Malang <http://repository.uin-malang.ac.id/1984/>
- Eka, Sari Novita. 2017. *Pengaruh Model Cooperative Learning Tipe Think Talk Write (TTW) Terhadap Kemampuan Siswa Dalam Menganalisis Materi Sejarah*. *Jurnal Swanadwipa*. Vol. 1. No. 1.

- Elfryda, Dhamayanti Amelia, Puti Alifa, Layynasha Alamsyah, Sarah, Ekaputri Derma, Widyarto Salsabilla. 2024. Eksplorasi Interaksi Simbolik Pengemis *Online* di Ekosistem TikTok, CALATHU: Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 6, Nomor 1.
- Erma, Wulansari Tri. 2024. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Fenomena Mendapatkan *Gift* Pada *Live Streaming* Aplikasi Tiktok. Ponorogo.
- Feny, Fiantika Rita, et. al. 2022. *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi).
- Erving Goffman. 1959. *The Presentation of Self in Everyday Life*. Garden City, NY: Doubleday Anchor Books.
- Herni Ghosiyah Kliwana. 2020. *Impresen Management Mahasiswa Perokok (Studi Dramaturgi Pada Mahasiswa Peroko di Pekan Baru)*, Pekan Baru.
- Hujaj Ahmad. 2018. Tafsir Lain Hadits “Tangan diatas Lebih Baik Daripada Tangan Dibawah, Sanad Media.
- Ilmawati, Kukuh, 2018. *Fenomena Sosial* (Banyuwangi: LPPM Institut Agama Islam Ibrahim).
- Indah, Solichah Mar’atus, Dyah, Putri Mustika, Akmal, Setiaji Fikri. 2023. Representasi Budaya Banyuwangi Dalam Banyuwangi Ethno Carnival: Pendekatan Teori Representasi Stuart Hall. *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*. Vol 3 No. 2.
- Jatayu, Cakrawala Bias, Alfia, Permatari Rahma, Wahida, Khoirunnisa Okta, Avisena, Elsyifa Kemal, Mashita Phitaloka, Fandia Purwaningtyas. 2024. Komodifikasi Empati: Eksplorasi Fenomena ‘Ngemis dan Nyawer’ *Online* di Media Sosial TikTok, Vol. 26 No. 1.
- Munawaroh, Guatri Gaia. 2023. Analisis Representasi Visual: Kajian Kekerasan Simbolik dalam Film, *JRF: Journal of Religion and Film*, Volume 2 Nomor 2.

- Mouw Erland. 2022. "Teknik Analisis dalam Penelitian Kualitatif," in *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi).
- Nurma, Novita Sari. 2024. Pertanggung Jawaban Pidana Pengemis Yang Dilakukan Melalui *Live Streaming* Tiktok, Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq, Jember.
- Nur, Shaid Jamal, "Cara Mencairkan *Gift* TikTok Jadi Uang Tunai dan Syaratnya" <https://money.kompas.com/read/2023/08/09/222943026/cara-mencairkan-Gift-tiktok-jadi-uangtunai-dan-syaratnya>.
- Peran Gambar Aktivitas Manusia Dalam Pembelajaran Visual Ineraktif. <https://www.questionai.id/essays-es3qQWFGRb9/peran-gambar-aktivitas-manusia-dalam-pembelajaran-visual>.
- Qodir Abdul. 2016. Fiqis Islam Syarah Bulughul Maram. Profesi Mengemis Dalam Sudut Pandang Hukum Islam (Study Kasus Di Kotatip Purwokerto. IAIN Purwokerto.
- Rafi Muhammad, Hamzah Saipul , Rafif Ahnaf. 2017. Makna Sa'il Dalam Al - Qur'an : Tujuan Implisit Pengentasan Pengemis Dalam Ayat - Ayat Sa'il Dan Aktualisasinya. Jurnal Studi Ilmu Ilmu Al-Qur'an Dan Hadis 18 No.1.
- Ridwan Muhtadi, 2012. Geliat Ekonomi Islam Memangkas Kemiskinan, Mendorong Perubahan, (Jakarta: Malika Pres.
- Rukajat. 2018. BAB III, Metode Penelitian.
- Saadillah Andi, Haryudi Andi, Reskiawan Muhammad, Alam, Amanah Ikhsanul. 2023. Penggunaan Bahasa Sarkasme Netizen di Media Sosial, Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa dan Sastra, Vol. 9, No. 2.
- Sabirin Muhamad. 2014. Representasi Dalam Pembelajaran Matematika, Vol. 01 No. 2.

- Septiani Yuni. 2020. dkk. *Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Universitas Abdurrab Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Sevqual*. Jurnal Teknologi dan Open Source. Vol. 3 No. 1.
- Seva, Maya Sari. 2016. Penindakan Terhadap Pengemis Perspektif Yusuf Al-Qaradhawi: Analisis terhadap Pasal 504 KUHP tentang Perbuatan Mengemis di Muka Umum. Vol. 13. No. 2.
- Sitanggang Asi. 2018. Memahami Mekanisme *Crowdfunding* Dan Motivasi Berpartisipasi Dalam Kitabisa.com. Vol. 6 No. 3. Semarang.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta).
- Surahman Sigit. 2014. Representasi Perempuan Metropolitan Dalam Film 7 Hati 7 Cinta 7 Wanita. Vol. 3 No. 1. 2014. Banten.
- Tim Penyusun. 2021. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember* (UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember).
- Tiktok, Aplikasi Tiktok, 2025.
- Ulfa Sri. 2020. Takhrij Hadis : Analisis Kritik Sanad Hadis Tangan Di Atas Lebih Baik Dari Pada Tangan Di Bawah,” Shahih : Jurnal Ilmu Kewahyuan 3 No. 1.
- Widodo Slamet, dkk. 2023. “Buku Ajar Metode Penelitian,”(CV Science Techno: Pangkalpinang)https://repository.binawan.ac.id/3303/1/Buku%20Ajar%20Metode%20Penelitian%20Full_compressed%20Highlighted.pdf
- Yazid, 2009. Hukum Meminta-Minta Dan Mengemis Dalam Syari’ at Islam (Bogor: Pustaka At-Taqwa).
- Yulia Nafa, Randani Fitri, Safrinal, Jalimah, Latuconsina Zulfah, Muhammad, Purwanto Roy. 2021. Strategi Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Milenial. Jurnal Mahasiswa FIAI-UII, at-Thullab, Vol.3, Nomor 1 Februari-September, Yogyakarta.

Zahraini Siti, Randy, Alvianto Dwi, Meisya, Putri Dewi. 2022. Fenomena Mengemis *Online* Di Jejaringan Media Sosial Aplikasi Tiktok Dalam Perspektif Al-Qur'an. Pontianak. Jurnal Mafatih: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir Volume 3 Nomor 1.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

SURAT PERNYATAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ela Savinah

NIM : 213103010003

Program Studi : Bimbingan dan Konseling Islam

Fakultas : Dakwah

Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Analisis Fenomena Live Streaming Penghimpunan Donasi Online Melalui Aplikasi Tiktok Pada Akun Doyok Gdl” ini adalah hasil penelitian/ karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Jember, 27 Mei 2025

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



20
METERAI
TEMPEL
77AMX356129808

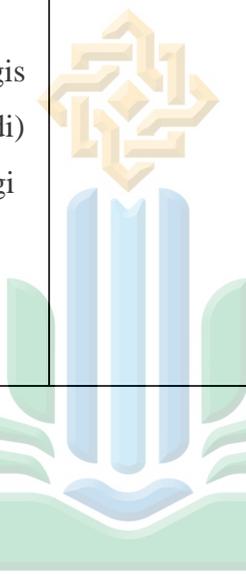
Ela Savinah
Nim. 213103010003

Lampiran 1 Matrik Penelitian

MATRIK PENELITIAN

Matriks Penelitian

Judul	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
Analisis Fenomena Live Streaming penghimpunan donasi Online Melalui Aplikasi Tiktok Pada Akun Doyok.Gdl	1. Strategi komunikasi pelaku 2. Faktor pendorong pelaku penghimpunan donasi online 3. Dramaturgi Erving Goffman	a. Gaya komunikasi (verbal dan nonverbal) - Interaksi dengan penonton (call to action) - Pemilihan waktu tayang - Teknik menarik perhatian penonton b. Faktor ekonomi (kebutuhan,	1. Pemilik akun Doyok Gdl Hamim	Pendekatan penelitian: kualitatif deskriptif Jenis penelitian: Dramaturgi Erving Goffman Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara dan Dokumentasi Metode analisis: Fronts Stage dan Back Stage	1. Bagaimana strategi yang digunakan dalam Live Streaming penghimpunan donasi Online di TikTok pada akun Doyok.gdl? 2. Apa faktor pelaku (Doyok. Gdl) melakukan Live Streaming penghimpunan donasi Online di TikTok

		<p>pengangguran)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Faktor sosial (dukungan lingkungan) - Faktor psikologis (dorongan pribadi) - Faktor teknologi (kemudahan monetisasi di TikTok) 		<p>Dramaturgi Erving Goffman</p>	
--	--	---	---	----------------------------------	--

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 J E M B E R

Lampiran 2 Pedoman Pengumpulan Data

PEDOMAN PENGUMPULAN DATA

PEDOMAN WAWANCARA

Pengantar Wawancara

Wawancara ditunjukkan kepada pemilik akun Doyok dengan maksud mendapatkan informasi tentang “Fenomena Live Streaming Penghimpunan Donasi Online”. Informasi yang diperoleh dari Doyok sangat berguna bagi penulis untuk menganalisis tentang “Analisis Fenomena Live Streaming Penghimpunan Donasi Online Melalui Aplikasi Tiktok Pada Akun Doyok Gdl”. Data yang penulis tanyakan semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian, dengan demikian Doyok tidak perlu ragu untuk menjawab pertanyaan.

Petunjuk Wawancara

1. Pendahuluan, mengucapkan salam dan memperkenalkan diri, menjelaskan tujuan dan meminta izin ingin melakukan kegiatan wawancara.
2. Pertanyaan diawali dengan pertanyaan yang hangat dan mudah.
3. Bagian utama yaitu mengajukan pertanyaan kemudian berikutnya secara beruntutan.
4. Penutup, dengan mengucapkan terimakasih dan salam.

Daftar pertanyaan wawancara berfungsi untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian yang berjudul “Analisis Fenomena Live Streaming Penghimpunan Donasi Online Melalui Aplikasi Tiktok Pada Akun Doyok Gdl”. Berikut daftar pertanyaan wawancara untuk menjawab rumusan masalah dari judul tersebut.

Daftar pertanyaan:

1. Sejak kapan Anda mulai aktif melakukan live streaming di TikTok?
2. Apa alasan atau motivasi awal Anda melakukan live streaming?
3. Mengapa memilih gaya atau pendekatan “penghimpunan donasi online” dalam konten live?
4. Sejauh ini, bagaimana respon penonton terhadap siaran live Anda?
5. Apakah Anda menyiapkan skrip, peran, atau narasi tertentu sebelum live streaming?
6. Apakah ada elemen visual atau audio yang sengaja Anda tampilkan (seperti musik sedih, ekspresi wajah, properti, dll)?
7. Bagaimana cara Anda membangun interaksi dengan penonton agar mereka bersedia memberi gift?
8. Apakah ada teknik khusus yang Anda gunakan (seperti merayu, memelas, bercanda, atau menyentuh sisi emosional)?
9. Apakah Anda meniru gaya akun lain yang serupa atau menciptakan gaya sendiri?
10. Apa faktor utama yang mendorong Anda melakukan praktik ini? Apakah karena ekonomi, popularitas, atau hal lainnya?
11. Apakah ini merupakan sumber penghasilan utama Anda?
12. Bagaimana Anda memandang kritik dari netizen atau media terkait konten “penghimpunan donasi” ini?
13. Apakah Anda melihat aktivitas ini sebagai pekerjaan sah atau hanya bentuk hiburan digital?

Biodata Narasumber

- Nama : Hamim
- Umur : 37 Tahun
- Jenis Kelamin : Laki-Laki
- Pekerjaan : Buruh Tani
- Alamat : Dusun Krajan I, Jetis, Kec. Curah Dami, Kabupaten Bondowoso, Jawa Timur.

Lampiran 3 Pedoman Observasi

PEDOMAN OBSERVASI

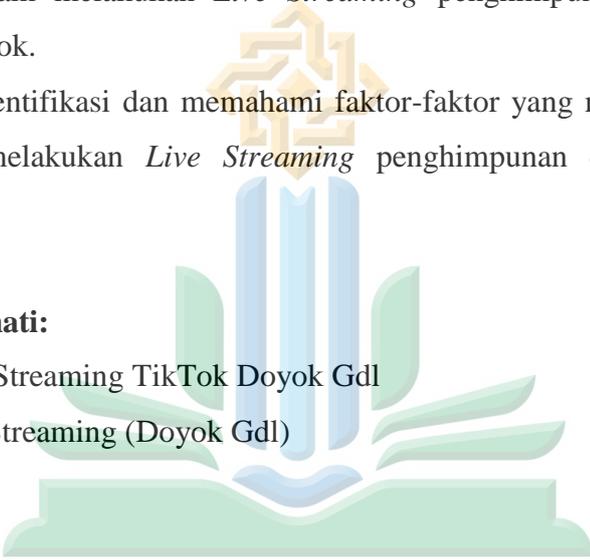
Dalam pengamatan (observasi) yang dilakukan adalah mengamati konten live streaming pada akun tiktok Doyok..

Tujuan:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi yang digunakan oleh akun Doyok.gdl dalam melakukan *Live Streaming* penghimpunan donasi secara *Online* di TikTok.
2. Untuk mengidentifikasi dan memahami faktor-faktor yang mendorong pelaku (Doyok.gdl) melakukan *Live Streaming* penghimpunan donasi *Online* di TikTok.

Aspek yang diamati:

1. Konten Live Streaming TikTok Doyok Gdl
2. Pelaku Live Streaming (Doyok Gdl)



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 4 *Pedoman Dokumentasi*

PEDOMAN DOKUMENTASI

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi merupakan perlengkapan dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Adapun dokumentasi penelitian ini sebagai berikut:

1. Kegiatan bertanya dengan pelaku live streaming
2. Profil tiktok akun Doyok
3. Tangkapan layar konten live streaming pada akun Doyok



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 5 Dokumentasi

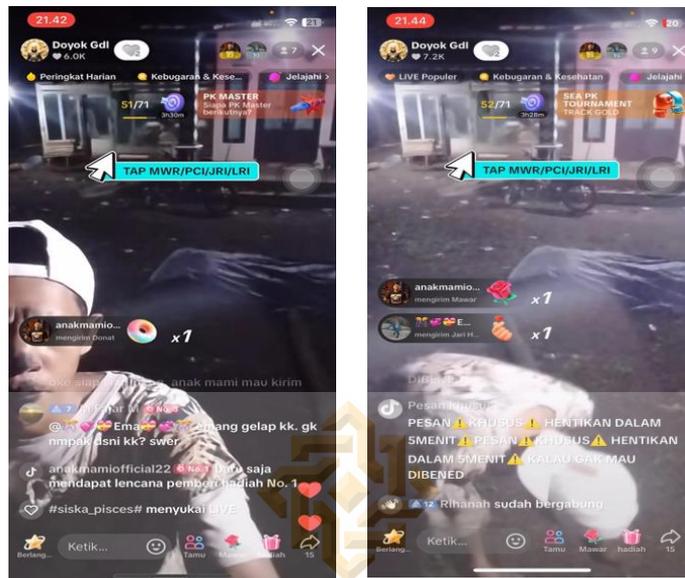


Tangkapan Layar Profil Tiktok Doyok Gdl



Tangkapan Layar saat melakukan live streaming

Lampiran 5 Dokumentasi



Tangkapan Layar saat menerima gift



Tangkapan Layar menggunakan teks visual
MWR/PCI/JRI/LRI

Lampiran 5 Dokumentasi



Tangkapan Layar Pelaku mengangkat kayu setelah mendapat gift



Tangkapan Layarsaat pelaku mencium panici



Lampiran 5 Dokumentasi



Tangkapan Layar pelaku memakai Kerudung



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 5 Dokumentasi



Sesi foto Bersama pemilik akun Doyok Gdl



Wawancara kepada Doyok Gdl / Hamim

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BIODATA PENULIS



Nama : Ela Savinah
Nim : 213103010003
Tempat, Tanggal Lahir : Probolinggo, 06 Mei 2003
Alamat Lengkap : Banyuanyar Lor, Rt. 004, Rw. 014, Kec. Gending,
Kab. Probolinggo, Jawa Timur, 67272.
Agama : Islam
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah
NoTelp : 085748532823
Email : elasavinah@gmail.com

Riwayat Pendidikan

TK : TK. Manbaul Hikam
SD : MI. Manbaul Hikam
SMP : Mts. Walisongo 2
SMA : SMA Negeri 1 Gending
Perguruan Tinggi : UIN KHAS Jember