

Metakomunikasi dalam Fenomena Mengemis *Online* di Media Sosial TikTok

Metacommunication in the Online Begging Phenomenon on TikTok Social Media

Angga Tinova Yudha¹⁾, An Nisa Dian Rahma¹⁾ & Syafruddin Pohan²⁾

- 1) Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Medan Area, Indonesia
- 2) Program Doktorat Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara, Indonesia

Diterima: 29 Oktober 2023; Direview: 01 November 2023; Disetujui: 27 November 2023

*Corresponding Email: anggatinovayudha@staff.uma.ac.id

Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk melihat bagaimana metakomunikasi dalam fenomena mengemis *online* di media sosial TikTok. TikTok merupakan salah satu media sosial yang sedang populer dewasa ini. Selayaknya media sosial lain, TikTok seharusnya digunakan untuk berinteraksi secara maya antara satu orang dengan yang lainnya. Peneliti menemukan fenomena perubahan makna pada penggunaan media sosial TikTok yang dilakukan oleh beberapa oknum. Beberapa oknum yang dimaksud menggunakan TikTok untuk mengemis secara *online*. Hal ini tentu saja membuat makna media sosial berubah makna. Masalah difokuskan pada metakomunikasi yang terjadi pada media sosial TikTok yang dewasa ini banyak ditemukan fenomena mengemis *online*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan studi literatur dari beberapa jurnal. Kajian ini menyimpulkan bahwa metakomunikasi telah terjadi pada sosial media TikTok dimana TikTok yang diketahui sebagai media sosial untuk berinteraksi di dunia maya berubah makna menjadi tempat untuk melakukan kegiatan mengemis. Hal yang dilakukan para aktor pengemis *online* berupa joget, tidur di kebun bahkan mandi lumpur apabila ada yang memberikan *gift* dengan berbagai karakter sebagai bentuk pengganti uang secara digital dengan nominal yang berbeda-beda. Peneliti juga menemukan bahwa penyebutan kegiatan mengemis *online* dengan "Pedagang Challenge" atau "Non-Playable Character live streaming".

Kata Kunci: Metakomunikasi; Media Sosial; TikTok; Mengemis Online

Abstract

This article aims to see how metacommunication in the phenomenon of online begging on TikTok social media. TikTok is one of the social media that is currently popular. Like other social media, TikTok should be used to interact virtually between one person and another. Researchers found the phenomenon of changes in meaning in the use of TikTok social media by several individuals. Some of the people in question use TikTok to beg online. This of course makes the meaning of social media change meaning. The problem is focused on the metacommunication that occurs on TikTok social media, which is currently found in many online begging phenomena. The method used in this research is descriptive qualitative using literature studies from several journals. This study concludes that metacommunication has occurred on TikTok social media where TikTok, which is known as a social media for interacting in cyberspace, has changed its meaning to become a place to carry out begging activities. The things that online begging actors do are dancing, sleeping in the garden and even taking a mud bath if someone gives a gift with various characters as a form of digital substitute for money with different amounts. Researchers also found that the mention of online begging activities with "Challenge Merchants" or "Non-Playable Character live streaming".

Keywords: Metacommunication; Social Media; TikTok; Online Begging

How to Cite: Yudha, A.T., Rahma, A.N.D., & Pohan, S. (2023), Metakomunikasi dalam Fenomena Mengemis Online di Media Sosial TikTok, *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. 6(2): 959-967.



PENDAHULUAN

Media sosial turut mendukung terciptanya demokratisasi informasi dan ilmu pengetahuan yang mengubah perilaku audiens dari yang sebelumnya pengonsumsi konten beralih ke pemroduksi konten. Budaya populer muncul dan bertahan atas kehendak media (dengan ideologi kapitalis) dan perilaku konsumsi masyarakat. Dalam hal mempopulerkan suatu produk budaya, media berperan sebagai penyebar informasi sesuai fungsinya serta pembentuk opini publik yang kemudian berkembang menjadi penyeragaman opini dan selera. (Juwita et al., 2015)

Media yang menghasilkan sebuah tren akan diterima oleh publik sebagai suatu nilai, dalam hal ini nilai kebudayaan. Kekuatan media dalam hal ini tidak lain adalah dalam mengkonstruksi realitas media yaitu sebuah realitas yang dikonstruksi berdasarkan sistem yang direkayasa oleh media tersebut dengan tujuan salah satunya adalah meraih keuntungan finansial dari publik yang mengkonsumsi semua jenis komoditi yang ditawarkan. Dalam perspektif industri budaya, "bahwa budaya populer adalah budaya yang lahir atas kehendak media." (Budiargo, 2015)

Media sosial tidak hanya sebagai sarana berkomunikasi dan beriteraksi tapi juga menjadi sebuah media untuk mempresentasikan diri penggunanya. Media sosial seperti *Youtube*, *Instagram*, *Facebook*, dan *TikTok* dimanfaatkan sebagai wadah atau media untuk menciptakan kreatifitas, meningkatkan ide dan tampilan dalam sebuah konten yang diunggah di media sosial dan dapat dinikmati oleh para pengikutnya. Selain untuk mempresentasikan diri, media sosial merupakan salah satu wadah untuk menyampaikan aspirasi dan sebagai sarana mengekspresikan diri. Dengan adanya media sosial manusia dapat mengekspresikan dirinya dengan berbagai cara, salah satunya dengan pembuatan konten-konten yang menarik. (Wika et al., 2021)

Pada dasarnya media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi perkembangan web baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara *online*, sehingga dapat menyebarluaskan konten mereka sendiri. Media jejaring sosial adalah situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman mereka, yang mereka kenal di dunia nyata dan dunia maya. Media sosial membawa dampak positif yaitu memudahkan untuk saling tukar menukar informasi dan mudah untuk mendapat-kan literatur *online*. Disamping dampak positif, media sosial juga membawa dampak negatif, yaitu dapat menimbulkan kecanduan terhadap penggunaan media sosial sehingga hal ini dapat merubah cara berpikir serta perilaku seseorang. (Rahmana et al., 2022)

Media sosial yang mempunyai banyak sekali macam fitur, membentuk konten kreator berkreasi dengan fitur-fitur yg disediakan platform media sosial. Salah satunya media TikTok yang mengalami pelencengan dalam penggunaannya. ada fitur *live* pada TikTok yang dipergunakan oleh konten kreator buat menerima laba berupa pemberian berasal *live* yang dapat tukarkan menggunakan sejumlah uang.

Dalam fenomena ini banyaknya masyarakat yang menyalahgunakan fitur ini sebagai tren baru yaitu "mengemis *online*" dengan menggunakan segala cara yang agar mendapat simpati dalam bentuk *gift* dari *viewers* yang akan dicairkan dalam bentuk uang. Bentuk-bentuk dari mengemis *online* adalah mengeksploitasi lansia untuk mandi lumpur, anak yatim piatu, anak disabilitas, bahkan ada yang sudah berani memperlihatkan anggota tubuh yang vital demi mendapatkan *gift* dari *viewers*. Hal ini menjadi viral karena banyaknya orang yang bersimpati dan memberikan *gift*-nya.

Tik Tok merupakan salah satu aplikasi yang paling terpopuler dan diminati di dunia. Tik Tok memungkinkan penggunaannya membuat video berdurasi 15 detik disertai musik, filter, dan beberapa fitur kreatif lainnya. Aplikasi ini diluncurkan oleh perusahaan asal Tiongkok, China, ByteDance pertama kali meluncurkan aplikasi yang memiliki durasi pendek yang bernama Douyin. Hanya dalam waktu 1 tahun, Douyin memiliki 100 juta pengguna dan 1 miliar tayangan video setiap hari. Popularitas Douyin yang tinggi membuatnya melakukan perluasan ke luar China dengan nama Tik Tok. Menurut laporan dari Sensor Tower, aplikasi ini diunduh 700 juta kali sepanjang tahun 2019. Hal ini membuat Tik Tok dapat mengungguli sebagian aplikasi yang berada

dibawah naungan Facebook Inc. aplikasi ini menempati peringkat ke dua setelah Whatsapp yang memiliki 1,5 miliar pengunduh (Adawiyah, 2020)

Penyimpangan tingkah laku mengemis dapat berkembang secara sistematis menjadi satu subkultur, yaitu satu sistem tingkah laku yang menghasilkan organisasi sosial, nilai-nilai, rasa kebanggaan, norma dan moral tertentu yang semuanya berbeda dengan situasi umum. Semua tingkah laku yang menyimpang dari norma umum itu kemudian di rasionalisasi atau dibenarkan oleh semua anggota kelompok dengan pola menyimpang yang sistematis (Buhari, 2015). Masalah mengemis yang terjadi di tengah-tengah masyarakat ini menunjukkan betapa rendahnya kualitas sumber daya manusia. Tradisi masyarakat ini menunjukkan kondisi permasalahan yang dihadapi masyarakat lapisan bawah yang bersifat multidimensional, dan multidirectional, seperti rendahnya taraf hidup, rendahnya tingkat pendidikan, rendahnya tingkat kemampuan adopsi inovasi, rendahnya kesadaran kehidupan beragama, dan lain-lain. Dan tradisi itu hampir- hampir tidak ada penyelesaian, termasuk dari perspektif ekonomi Islam, sehingga 'kondisi yang menggantung' ini dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

budaya mengemis yang pasti tidak lahir secara instan, ia memiliki sejarah begitu panjang di negeri ini. berbagai faktor yang mempengaruhinya sehingga pada akhirnya membentuk budaya dan dilanggengkan dari generasi ke generasi berikutnya (Mahfudz, 2019). Dampak sosial dari kemiskinan itu bisa menciptakan kelas- kelas sosial atau kantong-kantong kemiskinan. Apabila dipetakan, komunitas-komunitas sosial kemiskinan itu dapat dikelompokkan diantaranya, anak jalanan, wanita tuna susila, gelandangan, gelandangan psikotik, dan pengemis. (Suhandi & Arlita, 2021)

Aplikasi ini banyak digunakan oleh berbagai macam orang dari segala umur tidak menutup kemungkinan terdapat konten- konten yang mengandung unsur negatif di dalamnya. Adanya konten-konten negatif tersebut tentunya dapat membahayakan untuk perkembangan mental penggunanya yang rata-rata remaja yang berusia di bawah 18 tahun karena belum stabilnya dari segi pendirian maupun pemikiran. Masa remaja merupakan masa peralihan dari anak-anak menuju dewasa dalam hal ini terdapat perkembangan baik itu secara fisik maupun mental. Terdapat batasan usia yang umumnya digunakan oleh ahli antara 12 sampai 21 tahun, dapat dikelompokkan antara lain, remaja awal memiliki rentang usia 12-15 tahun, remaja pertengahan 15-18 tahun dan remaja akhir yang memiliki rentang usia 18- 21 tahun. (Sulistiyani Prabu Aji, 2022)

Kehidupan masyarakat maya merupakan suatu kehidupan masyarakat manusia yang tidak dapat secara langsung diindera melalui penginderaan manusia, namun mampu dirasakan serta disaksikan sebagai sebuah realitas. Pembentukan kelompok-kelompok masyarakat dalam dunia maya, tentunya terdiri atas individu-individu maya. Individu tersebut memiliki aspek yang beragam baik dari segi material ataupun immaterial. Keberagaman aspek tersebut turut mendapatkan fasilitas dunia maya. Mengingat dunia maya sebagai media sosial *online* yang sangat memungkinkan sosialisasi antar individu atau kelompok secara maya. (Fitrianur, 2016)

Perkembangan teknologi informasi tidak hanya mampu menciptakan masyarakat dunia global, namun secara materi dapat mengembangkan ruang gerak kehidupan baru bagi masyarakat. Tanpa disadari, komunitas manusia telah hidup dalam dua dunia kehidupan, yakni kehidupan masyarakat nyata dan masyarakat maya (*cybercommunity*). Masyarakat nyata ialah sebuah kehidupan masyarakat yang secara indrawi dapat dirasakan sebagai sebuah kehidupan nyata, hubungan-hubungan sosial sesama anggota masyarakat dibangun melalui pengindraan. Dalam masyarakat nyata, kehidupan manusia dapat disaksikan sebagaimana apa adanya. (Putri et al., 2022)

Berkembangnya dunia teknologi dan informasi, saat ini kita hidup di era teknologi dan informasi yang dapat memungkinkan kita berkomunikasi tanpa harus bertemu secara fisik (Iriantara, 2014). Salah satu media komunikasi yang berkembang secara pesat adalah media sosial. Media sosial adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial. Wiki, forum dan dunia virtual. (Cahyono, 2016)

METODE PENELITIAN

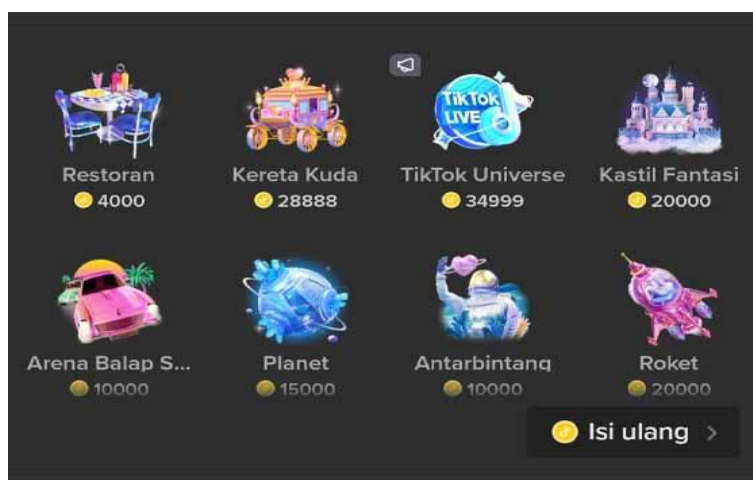
Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan studi Netnografi adalah studi yang berfokus memahami ruang siber yang didalamnya ada orang-orang yang berinteraksi satu sama lain dan mampu membentuk budaya dan sistem masyarakat tersendiri. Oleh karena itu, metode risetnya berbasis penelitian observasional dimana peneliti tidak sekedar bergabung pada suatu komunitas virtual namun turut aktif berpartisipasi juga. (Kozinets, 2015)

Metode Netnografi menurut Robert V. Kozinets yang dikutip oleh Rulli Nasrullah menyatakan bahwa netnografi merupakan bentuk khusus atau spesial dari riset etnografi yang disesuaikan untuk mengungkapkan kebiasaan unik dari berbagai jenis interaksi sosial yang termediasi oleh komputer (internet) termasuk dalam bidang marketing. Netnografi juga bisa didefinisikan sebagai metodolgi riset kualitatif yang mengadaptasi teknik riset etnografi untuk mempelajari budaya dan komunitas yang terjadi dalam komunikasi termediasi komputer atau computer-mediated communications. Definisi ini kemudian berkembang menjadi teknik riset untuk bidang media sosial.” (Nasrullah, 2018)

HASIL DAN PEMBAHASAN

TikTok merupakan *platform* digital konten kreator untuk membuat kreasi yang mereka inginkan. Fitur yang digunakan konten kreator untuk berkarya salah satunya *live streaming*. Siaran langsung atau *live* bisa menjadi salah satu cara membuat akun TikTok lebih aktif sekaligus berinteraksi dengan penonton. Hanya akun dengan minimal 1000 *followers* dan telah berusia 16 tahun yang dapat melakukan *live* di TikTok. Saat *live streaming* pengguna bisa mendapatkan hadiah dari penonton *live* tersebut. Hadiah *live* adalah fitur yang setelah diaktifkan di akun anda, memungkinkan penonton anda memberi reaksi dan mengapresiasi konten *live* anda secara *real-time*. Hadiah *live* adalah salah satu cara mengumpulkan berlian yang diberikan berdasarkan popularitas video-video anda. Selama video *live*, penonton dapat mengirimkan hadiah virtual yang akan muncul di layar. Di akhir video *live*, anda akan melihat jumlah total berlian yang dikumpulkan dalam ringkasan *live* anda. Hadiah yang didapatkan saat *live* dapat ditukarkan dengan sejumlah uang yang telah melalui prosedur yang ditentukan oleh pihak TikTok. (Wika et al., 2021)

Fitur *live streaming* kerap disalahgunakan oleh para konten kreator. Fitur tersebut dimanfaatkan para konten kreator untuk dijadikan lapak mengemis *online*. Mengemis *online* menjadi sebuah budaya populer di kalangan masyarakat. Masyarakat sangat antusias dalam tren ini baik menjadi aktor ataupun hanya penonton saja. Dengan mengeksploitasi lansia ataupun anak-anak untuk bermaksud menjual keadaan yang menyedihkan berkedok dengan “open donasi”. Hal ini dilakukan semata-mata untuk menarik simpatian dari masyarakat agar memberikan *gift* kepada mereka.



Gambar 1. Gift TikTok Beserta Nominalnya
Sumber Gambar (Google Image Result, n.d.-a)

Sebagian masyarakat masih belum paham dengan perbedaan open donasi dan mengemis *online*. Perbedaan open donasi dan mengemis *online* adalah dilihat dari dampaknya. Donasi merupakan pemberian bantuan (uang) penderma kepada perkumpulan; derma; pemberian; hadiah untuk kesejahteraan masyarakat banyak, sedangkan mengemis *online* mendapatkan sumbangan untuk kepentingan pribadinya.

Konten mengemis *online* yang dilakukan adalah mandi lumpur, tidur di kebun atau semak belukar, mengeksploitasi anak-anak, menjual keadaan yang menyedihkan menjadi sebuah budaya populer di kalangan masyarakat. Hal ini menjadi tren dan banyak menarik perhatian masyarakat sehingga ada sebagian yang menjadikan “ladang duit” dengan mengharapkan saweran berupa *gift* dari masyarakat.

Aksi ini banyak mendapatkan perhatian penonton atau *viewers* yang menonton aksi *live* mandi lumpur dan memberikan *give* terhadap aksi tersebut sehingga mereka para konten kreator. Hal ini menjadikan aksi tersebut menjadi budaya populer sehingga ini dianggap biasa dan viral sehingga mereka akan melakukan terus menerus demi meraup keuntungan yang besar.



Gambar 2. Konten Mandi Lumpur
Sumber Gambar (Google Image Result, n.d.-b)

Penggunaan *talent* lansia menarik minat penonton, sehingga penonton yang melihat aksi lansia dengan mandi lumpur dan berendam selama berjam-jam ataupun tidur malam di kebun, merasa iba dan kasihan atas kenyamanan dan kesehatan yang tidak terjamin sehingga mereka memberikan berbagai macam *give* kepada akun yang melakukan siaran langsung tersebut. Dari rasa iba oleh penonton tersebut konten kreator memanfaatkannya sebagai ladang mencari uang sebanyak-banyaknya. Keuntungan tersebut dapat ditukar menjadi sejumlah uang sesuai dengan jumlah point dari *give* tersebut. Permintaan *give* kepada penonton tak ubahnya sama seperti halnya mengemis uang tapi bedanya dilakukan secara *online*.

Aksi kegiatan dalam konten ini bermula dengan mengguyur diri sendiri dengan air hingga mandi lumpur selama berjam-jam, yang disiarkan secara langsung melalui aplikasi TikTok. Bahkan, ada juga yang mengklaim mandi selama 24 jam. Tempat mandi akan diatur sedemikian rupa di dalam sebuah kolam dan duduk di sebuah kursi yang diletakkan di tengah sebuah kolam berisi air yang kotor sembari memegang gayung. *Talent* akan menyirami dirinya sendiri, sambil mengucapkan terima kasih dengan membungkukan badannya kepada para penonton sambil mengatakan “terima kasih orang baik” yang telah memberinya koin, kemudian selanjutnya *talent* akan terus mengguyur badannya sesuai nominal pada *gift* tersebut

Menurut sumber berita Antaranews.com, Aksi Mandi lumpur ini sempat mendapatkan perhatian dari dari sejumlah pihak karena dianggap tidak layak dilakukan. Pemilik akun tersebut mendapatkan bantuan dari Kementerian Sosial melalui Dinas sosial Kabupaten Lombok Tengah.

Bantuan tersebut berupa bantuan kewirausahaan dengan harapan pemilik akun dapat membangun usaha hidup dan tidak melakukan konten mandi lumpur. Namun, perhatian dari pemerintah tidak mampu menghentikan fenomena ini. (Rosidi, 2023)

Fenomena mengemis *online* masih berlanjut. Tak hanya konten mandi lumpur, konten mengemis *online* sudah bertambah lagi yaitu tidur di kebun atau semak belukar, berendam di kolam tengah malam, tulisan permintaan diberikan *gift* guna memenuhi kebutuhan pribadi serta joget pargoy 24 jam. Dalam konten tersebut terlihat dua orang wanita paruh baya sedang tidur dengan beralas tikar tanpa selimut sehingga menampilkan kondisi yang menyedihkan dan menarik simpatisan dari masyarakat. Tidak hanya tidur dalam keadaan menyedihkan, wanita paruh baya tersebut juga disuruh joget sesuai keinginan dari *viewers* dan diberi saweran berupa *gift*.



Gambar 3. Dua Wanita Paruh Baya Tidur dan Berjoget di Kebun
Sumber Gambar (Emak-Emak Desa Setanggor Lombok Tengah Live TikTok Lagi, Bikin Konten Tidur Dan Joget Di Kebun - Tribunlombok.Com, n.d.)

Salah satu isi konten mengemis *online* lainnya adalah “joget pargoy”. Dalam konten tersebut *talent* akan melakukan joget pargoy tidak berhenti sampai kelelahan dengan berharap ada penonton memberikan *gift* kepada mereka. Ada yang melakukannya di rumah, ada yang melakukannya dengan menggunakan kostum di tepi jalan, dan ada yang melakukannya di ruang publik. *Talent* dari konten ini juga beragam yaitu gadis muda, pria muda, sepasang suami istri, kumpulan ibu rumah tangga, serta bapak-bapak. Mereka melakukan ini semua demi mengais pundi-pundi uang demi memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini tertera di dalam live streaming mereka.

Kata mengemis *online* memiliki kata lain di media sosial TikTok. Biasanya para aktor akan melakukan *live streaming* mengemis *online* dengan berbagai penyebutan pada *live streaming*-nya seperti Santai Dulu, Joget Pargoy, Joget Donut, Pedagang *Challenge*, dan lain-lain. salah satu aktor konten mengemis *online* dengan dinamakan “pedagang *challenge*.” Dalam kontennya, seorang wanita menggunakan jaket serta kain jarik yang diselempangkan di lehernya sambil memegang selebar kertas yang bertuliskan “saya pedagang challenge bermodalkan bakat demi terus berkarya”. Tak hanya itu, bermacam-macam konten mengemis *online* seperti aktor yang di *live streaming* menggunakan masker kemudian memegang selebar kertas dengan bertuliskan “saya adalah janda. Tap bunga mawar untuk beli kebutuhan”. Konten mengemis *online* yang paling banyak digunakan adalah joget pargoy. Di dalam konten tersebut, para aktor joget sesuai dengan template *gift*. Para aktor joget biasanya di dalam sebuah ruangan yang sudah di atur sedemikian rupa ada alat musiknya, lampu warna warni. Tak hanya itu ada juga yang melakukan di pinggir

jalan dengan seolah-olah tidak perlu malu yang penting bisa mendapatkan uang untuk menghidupin kebutuhan.

Fenomena mengemis *online* bisa dikatakan sudah menjadi budaya populer. Budaya populer merupakan budaya massa, yaitu budaya yang dihasilkan oleh massa untuk dikonsumsi massa. Budaya ini dikonsumsi tanpa melihat dari dampak positif dan negatif dan melakukan pertimbangan apakah budaya tersebut dapat diterima di dalam masyarakat atau tidak. Mengemis *online* sudah menjamur dan berbagai macam konten yang dibuat. Para masyarakat juga tertarik menonton *live streaming* itu dan ikut memberikan *gift* dengan alasan ingin membantu konten kreator dan menganggap hal ini wajar.

Mengemis *online* menjadi tren dan gaya hidup yang disenangi atau diperhatikan masyarakat. Dengan bermodalkan kuota dan *handphone*, mengemis *online* sudah bisa dilakukan dimanapun. Tren merupakan sebuah budaya populer berasal dari gaya hidup yang disukai masyarakat dan terlihat modern sesuai pada zamannya sehingga masyarakat berbondong-bondong mengikuti sebuah tren tersebut sehingga banyak yang mengikuti gaya hidup orang yang disukainya serta menjadikan budaya populer.

Peluang kreativitas kemiskinan tersebut dibantu dengan teknologi baru yang menggambarkan pengemis tidak sekedar pasrah. Mereka dianggap kreatif dengan memanfaatkan teknologi sebagai bagian dari manajemen kesan untuk mendapatkan perhatian. Namun, kreativitas itu memberikan dampak yang luas terhadap masyarakat secara umum dan juga bangsa karena disiarkan secara *online*. Hal itu dapat merusak citra masyarakat Indonesia dalam kancah global.

Pada sisi lain, para pengemis tersebut memanfaatkan kecenderungan orang Indonesia yang terkenal dengan kedermawaannya. Dalam *live streaming* tersebut banyak pro kontra dari *viewers*. Selain berdasarkan observasi lapangan, banyak *viewers* yang pro dengan mengemis *online* dibuktikan dengan kedermawaan memberikan *gift* tersebut juga dapat dilihat dengan menjamurnya pengemis *online* dan banyaknya perolehan pendapatan pengemis *online* yang mencapai jutaan rupiah.

Mengemis *online* juga menjadi "lapak menggiurkan" bagi sekelompok orang. Alhasil, baru saja ada sebuah panti asuhan di Kota Medan melakukan kegiatan mengemis *online* dengan isi konten mengeksploitasi anak di media sosial TikTok untuk meraup keuntungan. Pengurus panti asuhan tersebut kerap membuat siaran langsung di TikTok saat tengah mengurus anak-anak di panti agar mendapatkan uang dari penonton lewat "*gift*" yang diberikan. Di dalam kontennya, para pengelola panti asuhan menayangkan anak-anak tersebut tidur dengan beralas tipis di ruang terbuka (seperti ruang tamu atau keluarga) berselimut kain sarung menampilkan sebuah metakomunikasi pada konten tersebut seolah-olah anak-anak tersebut merasa kedinginan dan digigit nyamuk. Tak hanya itu, para pengelola panti asuhan ini juga membuat aktivitas dalam konten tersebut memberikan makan berupa bubur pada bayi berusia 2 bulan dengan niat membuat seolah-olah para pengelola panti asuhan tidak memiliki uang sehingga diberi makanan padat, padahal menurut aturan dari WHO umur 2 bulan belum bisa diberi makanan padat karena lambungnya belum bisa mencerna dengan baik. Alhasil konten tersebut mengundang reaksi negatif dari para netizen yang merasa para pengelola panti asuhan sudah melanggar norma sosial.

Konten eksploitasi anak yang dilakukan pengelola panti asuhan tersebut berlanjut pada sebuah laporan polisi yang dilakukan masyarakat atas perlindungan anak. Setelah polisi mendatangi panti asuhan tersebut dan memeriksa status hukum dari panti asuhan ditemukan fakta yang mengejutkan bahwasannya panti asuhan tersebut tidak terdaftar pada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia alias gadungan. Mengutip dari berita @tribunnews mengatakan pengelola panti asuhan gadungan meraup keuntungan sebesar 20-50 juta. Ternyata uang hasil donasi tersebut tidak digunakan untuk kepentingan anak yatim piatu, melainkan untuk kepentingan pribadi para pengelola. (Felisiani, 2023)

Mengemis *online* kerap dilakukan masyarakat dilatar belakangi oleh beberapa faktor, yakni; (1) perkembangan teknologi. Seiring perkembangan zaman, media sosial sangat digemari oleh masyarakat. Media sosial menjadi ruang publik dan memberi kebebasan serta kemudahan kepada

manusia untuk mengekspresikan dirinya untuk tujuan apapun, termasuk mencari uang; (2) tuntutan ekonomi. faktor terbesar jelas karena faktor himpitan ekonomi yang memotivasi para kreator konten untuk melakukan aksi tersebut; (3) Kesempatan. Kurangnya aturan tegas dari pihak media sosial khususnya TikTok dalam membuat konten mana yang boleh dipublikasi; dan (4) sistem sosial yang mendukung. Konten mengemis *online* ini menjamur dikarenakan adanya dukungan secara tidak langsung dengan tetap memberikan *gift* kepada konten kreator.

Metakomunikasi dari fenomena mengemis *online* bisa dilihat beberapa aspek, yakni; (1) Pemberian *gift*. *Gift* menjadi pengganti dari donasi atau uang elektronik di media sosial TikTok bahkan diberi *template* untuk memberikan donasi; (2) Penyebutan judul dalam konten. Pada saat melaksanakan *live streaming*, para aktor tidak menyebutkan secara *gambling* bahwasannya kegiatan mengemis *online*. Para aktor menamakan konten tersebut dengan sebutan lain seperti pedagang *challenge*, NPC, joget pargoy, kebutuhan anak panti dan lain-lain; (3) Isi konten. Isi konten tersebut diatur sedemikian rupa agar menarik simpati dari *viewers*, seperti mimik wajah memelas sambil menahan kedinginan dan kelelahan, Ketika diberi *gift* akan mengucapkan rasa terima kasih sambil mengepalkan kedua tangan kemudian membungkukan badan berkali kali dengan wajah yang sangat terharu.



SIMPULAN

Mengemis *online* di era digital sudah mulai menjamur dengan menggunakan new media khususnya media *online*. Metakomunikasi di dalam mengemis *online* cukup banyak digunakan. Peneliti meneliti salah satu *platform* media sosial yakni TikTok. Pada penelitian ini terlihat jelas perubahan makna dalam penggunaan media sosial. Media sosial yang dahulu digunakan untuk berinteraksi berubah menjadi tempat mencari uang dengan cara yang tidak baik. Beberapa oknum memanfaatkan media sosial untuk mengemis. Beberapa faktor yang mempengaruhi hal ini semakin menjamur karena faktor perkembangan teknologi, tuntutan ekonomi, kesempatan dan system sosial yang mendukung. Bentuk kepedulian dari para donator tidak diberikan secara langsung dengan menggunakan uang *cash* melainkan bentuk dalam *gift* dengan nominal tertentu yang masuk ke dalam akun si aktor mengemis *online* dan bisa dicairkan melalui rekening bank. Tak hanya itu, para aktor juga memainkan ekspresi wajah dan *setting* lokasi *live streaming* yang mengundang rasa empati *viewers* sehingga *viewers* pun terikut rasa kesedihan dan memberikan saweran *gift*-nya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- Budiargo, D. (2015). *Berkomunikasi ala Net-Generation (Indonesian Related video shorts (0) Make Money with Us*. Elex Media Komputindo.
- Buhari, A. T. (2015). Pengemis dalam Tinjauan Ekonomi Islam. *Jurnal Pendidikan Dan Pranata Islam*, 6(2), 260–300. <https://core.ac.uk/download/pdf/231325666.pdf>
- Cahyono, A. S. (2016). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA. *Publiciana*, 9(1), 140–157. <https://doi.org/10.36563/PUBLICIANA.V9I1.79>
- Emak-emak Desa Setanggor Lombok Tengah Live TikTok Lagi, Bikin Konten Tidur dan Joget di Kebun - *Tribunlombok.com*. (n.d.). Retrieved November 11, 2023, from <https://lombok.tribunnews.com/2023/06/08/emak-emak-desa-setanggor-lombok-tengah-live-tiktok-lagi-bikin-konten-tidur-dan-joget-di-kebun>
- Felisiani, T. (2023). Fakta Ngemis Online di TikTok Pakai Bayi Nangis, Pengelola Panti Asuhan di Medan Kantongi Rp 50 Juta Artikel ini telah tayang di *Tribunnews.com* dengan judul Fakta Ngemis Online di TikTok Pakai Bayi Nangis, Pengelola Panti Asuhan di Medan Kantongi Rp 50 Ju. *Tribunnews*. <https://www.tribunnews.com/regional/2023/09/21/fakta-ngemis-online-di-TikTok-pakai-bayi-nangis-pengelola-panti-asuhan-di-medan-kantongi-rp-50-juta>
- Fitrianur, I. (2016). Analisis Efek Penggunaan Media Sosial Line. *EJournal Lmu Komunikas*, 4(4), 240–253. [http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/11/ejournal_Skripsi_Irfan_Fitrianur_ONLINE_\(11-18-16-06-53-20\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/11/ejournal_Skripsi_Irfan_Fitrianur_ONLINE_(11-18-16-06-53-20).pdf)

Google Image Result. (n.d.-a). Retrieved November 11, 2023, from

 <http://mahesainstitute.web.id/ojs2/index.php/jehss>  mahesainstitut@gmail.com 966



https://www.google.com/imgres?imgurl=https://assets.jalantikus.com/assets/cache/738/505/userfiles/2023/08/30/gift-TikTok-97567.png&tbnid=_Bg-Wzhv64RrM&vet=1&imgrefurl=https://jalantikus.com/tips/harga-gift-TikTok-universe/&docid=eFKgMbjJ-KsXAM&w=1072&h=7

- Google Image Result. (n.d.-b). Retrieved November 11, 2023, from https://www.google.com/imgres?imgurl=https://images.solopos.com/2023/01/rsz_mandi_lumpur_res.jpg&tbnid=2xlPmyCijkU7ZM&vet=1&imgrefurl=https://lifestyle.solopos.com/nenek-nenek-mandi-lumpur-viral-di-TikTok-1521940&docid=atb_shDaHV6Z4M&w=700&h=500&source=sh/x/im/m1/1&shem=uvafe2
- Iriantara, Y. (2014). *Komunikasi Antar Pribadi*. Universitas Terbuka.
- Juwita, E. P., Budimansyah, D., & Nurbayani, S. (2015). PERAN MEDIA SOSIAL TERHADAP GAYA HIDUP SISWA. *SOSIETAS*, 5(1). <https://doi.org/10.17509/SOSIETAS.V5I1.1513>
- Kozinets, R. (2015). *Netnography: Redefined*. 1–297. <https://doi.org/10.2501/S026504871020118X>
- Mahfudz, M. (2019). Konstruksi Budaya Mengemis Pada Masyarakat Desa Pragaan Daya Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep Madura. *Sosiologio*, 1–19. <https://repository.unair.ac.id/80336/>
- Nasrullah, R. (2018). *Etnografi Virtual: Riset Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi di Internet* (2nd ed.). Simbiosis Rekatama Media. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/47521>
- Putri, I., Dendi, Syukerti, N., Mulyadi, A. I., & Maulana, I. (2022). MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PERGESERAN INTERAKSI SOSIAL REMAJA. *Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha*, 2(2), 1–10. <https://doi.org/10.56869/JIKOBA.V2I2.422>
- Rahmana, P. N., N, D. A. P., & Damariswara, R. (2022). PEMANFAATAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA EDUKASI DI ERA GENERASI Z. *Akademika: Jurnal Teknologi Pendidikan*, 11(02), 401–410. <https://doi.org/10.34005/AKADEMIKA.V11I02.1959>
- Rosidi, A. (2023). Ibu pelaku aksi mandi lumpur di konten TikTok dapat bantuan pemerintah. *Antara News*.
- Suhandi, & Arlita, D. (2021). KEMISKINAN DAN PERILAKU KEAGAMAAN DALAM MENGUNGKAP SIMBOL KEAGAMAAN PENGEMIS. *Ijtima'iyya: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 14(1), 105–132. <https://doi.org/10.24042/IJPMI.V14I1.7471>
- Sulistiyani Prabu Aji. (2022). Psikologi Perkembangan Manusia Baru Lahir. In *Psikologi Perkembangan*. PT. Global Eksekutif teknologi. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=G-B1EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA333&dq=Faktor-faktor++yang++mempengaruhi+perkembangan+manusia&ots=JT6K0VNEHn&sig=CRhl0OXISfOGf7vTysKv2xw0RuA&redir_esc=y#v=onepage&q=Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan manus
- Wika, Rauzatul Jannah, S., & Fajri, N. (2021). Hubungan Internet Addiction Dengan Kualitas Tidur Remaja. *Jouranal of Chemical*, V(1), 1–8. <https://jim.usk.ac.id/FKep/article/view/17939>

