

## Fenomena Normalisasi Konten Mengemis Gift pada Live TikTok dalam Perspektif Cyber Ethics di Kalangan Remaja

**Devy Putri Kussanti<sup>1</sup> dan Dhefine Armelsa<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta, Indonesia

Email: [1devy.dpk@bsi.ac.id](mailto:1devy.dpk@bsi.ac.id), [2dhefine.dfm@bsi.ac.id](mailto:2dhefine.dfm@bsi.ac.id)

### INFORMASI ARTIKEL

#### Histori Artikel

**Dikirimkan:**

19 Desember 2025

**Direvisi:**

22 Desember 2025

**Diterima:**

14 Januari 2026

**Diterbitkan:**

19 Januari 2026

**Abstrak** – Penelitian ini dilatarbelakangi oleh munculnya fenomena konten mengemis gift dalam siaran langsung aplikasi TikTok yang semakin marak dan mengalami normalisasi di kalangan pengguna, khususnya remaja. Fenomena ini menunjukkan adanya perubahan pola interaksi dan nilai etika dalam ruang digital, di mana praktik mengemis gift semakin dianggap wajar dan menjadi bagian dari budaya live streaming. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme yang memandang realitas sosial sebagai hasil konstruksi makna melalui interaksi simbolik antara kreator dan audiens. Data dikumpulkan melalui observasi konten siaran langsung TikTok, dokumentasi, serta analisis bentuk komunikasi dan respons audiens. Hasil penelitian menunjukkan bahwa normalisasi konten mengemis gift di kalangan remaja terbentuk melalui tiga pola utama. Pertama, pola mengemis gift melalui bercandaan atau tantangan, di mana permintaan gift dikemas secara humoris sehingga tidak dianggap sebagai tindakan mengemis. Kedua, pola mengemis gift melalui penghargaan atau pengakuan, seperti pemberian pujian, penyebutan nama, atau status simbolik kepada penonton yang mengirimkan gift. Ketiga, pola mengemis gift melalui tindakan bersyarat, yaitu kreator menjanjikan atau melakukan tindakan tertentu apabila target gift terpenuhi. Ketiga pola tersebut berperan dalam membangun persepsi kolektif bahwa praktik mengemis gift merupakan hal yang normal dan dapat diterima. Dalam perspektif cyber ethics, fenomena ini berpotensi mengaburkan nilai-nilai etika digital, seperti tanggung jawab, kejujuran, dan kesadaran akan batas etis dalam interaksi daring. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi kajian komunikasi digital serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya etika siber di kalangan remaja.

#### Kata Kunci

Konten Mengemis Gift  
Live TikTok  
Normalisasi Konten  
Cyber Ethics

**Abstract** - This study is motivated by the emergence of the phenomenon of gift-begging content in TikTok live streaming, which has become increasingly widespread and normalized among users, particularly adolescents. This phenomenon indicates a shift in interaction patterns and ethical values within digital spaces, where the practice of asking for gifts is increasingly perceived as acceptable and has become part of live streaming culture. The study employs a descriptive qualitative method with a constructivist paradigm, which views social reality as the result of meaning construction through symbolic interactions between content creators and audiences. Data were collected through observations of TikTok live streaming content, documentation, and analysis of communication forms and audience responses. The findings reveal that the

*normalization of gift-begging content among adolescents is formed through three main patterns. First, gift begging through jokes or challenges, in which requests for gifts are framed humorously so that they are not perceived as begging. Second, gift begging through rewards or recognition, such as praise, name mentions, or symbolic status given to viewers who send gifts. Third, gift begging through conditional actions, where creators promise or perform certain actions once a gift target is achieved. These three patterns contribute to the construction of a collective perception that gift begging is a normal and acceptable practice. From a cyber ethics perspective, this phenomenon has the potential to blur digital ethical values, such as responsibility, honesty, and awareness of ethical boundaries in online interactions. This study is expected to contribute theoretically to digital communication studies and to enhance awareness of the importance of cyber ethics among adolescents.*

**Corresponding Author:**

**Devy Putri Kussanti**, Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta, Indonesia. [devy.dpk@bsi.ac.id](mailto:devy.dpk@bsi.ac.id)

## **PENDAHULUAN**

Pemanfaatan media sosial daring oleh masyarakat, khususnya kalangan remaja, merupakan konsekuensi dari perkembangan teknologi yang berlangsung secara cepat dan berkelanjutan, serta memengaruhi berbagai aspek kehidupan. Media sosial didefinisikan sebagai aplikasi berbasis internet yang dikembangkan dengan dukungan ideologi dan teknologi Web 4.0, yang berfungsi sebagai sarana interaktif bagi individu maupun komunitas dalam memproduksi dan mendistribusikan konten buatan pengguna. Keberadaan media sosial tersebut mendorong terjadinya keterhubungan sosial tanpa batas, baik dengan individu yang memiliki kedekatan personal maupun dengan pihak yang tidak saling mengenal. Kondisi ini tidak terlepas dari pesatnya perkembangan media informasi, baik dalam bentuk media cetak maupun media elektronik.

Perkembangan teknologi dan media telah melahirkan berbagai bentuk media baru yang tidak hanya memperluas, tetapi juga mentransformasikan aspek sosial dan teknologi dalam praktik komunikasi publik, khususnya pada ranah komunikasi massa. Dalam perkembangannya, media sosial menjadi salah satu manifestasi media baru yang mengalami pertumbuhan signifikan dan digunakan secara luas oleh masyarakat, terutama kalangan remaja, sebagai ruang utama untuk berinteraksi, mengekspresikan diri, serta mengonsumsi dan mendistribusikan informasi. Namun demikian seseorang juga perlu memiliki kapasitas dalam memilih informasi mana yang benar-benar sesuai (Rini et al, 2022).

Jejaring sosial merupakan platform digital yang memungkinkan individu untuk membangun profil atau akun pribadi, menjalin relasi dengan pengguna lain, serta melakukan pertukaran informasi dan komunikasi secara daring. Berbagai platform jejaring sosial yang memiliki basis pengguna besar antara lain Facebook, MySpace, X (dulu Twitter), Instagram, dan TikTok. Menurut (Kapoor et al., 2022) media sosial telah disebut sebagai situs media sosial atau seperangkat Peran Media Sosial Dalam Pendidikan 7 teknologi informasi yang memudahkan interaksi dan jaringan.

Dalam konteks era globalisasi saat ini, kehidupan masyarakat tidak dapat dipisahkan sepenuhnya dari keberadaan media. Media massa berperan sebagai perpanjangan fungsi pancaindra manusia yang memungkinkan individu menyerap berbagai informasi dari lingkungan sekitarnya dalam aktivitas sehari-hari. Melalui media massa, masyarakat memperoleh akses terhadap beragam informasi dalam jumlah yang luas dan berkelanjutan. Seiring berkembangnya media massa, khususnya media sosial, terjadi perubahan pada tingkat pengetahuan publik. Namun demikian, media sosial tidak selalu merepresentasikan dampak positif, karena pengguna yang memiliki keterbatasan literasi informasi berpotensi mengalami dampak negatif dari konten yang beredar pada berbagai platform media tersebut.

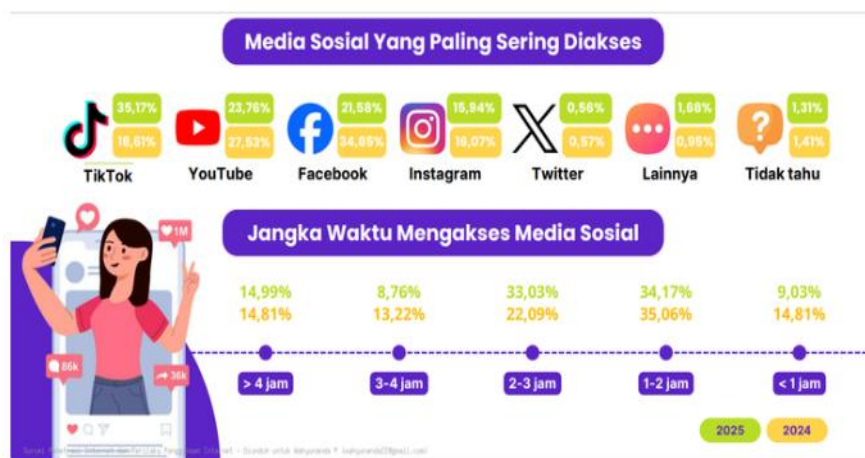
Selain itu, keberadaan media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kehidupan sosial masyarakat, khususnya dalam membentuk dinamika hubungan sosial serta mendorong perubahan pada nilai, sikap, dan pola perilaku kelompok sosial. Perubahan sosial tersebut dapat muncul dalam dua sisi yang berbeda. Di satu sisi, media sosial memberikan dampak positif, seperti kemudahan dalam mengakses informasi serta

peluang manfaat sosial dan ekonomi. Namun, di sisi lain, media sosial juga memunculkan dampak negatif, antara lain terbentuknya kelompok-kelompok sosial berbasis agama, suku, atau pola perilaku tertentu yang dalam beberapa kasus menunjukkan kecenderungan menyimpang dari norma sosial yang berlaku.

Media sosial adalah alat yang memungkinkan adanya kolaborasi antara pengguna yang menghasilkan konten. Media sosial juga merupakan platform media yang berfokus pada pemberdayaan pengguna dan memfasilitasi aktivitas. Oleh sebab itu, media sosial dapat dilihat sebagai instrumen sarana layanan online yang memperlancar hubungan antara pengguna dan ikatan sosial penggunanya. Salah satu media sosial yang paling populer adalah Instagram. Instagram pertama kali diluncurkan pada 6 Oktober 2010 di Amerika Serikat (Stephanie, 2020). Kemudian, pada awal tahun 2011, Instagram mulai dikenal di Indonesia sebagai platform media sosial yang digunakan oleh individu untuk berinteraksi, berbagi foto, berita, dan video dengan kemampuan menerapkan filter digital, serta membagikannya kepada pengguna lainnya (Stephanie, 2020).

Media sosial yang sangat booming saat ini adalah media sosial tiktok. Media sosial tiktok adalah layanan jejaring sosial yang dirilis tahun 2017 di China untuk berbagi menggunakan video berdurasi pendek sebagai media untuk menangkap dan menyajikan kreativitas, pengetahuan, serta momen lainnya (Firamadhina & Krisnani, 2021).

Sebagai salah satu bentuk media massa berbasis digital, Aplikasi Tiktok ini memberikan efek-efek spesial untuk video pendek sehingga terlihat menarik dan dapat ditonton oleh siapa saja selama masih memiliki jaringan internet. Semakin unik video yang dibagikan maka semakin banyak pula yang melihat video tersebut. Hal ini cenderung menyebabkan pengguna Tiktok berani melakukan hal apapun demi meraih popularitas. Selain itu aplikasi untuk membuat video pendek ini juga dilengkapi dengan dukungan musik yang cukup banyak sehingga para pengguna bisa membuat video pendek disertai dengan tarian, gaya bebas, bernyanyi dan masih banyak lagi. Hal ini bisa mendorong kreativitas seseorang untuk membuat video pendek sebagus mungkin dan menarik perhatian banyak orang. (Malimbe dkk, 2021)



Sumber: Kompas.com, berdasarkan laporan APJII (2025)

### Gambar 1. TikTok menjadi media sosial terpopuler di Indonesia

Berdasarkan data yang dirilis oleh Kompas.com, TikTok tercatat sebagai platform media sosial paling populer di Indonesia berdasarkan laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) berjudul Survei Profil Internet Indonesia 2025. Laporan tersebut disusun berdasarkan hasil wawancara tatap muka terhadap 8.700 responden warga negara Indonesia berusia minimal 13 tahun yang tersebar di 38 provinsi, dengan periode pengumpulan data berlangsung dari 10 April hingga 16 Juli 2025. Hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 35,17 persen responden mengakses TikTok, meningkat signifikan dibandingkan tahun sebelumnya yang tercatat sebesar 18,61 persen. Sementara itu, platform media sosial lain seperti Instagram dan X (sebelumnya Twitter) menempati posisi berikutnya dengan persentase pengguna masing-masing sebesar 15,94 persen dan 0,56 persen, yang keduanya mengalami penurunan dibandingkan tahun sebelumnya. Temuan ini mengindikasikan bahwa TikTok merupakan satu-satunya platform media sosial yang mengalami

pertumbuhan positif di antara lima aplikasi media sosial utama di Indonesia. (<https://tekno.kompas.com/read/2025/08/12/09290097/survei-tiktok-jadi-media-sosial-terpopuler-di-indonesia>)

Masyarakat di seluruh Indonesia sudah mengetahui keberadaan platform TikTok. TikTok merupakan salah satu media sosial yang sedang trending di kalangan remaja. Konten di Tik Tok sangat beragam, sehingga remaja dapat melihat pro dan kontra dari konten yang ditampilkan di fyp (*for your page*) Tik Tok. Banyak sekali informasi mengenai media sosial Tiktok yang saat ini sedang hangat diperbincangkan. Selain itu, aplikasi tiktok juga menampilkan kolom komentar dan tanda suka seperti fitur yang ada di instagram. Dengan adanya kolom *comment* dan *like*, orang secara tidak langsung berlomba-lomba membuat video dengan ide yang berbeda-beda untuk mendapatkan banyak *likes* dan komentar dari orang-orang yang menonton video tersebut. Sehingga hal ini mempengaruhi persepsi terhadap program ini. (Jihan Ramadhani, 2021).

Mayoritas pengguna TikTok Indonesia masih berusia muda. Namun saat ini TikTok membuat persyaratan dengan minimal usia 14 tahun. TikTok juga mengizinkan pengiriman pesan langsung dalam Format teks, bukan untuk gambar ataupun video yang disalahgunakan. TikTok juga membatasi penggunaan siaran Pesan langsung untuk di bawah 16 tahun Tahun. Menciptakan ekosistem internet bagus untuk anak muda, bekas Buka komunikasi antar pemuda dan orang tua merawat anak-anak seperti teman, sahabat, dan untuk mencari hal-hal baru. (Batoebara, 2020)

Masih berdasarkan survei APJII 2025, TikTok tercatat sebagai platform media sosial yang paling sering diakses oleh pengguna, baik laki-laki maupun perempuan. Berdasarkan data yang tersedia, sebesar 32,98 persen responden laki-laki menyatakan lebih sering mengakses TikTok dibandingkan platform media sosial lainnya, mengungguli YouTube yang berada pada angka 26,31 persen serta Facebook sebesar 21,85 persen. Sementara itu, tingkat akses TikTok pada responden perempuan menunjukkan persentase yang lebih tinggi, yakni mencapai 37,55 persen, dengan selisih yang cukup signifikan dibandingkan YouTube sebesar 21 persen dan Facebook sebesar 21,28 persen. Temuan ini menunjukkan dominasi TikTok sebagai media sosial utama lintas gender dalam pola konsumsi media digital masyarakat.

Berdasarkan Gender		
	Laki laki	Perempuan
Facebook	21,85%	21,28%
Instagram	15,19%	16,75%
Youtube	26,31%	21,00%
Tiktok	32,98%	37,55%
Twitter	0,68%	0,40%
Tidak Tahu	1,27%	1,38%
Lainnya	1,72%	1,64%

Sumber: Kompas.com, berdasarkan laporan APJII (2025)

**Gambar 2. TikTok menjadi aplikasi media sosial populer di kalangan laki-laki maupun perempuan**

Seiring dengan perkembangan teknologi digital, aplikasi TikTok mengalami transformasi signifikan baik dari segi fitur maupun fungsi. Pada tahap awal, TikTok hanya berfungsi sebagai media berbagi video berdurasi singkat sekitar 15 detik. Namun, sejalan dengan meningkatnya kebutuhan interaksi dan monetisasi konten, platform ini terus melakukan pembaruan fitur yang menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Salah satu inovasi penting yang diperkenalkan pada tahun 2019 adalah fitur TikTok Live, yang memungkinkan

pengguna melakukan siaran langsung dan berinteraksi secara langsung dengan audiens. Untuk menjaga keamanan pengguna, TikTok menetapkan sejumlah regulasi, antara lain batas usia minimal 14 tahun dan kepemilikan sedikitnya 1.000 pengikut untuk mengaktifkan fitur siaran langsung, serta pembatasan usia 18 tahun ke atas bagi pengguna yang ingin memanfaatkan fitur pemberian hadiah virtual (gift).

Santrock mengungkapkan dalam (Jannah, 2023) bahwa masa remaja merupakan periode transisi dalam perkembangan anak-anak, di mana mereka bergerak dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa. Periode ini ditandai dengan perubahan-perubahan biologis, emosional, dan kognitif.

Menurut (Masitoh, Itoh dkk, 2022) remaja adalah individu yang berumur 11 tahun dan telah mulai menunjukkan ciri-ciri seksual sekunder (fisik), serta telah memasuki masa pubertas. Oleh karena itu, ia tidak dapat diperlakukan seperti anakanak lagi. Dengan mengacu pada teori tersebut, dapat disimpulkan bahwa masa remaja merupakan masa transisi dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa, yang ditandai dengan perubahan-perubahan yang terjadi pada diri mereka, termasuk perubahan fisik, emosional, dan pandangan terhadap dunia. Pada masa ini, perkembangan dan pertumbuhan remaja sangatlah cepat.

Meskipun telah disertai dengan regulasi, dalam praktiknya pemanfaatan fitur tersebut tidak sepenuhnya terhindar dari penyimpangan. Salah satu fenomena yang muncul adalah praktik mengemis gift secara daring (*online begging*) dalam siaran langsung, di mana kreator secara eksplisit atau implisit mendorong penonton untuk memberikan hadiah virtual demi memperoleh keuntungan finansial. Dari perspektif *cyber ethics*, praktik ini dapat dipandang sebagai bentuk penyalahgunaan ruang digital karena mengaburkan batas antara kreativitas konten dan eksploitasi atensi audiens. Etika siber menekankan pentingnya tanggung jawab moral, kejujuran, serta penghormatan terhadap nilai-nilai sosial dalam interaksi digital, termasuk dalam aktivitas ekonomi berbasis platform. Ketika konten siaran langsung hanya berorientasi pada permintaan gift tanpa memberikan nilai edukatif, informatif, maupun hiburan yang sehat, maka praktik tersebut berpotensi melanggar prinsip etika digital yang menjunjung tinggi kebermanfaatan dan integritas konten.

Lebih lanjut, normalisasi praktik mengemis online dalam ruang publik digital dapat membentuk pola perilaku yang kurang etis, terutama bagi kelompok usia remaja yang masih berada pada fase perkembangan psikologis dan emosional. Remaja sebagai kelompok pengguna aktif media sosial berisiko menginternalisasi praktik tersebut sebagai sesuatu yang wajar dan dapat ditiru, tanpa mempertimbangkan implikasi moral dan sosialnya. Dalam konteks ini, *cyber ethics* berperan sebagai kerangka normatif yang menuntut adanya kesadaran kolektif, baik dari kreator, audiens, maupun penyedia platform, untuk menciptakan ekosistem digital yang bertanggung jawab, beretika, dan tidak mendorong praktik-praktik yang berpotensi merugikan perkembangan karakter generasi muda. *Cyber ethics* (etika digital) berarti memahami hak dan tanggung jawab dalam menggunakan teknologi, melindungi privasi kita, menghindari penyebaran informasi palsu (hoaks) dan menghormati kebebasan berpendapat dan berbicara online (Aprilia et al. 2023).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme untuk mengkaji fenomena normalisasi konten mengemis gift dalam siaran langsung TikTok serta implikasinya terhadap perilaku remaja dan nilai-nilai *cyber ethics*. Pendekatan kualitatif deskriptif dipilih karena penelitian ini berfokus pada upaya memahami fenomena sosial secara mendalam berdasarkan pengalaman, makna, dan interpretasi yang dibangun oleh para aktor di ruang digital. Paradigma konstruktivisme digunakan sebagai landasan berpikir untuk memandang realitas sosial sebagai hasil konstruksi sosial yang terbentuk melalui interaksi antara kreator konten, audiens, dan platform media sosial.

Creswell mendefinisikan pendekatan kualitatif sebagai suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia (Murdiyanto, 2020)

Aliran konstruktivisme mengenai penciptaan pengetahuan ialah acuan memunculkan struktur-struktur kognitif dalam interaksi dengan lingkungannya. Glaserfld mengatakan, konstruktivisme merupakan aliran filsafat ilmu pengetahuan yang memfokuskan pada pengetahuan yang kita miliki merupakan output konstruksi kita sendiri. Berdasarkan teori konstruktivis yakni landasan bahwa pembelajar mendapatkan pengetahuan adalah disebabkan pembelajar tersebut aktif disertai dengan adanya bantuan struktur kognitif. Melalui bantuan strktur kognitif ini, pembelajar menyusun pengertian realitasnya. (Pranyata, Y. I. P, 2023).

Paradigma konstruktivisme memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang dibangun (constructed) melalui pengalaman dan interpretasi individu maupun kelompok

Dalam kerangka konstruktivisme, praktik mengemis gift dalam siaran langsung TikTok dipahami bukan semata-mata sebagai perilaku yang berdiri sendiri, melainkan sebagai hasil dari proses pemaknaan yang berlangsung secara berulang dan dinormalisasi melalui interaksi simbolik di ruang digital. Penelitian ini menempatkan remaja sebagai subjek aktif yang tidak hanya menerima pesan, tetapi juga menafsirkan, merespons, dan membangun makna terhadap konten yang mereka konsumsi. Data penelitian dikumpulkan melalui observasi terhadap konten siaran langsung TikTok, dokumentasi digital, serta wawancara mendalam dengan informan yang relevan. Seluruh data dianalisis secara deskriptif untuk mengungkap bagaimana proses konstruksi makna terjadi, bagaimana normalisasi konten mengemis gift terbentuk, serta bagaimana nilai-nilai cyber ethics dipahami dan dipraktikkan oleh remaja dalam konteks media sosial.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Fenomena normalisasi konten mengemis gift dalam Live TikTok merupakan refleksi dari dinamika komunikasi digital yang berkembang pesat di kalangan remaja. Berdasarkan temuan lapangan, praktik mengemis gift tidak lagi dipandang sebagai tindakan yang menyimpang atau melanggar norma, melainkan telah menjadi bagian dari pola interaksi yang dianggap wajar dalam aktivitas live streaming. Hal ini terlihat dari intensitas ajakan pemberian gift yang disampaikan secara eksplisit oleh kreator, baik melalui bahasa verbal, ekspresi emosional, maupun penggunaan simbol visual yang dirancang untuk menarik empati audiens. Dalam konteks ini, proses normalisasi berlangsung melalui pengulangan praktik komunikasi yang secara perlahan membentuk persepsi kolektif di kalangan penonton, khususnya remaja.



Sumber: We Are Social

**Gambar 3. Data Pengguna Tiktok Indonesia 2025**

Berdasarkan proyeksi We Are Social, jumlah pengguna TikTok di Indonesia pada tahun 2025 diperkirakan mencapai sekitar 100 juta pengguna aktif bulanan, yang menunjukkan tingginya penetrasi platform ini dalam kehidupan digital masyarakat. Data tersebut sejalan dengan temuan bahwa TikTok menjadi media sosial yang paling sering diakses oleh pengguna, baik laki-laki maupun perempuan. Sebanyak 32,98 persen responden laki-laki menyatakan lebih sering menggunakan TikTok dibandingkan platform lain seperti YouTube dan Facebook, sementara pada pengguna perempuan persentasenya bahkan lebih tinggi, yakni mencapai 37,55 persen. Dominasi TikTok ini semakin diperkuat oleh karakteristik demografis penggunanya, yang mayoritas berada pada rentang usia 18–35 tahun. Kelompok usia tersebut didominasi oleh Generasi Z dan Milenial, yang dikenal sebagai generasi dengan tingkat adaptasi teknologi dan intensitas penggunaan media sosial yang tinggi. Dengan proporsi pengguna perempuan yang sedikit lebih besar dibandingkan laki-laki, serta tingginya partisipasi generasi muda,

Maraknya penyebaran konten digital yang tidak pantas di media sosial berpotensi memberikan dampak negatif terhadap pembentukan moral dan perilaku remaja yang masih berada pada fase pubertas. Pada tahap

perkembangan ini, remaja cenderung belum memiliki kemampuan yang matang untuk membedakan secara kritis antara perilaku yang sesuai dengan norma dan perilaku yang menyimpang, sehingga paparan konten yang tidak mendidik dapat dengan mudah memengaruhi sikap dan tindakan mereka. Kondisi tersebut diperparah dengan munculnya praktik konten mengemis *gift* dalam siaran langsung TikTok, di mana kreator kerap menampilkan perilaku yang tidak pantas, manipulatif, atau melanggar norma kesopanan demi menarik perhatian dan memperoleh keuntungan finansial.

Pesatnya perkembangan aplikasi TikTok tidak terlepas dari kemudahan akses yang ditawarkan kepada penggunanya, serta berbagai fitur yang mendukung peningkatan popularitas secara cepat, seperti kemudahan memperoleh pengikut dan tersedianya fasilitas siaran langsung (*live streaming*) yang terintegrasi dengan sistem pemberian *gift*. Karakteristik platform tersebut dimanfaatkan oleh sejumlah oknum kreator untuk melakukan praktik mengemis *gift* dalam siaran langsung, dengan memanfaatkan interaksi langsung dan kedekatan emosional dengan audiens sebagai strategi utama. Melalui mekanisme ini, kreator dapat memperoleh *gift* dalam jumlah besar dengan relatif mudah, tanpa harus menyajikan konten yang bernilai edukatif atau informatif. Praktik tersebut tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi semata, tetapi juga berpotensi memengaruhi cara pandang dan perilaku remaja sebagai audiens utama TikTok, khususnya dalam membentuk persepsi mengenai cara memperoleh popularitas dan penghasilan di ruang digital.



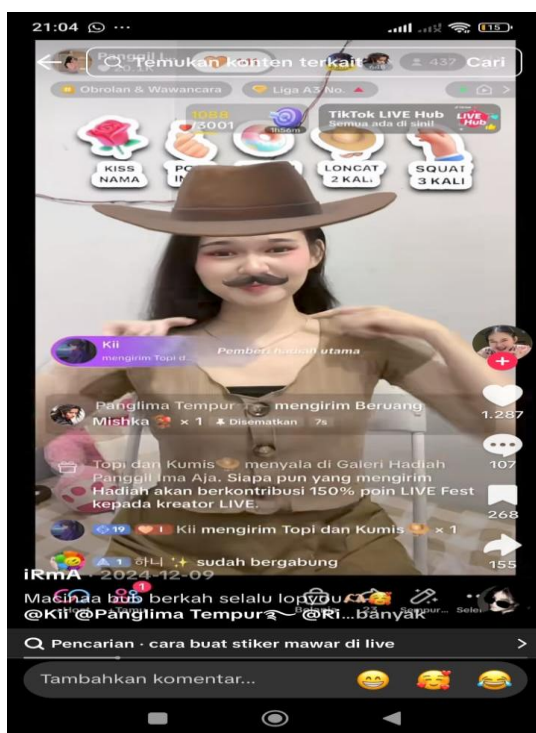
Sumber: Peneliti

#### Gambar 4. Pola mengemis *gift* melalui bercanda/tantangan di TikTok live

Konten bercanda remaja dalam siaran langsung TikTok dapat menjadi titik awal terbentuknya pola permintaan *gift* yang dinormalisasi. Dalam praktiknya, bercanda tersebut diawali dengan interaksi antara seorang remaja dan penonton melalui percakapan ringan mengenai tindakan yang sebaiknya dilakukan terhadap temannya. Interaksi tersebut kemudian berkembang ketika penonton memberikan arahan tertentu, seperti meminta remaja tersebut melakukan tindakan fisik ringan terhadap temannya (memukul kening temannya dengan handphone), yang disertai dengan pemberian *gift* sebagai bentuk apresiasi. Pola ini menunjukkan bahwa tindakan bercanda tidak lagi sekadar dimaknai sebagai hiburan, melainkan telah bergeser menjadi mekanisme transaksional, di mana perilaku tertentu dilakukan sebagai respons atas dorongan audiens dan imbalan berupa *gift*. Fenomena ini mengindikasikan terjadinya konstruksi sosial yang membentuk pola meminta *gift* dalam siaran langsung TikTok, yang berpotensi memengaruhi perilaku remaja serta pemaknaan mereka terhadap nilai-nilai etika dalam ruang digital.

Meskipun suasana dikemas santai, akrab dan penuh canda tawa, tetapi maksud dan tujuan dari remaja yang membuat konten tidak hanya menampilkan sebuah hiburan semata. Ia melakukan interaksi dengan

penonton melalui percakapan dan gesture untuk membangun kedekatan emosional dengan penonton. Dalam konteks ini, siaran langsung tidak diarahkan pada penyampaian konten edukatif atau informatif, melainkan lebih menekankan pada upaya memperoleh *gift* dari audiens. Temuan ini mengindikasikan bahwa relasi sosial dan hiburan dimanfaatkan sebagai instrumen ekonomi digital, yang berpotensi memengaruhi persepsi dan perilaku audiens, khususnya remaja, terhadap praktik pemberian *gift* dan nilai-nilai *cyber ethics*. Sehingga kedepannya remaja tersebut atau remaja lainnya yang menonton akan menormalisasi hal tersebut sebagai sebuah hiburan, dimana mereka menghibur dan berhak mendapatkan imbalan.



Sumber: Peneliti

### Gambar 5. Pola mengemis gift melalui penghargaan/pengakuan di TikTok live

Gambar diatas memperlihatkan praktik konten TikTok Live yang menampilkan pola interaksi antara kreator dan penonton melalui mekanisme pemberian gift. Kreator memberikan perhatian khusus kepada penonton yang mengirimkan gift, seperti menyebutkan nama pengirim secara langsung, memberikan pujian, menampilkan efek visual tertentu, hingga memberikan status simbolik seperti dijadikan moderator. Pola interaksi ini menunjukkan adanya pertukaran sosial yang bersifat simbolik, di mana gift tidak hanya berfungsi sebagai dukungan virtual, tetapi juga sebagai alat untuk memperoleh pengakuan, eksistensi, dan kedekatan sosial dengan kreator. Secara tidak langsung, praktik tersebut mendorong audiens lain untuk turut memberikan gift demi mendapatkan perhatian serupa, sehingga membentuk pola perilaku kolektif yang berorientasi pada pencarian pengakuan sosial dalam ruang digital TikTok Live.

Praktik pemberian perhatian khusus kepada penonton yang mengirimkan *gift* seperti penyebutan nama, pemberian pujian, atau penunjukan sebagai moderator yang menunjukkan adanya relasi kuasa dan pertukaran simbolik dalam ruang digital. Pola ini secara etis perlu dikaji karena berpotensi membentuk manipulasi psikologis halus, di mana audiens terdorong untuk memberikan *gift* bukan semata atas dasar apresiasi sukarela, melainkan demi memperoleh pengakuan sosial dan validasi dari kreator maupun komunitas penonton lainnya. Dalam konteks remaja, kondisi ini dapat mengaburkan batas antara interaksi yang wajar dan eksploitasi perhatian, sehingga bertentangan dengan prinsip *cyber ethics* yang menekankan kesadaran, tanggung jawab, serta keadilan dalam berinteraksi di ruang digital. Praktik tersebut juga berisiko menormalisasi budaya

transaksional dalam komunikasi daring, di mana nilai seseorang diukur dari kemampuan memberi *gift*, bukan dari kualitas partisipasi atau etika berkomunikasi.



Sumber: Peneliti

**Gambar 6. Pola mengemis gift melalui tindakan bersyarat di TikTok live**

Gambar diatas memperlihatkan praktik konten *Live TikTok* yang menampilkan pola aksi bersyarat berbasis gift, di mana kreator secara eksplisit mengaitkan tindakan tertentu dengan jenis atau jumlah *gift* yang dikirimkan oleh penonton. Hal ini terlihat dari teks instruksi di layar seperti permintaan untuk berjoget, melompat, berlari, atau melakukan aksi fisik ringan lainnya yang akan dilakukan apabila penonton mengirim *gift* tertentu. Pola ini menunjukkan bahwa tindakan kreator tidak muncul secara spontan, melainkan dijadikan sebagai bentuk imbalan atas kontribusi virtual audiens.

Dalam konteks ini, *gift* berfungsi sebagai alat pemicu (*trigger*) yang mengarahkan alur konten dan perilaku kreator selama siaran berlangsung. Kreator membangun interaksi yang bersifat transaksional, di mana ekspresi emosional, respons tubuh, maupun kelanjutan konten menjadi komoditas yang dipertukarkan dengan *gift*. Praktik tersebut memperlihatkan bagaimana mekanisme *live streaming* TikTok dimanfaatkan untuk mendorong partisipasi penonton melalui insentif visual dan tindakan langsung, sekaligus menormalisasi pola meminta *gift* sebagai bagian dari strategi keterlibatan audiens dalam ruang digital.

Dalam perspektif *cyber ethics*, praktik kreator yang melakukan atau menjanjikan suatu tindakan hanya jika *gift* tertentu dikirimkan menunjukkan adanya pergeseran etika interaksi di ruang digital menuju pola yang bersifat transaksional dan manipulatif. Relasi antara kreator dan penonton tidak lagi semata-mata dibangun atas dasar komunikasi dan hiburan, melainkan atas pertukaran simbolik yang mengaitkan nilai ekonomi dengan perilaku individu. Tindakan seperti aksi fisik ringan, ekspresi emosional berlebihan, atau penyajian konten lanjutan yang dikondisikan oleh *gift* berpotensi melanggar prinsip etika digital, khususnya terkait tanggung jawab, kejujuran, dan perlindungan audiens.

Lebih lanjut, dalam konteks remaja sebagai kelompok yang rentan, pola ini dapat mendorong normalisasi perilaku meminta imbalan secara implisit di ruang siber serta membentuk pemahaman keliru bahwa perhatian dan interaksi sosial harus "dibeli" melalui *gift*. Dari sudut pandang *cyber ethics*, kondisi tersebut menimbulkan persoalan etis terkait eksploitasi emosi audiens, tekanan sosial untuk berkontribusi secara finansial, serta kaburnya batas antara hiburan dan praktik ekonomi digital yang tidak sehat. Oleh karena

itu, fenomena ini perlu dikaji secara kritis sebagai bentuk tantangan etika dalam pemanfaatan platform media sosial berbasis live streaming.

Dalam konteks cyber ethics, praktik konten mengemis gift mencerminkan lemahnya tanggung jawab moral dalam produksi dan distribusi konten digital. Ketika perilaku tidak etis, seperti eksploitasi emosi audiens, tindakan yang tidak menghormati nilai-nilai sosial, atau penyajian konten yang tidak pantas, dibiarkan tanpa pembatasan yang tegas, maka remaja sebagai penonton berpotensi meniru perilaku tersebut. Proses imitasi ini terjadi karena konten tersebut dinormalisasi dan dipersepsikan sebagai hal yang wajar dalam ruang digital, terlebih ketika tidak terdapat larangan atau sanksi yang jelas terhadap pembuat konten. Akibatnya, nilai-nilai etika digital menjadi terpinggirkan, dan media sosial berisiko menjadi ruang yang justru memperkuat perilaku menyimpang alih-alih membentuk karakter remaja yang beretika dan bertanggung jawab.

## KESIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian, pola mengemis gift di TikTok Live kerap dikemas melalui bercanda maupun tantangan yang melibatkan interaksi langsung antara kreator dan penonton. Dalam praktik ini, penonton yang mengirimkan gift memperoleh perlakuan khusus, seperti penyebutan nama secara langsung, pemberian pujian, atau bahkan penunjukan sebagai moderator, sehingga tercipta dorongan psikologis bagi audiens untuk memberi gift demi mendapatkan pengakuan dan status sosial di ruang digital. Pola tersebut semakin diperkuat ketika kreator secara eksplisit melakukan atau menjanjikan tindakan tertentu hanya setelah gift tertentu dikirimkan, baik berupa aksi fisik ringan, ekspresi emosional, maupun kelanjutan konten yang bersifat kondisional.

Fenomena ini menunjukkan bahwa interaksi dalam TikTok Live tidak lagi sepenuhnya berorientasi pada hiburan, melainkan telah bergeser menjadi relasi transaksional yang menormalisasi praktik meminta imbalan secara simbolik dan ekonomi. Dari sudut pandang cyber ethics, khususnya bagi remaja, kondisi ini menimbulkan persoalan etis terkait pembentukan nilai, tanggung jawab digital, serta potensi eksploitasi emosi dan kerentanan psikologis audiens. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran etika berinternet agar remaja mampu bersikap kritis, tidak mudah terpengaruh oleh tekanan sosial digital, serta memahami batasan moral dalam berinteraksi dan berpartisipasi di platform media sosial.

## REFERENSI

- Aprilia, Annisa, Lusi Safriani, Fitrilawati, Fikri Triandika, Shofi Siti Farhaniah, Arianto Kurniawan, Ryzzaki Putra Hermawanti T, et al. 2023. "Sosialisasi Etika Bermedia Digital Untuk Masyarakat Desa Cilayung Jatinangor". *Dharma Sainika: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1: 6–12. <<https://doi.org/10.24198/saintika.v1i1.44827>>.
- Batoebara. (2020). APLIKASI TIK-TOK SERU-SERUAN ATAU KEBODOHAN. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.3.
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok: Tiktok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Social Work Journal*, 10(2), 199-208.
- Jannah, S. W. (2023). *Penerapan Konseling Individual dengan Teknik Self Management untuk Mengurangi Kenakalan Remaja Dampak Broken Home (Studi di Kampung Nagrog, Desa Bayumundu, Kecamatan Kaduhejo, Kabupaten Pandeglang, Banten)*
- Jihan Ramadhani. (2021). GAMBARAN PERSEPSI REMAJA TERHADAP APLIKASI TIKTOK: SEBUAH STUDI FENOMENOLOGI INTERPRETATIF. *Jurnal FUDA*.
- Kapoor, P. S., Balaji, M. S., Jiang, Y., & Jebarajakirthy, C. (2022). Effectiveness of travel social media influencers: a case of eco-friendly hotels. *Journal of Travel Research*, 61(5), 1138-1155.
- Malimbe, A., Waani, F., & Suwu, E. A. A. (2021). Dampak penggunaan aplikasi online Tiktok (Douyin) terhadap minat belajar di kalangan mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Ilmiah Society*, 1(1).
- Masitoh, Itoh and Muhajir, Muhajir and Hasbullah, Hasbullah and Fachmi, Teguh and Adriadi, A. (2022). PENCEGAHAN KEKERASAN SEKSUAL REMAJA PADA MODEL PEMBELAJARAN FIQH KONTEKSTUAL: PENELITIAN DI MTS AL FATHANIYAH SERANG, BANTEN Prevention of Adolescent Sexual Violence in the Contextual Fiqh Learning Model: Research at Mts AlFathaniyah Serang, Banten. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 9

- Murdiyanto, E. (2020). *Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai contoh proposal)*. Jakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) UPN Veteran.
- Pranyata, Y. I. P. (2023). *Kajian teori konstruktivis sosial dan scaffolding dalam pembelajaran matematika*. *Jurnal Ilmu Pendidikan (JIP)*, 1(2), 280–292.
- Rini, Riswanti, Nurain Suryadinata and Ujang Efendi. 2022. "Literasi Digital Mahasiswa Dan Faktor-Faktor Yang Berpengaruh". *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*10: 171–179. <<https://doi.org/10.21831/jamp.v10i2.48774>>.
- Stephanie, C. (2020). Hari Ini dalam Sejarah: Aplikasi Instagram Pertama Kali Dirilis. *Kompas Tekno*. <https://tekno.kompas.com/read/2020/10/06/14000057/hari-ini-dalam-sejarah--aplikasi-instagram-pertama-kali-dirilis-?page=all>