

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam membentuk pola perilaku sosial dan gaya hidup masyarakat (Gunawan, 2024). Salah satu perubahan yang paling mencolok adalah meningkatnya konsumsi media sosial, khususnya di kalangan generasi muda atau generasi Z (Wijaya et al., 2024). Generasi ini tumbuh dan berkembang dalam era digital, di mana platform media sosial seperti TikTok menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari (Information, P., Peter, V. F., & Agrawal, 2024). TikTok sebagai platform berbasis video pendek telah menjadi alat komunikasi dan ekspresi diri yang sangat populer, sekaligus menjadi sarana penyebaran berbagai tren yang berpengaruh dalam membentuk norma sosial dan pola perilaku sosial (Saroyini, P., & Putri PA, 2024).

Salah satu praktik yang menarik perhatian adalah praktik ngemis online, khususnya yang terjadi di platform media sosial seperti TikTok. Praktik ini, yang sering dilakukan oleh "Sadbor" (*Sad Boy*), dimana akun tersebut menjadi pelopor maraknya praktik tersebut dengan menonjolkan identitas yang berfokus pada penderitaan, yang pada gilirannya membentuk komodifikasi identitas (Karmida, 2021). Selain itu, akun *Sadbor* dipilih karena secara konsisten menampilkan elemen-elemen visual dan naratif yang berhubungan dengan konstruksi identitas kemiskinan. Dalam hal ini strategi teknis seperti pemilihan musik melankolis, pemanfaatan *hashtag* populer, serta jadwal unggahan pada jam-jam *prime time* memperlihatkan adanya kesadaran kreator terhadap cara kerja algoritma *TikTok* demi mendapatkan *engagement* maksimal. Tidak hanya itu, aspek monetisasi melalui promosi *live streaming* dan penggunaan *gift* digital juga menunjukkan adanya orientasi ekonomi yang jelas di balik representasi kemiskinan tersebut.

Namun, TikTok sebagai salah satu platform yang memungkinkan video viral dalam waktu singkat, turut mempercepat proses eksploitasi terhadap individu yang mengadopsi narasi penderitaan. Konten yang bersifat emosional, seperti cerita

kemiskinan yang diungkapkan oleh para pengguna, tidak hanya memengaruhi audiens secara psikologis, tetapi juga mengonversi perhatian tersebut menjadi keuntungan materi, seperti donasi atau dukungan finansial lainnya (Putra et al., 2022). Praktik ini mengangkat isu komodifikasi identitas dalam media sosial, di mana penderitaan yang seharusnya merupakan pengalaman pribadi diubah menjadi objek konsumsi publik yang dapat dijual. Komodifikasi ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa dalam masyarakat kapitalis, segala sesuatu termasuk identitas pribadi dan penderitaan dapat dipasarkan untuk tujuan ekonomi (Scholz, 2021).

Fenomena ngemis online seperti yang dilakukan akun “Sadbor” memunculkan pandangan yang beragam di masyarakat. Sebagian pihak menilai praktik ini sebagai bentuk adaptasi kreatif di era ekonomi digital, di mana individu memanfaatkan media sosial untuk bertahan hidup dan memperoleh penghasilan melalui donasi atau *gift* (Widiastuti & Nugroho, 2023). Namun, kelompok lain mengkritiknya sebagai bentuk eksploitasi kemiskinan yang dapat mereduksi martabat manusia dan memperkuat stereotip negatif terhadap kelompok miskin (Liu & Suh, 2021). Perbedaan pandangan ini mencerminkan adanya ketegangan antara kebutuhan ekonomi dan implikasi etis dari konten digital yang menampilkan penderitaan sebagai komoditas di ruang publik virtual.

Konten ngemis online "Sadbor" juga membawa dampak pada pandangan sosial terhadap kemiskinan. Beberapa studi menunjukkan bahwa eksposur terhadap cerita kemiskinan yang ditampilkan secara dramatis dapat memperburuk stereotip atau sudut pandang negatif terhadap kelompok miskin dan memperkenalkan ketimpangan sosial dalam bentuk yang lebih eksploitatif (Putra, Adde, & Fitri, 2023). Praktik ini menyoroti bagaimana kemiskinan bukan hanya dipandang sebagai sebuah kondisi sosial, tetapi juga sebagai sumber daya yang bisa dimanfaatkan untuk mendapatkan keuntungan pribadi melalui platform digital. Hal ini memunculkan pertanyaan mengenai batasan etis antara hiburan dan eksploitasi dalam penggunaan media sosial. Dalam hal ini, kemiskinan atau kesedihan menjadi bagian dari "*brand*" yang dipasarkan, dan audiens yang merasa terhubung atau bersimpati akan memberikan dukungan finansial sebagai bentuk empati (Zahra,

2021). Dengan demikian, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai ruang di mana identitas pribadi dapat diproduksi dan dikonsumsi oleh publik (Sangadji & Wisnujati, 2023).

Praktik “ngemis online” yang dilakukan oleh akun Sadbor menjadi studi kasus yang relevan untuk mengkaji komodifikasi identitas kemiskinan di era digital. Sadbor, melalui serangkaian kontennya, menampilkan narasi visual yang kuat tentang kemiskinan, yang memicu beragam reaksi audiens, mulai dari simpati, dukungan, hingga kritik tajam. Reaksi ini dapat diamati melalui kolom komentar yang sarat dengan berbagai sentimen, baik positif, netral, maupun negatif. Analisis terhadap respons audiens ini penting untuk memahami bagaimana representasi kemiskinan di media sosial mempengaruhi cara pandang publik terhadap realitas kemiskinan itu sendiri (Hall, 1997).

Melihat praktik ini, penting untuk menganalisis lebih dalam bagaimana ngemis online "Sadbor" pada platform TikTok menjadi alat komodifikasi identitas yang mendorong eksploitasi terhadap kemiskinan. Praktik ini mencerminkan adanya komodifikasi identitas, di mana narasi kemiskinan dijadikan alat untuk memperoleh keuntungan ekonomi dalam ruang digital. Pemilihan topik ini didasarkan pada keprihatinan terhadap bagaimana kemiskinan dieksploitasi secara simbolik demi kepentingan pribadi, serta bagaimana identitas kemiskinan dikonstruksi secara performatif. TikTok dipilih karena merupakan salah satu platform dengan tingkat interaksi paling tinggi, sistem algoritma yang sangat responsif terhadap konten emosional, dan banyaknya fitur monetisasi yang memungkinkan praktik eksploitasi identitas lebih mudah terjadi dan tersebar luas. Hal ini penting dikaji agar publik, khususnya generasi muda, memiliki kesadaran kritis terhadap realitas sosial yang dimediasi teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara identitas yang dibangun melalui narasi penderitaan dan eksploitasi sosial yang terjadi di balik praktik tersebut (Hendrawan, 2021).

Walaupun sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji representasi kemiskinan di media sosial, sebagian besar masih berfokus pada platform seperti Facebook, Instagram, atau YouTube (Pratiwi & Nugraha, 2021; Lim & Phua,

2022). Penelitian yang secara spesifik membahas praktik ngemis online di *TikTok*, terlebih lagi dengan mengombinasikan analisis wacana dan analisis sentimen, masih jarang ditemukan. Selain itu, studi sebelumnya umumnya menyoroti aspek visual atau naratif saja, tanpa mengaitkannya secara mendalam dengan strategi kreator, respons audiens, serta proses komodifikasi identitas kemiskinan di ekosistem media digital. Hal ini menandakan adanya ruang kosong penelitian yang perlu diisi melalui pendekatan yang lebih menyeluruh dan integratif.

Kebaruan penelitian ini terletak pada penerapan kombinasi analisis wacana kritis dan analisis sentimen berbasis data digital untuk menelaah praktik komodifikasi identitas kemiskinan pada konten “Sadbtor” di TikTok. Penelitian ini tidak hanya menelusuri konstruksi pesan visual dan naratif, tetapi juga memetakan respons audiens baik yang bersifat positif, netral, maupun negatif sebagai bagian dari dinamika interaksi di ruang digital. Dengan menjadikan TikTok sebagai lokasi penelitian, studi ini memberikan sudut pandang baru terkait peran algoritma, budaya partisipatif, dan fitur monetisasi dalam membentuk stereotip kemiskinan di masyarakat digital.

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan implikasi bagi berbagai pihak, termasuk konten kreator, pengguna media sosial, pendidik serta pembuat kebijakan dalam bidang regulasi digital. Jika ditemukan bahwa praktik ngemis online “Sadbtor” di TikTok berkontribusi terhadap komodifikasi identitas kemiskinan dan memengaruhi persepsi serta respons emosional audiens, maka strategi mitigasi yang lebih efektif dapat dikembangkan untuk mencegah eksploitasi kemiskinan di ruang digital. Selain itu, temuan penelitian ini juga dapat menjadi dasar bagi perumusan kebijakan yang mendorong penggunaan media sosial secara lebih etis serta menyoroti pentingnya literasi digital dalam memahami dampak sosial dari konten yang dikonsumsi dan diproduksi.

Secara keseluruhan, penelitian ini berangkat dari praktik sosial yang berkembang dalam ekosistem digital dan memiliki relevansi tinggi dengan dinamika pengguna media sosial. Dengan menganalisis praktik ngemis online “Sadbtor” sebagai bentuk komodifikasi identitas yang berpotensi mengeksploitasi kemiskinan, penelitian ini memberikan wawasan baru mengenai bagaimana

konstruksi narasi kemiskinan di platform Tiktok dapat memengaruhi persepsi dan respons audiens. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi signifikan dalam memahami implikasi sosial dari digitalisasi, terutama dalam konteks perubahan pola interaksi dan konsumsi konten yang semakin dipengaruhi oleh media sosial

## **1.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, supaya penelitian ini lebih terarah dan fokus, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana konstruksi identitas kemiskinan dimodifikasi oleh “Sadbor” untuk menarik simpati publik serta mendapatkan keuntungan material?
2. Bagaimana audiens merespons eksploitasi kemiskinan dalam praktik ngemis online di TikTok berdasarkan analisis sentimen komentar pengguna?
3. Bagaimana konten “Sadbor” menciptakan stereotip terhadap realitas kemiskinan di masyarakat digital?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diidentifikasi, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis konstruksi dan modifikasi identitas kemiskinan oleh “Sadbor” untuk menarik simpati publik demi memperoleh keuntungan material;
2. Mengklasifikasikan respons audiens terhadap eksploitasi kemiskinan dalam praktik “ngemis online” di TikTok melalui analisis sentimen komentar pengguna;
3. Mengidentifikasi dampak representasi konten “Sadbor” terhadap stereotip kemiskinan di masyarakat digital.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan literatur di bidang ilmu sosial, khususnya dalam kajian sosiologi digital dan media. Dengan menganalisis praktik “ngemis online” atau sadbor di TikTok, penelitian ini memberikan perspektif baru mengenai bagaimana media sosial membentuk konstruksi identitas kemiskinan sebagai komoditas serta bagaimana eksploitasi kemiskinan dapat terjadi dalam ruang digital. Selain itu, penelitian ini juga

memperkaya kajian mengenai komodifikasi identitas dalam konteks ekonomi digital dan respons sosial terhadap praktik tersebut. Hasil penelitian ini juga dapat memperkaya perspektif pendidikan dalam merespons dinamika budaya digital yang menormalisasi eksploitasi simbolik terhadap kemiskinan melalui konten media sosial.

#### **1.4.1 Manfaat Teoretis**

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan literatur di bidang ilmu sosial, khususnya dalam kajian sosiologi digital dan media. Dengan menganalisis praktik “ngemis online” atau sadbor di TikTok, penelitian ini memberikan perspektif baru mengenai bagaimana media sosial membentuk konstruksi identitas kemiskinan sebagai komoditas serta bagaimana eksploitasi kemiskinan dapat terjadi dalam ruang digital. Selain itu, penelitian ini juga memperkaya kajian mengenai komodifikasi identitas dalam konteks ekonomi digital dan respons sosial terhadap praktik tersebut. Hasil penelitian ini juga dapat memperkaya perspektif pendidikan dalam merespons dinamika budaya digital yang menormalisasi eksploitasi simbolik terhadap kemiskinan melalui konten media sosial.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

- a. Bagi Masyarakat Pengguna Media Sosial, keterbaruan dalam penelitian ini memberikan pegangan agar lebih kritis, etis, dan sehat dalam berinteraksi di ruang digital, khususnya di platform TikTok. Temuan penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat mengenali perbedaan antara konten yang benar-benar mencerminkan realitas sosial dengan konten yang sengaja mengonstruksi penderitaan demi keuntungan material. Dengan begitu, hasil penelitian ini tidak hanya memperkuat pemahaman akademik, tetapi juga menghadirkan manfaat langsung berupa peningkatan literasi digital, kesadaran etis, serta sikap lebih bijak dalam merespons konten yang berpotensi mengeksploitasi kemiskinan.
- b. Bagi Pendidik, Pembuat Kebijakan dan Lembaga Pendidikan, penelitian ini dapat menjadi referensi dalam merancang strategi pembelajaran yang

menanamkan nilai-nilai etika digital, empati sosial, serta literasi media. Dengan memahami praktik “Sadbor” dan implikasinya terhadap persepsi publik tentang kemiskinan, institusi pendidikan diharapkan mampu mengembangkan kurikulum atau program edukatif yang membekali peserta didik dengan kemampuan berpikir kritis terhadap konten digital dan tidak mudah terjebak dalam narasi manipulatif atau eksploitasi online.

- c. Bagi Peneliti Selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar untuk studi lebih lanjut terkait komodifikasi identitas, eksploitasi kemiskinan di ruang digital, serta bagaimana narasi kemiskinan dikonstruksi dan diterima oleh masyarakat dalam ekosistem media sosial.

### **1.5 Ruang Lingkup Penelitian**

Sistematika Penelitian ini difokuskan pada konten “Sadbor” yang marak di platform TikTok sebagai bentuk representasi kemiskinan yang dikonstruksi dan dikomodifikasi untuk memperoleh keuntungan material melalui simpati publik. Fokus utama dari penelitian ini adalah bagaimana identitas kemiskinan dibentuk secara performatif oleh kreator konten yang menampilkan karakter polos dan kumuh, serta bagaimana wacana-wacana tersebut memengaruhi persepsi audiens dalam ruang digital. Penelitian ini membatasi objek kajian pada video-video Sadbor yang diunggah di TikTok selama periode Januari 2023 hingga Juli 2025, di mana tren ini mengalami peningkatan signifikan dari sisi jumlah penonton dan interaksi pengguna.

TikTok dipilih sebagai ruang analisis karena menjadi media utama penyebaran konten serta tempat berlangsungnya praktik interaksi antara kreator dan pengguna yang memberi dampak secara sosial dan ekonomi. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan menggabungkan analisis wacana untuk mengkaji konstruksi pesan dan identitas yang dibangun dalam konten, serta analisis sentimen untuk menelaah tanggapan pengguna melalui komentar-komentar yang muncul. Ruang lingkup ini dibatasi agar penelitian tetap terarah pada konteks komodifikasi identitas dan eksploitasi kemiskinan dalam media sosial, sehingga tidak meluas pada bentuk konten serupa di luar TikTok atau pada platform lain.