

**Fenomena Mandi Lumpur Live di Tiktok Menurut Teori Dramaturgi Erving  
Goffman**

Oleh:

Wardatul Jannah  
IAI AL-QODIRI, Jember, Indonesia  
[wardajannah95@gmail.com](mailto:wardajannah95@gmail.com)

Nova Saha Fasadena  
IAI AL-QODIRI, Jember, Indonesia  
[Novahiday@gmail.com](mailto:Novahiday@gmail.com)

**ABSTRACT**

*Tiktok is a medium to be able to interact with viewers. With that interaction, the number of content creators has increased with various kinds of ideas, one of which is the mud bath which has become a phenomenon. For this reason, researchers are interested in researching using media analysis using Erving Goffman's theory of dramaturgy.*

*The results of the research are that the object that is used as the frontstage is the grandmother who was poured with mud water with the aim of getting gifts from viewers. Meanwhile, those who become the backstage are account owners who use the media to act as directors as well as communicate with viewers and use various strategies so that they get more gifts.*

**Keywords:** *Tiktok, Dramaturgi, mud bath*

**A. PENDAHULUAN**

Seiring berkembangnya dunia teknologi dan informasi, saat ini kita hidup di era teknologi dan informasi yang dapat memungkinkan kita berkomunikasi tanpa harus bertemu secara fisik (Irianto, 2017). Salah satu media komunikasi yang berkembang secara pesat salah satunya 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, 2002:142).

Media sosial tidak hanya sebagai sarana berkomunikasi dan berinteraksi 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.

Media sosial yang memiliki berbagai macam fitur, membuat konten kreator berkreasi dengan fitur-fitur yang disediakan platform media sosial. Salah satunya Tiktok, terdapat fitur live dalam TikTok yang digunakan oleh konten kreator untuk mendapatkan keuntungan berupa hadiah dari live yang dapat tukarkan dengan sejumlah uang.

Namun yang menjadi masalah adalah banyaknya pengguna akun yang menghalalkan segala cara agar mendapat simpati berupa gift dari viewers. Salah satunya adalah akun yang menggunakan nenek-nenek untuk mengguyur dirinya sendiri dengan mandi lumpur. Diluar dugaan, aksi “ngemis” online tersebut justru menjadi viral karena banyaknya orang yang bersimpati dan memberikan gift-nya.

Padahal efek samping dari aksi tersebut justru memberi dampak buruk bagi si nenek dengan kondisi tubuh yang menurun akibat terlalu lama berendam di air. namun meski demikian, pemilik akun dan si nenek seolah tidak kapok untuk terus melanjutkan aksinya. bahkan Fauzi menyebutkan bahwa Islam mengajarkan kita untuk menjaga harga diri dan menghindari aktivitas yang tidak bermanfaat. Apalagi aktivitas yang dengan sengaja mempertontonkan “kebodohan” kepada khalayak melalui media sosial (Fauzi et al, 2022). Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini.

## **B. METODE**

Ada banyak jenis pendekatan dalam penelitian, dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif oleh Cresswell di jelaskan bahwa penelitian kualitatif berfokus pada proses yang

terjadi serta produk atau hasil. Para peneliti khususnya tertarik untuk memahami bagaimana sesuatu terjadi (Creswell, 1994:162). Pendekatan kualitatif menjadi pilihan karena penelitian kualitatif mampu mengungkapkan secara mendalam fenomena yang diteliti.

Penelitian ini merupakan penelitian analisis media dengan menggunakan teori dramaturgi Erving Goffman. Teori dramaturgi Erving Goffman memiliki dua aspek analisis yang dapat digunakan sebagai metode analisis kehidupan dalam dunia drama maupun dunia nyata. Dalam penelitian ini peneliti akan menganalisis fenomena mandi lumpur yang di tayangkan live di tiktok oleh akun @Intan\_Komalasari92. Peneliti akan melihat bagaimana tayangan tersebut dari sisi dunia drama dan dunia nyata.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan *simple random sampling*. Dimana setiap individu yang berkomentar dan memberikan *give* (hadiah) pada akun tiktok Intan\_Komalasari92 memiliki peluang yang sama, sehingga peneliti mengambil secara acak tanpa memperhatikan banyak atau tidaknya penonton memberikan *give*.

## **C. KAJIAN TEORI**

### **1. Sejarah TikTok**

TikTok adalah salah satu platform media sosial yang berkembang paling cepat di dunia. TikTok memungkinkan penggunanya untuk membuat video pendek berdurasi 15 detik disertai music, filter, dan beberapa fitur kreatif lainnya (Kumparan.com, 2023). Aplikasi asal China yang dibuat pada September 2016 oleh seorang pengusaha bernama Zhang Yiming yang sekaligus pendiri perusahaan berbasis teknologi yaitu ByteDance. Sebelum dikenal luas oleh masyarakat dunia, aplikasi ini dulunya dikenal dengan sebutan Douyin di negara asalnya. Setelah terkenal di negara asalnya ByteDance akhirnya mencoba memperkenalkan aplikasi ini kepada masyarakat dunia dan memutuskan mengganti nama Douyin menjadi TikTok.

Misi TikTok adalah untuk merekam dan menyajikan kreativitas serta momen berharga dari seluruh penjuru dunia melalui ponsel. TikTok memungkinkan setiap orang untuk menjadi kreatif melalui video berdurasi 15 detik. Hal yang membuat TikTok menonjol di antara para pesaing lainnya

adalah aplikasi hiburan ini memungkinkan semua orang untuk bisa menjadi creator karena kesederhanaan dan kemudahannya.

TikTok masuk ke Indonesia pada tahun 2017 dan sempat viral di Indonesia pada tahun 2018, namun pada saat itu Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) memblokir TikTok dari Indonesia karena dianggap tidak mendidik. Pada tahun 2020, TikTok mulai populer kembali di Indonesia di berbagai kalangan masyarakat, termasuk artis, pejabat dan berbagai *public figure* lainnya. Banyak para kreator TikTok membuat dan menshare tren-tren baru yang dipromosikan dan menggunakan tagar “#FYP” yang merupakan singkatan dari *For Your Page* (Palupi, 2021). Hasil video yang unik dan menarik adalah kunci utama agar video yang diunggah menjadi booming dan viral. Untuk menghasilkan video yang menarik dan unik, TikTok menyediakan berbagai fitur yang dapat digunakan oleh para penggunanya dalam membuat konten-konten yang kreatif.

a. Penambahan Musik

Salah satu fitur utama pada TikTok adalah penambahan music para peeggungan diberikan fitur untuk dapat menambahkan berbagai jenis music ke dalam video yang sedang dibuat. Para pengguna TikTok dapat dengan bebas menggunakan music yang telah disediakan di TikTok karena sudah mendapatkan izin dari pemilik musik dan akan terbebas dari *copyright* (hak cipta).

b. Filter pada Video

Filter ini digunakan untuk mengubah rona dan *tone* warna pada video yang disesuaikan dengan objek pada video agar dapat terlihat bagus dan menarik.

c. Sticker dan Efek Video

TikTok juga menyediakan fitur *sticker* dan efek video yang bisa digunakan agar video yang sedang dibuat menjadi lebih kreatif dan unik. Terdapat 5 kategori efek video yang dapat digunakan oleh pengguna TikTok, antara lain efek visual, efek *sticker*, efek transisi, efek *split*, dan efek waktu. *Sticker* yang disediakan oleh TikTok juga sangat beragam, mulai dari *sticker* dekoratif, teks, suasana hati, gaya hidup, alam dan para

pengguna TikTok juga bisa mencari *sticker* yang diinginkan dengan memasukkan kata kunci.

d. Voice Changer

Fitur ini memungkinkan para pengguna TikTok untuk dapat mengubah suara dalam video yang sedang dibuat. Dengan fitur *voice changer* ini, video yang sedang dibuat akan menjadi lebih unik dan lucu. Beberapa pilihan *voice changer* yang dapat digunakan seperti, tupai, baritone, mic, megaphone, bergema, raksasa, dan lain sebagainya.

e. Beauty

Fitur ini dapat memberikan perubahan pada bentuk wajah, warna mata, dan memperhalus kulit wajah sehingga terlihat lebih cantik dan tampan. Fitur ini tentunya akan menambahkan kepercayaan diri para pengguna TikTok yang ingin tampil dengan menarik.

f. Auto Captions

Fitur ini merupakan salah satu fitur terbaru dari TikTok yang memungkinkan para pengguna untuk menambahkan *subtitle* pada video secara otomatis yang ditranskripsikan oleh TikTok. Fitur ini disediakan dengan tujuan untuk memfasilitasi para pengguna TikTok yang memiliki kesulitan mendengar.

g. Hapus Komentar dan Blokir Pengguna secara Massal

Fitur ini termasuk fitur terbaru dari TikTok untuk menghindari tindakan *bullying*. Para pengguna bisa memilih hingga 100 komentar untuk dihapus atau pengguna TikTok diblokir. Fitur ini akan memudahkan penghapusan komentar dan pemblokiran pengguna TikTok secara massal daripada harus dilakukan satu persatu.

h. Live Streaming

TikTok juga memiliki fitur *live streaming* seperti beberapa media sosial lainnya, tetapi hanya pengguna TikTok yang memiliki paling sedikit 1000 pengikut yang dapat melakukan *live streaming*.

## 2. Teori Dramaturgi Erving Goffman

Dramaturgi merupakan sebuah teori yang menjelaskan bahwa dalam kegiatan interaksi satu sama lain sama halnya dengan pertunjukan sebuah drama. Dalam hal ini manusia merupakan aktor yang menampilkan segala sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu melalui drama yang dilakukannya. Identitas seorang akto berinteraksi, tergantung dengan siapa sang aktor berinteraksi (Widodo, 2010:115).

Dramaturgi berasal dari Bahasa Inggris "*Dramaturgy*" dari kata "drama" yang berarti seni atau teknik drama dalam bentuk teater. Pertama kali di populerkan oleh Aristoteles, seorang filsuf Yunani. Sedangkan menurut Erving Goffman dramaturgi adalah sandiwara kehidupan yang disajikan oleh manusia. Situasi dramatic yang seolah-olah terjadi diatas panggung sebagai ilustrasi untuk menggambarkan individu-individu dan interaksi yang dilakukan mereka dalam kehidupan sehari-hari. Secara ringkas dramaturgi merupakan pandangan tentang kehidupan sosial sebagai serentetan pertunjukan dalam sebuah pentas.

Erving Goffman memperkenalkan dramaturgi pertama kali dalam kajian sosial psikologis dan sosiologis melalui bukunya "*The Presentatioan of Self In Everyday Life*". Buku tersebut menggali segala macam perilaku interaksi yang kita lakukan dalam pertunjukan kehidupan kita sehari-hari yang menampilkan diri kita sendiri dalam cara yang sama dengan cara seorang aktor menampilkan karakter orang lain dalam sebuah pertunjukan drama. Dalam teori dramaturgi Erving Goffman terdapat dua aspek analisis yang dapat digunakan untuk meneliti bagaimana keadaan seseorang ketika memainkan sebuah drama dan dalam kehidupan yang sesungguhnya.

a. *Front Stage* (Panggung Depan)

*Front stage* adalah kondisi dimana adanya penonton (yang melihat kita) dan kita sedang berada dalam bagian pertunjukan, saat itu kita berusaha untuk memainkan peran kita sebaik-baiknya agar penonton memahami tujuan dari perilaku kita. Perilaku kita dibatasi oleh konsep-konsep drama yang bertujuan untuk membuat drama atau pertunjukan berhasil. Di panggung inilah aktor akan membangun dan menunjukkan sosok ideal dan identitas yang akan ditonjolkan dalam interaksi sosialnya. Pengelolaan kesan yang ditampilkan merupakan gambaran aktor mengenai konsep ideal dirinya yang sekiranya bisa diterima penonton. Aktor akan menyembunyikan hal-hal tertentu

dalam pertunjukan mereka. *front stage* di bagi menjadi dua bagian, yaitu:

1. *Setting* yaitu tampilan sang aktor secara fisik dalam memainkan perannya, seperti berpakaian rapi dengan aksesoris jam tangan mahal, mobil kelas premium, samapi telepon selular keluaran terbaru.
2. *Front Personal* yaitu bagaimana macam perlengkapan (alat peraga) sebagai cerminan perasaan dari sang aktor. Di dalam *front personal*, terbagi menjadi dua bagian yaitu: pertama, Penampilan (*appearance*), yang terdiri dari berbagai jenis barangnya yang digunakan mencerminkan status sosial sang aktor. Kedua, Gaya (*manner*) yang berarti mengenalkan peran seperti apa yang dimainkan aktor kedepannya.

b. *Back Stage*

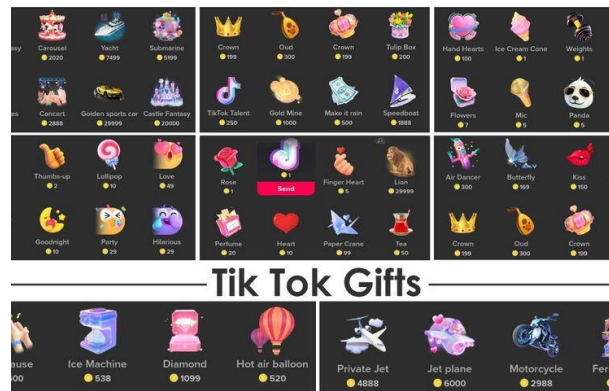
*Back stage* adalah keadaan dimana kita berada di belakang panggung, dengan kondisi bahwa tidak ada penonton. Sehingga kita dapat berperilaku bebas tanpa memperdulikan plot perilaku bagaimana yang harus bawakan. Di panggung belakang inilah individu akan tampil seutuhnya dalam arti identitas aslinya..

## **D. PEMBAHASAN**

### **Fenomena Mandi Lumpur Live di TikTok**

Menurut Ningsih, manusia secara alamiah menunjukkan ide, gagasan dan konsep pemikirannya yang kemudian diwujudkan dalam berbagai hal, khususnya berupa nilai-nilai yang terlihat (Ningsih, 2022). Begitu pula gagasan yang muncul akan adanya mandi lumpur secara live di Tiktok. Tiktok merupakan media sosial yang paling banyak digunakan saat ini, menurut data yang dihimpun Statistita, Indonesia merupakan negara dengan pengguna TikTok terbesar kedua di dunia. Jumlah penggunanya mencapai 99,07 juta pada April 2022, satu peringkat di bawah Amerika Serikat yang memiliki 136,42 juta pengguna (Aditiya, 2023). Bukan hanya kalangan remaja maupun dewasa tetapi anak-anak di bawah umur juga menggunakan TikTok sebagai media hiburan.

TikTok memiliki banyak fitur yang dapat digunakan oleh konten kreator untuk membuat kreasi yang mereka inginkan, 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 (Tiktok, 2023). Hadiah yang didapatkan saat *live* dapat ditukarkan dengan sejumlah uang yang telah melalui prosedur yang ditentukan oleh pihak TikTok.



**Gambar 1. Hadiah *live* TikTok**

Fitur *live* di TikTok banyak digunakan oleh konten kreator untuk mendapatkan hadiah atau *give* dari para penontonnya. Berbagai kreasi yang ditampilkan dalam *live* menarik minat penonton untuk memberikan hadiah saat *live* berlangsung. Salah satu aksi *live* yang menjadi kontroversi yakni aksi mandi lumpur yang diperankan oleh nenek-nenek. Dengan cara berendam dalam kolam lumpur dan mengguyurkan air bercampur lumpur ke badan mereka selama berjam-jam untuk meminta dan mendapatkan *give* dari penonton TikTok. Aksi mandi lumpur yang ditayangkan secara *live* tersebut dianggap mengeksploitasi orang tua karena menampilkan nenek-nenek sebagai *talent* mandi lumpur.

Aksi *live* mandi lumpur yang di tampilkan oleh satu pemilik akun TikTok @intan\_komalasari92 ini kemudian banyak di tiru oleh akun-akun lain hanya untuk mendapatkan *give* dari penonton yang dapat ditukarkan menjadi uang. Fenomena mandi lumpur ini akhirnya banyak menuai pertentang dikalangan masyarakat selain dianggap sebagai eksploitasi terhadap orang tua juga dianggap sebagai cara mengemis model baru atau mengemis secara online.



**Gambar 2.** Aksi *live* mandi Lumpur pemilik akun TikTok @intan\_Komalasari

Fakta di lapangan menunjukkan banyak sekali penonton atau *viewers* yang menonton aksi *live* mandi lumpur dan memberikan *give* terhadap aksi tersebut sehingga mereka para konten kreator semakin terkenal dan viral dan semua yang mereka lakukan demi uang. Penggunaan *talent* nenek-nenek menarik minat penonton, sehingga penonton yang melihat aksi nenek dengan mandi lumpur dan berendam selama berjam-jam, merasa iba dan kasihan sehingga mereka memberikan berbagai macam *give* kepada akun yang melakukan siaran langsung tersebut. Dari rasa iba penonton tersebut konten kreator memanfaatkannya sebagai ladang mencari uang sebanyak-banyaknya. *Give* atau hadiah yang didapatkan selama *live* dikumpulkan kemudian ditukarkan dengan 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.

Fenomena mengemis online harus segera dihentikan, agar tidak semakin banyak akun yang meniru kegiatan tersebut. Salah satu cara yang paling efektif untuk menghentikan konten atau *live* yang dianggap tidak mendidik atau melanggar aturan adalah dengan tidak menonton *live* tersebut dan tidak

memberikan hadiah kepada akun tersebut. Sehingga akan menimbulkan efek jera terhadap akun lain untuk tidak meniru kegiatan yang dilakukan tersebut.

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) sebagai lembaga yang berwenang atas peredaran aplikasi media sosial di Indonesia di harapkan mampu untuk bisa mengawasi konten-konten yang beredar di masyarakat. Apabila konten-konten di media sosial yang beredar dianggap tidak pantas untuk ditayangkan maka Kominfo berhak untuk memblokir akun yang menayangkan konten-konten tersebut. Seperti yang kita ketahui pengguna dan penonton konten-konten yang terdapat pada media sosial tidak hanya orang dewasa melainkan juga anak dibawah umur.

### **Teori Dramaturgi Erving Goffman dalam Fenomena Mandi Lumpur di TikTok**

Aksi mandi lumpur yang di siarkan secara *live* oleh akun TikTok Intan\_Komalasari92 bak sebuah drama yang dipertontonkan untuk mengambil simpati para penonton TikTok. Nenek-nenek yang dijadikan sebagai talent yang memperagakan mandi lumpur di sebuah kolam yang berukuran kecil selama berjam-jam untuk mendapatkan dan meminta *give* dari penonton. sebelum penonton memberikan hadiah(*give*) yang diinginkan aksi tersebut tidak akan berhenti. Penonton yang memiliki rasa belas kasihan akhirnya memberikan hadiah terhadap aksi tersebut.

Dalam teori dramaturgi apa yang dilakukan aktor atau talent di depan layar dan di balik layar sungguh berbeda. Terdapat 2 sisi dalam dramaturgi atas aksi mandi lumpur tersebut, antara lain:

#### *1. Front Stage*

Dalam konten mandi lumpur kita dapat melihat bagaimana aktor/talent memerankan perannya. Talent yang seorang nenek-nenek rela berendam selama berjam-jam sambil mengguyur badannya dengan air bercampur lumpur untuk meminta dan menunggu *give* dari para penonton. Penonton yang melihat aksi nenek-nenek tersebut akhirnya merasa kasihan dan memberikan *give* yang diminta oleh sang aktor. Pertunjukan dianggap berhasil oleh sang aktor dan sutradara ketika aksi *live* tersebut banyak di tonton oleh pengguna TikTok dan banyak mendapatkan *give* serta mendapatkan *give* yang di inginkan. Tentunya aksi tersebut akan

berhenti ketika mereka mendapatkan *give* dari penonton dengan *give* bernilai besar. Front stage di bagi menjadi dua:

a. *Setting*

*Setting* yaitu penampilan sang aktor secara fisik dalam memainkan perannya. Pertunjukan mandi lumpur yang di tayangkan secara *live* yang menggunakan nenek-nenek sebagai talent dengan berpakaian sederhana yang menggambarkan kehidupan orang kurang mampu. Dari pertunjukan tersebut sang sutradara menginginkan agar menarik minat dan membuat iba penonton sehingga penonton akan merasa kasihan dan memberikan *give*.

b. *Personal Stage*

*Personal stage* yaitu bagaimana macam perlengkapan atau alat peraga yang digunakan aktor. Dalam aksi mandi lumpur terdapat dua aksi yang di tampilkan yaitu, *Pertama*, penampilan (*appearance*) seorang nenek-nenek memperagakan mandi air bercampur lumpur di sebuah kolam berukuran kecil dengan penampilan yang sederhana. *Kedua*, gaya (*manner*) menampilkan seorang nenek-nenek yang rela berendam selama berjam-jam dengan air bercampur lumpur hingga kedinginan akan berhenti melakukan aksi tersebut jika penonton sudah memberikan *give* yang mereka inginkan.

2. *Back Stage*

Di balik layar konten aksi mandi lumpur terdapat sutradara yakni pemilik akun TikTok @intan\_komalasari92 yang telah mengatur bagaimana aksi tersebut harus dilakukan. Penggunaan *talent* nenek-nenek bertujuan untuk menarik simpati penonton agar memberikan *give* sebanyak-banyaknya dan tentunya dari hasil *give* tersebut dapat ditukarkan dengan sejumlah uang sesuai dengan peroleh *point give* tersebut. Hasil yang di dapatkan dari *give* tersebut di bagi dua dengan *talent*. Uang yang dihasilkan nyatanya oleh pemilik akun digunakan untuk membeli barang-barang mewah dan berfoya-foya.

## **E. KESIMPULAN**

Hasil penelitian tentang aksi mandi lumpur yang di tayangkan secara *live* di TikTok dari sudut pandang depan layar (*front stage*) menggambarkan seorang

nenek-nenek yang mengguyur tubuhnya dengan air bercampur lumpur hanya untuk mendapatkan simpati dari penonton sehingga penonton memberikan *give* terhadap aksinya. *Give* yang diperoleh dari aksi tersebut dapat ditukarkan dengan sejumlah uang sesuai dengan jumlah *ponint give* yang didapatkan. Aksi tersebut tak ubahnya mengemis dengan gaya baru, yakni mengemis dengan menggunakan media sosial dengan mempertontonak aksi yang dapat menimbulkan rasa belas kasihan penonton.

Sedangkan di balik layar (*back stage*) aksi mandi lumpur terdapat sutradara yakni pemilik akun yang meminta nenek-nenek tersebut melakukan mandi lumpur yang ditayangkan secara live di TikTok yang akan mendapatkan hadiah yang bisa ditukarkan dengan uang tunai. Hasil dari live tersebut dibagi dua antara aktor pemeran mandi lumpur dan sang pemilik akun. Uang yang di hasilkan dari live tersebut nyata oleh pemilik akun digunakan untuk membeli barang-barang mewah dan berfoya-foya. Sungguh hal yang tidak patut di contoh oleh konten kreator lain. Sudah seharusnya aksi-aksi yang tidak mendidik di berbagai platform media sosial tidak ditayangkan. Hal kecil yang dapat kita lakukan untuk mencegah aksi mengemis online seperti mandi lumpur tersebut yakni tidak menonton atau memberikan hadiah dalam bentuk apapun agar tidak ditiru oleh konten kreator lain.

### Daftar Pustaka

- Aditiya, Iip M. (2023) "Indonesia Jadi Negara Pengguna TikTok Terbanyak ke-2 di Dunia". <https://goodstats.id/infographic/indonesia-jadi-negara-pengguna-tiktok-terbanyak-ke-2-di-dunia-P5Hi2#:~:text=Menurut%20data%20yang%20dihimpun%20Statista,memiliki%20136%2C42%20juta%20pengguna>. Retrieved from 23 Februari 2023
- Berita Hari ini, (2023) "Ini Asal Muasal TikTok yang Kini Mendunia". <https://kumparan.com/berita-hari-ini/ini-asal-muasal-tiktok-yang-kini-mendunia-1ss18QadAEN/full> (13 Februari 2023)
- Cahyono, Anang Sugeng. (2002). "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indoneisa". *Jurnal Unita: Publiciana.*,

- Creswell, John W. (1994), *Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches* (California: SAGE Publications, Inc,
- Fauzi, M., Arifin, M. S., & Umam, H. (2022). Fenomena Mandi Lumpur Live Tiktok dalam Perspektif Islam. *Al-Ibrah*, 7(2), 110-129.
- Irianto, Y. (2017). *Komunikasi Antarpribadi*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka
- Ningsih, B. S. (2022). Diskursus Media Online Tentang Problematika Jember Fashion Carnaval (JFC) di Kabupaten Jember. *JURNAL PARADIGMA MADANI*, 9(1), 25-48.
- Palupi, R, dkk. (2021)“Analisis Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Media Dakwah di Era Modern”. *Academica: Jurnal of Multidisiplinary Studies* Vol. 5 No.1
- TikTok, (2023) “Hadiah Live di TikTok”. <https://support.tiktok.com/id/live-gifts-wallet/tiktok-live/live-gifts-on-tiktok>. Retrieved from 24 Februari 2023
- Widodo, Suko. (2010). *Anatomi dan Perkembangan Teori Sosial*. Malang: Aditya Media Publishing,