

Analisis Praktik Live Streaming Mengemis Berkedok Donasi di TikTok dalam Perspektif Pemberantasan Kemiskinan dan Etika Ekonomi Digital

Resya Azzahra Putri Rinto^{1*}, Al Aina Latifah², Giovanni Novelia Nariswari³, Asfarina Amanda Putri⁴, Mawar⁵

¹⁻⁵Program Studi Ilmu Administrasi Publik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

Corresponding Author's e-mail : cececottrill@gmail.com

ARMADA
JURNAL PENELITIAN MULTIDISIPLIN

e-ISSN: 2964-2981

ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin

<https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/armada>

Vol. 04, No. 10 Oktober, 2026

Page: 6008-6014

DOI:

<https://doi.org/10.55681/armada.v4i10.3929>

Article History:

Received: Agustus 03, 2026

Revised: September 01, 2026

Accepted: Oktober 19, 2026

Abstrak : Pertumbuhan fitur *live streaming* dan *virtual gift* di TikTok telah memperluas peluang ekonomi digital, tetapi juga mendorong praktik mengemis berbasis donasi yang dikenal sebagai *cyber begging*. Penelitian ini menganalisis pola *cyber begging*, strategi emosional yang digunakan untuk memperoleh *virtual gift*, serta implikasinya terhadap etika ekonomi digital dan pengentasan kemiskinan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif-eksploratif melalui observasi nonpartisipan dan analisis konten terhadap 15 sesi *live streaming* TikTok yang dapat diakses publik pada 17–27 Juli 2026. Jumlah penonton dalam setiap sesi berkisar antara sembilan hingga lebih dari dua ribu orang. Data dianalisis menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar sesi memadukan permintaan *gift* secara langsung maupun tidak langsung dengan aktivitas bersyarat, narasi kesulitan ekonomi, dan respons dukungan penonton. Komentar kritis ditemukan dalam jumlah terbatas, sedangkan beberapa sesi mengindikasikan keterlibatan atau eksploitasi kelompok rentan, termasuk lansia dan anak-anak. Praktik tersebut mencerminkan komodifikasi simpati dan normalisasi mengemis daring yang berpotensi melemahkan etika ekonomi digital. Temuan ini menegaskan pentingnya penguatan literasi digital, tata kelola platform, dan pemberdayaan ekonomi produktif untuk mendukung strategi pengentasan kemiskinan yang lebih etis dan berkelanjutan.

Kata Kunci : Live Streaming TikTok, Cyber Begging, Donasi Digital, Etika Ekonomi Digital, Pengentasan Kemiskinan

Abstract : The rapid growth of TikTok live streaming and virtual gift features has expanded opportunities in the digital economy while also encouraging donation-based begging practices known as *cyber begging*. This study examines the patterns of cyber begging, the emotional strategies used to obtain virtual gifts, and their implications for digital economic ethics and poverty alleviation. A qualitative descriptive-exploratory design was applied through non-participant observation and content analysis of 15 publicly accessible TikTok live-streaming sessions conducted from 17 to 27 July 2026. Audience sizes ranged from nine to more than two thousand viewers. Data were analyzed using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldaña. The findings indicate that most sessions combined direct or indirect gift requests with conditional activities, narratives

of economic hardship, and supportive audience responses. Critical comments were limited, while several sessions indicated the involvement or exploitation of vulnerable groups, including older people and children. These practices reflect the commodification of sympathy and the normalization of online begging, which may weaken ethical standards in the digital economy. The study highlights the need for stronger digital literacy, platform governance, and productive economic empowerment to support more ethical and sustainable poverty alleviation.

Keywords : TikTok Live Streaming, Cyber Begging, Digital Donations, Digital Economic Ethics, Poverty Alleviation

PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial membuat kegiatan ekonomi tidak lagi hanya berlangsung melalui pasar atau toko fisik. Saat ini, pengguna dapat memperoleh penghasilan dari konten, interaksi, dan perhatian audiens. TikTok menjadi salah satu platform yang mendukung perubahan tersebut melalui fitur live streaming dan virtual gift. Fitur ini memungkinkan penonton memberikan hadiah digital kepada kreator yang kemudian dapat dikonversi menjadi uang. Dengan demikian, TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai bagian dari ekonomi digital yang mempertemukan kreativitas, interaksi sosial, dan monetisasi (Permana & Puspitaningsih, 2021; Zhang & de Bont, 2022; Abdillah, 2024). Di balik peluang tersebut, muncul praktik live streaming yang meminta gift atau donasi dengan menampilkan narasi kemiskinan, penderitaan, keterbatasan fisik, maupun masalah keluarga. Praktik ini sering disebut sebagai cyber begging atau mengemis secara daring. Bentuknya beragam, mulai dari permintaan gift secara langsung, pengulangan cerita kesulitan hidup, hingga pelaksanaan tantangan tertentu setelah target gift tercapai. Beberapa konten bahkan menampilkan lansia atau kelompok rentan dalam durasi yang panjang untuk menarik rasa iba penonton (Limbong & Putra, 2023; Cakrawala et al., 2024; Latifah et al., 2024).

Permasalahan utamanya adalah batas antara bantuan yang benar-benar dibutuhkan, penggalangan donasi, hiburan, dan praktik mengemis yang memanfaatkan emosi penonton menjadi semakin sulit dibedakan. Penonton sering tidak memiliki informasi yang cukup untuk memeriksa kebenaran cerita, tujuan pengumpulan dana, serta penggunaan hasil gift. Pada saat yang sama, suasana live yang cepat dan interaktif dapat mendorong keputusan donasi secara spontan. Strategi ini dapat dipahami melalui teori empati-altruisme yang menjelaskan dorongan membantu karena rasa iba, serta teori dramaturgi yang melihat bagaimana kreator membangun kesan tertentu di hadapan audiens (Batson, 1991; Goffman, 1959; Tamsri, 2024). Masalah tersebut menjadi lebih serius ketika kemiskinan dan kelompok rentan dijadikan bagian utama dari pertunjukan. Jika seseorang ditampilkan secara terus-menerus, diminta melakukan aktivitas yang melelahkan, atau tidak memiliki kendali terhadap akun dan pendapatan, maka praktik tersebut dapat mengarah pada eksploitasi. Dari sisi etika ekonomi digital, hal ini berkaitan dengan kejujuran, transparansi, persetujuan, pembagian manfaat, dan penghormatan terhadap martabat manusia. Karena itu, persoalan live streaming mengemis tidak cukup dilihat sebagai pilihan pribadi kreator, tetapi juga sebagai masalah perlindungan sosial dan tata kelola platform (Farudin, 2025; Kussanti & Armelsa, 2025; Wewengkang et al., 2025).

Fenomena ini juga berkaitan dengan upaya pemberantasan kemiskinan. Gift mungkin membantu memenuhi kebutuhan jangka pendek, tetapi belum tentu meningkatkan keterampilan, membuka akses kerja, atau membangun usaha yang berkelanjutan. Ketergantungan pada donasi digital justru dapat membuat kemiskinan terus ditampilkan sebagai identitas yang menghasilkan uang. Selain itu, keberhasilan konten semacam ini berisiko membentuk anggapan bahwa pendapatan lebih mudah diperoleh melalui dramatisasi penderitaan daripada melalui kegiatan yang produktif. Penanganannya perlu diarahkan pada literasi digital, perlindungan kelompok

rentan, dan pemberdayaan ekonomi yang lebih mandiri (Permana & Puspitaningsih, 2021; Abdillah, 2024; Latifah *et al.*, 2024; Wewengkang *et al.*, 2025).

Secara teoritis, ekonomi digital dipahami sebagai sistem ekonomi berbasis teknologi informasi dan komunikasi yang menempatkan data dan interaksi real-time sebagai aset utama, sehingga TikTok tidak hanya menjadi ruang hiburan tetapi juga ruang ekonomi baru berbasis kreativitas dan algoritma platform (Permana & Puspitaningsih, 2021; Abdillah, 2024). Dalam ruang inilah live streaming mengemis dipahami melalui teori dramaturgi Goffman (1959) yang menjelaskan pementasan “front stage” untuk membentuk kesan tertentu di hadapan audiens, serta teori empati-altruisme Batson (1991) yang menerangkan dorongan menolong karena respons emosional terhadap penderitaan. Kedua teori ini digunakan untuk membaca bagaimana visualisasi kesulitan hidup di TikTok berfungsi memicu empati dan donasi sebagai bagian dari pertunjukan sosial, sekaligus menuntut kehadiran etika digital yang menjaga tanggung jawab moral, martabat manusia, dan keadilan dalam interaksi daring (Farudin, 2025; Kussanti & Armelsa, 2025).

Penelitian ini penting dilakukan karena konten live streaming mudah ditiru, disebar, dan memperoleh perhatian dalam waktu singkat. Penelitian terdahulu sudah membahas pengemis daring dari sudut komunikasi, hukum, agama, dan etika digital, tetapi pembahasan mengenai pola konten, strategi emosional, perilaku donasi, etika ekonomi digital, dan pemberantasan kemiskinan masih sering dilakukan secara terpisah. Judul penelitian ini dipilih karena fenomenanya dekat dengan kehidupan pengguna media sosial dan memiliki hubungan langsung dengan bidang Administrasi Publik, terutama dalam hal kebijakan digital, perlindungan kelompok rentan, dan pemberdayaan masyarakat (Cakrawala *et al.*, 2024; Tamsri, 2024; Kussanti & Armelsa, 2025).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berfokus pada empat persoalan, yaitu bentuk dan pola live streaming mengemis berkedok donasi di TikTok, strategi emosional dan interaksi sosial yang digunakan untuk mendorong pemberian gift, implikasinya terhadap etika dan perilaku ekonomi digital pengguna, serta upaya yang dapat mendorong pemanfaatan platform digital secara lebih produktif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas dan menjadi bahan evaluasi bagi fenomena cyber begging sekaligus menjadi bahan pertimbangan bagi masyarakat, pemerintah, dan platform dalam membangun ruang digital yang lebih etis dan mendukung pemberdayaan ekonomi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif-eksploratif dan strategi studi kasus untuk memahami secara mendalam pola live streaming mengemis berkedok donasi sebagaimana tampil secara alami di TikTok. Penelitian tidak hanya mencatat bentuk konten, tetapi juga menelaah narasi, simbol visual, cara kreator meminta gift, serta respons penonton selama siaran berlangsung. Observasi dilakukan di ruang virtual TikTok. Unit analisisnya adalah satu sesi live streaming yang dapat diakses publik, dipilih secara purposif dengan kriteria adanya permintaan gift atau donasi, penggunaan narasi kesulitan ekonomi atau penderitaan, interaksi aktif dengan penonton, dan kualitas siaran yang cukup jelas untuk diamati. Dalam penelitian ini terkumpul 15 sesi live streaming dari 15 akun berbeda yang diamati pada rentang 17–27 Juli 2026, dengan jumlah penonton bervariasi dari sekitar sembilan hingga lebih dari dua ribu lima ratus orang. Identitas akun dan pihak yang ditampilkan disamarkan dalam pelaporan untuk menjaga kerahasiaan, sejalan dengan prinsip etika penelitian (confidentiality, non-maleficence, dan beneficence) yang telah melalui prosedur laik etik di Universitas Muhammadiyah Jakarta.

Data primer diperoleh melalui observasi nonpartisipan dan analisis konten terhadap sesi live streaming; peneliti hanya mengamati tanpa berkomentar, mengirim gift, atau memengaruhi jalannya siaran. Data sekunder berasal dari jurnal, buku, dan dokumen yang relevan dengan cyber begging, etika digital, ekonomi digital, dan pemberantasan kemiskinan. Instrumen utama penelitian adalah peneliti sendiri, dibantu pedoman observasi dan lembar analisis konten yang mencakup enam aspek sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Fokus Observasi dan Analisis Konten

Aspek	Indikator
Bentuk Praktik	Permintaan gift secara langsung/tidak langsung; aktivitas bersyarat tertentu (joget, mandi lumpur, dll.)
Narasi Konten	Penggunaan kata persuasif; penyampaian kondisi ekonomi sulit
Strategi Emosional	Ekspresi sedih/memohon; upaya membangun empati penonton
Aspek Etika	Indikasi eksploitasi kelompok rentan (lansia, dll.); kesesuaian konten dengan norma sosial
Interaksi Audiens	Pemberian gift/donasi; dominasi komentar mendukung atau kritis
Dampak Perilaku	Indikasi normalisasi mengemis daring; persepsi kemudahan memperoleh uang

Sumber: Pedoman Observasi Penelitian, 2026

Data dianalisis menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2014) yang meliputi kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Catatan observasi dipilih dan diberi kode sesuai fokus penelitian, dikelompokkan menjadi tema seperti pola permintaan gift, strategi emosional, respons audiens, persoalan etika, dan orientasi pemberdayaan, kemudian dibandingkan antar-sesi untuk menemukan persamaan dan perbedaan pola. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan waktu serta pemeriksaan hasil pengodean antaranggota tim. Karena data diperoleh dari pengamatan konten tanpa wawancara langsung, penelitian ini tidak digunakan untuk memastikan motif pribadi kreator, membuktikan seluruh klaim kemiskinan, atau melacak penggunaan uang gift di luar platform. Kesimpulan penelitian dibatasi pada pola konten, interaksi digital, serta indikator etika dan pemberdayaan yang tampak selama periode observasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Observasi dilakukan terhadap 15 sesi live streaming dari 15 akun TikTok berbeda pada sembilan hari pengamatan sepanjang 17–27 Juli 2026. Durasi siaran bervariasi antara sekitar satu hingga empat jam, sementara jumlah penonton berkisar dari sembilan orang pada akun berskala kecil hingga lebih dari dua ribu lima ratus orang pada akun yang lebih besar. Variasi ini menunjukkan bahwa praktik live streaming mengemis berkedok donasi tidak terbatas pada akun dengan pengikut besar, tetapi juga berlangsung pada skala siaran yang kecil dan personal. Hasil pengodean terhadap keenam aspek pedoman observasi dirangkum pada Tabel 2. Seluruh 15 sesi (100%) menampilkan permintaan gift, baik secara langsung berupa ajakan verbal maupun secara tidak langsung melalui narasi. Empat belas dari 15 sesi (93%) juga menampilkan aktivitas bersyarat seperti joget, mengikuti tantangan penonton, atau aktivitas fisik lain setelah target gift tercapai, dan hanya satu sesi yang murni berupa siaran biasa tanpa tantangan aktivitas.

Tabel 2. Rangkuman Hasil Observasi 15 Sesi Live Streaming Mengemis Berkedok Donasi di TikTok

Aspek	Indikator	Jumlah Sesi “Ya”	Persentase
Bentuk Praktik	Permintaan gift langsung/tidak langsung	15/15	100%
Bentuk Praktik	Aktivitas bersyarat (joget, mandi lumpur, dll.)	14/15	93%
Narasi Konten	Penggunaan kata persuasif	14/15	93%
Narasi Konten	Penyampaian kondisi ekonomi sulit	11/15	73%

Aspek	Indikator	Jumlah Sesi “Ya”	Persentase
Strategi Emosional	Ekspresi sedih/memohon	10/15	67%
Strategi Emosional	Membangun empati penonton	14/15	93%
Aspek Etika	Indikasi eksploitasi kelompok rentan	6/15	40%
Aspek Etika	Kesesuaian dengan norma sosial	12/15	80%
Interaksi Audiens	Penonton memberi gift/donasi	15/15	100%
Interaksi Audiens	Komentar dominan mendukung	15/15	100%
Interaksi Audiens	Komentar dominan kritis	2/15	13%
Dampak Perilaku	Indikasi normalisasi mengemis daring	15/15	100%
Dampak Perilaku	Persepsi kemudahan memperoleh uang	15/15	100%

Sumber: Hasil Observasi Peneliti, Juli 2026

Pada aspek narasi konten, sebagian besar kreator (93%) menggunakan kata-kata persuasif seperti ajakan untuk membantu, dan 73% sesi secara eksplisit menyampaikan kondisi ekonomi yang sulit. Strategi emosional berupa ekspresi sedih atau memohon ditemukan pada 67% sesi, sementara upaya membangun empati penonton melalui narasi maupun visual tampak hampir pada seluruh sesi (93%). Pola ini konsisten dengan teori dramaturgi Goffman (1959): kreator membangun “front stage” berupa kesan menderita atau membutuhkan pertolongan untuk memengaruhi persepsi audiens, sekaligus memicu dorongan menolong sebagaimana dijelaskan teori empati-altruisme Batson (1991).

Dari sisi etika, enam dari 15 sesi (40%) menunjukkan indikasi eksploitasi terhadap kelompok rentan, terutama pada sesi yang menampilkan orang lanjut usia dalam durasi panjang atau aktivitas yang tampak melelahkan. Meskipun bukan mayoritas, temuan ini memperkuat kekhawatiran yang telah disampaikan penelitian terdahulu bahwa kelompok rentan berisiko dijadikan objek konten demi menarik donasi (Farudin, 2025; Kussanti & Armelsa, 2025). Delapan puluh persen sesi dinilai relatif masih sesuai dengan norma sosial secara umum, namun proporsi ini tetap menyisakan ruang bagi konten yang berpotensi melanggar nilai kepatutan dan martabat manusia.

Pada seluruh sesi yang diamati, penonton memberikan gift dan komentar yang secara dominan bersifat mendukung, sementara komentar kritis hanya muncul pada dua sesi (13%). Rendahnya proporsi komentar kritis mengindikasikan lemahnya fungsi kontrol sosial penonton terhadap praktik ini, sekaligus memperlihatkan bagaimana suasana live yang cepat dan interaktif mendorong keputusan donasi yang lebih spontan daripada reflektif. Temuan yang paling konsisten muncul pada aspek dampak perilaku: seluruh 15 sesi (100%) menunjukkan indikasi normalisasi mengemis daring sekaligus membangun persepsi bahwa uang dapat diperoleh dengan mudah tanpa proses kerja yang jelas. Dari perspektif pemberantasan kemiskinan, pola ini berisiko kontraproduktif: gift yang diterima memang dapat memenuhi kebutuhan jangka pendek, tetapi tidak serta-merta meningkatkan keterampilan, membuka akses kerja, atau membangun usaha yang berkelanjutan (Permana & Puspitaningsih, 2021; Abdillah, 2024). Ketergantungan pada donasi digital justru berpotensi melanggengkan kemiskinan sebagai identitas yang menghasilkan uang, alih-alih mendorong kemandirian ekonomi.

Secara keseluruhan, hasil observasi menegaskan bahwa batas antara bantuan yang benar-benar dibutuhkan, hiburan, dan praktik mengemis yang memanfaatkan emosi penonton memang sulit dibedakan oleh penonton awam, sebagaimana diidentifikasi dalam rumusan masalah penelitian ini. Kondisi ini menuntut peran aktif literasi digital bagi pengguna, tata kelola platform yang lebih ketat terhadap konten yang melibatkan kelompok rentan, serta kebijakan pemerintah

yang mengarahkan pemanfaatan platform digital ke arah kegiatan ekonomi yang lebih produktif dan berkelanjutan, sejalan dengan semangat tema Pemberantasan Kemiskinan PKM 2026.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan observasi terhadap 15 sesi live streaming TikTok, dapat disimpulkan bahwa praktik mengemis berkedok donasi umumnya berbentuk kombinasi antara permintaan gift secara langsung maupun tidak langsung dengan aktivitas bersyarat seperti joget atau tantangan tertentu, dibungkus narasi persuasif dan kondisi ekonomi sulit. Secara emosional, kreator memanfaatkan ekspresi memohon dan upaya membangun empati penonton yang hampir selalu berhasil memicu pemberian gift dan komentar dukungan, dengan kontrol sosial berupa komentar kritis yang sangat minim. Dari sisi etika, sebagian sesi menunjukkan indikasi eksploitasi kelompok rentan, sementara seluruh sesi menampilkan indikasi normalisasi mengemis daring dan persepsi kemudahan memperoleh uang, yang secara langsung bertentangan dengan semangat pemberantasan kemiskinan melalui pemberdayaan ekonomi yang produktif dan mandiri.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini memberikan beberapa rekomendasi. Pertama, masyarakat perlu meningkatkan literasi digital agar lebih bijak dalam menilai konten sebelum memberikan donasi, termasuk memeriksa kejelasan tujuan penggalangan dan potensi eksploitasi pihak yang ditampilkan. Kedua, pemerintah dan regulator perlu memperkuat pengawasan konten digital serta mendorong kebijakan perlindungan kelompok rentan dalam ekosistem live streaming. Ketiga, penyedia platform disarankan mengembangkan mekanisme deteksi dan pembatasan terhadap konten yang berpotensi eksploitatif, sekaligus mendorong fitur monetisasi yang lebih berorientasi pada kreativitas produktif. Keempat, penelitian selanjutnya disarankan memperluas cakupan observasi pada periode yang lebih panjang dan melibatkan wawancara dengan pemirsa atau kreator untuk memperdalam pemahaman mengenai motif di balik praktik ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Pembelajaran dan kemahasiswaan Ditjen DIKTI, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains dan Teknologi, Rektor Universitas Muhammadiyah Jakarta beserta jajarannya atas dukungan pendanaan Program Kreativitas Mahasiswa pada skema Riset Sosial Humaniora. Terima kasih juga kepada Dekan FISIP dan Ketua Program studi Ilmu Administrasi Publik UMJ yang sekaligus dosen pembimbing Dr. Mawar, SIP, MAP atas support dan bimbingannya serta seluruh anggota tim periset atas kerjasamanya dalam penyusunan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, F. (2024). Dampak ekonomi digital terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Benefit: Journal of Business, Economics, and Finance*, 2(1), 27–35.
- Batson, C. D. (1991). *The altruism question: Toward a social-psychological answer*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Cakrawala, J. B., Permatasari, A. R., Khoirunnisa, W. O., Elsyifa, A. K., & Purwaningtyas, M. P. F. (2024). Komodifikasi empati: Eksplorasi fenomena “ngemis dan nyawer” online di media sosial TikTok. *Jurnal IPTEKKOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi)*, 26(1), 1–14.
- Farudin, M. (2025). Perlindungan hukum terhadap pekerja lanjut usia berdasarkan hukum ketenagakerjaan: Kasus pengemis online dalam konten mandi lumpur di TikTok. *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum dan Ilmu Komunikasi*, 2, 181–191.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Doubleday.
- Kussanti, D. P., & Armelsa, D. (2025). Fenomena normalisasi konten mengemis gift pada live TikTok dalam perspektif cyber ethics di kalangan remaja. *Jurnal Media Penyiaran*, 5(2), 30–41.
- Latifah, H., Ayuni, R. Q., & Kastrawi, P. (2024). Moralitas di dunia maya: Hukum mengemis online live TikTok dalam perspektif Al-Ghazali. *Jurisprudensi: Jurnal Ilmu Syariah, Perundang-Undangan dan Ekonomi Islam*, 16(1), 64–82.

- Limbong, E. G., & Putra, R. S. (2023). Strategi komunikasi di era revolusi digital: Kajian fenomena pengemis online media sosial TikTok. *GANDIWA Jurnal Komunikasi*, 3(1), 44–51.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Permana, T., & Puspitaningsih, A. (2021). Studi ekonomi digital di Indonesia. *Jurnal Simki Economic*, 4(2), 161–170.
- Tamsri, M. A. (2024). Mengemis online di TikTok: Etika dan perspektif masalah mursalah. *Fawaid: Sharia Economic Law Review*, 6(2), 107–120.
- Wewengkang, E. J. N., Kuwissy, G. J., Wohon, F., Tolego, Y. B., & Palempung, F. F. (2025). Fenomena pengemis virtual di TikTok dikaji dari teori etika kekristenan, pendidikan karakter dan literasi digital. *Mitra Sriwijaya: Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristen*, 6(1), 104–123.
- Zhang, M. M., & de Bont, C. (2022). The interplay of watching, creation, socialization, and monetization on TikTok. *International Journal of Ubiquitous Computing*, 4(1), 1–20.