

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.I Kesimpulan

Pada penelitian ini menjawab rumusan masalah terkait bagaimana penerimaan Milenial dan GenZ mengenai keterlibatan anak-anak dalam konten *Crowdfunding* pada live tiktok @rahmatjahyagheya., khalayak cenderung pada posisi dominan dengan mamaknai penggalanngan dana berbasis sosial media merupakan inovasi baru bagi pantiasuhan yang sedang membutuhkan secara langsung, namun dengan adanya inovasi ini beberapa dari mereka melihat adanya konten yang meterlibatkan anak-anak dalam konten penggalangan dana. Sedangkan informan pada posisi opposite, memaknai penggalangaan dana bisa jadi tempat pemanfaatan dengan melibatkan keadaan anak-anak untuk menggalangankan dana, dan disisi lain terdapat posisi negosiasi, memaknai penggalangan dana merupakan medium eksploitasi pada hak anak, tetapi dengan kondisi mereka saat ini, ingin menunjukkan sisi cerita mereka dalam penggalangan dana, bukan tempat mengeksploitasi.

Hal ini terlihat dari tiga topik pembahasan analisis, antara lainya Penggalangan Dana Jalur Media sosial Tiktok, Keterlibatan Anak dalam Mencari Donasi dan Tiktok menjadi medium eksploitasi terhadap hak anak-anak yang berujung terabaikan. Dalam pembahasan ini terlihat tiga posisi yang membedakan dalam posisi dominan,negosiasi,dan oposisi dari informan.

Sebagian informan, menilai bahwa keterlibatan anak-anak dalam konten crowdfunding dapat memberikan dampak positif jika dilakukan dengan

transparansi dan niat yang baik. Di sisi lain, informan yang memiliki pandangan lebih kritis, mereka menyoroti bahwa anak-anak sering kali dijadikan "daya tarik" untuk menarik simpati publik. Menurut mereka hal ini bisa merasa eksploitasi, dapat mengabaikan hak anak untuk tumbuh dalam lingkungan yang aman dan bebas dari tekanan sosial. Terdapat informan yang menekankan pentingnya perlindungan anak dari paparan berlebihan di media sosial, mengingat potensi pelanggaran privasi dan eksploitasi yang dapat merugikan perkembangan mereka.

Namun menurut informan lain berpendapat, keterlibatan anak-anak dalam konten crowdfunding di media sosial membawa implikasi yang kompleks. Di satu sisi, anak-anak sering digunakan sebagai elemen visual yang kuat untuk menarik perhatian dan empati publik. Seperti yang dinilai oleh beberapa informan, anak-anak panti asuhan bisa mendapatkan manfaat dari eksposur ini karena meningkatkan kesadaran publik akan kebutuhan mereka. Namun, eksposur ini juga dapat mengarah pada eksploitasi jika tidak dikelola dengan bijak.

Kemudian TikTok memiliki potensi besar untuk menjadi medium yang mendukung penggalangan dana, tetapi juga rawan digunakan untuk mengeksploitasi hak anak-anak. Informan juga menyoroti bahwa keterlibatan anak-anak dalam konten yang berlebihan dapat mengabaikan hak mereka untuk menikmati masa kecil yang normal.

V.II Saran

V.2.1 Saran Akademis

Penelitian mengenai keterlibatan anak dalam konten Crowdfunding @rahmatjahyagheya di TikTok dapat dikaji dengan menggunakan metode penelitian Reception Analysis. Nantinya peneliti dapat menginterpretasikan satu persatu simbol dan lambang yang ditampilkan dalam konten-konten penggalangan dana dalam *live* tiktok @rahmatjahyagheya. Sehingga harapannya selain dapat mengetahui penerimaan khalayak, peneliti juga dapat mengetahui makna baik secara implisit maupun eksplisit pesan dalam konten-konten tersebut.

V.2.2 Saran Sosial

Penelitian ini memberikan bagaimana masyarakat memandang penggalangan dana dalam media sosial dan keterlibatan anak-anak dalam konten crowdfunding. Pandangan ini terlihat dalam teori yang telah dipaparkan dan juga pendapat para informan dalam penelitian ini. Peneliti berharap melalui penelitian ini khalayak dapat semakin tanggap dan memahami fenomena penggalangan dana yang ada di media sosial dan masyarakat sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Darmawan Deni. (2013). *Teknologi Informasi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Deddy Mulyana, M. A. , Ph. D. &Dr. S. M. S. (2013). *Metode penelitian komunikasi* (cetakan ketiga 2013; M. A. ,Ph. D. & Dr. S. Si. Prof. Deddy Mulyana, Ed.). Jl.Ibu Inggit Garnasih No.40, Bandung 40252: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Hadi, I. P. (n.d.). *PENELITIAN KHALAYAK DALAM PERSPEKTIF RECEPTION ANALYSIS*.
- Hafiz, A., Sk, M., & Riza, F. (2024). *Analisis Yuridis Eksploitasi Anak Melalui Media Sosial Tiktok: Perspektif Undang-Undang Perlindungan Anak*. 804.
<https://doi.org/10.38035/jihhp.v4i4>
- Hall Stuart. (1980). *Culture, Media, Language*.
- Halomoan Hsb, P., Nim, M., & Disertasi, R. (2022). *PERLINDUNGAN HUKUM PARA PIHAKE URUN DANA DONATION BASED CROWDFUNDING DI INDONESIA*.
- Mohammad, P., Edward, Y., Hadi Ismanto, M. M., Eko, M. M., Fu'ad, N., Dorkas, M. M. A., ... Robiyanto, S. E. (n.d.). *CROWDFUNDING DI INDONESIA*.
- Mulyana Deddy, P. I. A. R. (2015). *Komunikasii Media dan Masyarakat* (2015th ed.; Mulyana Deddy, Ed.). Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Procter, J. (2004). *Stuart Hall - ROUTLEDGE CRITICAL THINKERS*. Retrieved from www.literature.routledge.com/rct
- Rofahan Akhmad. (2014). *Media Sosial Masa Depan Media Komunitas*. 6.
- Rogers, E. M. (1986). *Communication Technology* (E. Rogers, Ed.).
- Rulli Nasrullah, M. , Si. (2020). *Media Sosial : perspektif komunikasi,budaya, dan sosioteknologi* (2020th ed.; Nunik Siti Nurbaya, Ed.). Bandung: PT Remaja Rosdakarya .
- Shneor, R., Zhao, L., & Flåten, B.-T. (n.d.). *Advances in Crowdfunding Research and Practice*.
- Sugeng Pujileksono. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif* (1st ed.; Pujileksono Sugeng, Ed.). Malang: Kelompok Intrans Publishing.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Wahyudi. (2021). *Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Gerakan Sosial*.

Jurnal

- Achmad, Z. A., & Rahmawati, I. N. (2023). Strategi Marketing Berderma Melalui Crowdfunding di Akun Instagram @ikoy2an. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(1), 278–295. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i1.3580>
- Ariani, A. I., Alimsyah, A. S., Ikramullah, A., Tinggi, S., & Bongaya, I. E. (2022). *Eksplorasi Anak di Kota Makassar: Studi Kasus Anak Dipekerjakan Paksa Orangtua*.
- Barthelemy, F. (2019). Strategi Komunikasi Crowdfunding melalui Media Sosial (Crowdfunding Communication Strategy through Social Media). *JURNAL IPTEKKOM : Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi*, 21(2), 155. <https://doi.org/10.33164/iptekkom.21.2.2019.155-168>
- Benedict, E., & Ariestya, A. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Sikap Berdonasi Melalui Platform Crowdfunding. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 167–184. <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v12i2.1649>
- Fadjri, D., Ilhamsyah, J., & Prawira, D. (n.d.). *Coding : Jurnal Komputer dan Aplikasi Rancang Bangun Sistem Informasi Pengumpulan Dana Panti Asuhan menggunakan Metode Crowdfunding dengan Model Situs Donasi [1]*.
- Fierdiana Fierdiana. (2023). *EXPLOITATION OF THE ELDERLY IN THE FORM OF ONLINE BEGGING THROUGH SOCIAL MEDIA TIKTOK EKSPLOITASI LANSIA DALAM BENTUK PENGEMISAN ONLINE MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK* Nursita Fierdiana Dwi Andariesta 1a (*) Astutik 2b Toetik Rahayuningsih 3c. 149. <https://doi.org/10.36526/js.v3i2>
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share : Social Work Journal*, 10(2), 199. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Hafiz, A., Sk, M., & Riza, F. (2024). *Analisis Yuridis Eksploitasi Anak Melalui Media Sosial Tiktok: Perspektif Undang-Undang Perlindungan Anak*. 804. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v4i4>
- Harahap, S. H. (2024). LEGAL STANDING PENEGAKAN HUKUM TERHADAP PELAKU EKSPLOITASI ANAK MELALUI MEDIA SOSIAL. *Ilmu Hukum*, 399–399. <https://doi.org/10.24269/ls.v8i2.9294>
- Hardiansyah, R. (2024). Dampak Interaksi dengan Gadget Terhadap Perkembangan Emosi dan Sosial Anak Sekolah Dasar: Sebuah Tinjauan Literatur. *Journal of Education and Culture*, 4(1). Retrieved from <https://ejournal.indrainstitute.id/index.php/jec/index>
- Hidayanto, S., & Soetopo Kartosapoetro, I. (2020). *Strategi Digital Branding pada Startup Social Crowdfunding (Studi Kasus pada Kitabisa.com)* (Vol. 9).
- Hossain, M., & Oparaocha, G. O. (2017). Crowdfunding: Motives, Definitions, Typology and Ethical Challenges. *Entrepreneurship Research Journal*, 7(2). <https://doi.org/10.1515/erj-2015-0045>

- Hutami, N., & Pengajar Pascasarjana Ilmu Komunikasi, S. (n.d.). *PEMANFAATAN APLIKASI MOBILE KITABISA DALAM PELAKSANAAN CROWDFUNDING DI INDONESIA*.
- Khaulah, K. A., & Sekartaji, S. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Penggalangan Dana Oleh Lembaga Non-Profit. *Communicator Sphere*, 2(2), 90–108. <https://doi.org/10.55397/cps.v2i2.32>
- Muris, D., Toroxandy, M. A., & Rahmawati, S. D. (2023). Penggunaan Media Sosial TikTok oleh Tanoto Foundation untuk Menjangkau Generasi Z. *Warta ISKI*, 6(2), 201–211. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v6i2.258>
- Nugroho, A. Y., & Rachmaniyah, F. (2019). FENOMENA PERKEMBANGAN CROWDFUNDING DI INDONESIA. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiiri*, 4(1), 34. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v4i1.254>
- Rafsanjani, J. I. (2022b). Legal Protection of Kid Influencers from Child Exploitation. *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 22(1), 93. <https://doi.org/10.30641/dejure.2022.v22.93-104>
- Rizqi, F. (2023). *Perlindungan Hukum Terhadap Anak Korban Eksploitasi Di Ruang Digital*. 1(2), 1–25. <https://doi.org/10.11111/dassollen.xxxxxxx>
- Shannon Deaton. (2015). *SOCIAL LEARNING THEORY IN THE AGE OF SOCIAL MEDIA: IMPLICATIONS FOR EDUCATIONAL PRACTITIONERS*.
- Siregar, F. A., & Muslem. (2022a). Eksploitasi Anak Di Ruang Media; Sebuah Tinjauan Hukum. *Al-Qadha : Jurnal Hukum Islam Dan Perundang-Undangan*, 9(1), 215–230. <https://doi.org/10.32505/qadha.v9i1.4060>
- Siregar, F. A., & Muslem. (2022b). Eksploitasi Anak Di Ruang Media; Sebuah Tinjauan Hukum. *Al-Qadha : Jurnal Hukum Islam Dan Perundang-Undangan*, 9(1), 215–230. <https://doi.org/10.32505/qadha.v9i1.4060>
- Utari, I. S., & Sumardiana, B. (2022). Prevention of Violence Againsts Children During the Covid-19 Pandemic Perspective of Criminology. *Journal of Law and Legal Reform*, 3(1), 85–110. <https://doi.org/10.15294/jllr.v3i1.54836>
- Yesisca, Lady, & Alfred Pieter Menayang. (2023). The Hyperreality of TikTok Live Streaming. *Journal of Humanities and Social Sciences Studies*, 5(10), 56–60. <https://doi.org/10.32996/jhsss.2023.5.10.8>

Website

- Kemp, S. (2024, April 13). Tiktok Users, Stats, Data & Trends. Diambil 13 April 2024, dari Kepios website: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia?rq=tiktok%20in%20indonesia%202024>
- Newsroom, tiktok. (2024, Mei 29). Logo Tiktok <https://newsroom.tiktok.com/in-id/informasi-terkini-dari-tiktok-shop-indonesia>