ANALISA SIMBOL PADA KONTEN SEDEKAH AKUN TIKTOK @UZZIOWN MENGGUNAKAN TEORI INTERAKSIONISME SIMBOLIK

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pada Program Studi Sosiologi Agama Strata Satu (S-1)

Disusun oleh :

APEL PUTRA
NIM. 4620046

Dosen Pembimbing:

NOOR FADLI MARH. MA

PROGRAM STUDI SOSIOLOGI AGAMA
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
UIN SJECH M. DJAMIL DJAMBEK
BUKITTINGGI
2024 M/ 1446 H

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi Mahasiswa Sosiolohi Agama Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah Universitas Sjech M. Djamil Djambek (UIN) Bukittinggi atas nama **Apel Putra** Nim **4620046** dengan judul **"Analisa Simbol Pada Konten Sedekah Akun Tiktok @Uzziown Menggunakan Teori Interaksionisme Simbolik"** memandang bahwa tugas akhir yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan sidang ujian akhir.

Demikian lah surat ini di berikan untuk dapat digunakan seperlunya

Bukittinggi, 29 Juli 2024

Pembimbing

Noor Fadlli Marh, M.A
NIP.201011810

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Apel Putra

Nim : 4620046

Tempat / tanggal lahir : Pertemuan, 16 Desember 1998

Fakultas / Prodi : Ushuluddin Adab dan Dakwah / Sosiologi Agama

Judul Skripsi :**Analisa Simbol Pada Konten Sedekah Akun Tiktok @Uzziown Menggunakan Teori Interaksionisme Simbolik**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (skripsi) saya dengan judul diatas adalah benar asli karya penulis. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya saya sendiri, maka penulis bersedia di proses sesuai hukum yang berlaku dan gelar sarjana penulis siap di cabut sampai batas waktu yang di tentukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat sesungguhnya untuk di pergunakan sebagaimana semestinya.

Bukittinggi, 29 Juli 2024

Apel Putra
NIM.4620046

HALAMAN PERSEMBAHAN



Alhamdulillah puji syukur penulis ucapkan kepada Pencipta alam semesta yakni ALLAH SWT dan kepada pemimpin umat yang sudah memberi usaha untuk menjadikan umat manusia yang beriman dan selalu bersyukur kepada-Nya yakni Muhammad SAW. Betapa indahnya anugerah yang telah ALLAH SWT berikan kepada penulis sehingga penulis bisa sampai pada titik ini. Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat aku sayangi dan ku kasihi.

Ayahanda dan Ibunda tercinta

Dengan dedikasi, hormat serta terimakasih yang tiada henti kupersembahkan karya kecil ini kepada Ayah saya **Maris** dan Ibu saya **Dasni** orang hebat yang selalu memberikan cinta tanpa syarat, semangat tiada henti, dan cinta yang tulus yang tidak bisa terbalaskan dengan selembar kertas yang bertuliskan kata persembahan. Titik ini semoga menjadi awal langkah aku membuat Ayah dan Ibu bahagia, aku sadar selama ini belum ada hal yang lebih kuberikan. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan saya. Untuk ayah dan ibu yang setiap saat selalu memberikan semangat dan motivasi, selalu mendoakan, selalu meridhoi jalanku. Terimakasih Ayah……Terimakasih Ibu……

Adikku tersayang dan Semua Keluarga

Terimakasih kuucapkan kepada 4 orang adiku **Rodi Saputra, Imes Saputra, Liya Kartika, Hafizah Karlina Putri**,dan

seluruh keluarga besarku yang selalu memberikan semangat dan motivasi membantuku dalam mengerjakan karya tulis ini untuk menyelesaikan bangku kuliahku.

Sahabat, Senior dan Teman Seperjuangan

Terimakasih banyak kepada sahabat, senior yang sudah membantuku dalam menyelesaikan tugas akhir ini yang selalu siap untuk menemaniku dalam hal yang aku butuhkan. terimakasih atas support dan bantuan yang kalian berikan. Untuk Teman seperjuangan ku teman keluh kesahku terimakasih ku ucapkan atas ketersediaan-nya membantu untuk memberikan saran dan motivasi yang sangat luar biasa untuk melewati masa perskripsian ini. Dan para senior ku yang selalu meluangkan waktu dan masukan atas karya tulis yang belum sesempurna ini

Dosen Pembimbing Tugas Akhir

Terimakasih kepada Bapak Noor Fadli Marh, M.A selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah dengan sabar dan ikhlas dalam membimbing dan memberi masukan sampai saya sampai pada titik sekarang ini. Semoga Bapak selalu dalam keadaan sehat walafiat. Aamiin.

Tanpa dukungan semangat dari mereka saya tidak akan mencapai titik ini

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr.Wb

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-nya berupa ilmu pengetahuan kepada makhluk-nya dan senantiasa selalu menganugerahkan kekuatan lahir dan batin, petunjuk, serta keridhoan-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam penulis hadiahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, yang telah meninggalkan dua pedoman hidup bagi umat yang dicintainya sebagai bekal dunia akhirat yaitu Al-qur‟an dan Sunnah. Penulis skripsi ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa adanya bantuan dari beberapa pihak. Terutama kepada segenap keluarga yang telah memberikan dukungan kepada penulis baik itu moril maupun material, teristimewa kepada kedua orang tua tercinta **Ayahanda Maris** dan **Ibunda Dasni** tercint**a** serta kepada saudara, Rodi Saputra, Imes Saputra, Liya Kartika, Hafizah Karlina Putri dan seluruh keluarga penulis serta teman-teman yang selalu mensupport dan memberikan semangat kepada penulis. Selanjutnya penulis mengucapkan ribuan terima kasih kepada pembimbing penulis yang telah bersedia memberikan banyak waktu dan ilmu yang diberikan, menerima, mendidik dan memberikan perhatian selama penulis menyelesaikan tugas akhir perkuliahan. Selanjutnya penulis ucapkan terima kasih juga kepada :

1. **Prof. Dr. Ridha Ahida, M. Hum**, Selaku Rektor UIN Sjech M. Djamil

Djambek Bukittinggi. **Dr. H. Asyari, S.Ag. M.Si.** Selaku Wakil Rektor 1**, Prof. Dr. Zulfani Sesmiarni, M.Pd** selaku Rektor II, dan **Dr. H. Arman Husni. Lc., MA** selaku Rektor III.

2. **Prof Dr. Syafwan Rozi, M. Ag** Selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah. **Dr. Junaidi M. Pd** selaku Wakil Dekan I, **Dr. Januar M.Pd** selaku Wakil Dekan II, **Dr. Nurlizam M.Ag** selaku Wakil Dekan III.
3. **Akdila Bulanov, M. Si**, sebagai Ketua Prodi Sosiologi Agama yang telah memberikan nasehat-nasehat agar penulis lebih terarah untuk mengambil keputusan.
4. **TYKA RAHMAN, M,Si** Selaku Penasehat Akademik yang selalu bersedia memberikan waktunya untuk memberikan arahan dan bimbingan serta nasehat-nasehat selama proses perkuliahan yang telah ditempuh selama masa perkuliahan, yang selalu memberikan pelajaran untuk sabar demi menuju kesuksesan.
5. **Noor Fadlli Marh, MA** selaku dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan pikiran membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, dan sebagai dosen termotivasi.
6. **Dosen Prodi Sosiologi Agama** serta **staf pegawai** Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi.
7. Orang tua saya, yang selalu menjaga saya dari kecil hingga dewasa, yang telah memberikan motivasi, semoga penulis bisa menjadi anak yang membahagiakan dan membanggakan Ibu dan Ayah aamiin, serta adik-adikku yang selalu menyemangatkan, semangat dan begitu banyak pesan

untuk penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.. Saudara, Sahabat dan Sepupu saya yang telah banyak memberikan dukungan dan semangat kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sahabat-sahabatku yang telah memberi semangat, saling bertukar pikiran, berpikir bersama, harapan bersama dalam satu tujuan. Teman-teman seperjuangan saya, yang paling baik yang membantu saya dengan tulus saat perkuliahan serta teman-teman sekelas lainya dan senior saya.

Penulis menyadari adanya keterbatasan pengetahuan, kemampuan dan pengalaman. Oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan Allah SWT memberikan balasan kebaikan kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Bukittinggi, 29 Juli 2024
Penulis

Apel Putra
Nim.4620046

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh Apel Putra dengan NIM 4620046 Program Studi Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi dengan judul **"Analisa Simbol Pada Konten Sedekah Akun *TikTok* @Uzziown Menggunakan Teori Interaksionisme Simbolik"**

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan zaman dan teknologi yang semakin cangih, perkembangan zaman dan teknologi ini diantaranya yaitu dengan banyak nya bermunculan berbagi aplikasi diantaranya aplikasi *TikTok*, aplikasi *TikTok* ini banyak manfatnya, diantaranya berbagi kebaikan, berbagi ilmu serta juga bisa mencari penghasilan sesuai dengan profesi. Seperti halnya yang terjadi pada akun *TikTok* @Uzziown dimana dia melakukan sedekah dan sedekah tersebut di videokan dan dijadikan konten pada akun *TikTok*-nya, secara tidak langsung dia mengkombinasikan cara bersedekah lama yang secara langsung dengan perkembangan teknologi dengan menjadikan sedekah tersebut sebagai konten pada *TikTok*. Tujuan dilakukan penelitian ini untuk mengetahui simbol-simbolyang ada pada konten sedekah di akun *TikTok* @Uzziown tersebut.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini metode kualitatif deskritif dengan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara, observasi non partisipan, dan dokumentasi. Metode analisis data dilakukan dengan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Sedangkan Teknik keabsahan data dilakukan dengan trigulasi. Informan yang digunakan yaitu *purpose sampling* yaitu pemilik akun *TikTok*, *maneger* akun, dan tiga orang pengikut atau penonton akun *TikTok*.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa yang menjadi simbol dalam sedekah pada konten sedekah akun *TikTok* @Uzziown yaitu berupa foto yang bermakna sebagai simbol kebahagian yang diberikan oleh pemberi sedekah kepada penerima sedekah, uang sebagai simbol kebutuhan finansial yang diberikan oleh oleh pemilik akun kepada penerima sedekah, makanan dan sembako merupakan simbol rasa syukur. Serta baju dan tas menjadi simbol kebaikan dan kepedulian yang dikasih oleh pemberi kepada penerima.

Kata kunci: *Simbol, Konten, Sedekah, TikTok*

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING……i
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS…… ...……ii
HALAMAN PERSEMBAHAN……...iii
KATA PENGANTAR……v
ABSTRAK……...viii
DAFTAR ISI ix
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Batasan Masalah 7
C. Rumusan Masalah 8
D. Tujuan Penelitian 8
E. Manfaat Penelitian 8
F. Penjelasan Judul 9
G. Sistematika Penulisan 10
BAB II TINJAUN PUSTAKA 12
A. Simbol 12
B. Konten Sedekah 14
C. Media Sosial *TikTok* 20
D. Teori Interaksionisme Simbolik George Herbert Mead 25
E. Penelitian Relevan 31
F. Kerangka Berfikir 35
BAB III METODE PENELITIAN 37
A. Jenis Penelitian 37
B. Subjek Penelitian 37
C. Informan Penelitian 38
D. Teknik Pengumpulan Data 39
E. Teknik Analisis Data 45
F. Teknik Keabsahan Data 47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 49
A. Temuan Umum 49

1. Gambaran Umum Akun *TikTok* @Uzziown..... …….49
2. Profil Ahmad Fauzi 50
3. Penyajian Data Konten Video 53
B. Temuan Khusus 61
1.Target Sedekah 61
2.Bentuk Sedekah..... 74
3.Oleh-Oleh Dalam Sedekah..... 92
C. Pembahasan.....99
BAB V PENUTUP.....101
A. KESIMPULAN 101
B. SARAN 102
DAFTAR PUSTAKA.....104
DAFTARAN LAMPIRAN
DOKUMENTASI PENELITIAN
PANDUAN WAWANCARA
SK PEMBIMBING
SURAT IZIN PENELITIAN
BALASAN SURAT IZIN PENELITIAN
KETERANGAN WAWANCARA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang semakin pesat pada saat sekarang ini banyak berpengaruh terhadap kehidupan manusia, manusia telah mengubah kehidupan mereka dan mulai bergantung pada teknologi. Teknologi telah membantu masyarakat, lingkungan, dan banyak hal lainnya. Sejak abad ke-20, masyarakat sudah mulai menggunakan teknologi, mulai dari mengubah sumber daya alam menjadi alat-alat yang sederhana. Karena merasa memiliki teknologi yang cukup, banyak orang yang mulai meninggalkan atmosfer bumi untuk menjelajah pada pertengahan abad ke-20. Dunia telah banyak diubah oleh teknologi, termasuk cara dalam transportasi, pendidikan ekonomi hingga banyaknya muncul alat komunikasi yang cangih yang disebut dengan *handphone* yang berbasis android.[1]Android merupakan sistem operasi berbasis *linux* yang dirancang untuk perangkat bergerak layar sentuh diantara seperti telepon pintar dan komputer tablet, android awalnya dikembangkan oleh android inc, dengan dukungan finansial dari Google, yang kemudian membelinya tahun 2005. Sistem operasi ini dirilis secara resmi pada tahun 2007, bersamaan didirikannya *Open Hansed Alliance*, dari perusahan-perusahan perangkat keras, perangkat lunak, dan telekomunikasi yang bertujuan untuk memajukan standar terbuka perangkat seluler.[2]

[1] Yuspan Bempa et al., "Pemanfaatan Teknologi Aplikasi Tik Tok Pada Pembelajaran Smp Negeri 2 Tondano," *Jambura Journal Civic Education* 2, no. 1 (2022): Hlm,82–89.

[2]Yudha Yudhanto, *Mudah Membuat dan Berbisnis Aplikasi Android dengan Android Studio*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, 2017), Hlm, 1.

Dalam android memuat banyak macam dan bentuk aplikasi, antara lain aplikasi *Facebook*, *Instagram*, *Youtube*, dan *TikTok.* Tiktok merupakan sebuah aplikasi yang bisa digunakan pada android, aplikasi tiktok ini adalah sebuah jejaring sosial dan platform video music dimana pengguna bisa membuat, mengedit serta berbagi video klip pendek yang lengkap dengan filter sebagai pendukung dikarenakan pada tiktok ini terdapat banyak sekali fitur-fitur yang menarik sehingga pengguna nya semakin banyak dan tertarik dalam membuat konten seperti konten edukasi, hiburan, kesehatan, inspirasi dan juga yang berkaitan dengan keagaaman. Aplikasi *TikTok* ini berasal dari negeri Tiongkok yang diluncurkan pada awal September 2016. *TikTok* memberikan akses kepada penggunanya untuk membuat video musik berdurasi singkat. *TikTok* di sepanjang tahun 2018 sampai 2019 menyatakan sebagai aplikasi yang palin banyak diunduh dan digeamari dengan 45,8 juta kali di unduh, *TikTok* berhasil mengalahkan aplikasi populer lainnya seperti *Instagram* dan *Whatsapp* sampai pada saat sekarang ini.[3]

Pada awal kemunculannya, *TikTok* sempat dianggap remeh oleh masyarakat dan menganggap aplikasi *TikTok* sebagai apliaksi yang tidak mendidik. Pada saat ini aplikasi *TikTok* justru sangat diminati, ini dikarenakan konten-konten yang ada pada aplikasi *TikTok* yang sangat beragam, inovatif serta kreatif. *TikTok* tidak hanya digunakan untuk mengikuti tren yang ada tetapi juga dijadikan sebagai wadah untuk mencari penghasilan, berbagi ilmu, berbagi kebaikan dan lain sebagainya. Banyak sekali konten creator dari

[3]Aji, Setiyadi,. (2020). *Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Keterampilan Bersastra. METAFORA: Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra,* 6(2), Hlm, 147–157.

berbagai bidang profesi yang ikut terjun didalam memanfaatkan aplikasi tiktok ini sebagai wadah untuk menyalurkan informasi dan memperkenalkan profesi serta menjadikan aplikasi *TikTok* ini tempat pekerjaan dan mencari penghasilan yaitu dengan menjadi seorang tiktoker dalam memanfaatkan aplikasi *TikTok* ini.[4]

Salah satu individu yang menggunakan dan memanfaatkan aplikasi media sosial *TikTok* untuk membagikan kebaikan, memperkenalkan profesi, serta menjadikan aplikasi *TikTok* sebagai sumber pekerjaan dan penghasilan adalah Ahmad Fauzi. Dengan nama akun *TikTok* nya yaitu @Uzziown, Ahmad Fauzi berhasil mengumpulkan pengikut sebanyak 950,8 ribu orang, mengikuti 561 akun lainnya, serta mendapatkan jumlah suka sebanyak 41,9 juta. Akun *TikTok* bernama @Uzziown ini dibuat oleh Ahmad Fauzi pada tahun 2021. Sejak saat itu, ia aktif membagikan berbagai konten yang berhubungan dengan kehidupan sehari-harinya yang berprofesi sebagai fotografer dan videografer. Konten-konten yang dibagikannya tidak hanya menarik perhatian banyak orang, tetapi juga memberikan wawasan tentang dunia fotografi dan videografi, menunjukkan keterampilan dan kreativitasnya dalam menangkap momen-momen penting dan indah melalui lensa kamera. [5]

Melalui platform ini, Ahmad Fauzi berhasil memadukan hiburan dan edukasi, memberikan inspirasi kepada banyak orang untuk mengeksplorasi dan mengembangkan minat mereka di bidang fotografi dan videografi. Selain itu,

---

[4] Vira Yunita, *skripsi :"Analisa Isi Pesan Dakwah Dalam Akun Tiktok Risyad Baya'sud"* (Jakartra: Uin Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023), Hlm, 4-5.

[5] Fauzi Ahmad, *Wawancara Pribadi di Wattshapp, Via Video Call,* Pada tanggal 10 Mei 2024, Pukul 20:15 WIB.

keberhasilannya dalam membangun basis pengikut yang besar di *TikTok* juga menunjukkan potensinya dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk mencapai kesuksesan profesional.[6]

Pada awal tahun 2022, Ahmad Fauzi memperkenalkan sebuah konten baru di *TikTok* yang bertemakan potret berbagi atau bersedekah secara langsung di lapangan. Konten ini tetap berkaitan dengan profesinya sebagai fotografer dan videografer. Ide pembuatan konten berbagi ini muncul ketika Ahmad Fauzi menyadari banyaknya orang yang membutuhkan bantuan dan kurangnya kelayakan hidup di kalangan masyarakat dari segi ekonomi. Melihat kondisi tersebut, tumbuh rasa empati dalam diri Ahmad Fauzi, sehingga ia berniat membuat konten berbagi dengan tujuan agar orang-orang dapat melihat kontennya dan semakin banyak yang peduli terhadap sesama dalam kehidupan bermasyarakat. Dalam setiap video, Ahmad Fauzi mendokumentasikan momen-momen di mana ia memberikan sedekah secara langsung kepada mereka yang membutuhkan, menangkap reaksi tulus dan kebahagiaan yang terpancar dari orang-orang yang menerima bantuan tersebut. Melalui lensa kameranya, ia mampu menggugah hati banyak penonton, menekankan pentingnya saling membantu dan peduli terhadap sesama. [7]

Konten ini tidak hanya menunjukkan kemampuan profesional Ahmad Fauzi dalam fotografi dan videografi, tetapi juga menyampaikan pesan moral yang kuat tentang kebaikan dan empati. Melalui inisiatif ini, Ahmad Fauzi

---

[6]. Fauzi Ahmad, *Wawancara Pribadi di Wattshapp*, *Via Video Call*, Pada tanggal 10 Mei 2024, Pukul 20:15 WIB.

[7]. Fauzi Ahmad, *Wawancara Pribadi di Wattshapp*, *Via Video Call* Pada tanggal 10 Mei 2024, Pukul 20:15 WIB

berharap dapat menginspirasi lebih banyak orang untuk ikut serta dalam aksi kebaikan dan memperkuat solidaritas dalam komunitas mereka. Upayanya ini juga membuktikan bahwa media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk mempromosikan nilai-nilai positif dan mendorong perubahan sosial yang berarti.[8]

Hal tersebut sangat direspon dengan baik oleh pengikut dan penontonnya yaitu dengan *viewers* semakin meningkat dan juga banyak yang menyukai serta dari konten tersebut banyak orang yang berdonasi terhadap target dari berbaginya tersebut. Ahmad Fauzi dalam hal ini juga memiliki keuntungan yaitu selain akunnya yang semakin dikenali banyak orang dan pengikutnya yang semakin bertambah dan bisa menjadikan konten ini sebagai pekerjaan dan berpenghasilan bagi dia, dia juga telah berbagi kebaikaan terhadap sesama. Target dalam berbagi dan bersedekah yang dilakukan oleh Ahmad Fauzi pada akun tiktoknya yang dibuat konten adalah pedagang umkm kecil dan orang tua.[9]

Ahmad fauzi dalam berbagi atau bersedekah memiliki cara yang unik dan menarik yaitu dengan awalnya memotret target tempat atau orang yang akan dia berikan sedekah lalu dia mencetak poto orang yang akan dikasih sedekah tersebut, hal ini dilakukan untuk bahan interakasi awal saat bekomunikasi dengan orang yang akan dikasih sedekah, dia juga terlihat memberikan sedekah bisa dalam bentuk uang, makanan, senyuman dan juga dengan cara membeli

[8] Fauzi Ahmad, *Wawancara Pribadi di Wattshapp, Via Video Call*, Pada tanggal 25 Mei 2024, Pukul 22:00 WIB.

[9]. Fauzi Ahmad, *Wawancara Pribadi di Wattshapp, Via Video Call*, Pada tanggal 25 Mei 2024, Pukul 22:00 WIB.

jualan dari orang yang menjadi target dia bersedekah, membeli disini maksutnya yaitu membeli dengan harga sesuai yang disampaikan penjual atau target sedekah dan dia membayarnya lebih, di sisi lain dia juga memberikan sedekah dalam bentuk makanan, dan juga sembako.[10]

Pengaplikasian sedekah secara langsung yang ditampilkan di aplikasi tiktok untuk dijadikan sebuah konten ini dilakukaan untuk memotivasi orang-orang untuk melakukan sedekah dan saling berbagi dengan sesama. Dalam akun tiktok @Uzziown ini segala bentuk pengaplikasian sedekah yang dilakukannya di videokan serta dijadikan sebuah konten didalam akunnya, khususnya dia mengkominakasikan cara bersedekah lama dan cara bersedekah yang ditampilkan melalui media pada saat ini. Hal ini bertujuan untuk membantu orang yang mengalami kesusahan dan menumbuhkan empati kepada orang lain agar dapat membantu sesama dan bergerak hatinya untuk melakukan sedekah, selain itu pemilik akun @uzziown juga melakukan penerimaan dan membuka peluang donasi untuk orang lain melakukan sedekah melalui link aplikasi berbagi kita bisa di tiktoknya, pemberian donasi berbagi bisa melalui *via transfer*, dari donasi tersebut pemilik akun ini juga melakukan sedekah, yang mana dia menjadi perpanjangan tangan dari donatur yang memberikan sedekah tersebut kepada orang yang membutuhkannya.[11]

Dari fenomena sedekah dan cara berbagi yang dilakukan oleh akun Ahmad Fauzi yang bernama @Uzziown tersebut kita bisa melihat banyak

[10] Fauzi Ahmad (pemilik akun tiktok), *wawancara pribadi di Wattshapp, Via Video Call* Pada tanggal 25 Mei 2024, Pukul 22:00 WIB.

[11]. Fauzi Ahmad (pemilik akun tiktok), *wawancara pribadi di Wattshapp, Via Video Call* Pada tanggal 15 Mei 2024, Pukul 22:00 WIB.

simbol yang ada dalam proses berbagi dan bersedekah tersebut. Diantanya simbol nya yang terlihat pada penggunan pemotretan dan cetakan poto sebagai simbol awal interaksi serta uang yang dikasih, makanan, baju dan tas, sembako yang diberikan serta cara berprilaku, baik itu senyuman, perkatan menjadi simbol dalam melakukan interaksi proses memberikan sedekah. Selain itu simbol juga terlihat didalam akun nya @Uzziown ini disegi respon para penonton dikolam komentar dan *like* nya yang banyak. Terkait dengan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk mengangkat judul penelitian dengan judul **"Analisa Simbol Pada Konten Sedekah Akun *TikTok* @Uzziown menggunakan Teori Interaksionisme Simbolik"**

B. Batasan Masalah

Batasan suatu masalah ialah untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Maka dari itu peneliti hanya membatasi pembahasan serta observasi penelitian yang berfokus pada akun *TikTok* @Uzziown.

Secara khusus penelitian ini difokuskan pada pembahasan mengenai analisa simbol yang ada pada konten sedekah di akun *TikTok* @Uzziown. Hal ini perlu dilakukakn untuk mendapatkan pemahaman dan pengetahuan tentang simbol-simbol yang ada pada konten sedekah yang dilakukan pada akun *TikTok* @Uzziown tersebut.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Analisa Simbol-Simbol Pada Konten Sedekah di Akun *TikTok* @Uzziown?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian adalah : mengemukan hasil analisis dari simbol-simbol yang ada pada konten sedekah di akun *TikTok* @Uzziown.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Secara Akademis, Untuk memenuhi salah satu syarat meraih gelar sarjana Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) di Program Studi Sosiologi Agama (SA)
2. Manfaat Teoritis
   a. Penelitian ini sangat berguna sekali bagi peneliti karena mendapatkan informasi serta menambah pengetahuan dan wawasan peneliti terkait ilmu yang didapatkan ketika belajar pada bangku kuliah bisa di aplikasikan dalam ranah sosial. Serta dapat memenuhi tugas akhir untuk menyelesaikan Strata Satu(S1).
   b. Mendapatkan jawaban dari suatu permasalahan yang di jadikan sebagai penelitian.

3. Manfaat Praktis
   a. Sebagai sesuatu tambahan ilmu bagi peneliti dalam hal yang terkait dengan penelitian mengenai Sosiologi Agama.

b. Dapat memberikan sumbangan atau bahan acuan selanjutnya dan bahan pertimbangan penelitian, kususnya dalam analisa simbol pada konten sedekah di media sosial *TikTok*

F. Penjelasan Judul

Untuk memahami lebih jelas terkait judul penelitian ini, maka peneliti akan menjelaskan sedikit tentang judul tersebut yakni : Analisa Simbol pada Konten Sedekah akun *TikTok* @Uzziown menggunakan teori Interaksionisme Simbolik

Analisa merupakan suatu proses menyelidiki, menguraikan serta menelaah suatu permasalahan untuk mengetahui pemahaman yang tepat sesui permasalahan tersebut.[12]

Simbol merupakan suatu lambang atau tanda yang memiliki pemaknaan yang terdapat di dalamnya yang bisa mengambarkan suatu objek atau suatu hal.

Konten merupakan pokok, tipe, atau unit dari informasi digital. Konten dapat berupa teks, citra, grafis, video, suara, dokumen, laporan-laporan, dan lain-lain. Dengan kata lain, konten adalah semua hal yang dapat dikelola dalam format elektronik.[13]

Sedekah secara bahasa, sedekah dapat dimaknai sebagai pemberian kepada orang yang tidak mampu sebagaimana kesanggupan dari yang memberikan. Sedangkan secara general, sedekah merupakan pemberian secara

---

[12]Andre Wedianto and Herlina Latipa Sari, "*Analisa Perbandingan Metode Filter Gaussian, Mean Dan Median Terhadap Reduksi Noise," Jurnal Media Infotama* 12, no. 1 (2016). Hlm, 22.

[13]Mahmudah, Rahayu .(2020*).Pengelolaan Konten media sosial korporat pada instgram sebuah pusat perbelanjaan.Jurnal Komunikasi Nusantara,2*(1), Hlm, 1-9.

ikhlas yang dilakukan oleh seorang muslim, dan tidak memiliki nilai yang terbatas sebagai wujud kemuliaan untuk mendapatkan rahmat dari Allah[14]

TikTok merupakan sebuah aplikasi media sosial berbasis audio video yang kini banyak disenangi oleh para generasi Z. Aplikasi *TikTok* merupakan jejaring sosial yang berbasis video musik asal negeri Tiongkok diluncurkan pada awal September 2016.[15]

@Uzziown merupakan akun *TikTok* yang menjadi objek penelitian dan yang akan di analisis oleh peneliti

G. Sistematika Penulisan

Penulisan ini tersusun secara sistematis dan terarah dari pokok permasalahan yang telah dirumuskan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN : terdiri dari latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penjelasan judul, sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA : yang terdiri dari simbol, konten sedekah, *TikTok*, teori interaksionisme simbolik, penelitian relevan, kerangka berpikir.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN : Metode penelitian terdiri dari jenis penelitian, subjek penelitian, informan penelitian, teknik pengumpulan data, teknis analisis data, teknik keabsahan data

---

[14]M.Irfan el-Firdausy, *Dahsyatnya Sedekah Meraih Berkah Dari Sedekah*,(Yogyakarta:Cemerlang Publishing,2009).Hlm, 850.

[15]Setiyadi, (2020). *Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Keterampilan Bersastra. METAFORA: Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra,* 6(2), Hlm, 147–157.

BAB IV HASIL PENELITIAN : Hasil penelitian terdiri dari temuan umum, temuan khusus, pembahasan analisa simbol yang ada pada konten menggunakan teori interaksionisme simbolik

BAB V PENUTUP: berisi kesimpulan Dan Saran Penutup dari keseluruhan pembahasan yang terdiri dari kesimpulan dan saran, fungsinya adalah sebagai bentuk sumbangan informasi yang teruji dalam kebenaran yang dilakukan.

LAMPIRAN

BAB II

TINJAUN PUSTAKA

A. Simbol

1. Pengertian Simbol

Secara etimologis simbol berasal dari bahasa yunani, yakni kata *symboion* dari *symballo* (menarik kesimpulan bararti memberi kesan). Simbol atau lambang sebagai sarana atau mediasi untuk membuat dan menyampaikan suatu pesan, menyusun sistem epistemologi dan keyakinan yang dianut. Simbol adalah aspek penting yang memungkinkan orang bertindak menurut cara-cara yang khas dilakukan manusia. Karena simbol, manusia tidak memberikan respon secara pasif terhadap realitas yang memaksakan dirinya sendiri, tetapi secara aktif menciptakan dan mencipta ulang dunia tempat mereka berperan.[1]

Menurut George Hebert Mead simbol adalah objek sosial yag dipakai untuk mempresentasikan atau menggantikan apa pun yang disetujui orang yang akan mereka representasikan. Tidak semua objek sosial yang dapat mereprsentasikan sesuatu yang lain, dapat mewakili pesan yang ingin disampaikan dari suatu objek sosial, tetapi objek sosial yang dapat menggantikan sesuatu yang lain disetujui secara bersama oleh suatu kelompok adalah simbol. Jadi simbol merupakan sesuatu yang memiliki makna yang terkandung di dalamnya, yang diakui secara bersama-sama dan melambangkan sesuatu yang mempunyai arti untuk pemahaman secara

[1] Sujono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001), Hlm,187.

bersama dan juga bisa dijadikan sebagai alat untuk komunikasi pemahaman secara bersama.[2]

2. Fungsi Simbol

Simbol pada umumnya mempunyai sejumlah fungsi khusus bagi aktor yaitu:[3]

1) Simbol memungkinkan orang menghadapi dunia material dan dunia sosial dengan memungkinkan mereka untuk mengatakan, menggolongkan dan mengingat objek yang mereka jumpai disitu. Dengan cara ini manusia mampu menata kehidupan, agara tak membingungkan.
2) Sebuah simbol sangat penting untuk membantu anda dalam memahami lingkungan di sekeliling anda. Dari pada dibanjiri
   oleh stimulus yang tak dapat dibeda-bedakan, actor dapat berjaga-jaga terhadap bagian lingkungan tertentu saja ketimbang terhadap bagian lingkungan yang lain.
3) Simbol dapat meingkatkan kemampuan untuk berfikir. Dalam artian ini berfikir dapat dibayangkan sebagai berinteraksi secara simbolik terhadap diri sendiri.
4) Sebuah simbol juga dapat digunakan untuk membantu dalam memecahkan berbagai permasalahan dan membantu memberikan solusi dalam masalah yang anda hadapi. Dalam artian manusia dapat

[2] Ibid. Hlm, 292.
[3] George Ritzer, *Teori Sosiologi Modern, Edisi Keenam*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004). Hlm, 292-293.

memikirkan dengan menyimbolkan berbagai alternatif tindakan sebelum benar-benar melakukannya.

5) Kehadiran simbol anda dapat memprediksikan kehidupan di masa lalu dan masa depan. Hal ini juga berlaku untuk menilai diri kita sendiri berdasarkan sudut pandang orang lain.

6) Dengan sebuah simbol memungkinkan kita membayangkan berbagai fakta metafisik seperti surga dan neraka.

7) Sebuah simbol juga dapat bermanfaat bagi anda untuk menghindari dari diperbudak oleh keadaan di sekitar kita (lingkungan). Mereka dapat lebih aktif ketimbang pasif artinya mengatur sendiri mengenai apa yang akan mereka kerjakan.[4]

B. Konten Sedekah

Konten adalah semua hal yang dapat dikelola dalam format elektronik, konten bisa dalam bent uk video, audio, laporan, teks dan lain-lain.[5] Sedangkan Sedekah merupakan pemberian secara ikhlas yang dilakukan oleh seorang muslim, dan tidak memiliki nilai yang terbatas sebagai wujud kemuliaan untuk mendapatkan rahmat dari Allah. Konten sedekah merupakan kegiatan sedekah yang dilakukan dengan dikelola melalui media elektronik untuk sebuah tujuan tertentu, khusnya dalam segi bersedekah.[6]

1. Pengertian Sedekah

[4] Ibid, Hlm, 292-293.

[5]Mahmudah, Rahayu. (2020*).Pengelolaan Konten media sosial korporat pada instgram sebuah pusat perbelanjaan.Jurnal Komunikasi Nusantara,2*(1), Hlm,1-9.

[6]M.Irfanel-Fir dausy, *Dahsyatnya Sedekah Meraih Berkah Dari Sedekah*, (Yogyakarta:Cemerlang Publishing, 2009). Hlm 850.

Secara etimologis, kata sedekah berasal dari bahasa Arab yang artinya adalah "ash-shadaqah"yaitu memberikan suatu hal berupa materi maupun non materi kepada seseorang dengan tujuan semata-mata untuk mendapatkan ridho Allah tanpa mendambakan balasan apa-apa dari seseorang yang diberi, dan secara Secara teminologis, sedekah adalah suatu hal yang diberikan oleh seseorang kepada yang berhak menerimanya dengan perasaan ikhlas dan juga mengharapakan ridho dan iringan pahala oleh Allah SWT.[7]

Para ahli berpendapat bahwa pengertian sedekah sangat banyak diantara, yaitu:

1. Menurut A.Roihan A.Rasyid, Sedekah atau shadaqah adalah tindakan memberi sesuatu pada seseorang atau suatu lembaga, baik berbentuk benda bergerak atau tidak, baik barang permanen atau tidak dengan tidak meminta balasan imbalan juga tanpa meminta persyaratan, sebab yang diharapkan sekedar hanya berupa pahala dari Allah SWT pada hari kiamat kelak.[8]
2. Menurut M. Zaidi Abdad, Sedekah adalah pemberian dari seorang muslim secara sukarela tanpa dibatasi oleh waktu dan jumlah tertentu, suatu pemberian yang dilakukan oleh seseorang sebagai kebajikan yang mengharap ridha Allah Swt dan pahala semata.[9]

---

[7] Nasrun Ha roen, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), Hlm,88.

[8] A. Roihan A. Rasyid, *Hukum Acara Peradilan Agama* (Jakarta: Rajawali Press, 2001), Hlm,38.

[9] M.Zaidi Abdad, *Lembaga Perekonomian Umat di Dunia Islam* (Bandung: Angkasa,, 2003), Hlm, 149.

3. Menurut para fuqaha, sedekah adalah suatu pemberian seorang muslim kepada orang lain secara spontan dan sukarela tanpa adanya batas waktu daan jumlah tertentu, serta pemberian tersebut bertujuan sebagai kebaikan dan mengharap ridha Allah Swt dan pahala semata.[10]

Sedekah secara umum adalah pemberian kepada orang yang tidak mampu sesuai dengan kemampuan pemberi. Sedekah merupakan memberikan secara tulus yang dilakukan oleh seorang muslim dalam waktu dan nilai yang tidak terbatas sebagai tanda kemuliaan untuk mendapatkan rahmat dari Allah SWT. Amalan sedekah dapat berupa materi maupun nonmateri. contohnya, pemberian dalam bentuk barang, dana, energi, atau ucapan takbir, bahkan dalam bentuk yang paling kecil, seperti memberikan senyum kepada seseorang.[11]

2. Macam-Macam Sedekah

Sedekah tidak hanya didefinisikan sebagai proses mengeluarkan harta benda yang harus kita bagikan kepada orang lain. Namun, menurut Teungku Muhammad Hasbi Ash-Shiddiqiey terdapat beberapa macam makna sedekah, diantaranya sebagai berikut.[12]

a. Sedekah Hati, yaitu sedekah yang dapat dicapai dengan menjaga hati agar tidak berprasangka buruk dan berpikir negatif terhadap orang

[10] Taufik Abdullah, *Ensiklopedia Islam*, Jilid 4 (Jakarta: PT Ichtiar Van Hoeve, 1996), Hlm, 259.

[11]Ahamad Arief Budiman,*Good Governance Pada Lembaga Ziswaf:(Implementasi Pelibatan Pemangku Kepentingan dalam ziswaf*),(Semarang :Lembaga Penelitian IAIN Walisongo ,2012). Hlm, 15.

[12]Abdullah. (2023). *Konsep Sedekah Dalam Prespektif Muhammad Assad.* NIHAIYYAT: Journal of Islamic Interdisciplinary Studies, 2(1), Hlm, 17-28

lain, sebaliknya, hati harus selalu digunakan untuk berpikir positif tentang orang lain dan mendoakannya untuk hal yang baik.

b. Sedekah Sosial, yaitu selalu menjalin hubungan baik dengan orang lain dan mengutamakan sikap saling menghargai dan menghormati.

c. Sedekah Pemikiran, yaitu suatu bentuk sedekah di mana orang menggunakan pemikiran untuk mencari solusi ketika ada masalah di lingkungan mereka.

d. Sedekah Informasi, yaitu memberikan informasi yang kita ketahui kepada orang lain yang membutuhkan agar dapat bermanfaat.

3. Cara-Cara Bersedekah

Pada saat sekarang ini dalam melakukan sedekah sangat banyak cara dan bentuk dalam melakukannya baik itu secara langsung maupun secara jarak yang jauh, Dengan perkembangan zaman yang maju dan teknologi yang semakin cangih orang bisa melakukan sedekah melaui berbagai hal, seperti melaui media sosial dan lain sebagainya. Dalam islam ada banyak cara yang dilakukan dalam memberikan sedekah, diantaranya sebagai berikut:[13]

a. Niat yang lurus dalam bersedekah

b. Berikanlah sedekah kepada yang berhak untuk menerimanya

c. Memberikan sesuatu yang dicintai

d. Bersedekahlah dengan segera dan jangan di tunda-tunda

e. Bersedekahlah saat merasa kita pelit

[13]Abdullah. (2023). *Konsep Sedekah Dalam Prespektif Muhammad Assad.* NIHAIYYAT: Journal of Islamic Interdisciplinary Studies, 2(1), Hlm, 17-28.

f. Jangan ragu pada besar atau kecilnya pahala di balik sedekah

g. Jangan sombong dalam bersedekah

h. Jangan diminta kembali yang telah disedekahkan

i. Sedekahkan harta yang halal

j. Jangan menghitung harta yang sudah disedekahkan

k. Jangan disebut-sebut yang telah disedekahkan

l. Jangan membuat sakit hati si penerima

m. Menyesuaikan dengan kemampuan kita

n. Ikhlas dalam memberikan sedekah

Dari banyak nya cara-cara bersedekah yang ada diatas, Ahmad Fauzi menerapakan beberapa hal cara bersedekah tersebut dalam proses sedekah yang dijadikan konten pada akun *TikTok* nya. Diantara cara bersedekah tersebut ialah, dia tidak ragu akan besar kecilnya pahala sedekah yang diberikan, alasan dia buat konten sedekah bukan karna sombong dan ria tetapi karna ingin memotivasi banyak oraqng dalam berbagi dan bersedekah, dia juga bersedekah dengan harta yang halal dan menyesuaikan dengan kemampuannya, serta ikhlas dalam memberikannya[14]

4. Motif Dalam Melakukan Sedekah

Motif merupakan suatu sebab yang melandasi seseorang untuk melakukan sesuatu dengan tujuan sesuai dari sebab yang melandasinya**.** Motif juga bisa dikatakan suatu hal yang berkaitan dengan alasan seseorang

[14] Wawancara dengan Fauzi Ahmad di *Whattsap Via Video Call*, pada 25 Mei 2024, Pukul 22.00 WIB.

dalam melakukan suatu tindakan.[15] Bisa juga dikatakan sebagai usaha dalam menciptakan situasi dan kondisi yang diharapkan oleh pelaku di masa yang akan mendatang, sama seperti halnya sedekah yang dilandasi oleh motif dengan landasan perintah dan anjuran dalam agama serta pahala yang akan didapatkan dalam melakukannya. Pada akun *TikTok* @Uzziown ini motif paling utama dalam bersedekah yaitu untuk membantu sesama dan konten video sedekah di akun *TikTok* ini bertujuan untuk memotivasi dan menarik minat orang lain dalam melakukan sedekah serta berbagi.[16]

5. Manfaat Melakukan Sedekah

Dalam agama islam sangat banyak manfat dari melakukan sedekah. Al-Quran juga menjelaskan pada surah Al-Saba:39, bahwa "Dan apa saja yang kamu infakkan, niscaya Allah akan menggantinya; dan Allah maha pemberi rezeki yang melimpah ruah." Selain itu, sedekah adalah perbuatan yang sangat dianjurkan dalam Islam sebagai ibadah yang memiliki manfaat yang sangat besar di mata Allah SWT. Manfaatnya antara lain sebagai berikut:

a. Mendapatkan keberkahan dari Allah SWT
b. Membersihkan harta yang dimiliki
c. Menyelamatkan dari azab api neraka.[17]

---

[15]Wildan Rijal Amin, "*Kupatan, Tradisi Untuk Melestarikan Ajaran Bersedekah, Memperkuat Tali Silaturahmi, Dan Memuliakan Tamu*," *Al-A'raf : Jurnal Pemikiran Islam Dan Filsafat* 14, no. 2 (2017): Hlm, 267., https://doi.org/10.22515/ajpif.v14i2.893.*diakses* 22 september 2023, Pukul 15;20 WIB.

[16] Wawancara dengan Fauzi Ahmad *di whattsap*, pada 25 Mei 2024, Pukul 22.00 WIB.

[17]Hamid Sakti Wibowo, *Hikmah Sedekah: Menemukan Kebaikan Dalam Memberi* (Tiram Media, 2023). Hlm, 56.

C. Media Sosial *TikTok*

Media sosial dikenal sebagai "social media", adalah saluran atau sarana pergaulan sosial yang tersedia di internet, di mana pengguna dapat berinteraksi, berkomunikasi, kirim pesan, dan berinteraksi satu sama lain. berbagi (sharing), dan membangun jaringan (networking). Definisi media sosial disampaikan oleh Kaplan dan Michael Haenlein sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dibuat oleh pengguna.[18]

Media sosial adalah media pergaulan yang dilakukan melalui internet. Pengguna media sosial memiliki kemampuan untuk berkomunikasi, berteman, dan mengirim pesan satu sama lain nya. Sebagaimana dinyatakan oleh Kaplan dan Michael Haenlein, media sosial adalah aplikasi yang berbasis internet dan teknologi Web 2.0 yang memiliki kapasitas untuk memuat transmisi informasi atau konten.[19]

Media sosial adalah media online yang mendukung berbagai interaksi sosial dan media sosial juga menggunakalkn teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi diskusi interaktif. Dalam media sodial bisa memasukan berbagai hal baik itu dalam bentuk tulilsan, gambar, dan konten lainnya. Media sosial memiliki karakteristik sebagai berikut:

a. Pesan atau informasi yang dapat disampaikan secara bebas.
b. Pesan dapat disampaikan kepada banyak orang.

[18]Kaplan, Andreas M.; Michael Haenlein. 2010. *Jurnal*. *Users of the world, united The challenges and opportunities of Social Media*. Business Horizons 53(1): Hlm, 59–68.
[19]Ibid, Hlm. 64-68.

c. Pesan dapat lebih cepat sampai.

d. Waktu untuk berinteraksi ditentukan oleh yang menerima pesan.

Jadi secara rinci, media sosial adalah kumpulan program berbasis internet yang memungkinkan individu, kelompok, dan pertukaran konten melalui partisipasi pengguna, serta ekspresi individu dan kemampuan mereka untuk mengendalikan, mengarahkan, dan mengatur perilaku mereka untuk mencapai tujuan tertentu.Orang dapat berbagi konten seperti dokumen, video, audio, dan gambar melalui media sosial. Di Indonesia pada saat ini sangat banyak media sosial yang sangat populer dianataranya ialah *TikTok* [20]

1. Pengertian Aplikasi *TikTok*

Tikook adalah salah satu situs media sosial dengan pertumbuhan tercepat di dunia saat ini. Platform ini memungkinkan penggunanya untuk membuat dan berbagi video berdurasi 15 detik yang bisa diiringi dengan berbagai pilihan musik, filter, dan fitur kreatif lainnya yang memberikan kebebasan berekspresi secara visual dan musikal. Sejak diluncurkan, Tiktok telah mengalami peningkatan popularitas yang sangat pesat, terutama dalam kurun waktu hampir empat tahun setelah diperkenalkan ke publik. Pada akhir tahun 2019, *TikTok* berhasil mencatat lebih dari 500 juta pengguna aktif di seluruh dunia, menunjukkan seberapa besar daya tariknya di kalangan berbagai demografi pengguna. Di Indonesia, aplikasi ini juga mendapatkan sambutan hangat dari masyarakat, termasuk di antaranya banyak figur publik dan selebritas yang turut aktif menggunakan aplikasi

[20]Rulli Nasrullah, *Media Sosial:Persepektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*,(Bandung:Simbiosa Rekatama Media, 2015), Hlm, 191-192.

TikTok untuk berinteraksi dengan penggemar mereka dan memperluas jangkauan pengaruh mereka. Fenomena ini menunjukkan bagaimana *TikTok* telah menjadi bagian integral dari budaya digital modern, mempengaruhi cara orang mengonsumsi dan berbagi konten di media sosial.[21]

TikTok adalah aplikasi pembuat video pendek dengan musik yang disukai oleh banyak orang dewasa dan anak-anak yang di bawah usia 18 tahun. Aplikasi media sosial *TikTok* ini memungkinkan para pengguna untuk membuat berbagai konten video dan melihat dan menirukannya sendiri. Selain itu, mereka memiliki kemampuan untuk menuangkan berbagai ide-ide kreatif yang tersedia untuk membuat video menarik melalui aplikasi *TikTok* ini. Aplikasi tiktok dapat membuat pengguna atau pemilik akunnya terkenal atau dikenal. Hal ini bisa terjadi karena video-video yang mereka buat atau yang mereka produksi sangat menarik dan lucu serta memiliki memiliki ciri yang khusus. Ada juga yang terkenal karena pengguna menyampaikan materi tentang sedekah dan berbagi, dan ada juga video yang sangat inovatif karena setiap pengguna dan penggemar lain *TikTok* memberikan nilai dan apresiasi kepada akun tersebut. Selain itu, pengguna dapat menjadi kecanduan aplikasi ini karena hal menarik dan dinilai oleh orang banyak dan mereka merasa selalu ingin membuat video-video unik sendiri dan juga dapat memotivasi dan memberi tahu kepada orang lain.[22]

---

[21] Martini, Luh Kadek Budi, and Luh Komang Candra Dewi. "*Pengaruh Media Promosi Tik Tok Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*." *Prosiding Jurnal* (2021), Hlm, 39.

[22]Wisnu Nugroho Aji, "Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia," *Jurnalump,Universitas Widya Dharma Klaten* 431 (2018): Hlm,136.

2. Sejarah Aplikasi *TikTok*

TikTok merupakan aplikasi yang memungkinkan pengguna membuat video musik pendek yang masih sangat disukai oleh banyak orang. Aplikasi *TikTok* ini didirikan oleh Zhang Yiming seorang pria asal China yang juga membentuk dan mendirikan ByteDance. Yiming ialah seorang *softwer engineer* dari *Universitas Nankai*, yang mendirikan ByteDance pada Maret 2012 dan mengembangkan perangkat lunak berupa *TikTok*.[23]

ByteDance perusahaan asal Tiongkok (Cina) yang pertama kali meluncurkan aplikasi ini. Dimana aflikasi ini memiliki waktu yang singkat disebut dengan Douyin. Dalam waktu hanya kisaran satu tahun, Douyin mencapai 100 juta pengguna dan 1 miliar tayangan video setiap hari. Karena popularitasnya yang tinggi, Douyin mulai dikenal di luar China dengan nama *TikTok*. Menurut laporan yang dikeluarkan Tower Sensor, Sepanjang kisaran tahun 2019 aplikasi ini telah diunduh 700 juta kali. Semua Ini memungkinkan aflikasi *TikTok* untuk mengalahkan beberapa aplikasi yang dimiliki oleh *Facebook Inc*. Aplikasi ini berada di peringkat kedua setelah *WhatsApp*, yang memiliki 1,5 miliar pengguna dan pengunduh.[24]

Aplikasi ini juga dinobatkan sebagai aplikasi terbaik di Play Store yang dimiliki oleh Google di Indonesia pada tahun 2018. Selain itu, tiktok

---

[23]Fajria Anindyia Utami, *Asal Mula Tiktok Diganderungi Milenieal Tapi Penuh Kontroversial,WARTAEKONOMI,*7 Juli, 2020 *https://www.wartaekonomi.co.id/.read293550/asal-mula-tiktok-diganderungi-milineal-tapi-penuh-kontroversial/*, diakses (Rabu, 1 November 2023) , pukul 10:24 WIB.

[24]Dwi Putri Robiatul Adawiyah, "Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Di Kabupaten Sampang," *Jurnal Komunikasi* 14, no. 2 (October 23, 2020): Hlm, 135–148, https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504. *diakses* 25 september 2023, pukul 20:30 WIB.

juga dinobatkan sebagai aplikasi paling menghibur dalam kategori hal tersebut.[25]

3. *TikTok* Sebagai Media Untuk Melakukan Sedekah

Sedekah pada saat ini sangat membutuhkan inovasi dan kreativitas yang sesuai dengan perubahan zaman yang terjadi pada saat sekarang ini dalam melakukan dan mengajak serta menarik hati orang untuk melakukan sedakah atau berbagi dengan orang lain, dimana sesui dengan kosep sedekah yaitu pemberian sesuatu dari seorang muslim kepada orang atau siapapun yang berhak menerimanya secara ikhlas, ridho dan sukarela tanpa ada batas waktu dan jumlah tertentu dalam pemberian,melainkan hanya untuk mengharapkan ridha dan pahala semata dari Allah SWT.[26]

Pada saat sekarang ini kita bisa melihat bahwa dengan akses dan sumber teknologi yang sangat pesat dalam perkembangan dan kemajuannya, kita perlu mengikuti zaman tersebut untuk kemajuan dan penerapan di segalah bidang apabila kita tidak mau ketinggalan. Semua itu juga berlaku dalam bidang keagaman khususnya dalam memberikan sedekah, sedekah pada saat ini tidak hanya telihat secara langsung tetapi juga bisa kita lihat di media sosial, salah satu nya ialah media sosial *TikTok*, tujuan dari di media sosial *TikTok* dalam menayangkan konten sedekah pasti sangat banyak, diantanya ialah untuk menarik orang lain untuk melakukan sedekah lebih banyak dan lebih berbagi dengan sesama, ini semua sesuai yang di syariatkan oleh agama kita yaitu Islam. Media sosial, khususnya

[25]Ibid, Hlm. 131.
[26]Ahmad Sangid, *Dahsyatnya Sedekah* (Qultum Media, 2008). Hlm 37.

TikTok memiliki peluang yang sangat besar dalam menyebarkan berbagai pemahaman dan pengetahun baik itu tentang agama, politik, budaya dan lain lainnya. Bidang agama *TikTok* bisa menyebarkan konten keagaman dalam bentuk sedekah, sama halnya dengan konten sedekah yang ada pada akun *TikTok* @Uzziown yang mana dilakukan untuk menarik niat dan memotivasi orang agar melakukan sedekah dan lebih berbagi antar sesama serta agar orang tau bahwa sedekah itu penting untuk sesama maka dibuat lah konten berupa sedekah yang di posting di media sosial *TikTok* dengan melihat pada kondisi saat sekarang ini orang tidak bisa jauh dari dunia media sosial dan *smartphone*.[27]

D. Teori Interaksionisme Simbolik George Herbert Mead

Pada penelitian ini akan menggunan teori Interaksionisme simbolik, teori yang dipelopori oleh seseorang filsafat di bidang sosiolgi dan pasikologis yang berasal dari Amerika Serikat yaitu George Herbert Meed. Mead lahir di South Hadley, Massachusetts, pada 27 Februari 1863. Dia sangat menentang teori behaviorisme radikal, tetapi dia tetap menganut behaviorisme sosial. Mead berpendapat bahwa pikiran manusia muncul secara alami dalam proses evolusi, yang memungkinkan manusia beradaptasi secara alami dengan tempat tinggalnya. Mead juga menjelaskan bahwa ada makna dyang muncul dan dapat kita lihat dari hasil interaksi antara manusia baik secara verbal maupun secara non verbal.[28]

---

[27] Wawancara dengan Fauzi Ahmad di *Whattsap Via Video Call* , pada 28 Juni 2024, Pukul 21.00 WIB.

[28] Lili Lestari et al., *Jurnal* "*Komunikasi Interpersonal Guru Dan Santri TPQ As Syafiiyah (Analisis Teori Interaksionisme Simbolik G . Herbert Mead*)," n.d. 2021, Hlm, 21.

Menurut teori interaksionisme simbolik, pola interaksi individu dilihat sebagai proses pembentukan diri individu dengan mempertimbangkan ekspektasi dari lawan berinteraksi. Meed menekankan pada tingkah manusia dalam memaknakan dunia dan diri sendiri yang berhubungan erat dengan masyarakat. Dengan kata lain, individu melakukan hubungan dengan individu lain yang bisa menghasilkan ide atau pemikiran tertentu dalam melihat dirinya sendiri.[29] Mead berpendapat bahwa diri terbentuk melalui proses pemahaman dan pemaknaan simbol yang muncul dari tindakan seseorang. Melalui proses ini, kepribadian seseorang akan berkembang melalui interaksi sosial, Menurut dia juga, bahwa tubuh dan pikiran manusia adalah produk dari sistem sosial.[30]

Tidak hanya Mead terkenal karena ide-idenya yang inovatif, tetapi dia juga membuat kontribusi penting untuk ilmu sosial, yang membentuk dasar teori interaksi simbolik. Mead juga tertarik tehadap interaksi, di mana pikiran seseorang dipengaruhi oleh isyarat nonverbal dan pesan verbal. Kita dapat mengkomunikasikan perasaan, pikiran, ide, dan maksud kita melalui isyarat berupa simbol, dan kita juga dapat membaca simbol yang diberikan oleh orang lain.[31]

Lebih rincinya interaksionisme simbolik adalah suatu interaksi yang menggunakan simbol yang diberi makna. Hubungan alami antara individu dalam sebuah masyarakat dan, sebaliknya, hubungan antara masyarakat dan individu adalah dasar teori interaksionisme simbolik, menurut Arisandi.

---

[29]Umiarso Elbadiansyah, "Interaksionisme Simbolik Dari Era Klasik Hingga Modern," *Jakarta: PT Raja Grafindo Persada*, 2014.Hlm.1-4.

[30] Ibid, Hlm. 204

[31]Ali Nurdin, *Teori Komunikasi Interpersonal Disertai Contoh Fenomena Praktis* (Prenada Media, 2020). Hlm,23-24.

Interaksi yang terjadi antar individu berkembang melalui simbol-simbol yang mereka ciptakan sendiri. Simbol-simbol tersebut terlihat di gerak tubuh diantara ialah, suara, gerakan fisik, bahasa tubuh yang mana hal tersebut dilakukan secara sadar.[32]Perspektif interaksionisme menganggap komunikasi sebagai "humanis" melalui komunikasi simbolik. Menurut perspektif ini, setiap orang memiliki dasar kebudayaan yang berinteraksi di dalam sosial masyarakat dan menghasilkan makna sebagai hasil dari pemahaman kolektif. Bisa dikatakan setiap proses interaksi sosial yang terjadi dan dilakukan oleh setiap individu akan mempertimbangkan sisi individu tersebut.[33]

Interaksionisme simbolik mengacu pada karakteristik unik dari interaksi antar individu. Ini menunjukkan bahwa manusia menerjemahkan dan mendefinisikan cara mereka berinteraksi, baik dengan orang lain maupun dengan diri mereka sendiri.Interaksi simbolik terbentuk secara simbolik dari berbagai hal seperti bahasa, objek sosial, lambang-lambang, dan berbagai pandangan.[34]Menurut G. Herbert Mead, interaksionisme simbolik memiliki tiga dasar, ini dikemukan oleh Ritzer dalam Ali Nurdin.[35]

a. *Mind* (pikiran)

Dalam pandangan Mead pikiran didefenisikan sebagai proses percakapan batin seseorang dengan dirinya sendiri yang merupakan fenomena sosial. pikiran muncul dan berkembang dalam proses sosial dan

[32]Teresia Noiman Derung, "Interaksionisme Simbolik Dalam Kehidupan Bermasyarakat," *SAPA-Jurnal Kateketik Dan Pastoral* 2, no. 1 (2017): Hlm, 118–31.

[33]Nina Siti Salmaniah Siregar, *Jurnal* "*Kajian Tentang Interaksionisme Simbolik*," *Perspektif* 1, no. 2 (2012): Hlm, 100–110.

[34]Dadi Ahmadi, "Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar," *MediaTor (Jurnal Komunikasi)* 9, no. 2 (2008): Hlm, 301–16.

[35] Ibid, Hlm. 29.

merupakan bagian integral dalam proses sosial secara fungsional ketimbang substantif. Melalui proses pemikiran ini sehingga seorang individu bertindak atau memberikan respon dalam dirinya sendiri dan tidak hanya satu respon bahkan respon komunitas secara keseluruhan. Jika seseorang melakukan sesuatu berarti memberikan respon terorganisir yang berujung pada penyelesaiaan masalah, karena dunia yang penuh dengan masalah ini dan fungsi pikiran mencoba menyelesaikannya.[36]

Berkaitan dengan konten sedekah pada akun *TikTok* @Uzziown, yaitu diamana pemilik akun tertarik membuat konten berbagi dan bersedekah ini dengan alasannya dia melihat dan memandang tidak adanya kesajateraan dimasyarakat dan susah nya ekonomi bagi masyrakat kecil pada saat sekarang ini, selain itu dia juga juga mengatakan bahwa kesajataran masyarakat adalah tugas kita semua bukan hanya pemimpin dan pejabat saja, sehingga dia berpikiran ingin membuat konten berbagi dan bersedekah, dia bersedekah sesuai dengan kesangupan nya saja seperti, bersedekah uang, makanan, senyuman, dan bantuan tenaga, ini dengan tujuan agar orang-orang semakin banyak mau bersedekah dan orang-orang termotivasi dengan konten sedekah yang dia buat tersebut.[37]

b. *Self* (diri)

Pada dasarnya diri adalah kemampuan dasar untuk menerima diri sendiri (subjek) dan menerima diri kita dari orang lain (objek) dalam

[36] Geoge Ritzert, Douglas, J Goodman. *Teori Sosiologi Modrn. Edisi ke Enam* (Jakarta : Kencana Pranata Media Group 2004). Hlm, 280.

[37] Wawancara dengan Fauzi Ahmad *Via Video Call di Whatsap*, pada 28 Juni 2024, Pukul 22.00 WIB

komunikasi antar manusia. Konsep tentang diri ini muncul bukan dari lahir melainkan melalui proses pengalaman sosial dan kontak dengan individu lain yang terajadi dalam masyarakat. Secara umum diri dalam pandangan Mead yaitu kemampuan secara tak sadar kedalam tempat orang lain, jadi disini seorang individu secara tidak sadar mengambil peran orang lain dan menyesuaikannya dengan peran-peran orang lain dan bertindak seperti orang bertindak sehingga seorang dapat memeriksa diri sendiri sebelum bertindak dalam sebuah kelompok atau komunitas.[38]

Sehingga peran (diri) menurut Mead mengambil posisi sebagai *I* (saya) sebagai subjek dan *Me* (aku) sebagai objek. Individu yang menjadi *I* adalah ketika muncul tingkah laku spontan dan kreatifitas tanpa adanya pertimbangan norma-norma dan harapan orang lain. Sedangkan *Me* bertindak berdasarkan pertimbangan norma-norma dan harapan orang lain, jadi disini siapa disekelilingnya dapat mengendalikan tindakanya. hal ini berkiatan dengan konten sedekah di akun *TikTok* @Uzziown, dimana dia menjadi objek sekaligus menjadi subjek dari konten tersebut dan dia juga menjadi mekanisme control dalam bertindak dan berprilaku.[39]

c. *Society* (masyarakat)

Society (masyarakat), adalah jejaring hubungan sosial yang dibuat, dan dibangun oleh setiap anggota masyarakat. Semua anggota masyarakat terlibat dalam perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela, yang pada akhirnya mengarah pada proses pengambilan peran dalam masyarakat

[38] Ibid, Hlm, 280-281.

[39] Putri Almayda Kurnia,"*Jalan Tamblong: Kumpulan Drama Musik Karya Remy Sylado (Kajian Interaksionisme Simbolik George Harbert Mead*)".*Jurnal Bapala*. 4 (1), 2017. Hlm, 4.

itu sendiri. Masyarakat adalah tempat terjadinya interaksi sosial, dimana proses pemaknaan *mind* (pikiran) mengenai *self* (diri) dalam berbagai tindakan individu bisa kita lihat di dalam masyarakat. Hal ini bisa terajadi karena masyakat tempat terjadinya proses interaksi.[40]

Bagi Mead masyarakat merepresentasikan serangkaian respon teroganisir yang diambil alih oleh individu dalam bentuk "*Me*", jadi dalam hal tersebut seorang individu senantiasa membawa masyarakat memberinya kemampuan melalui kritik diri, untuk mengontrol diri individu tersebut. Melalui "*Me*" seorang individu dapat mengatur sikap dan tindakan-tindakan sosial. Pada konsep dalam kehidupan bermasyarakat, konten sedekah ini di lakukan oleh seorang individu yang mana dia mengaplikasikan dirinya didalam masyarakat dengan pemikiran yang dia miliki dan dari pikiran tersebut muncul ide-ide yang kemudian dia terapakan dan diaplikasikan dalam masyarakat dalam bentuk sedekah, dan dalam hal tersebut terlihat lah berupa simbol-simbol dalam proses sedekah tersebut, dan individu tersebut yang mengontrol segalah tindakan dia tersebut yang ada pada masyarakat itu. Jadi dapat disimpulkan dari ketiga konsep Mead tersebut dalam berinteraksi seorang individu memainkan peran, mengambil peran tertentu dan menjadi peran milik kita, kemudian individu akan menjdi bagian dari masyarakat (*society*) sehingga keutuhan seorang individu terbentuk. Seperti halnya konten sedekah pada akun *TikTok* @Uzziown ini dimana pemikiran (*mind)* seorang individu atau diri (*self*) memainkan peran didalam

[40]siregar, "*Kajian Tentang Interaksionisme Simboli*k. *Jurnal.* Ilmu Sosial-Fakultas Isipol Uma" Medan, 2011, Hlm, 104.

masyarakat dan dia mengaplikasikan pemikirannya tentang konten bersedekah secara langsung serta dia menggunakan simbol dalam proses interaksi bersedekahnya, seperti poto yang dicetak, uang, makanan, pakain senyuman, jabat tangan dan pelukan. Jadi sesorang menjadi objek (*Me*) dengan simbol yang dia aplikasikan pada konten sedekahnya dan dia juga menjadi pengontrol dari tindakan tersebut.[41]

E. Penelitian Relevan

Penelitian relavan merupakan penelitian yang membandingkan penelitian orang lain yang digunakan untuk membandingkan kesimpulan pikiran tentang temuan ilmiah. Penelitian relavan dilakukan dengan tujuan untuk membedakan dan memperkuat temuan baru dari penelitian sebelumnya.

Dalam proses penelitian ini, peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu yang bisa menjadi kajian bagi peneliti untuk penelitian, sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Reynaldi Ilham Munadi (2023) Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam dengan judul penelitian Analisis isi tentang Sedekah dalam Konten *TikTok* akun @Nurrohmanadi. Hasil penelitian ini yaitu mempokuskan pada konsep bersedekah yang terdiri dari tiga bagian yaitu, sedekah harta, sedekah perkataan, sedekah perbuatan secara langsung dengan target bersedekah. Sedekah harta dimana dia memberikan sedekah berupa uang, makanan secara langsung, sedekah perkataan yaitu memberikan motivasi kepada target sedekah seperti

[41] Ibid, Hlm, 5.

menggatakan harus tetap kerja keras dan semangat tidak lupa di iringi dengan doa setiap aktivas dalam mencari rezki, sedekah perbuatan seperti memberikan sedekah secara langsung, baik itu uang maupun makanan. Perbedan nya dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu peneliti fokus ke simbol yang ada pada konten sedekahnya serta teori yang digunakaan dan metode nya juga berbeda yaitu penelitian ini menggunkan metode analisis isi sedangkan penelitian peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif. Persamaan nya terletak pada objek penelitian yaitu sama-sama menganalisis konten sedekah di *TikTok*.[42]

2. Penelitian yang dilakukan oleh Bagaskara (2021) Prodi Ilmu Komunikasi dengan judul Pesan Simbolik Tradisi Sedekah Bumi Apitan Di Desa Sedadi Penawangan Grobogan. Hasil penelitian ini yaitu memahami pesan simbol yang ada pada sedekah bumi apitan sebagai rasa syukur. Perbedaan dengan penelitian ini yaitu peneliti fokus kepada analisa simbol sedekah yang terjadi di media sosial khususnya *TikTok* dan peneliti ini fokus kepada pesan simbol dari tradisi sedekah bumi secara langsung. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu wawancara. Persamaannya terletak pada teori yang digunakan yaitu sama-sama menggunakan teori interaksionisme simbolik dalam mencari dan membahas simbol yang ada.[43]
3. Penelitian yang dilakukan oleh Fuadul Umam (2020) Prodi Sejarah Kebudayaan Islam dalam judul penelitiannya Analisis Makna Simbolis

[42] Mundi lham Reynaldi , 2023, *Analisis isi tentang Sedekah dalam Konten Tiktok akun @Nurrohmanadi* Skripsi, Bandung Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Hlm,10.

[43]Ilmu Komunikasi et al., "PESAN SIMBOLIK TRADISI SEDEKAH BUMI APITAN DI DESA," no. 2 (n.d.). *Jurnal Ilmu Komunikas, 2022*,Hlm, 144

Tradisi Sedekah Bumi (Nyadran) Dan Pendidikan Islam Di Kaplongan Lor, Indramayu. Hasil penelitian ini membahas tentang apa saja pesan simbol dan apa makna dari proses sedekah bumi tersebut dan sedekah dilakukan dengan cara metafisik yaitu melakukan sedekah berupa sesajian di makam yang anggap keramat dan berdoa serta tahlialan dimakam tersebut, sedekah bumi ini menjadi simbol rasa syukur kepada sang pencipta atas nikmat darinya dan dijadikan sebagai tradisi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu fokus permasalahnya yaitu penelitian ini membahas tentang simbol sedekah bumi sedangakan peneliti membahas simbol sedekah yang berada pada media sosial *TikTok*. Persamaan dari penelitian ini sama-sama menggunakan teori interaksionisme simbolik dalam menganalisis simbol yang ada serta metode nya sama-sama menggunakan metode kualitatif deskriptif.[44]

4. Penelitian yang dilakukan oleh Kharisma Natalia (2023) Prodi Magister Ilmu Komunikasi dengan judul penelitian Analisis Interaksi Simbolik pada Konten *TikTok* @don.Gustavio dalam Memaknai Karakter Generasi 80-an 90-an, dan 2000-an. Hasil penelitian ini yaitu memaknai setiap simbol interaksi yang ada pada konten yang berbeda karakter setiap generasinya yaitu pada tahun 80-an, 90-an, dan 200-an. Perbedaan penelitian ini dengan yang dilakukan peneliti terletak pada fokus penelitinnya dimana penelitian ini fokus kepada konten *TikTok* memaknai simbol karakter generasi sedangkan peneliti yang peneliti lakukan fokus kepada simbol sedekah yang

[44]Fuadul Umam, "Analisis Makna Simbolis Tradisi Sedekah Bumi (Nyadran) Dan Pendidikan Islam Di Kaplongan Lor, Indramayu," *Jurnal Mozaic: Islam Nusantara* 6, no. 2 (2020): Hlm,115–26.

ada di *TikTok* serta teknik pengumpulan data nya juga berbeda, dalam penelitian ini peneliti menggunakan observasi non partisipan, wawancara, serta dokumentasi dalam pengumpulan datanya sedengkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Kharisma ini teknik pengumpulan datanya analisis konten. Persamaannya terletak pada teori yang digunakan dan objeknya sama-sama akun tiktok serta metodenya sama-sama menggunakan metode kualitatif deskriptif.[45]

5. Penelitian yang dilakukan oleh Gilang Gusti Aji (2023) Prodi Ilmu Komuikasi, Jurusan Ilmu Sosial dengan judul penelitian Analisis Resepsi Generasi Z terhadap konten Berbagi pada akun *TikTok* @Iben_MA. Hasil penelitian ini yaitu konten berbagi milik Iben ini mempunyai cara yang khusus dimana dia memberikan tantangan kepada target bersedekah secara langsung dan memberikan beberapa uang bagi yang menyelesaikan tantangannya tersebut, sedangkan penelitian yang peneliti lakukan dimana dia membereikan sedekah secara langsung dengan membeli barang dagangan sambil memberikan sedekah. Perbedaan penelitian ini dengan peneliti terletak fokus permasalahan, dimana peneliti fokus ke simbol sedekah atau berbagi sedangkan penelitian ini fokus ke penerimaan generasi Z dari konten sedekah atau berbagi tersebut, dan juga teori yang digunakan juga berbeda serta metode yang digunakan juga berbeda dimana dalam penelitian ini metodenya yaitu analisis resepsi dari Stuar Hall sedangkan

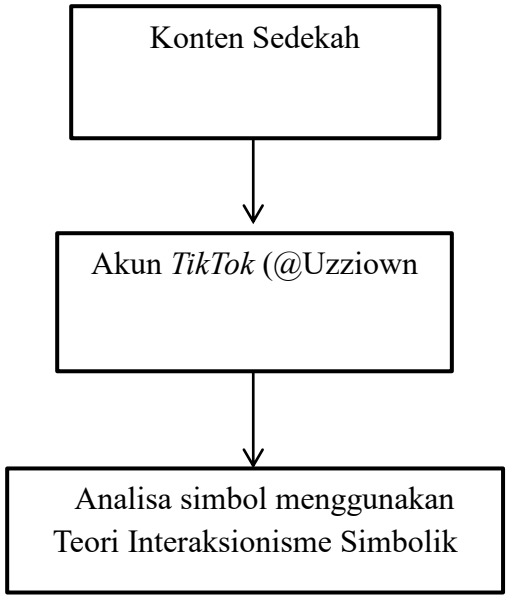
[45]Sylvana Virgina Agustya, Hanifa Miftahur Rahma, and Kharisma Natalia, "Analisis Interaksi Simbolik Pada Konten TikTok @don.Gustavio Dalam Memaknai Karakter Generasi 80-an 90-an, Dan 2000-An," *Scriptura* 13, no. 1 (2023): 14–26, https://doi.org/10.9744/scriptura.13.1. Hlm, 14-26.

penelitian peneliti menggunkan metode kualitatif. Persamaan terletak pada objek yaitu sama-sama membahas konten berbagi di media sosial *TikTok*.[46]

F. Kerangka Berfikir

Uma (1992) mengemukakan bahwa kerangka berfikir merupakan konsep tentang bagaimana sebuah teori terhubung dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai suatu masalah yang penting. Kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis kaitan antar variabel yang akan diteliti. Kerangka berfikir adalah penjelasan sementara terhadap gejala-gejala yang menjadi objek permasalahan.[47]

Skema 2.1 Kerangka Berpikir



[46]M.Si. Rachmad Alfian Dwi Mahardika, Gilang Gusti Aji, S.I.P., "Analisis Resepsi Generasi Z Terhadap Konten Berbagi Pada Akun TikTok @iben_MA," *Commercium* 7, no. 2 (2023): https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/download/56328/44286/. Hlm, 162–68.

[47]Elfrianto, Gusman Lesmana, "*Metodologi Penelitian Pendidikan"*, (Medan: Umsu Press, 2022), Hlm, 44-45.

Kerangka berpikir juga merupakan dasar yang paling penting. Kerangka berpikir dibuat untuk menjelaskan bagaimana variabel berhubungan satu sama lain dan untuk mengembangkan teori, seperti judul penelitin yang peneliti lakukan yaitu Analisa Simbol Pada Konten Sedekah Akun *Tiktok* @Uzziown Menggunakan Teori Interaksionisme Simbolik.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode penelitian digunakan untuk mencari kebenaran data secara ilmiah berdasarkan data yang tepat dan bisa untuk di pertanggungjawabkan. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang berarti mendeskripsikan dan memaparkan data yang ditemukan di lapangan sesuai dengan apa adanya data tersebut, serta peneliti tidak memberikan interpretasi terhadap data yang didapatkan dilapangan tersebut.[1]

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif lebih focus pada pemahaman fenomena atau peristiwa kehidupan sosial di masyarakat.[2]

B. Subjek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada akun *TikTok* @Uzziown yang pemilik akun nya tinggal di bekasi, provinsi Jawa Barat Indonesia. Penelitian ini dilakukan secara online karena penelitian ini hanya meneliti akun *TikTok* @uzziown yang berkaitan dengan konten bersedekah dan berbagi. Adapaun alasan peneliti memilih lokasi disini adalah. *Pertama.* Konten yang ada pada akun ini berkaitan dengan permasalahan yang sedang peneliti cari, yaitu konten sedekah. *Kedua*, peneliti melihat banyak simbol yang ada pada konten sedekah yang terjadi di akun *TikTok* ini. Maka dari itu peneliti mengambil akun tiktok @Uzziown ini sebagai lokasi atau tempat mengambil data dari penelitian

[1]A Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* (Prenada Media, 2016). Hlm, 43..

[2] Dede Rosyada, *Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu Pendidikan*. (Jakarta: Kencana, 2020), Hlm. 39.

peneliti, sehingga peneliti tertarik untuk mengangkat kajian yaitu analisia simbol pada konten sedekah di akun *TikTok* @Uzziown ini.

C. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah sesorang atau sumber yang mengetahui dan memiliki informasi mengenai objek penelitian yang dilakukan. Informan dalam sebuah penelitian adalah orang dijadikan sumber informasi untuk mendapatkan data tentang penelitian tersebut. Informan yang dimaksud adalah orang yang diwawancarai dan dimintai informasinya atau orang diperkirakan memahami data, informasi atau fakta dari suatu objek penelitian.[3]

Untuk menentukan informan penelitian, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling,* yakni memilih informan dengan sengaja dipilih dengan cermat hingga relevan dan sesuai dengan tujuan penelitian oleh karena itu pemilihan informan berdasarkan pada maksud yang telah ditetapkan sebelumnya dan menentukan karakteristik sesuai dengan penelitian.[4]

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan informan kunci dan informan pendukung, lebih jelas nya kepada orang yang berkaitan dengan akun dan beberapa pengikut akun *TikTok* @Uzziown tersebut yaitu:

1. Informan kunci, Pemilik akun *TikTok* @Uzziown dan pengelola akunnya yaitu, Ahmad Fauzi dan Melani
2. Informan pendukung, 3 orang pengikut akun *TikTok* @Uzziown yang sesuai dengan kriteria penelitian yaitu, Reski, kakak Pera Muliani dan kakak Sawelni.

---

[3]Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Deepublish,2018).Hlm, 18.

[4] Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif & Penelitian Gabungan*,(Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014). Hlm, 369.

D. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan datanya sebagai berikut:

1. Observasi

   Observasi atau pengamatan merupakan kegiatan yang dilakukan manusia dalam kehidupan sehari-harinya dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat utamanya, selain itu pacaindra lainnya juga sangat penting dalam proses pengamatan seperti telinga, penciuman, mulut, dan kulit.[5]

   Oleh sebab itu, observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra mata serta dibantu pancaindra lainnya. Metode dalam melakukan observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian, data-data penelitian tersebut dapat diamati oleh peneliti. Pada hakikatnya, observasi ini adalah data yang dapat menjelaskan informasi yang diragukan dari hasil wawancara, atau dapat membantu mengatasi ketidakpuasan terhadap informasi yang telah dikumpulkan dan meminta lebih banyak data yang lebih mendalam.[6]

   Pada penelitian ini untuk pengumpulan data, peneliti menggunakan observasi non partisipan, yaitu peneliti tidak ikut serta dalam kehidupan orang yang diobservasi dan hanya sebagai pengamat. Dalam penelitian ini peneliti berusaha untuk mendapatkan data dengan menggunakan pancaindra

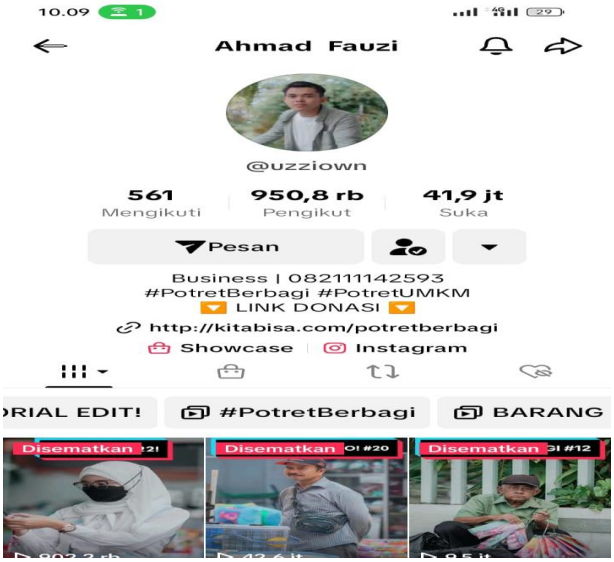
---

[5]Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2017), Hlm. 118.

[6]Silfia Hanani, *Rancangan Penelitian Sosial Keagamaan*, (LP2M IAIN Bukittinggi Press), 2020, Hlm, 136.

penglihatan dalam proses pengamatan untuk mengumpulkan data sesuai topik penelitian, dengan cara menonton video konten berbagi yang ada pada akun *TikTok* @Uzziown ini. Awalnya peneliti mengumpulkan beberapa video yang berkaitan dengan konten berbagi yang ada pada akun *TikTok* dan peneliti melakukan pengamatan terhadap video tersebut.

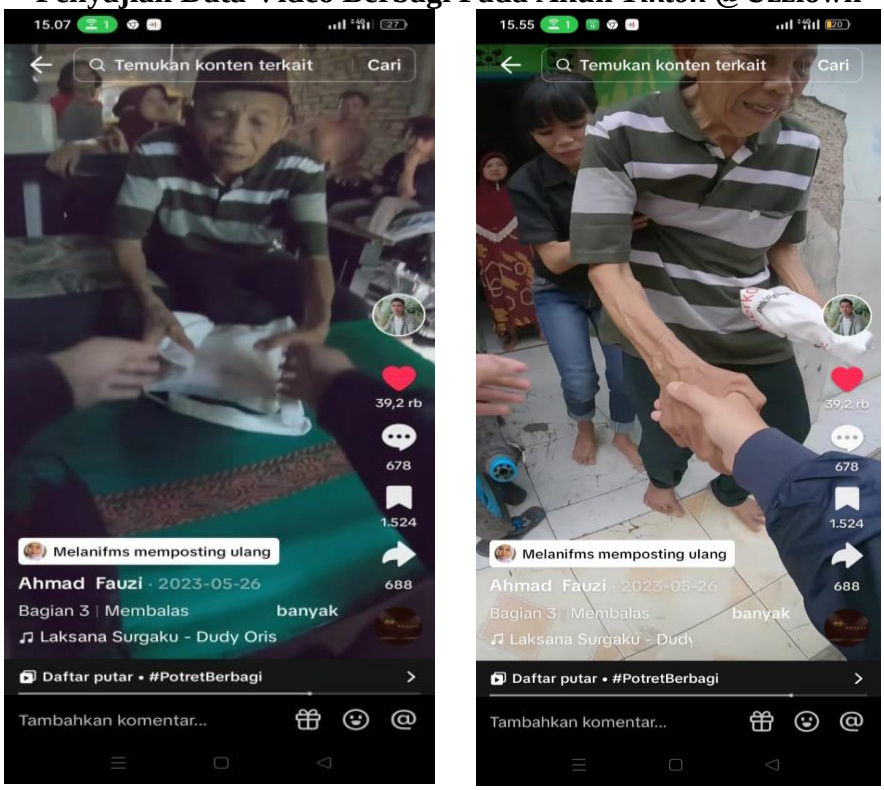
Gambar :3.1
profil akun @uzziown



Berikut penampakan poto profil akun *TikTok* @Uzziown yang membuat konten berbagi dan bersedekah yang di *share* di akun *TikTok* tersebut. Dari profil akun *TikTok* @Uzziown yang menunjukan foto profil, nama akun, informasi *followers*, *following*, dan jumlah *like* dari akun. Terlihat pada akun tersebut poto yang dijadikan poto profilnya yaitu poto orang pemilik akun yaitu Ahmad Fauzi, jumlah *follow*er nya yaitu 950,8 ribu, *following* nya 561 orang, serta yang menyukai sebanyak 41, 9 juta. Dalam akun tersebut tedapat beberapa video yang peneliti pilih terkait

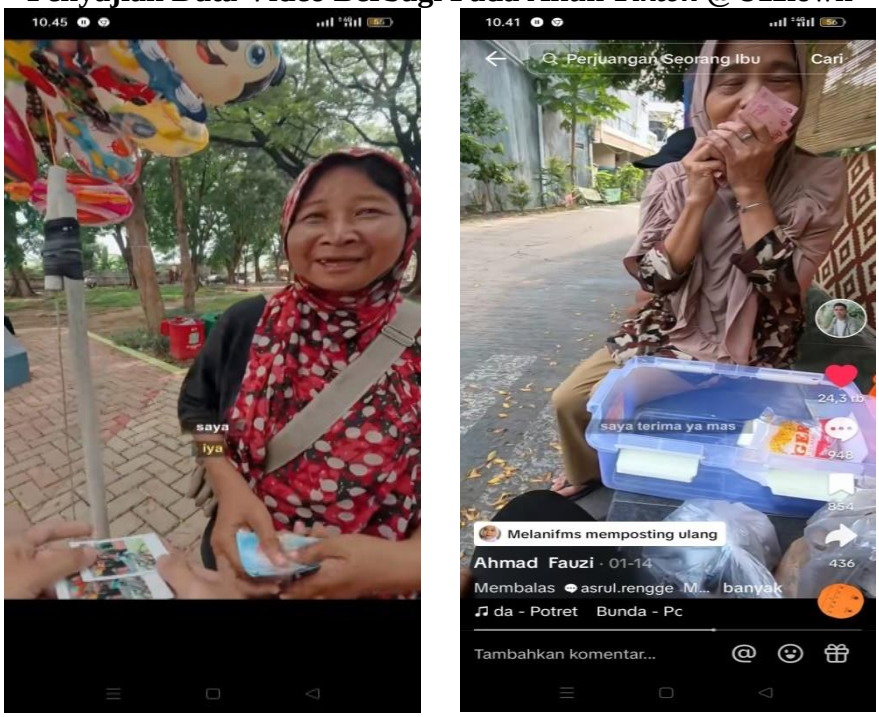
konten berbagi yang sesuai dengan topik penelitian, ada beberapa di antara video tersbut ialah sebagai berikut.

Gambar 3.2
Penyajian Data Video Berbagi Pada Akun *Tiktok* @Uzziown



Video konten berbagi ini di upload pada 26 Mei 2023, pada video ini target dari pemilik akun ini dalam melakukan sedekah yang dibuat konten ialah seorang bapak yang bernama Hanafi yang tinggal di daerah Candrabaga Bekasi, dalam video ini yang menjadi simbol interaksi sedekah berupa uang sebesar Rp. 26.298.300 dari teman-teman follower *TikTok* milik Ahmad Fauzi dan bergabung bersama Prudential, simbol juga terlihat pada poto yang dicetak yang dikasih oleh pemilik akun terhadap bapak Hanapi.

Gambar 3.3
Penyajian Data Video Berbagi Pada Akun *Tiktok* @Uzziown



Video diatas juga merupakan salah satu dari banyaknya konten bersedekah yang ada pada akun *TikTok* @Uzziown yang mana simbol bersedekah yang ada pada konten video tersebut berupa foto yang dicetak sebagai interaksi awal, makanan dan juga uang yang diberikan oleh pemilik akun *TikTok* @Uzziown ini. Dari banyak konten berbagi tersebut terlihat beberapa simbol diantaranya, uang, foto, makanan, dan baju dan tas yang disedekahkan.[7]

2. Wawancara

Wawancara atau *interviu* adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai,

[7]Hasil Observasi, Diperoleh Dari Akun Tiktok @Uzziown, (https://www.tiktok.com/@uzziown?_t=8oCeJGWuOZk&_r=1), Diakses Pada 11 Juni 2024 Pada Jam 6:30 WIB.

dengan atau tanpa menggunakan pedoman (giude) wawancara.[8]Wawancara juga bisa dikatakan sebagai pemberian pertanyaan-pertanyaan kepada informan untuk mencari informasi tentang kebutuhan informasi atau data yang diperlukan oleh peneliti.[9]

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan wawancara tak terstuktur (*unstructured interview*). Wawancara tidak terstuktur merupakan wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang sudah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan secara mendalam tentang subjek yang diteliti.[10]

Metode ini diajukan pada beberapa tokoh sebanyak 5 orang dengan narasumber pertama yaitu pemilik akun yaitu Ahmad fauzi, Wawancara ini dilakukan pada 10 Mei 2024 pada jam 20:15 WIB di whatsap *via video call* dengan pertanyan tidak terstruktur, pertanyan yang muncul sebanyak 3 pertanyaan yaitu mulai dari pertanyan 1,2,3. Pada tanggal 25 Mei 2024 pukul 22:00 WIB peneliti kembali melakukan wawancara dengan pemilik akun dan *maneger* nya yaitu Ahmad Fauzi dan kak melani yang dilakukan wawancara melalui *via video call* di *Whatsaap* dengan teknik wawancara tidak terstruktur, pertanyaan muncul sebanyak 3 pertanyan yaitu dengan no 2.4,3.

---

[8]Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*, (Depok: kencana, 2005), Hlm: 136.

[9]Dr. Silfia Hanani, M. Si, *Rancangan Penelitian Sosial Keagamaan*, (LP2M IAIN Bukittinggi Press, 2020), Hlm: 123.

[10] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta 2013).Hlm, 233-234.

Dan selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan pengikut atau penonton konten video akun *TikTok* @Uzziown tersebut terkait dengan konten berbaginya, yang pertama yaitu wawancara dengan mas Reski di tempat kediaman beliau pada tanggal 15 Juni 2024, jam 14:30 WIB dengan 2 pertanyaan yang mucul yaitu no 2 dan 3. Kemudian informan selanjutnya wawancara dengan kaka Pera Muliani dan kaka Sawelni pada 16 Juni 2024, jam 9:00 WIB dilapangan kantin Bukittinggi dengan 2 pertanyaan yang muncul, yaitu no 2 dan 3. Pada tanggal 28 Juni 2024 pukul 21:00 WIB peneliti kembali melakukan wawancara dengan pemilik akun tiktok yaitu dengan jumlah pertanyan sebanyak 6 pertanyan yang dimulai dari no 4,3,5,6,7,8,9. Selanjutkan peneliti kembali melakukan wawancara dengan pemilik akun *TikTok* pada tanggal 6 juli 2024 pukul 22:00 WIB dengan jumlah pertanyan sebanyak 10 pertanyaan yang dimulai dari no 4,3,10,11,12,13,14,15,16,17.

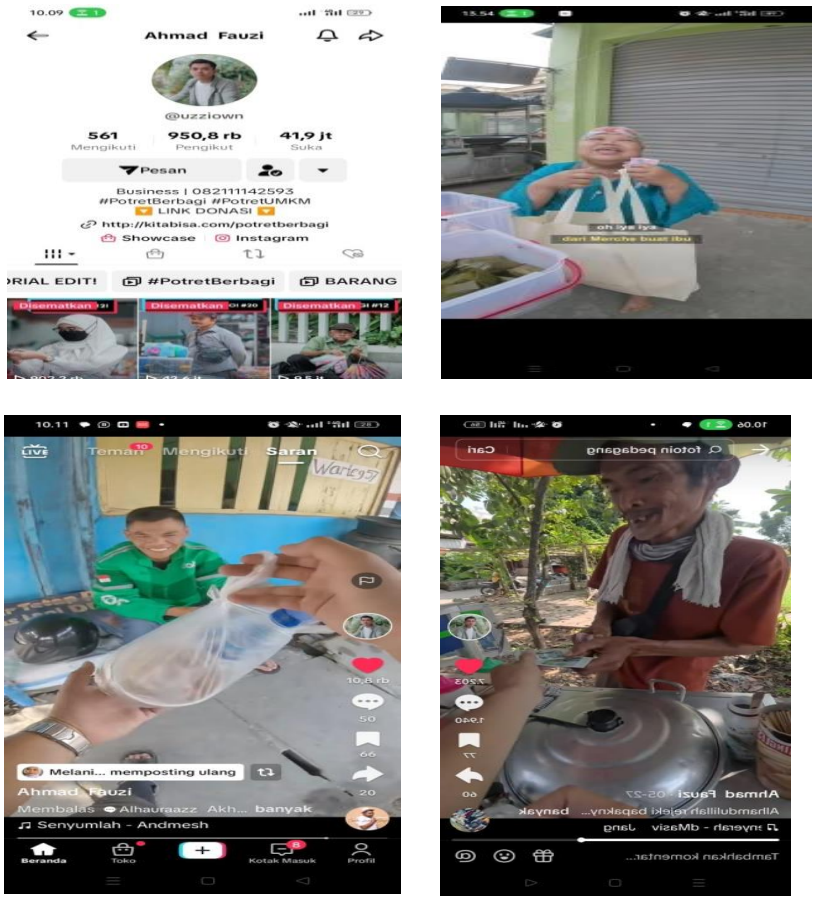
3. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasim yaitu untuk melengkapi penggunaan teknik wawancara dan observasi. Studi dokumen adalah pengumpulan data kualitatif dari sejumlah besar fakta dan data yang disimpan dalam bahan yang didokumentasikan. Data dalam teknik observasi dapat ditemukan dalam bentuk surat, catatan harian, hasil rapat, jurnal, dan arsip foto ataupun video.[11]Dalam penelitian ini dokumentasi yang penulis dapatkan terhadap objek yang di teliti adalah dalam bentuk arsip *screen*

[11]V Wiratna Sujarweni, "Metodelogi Penelitian," *Yogyakarta: Pustaka Baru Perss*, 2014. Hlm, 36.

capture dari video yang ada pada konten sedekah di akun *TikTok* @Uzziown.[12]

Gambar 3.4



Sumber: Screen capture akun tiktok @Uzziown

E. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses mencari data-data yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan metode yang lainnya, yang kemudian data tersebut disusun secara sistematis sehingga data yang dikumpulkan selama penelitian dapat dipahami dengan baik.[13]

[12]Hasil Observasi, Diperoleh Dari Akun Tiktok @Uzziown, (https://www.tiktok.com/@uzziown?_t=8oCeJGWuOZk&_r=1), Diakses Pada 11 Juni 2024 Pada Jam 6:50 WIB.

[13]Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2008) ,Hlm, 244.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data sebagai berikut:

1. Reduksi Data

   Untuk memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan pencarian data tambahan, reduksi data mencakup proses merangkum, memilih hal-hal yang penting, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dan menemukan tema dan polanya, dan membuang data yang tidak diperlukan di dalam penelitian.

2. Penyajian Data

   Mendeskripsikan penjelasan tentang sekumpulan informasi yang disusun secara sistematis yang dapat menunjukkan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan data dan pengambilan tindakan. Dalam penelitian ini, penyajian data dilakukan dengan bentuk teks narasi mengenai data-data yang ditemukan pada saat pengamatan. Data-data yang berupa simbol-simbol di narasikan dengan tujuan agar peneliti dapat menentukan langkah selanjutnya yang harus dilakukan untuk dapat memahami simbol simbol yang ada pada konten sedekah pada akun tiktok @uzziown sehingga bisa memungkinkan untuk menarik kesimpulan.

3. Penarikan Kesimpulan

   adalah tindakan yang dilakukan di akhir penelitian kualitatif. Peneliti harus sampai pada kesimpulan dan memverifikasi makna dan kebenaran temuan yang disepakati oleh lokasi penelitian. Untuk dianggap selesai,

peneliti harus menunjukkan bahwa makna dan kesimpulannya benar, relevan, dan kekokohannya.[14]

Proses penarikan kesimpulan bertujuan untuk untuk menganalisis dan mengidentifikasi makna dari data, sehingga dapat digunakan untuk menjelaskan temuan yang ditemukan dalam penelitian yang telah dilakukan. Setelah data temuan dianalisis dan dinarasikan menjadi teks naratif maka peneliti mulai menarik kesimpulan mengenai simbol-simbol yang ada pada pada konten sedekah di akun *TikTok* @Uzzioown.

F. Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data dilakukan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan sesuai atau tidak dengan kebutuhan peneliti. Untuk mencapai kebasahan data dalam hal ini, data yang sudah ada harus diperiksa secara menyeluruh dan mendalam. Dalam upaya mendapatkan data yang valid dan mendalam, peneliti melakukan hal-hal sebagai berikut:[15]

1. Pengolahan Data

   Dalam suatu kegiatan penelitian, data yang telah diperoleh sebelumnya diolah. Setelah data dikumpulkan, pengolahan data adalah tahap awal analisis data. Mengorganisasikan atau menata data penelitian untuk dibaca dan ditafsirkan juga disebut pengolahan data.

2. Teknik Triangulasi

   Triagulasi adalah metode pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain, di luar data yang perlu diperhatikan atau

[14]Aris Fuad, *Panduan Praktis Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2014), Hlm. 17.

[15]Bachtiar, *Mendesain Penelitian hukum*, (Yogyakarta: Deepublish,2021), Hlm: 116-117.

sebagai perbandingan dengan data itu. Teknik triagulasi dapat dilakukan dengan teknik yang beragam sepereti melalui observasi, dokumen, dan wawancara.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Umum

1. Gambaran Umum Akun *TikTok* @Uzziown

Akun *TikTok* @Uzziown merupakan akun *TikTok* milik pribadi Ahmad Fauzi yang dibuat pada tahun 2021. Ahmad Fauzi merupakan seorang fotografer, videograper dan juga seseorang tiktoker yang yang aktif dalam membuat konten dengan memanfaatkan media sosial pada platform *TikTok* dan *Instgram* dan dia juga mempunyai vendor dokumentasi pernikahan dan rumah produksi kecil. Pada aplikasi *TikTok* Ahmad Fauzi ini membuat nama akunnya yaitu @Uzziown, Pada akun *TikTok* ini terdapat banyak daftar putar video seperti potret berbagi, potret UMKM, serta potret kehidupan sehari-hari pemilik akun *TikTok* ini yang di share di dalam akun *TikTok*-nya. Pokusan dalam akun *TikTok* ini yaitu terkait video potret berbagi dan potret umkm, yang banyak kita temukan potret serta video berbagi terhadap pedagang umkm kecil serta orang yang membutuhkan.[1]

Gambar dibawah adalah *screen capture* dari profil akun *TikTok* @Uzziown yang menunjukan foto profil, nama akun, informasi *followers, following,* dan jumlah *like* dari akun. Terlihat pada akun tersebut poto yang dijadikan poto profilnya yaitu poto orang pemilik akun yaitu Ahmad Fauzi, jumlah *follow*er nya yaitu 950,8 ribu, *following* nya 561 orang, serta yang menyukai sebanyak 41, 9 juta.

[1] Wawancara dengan Fauzi Ahmad *Via Video Call di Whatsap*, pada 25 Mei 2024, Pukul 22.00 WIB.

Gambar 4.1
Profil Akun *TikTok* @Uzziown



Konten video yang di unnggah akun *TikTok* @Uzziown terdiri dari banyak video, video tersebut berkaitan dengan kehidupan sehari-harinya dan juga konten berbagi dan bersedekah serta konten potret poto dan hal kebaikan berbagi dengan pedagang umkm. [2]

2. Profil Ahmad Fauzi

Ahmad Fauzi atau Pemilik akun *TikTok* @Uzziown berasal dari kabupaten Bekasi, Provinsi Jawa Barat tepatnya di kecamatan Tambun Selatan. Ahmad Fauzi ini lahir di Bekasi pada tanggal 05 April 1999, saat ini usia nya sudah menginjak 25 tahun. Ahmad Fauzi merupakan lulusan dari

[2]Hasil Observasi, Diperoleh Dari Akun Tiktok @Uzziown, (https://www.tiktok.com/@uzziown?_t=8oCeJGWuOZk&_r=1), Diakses Pada 2 Juni 2024 Pada Jam 6:50 WIB.

SMK Karya Bhakti 1 Kota Bekasi dengan jurusan Teknik Komputer dan Jaringan (*2014-2015*) dan dia melanjutkan pendidikan di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dengan jurusan Sarjana Ilmu Komunikasi (*2017-2023*). Pada saat ini Ahmad Fauzi bekerja sebagai seorang fotografer, videograper dan juga seseorang tiktoker yang yang aktif dalam membuat konten pada platform Tiktok dan Instgram dan dia juga mempunyai vendor dokumentasi pernikahan dan rumah produksi kecil.[3]

Gambar 4.3 Ahmad Fauzi



Awal perjalanan Ahmad Fauzi di media sosial berhubungan dengan hobinya yang memotret dan kebetulan dia seorang fotografer dan videographer lalu hasil tersebut di jadikan konten dan dimasukan kedalam akun *TikTok* dan *Instgram* nya, dia memulai membuat koten dan aktif di *TikTok* pada tahun 2021, dan berkaitan dengan konten berbagi dia memulai tahun 2022 awal, yang diawali dari melihat banyak nya konten-konten orang

[3]Wawancara dengan Fauzi Ahmad (pemilik akun tiktok) *Via Video Call di Whatsap*, pada 25 Mei 2024, Pukul 22.00 WIB.

lain yang ada pada media sosial, baik itu *Youtube, Instgram* maupun *TikTok* yang ada konten berbagi dan sedekahnya, lalu dia termotivasi juga membuat konten seperti itu dengan tidak mengubah konten awal yaitu dengan ciri khas memotret atau mempoto dan dicetak dan dikasih sama target yang akan dikasih sedekah tersebut.[4]

Pada awalnya konten dia belum kelihatan konsep berbaginya dimana dia hanya memotret dan mencetak, lalu dikasih sama orang yang dia poto tersebut, dia menjadikan potret poto menjadi simbol awal interaksi karena *besic* dan konten sebelumnya juga pakai poto, dan juga dikarenakan dia seorang potografer serta berpandangan bahwa tidak semua orang ada yang bisa berpoto dan dicetakin seperti itu, apalagi penjual dan orang yang sudah tua, intinya menurut dia ada kesan tersendiri baik bagi dia maupun bagi orang yang dipoto atau orang yang menjadi target sedekah tersebut. Lama kelamaan di sisi lain dia juga memasukan sisi dibidang sosial, kemanusian dan menshare kebaikan yaitu seperti memberikan sedekah, sembako, memborong dagangan dan juga memberikan uang lebih dari harga jualan serta memberikan potret poto hasil karyanya, sehinnga muncul lah istilah menurut dia potret sambil berbagi.[5]

Cara seperti ini selain untuk berbagi karya dan bersedekah, dia juga ingin menarik niat serta memotivasi orang lain untuk melakukan sedekah serta berbagi antar sesama dan disisi lain pemilik akun *TikTok* @Uzziown

[4]Wawancara dengan Fauzi Ahmad (pemilik akun tiktok) *Via Video Call di Whatsap,* pada 25 Mei 2024, Pukul 22:00 WIB.

[5]Wawancara dengan Fauzi Ahmad (pemilik akun tiktok) *Via Video Call di Whatsap,* pada 25 Mei 2024, Pukul 22:00 WIB

ini juga bekerjasama dengan media donasi @kitabisa untuk menerima donasi dari para penontonnya bagi yang mau bersedekah dan berbagi bersama melalui dirinya. Beliau juga menggatakan selagi bisa berbagi kebaikan dan kebaikan itu hal yang positif dia akan terus melakukannya, seperti konten berbagi yang ada pada akun *TikTok* nya. [6]

Kemudian yang menjadi sasaran dia berbagi dan bersedekah ialah pedagang umkm kecil dan juga orang tua, serta ada juga tukang ojek alasannya ialah dimana mungkin orang tua belum perna dipoto apalagi poto dan kemudian dicetak dan dikarenakan poto ini menjadi simbol interaksi awal sehinga dia memilih orang tua dimana interaksi pasti akan lebih emosional, real dan natural dan juga pesan dari hal tersebut akan sampai ke penonton dan akan merasa empati dalam melihat konten nya dan tidak menutup kemungkinan para penonton bisa membeli barang jualannya dan lebih empati kepada penjulnya dan menurutnya efeknya banyak terhadap masyakat luas dalam hal berbagi ini.[7]

3. Penyajian Data Konten Video

Data yang dianalisis oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu sebanyak 7 konten video yang ada pada akun *TikTok* @Uzziown yang mana konten tersebut sebagai berikut:[8]

---

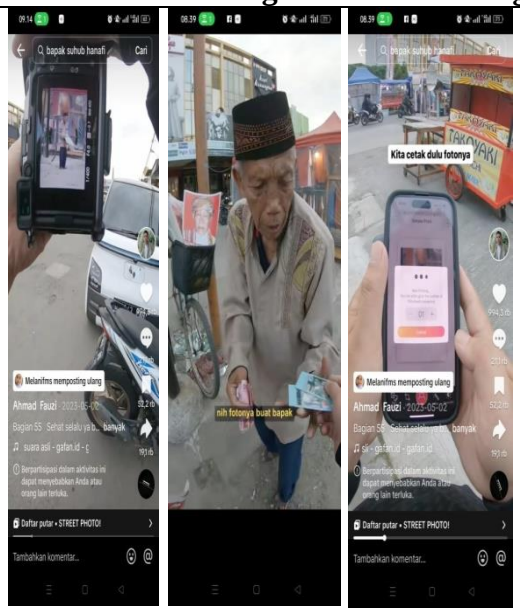
[6] Wawancara dengan Fauzi Ahmad (pemilik akun tiktok) *Via Video Call di Whatasap*, pada 25 Mei 2024, Pukul 22:00 WIB

[7] Wawancara dengan Fauzi Ahmad (pemilik akun tiktok) *Via Video Call di Whatasap*, pada 25 Mei 2024, Pukul 22:00 WIB

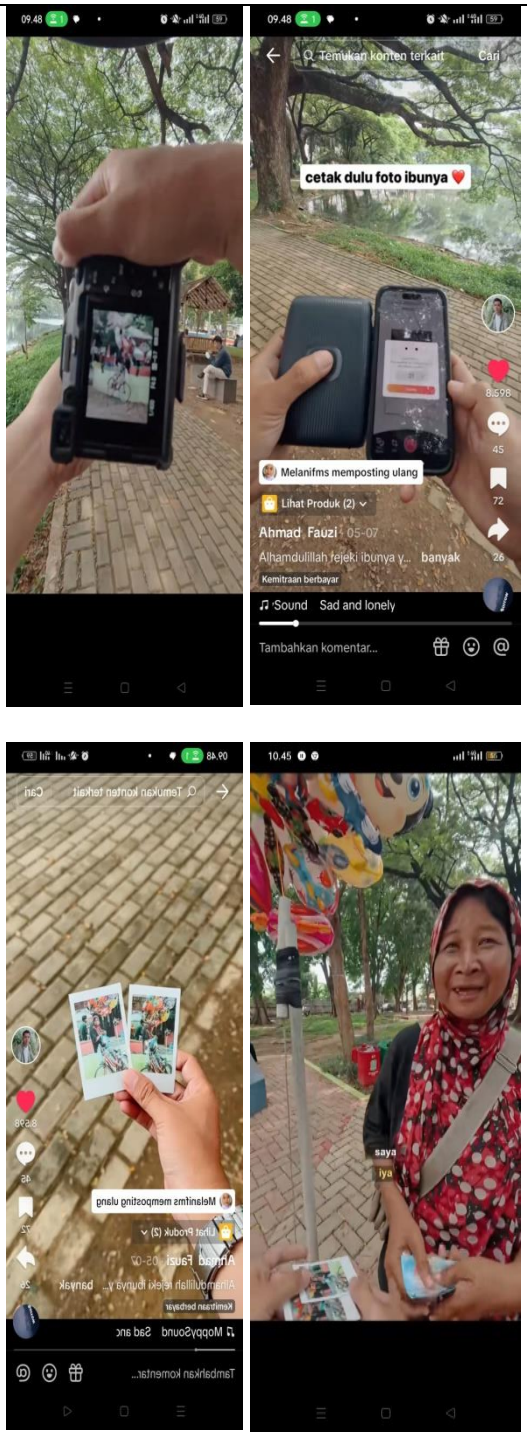
[8]Hasil Observasi, Diperoleh Dari Akun Tiktok @Uzziown, (https://www.tiktok.com/@uzziown?_t=8oCeJGWuOZk&_r=1), Diakses Pada 26 Mei 2024 Pada Jam 8:00 WIB.

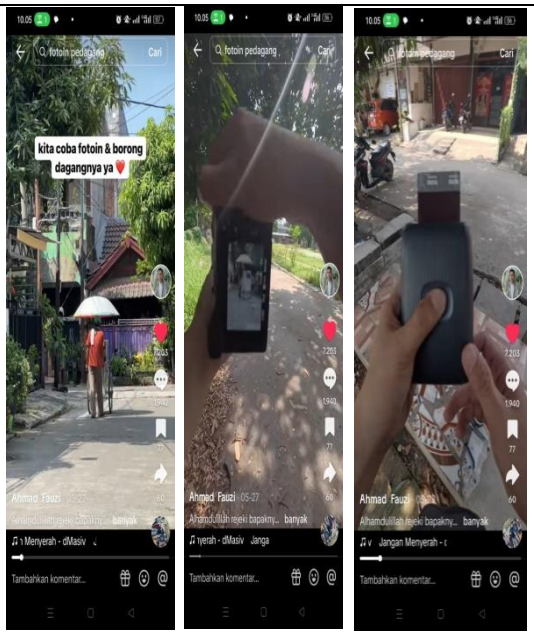
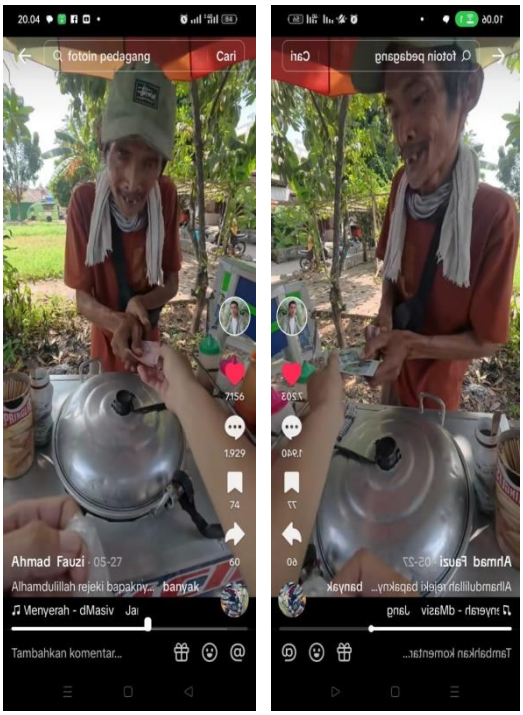
a. Konten Berbagi Dengan Uang

Tabel 4.1
Postingan Konten Berbagi Dengan Uang

1.	 (Video di unggah pada tanggal 2 Mei 2023)  Video di unggah pada taggal 2 dan 26 Mei 2023	Ahmad Fauzi berkata: *Alhandulillah pada konten sedekah yang diunggah pada tanggal 2 Mei 2023, yaitu sedekah dengan bapak pedagang kalender, yaitu bapak Suhub Hanafi, di daerah Candrabaga, Bekasi. Pada konten sedekah ini saya memberikan sedekah berupa uang, yaitu dengan cara membeli dua buah kalender bapak hanapi terus membayarnya lebih sebanyak 200.000. dari konten ini ada Istansi Asuransi yang mau berdonasi terhadap bapak suhup ini dan bekerjasama dengan saya.* *Pada tanggal 26 Mei 2023 seperti yang terlihat pada konten saya, saya menyalurkan donasi kepada bapak hanafi sebanyak 26.298.300 dari istansi asuransi Prudential tersebut,*

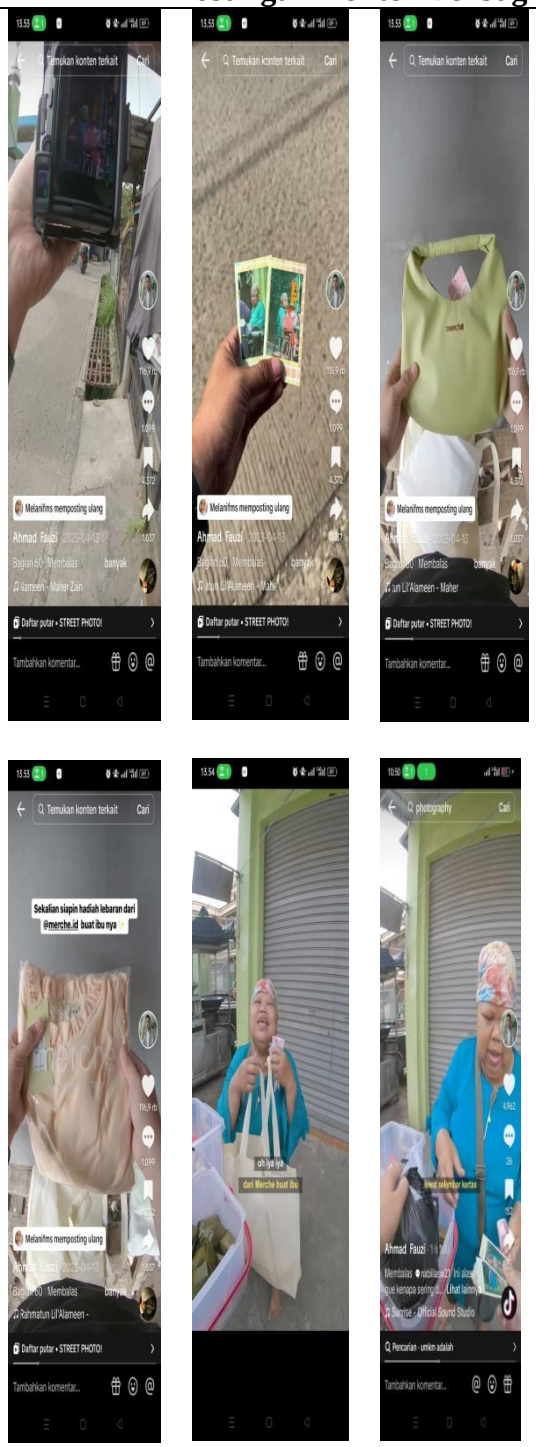
2.	    Video di unggah (14-01-2024)	Ahmad Fauzi berkata: *Pada konten video yang saya unggah pada tanggal 14 Januari 2024 saya Berbagi dengan seorang ibu penjual lauk dan sambal yaitu ibu Jamilah dan anaknya Roni di daerah Perumahan Jati bulak Bekasi Timur, awalnya saya diam-diam memfoto ibunya yang sedang berjalan dengan anaknya yang sedang berkeliling menjual sambal tersebut, lalu foto tersebut saya cetak, kemudian saya langsung menghampiri ibu tersebut dan bercerita serta ngasih dia semangat dan memborong jualannya dan mengasih uang sebanyak Rp.500.000, juga saya tidak lupa mengasih karya poto yang telah saya cetak sebelumnya. Ibu kelihan sangat bersyukur dan bahagia dengan diborong jualannya serta dengan foto yang saya berikan.*

3.	 Video di unggah (07-05-2024)	Ahmad Fauzi berkata: *Pada konten sedekah yang saya unggah pada tanggal 7 Mei 2024 saya berbagi dengan seorang ibu yang bernama Das, ibu ini merupakn pedagang balon untuk anak-anak kecil di daerah Taman Duta Harapan, awalnya saya memfoto ibu penjual balon tersebut secara diam-diam dan mencetak fotonya, kemudian saya menghampiri ibu tersebut dan memborong jualan balonnya serta meminta dia untuk membagikan balon-balon tersebut sama anak-anak sekitar dia jualan. saya juga kasih uang lebih sebanyak Rp.400.000 dari beli balon tersebut dan juga tidak lupa saya kasih poto ibu nya yang sudah sayafoto dan di cetak diawal menjelang bertemu dengan ibu nya, ibu nya kelihatan sangat bahagia karna belum perna fotonya dicetak sebelumnya*.

4	  Video diunggah pada 27 Mei 2024	Ahmad Fauzi berkata: *Pada konten sedekah yang saya unggah pada tanggal 27 Mei 2024, target saya sedekah yaitu seorang bapak yang sedang berkeliling berjualan cilok yaitu babe Rodi di daerah Perumahan Bumi Sani Permai Bekasi, saya berniat untuk membeli cilok bapak yang dipanggil babe tersebut dan memberikannya sedikit rezki yang saya punya, awalnya saya memfoto bapak tersebut dari jarak jauh dan mencetak fotonya, setelah itu saya baru mulai menghampiri bapak tersebut dan membeli jualan ciloknya sambil bercerita tentang kerasnya kehidupan dan harus bekerja keras, saya juga kasih dia uang lebih dari harga cilok yaitu Rp200.000 dan juga saya kasih poto yang telah di cetak sebelumnya. Dia kelihatan bahagia dan bersyukur.*

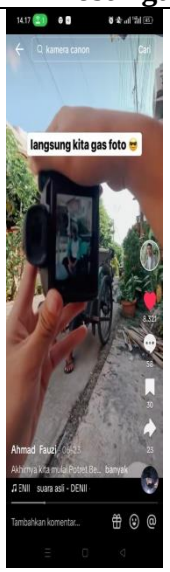
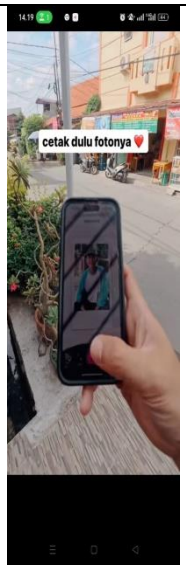
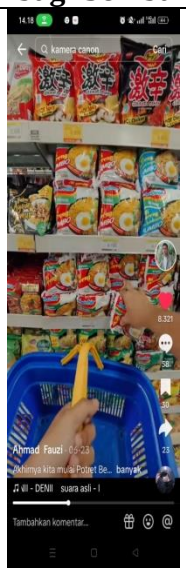
b. Konten Berbagi Baju Dan Tas

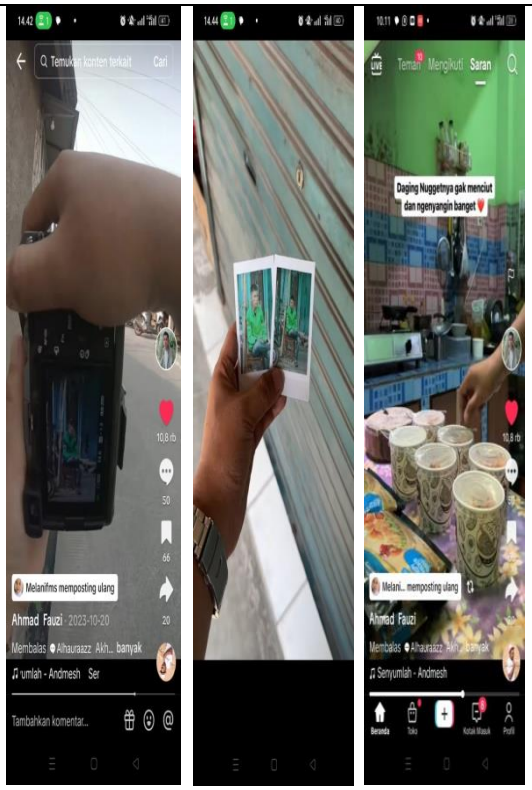
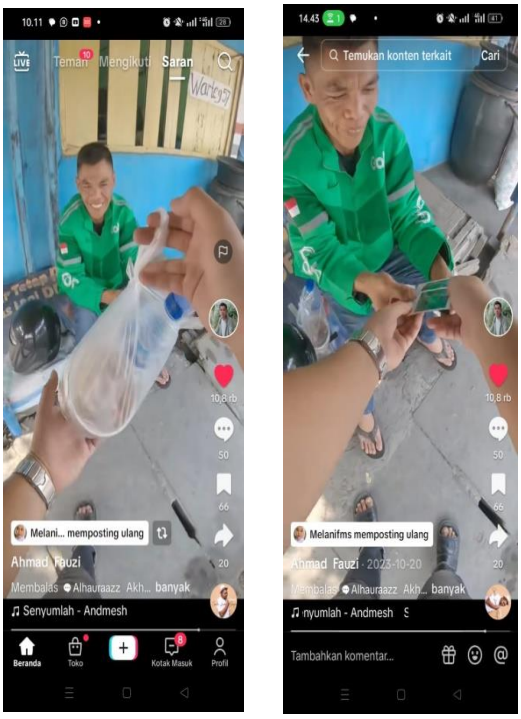
Tabel 4.2
Postingan Konten Berbagi Baju Dan Tas

1.	 Video di unggah (13-04-2024)	Ahmad Fauzi berkata: *Pada konten sedekah yang saya unggah pada tanggal 13 April 2023. Saya berbagi sama ibu yang berjualan gorengan keliling yaitu ibu Ipon di daerah Cibitung kabupaten Bekasi, sebelum bertemu dengan ibunya diam-diam saya memotret dan mencetak fotonya, lalu saya langsung temui ibunya serta membeli jualan gorenya tersebut. Saya juga banyak bercerita dengan ibunya tentang dia berjualan dan saya juga kasih baju dan tas yang sebelumnya telah saya beli dan siapkan untuk dia,harga tas dan baju terdsebut sekita Rp.500.000. lalu saya juga lebihkan dalam membayar gorengan yang telah saya beli tersebut, serta tidak lupa juga saya kasih poto yang telah dicetak hasil potret sebelum bertemu dengan ibunya.*

c. Konten Berbagi Makanan Dan Sembako

Tabel 4.3
Postingan Konten Berbagi Sembako Dan Makanan

1.	     Video diunggah 23-06-2024	Ahmad Fauzi berkata: *Pada konten sedekah yang saya unggah pada tanggal 23 Juni 2024, saya menemukan target sedekah yaitu bapak Bagas yang bekerja sebagai tukang becak di daerah Perumnas 1 Bekasi. dan seperti biasa saya memotret bapak tersebut dan mencetak fotonya, selanjutnya saya mencari beberapa jenis sembako seperti minyak goring, mie istan, saus dan kecap, dengan total kisaran harga Rp.200.000 yang akan dikasih nanti nya disaat saya bertemu dengan bapak tukang becak tersebut. Setelah bertemu saya bercerita-cerita sama bapak nya dan saya kasih sembako tersebut, serta tidak lupa juga saya kasih poto dia yang sudah saya cetak sebelumnya, bapaknya sangat bahagia dan bersyukur.*

2	  Video di unggah (20-10-2023)	Ahmad Fauzi berkata: *Pada konten sedekah yang di unggah pada tanggal 20 Oktober 2023, saya berbagi dengan seorang bapak-bapak ojol yang sedang mangkal dan menunggu orderan dari penumpang nya di daerah Perumnas 3 yaitu bg Iwan, kemudian saya potret bapak ojol tersebut dan saya cetak fotonya, saya terniat untuk melakukan sedekah dan berbagi dengan bapak tersebut, lalu saya membeli suatu makanan terbaru yaitu nugget dengan Rp.50.000 dan saya memasaknya sendiri. Setelah masak saya bungkus makanan tersebut dan menambahkannya dengan sebotol air aqua lalu saya kembali mencari bapak ojol yang saya potret sebelumnya. setelah bertemu saya kasih makanan tersebut dan juga foto yang sudah saya cetak tersebut. dia kelihatan bahagia dan bersyukur atas makanan yang saya berikan tersebut. .*

B. Temuan Khusus

Analisa Simbol Pada Konten Sedekah Akun *TikTok*

1. Target Sedekah

a. Profesi

1) Pedagang Kalender

Berdasarkan observasi yang dilakukan melalui akun *TikTok* @Uzziown, peneliti melihat bahwa target sedekah yang pertama terlihat pada konten video yang di unggah pada tanggal 2 Mei 2023 yaitu seorang pedagang kalender yang bernama bapak Suhub Hanapi yang berumur 81 tahun, dia berdagang kalender keliling setiap hari sudah hampir 10 tahun, mulai dari pagi hingga sore, kalender yang dia jual bukan milik dia melainkan milik orang lain, yaitu punya Pondok Pesantren Attaqwa yang dekat dengan rumahnya di Candrabaga, Bekasi. Dagangan kalender ini dia jual oleh bapak hanafi dengan harga Rp.15000/kalender dengan untung yang didapat dalam satu kalendernya Rp.5000. Peneliti melihat pada konten sedekah ini yang diberikan sebagai sedekah adalah berupa uang, dengan cara membeli jualan kalender bapak nya dan membayarnya lebih, terlihat pelaku yang memberikan sedekah membeli 2 buah kalender dan membayar kalender nya tersebut dengan uang sebanyak Rp.200.000.[9]

[9]Hasil Observasi, Diperoleh Dari Akun Tiktok @Uzziown, (https://vt.tiktok.com/ZSYGoCYub/), Diakses Pada Sabtu 17 Juli 2024 Pada Jam 5:30 WIB.

Selanjutnya ntuk mencari informasi dan data yang lebih lengkap peneliti melakukan wawancara dengan pemilik akun *TikTok* terkait konten sedekah dengan pedagang kalender ini, pemilik akun mengatakan:

> *"Sedekah kepada bapak bapak Suhup Hanafi yang berprofesi sebagai penjual kalender keliling di daerah Candrabaga, Bekasi ini terjadi karena ada nya kerjasama dengan Istansi Asuransi yaitu Prudential yang mengadakan donasi berupa uang, dimana dia mencari target untuk untuk dikasih sedekah dan bapak penjual kalender atau bapak Suhup Hanapi ini lah yang menjadi target sedekahnya tersebut, terlihat pada akun saya terdapat dua konten sedekah dengan bapak Suhub hanapi, yang pertama menjelang melakukan donasinya untuknya yaitu yang diunggah pada tanggal 2 Mei 2023 dan yang kedua disaat pemberian donasi yaitu tanggal 26 Mei 2023"*[10]

Dari hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan, maka dapat disimpulkan bahwa yang menjadi target sedekah ini berprofesi sebagai penjual kalender, namanya yaitu Suhup Hanafi dan tinggal di daerah Candrabaga, Bekasi. Pemilik akun membuat dua buah konten terkait dengan bapak Suhup Hanafi yang berprofesi sebagai penjual kalender, yang pertama pada tanggal 2 Mei 2023 dan yang kedua pada tanggal 26 Mei 2023 konten penyaluran donasinya tersebut.

2) Pedagang Lauk Dan Sambal

Pada konten berbagi yang di unggah pada tanggal 14 Januari 2024 di akun *TikTok* @Uzziown ini, peneliti melihat target sedekah

[10]Wawancara Dengan Pemilik Akun (Ahmad Fauzi), *Via Video Call di Whatsap*, pada 6 Juli 2024, Pukul 22.00 WIB.

yang dijadikan konten oleh pemilik akun yaitu seorang ibu dan anak yang sedang berjualan lauk dan sambal keliling.[11]Selanjutnya untuk mencari data yang lebih lengkap terkait target sedekah penjual lauk dan sambal keliling ini, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik akun, dia menggatakan:

> *"Pada konten berbagi yang saya unggah pada akun TikTok saya di tanggal 14 Januari 2024, target saya berbagi yaitu dengan seorang ibu dan anaknya yang sedang berjualan atau berprofesi sebagai penjual lauk dan sambal keliling setiap hari di daerah Perumahan Jati Bulak Bekasi, nama ibu tersebut yaitu Jamilah dan anak nya bernama Roni, ibu tersebut bilang hampir setiap hari dia berjualan di daerah tersebut mulai dari 2 tahun yang lalu, saya beli jualan ibu nya dan mengasih uang Rp.500.000"*[12]

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan, maka dapat disimpulkan bahwa profesi dari target sedekah yang bernama ibu Jamilah merupakan seorang ibu penjual lauk dan sambal keliling yang berada di daerah Perumahan Jati Bulak Bekasi setiap harinya, bentuk sedekah yang diberikan berupa uang uang dengan jumlah Rp.500.000.

3) Pedagang Balon

Berdasarakan observasi yang peneliti lakukan pada akun *TikTok* @uzziown, peneliti melihat pada konten sedekah yang di unggah pada tanggal 7 Mei 2024 yang menjadi target sedekah atau berbagi dari pemilik akun *TikTok* merupakan seorang ibu penjual

[11]Hasil Observasi, Diperoleh Dari Akun Tiktok @Uzziown, (https://vt.tiktok.com/ZSYt18CoK/), Diakses Pada Sabtu 17 Juli 2024 Pada Jam 5:50 WIB.

[12] Wawancara Dengan Pemilik Akun (Ahmad Fauzi), *Via Video Call di Whatsap,* pada16 Juli 2024, Pukul 22.00 WIB.

balon, pemilik akun terlihat memborong semua balon ibu tersebut dan membayarnya dengan harga yang lebih lebih sebagai bentuk sedekah.[13] selanjutnya untuk mencari data yang lebih lengkap terkait konten berbagi dengan target sedekah penjual balon tersebut, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik akun yaitu Ahmad Fauzi, dia mengatakan:

> *"Konten berbagi yang saya unggah pada tanggal 7 Mei 2024, target sedekah nya merupakan seorang ibu yang berprofesi sebagai penjual balon di daerah Taman Duta Harapan Bekasi, nama ibu tersebut yaitu ibu Das. Dia berjualan balon untuk anak-anak setiap harinya disana. Disaat Saya bertemu dia disana saya memborong semua jualan balonnya dan mengasih uang lebih sebanyak Rp.400.000 dan meminta dia untuk membagikan balon tersebut kepada anak-anak disekita daerah Taman Duta Harapan tersebut"*[14]

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan pemilik akun tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa target sedekah penjual balon tersebut bernama Das, yang berprofesi sebagai penjual balon untuk anak-anak di daerah Taman Duta Harapan di Bekasi setiap harinya, bentuk sedekah yang diberikan oleh pemilik akun berupa uang dengan jumlah Rp.400.000 sekalian memmbayar balon tersebut.

4) Pedagang Cilok

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti melalui akun *TikTok* @Uzziown ini, peneliti melihat konten berbagi yang di

[13]Hasil Observasi, Diperoleh Dari Akun Tiktok @Uzziown, (https://vt.tiktok.com/ZSYt1yYhT/) , Diakses Pada Sabtu 17 Juli 2024 Pada Jam 6: 20 WIB.

[14]Wawancara Dengan Pemilik Akun (Ahmad Fauzi), *Via Video Call di Whatsap,* pada16 Juli 2024, Pukul 22.00 WIB.

unggah pada tanggal 27 Mei 2024 oleh pemilik akun, bahwa yang menjadi target sedekah yang dijadikan konten merupakan seorang bapak penjual Cilok keliling, terlihat dalam konten tersebut pemilik akun bersedekah dengan cara membeli jualan cilok bapak tersebut dan membayarnya lebih serta memberikan foto sebagai oleh-oleh.[15]

Untuk mencari data yang lebih lengkap terkait profesi dari target berbagi bapak penjual cilok tersebut, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik akun yaitu Ahmad Fauzi, dia mengatakan:

> *"Pada konten berbagi yang saya unggah di tanggal 27 Mei 2024 yang menjadi target sedekah merupakan seorang bapak yang berjualan cilok keliling di daerah Perumahan Sani Permai Bekasi yang bernama bapak Rodi, dia berjualan keliling setiap hari disana, saya bersedekah kepada bapak ini dengan membeli ciloknya dan membayar lebih Rp.200.000 sebagai bentuk sedekahnya, saya juga memberikan poto sebagai bentuk oleh-oleh yang saya ambil diam-diam sebelum bertemu dengannya."*[16]

Dari hasil wawancara dengan pemilik akun tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa target sedekah pemilik akun pada tanggal 27 Mei 2024 bernama bapak Rodi yang berprofesi sebagai penjual cilok keliling sekitar daerah Perumahan Sani Permai Bekasi setiap harinya, bentuk sedekah yang diberikan oleh pemilik akun berupa uang dengan jumlah Rp.200.000.

---

[15]Hasil Observasi, Diperoleh Dari Akun Tiktok @Uzziown, (https://vt.tiktok.com/ZSYnb8Ksq/), Diakses Pada Sabtu 17 Juli 2024 Pada Jam 6: 35 WIB.

[16] Wawancara Dengan Pemilik Akun (Ahmad Fauzi), *Via Video Call di Whatsap,* pada16 Juli 2024, Pukul 22.00 WIB.

5) Pedagang Gorengan

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti melalui akun *TikTok* @Uzziown ini, peneliti melihat konten berbagi yang di unggah pada tanggal 13 April 2023 yang menjadi target berbagi yang dijadikan konten merupakan seorang ibu yang berjualan gorengan keliling. Dalam konten tersebut telihat pemilik akun membeli jualan gorengan ibu tersebut, dan juga dia memberikan tas dan baju serta hasil cetakan foto yang di ambil sebelum dia menghampiri ibu penjual gorengan tersebut.[17]

Untuk mencari data yang lebih lengkap terkait profesi dari target berbagi ibu penjual gorengan tersebut, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik akun yaitu Ahmad Fauzi, dia mengatakan bahwa:

> *"Pada konten berbagi yang saya unggah di tanggal 13 April 2023 yang menjadi target sedekah merupakan seorang ibu yaitu ibu Ipon yang berjualan gorengan keliling di daerah Cibitung Bekasi, ibu Ipon ini berjualan setiap hari disekitar daerah Cibitung tersebut, berbagi dengan ibu Ipon ini saya memberikan sedekah berupa baju dan tas yang sudah disiapakan sebelumnya, juga tidak lupa oleh-oleh foto yang sudah dicetak hasil potret diam-diam sebelum bertemu dengannya ."*[18]

Dari hasil wawancara dengan pemilik akun tersebut, maka dapat disimpukan bahwa targer sedekah yang di unggah oleh pemilik akun di tanggal 13 April 2023 merupakan ibu Ipon yang berprofesi

[17]Hasil Observasi, Diperoleh Dari Akun Tiktok @Uzziown, (https://vt.tiktok.com/ZSYt1yYhT/) , Diakses Pada Sabtu 17 Juli 2024 Pada Jam 6:50 WIB.

[18] Wawancara Dengan Pemilik Akun (Ahmad Fauzi), *Via Video Call di Whatsap,* pada16 Juli 2024, Pukul 22.00 WIB.

sebagai penjual gorengan keliling di daerah cibitung, bentuk sedekah yang diberikan oleh pemilik akun merupakan baju dan tas.

6) Ojol

Selain pedagang yang menjadi target berbagi yang dijadikan konten oleh pemilik akun, ojol juga menjadi target dari konten berbagi tersebut. Berdasarkan Observasi yang peneliti lakukan melaui akun *TikTok* @Uzziown ini, peneliti melihat pada konten berbagi yang di unggah pada tanggal 20 Oktober 2023 yang menjadi taget berbagi ialah seorang ojol, terlihat pada konten tersebut pemilik akun bersedekah dengan memberikan makanan siang yang dimasak oleh dia sendiri.[19]

Untuk mencari data yang lebih lengkap terkait dari target berbagi dengan seorang ojol tersebut, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik akun yaitu Ahmad Fauzi, dia mengatakan bahwa:

> *"Pada konten sedekah yang saya unggah pada tanggal 20 Oktober 2023 yang menjadi target sedekah saya merupakan seorang ojol yang sedang menunggu orderan penumpang di daerah sekitar Perumnas 3 Bekasi, ojol tersebut bernama abg Iwan, dia mangkal di daerah sekitar sini hampir setiap harinya, dalam konten ini saya memberikan makan siang kepada bg Iwan yang saya masak sendiri."*[20]

Dari hasil wawancara dengan pemilik akun tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa target sedekah yang di unggah pada tanggal 20 Oktober 2023 ialah seorang ojol yang bernama Iwan yang

[19]Hasil Observasi, Diperoleh Dari Akun Tiktok @Uzziown, (https://vt.tiktok.com/ZSYnbydsV/), Diakses Pada Sabtu 17 Juli 2024 Pada Jam 7: 10 WIB.

[20] Wawancara Dengan Pemilik Akun (Ahmad Fauzi), *Via Video Call di Whatsap*, pada16 Juli 2024, Pukul 22.00 WIB.

sedang mangkal menunggu orderan penumpang di daerah Perumnas 3 Bekasi, bentuk sedekah yang deberikan oleh pemilik akun merupakan makanan siang yang siap saji yang dia masak sendiri.

7) Tukang Becak

Selain pedagang dan ojol yang menjadi target berbagi untuk konten sedekah oleh pemilik akun, tukang becak juga menjadi target dari konten berbagi tersebut. Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan melaui akun *TikTok* @Uzziown ini, peneliti melihat pada konten berbagi yang di unggah pada tanggal 23 Juni 2024 yang menjadi target sedekah merupakan seorang bapak tukang becak. Terlihat pada konten tersebut pemilik akun memotret bapak tersebut dan mencetak fotonya, selanjutnya pemilik akun membeli makanan berupa sembako seperti minyak goreng, Mie maupun saus di *minimarke*t lalu setelah itu dia menghampiri tukang becak dan memberikan makanan tersebut.[21]

Untuk mencari data yang lebih lengkap terkait dari target berbagi dengan seorang tukang becak tersebut, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik akun yaitu Ahmad Fauzi, dia mengatakan bahwa:

> *"Konten berbagi yang saya unggah pada tanggal 23 Juni 2024 target berbaginya yaitu seorang bapak tukang becak yang sedang mangkal di daerah Perumnas 1 Bekasi, nama bapak tersebut bapak Bagas, dia bekerja sehari-harinya jadi tukang becak di sekitar daerah perumahan tersebut, saya terniat*

[21]Hasil Observasi, Diperoleh Dari Akun Tiktok @Uzziown, (https://vt.tiktok.com/ZSYnbNFWV/), Diakses Pada Sabtu 17 Juli 2024 Pada Jam 7: 30WIB.

> *untuk sedikit berbagi dengan bapak tersebut, awal pertama kalinya saya coba untuk memotret bapak tersebut dan mencetak fotonya setelah itu saya pergi ke minimarket yang dekat dari situ dan saya membeli sedikit sembako, kemudian saya menghapiri bapak tersebut mengasih sembako serta foto yang sudah dicetak.''*[22]

Dari hasil wawancara dengan pemilik akun tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa target sedekah yang di unggah pada tanggal 23 Juni 2024 tersebut merupakan bapak Bagas yang berprofesi sebagai tukang becak di daerah Perumnas 1 Bekasi, bentuk sedekah yang diberikan oleh pemilik akun berupa makanan sembako yang dibeli laku dikasih sama bapak tukang becak tersebut.

b. Alasan Target Sedekah

Akun ini secara aktif banyak membuat konten berbagi atau bersedekah dengan beragam target sedekah dari kontennya. Dari hasil observasi yang peneliti lakukan melalui akun *TikTok* ini, peneliti melihat konten berbaginya banyak tentang pedagang atau UMKM kecil diantaranya, pedagang kalender, pedagang balon, pedagang gorengan dan juga ada konten berbagi kepada orang tua dan tukang ojek maupun tukang becak.[23]

Untuk mencari informasi dan data yang lebih detail tentang target sedekah, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik akun tiktok @Uzziown ini yaitu Ahmad Fauzi, dia mengatakan bahwa:

---

[22] Wawancara Dengan Pemilik Akun (Ahmad Fauzi), *Via Video Call di Whatsap*, pada16 Juli 2024, Pukul 22.00 WIB.

[23]Hasil Observasi, Diperoleh Dari Akun Tiktok @Uzziown, (https://www.tiktok.com/@uzziown?_t=8o9bD9T6SUK&_r=1), Diakses Pada Sabtu 17 Juli 2024 Pada Jam 9:30 WIB.

> *"Konten Sedekah atau berbagi yang ada pada akun Tiktok saya pertama kali yaitu pada tahun 2022 awal , Pada awal pertama kali saya melakukan sedekah yang dibuat konten yaitu kepada pedagang keliling, ini dikarenakan saya melihat banyak pedagang keliling yang sudah kesana kesini berkeliling jualan untuk mencari uang untuk keperluan dan kebutuhan nya serta keluarganya setiap hari dan jualannya tersebut terkadang ada yang habis ada yang tidak, jadi dari situ saya tertarik dan berniat untuk melakukan sedekah dengan cara membeli dagangan dan jualannya dengan membayarnya lebih sebagai bentuk sedekah yang saya berikan. Setelah saya melakukan sedekah dengan cara tersebut beberapa kali yang dijadikan untuk konten, saya berpikir mau bersedekah dengan cara yang lebih inovatif lagi sehingga muncullah sedekah seperti sedekah makanan ke tukang ojek, sembako kepada tukang becak, sehingga sedekahnya jadi bervariasi. Tapi tetap yang lebih dominan menjadi target sedekah pedagang dikarenakan itu menjadi awal dari konten sedekah atau berebagi di akun tiktok saya."*[24]

Dari hasil wawancara dengan pemilik akun *TikTok* @Uzziown ini, maka dapat disimpulkan bahwa yang menjadi alasan pertama kali dia melakukan sedekah atau menjadikan pedagang sebagai target sedekah yaitu dikarenakan dia melihat kehidupan orang yang berdagang atau orang berjualan keliling itu susah dan terkadang jualan nya ada yang habis dibeli orang ada yang tidak sehingga dia tertarik melakukan sedekah dengan cara beli jualan pedagang tersebut dan membayar nya lebih.

Terkait alasan orang tua, tukang ojol dan tukang becak menjadi target sedekah yaitu dikarenakan pemilik akun ingin konten bersedekah atau berbaginya lebih bervariasi. Tetapi tetap bersedekah kepada pedagang yang lebih dominan menjadi target sedekahnya tersebut.

[24]Wawancara Dengan Pemilik Akun Tiktok (Ahmad Fauzi), *Via Video Call di Whatsap*, pada 16 Juli 2024, Pukul 22.15 WIB.

c. Target *Viewers*

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti melalui akun *TikTok* @Uzziown ini, *viewers* dari setiap konten yang di unggah pada akun tiktok nya beragam dan berbeda.[25]

1) Pedagang Kalender

Konten berbagi dengan seorang bapak pedagang kalender yang bernama bapak Suhup Hanafi di daerah Candrabaga, Bekasi ini memiliki jumlah *viewers* sebanyak 7,8 juta *viewers.* Pada konten pertama yang di unggah pada tanggal 2 Mei 2023 sebelum dilakukan donasi.[26]Konten kedua yang di unggah di tanggal 26 Mei 2023 yaitu penyaluran donasi ke bapak Hanapi dari *prudential* memiliki *viewers* sebanyak 419 ribu *viewers*.[27]

2) Pedagang Lauk Dan Sambal

Berdasarkan Observasi yang peneliti lakukan pada akun *TikTok* @Uzziown, peneliti melihat konten berbagi yang di unggah pada 14 Januari 2024 yaitu konten berbagi dengan ibu dan anak yang berjualan lauk dan sambal keliling di perumahan Jati Bulak, Bekasi. yang memiliki *viewers* sebanyak 365 ribu *vierws.*[28]

---

[25]Hasil Observasi, Diperoleh Dari Akun Tiktok @Uzziown, (https://www.tiktok.com/@uzziown?_t=8o9bD9T6SUK&_r=1), Diakses Pada Sabtu 17 Juli 2024 Pada Jam 9:30 WIB.

[26]Hasil Observasi, Diperoleh Dari Akun Tiktok @Uzziown, (https://vt.tiktok.com/ZSYGoCYub/) , Diakses Pada Sabtu 17 Juli 2024 Pada Jam 10:30 WIB.

[27]Hasil Observasi, Diperoleh Dari Akun Tiktok @Uzziown, (https://vt.tiktok.com/ZSYt1kBmn/), Diakses Pada Sabtu 17 Juli 2024 Pada Jam 10:30 WIB.

[28]Hasil Observasi, Diperoleh Dari Akun Tiktok @Uzziown, (https://vt.tiktok.com/ZSYt18CoK/), Diakses Pada Sabtu 17 Juli 2024 Pada Jam 10:40 WIB.

3) Pedagang Balon

Berdasarkan Observasi yang peneliti lakukan pada akun *TikTok* @Uzziown, peneliti melihat berkaitan dengan konten berbagi yang dilakukan oleh pemilik akun dengan seorang ibu bernama Das yang sedang berjualan balon di daerah Taman Duta Harapan, Bekasi yang di unggah di tanggal 7 Mei 2024 memiliki *viewers* sebanyak 105 ribu *viewers.*[29]

4) Pedagang Cilok

Berdasarkan Observasi yang peneliti lakukan pada akun *TikTok* @Uzziown, peneliti melihat konten berbagi yang di unggah pada tanggal 27 Mei 2024 yaitu konten berbagi dengan seorang bapak jualan cilok yang bernama Rodi di daerah Perumahan Sani Permai Bekasi, konten ini memiliki jumlah *viewers* sebanyak 213 ribu *viewers.*[30]

5) Pedagang Gorengan

Berdasarkan Observasi yang peneliti lakukan pada akun *TikTok* @Uzziown, peneliti melihat konten berbagi yang di unggah pada tanggal 13 April 2023 yaitu konten berbagi dengan pedagang gorengan keliling yang bernama ibu Ipon di daerah Cibitung, Bekasi. Konten berbagi ini memiliki jumlah *viewers* sebanyak 1,3 juta *viewers.*[31]

[29]Hasil Observasi, Diperoleh Dari Akun Tiktok @Uzziown, (https://vt.tiktok.com/ZSYt1yYhT/) , Diakses Pada Sabtu 17 Juli 2024 Pada Jam 10: 45 WIB.
[30]Hasil Observasi, Diperoleh Dari Akun Tiktok @Uzziown, (https://vt.tiktok.com/ZSYnb8Ksq/), Diakses Pada Sabtu 17 Juli 2024 Pada Jam 11: 00 WIB.
[31]Hasil Observasi, Diperoleh Dari Akun Tiktok @Uzziown, (https://vt.tiktok.com/ZSYt1Nvjd/) , Diakses Pada Sabtu 17 Juli 2024 Pada Jam 11: 20 WIB.

6) Ojol

Berdasarkan Observasi yang peneliti lakukan pada akun *TikTok* @Uzziown, peneliti melihat konten berbagi yang di unggah pada tanggal 20 Oktober 2023 yaitu konten berbagi dengan seorang tukang ojol yang bernama bg Iwan, yang sedang mangkal di daerah Perumnas 3 Bekasi. Konten berbagi ini memiliki jumlah *viewers* sebanyak 141 ribu *viewers.*[32]

7) Tukang becak

Berdasarkan Observasi yang peneliti lakukan pada akun *TikTok* @Uzziown, peneliti melihat konten berbagi yang di unggah pada tanggal 23 Juni 2024 yaitu konten berbagi dengan seorang tukang becak yang bernama Bagas di daerah Perumnas 1 Bekasi. Konten ini memiliki *viewers* sebanyak 109 ribu .[33]

Untuk melengkapi data pernelitian terkait *viewers* ini, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik akun *TikTok* @Uzziown yaitu Ahmad Fauzi, dia mengatakan bahwa:

> *"Dari semua konten video berbagi yang saya buat, saya tidak memiliki target jumlah yang sefesik yang ingin dicapai baik itu di bagian like, komen, maupun viewers nya tetapi hanya upload saja kalau rame yang nonton bagus kalau tidak ya udah nggak papa, konten tersebut sasarannya umum ajah gtu, bisa untuk semua kalangan, nggak harus sasaran penonton pedagang walaupun objek kontennya pedagang gtu, kan niat nya hanya buat konten plus nyalurin hobi potonya serta berbagi. Tapi saya lihat banyak yang suka karna konten tersebut menggandung sesi kebaikan jadi semua kalangan suka kelihatan dari komentarnya gtu"*[34]

[32]Hasil Observasi, Diperoleh Dari Akun Tiktok @Uzziown, (https://vt.tiktok.com/ZSYnbydsV/), Diakses Pada Sabtu 17 Juli 2024 Pada Jam 11: 35 WIB.

[33]Hasil Observasi, Diperoleh Dari Akun Tiktok @Uzziown, (https://vt.tiktok.com/ZSYnbNFWV/), Diakses Pada Sabtu 17 Juli 2024 Pada Jam 11: 45 WIB.

[34] Wawancara dengan pemilik akun (Ahmad Fauzi), *Via Video Call di Whatsap*, pada 16 Juli 2024, Pukul 22.15 WIB.

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan pemilik akun, maka dapat disimpulkan bahwa pemilik akun dalam membuat konten berbagi yang di unggah pada akun *TikTok* nya tidak mempunyai jumlah target yang sefesifik untuk dicapai baik disegi *viewers, like* maupun komentarnya. Konten tersebut bisa untuk semua kalangan karna mengandung hal kebaikan, tidak hanya terfokus kepada objek konten nya saja.

2. Bentuk Sedekah

Berdasarakan hasil observasi yang peneliti lakukan melalui akun *TikTok* @Uzziown, peneliti melihat ada tiga bentuk sedekah yang dijadikan sebagai pemberian oleh pemilik akun kepada target sedekah dalam konten berbagi yang ada pada akun *TikTok* @Uzziown tersebut. bentuk sedekah tersebut diantaranya ialah uang, baju dan tas, makanan. Pada temuan umum peneliti memaparkan tujuah konten video berbagi, empat konten berbagi dengan bentuk uang, satu konten berbagi dengan bentuk baju dan tas, dan dua konten berbagi dengan bentuk makanan yang diberikan oleh pemilik akun kepada target konten berbagi nya tersebut. [35]

Untuk mencari data yang lebih lengkap dalam penelitian terkait bentuk sedekah, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik akun *TikTok* @Uzziown yaitu Ahmad Fauzi, dia mengatakan bahwa:

> "*dalam saya melakukan sedekah ada tiga bentuk sedekah yang saya berikan kepada target sedekah, yaitu uang, pakain baju dan tas, serta*

[35]Hasil Observasi, Diperoleh Dari Akun Tiktok @Uzziown, (https://vt.tiktok.com/ZSYGoCYub/), Diakses Pada 26 Mei 2024 Pada Jam 5:30 WIB.

makanan. Pemberian uang sebagai bentuk ada dengan dua cara, secara langsung tapi tidak dengan belanja yaitu hasil donasi, secara langsung tetapi dengan berbelanja dengan target sedekah itu dari saya sendiri, pemberian tas atau baju disaat berbelanja dengan target sedekah dan bentuk pemberian makanan ada dua juga yaitu dengan saya masak sendiri lalu dikasih sama target sedekah dan saya beli langsung saya kasih kepada target"[36]

Dari wawancara dengan pemilik akun tersebut, dapat disimpulkan bahwa yang menjadi bentuk sedekah yang diberikan oleh pemilik akun kepada target sedekanya adalah Uang, baju dan tas, serta makanan.

a. Uang

1) Cara Memberikan Uang Sebagai Bentuk Sedekah

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan melalui akun *TikTok* @Uzziown bahwa cara pemberian uang sebagai bentuk sedekah yang diberikan oleh pemilik akun kepada target sedekahnya ada dua cara.

a) Membeli jualan pedagang dan Membayar Lebih Sebagai Bentuk Sedekah

Bentuk sedekah ini yaitu dengan cara pemilik akun mencari target sedekah pedagang seperti yang peneliti sajikan yaitu pedagang kalender bapak Hanafi, pedagang lauk keliling ibu Jamilah, pedagang balon ibu Das dan pedagang cilok bapak Rodi. Pertama kali pemilik akun melakukan pemotretan secara sembunyi-bunyi dan mencetak poto target berbagi pedagang ini, selanjutnya

[36]Wawancara dengan Fauzi Ahmad dan Melani *Via Video Call di Whatsap*, pada 25 Mei 2024, Pukul 22.00 WIB.

pemilik akun menghampiri pedagang tersebut dengan niat bersedekah dengan membeli jualannya serta membayar uang lebih dan setelah itu memberikan poto yang sudah dicetak tersebut.

b) Sedekah secara langsung diberikan

Sedekah dengan cara seperti ini terjadi dikarenakan adanya donasi dari orang lain dan pemilik akun hanya sebagai penyalur dari donasi tersebut dan dijadikan sebuah konten, seperti konten berbagi dengan bapak seorang penjual kalender yaitu bapak suhup Hanafi, awalnya disaat pemilik akun menggungah konten berbagi yang pertama yaitu ditanggal 2 Mei 2023 tentang konten berbagi dengan penjual kalender atau bapak suhup Hanafi ini, dan ada tim dari *istansi asuransi prudential* ini yang melihat dan mereka mengadakan donasi bekerjasama dengan pemilik akun, dan donasi tersebut di salurkan pada konten yang di unggah pada tanggal 26 Mei 2023 oleh pemilik akun secara langsung dirumah bapak Suhuf Hanafi.[37]

Untuk melengkapi data dalam penelitian, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik akun *TikTok* @Uzziown bahwa dia mengatakan:

> *"Saya bersedekah dengan uang menggunakan dua cara yaitu yang pertama yaitu bertemu secara langsung dengan pedagang umkm kecil dan membeli barang dagangan nya serta melebihkan uang dalam membayarnya, yang kedua saya bertemu secara langsung dengan target sedekah dan*

[37]Hasil Observasi, Diperoleh Dari Akun Tiktok @Uzziown, (https://vt.tiktok.com/ZSYGoCYub/), Diakses Pada 26 Juni 2024 Pada Jam 5:30 WIB.

> *memberikan uangnya secara langsung, uang ini yang berasal dari donasi instansi asuransi prudential yang bekerjasama dengan saya, donasi ini terjadi karena sebelumnya saya membuat konten tentang target sedekah ini, lalu pihak donasi mengajak bekejasama dalam bersedekah seperti sedekah kepada bapak penjual kalender atau bapak hanafi''*[38]

Dari hasil wawancara dengan pemilik akun, maka dapat disimpulkan bahwa pemilik akun memiliki dua cara dalam melakukan sedekah dalam bentuk uang yaitu, *pertama* bertemu secara langsung dengan target sedekah pedagang atau umkm kecil dengan membeli barang dagangan nya dan membayar nya lebih sebagai sedekah atau berbagi, uang sedekah ini berasal dari pemilik akun *TikTok* itu sendiri. *kedua* bertemu secara langsung dengan target sedekah dan mengasih nya uang secara langsung, uang ini berasal dari hasil donasi.

2) Waktu Pemberian Uang Untuk Sedekah

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan melalui akun *TikTok* @Uzziown, peneliti melihat pemberian uang ini sebagai bentuk sedekah yaitu diawali pemilik akun memotret secara sembunyi-bunyi dan mencetak foto lalu baru bertemu dengan target sedekah, kemudian pemilik akun membeli barang jualan dari target sedekah ini dan disaat membayar nya disitulah pemilik akun memberikan sedekah dengah kasih uang lebih seperti yang terjadi pada konten berbagi dengan penjual kalender, penjual lauk, penjual

[38] Wawancara dengan Fauzi Ahmad *Via Video Call di Whatsap*, pada 28 Juni 2024, Pukul 21.00 WIB.

balon maupun penjual cilok, setelah itu baru dilanjutkan dengan pemberian foto yang sudah dicetak yang di ambil secara sembunyi menjelang bertemu dengan target sedekah tersebut. ada juga pemberian datang secara langsung dengan mencari rumahnya, kemudian mengasih sedekah tersebut, seperti yang dilakukan pada konten sedekah dengan bapak penjual kalender yaitu bapak Suhup Hanafi[39]

Untuk melengkapi data penelitian, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik akun *TikTok* @Uzziown ini, dia mengatakan bahwa:

> *"Saya memberikan uang sebagai sedekah yaitu disaat bertemu secara langsung setelah saya membeli barang jualan dari target sedekah, dan saya berikan uang lebih sebagai sedekah, dann juga kasih uang secara langsung tanpa harus berbelanja yaitu salah satu kepada bapak Hanafi yaitu hasil dari donasi"*[40]

Dari hasil wawancara tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa waktu Pemberian uang sebagai sedekah yaitu disaat pembayaran makanan atau barang yang dibeli kepada para pedagang dan umkm kecil dan dilebihkan dalam membayarnya, dan juga mengasih sedekah secara langsung datang kerumah target sedekah, sedekah seperti ini berasal dari hasil donasi tampa harus belanja, yaitu yang terjadi dengan konten berbagi dengan bapak Hanafi.

---

[39]Hasil Observasi, Diperoleh Dari Akun Tiktok @Uzziown, (https://vt.tiktok.com/ZSYGoCYub/), Diakses Pada 26 Juni 2024 Pada Jam 6:30 WIB.

[40] Wawancara dengan Fauzi Ahmad *Via Video Call di Whatsap*, pada 28 Juni 2024, Pukul 21.00 WIB.

3) Jumlah uang yang disedekahkan

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan melalui akun *TikTok* @Uzziown, peneliti melihat berkaitan dengan bentuk sedekah uang oleh pemilik akun terhadap target sedekahnhya, nominal yang diberikan kan nya selalu berbeda, ada yang kecil, ada yang menegah dan ada yang cukup besar.[41]

Untuk melengkapi data penelitian, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik akun *TikTok* @Uzziown ini, dia menggatakan:

> *"Setiap kali saya melakukan sedekah nominalnya mungkin selalu berbeda, ini dikarenakan saya melakukan sedekah ini sesuai kemampuan dan kesanggupan saya serta sesuai dengan isi dompet saya,yang penting niatnya ikhlas dan memantu sasama serta dengan alasan buat konten ini agar orang-orang mau juga bersedekah sesuai kesangupannya masing-masing. Jadi sedekah uang yang saya berikan tidak ditetapkan nominalnya sesuai yang terlihat di konten video berbagi saya, ada uang yang kecil saya kasih, ada yang sedang dan ada juga yang sedikit banyak itupun juga hasil donasi dari orang lain dan saya menyalurkannya"*[42]

Dari hasil wawancara dengan pemilik akun tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa disetiap kali pemilik akun melakukan sedekah dengan bentuk uang, nominalnya selalu berbeda, ada yang kecil, ada yang sedang, dengan alasan dia melakukan sedekah sesuai kesangupan dan kemampuannya, dan jika ada nominal nya yang besar itupun hasil donasi dari orang lain.

---

[41]Hasil Observasi, Diperoleh Dari Akun Tiktok @Uzziown, (https://vt.tiktok.com/ZSYGoCYub/), Diakses Pada 26 Juni 2024 Pada Jam 7:30 WIB.

[42]Wawancara dengan Fauzi Ahmad *Via Video Call di Whatsap*, pada 28 Juni 2024, Pukul 22.00 WIB

a) Bersedekah dengan nominal yang besar

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan melalui akun *TikTok* @Uzziown, peneliti melihat berkaitan dengan bentuk sedekah uang dengan nominal yang paling besar diberikan yaitu pada konten yang diunggah di tanggal 26 Mei 2023 yaitu terdapat jumlah uang yang sangat besar yang disedekahkan oleh pemilik akun sebanyak Rp.26.298.300, sedekah ini berasal *Instansi Asuransi* yaitu *Prudential*, yang merupakan lembaga yang bergerak dibidang bantu orang miskin atau berbagi.[43]

Untuk melengkapi data penelitian, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik akun *TikTok* @Uzziown ini, dia menggatakan:

> *"Sedekah ini terlakaksana diawali saat saya memotret seorang kakek-kakek yang bernama Suhup Hanafi di daerah Candrabaga Bekasi yang berjualan kalender dan menjadikan kakek tersebut menjadi objek dari konten saya, yang saya upload pada tanggal 02 Mei 2023, setelah konten tersebut saya upload ada salah satu tim dari Istansi Asuransi yang bernama Prundital yang ingin berdonasi tehadap kakek tersebut, sehingga kami bekerjasama dan akhinya terkumpul lah uang sebanyak ini Rp 26.298.300. dan saya lalu mencari kembali rumah kakek ini dan dengan niat menyalurkan serta memberikan uang sedekah tersebut dan juga menjadikan sebuah konten sebagai salah satu bukti telah memberikan"*[44]

Dari hasil wawancara tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa uang yang disedekahkan dengan nominal paling besar

[43]Hasil Observasi, Diperoleh Dari Akun Tiktok @Uzziown, (https://vt.tiktok.com/ZSYt1kBmn/), Diakses Pada 17 Juli 2024 Pada Jam 10:30 WIB.

[44]Wawancara dengan Fauzi Ahmad *Via Video Call di Whatsap*, pada 28 Juni 2024, Pukul 21.00 WIB.

sebanyak Rp.26.298.300 kepada bapak pedagang kalender yaitu bapak Suhup Hanafi yang tinggal di Candrabaga Bekasi. Uang ini merupakan hasil dari donasi *Istansi Asuransi Prudential* yang bekerjasama dengan pemilik akun sebagai penyalur dari donasi tersebut dan menjadikan sebuah konten dengan tujuan agar semakin banayak orang yang mau berbagi antar sesame lagi.

b) Bersedekah dengan nominal yang menenegah

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan melalui akun *TikTok* @Uzziown, peneliti melihat berkaitan dengan bentuk sedekah uang dengan nominal yang menengah diberikan oleh pemilik akun kepada target sedekah yaitu pada tanggal 14 Januari 2024 dan 7 Mei 2024 terdapat jumlah uang sebesar Rp 500.000 dan Rp.400.000 yang disedekahkan, dana sedekah bersumber dari pemilik akun tiktok @Uzziown itu sendiri yaitu Ahmad Fauzi.[45]

Untuk melengkapi data penelitian, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik akun *TikTok* @Uzziown ini, dia menggatakan:

> *"Sedekah yang saya kasih merupakan niat dari diri saya sendiri, uang yang saya sedekahkan sesuai dari kemampuan saya dan isi dompet, dana sedekah tersebut diberikan dengan cara memborong dagangan atau membeli jualan dari target sedekah dan membayarnya lebih, sedekah dengan nominal menegah saya yaitu konten sedekah yang di unggah pada tanggal 14 Januari 2024 dan 7 Mei dengan nominal Rp.500.0000 dan Rp.400.000"*[46]

[45]Hasil Observasi, Diperoleh Dari Akun Tiktok @Uzziown, (https://vt.tiktok.com/ZSYGoCYub/), Diakses Pada 26 Juni 2024 Pada Jam 8:30 WIB.

[46]Wawancara dengan Fauzi Ahmad *Via Video Call di Whatsap*, pada 28 Juni 2024, Pukul 21.00 WIB.

Dari hasil wawancara dengan pemilik akun tersebut, maka dapat dimpulkan bahwa pemilik akun *TikTok* @Uzziown melakukan sedekah sesuai dengan kemampuan dan kesangupan nya. Jumlah sedekah dengan nominal yang menengah yaitu pada konten tiktok yang unggah pada tanggal 14 Januari 2024 dan 7 Mei 2024 dengan nominal Rp.500.000 dan Rp.400.000.

c) Bersedekah dengan nominal yang paling kecil

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan melalui akun *TikTok* @Uzziown, peneliti melihat berkaitan dengan bentuk sedekah uang dengan nominal yang kecil diberikan oleh pemilik akun kepada target sedekah yaitu pada tanggal 27 Mei 2024 terdapat Rp.200.000 uang yang disedekahkan kepada bapak penjual cilok.[47]

Untuk melengkapi data penelitian, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik akun *TikTok* @Uzziown ini, dia menggatakan:

> *"Sedekah yang saya lakukan tidak berbeda jauh dengan konten sedekah yang lain, dimana saya membeli barang dagangan dan melebihkan dalam membayarnya dan bersedekah ini sesuai terus dengan kesanggupan dan kemampuan saya, sedekah dengan nominal yang paling sedikit yaitu pada konten sedekah yang saya unggah pada tanggal 27 Mei 2024 kepada bapak tukang cilok dengan nominal Rp.200.000"*[48]

[47]Hasil Observasi, Diperoleh Dari Akun Tiktok @Uzziown, (https://vt.tiktok.com/ZSYnb8Ksq/), Diakses Pada Sabtu 17 Juli 2024 Pada Jam 11: 00 WIB.

[48]Wawancara dengan Fauzi Ahmad *Via Video Call di Whatsap*, pada 28 Juni 2024, Pukul 21.00 WIB.

Dari hasil wawancara dengan pemilik akun tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pemilik akun memberikan sedekah dengan nominal yang paling kecil yaitu sebanyak RP.200.000 pada konten yang di unggah pada tanggal 27 Mei 2024.

4) Yang Diharapkan Dari Bersedekah

Dari sedekah yang dilakukan oleh pemilik akun terhadap pedagang dan umkm kecil dengan cara membeli barangan dagangan nya dan membayar nya lebih, pemilik akun *TikTok* ini mengharapkan sesuatu hal baik bagi dirinya maupun target penerima sedekah tersebut. Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan pemilik akun *TikTok* atau orang yang melakukan sedekah ini, dia mengatakan:

> *"saya berbagi dengan pedagang dan umkm kecil dengan harapan mereka tetap bersemangat dalam menghadapi kerasnya kehidupan, pantang menyerah dan jangan berputus asa dan tidak lupa juga saling mendoakan antara satu dengan yang lainnya, alasan konten berbagi ini tertuju kepada umkm kecil agar banyak orang termotivasi dan saling memantu dan meringkan kehidupan satu dengan yang lainnya."*[49]

Dari hasil wawancara dengan pemilik akun tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pemberi sedekah mengharapkan agar para pedagang dan pelaku umkm kecil ini tidak perna putus asa dalam menjalani kehidupan ini, terus bekerja keras untuk diri sendiri dan keluarga, serta jangan lupa bersyukur dan terus memberikan kebaikan terhadap sesama dan juga alasan konten berbagi ini yaitu untuk

[49] Wawancara dengan Fauzi Ahmad *Via Video Call di Whatsap*, pada 28 Juni 2024, Pukul 21.00 WIB.

memotivasi banyak orang agar saling berbagi dan saling meringkan kehidupan satu dengan yang lainnya.

5) Makna Uang Sebagai Simbol Sedekah

Untuk mengetahui makna simbol yang dijadikan uang sebagai salah satu bentuk sedekah oleh pemilik akun, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik akun *TikTok* @Uzziown tersebut, dia menggatakan:

> *"Dalam konten berbagi yang saya berikan terdapat tiga bentuk sedekah yang saya berikan, yaitu uang, pakaian berupa baju dan tas serta makanan, saya memilih memberikan uang yaitu untuk kebutuhan finansial mereka dengan alasan semua orang memiliki kebutuhan yang berbeda, sehingga dengan uang tersebut dia bisa pergunakan sesui dengan keinginan dan kebutuhan mereka"*[50]

Dari hasil wawancara dengan pemilik akun tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa bahwa uang memiliki makna sebagai kebutuhan finansial yang diberikan oleh pemilik akun kepada target sedekahnya, dengan alasan kebutuhan orang berbeda dan dengan sedekah uang tersebut dia bisa mempergunakan sesui kebutuhannya.

Gambar 4.5
Uang Sebagai Bentuk Sedekah



Sumber: Sumber: Screen capture akun tiktok @Uzziown

[50] Wawancara dengan Fauzi Ahmad (pemilik akun tiktok) *Via Video Call di Whatsap*, pada 28 Juni 2024, Pukul 21.00 WIB.

b. Baju dan tas

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan melalui akun *TikTok* @Uzziown, peneliti melihat pada konten sedekah yang di unggah pada tanggal 13 april 2023 bentuk sedekah yang diberikan oleh pemilik akun kepada target sedekah yaitu berupa baju dan tas kepada seorang penjual gorengan keliling.

1) Cara Dan Waktu Memberikan Baju Dan Tas Sebagai Sedekah

Cara memberikan baju dan tas sebagai bentuk sedekah kepada target sedekah tidak jauh berbeda dengan bersedekah memberikan uang dengan cara membeli jualan dan dibayar lebih, dalam konten tersebut peneliti melihat pemberian baju dan tas ini diawali dari memotret target sedekah dengan sembunyi-bunyi dan mencetak fotonya, setelah itu baru menghapiri target sedekah dan membeli jualannya serta membayar, kemudian dilanjutkan dengan pemberian baju, tas dan foto yang sudah dicetak sebelumnya.[51]

2) Harga Tas Dan Baju Yang Diberikan Untuk Sedekah

Dari observasi yang peneliti lakukan di akun *TikTok* @Uzziown berkaitan dengan harga baju dan tas yang disedekahkan, peneliti tidak menemukan berapa harga beli dari baju dan tas tersebut. untuk melengkapi data penelitian, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik akun *TikTok* @Uzziown ini, dia menggatakan:

[51]Hasil Observasi, Diperoleh Dari Akun Tiktok @Uzziown, (https://vt.tiktok.com/ZSYt1Nvjd/) , Diakses Pada Sabtu 17 Juli 2024 Pada Jam 11: 20 WIB.

> *"Harga dari barang sedekah berupa Baju dan Tas sekitar Rp.500.000, barang tersebut berasal dari hasil kerjasama dengan brand pakain, mereka memintak saya untuk memberikan barang tersebut kepada target sedekah."*[52]

Dari hasil wawancara dengan pemilik akun *TikTok* tersebut dapat disimpulkan bahwa harga atau nominal dari sedekah tas dan baju tesebut yaitu sebesar Rp.500.000 yang berasal dari hasil kerjasama dengan *brand* pakain.

3) Makna Bentuk Sedekah Baju Dan Tas

Berkaitan dengan makna baju dan tas sebagai bentuk sedekah yang diberikan oleh pemilik akun kepada target sedekanya, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik akun *TikTok* @Uzziown:

> *"Baju dan tas ini menjadi salah satu bentuk sedekah yang saya berikan kepada target sedekah saya, seperti pada konten sedekah dengan seorang ibu yang saya unggah di tanggal 13 April 2023, baju dan tas ini menjadi simbol dari sedekah yang memiliki makna kepedulian, perhatian serta kebutuhan fisik yang diberikan oleh pemilik akun kepada target sedekah."*[53]

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa baju dan tas tidak hanya sebagai bentuk sedekah tetapi juga sebagai simbol sedekah yang memiliki makna kepedulian sosial, kasih sayang terhadap sesama, dan juga mempunyai makna sebagai kebutuhan fisik bagi target sedekah,.

---

[52]Wawancara dengan Fauzi Ahmad (Pemilik Akun Tiktok) *Via Video Call di Whatsap*, pada 28 Juni 2024, Pukul 21.00 WIB.

[53] Wawancara dengan Fauzi Ahmad (Pemilik Akun Tiktok) *Via Video Call di Whatsap*, pada 28 Juni 2024, Pukul 21.00 WIB.

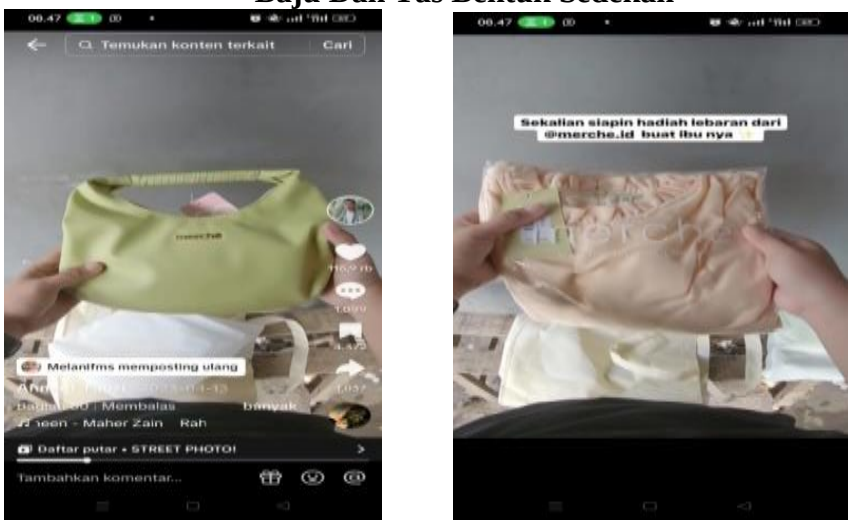
4) Harapan Dari Bersedekah Baju Dan Tas Oleh Pemberi

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan pemilik akun atau pelaku pemberi sedekah Ahmad Fauzi, dia mengatakan:

> *"Yang kami harapakan dari pemberian atau sedekah baju ini yaitu semoga bisa meringkan beban atau kebutuhan penerima, meningkatkan kualitas hidupnya, dan brand pakain tas dan baju ini semakin terkenal serta mendapatkan ladang pahala, keberkahan dan rezki yang terus mengalir."*[54]

Dari hasil wawancara tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pemilik akun mengharapkan berbagai hal dari sedekah baju dan tas tersebut, harapan tidak hanya untuk dirinya melainkan untuk penerima sedekah tersebut serta berharap *brand* pakaian yang memberikan sedekah ini terus terkenal dan rezki makin banyak dan mengalir.

Gambar 4.6
Baju Dan Tas Bentuk Sedekah



Sumber: Sumber: Screen capture akun tiktok @Uzziown

[54]Wawancara dengan Fauzi Ahmad (Pemilik Akun Tiktok) *Via Video Call di Whatsap*, pada 28 Juni 2024, Pukul 21.00 WIB.

c. Makanan

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan melalui akun *TikTok* @Uzziown, peneliti melihat pada konten sedekah yang di unggah pada tanggal 20 Oktober 2023 dan tanggal 24 Juni 2024. bentuk sedekah yang diberikan oleh pemilik akun kepada target sedekah yaitu berupa makanan sembako dan makanan siap saji yang dibuat oleh pemilik akun *TikTok* sendiri.

1) Cara Bersedekah Dengan Makanan

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan melalui akun *TikTok* @Uzziown, peneliti melihat cara bersedekah yang dilakukan oleh pemilik akun dalam memberikan makanan yang terjadi pada konten video yang di unggah pada tanggal 20 Oktober 2023dan 23 Juni 2024 itu berbeda.

a) Bersedekah Makanan Dengan Cara Dimasak Terlebih Dahulu

Pada video yang di unggah oleh akun tiktok @Uzziown di tanggal 20 Oktober 2023 tentang memberikan makanan sebagai sedekah terlihat pada konten tersebut, cara dia memberikan sedekah di awali dari memotret dan mencetak foto target sedekah tersebut, kemudian setelah itu pemilik akun pergi membeli suatu makanan yaitu nugget ke minimarket untuk dimasak niatnya untuk dikasih sama bapak ojol tersebut nantinya. Setelah pulang dari minimarket dia langsung memasak makanan tersebut, setelah selesai dia membungkus makanan tersebut dengan ditambah nasi

serta satu botol air mineral, kemudian dia kembali mencari bapak ojol yang tujuan dia berbagi tersebut , setelah bertemu dia mengasih makanan tersebut sambil memberikan poto yang telah dicetak."[55]

b) Bersedekah Makanan Dengan Cara Dibeli Telebih Dahulu Baru Disedekahkan

Pada konten berbagi yang di unggah tanggal 23 Juni 2024 tentang memberikan makanan sembako sebagai sedekah, peneliti melihat cara dia memberikan sedekah di awali dari memotret dan mencetak foto dari target sedekah, kemudian pemilik akun pergi ke minimarket berniat untuk membelikan bapak nya beberapa sembako atau makanan, yaitu seperti mie, minyak goreng,kecap. Setelah itu dia kembali menemui bapak tersebut dan mengasih sembako serta poto yang sudah dia cetak sebelumnya"[56]

Untuk melengkapi data penelitian, peneliti melakukan wawancara dengan permilik akun terkait cara bersedekah menggunakan makanan sebagai bentuk sedekah, pemilik akun menggatakan:

> *"Dalam melakukan sedekah dengan bentuk makanan ada dua cara yang saya lakukan, bersedekah makanan dengan cara masak sendiri lalu dibungkus dan dikasih sama target*

[55]Hasil Observasi, Diperoleh Dari Akun Tiktok @Uzziown, (https://vt.tiktok.com/ZSYnbydsV/), Diakses Pada Sabtu 5 Juli 2024 Pada Jam 14: 45 WIB.
[56]Hasil Observasi, Diperoleh Dari Akun Tiktok @Uzziown, (https://vt.tiktok.com/ZSYnbNFWV/), Diakses Pada Sabtu 5 Juli 2024 Pada Jam15: 00WIB.

sedekah dan saya beli makanan dan langsung saya kasih sama target sedekah."[57]

Dari hasil wawancara dengan pemilik akun tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pemilik akun mempunyai dua cara dalam melakukan sedekah yaitu di memasak makanan sendiri dan mengasihnya sama target sedekah, kemudian dia beli makanan dan memberikan kepada target sedekah.

2) Harga Makanan Yang Disedekahkan

Untuk mengetahui harga dari makanan yang dijadikan sedekah oleh pemilik akun kepada target sedekahnya di kontennya berbaginya tersebut, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik akun, dia menggatakan bahwa

"Bersedekah yang saya lakukan dengan cara dimasak terlebih dahulu yaitu sedekah yang di unggah pada tanggal 20 Oktober 2023 biaya nya sekitar Rp.50.000 dan sedekah yang di unggah dengan cara beli lalu disedekahkan atau sedekah yang di unggah pada tangga 23 Juli 2024 yaitu sekitar Rp.200.000."[58]

dari hasil wawancara dengan pemilik akun tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa setiap dia melakukan sedekah tidak selalu sama nominalnya, melainkan hanya semampu dan sebisa nya saja. Dan konten sedekah yang diunggah pada tanggal 20 Oktober 2023 yaitu sebanyak Rp.50.000 dan konten sedekah yang di unggah pada tanggal 23 Juli 2024 sebanyak Rp.200.000.

[57]Wawancara dengan Fauzi Ahmad (Pemilik Akun Tiktok) *Via Video Call di Whatsap*, pada 6 Juli 2024, Pukul 22.00 WIB.

[58]Wawancara dengan Fauzi Ahmad (Pemilik Akun Tiktok) *Via Video Call di Whatsap*, pada 6 Juli 2024, Pukul 22.00 WIB.

3) Makna Simbol Sedekah Makanan

Untuk mengetahui makna dari bentuk sedekah maknan yang diberikan oleh pemilik akun kepada target sedekahnya, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik akun *TikTok* @Uzziown , dia mengatakan bahwa:

> *"Saya melakukan sedekah atau berbagi makanan bukan karna saya kaya atau sudah berlebih dalam hal tersebut, tetapi untuk saling memantu sesama, dan saling memberikan kebaikan terhadap sesama dan merasa bersyukur atas yang sudah saya punya, sehingga saya melakukan ini"*[59]

Dari hasil wawancara dengan pemilik akun tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa bersedekah makanan ini mempunyai makna sebagai simbol rasa syukur terhadap apa yang dimiliki oleh pemberi sedekah tersebut.

4) Harapan dari memberikan sedekah makanan

Untuk mengetahui mengapa pemilik akun melakukan sedekah dan bagaiamana harapan dia terhadap sedekah makanan yang dia berikan tersebut, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik akun yaitu Ahmad Fauzi, dia mengatakan:

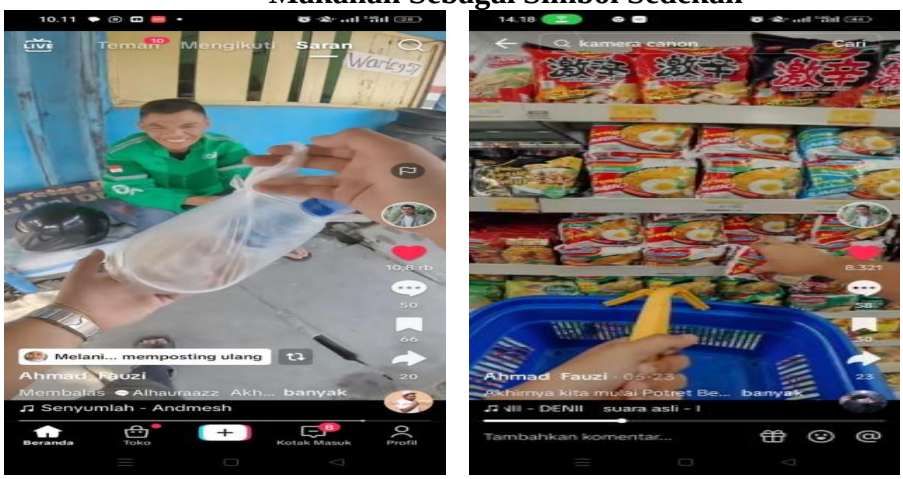
> *"Harapan saya dari bersedekah makanan ini semoga berkah bagi penerima dan bagi saya yang memberikan, semoga rezki semakin mengalir dan berkah serta dapat pahala yang belipat ganda, dan insyalah ikhlas dalam memberikan nya."*[60]

[59]Wawancara dengan Fauzi Ahmad (Pemilik Akun Tiktok) *Via Video Call di Whatsap*, pada 6 Juli 2024, Pukul 22.00 WIB.

[60]Wawancara dengan Fauzi Ahmad (Pemilik Akun Tiktok) Via Video Call di Whatsapp, pada 6 Juli 2024, Pukul 22.00 WIB.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik akun tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa harapan yang paling utama dalam melakukan sedekah makanan ini yaitu keberkahan atas rezki dan mencari pahala dari allah swt.

Gambar 4.7
Makanan Sebagai Simbol Sedekah



Sumber: Sumber: Screen capture akun tiktok @Uzziown

3. Oleh-Oleh Dalam Sedekah

Foto

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan melalui akun *TikTok* @Uzziown, peneliti melihat dari semua konten berbagi yang ada pada akun *TikTok* @Uzziown tersebut, pemilik akun selalu memberikan foto sebagai bentuk oleh oleh-oleh dari pemberi sedekah kepada target sedekahnya tersebut.

a. Cara Pengambilan Dan Memberikan Foto

Sebelum melakukan sedekah, pemilik akun tiktok @Uzziown ini mencari target untuk dijadikan tempat berbagi dan bersedekah tersebut. Setelah melihat target yang sesuai dengan keinginanya, dia lalu memotret

target sedekah dan mencetak foto target sedekah untuk diberikan nantinya di saat dia bertemu dengan target sedekahnya

1) Cara Pengambilan

Pengambilan foto ini dilakukan menjelang bertemu dengan target sedekah secara langsung, cara pengambilannya yaitu dilakukan dengan pemotretan secara sembunyi-sembunyi dan dicetak, proses cetak ini berlangsung sekitar 10 menit mulai dari pindahkan dari kamera ke *hanphone* dan dihubungkan ke pencetak foto baru lah dicetak.

2) Cara Memberikan

Cara memberikan foto tersebut diawali dari memberikan sedekah berupa uang, makanan ataupun sembako, atau sebaliknya pemilik akun tiktok ini berbelanja atau membeli dagangan dari target sedekah ini dulu, lalu memberikan sedekah berupa uang, makanan, sembako lalu kemudian baru dilanjutkan dengan pemberian foto yang sudah dicetak sebelumnya.[61]

Untuk melengkapi data penelitian, peneliti melakukan wawancara dengan Ahmad Fauzi pemilik akun tiktok @uzziown ini, dia mengatakan bahwa:

> *"disemua konten berbagi yang ada pada akun tiktok saya semuanya diawali dari pemotretan target sedekah dan fotonya dicetak, ini dilakukan sesuai dengan basic saya seorang fotografer dan foto yang sudah dicetak ini nanti saya kasih setelah melakukan sedekah, dan foto sebagai kenanagan dari*

[61]Hasil Observasi, Diperoleh Dari Akun Tiktok @Uzziown, (https://www.tiktok.com/@uzziown?_t=8oCeJGWuOZk&_r=1), Diakses Pada 26 Juni 2024 Pada Jam 15:50 WIB.

saya dan untuk kebahagian bagi mereka, cara memberikan sedekah ini yaitu setelah saya melakukan sedekah baik itu uang, makanan, lalu dilanjutkan dengan kasih foto ini"[62]

Dari hasil wawancara dengan pemilik akun tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa disetiap kali pemilik akun melakukan sedekah atau berbagi dia selalu memotret dan mencetak foto dari target sedekahnya tersebut, cara memberikan foto ini yaitu setelah melakukan sedekah dan dilanjutkan dengan mengasih foto untuk kenangan dan untuk sedikit kebahagian bagi target sedekah.

b. Waktu Pengambilan Dan Pemberian Foto

Dari hasil observasi yang peneliti lakukan melalui akun *TikTok* @Uzziown, peneliti melihat pengambilan poto ini yaitu menjelang bertemu dengan target sedekah secara langsung, pengambilan foto ini dilakukan dengan cara sembunyi-sembunyi oleh pemilik akun dan mencetaknya, pemberian foto ini yaitu setelah melakukan sedekah atau diakhir setelah sedekah diberikan baru dilanjutkan dengan pemberian foto yang sudah dicetak ini.[63]

c. Makna Simbol Foto Yang Dicetak Dalam Melakukan Sedekah

Foto merupakan pemberian atau oleh-oleh yang dikasih oleh pemilik akun kepada target sedekah di dalam konten berbagi akun *TikTok* @Uzziown tersebut.

---

[62] Wawancara dengan Fauzi Ahmad *Via Video Call di Whatsap*, pada 28 Juni 2024, Pukul 21.00 WIB.

[63] Hasil Observasi, Diperoleh Dari Akun Tiktok @Uzziown, (https://www.tiktok.com/@uzziown?_t=8oCeJGWuOZk&_r=1), Diakses Pada 26 Juni 2024 Pada Jam 15:50 WIB.

berkaitan dengan makna dari foto yang diberikan tersebut, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik akun, dia mengatakan bahwa:

> *"saya melakukan pemotretan dan mencetak foto dari target sedekah yaitu untuk memberikan kebahagian kecil nantinya bagi target sedekah disaat saya memberikan foto bersamaan dengan mengasih sedekah dengan bentuk uang, makanan, dengan alasan karna tidak semua orang yang bisa sempat berpoto, apalagi foto yang sudah dicetak, sehingga ada kesan tersendiri bagi mereka.*[64]

Dari hasil wawancara dengan pemilik akun tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa foto menjadi simbol yang menjadi bagian dalam konten sedekah yang ada pada akun tiktok @uzziown. Simbol foto yang dicetak memiliki makna kebahagian yang diberikan oleh pemberi sedekah kepada penerima sedekah, dengan alasan tidak semua orang sempat berpoto apalagi foto dengan dicetak. Bisa di katakan bahwa tujuan pemberian poto yang sudah dicetak ini untuk kebahagian bagi target sedekah tersebut

d. Yang Diharapakan Dari Pemberian Poto Terhadap Target Sedekah

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan pemilik akun terkait apa yang dia harapakan dari pemberian foto yang sudah dia cetak kepada target sedekahnya, dia menggatakan :

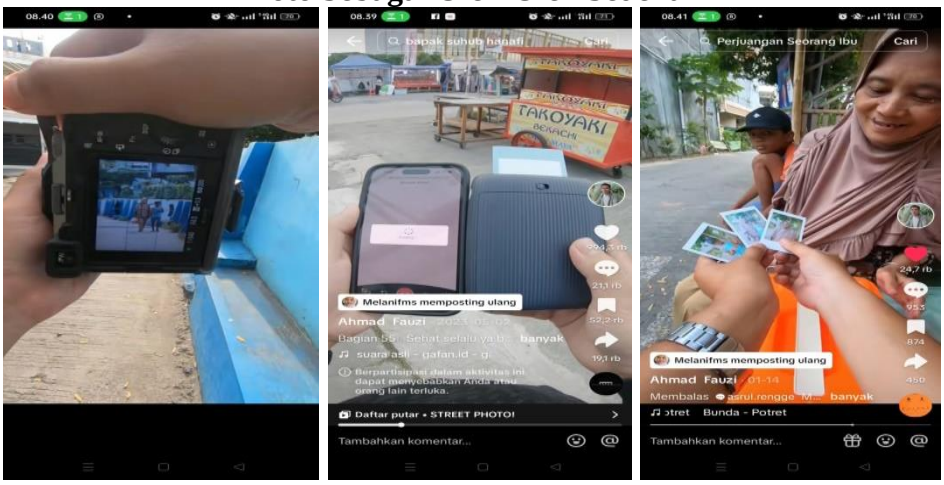
> *"semoga poto yang saya berikan memberikan kebahagian kecil bagi penerima, dan semoga dia selalu bersyukur dan biar dia tau bahwa masih banyak orang baik yang tinggal di sekeliling nya."*[65]

[64] Wawancara dengan Fauzi Ahmad *Via Video Call di Whatsap*, pada 28 Juni 2024, Pukul 21.00 WIB.

[65] Wawancara dengan Fauzi Ahmad *Via Video Call di Whatsap*, pada 28 Juni 2024, Pukul 21.00 WIB.

Dari hasil wawancara dengan pemilik akun tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa yang di harapkan dari pemberian poto yaitu kebahagian untuk penerima poto dan agar dia selalu bersyukur dan merasakan masih banyak orang baik sekeliling mereka .

Gambar 4.4
Foto Sebagai Oleh-Oleh Sedekah



Sumber: Sumber: Screen capture akun tiktok @Uz

Dari banyak nya konten video sedekah atau berbagi yang ada di akun tiktok @Uzziown, penonton atau pengikutnya juga melihat banyak nya simbol yang ada pada konten sedekah yang ada pada akun *TikTok* @Uzziown tersebut tersebut. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu penonton dan pengikut akun *TikTok* @Uzziown yaitu mas Reski, beliau mengatakan bahwa:

> *"konten berbagi dan bersedekah yang ada pada akun TikTok @Uzziown ini sangat banyak manfaat dan hal fositifnya, seperti mempererat tali silaturahim antara pemberi dan penerimanya, konten ini bisa menjadi motivasi bagi orang untuk bersedekah, dengan konten tersebut orang akan merasa empati satu dengan yang lainnya dalam kehidupan bermasyarakat, dan berkaitan dengan simbol yang dipakai dan terlihat dalam konten ini yaitu foto yang dicetak ,dan diberikan diakhir setelah bersedekah sebagai oleh-oleh dengan makna kebahagian bagi target sedekah,*

> *simbol seperti uang juga terlihat, dimana dia kasih uang lebih kepada penjual, selain itu juga ada simbol seperti makanan dan sembako yang dikasaih . ”*[66]

Dari hasil wawancara dengan *follower* akun *TikTok* tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa konten yang ada pada akun *TikTok* @Uzziown banyak manfaat dan hal fositif yang ada didalamnya, diantara mempererat silaturahim, memotivasi orang lain untuk bersedekah, menumbuhkan rasa empati antara sesama, dan berkaitan dengan simbol yang ada pada konten tersebut terlihat beberapa simbol seperti, foto yang dicetak, uang, makanan, tas dan baju, sembako.

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan seorang mahasiswi dan UIN Bukittinggi, dan dia juga pengikut serta penonton dari akun *TikTok* @Uzziown yaitu kakak Pera Muliani, beliau bependapat bahwa:

> *“Konten seperti ini perlu di support dikarenakan banyak dampak fositifnya, seperti dalam segi agama islam khusunya bahwa sedekah sangat dianjurkan dan besar pahala bagi pelaku yang memberikannya, didalam segi kehidupan sosial yaitu bersedekah bisa menjadi tali untuk mempererat hubungan antar sesama, dan disegi moral atau etika bisa menjadi bentuk kedermawanan, empati, dan rasa tanggung jawab sosial dimasyarakat. Dalam video konten berbagi atau sedekah yang ada pada akun TikTok @Uzziown ini terlihat beberapa simbol yang digunakan seperti simbol uang, foto yang dicetak, makanan serta ada juga simbol tas dan baju yang diberikan. Simbol diatas memiliki makna diantara seperti uang sebagai simbol finansial yang dikasih oleh pemberi sedekah, makan sebagai simbol kebaikan atau kebutuhan fisik, foto sebagai simbol kebahagian yang diberikan oleh pemberi sedekah kepada penerima ”*[67]

[66]Wawancara Pribadi, Reski, Tarok Dipo Bukittinggi pada Sabtu 15 Juni 2024, pukul 14:30 WIB.

[67] Wawancara Pribadi, Pera Muliani, Lapanagan Kantin, Bukittinggi pada Minggu 16 Juni 2024 pukul 09:00 WIB.

Dari hasil wawancara dengan *follower* akun tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa konten berbagi yang ada pada akun *TikTok* @Uzziown sangat banyak manfaatnya baik disegi agama, sosial maupun dalam kehidupan bermasyarakat. Simbol yang muncul dan terlihat dalam konten berbagi tersebut sesuai yang dijelaskan yaitu simbol uang, foto yang dicetak, makanan, tas dan baju yang dikasih oleh pemberi sedekah, semua itu memiliki makna didalamnya. Peneliti juga melakukan wawancara dengan teman kakak Muliani yang bernama Sawelni, yang kebetulan dia juga pengikut dan penonton dari konten dari akun *TikTok* @Uzzion ini, dia menggatakan:

> *"Dalam bersedekah tidak perlu memilih sedekah yang mahal tidak perlu tunggu punya segalanya baru bersedekah tetapi sedekah kan saja sesuai kesanggupan mu, sedekah itu tidak perlu disembunyikan dan tidak masalah kalau dijadikan konten selagi tujuannya baik. Dalam konten pada akun TikTok @Uzziown ini simbol yang terlihat dalam proses pemberian sedekah diantaranya ialah uang, foto yang dicetak, simbol bahasa tubuh seperti senyuman, jabat tangan dan pelukan."*[68]

Dari hasil wawancara dengan *follower* akun tersebut,maka dapat disimpulkan bahwa sedekah tidak masalah dilakukan secara terang-terangan dan bahkan dibuat konten selagi tujuannnya baik dan tidak ada kesombangan dan ria. Dari penjelasan diatas juga dia menggatakan ada beberapa simbol yang terlihat diantaranya simbol uang, foto yang dikasih, makanan.

[68]Wawancara Pribadi, Sawelni, Lapanagan Kantin, Bukittinggi pada Minggu 16 Juni 2024 pukul 09:00 WIB

C. Pembahasan Analisa Simbol Yang Ada Pada Konten Menggunakan Teori Interaksionisme Simbolik

Menurut teori interaksionisme simbolik, kehidupan sosial yang terjadi pada dasarnya adalah interaksi manusia yang menggunakan simbol-simbol, dan bagaimana manusia itu merepresentasikan apa yang mereka maksutkan untuk berkomunikasi dengan sesamanya, sefesifiknya dalam simbol tersebut terdapat makna yang ada didalamnnya. George Herbert meed dalam teori interaksi simbolik mengambil tiga konsep dalam dalam memahami kehidupan sosial, yaitu diri (*self*), masyrakat (*society*) dan pikiran (*mind).* Mead juga menyebut "Me" (saya) sebagai objek dan "I" (saya) sebagai subjek. Artinya, diri hadir melalui kegiatan interaksi sosial dan bahasa komunikasi.[69]

Berkaitan dengan simbol yang ada pada konten sedekah di akun *TikTok* @Uzziown ini, baik itu simbol foto yang mempunyai makna kebahagian yang diberikan sebagai oleh-oleh pemberi sedekah, uang sebagai bentuk simbol finansial, baju dan tas sebagai bentuk simbol kebaikan dan kepedulian, makanan sebagai bentuk simbol rasa syukur yang diberikan oleh pemberi sedekah. Simbol itu muncul dari diri orang yang membuat konten atau berbagi tersebut serta dari diri target yang dia jadikan tempat bersedekah, ini sejalan dengan apa yang dikatakan oleh meed dalam konsep teorinya yaitu berasal dari self (*diri*) kemudian dari diri tersebut muncul pikiran (*mind*) dan dari pikiran tersebut terjadi la interaksi yang mencakup kehidupan sosial yang disebut masyarkat (*society*).

[69]Teresia Noiman Derung, "Interaksionisme Simbolik Dalam Kehidupan Bermasyarakat," *SAPA - Jurnal Kateketik Dan Pastoral* 2, no. 1 (2017): 118–31, https://doi.org/10.53544/sapa.v2i1.33. Diakses 28 mei 16.00 WIB.

pada dalam proses interaksi ini diri di akumulasi dari I dan Me yaitu kemampuan diri untuk menerima diri sendiri sebagai objek dalam pikiran, yang dipengaruhi oleh interaksi sosial oleh orang lain, namun diri juga menjadi subjek yang mampu bertindak dan mempengaruhi lingkuangan sosialnya. Sama halnya yang terjadi pada pelaku dalam konten sedekah di akun *TikTok* @Uzziown ini dimana dia mampu menjadi objek dan juga menjadi subjek yang mampu mempengaruhi lingkungan sosial.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti dan pembahasan yang peneliti lakukan mengenai Analisa Simbol pada Konten Sedekah akun *TikTok* @Uzziown Menggunakan Teori Interaksionisme Simbolik. Dengan melakukan obsevasi non partisipan atau tidak ikut serta secara langsung kelapangan dan dokumetasi yang peneliti ambil dari beberapa video yang ada pada akun *TikTok* @Uzziown terkait konten berbagi atau bersedekah serta wawancara yang peneliti lakukan secara langsung melalui *via Video Call Whatsapp* dengan informan yaitu pemilik akun atau pelaku dari konten berbagi tersebut serta maneger dari pemilik akun tersebut.

Dari analisa simbol yang telah peneliti temukan dalam konten sedekah akun *TikTok* @Uzziown baik itu simbol seperti uang sebagai simbol finansial, foto sebagai simbol oleh-oleh yang mempunyai makna kebahagian, baju dan tas sebagai simbol kebaikan dan kepedulian serta makanan sebagai simbol rasa syukur yang diberikan oleh pemberi sedekah dalam konten sedekah di akun *TikTok* @Uzziown, ini sejalan dengan apa yang dikatakan oleh meed interaksi menggunakan simbol yang ada makna didalamnya.

Simbol tersebut merepresentasikan nilai-nilai kebaikan, empati, dan solidaritas sosial yang ada di masayrakat. Simbol -simbol ini memiliki peran penting dalam mengkomunikasikan pesan moral kepada audiens dan penontonnya tentang bersedekah. Interaksi yang menggunakan simbol-simbol

dalam konten tersebut memiliki potensi untuk mempengaruhi prilaku penonton, dimana banyak penonton yang ingin melakukan hal yang serupa dan juga banyak penonton yang berkomentar fositif, yang suka serta membagikan konten video tersebut di media sosial, ini menunjukan bahwa simbol yang ada pada konten berbagi tersebut memiliki daya pengaruh terhadap audiens atau penontonnya.

B. SARAN

Sedekah atau berbagi merupakan suatu kebaikan baik dari pandangan agama maupun dalam kehidupan bermasyarakat. Pada saat ini sedekah atau berbagi banyak kita lihat di media sosial yang banyak bentuk macam dan ragamnya. Baik itu dalam bentuk simbol maupun dalam bentuk penerapan sedekah seperti yang terjadi pada konten sedeakah di akun *TikTok* @Uzziown. Konten sedekah atau berbagi yang menggunakan simbol dalam penerapannya yang ada di media sosial khususnya tiktok hendak memberikan nilai positif kepada masyarakat luas. Dan dari konten sedekah ini hendak lebih banyak lagi orang yang mau saling berbagi antar sesama. Bagi penelitian selanjutnya semoga dapat menjadi acuan untuk menulis tentang simbol yang ada pada konten sedekah.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Ahamad Arief Budiman,*Good Governance Pada Lembaga Ziswaf:(Implementasi Pelibatan Pemangku Kepentingan dalam ziswaf*),(Semarang :Lembaga Penelitian IAIN Walisongo ,2012). Hlm, 15.

Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Deepublish,2018).Hlm, 18.

Burhan, Bungin. "Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya." *Jakarta: Prenada Media Group*, 2007.

Dede Rosyada, *Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu Pendidikan*. (Jakarta: Kencana, 2020), Hlm. 39

Elbadiansyah, Umiarso. "Interaksionisme Simbolik Dari Era Klasik Hingga Modern." *Jakarta: PT Raja Grafindo Persada*, 2014.

Elfrianto, Gusman Lesmana, "*Metodologi Penelitian Pendidikan",* (Medan: Umsu Press, 2022), Hlm, 44-45.

Hanani Silfia, *(2020), Rancangan Penelitian Sosial Keagamaan,* Bukittinggi:LP2M IAIN Bukittinggi Press

M.Irfan el-Firdausy, *Dahsyatnya Sedekah Meraih Berkah Dari Sedekah*,(Yogyakarta:Cemerlang Publishing,2009).Hlm, 850

Nurdin, Ali. *Teori Komunikasi Interpersonal Disertai Contoh Fenomena Praktis*. Prenada Media, 2020.

Nurdin, Ali. *Teori Komunikasi Interpersonal Disertai Contoh Fenomena Praktis*. Prenada Media, 2020

Ritzer, George. "Teori Sosiologi Modern," 2004.

Rulli Nasrullah, *Media Sosial:Persepektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*,(Bandung:Simbiosa Rekatama Media, 2015), Hlm, 191-192.

Sangid, Ahmad. *Dahsyatnya Sedekah*. QultumMedia, 2008.

Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2008) ,Hlm, 244.

Sujarweni, V Wiratna. "Metodelogi Penelitian." *Yogyakarta: Pustaka Baru Perss*, 2014.

Sujono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001), Hlm,187.

Taufik Abdullah, *Ensiklopedia Islam*, Jilid 4 (Jakarta: PT Ichtiar Van Hoeve, 1996), Hlm, 259.

Wibowo, Hamid Sakti. *Hikmah Sedekah: Menemukan Kebaikan Dalam Memberi*. Tiram Media, 2023.

Yudha Yudhanto dan Ardhi Wijayanto, Mudah Membuat dan Berbisnis Aplikasi Android dengan Android Studio, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, 2017), Hlm, 1

Yusuf, A Muri. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Prenada Media, 2016.

JURNAL

. "Interaksionisme Simbolik Dalam Kehidupan Bermasyarakat." *SAPA - Jurnal Kateketik Dan Pastoral* 2, no. 1 (2017): 118–31. https://doi.org/10.53544/sapa.v2i1.33.

Abdullah. (2023). *Konsep Sedekah Dalam Prespektif Muhammad Assad.* NIHAIYYAT: *Journal of Islamic Interdisciplinary Studies*, 2(1), Hlm, 17-28

Adawiyah, Dwi Putri Robiatul. "Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Di Kabupaten Sampang." *Jurnal Komunikasi* 14, no. 2 (October 23, 2020): 135–48. https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504.

Agustya, Sylvana Virgina, Hanifa Miftahur Rahma, and Kharisma Natalia. "Analisis Interaksi Simbolik Pada Konten TikTok @don.Gustavio Dalam Memaknai Karakter Generasi 80-an 90-an, Dan 2000-An." *Scriptura* 13, no. 1 (2023): 14–26. https://doi.org/10.9744/scriptura.13.1.14-26

Ahmadi, Dadi. "Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar." *MediaTor (Jurnal Komunikasi)* 9, no. 2 (2008): 301–16.

Aji, Setiyadi,. (2020). *Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Keterampilan Bersastra. METAFORA: Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra,* 6(2), Hlm, 147–157.

Aji, Wisnu Nugroho. "Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia." *jurnal ump Universitas Widya Dharma Klaten* 431 (2018): 136.

Amin, Wildan Rijal. "Kupatan, Tradisi Untuk Melestarikan Ajaran Bersedekah,

Memperkuat Tali Silaturahmi, Dan Memuliakan Tamu." *Al-A'raf : Jurnal Pemikiran Islam Dan Filsafat* 14, no. 2 (2017): 267. https://doi.org/10.22515/ajpif.v14i2.893.

Arafat, Gusti Yasser. "Membongkar Isi Pesan Dan Media Dengan Content Analysis." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17, no. 33 (2019): 32–48.

Derung, Teresia Noiman. "Interaksionisme Simbolik Dalam Kehidupan Bermasyarakat." *SAPA-Jurnal Kateketik Dan Pastoral* 2, no. 1 (2017): 118–31.

Fajria Anindyia Utami, *Asal Mula Tiktok Diganderungi Milenieal Tapi Penuh Kontroversial,WARTAEKONOMI,*7 Juli, 2020 *https://www.wartaekonomi.co.id/.read293550/asal-mula-tiktok-diganderungi-milineal-tapi-penuh-kontroversial/*, diakses (Rabu, 1 November 2023) , pukul 10:24 WIB.

Kaplan, Andreas M.; Michael Haenlein. 2010. *Jurnal*. *Users of the world, united The challenges and opportunities of Social Media*. Business Horizons 53(1): Hlm, 59–68.

Komunikasi, Ilmu, Fakultas Ilmu Sosial, Negeri Yogyakarta, and Interaksi Simbolik. "PESAN SIMBOLIK TRADISI SEDEKAH BUMI APITAN DI DESA," no. 2 (n.d.).

Lili Lestari et al., *Jurnal* "*Komunikasi Interpersonal Guru Dan Santri TPQ As Syafiiyah (Analisis Teori Interaksionisme Simbolik G . Herbert Mead*)," n.d. 2021, Hlm, 21.

Mahmudah, Rahayu .(2020*).Pengelolaan Konten media sosial korporat pada instgram sebuah pusat perbelanjaan.Jurnal Komunikasi Nusantara,2*(1), Hlm, 1-9.

Martini, Luh Kadek Budi, and Luh Komang Candra Dewi. "*Pengaruh Media Promosi Tik Tok Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*." *Prosiding Jurnal* (2021), Hlm, 39.

Nina Siti Salmaniah Siregar, *Jurnal* "*Kajian Tentang Interaksionisme Simbolik*," *Perspektif* 1, no. 2 (2012): Hlm, 100–110.

Putri Almayda Kurnia,"*Jalan Tamblong: Kumpulan Drama Musik Karya Remy Sylado (Kajian Interaksionisme Simbolik George Harbert Mead*)".Jurnal Bapala. 4

Rachmad Alfian Dwi Mahardika, Gilang Gusti Aji, S.I.P., M.Si. "Analisis Resepsi Generasi Z Terhadap Konten Berbagi Pada Akun TikTok @iben_MA." *Commercium* 7, no. 2 (2023): 162–68. https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/download/56328/44286/.

Setiyadi, (2020). *Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Keterampilan Bersastra. METAFORA: Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra,* 6(2), Hlm, 147–157.

Siregar, Nina Siti Salmaniah. "Kajian Tentang Interaksionisme Simbolik." *Perspektif* 1, no. 2 (2012): 100–110

Umam, Fuadul. "Analisis Makna Simbolis Tradisi Sedekah Bumi (Nyadran) Dan Pendidikan Islam Di Kaplongan Lor, Indramayu." *Mozaic: Islam Nusantara* 6, no. 2 (2020): 115–26.

Wedianto, Andre, and Herlina Latipa Sari. "Analisa Perbandingan Metode Filter Gaussian, Mean Dan Median Terhadap Reduksi Noise." *Jurnal Media Infotama* 12, no. 1 (2016).

Wiksana, Wiki Angga. "Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Hambatan Komunikasi Fotografer Dan Model Dalam Proses Pemotretan." *Mediator: Jurnal Komunikasi* 10, no. 1 (2017): 121–31. https://doi.org/10.29313/mediator.v10i1.2661.

Yuspan Bempa, Maria Fatimah Larinda, Theodorus Pangalila, and Zulfikar Adjie. "Pemanfaatan Teknologi Aplikasi Tik Tok Pada Pembelajaran Smp Negeri 2 Tondano." *Jambura Journal Civic Education* 2, no. 1 (2022): 82–89

SKIPSI

Lestari, Lili, Program Studi, Komunikasi Dan, Penyiaran Islam, *skripsi*, Jurusan Komunikasi Islam, and Fakultas Dakwah. "Komunikasi Interpersonal Guru Dan Santri TPQ As Syafiiyah (Analisis Teori Interaksionisme Simbolik G . Herbert Mead)," n.d.

Mundi lham Reynaldi , 2023, *Analisis isi tentang Sedekah dalam Konten Tiktok akun @Nurrohmanadi* Skripsi, Bandung Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Hlm,10.

Vira Yunita, *skripsi :"Analisa Isi Pesan Dakwah Dalam Akun Tiktok Risyad Baya'sud"* (Jakartra: Uin Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023), Hlm, 4-5

OBSERVASI

Hasil Observasi Diperoleh Melalui Akun *Tiktok* @Uzziown Pada Minggu 2 Juni 2024

Hasil Observasi Diperoleh Melalui Akun *Tiktok* @Uzziown Pada Selasa 11 Juni 2024

Hasil Observasi Diperoleh Melalui Akun *Tiktok* @Uzziown Pada Rabu 26 Juni 2024

Hasil Observasi Diperoleh Melalui Akun *Tiktok* @Uzziown Pada Rabu 17 Juli 2024

WAWANCARA

Wawancara pribadi di Wattshapp dengan Fauzi Ahmad (pemilik akun tiktok), *Via Video Call* , Pada tanggal 10 Mei 2024, Pukul 20:15 WIB

Wawancara dengan Fauzi Ahmad dan Melani (pemilik akun tiktok dan manegernya) *Via Video Call*, pada 25 Mei 2024, Pukul 22.00 WIB

Wawancara Pribadi, Reski, Tarok Dipo Bukittinggi pada Sabtu 15 Juni 2024 pukul 14:30 WIB.

Wawancara Pribadi, Pera Muliani, Lapanagan Kantin, Bukittinggi pada Minggu 16 Juni 2024 pukul 09:00 WIB.

Wawancara Pribadi, Sawelni, Lapanagan Kantin, Bukittinggi pada Minggu 16 Juni 2024 pukul 09:00 WIB.

Wawancara dengan Fauzi Ahmad (pemilik akun tiktok) Via Video Call di Whatsap, pada 28 Juni 2024, Pukul 21.00 WIB

Wawancara dengan Fauzi Ahmad (pemilik akun tiktok) Via Video Call di Whatsap, pada 6 Juli 2024, Pukul 22.00 WIB

Wawancara dengan Fauzi Ahmad *Via Video Call di Whatsap,* pada 16 Juli 2024, Pukul 22.15 WIB.

DAFTAR LAMPIRAN

1. Pertanyaan Wawancara
2. Dokumentasi penelitian
3. SK Pembimbing
4. Surat Izin Penelitian
5. Surat Dari pihak Tempat Penelitian
6. Bebas Plagiat
7. Keterangan Wawancara

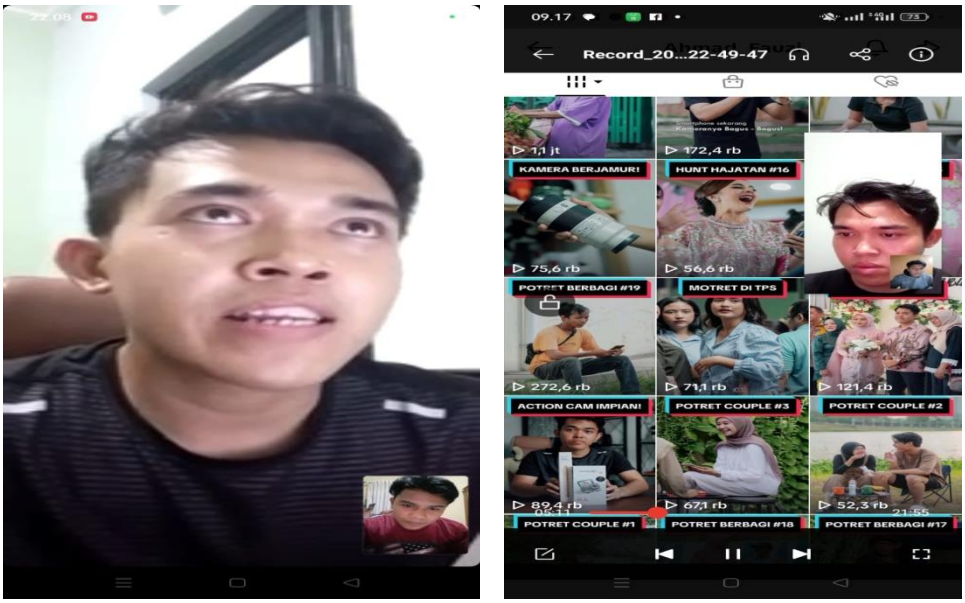
PERTANYAAN WAWANCARA

1. Apa yang menjadi alasan anda selaku pemilik akun bersedekah dan menjadikannya sebuah konten di akun tiktok anda?
2. Apa saja yang menjadi simbol dalam bersedekah serta dalam konten sedekah tersebut?
3. Bagaimana makna dari simbol sedekah yang ada di dalam konten sedekah tersebutyang?
4. Bagaimana alasan anda tentang foto, uang makanan serta tas dan baju yang dijadikan untuk di sedekahkan?
5. Kapan waktu pengambilan foto dan dicetak serta bagaimana cara pemberian poto tersebut kepada target sedekah?
6. Bagaimana cara memberikan uang untuk sedekah kepada target sedekah?
7. Kapan waktu pemberian sedekah dengan uang?
8. Berapa jumlah uang yang anda sedekahkan di setiap konten konten yang ada pada akun tiktok anda?
9. Bagaimana harapan anda terhadap sedekah uang yang anda berikan?
10. Bagaimana cara memberikan baju dan tas sebagai sedekah kepada target sedekah?
11. Berapa harga dari baju dan tas yang anda pilih untuk disedekahkan tersebut?
12. Apa makna simbol sedekah dengan baju dan tas yang anda berikan?
13. Apa yang diharapakan dari sedekah baju dan tas tersebut?
14. Bagaiamana cara bersedekah yang anda lakukan dengan makanan?

15. Berapa harga dari makanan yang anda sedekahkan?
16. Apa makna dari simbol sedekah makanan yang anda lakukan tersebut?
17. Bagaimana harapan anda terhadap sedekah makanan yang anda lakukan?

DOKUMENTASI

Wancara pribadi di *Whatsap video call* dengan Ahmad Fauzi selaku pemilik akun



Sumber: Dokumentasi Penelitian

Wawancara pribadi di *Whatsap video call* dengan Ahmad Fauzi dan Melani selaku pemilik akun dan *maneger* nya



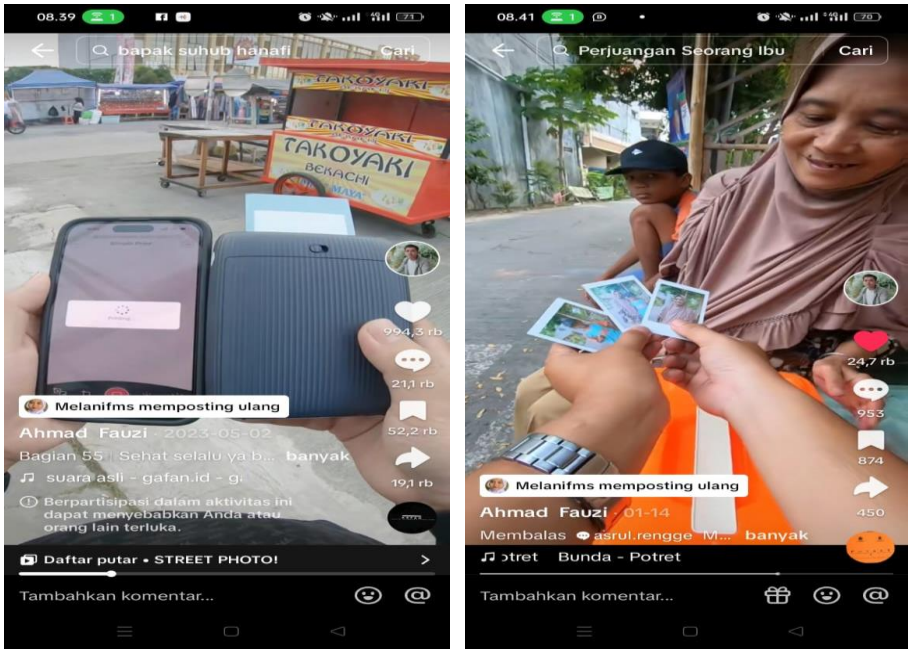
Sumber: Dokumentasi Penelitian

Wawancara dengan Reski selaku penonton dan pengikut akun *TikTok* @Uzziown



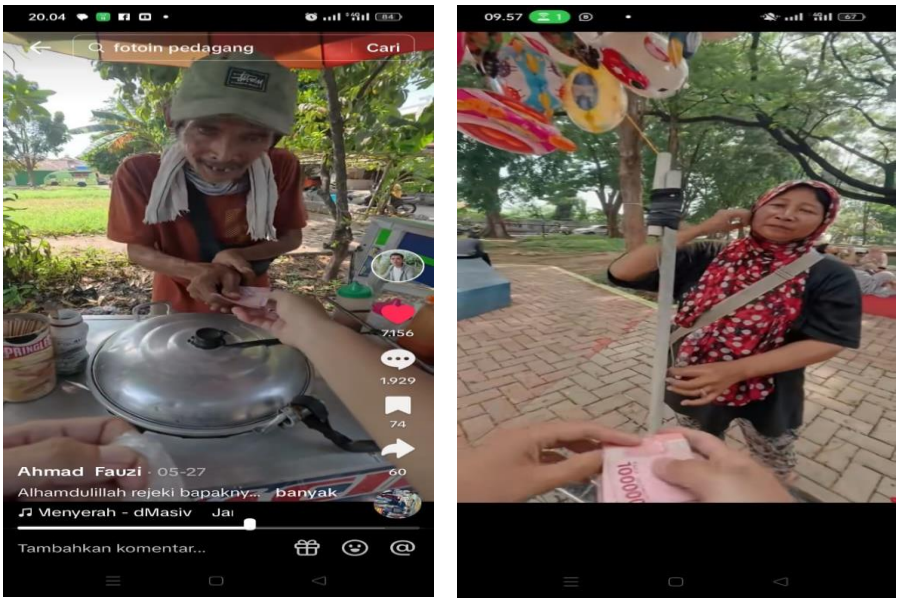
Sumber: Dokumentasi Penelitian

Gambar: Foto sebagai simbol oleh-oleh dalam konten sedekah



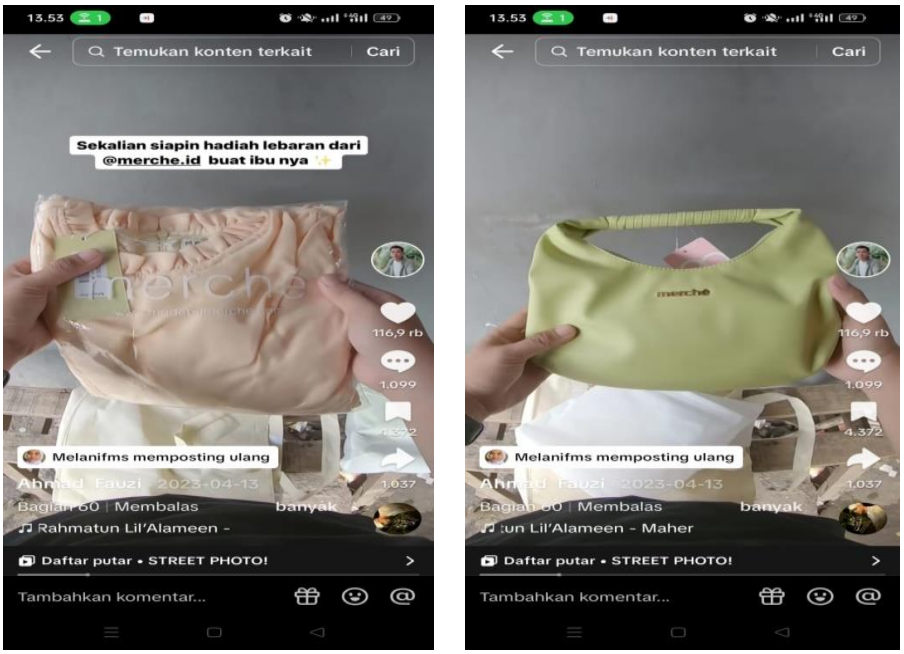
Sumber: Akun *TikTok* @Uzziown

Gambar: Uang sebagi simbol dalam sedekah



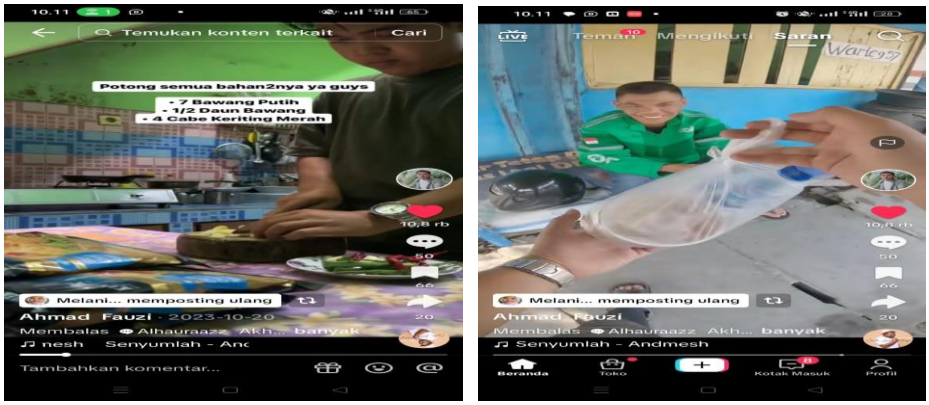
Sumber: Akun *TikTok* @Uzziown

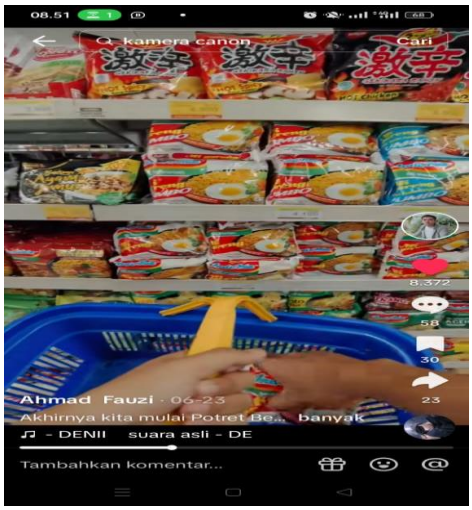
Gambar : Baju dan tas sebagai simbol sedekah



Sumber: Akun *TikTok* @Uzziown

Gambar : Makanan sebagai simbol sedekah





Sumber: Akun *TikTok* @Uzziown

KEPUTUSAN DEKAN
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
(UIN) SJECH M.DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
Nomor : B-599/Un.26.4/HK.00.5/04/2024

TENTANG

PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA
PROGRAM STUDI SOSIOLOGI AGAMA FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
UIN SJECH M.DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
UIN SJECH M.DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI

Membaca : Surat permohonan mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi an. **Apel Putra,** NIM. 4620046 tanggal 24 April 2024 perihal permohonan penerbitan SK Pembimbing Skripsi.

Menimbang : a. bahwa untuk lebih terarah dan terkoordinirnya penulisan skripsi mahasiswa UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi, perlu ditetapkan Dosen Pembimbing.
: b. bahwa yang namanya tersebut di bawah ini, dipandang cakap dan mampu untuk diangkat sebagai Dosen Pembimbing.

Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 78. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4301)
2. Peraturan Pemerintah Nomor 60 tahun 1999 tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 115. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3859)
3. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 85 Tahun 2022 Tentang Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi

MEMUTUSKAN

Menetapkan : KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH UIN SJECH M.DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI TENTANG PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA PROGRAM STUDI SOSIOLOGI AGAMA

KESATU : Menyetujui judul skripsi mahasiswa yang Bersangkutan **: "Analisa Simbol Pada Konten Sedekah Akun Tiktok @Uzziown Menggunakan Interaksionisme Simbolik"**

KEDUA : Menunjuk Saudara :

Nama	**: Noor Fadli Marh, MA**
NIDN	: 2010118101
Pangkat/Gol.Ruang	: Penata Muda Tk. I/III/b
Bidang Keahlian Pokok	: Sosiologi Agama
Sebagai Dosen	: PEMBIMBING

KETIGA : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya.

DITETAPKAN DI BUKITTIINGGI
Pada tanggal 26 April 2024
Dekan,

Prof. Dr. Syafwan Rozi, M.Ag
NIP. 197710082005011008

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
Kampus II : Jalan Gurun Aur Kubang Putih
Kabupaten Agam - Sumatera Barat - Telpon / Fax : (0752) 22875
Website : https://fuad.uinbukittinggi.ac.id | Email : fuad@uinbukittinggi.ac.id

Nomor : B-767/Un.26.4/TL.00/05/2024 17 Mei 2024
Lamp : -
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Yth : Bapak/Ibu
.....
.....
Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan skripsi bagi mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi, maka bersama ini kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk dapat memberi izin penelitian bagi mahasiswa dibawah ini :

Nama	:	**Apel Putra**
NIM	:	4620046
Program Studi	:	Sosiologi Agama
Judul Skripsi	:	**Analisa Simbol Pada Konten Sedekah Akun Tiktok @Uzziown Menggunakan Teori Interaksionisme Simbolik**
Lokasi Penelitian	:	Akun Tiktok @Uzziown
Waktu	:	Mei s/d Juli 2024

Demikian permohonan ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Wassalam,
Dekan,

Prof. Dr. Syafwan Rozi, M.Ag
NIP. 197710082005011008

Tembusan Yth : Rektor UIN SMDD Bukittinggi

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang beranda tangan dibawah ini Pemilik Akun Tiktok @Uzziown dengan ini menerangkan:

Nama : Apel Putra

Nim : 4620046

Judul Skripsi : Analisa Simbol Pada Konten Sedekah Akun @Uzziown Menggunakan Teori Interaksionisme Simbolik

Bahwa mahasiswa diatas telah melaksanakan penelitian pada Akun Tiktok @Uzziown dari, 10 Mei sampai 6 Juli Tahun 2024,

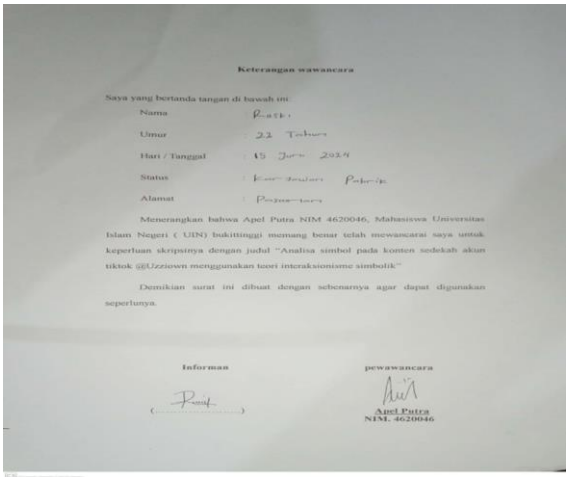
Demikianlah surat keterangan ini kami berikan, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bekasi, 6 Juli 2024

Ahmad Fauzi

Pemilik Akun

Dipindai dengan CamScanner



Keterangan wawancara

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

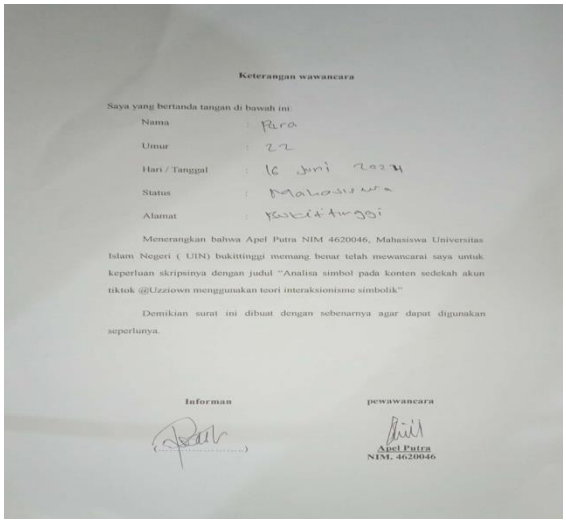
Nama : Rasti
Umur : 22 Tahun
Hari / Tanggal : 15 Juni 2024
Status : Karyawan Pabrik
Alamat : Pasaman

Menerangkan bahwa Apel Putra NIM 4620046, Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) bukittinggi memang benar telah mewancarai saya untuk keperluan skripsinya dengan judul "Analisa simbol pada konten sedekah akun tiktok @Uzziown menggunakan teori interaksionisme simbolik"

Demikian surat ini dibuat dengan sebenarnya agar dapat digunakan seperlunya.

Informan (.....)

pewawancara
Apel Putra
NIM. 4620046



Keterangan wawancara

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

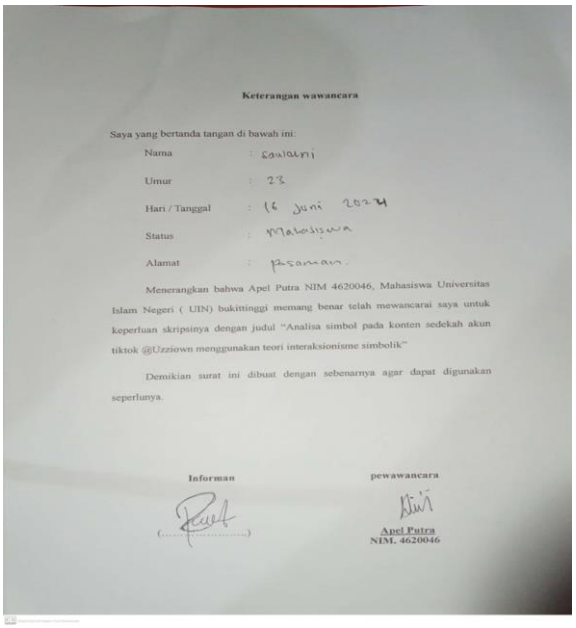
Nama : Rira
Umur : 22
Hari / Tanggal : 16 Juni 2024
Status : Mahasiswa
Alamat : Kasiak Tunggi

Menerangkan bahwa Apel Putra NIM 4620046, Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) bukittinggi memang benar telah mewancarai saya untuk keperluan skripsinya dengan judul "Analisa simbol pada konten sedekah akun tiktok @Uzziown menggunakan teori interaksionisme simbolik"

Demikian surat ini dibuat dengan sebenarnya agar dapat digunakan seperlunya.

Informan (.....)

pewawancara
Apel Putra
NIM. 4620046



Keterangan wawancara

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Saulani
Umur : 23
Hari / Tanggal : 16 Juni 2024
Status : Mahasiswa
Alamat : Pasaman

Menerangkan bahwa Apel Putra NIM 4620046, Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) bukittinggi memang benar telah mewancarai saya untuk keperluan skripsinya dengan judul "Analisa simbol pada konten sedekah akun tiktok @Uzziown menggunakan teori interaksionisme simbolik"

Demikian surat ini dibuat dengan sebenarnya agar dapat digunakan seperlunya.

Informan (.....)

pewawancara
Apel Putra
NIM. 4620046