

ABSTRAK

Alif Evandra Dzakwan. Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya. Universitas Trunojoyo Madura. “FENOMENA SOSIAL PERILAKU MENGEMIS DI SOSIAL MEDIA *TIKTOK* DALAM PERSPEKTIF FENOMENOLOGI ALFRED SCHUTZ”.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami fenomena perilaku mengemis di sosial media *TikTok*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Fenomenologi Alfred Schutz. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, serta dalam penggalan data menggunakan metode observasi dan wawancara semi terstruktur yang dilakukan secara langsung. Subjek penelitian ditentukan dengan teknik purposive sampling, yaitu pengemis di sosial media *TikTok*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fenomena Sosial Perilaku Mengemis di Sosial Media *TikTok* terdapat faktor-faktor motif sebab (*because of motive*) yang mempengaruhi para informan menjadi pengemis di sosial media *TikTok*, yaitu karena keadaan ekonomi, lebih memilih mengemis di sosial media *TikTok* dari pada kerja, dan hobi membuat konten. Sedangkan motif tujuan (*In Order To motive*) para informan menjadi pengemis di sosial media *TikTok* adalah untuk memenuhi kebutuhan, menghasilkan uang, dan berharap bisa sukses.

Kata kunci: Fenomena, Mengemis, Sosial Media *TikTok*

ABSTRACT

Alif Evandra Dzakwan. Sociology Study Program, Faculty of Social and Cultural Sciences. Trunojoyo University, Madura. "SOCIAL PHENOMENON OF BEGGING BEHAVIOR ON TIKTOK SOCIAL MEDIA FROM ALFRED SCHUTZ'S PHENOMENOLOGICAL PERSPECTIVE".

This research aims to understand the phenomenon of begging behavior on TikTok social media. The theory used in this research is Alfred Schutz's phenomenological theory. The research method used was qualitative with a phenomenological approach, and data mining used observation methods and semi-structured interviews conducted directly. The research subjects were determined using a purposive sampling technique, namely beggars on the social media TikTok.

The research results show that the social phenomenon of begging behavior on TikTok social media has motive factors that influence informants to become beggars on TikTok social media, namely because of economic conditions, preferring to beg on TikTok social media rather than work. and hobby of creating content. Meanwhile, the informants' In Order To motive for becoming beggars on TikTok social media is to fulfill their needs, make money, and hope to be successful.

Keywords: Phenomenon, Beggar, Social Media TikTok