

## Fenomenologi Pengemis Online di TikTok: Persepsi Penonton dan Praktik Komunikasi dalam Siaran Langsung

Nur Fatia Ramadhan Adinata<sup>1</sup>, Nia Alia Rachmah<sup>2</sup>, Sanaya Rizky Deanova<sup>3</sup>, Ahmad Manarul Hidayattullah<sup>4</sup>, Muhamad Nabil Lazuardy<sup>5</sup>, Moh Maulana Nur Ramdhani<sup>6</sup>,  
Fitra Algustaf<sup>7</sup>, Ali Alamsyah Kusumadinata<sup>8</sup>.

<sup>1</sup>Universitas Djuanda Bogor, [nurfatia23@gmail.com](mailto:nurfatia23@gmail.com)

<sup>2</sup>Universitas Djuanda Bogor, [niarachma2004@gmail.com](mailto:niarachma2004@gmail.com)

<sup>3</sup>Universitas Djuanda Bogor, [njwsbn@gmail.com](mailto:njwsbn@gmail.com)

<sup>4</sup>Universitas Djuanda Bogor, [ahmadmanarullh75@gmail.com](mailto:ahmadmanarullh75@gmail.com)

<sup>5</sup>Universitas Djuanda Bogor, [muhnabil531@gmail.com](mailto:muhnabil531@gmail.com)

<sup>6</sup>Universitas Djuanda Bogor, [Nuramadaniiii0@gmail.com](mailto:Nuramadaniiii0@gmail.com)

<sup>7</sup>Universitas Djuanda Bogor, [fitraalgustaf734@gmail.com](mailto:fitraalgustaf734@gmail.com)

<sup>8</sup>Universitas Djuanda Bogor, [ali.alamsyah@unida.ac.id](mailto:ali.alamsyah@unida.ac.id)

---

### ABSTRAK

Perkembangan platform TikTok Live telah melahirkan fenomena sosial baru yang dikenal sebagai “pengemis online”, di mana individu mempertontonkan narasi kemiskinan dan kebutuhan untuk memperoleh hadiah virtual (*virtual gift*) yang dapat dikonversi menjadi uang. Penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi ini bertujuan untuk memahami konstruksi makna dan pengalaman subjektif penonton dalam memaknai fenomena tersebut. Dengan menggunakan **Teori Manajemen Kesan Erving Goffman** sebagai lensa analisis, hasil penelitian mengungkap bahwa siaran langsung berfungsi sebagai **panggung depan** (*front stage*) yang dikurasi secara strategis. Para pelaku membangun performa melalui *setting* yang memprihatinkan, *appearance* yang lusuh, dan *manner* yang memelas atau menghibur, sementara kehidupan di luar siaran merupakan **panggung belakang** (*back stage*) untuk mempersiapkan pertunjukan. Analisis terhadap komentar penonton menunjukkan polarisasi persepsi: di satu sisi, pemberian *gift* dimaknai sebagai bentuk

apresiasi dan empati; di sisi lain, praktik ini dinilai sebagai eksploitasi dan kegagalan moral. Penelitian ini menyimpulkan bahwa fenomena ini bukan sekadar strategi ekonomi, melainkan sebuah **pertunjukan dramaturgis** yang mengkomodifikasi empati dan merekonfigurasi nilai-nilai sosial di ruang digital, sehingga menuntut kesadaran kritis dari semua pihak.

**Kata Kunci : Dramaturgi, Fenomenologi, Komodifikasi Empati, Manajemen Kesan**

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap komunikasi dan interaksi sosial secara fundamental. Salah satu platform yang menjadi episentrum transformasi ini adalah TikTok, yang awalnya dikenal sebagai aplikasi berbagi video pendek, kini telah berevolusi menjadi sebuah ekosistem digital yang kompleks, di mana batas antara konten, kreator, dan audiens menjadi semakin cair (Prameswari & Tanjung, 2025). Fitur siaran langsung (live streaming) menjadi salah satu arena utama dalam evolusi tersebut.

Dalam live streaming, terdapat seorang *live streamer* yang berperan penting sebagai pembuat konten yang menyiarkan aktivitas mereka secara langsung, berinteraksi dengan penonton, dan menerima komentar serta dukungan real time dari pengguna lain di seluruh dunia (Li, 2021). Ruang interaksi ini tidak hanya melahirkan kreator konten selebritas, tetapi juga membuka ruang bagi kemunculan berbagai praktik sosial dan ekonomi baru di masyarakat digital.

Di tengah dinamika tersebut, muncul fenomena yang menarik perhatian publik sekaligus memicu perdebatan luas, yaitu praktik “pengemis online” atau *virtual begging*. Dalam konteks TikTok Live, fenomena ini termanifestasi dalam berbagai bentuk, seperti individu yang melakukan tantangan ekstrem, memperlihatkan kondisi memprihatinkan, hingga menampilkan diri secara

merendahkan untuk memperoleh *virtual gift* dari penonton. Hadiah virtual tersebut dapat dikonversi menjadi uang, menjadikannya sumber penghasilan baru bagi penyiar (*streamer*) di platform digital (Huang, 2025). Fenomena ini sering kali melibatkan kelompok rentan seperti lansia atau masyarakat ekonomi lemah, dan dengan cepat menjadi viral di ruang publik, memunculkan berbagai reaksi dan opini dari masyarakat (Dhamayanti, 2024).

Fenomena pengemis online menimbulkan dilema etis dan sosial yang cukup kompleks. Di satu sisi, praktik ini dianggap sebagai bentuk eksploitasi diri (*self-exploitation*) maupun eksploitasi oleh pihak lain yang mengambil keuntungan dari kerentanan individu (Hermawan, 2023). Konten seperti ini sering dikritik sebagai bentuk modern dari *poverty porn*, yaitu ketika penderitaan dan kemiskinan dipertontonkan untuk tujuan finansial atau hiburan (Tamsri, 2024). Namun, di sisi lain, sebagian masyarakat memandangnya sebagai strategi bertahan hidup (*survival strategy*) di tengah keterbatasan ekonomi dan sempitnya lapangan pekerjaan (Wewengkang, 2025). Dalam konteks ini, TikTok dianggap memberi peluang ekonomi baru bagi individu yang sebelumnya tidak memiliki akses terhadap sumber penghasilan formal.

Dari sudut pandang penonton, motivasi dalam memberikan *virtual gift* atau dukungan juga beragam, mulai dari empati tulus, rasa iba, hiburan, hingga kebutuhan akan kedekatan emosional atau hubungan *parasosial* dengan penyiar (Huang, 2025). Kompleksitas ini menunjukkan bahwa fenomena pengemis online tidak hanya terkait dengan isu ekonomi, tetapi juga merupakan fenomena komunikasi digital yang sarat akan makna simbolik, emosi, dan nilai moral.

Melihat kompleksitas tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi untuk menggali pengalaman subjektif penonton dalam memaknai fenomena pengemis online. Menurut (Schutz, 1967), fenomenologi berupaya menyingkap makna yang dilekatkan individu terhadap pengalaman hidupnya

sehari-hari. Pendekatan ini dianggap tepat karena menempatkan penonton sebagai subjek aktif yang memberi makna terhadap simbol, narasi, dan tindakan yang ditampilkan dalam siaran langsung. Sejalan dengan pandangan (Creswell, 2018), fenomenologi memungkinkan peneliti untuk menafsirkan *lived experiences* individu secara mendalam dalam konteks komunikasi digital modern.

Kehidupan sosial dipandang sebagai sebuah pertunjukan teater, di mana individu secara aktif mengelola kesan yang mereka berikan kepada orang lain. Konsep ini terlihat sangat jelas dalam fenomena pengemis online di TikTok. Bagi mereka, siaran langsung (live streaming) TikTok berfungsi sebagai "panggung depan" (*front stage*) yang dirancang khusus. Di panggung ini, mereka memainkan peran sebagai "pengemis yang memelas", "penghibur yang berjuang", atau "orang yang sedang kesulitan". Mereka menyusun "setting" (latar) yang terlihat sederhana atau memprihatinkan, mengatur "appearance" (penampilan) yang lusuh, dan menguasai "manner" (sikap) seperti raut wajah sedih atau semangat yang dipaksakan, semua dirancang untuk membangkitkan simpati dan rasa iba penonton sebagai audiens (Goffman, 1959).

Sebaliknya, kehidupan di luar siaran berperan sebagai "panggung belakang" (*back stage*), di mana mereka dapat melepas peran tersebut, mungkin terlihat dalam kondisi yang normal, dan yang terpenting, merencanakan strategi narasi serta konten untuk pertunjukan siaran berikutnya. Melalui manajemen kesan yang cermat ini, para pengemis online berusaha mengontrol narasi situasi mereka dan memengaruhi persepsi penonton untuk secara sukarela memberikan "gift" atau donasi digital.

Teori ini menekankan bahwa interaksi sosial merupakan proses yang strategis dan seringkali bersifat performatif, yang sangat terlihat dalam taktik mereka. Individu tidak hanya sekadar bertindak, tetapi secara sadar memilih perilaku, kata-kata, dan penampilan untuk memproyeksikan citra diri yang konsisten dengan harapan sosial atau tujuan tertentu. Para pengemis online dengan cermat memilih

narasi, apakah itu gaya memelas yang diselipkan doa atau gaya menghibur dengan janji joget spesial, semua merupakan performa yang ditujukan untuk memproyeksikan citra tertentu yang diharapkan dapat memicu respons ekonomi dari penonton.

Kegagalan dalam mengelola kesan ini, seperti ketidakkonsistenan antara penderitaan yang ditampilkan di "panggung depan" dengan kemewahan yang tidak sengaja terungkap di "panggung belakang" (misalnya melalui screenshot atau cerita dari orang terdekat), dapat berisiko menyebabkan "mempermalukan" (*embarrassment*) dan runtuhnya performa serta kepercayaan yang telah dibangun, yang pada akhirnya menghentikan aliran gift (Goffman, 1959). Dengan demikian, teori Goffman memberikan lensa yang powerful untuk menganalisis bagaimana identitas dan realitas kemiskinan dibangun, dipertahankan, dan bahkan dikomodifikasi di platform digital seperti TikTok, di mana batas antara panggung depan dan belakang semakin rentan untuk ditembus.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berfokus pada perilaku permukaan seperti tindakan memberi *virtual gift*, tetapi juga menggali dimensi makna yang lebih dalam terkait empati, hiburan, dan moralitas yang muncul dalam interaksi digital. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah meneliti tentang bagaimana penonton menafsirkan dan memaknai simbol-simbol penderitaan, empati, serta hiburan yang ditampilkan oleh pengemis online dalam siaran langsung TikTok, khususnya dari perspektif etika dan kemanusiaan di ruang komunikasi digital. Tujuan penelitian ini untuk memahami konstruksi makna yang dibangun oleh penonton terhadap fenomena pengemis online di TikTok, khususnya dalam menafsirkan simbol-simbol penderitaan, empati, dan hiburan yang muncul dalam siaran langsung.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi untuk memahami pengalaman subjektif penonton dalam memaknai fenomena pengemis online di TikTok. Pendekatan ini, sebagaimana dijelaskan oleh (Schutz, 1967) bertujuan menyingkap makna yang dilekatkan individu terhadap pengalaman hidupnya. Dalam konteks ini, penonton dipandang sebagai subjek aktif yang menafsirkan simbol, narasi, dan tindakan penyiar selama siaran langsung. Sejalan dengan pandangan (Creswell, 2018), penelitian kualitatif berupaya memahami fenomena sosial dari perspektif partisipan.

Metode fenomenologi dianggap tepat karena mampu menggali makna mendalam di balik perilaku penonton, seperti pemberian virtual gift dan bentuk empati digital yang muncul. Fokus penelitian ini terletak pada pemaknaan, persepsi, dan kesadaran sosial penonton terhadap praktik pengemis online sebagai bagian dari dinamika komunikasi modern. Penelitian ini menggunakan akun TikTok @mutiaraputri647, @dewiAI, @Adityaoftheking, @sadbtor yang diakses pada 10 oktober 2025 melalui laman resmi TikTok. Analisis data dilakukan dengan cara mencari live pada aplikasi TikTok kemudian diolah dengan mengumpulkan narasi konten live TikTok dan menganalisis komentar persepsi penonton dilanjutkan dengan menyimpulkan hasil data yang ditemui sesuai dengan arahan Creswell (Creswell, 2018).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Fenomena pengemis online di TikTok dapat dipahami sebagai sebuah bentuk pertunjukan terkurasi (*curated performance*) di ruang digital, di mana para pelaku secara strategis mengelola kesan untuk menciptakan narasi kemiskinan dan kebutuhan yang dapat dikonsumsi. Sesuai dengan konsep panggung depan (*front stage*) (Goffman, 1959), siaran langsung TikTok menjadi panggung tempat para pelaku menampilkan karakter yang telah dirancang entah sebagai figur yang memelas,

penghibur yang bersahaja, atau orang yang tengah berjuang. (Marwick, 2010) dalam konteks media sosial menegaskan bahwa platform seperti TikTok memfasilitasi komodifikasi diri (*self-commodification*), dimana pengguna mengemas aspek-aspek kehidupan pribadi mereka menjadi sebuah pertunjukan untuk mendapatkan perhatian dan imbalan ekonomi. Dalam hal ini, narasi-narasi seperti "belum sarapan" atau "cari rezeki halal" (Data Narasi 1 & 4) berfungsi sebagai properti dramaturgis yang dirancang untuk membangkitkan empati dan melegitimasi permintaan *gift*, sehingga tindakan mengemis tidak lagi dipandang sebagai sebuah pelanggaran norma, melainkan sebagai sebuah "usaha" atau "hiburan" yang sah (Tabel 1).

Tabel 1. Analisis Fenomenologi Pengemis Online di Tiktok Berdasarkan Teori Manajemen Kesan

Komponen Teori	Konsep Definisi	Manifestasi dalam Fenomena Pengemis Online di TikTok	Contoh dari Data Penelitian
Konsep Dasar	Kehidupan sosial sebagai pertunjukan (dramaturgy) dimana individu memainkan peran untuk mengelola kesan di hadapan "audiens".	Siaran langsung (live) TikTok dipandang sebagai sebuah pertunjukan yang dirancang untuk membentuk persepsi penonton dan mendorong pemberian gift.	Seluruh narasi pengemis (Narasi 1-4) disampaikan dalam konteks pertunjukan langsung yang interaktif dengan penonton.
Panggung Depan (Panggung Depan)	Area dimana performa individu ditampilkan untuk audiens. Terdiri dari Setting, Appearance, dan Manner.	Seluruh siaran langsung di TikTok adalah panggung depan.	- Setting: Latar belakang yang terlihat sederhana, kumuh, atau di lokasi yang memprihatinkan (sesuai data berita: mandi lumpur, tidur di kebun). - Appearance: Pakaian lusuh, ekspresi wajah lelah atau memelas.
Panggung Belakang (Back Stage)	Area tersembunyi dimana individu dapat melepas peran dan bersiap untuk pertunjukan.	Kehidupan di luar siaran, termasuk perencanaan strategi konten, mengelola hasil gift, dan bersikap normal tanpa "akting".	- Manner: Sikap rendah hati, memohon, bersyukur, atau penuh semangat menghibur.

			Data berita yang menyebut fenomena ini "terorganisir" (Patriotik, 2024) mengisyaratkan adanya perencanaan dan persiapan di balik layar (back stage) sebelum siaran.
Manajemen Kesan (Impression Management)	Taktik yang digunakan untuk mengontrol kesan yang diterima audiens.	Penggunaan narasi dan strategi komunikasi yang spesifik untuk membangun citra tertentu dan memicu empati atau rasa senang.	Narasi 1 (Memelas & Doa): "bantu sebisanya aja, yang penting ikhlas"... "Semoga rezekinya dilipatgandakan". Narasi 2 (Menghibur): "Kita hibur kalian, kalian bantu sedikit aja"... "setiap gift kalian itu... bentuk dukungan".
Idealisasi (Idealization)	Memperkuat stereotip sosial untuk mendapatkan validasi.	Menampilkan diri sesuai stereotip "orang yang membutuhkan", "pejuang hidup", atau "penghibur yang tulus" agar diterima dan disukai.	Menekankan narasi "rezeki halal" dan "bukan memaksa" (Narasi 1 & 4) untuk membangun citra positif dan membedakan diri dari pengemis tradisional.
Mystification	Menjaga jarak dengan audiens untuk mempertahankan aura tertentu.	Meski terlihat interaktif, pengemis menjaga "misteri" kondisi sebenarnya dan tidak sepenuhnya terbuka tentang kehidupan pribadi atau motivasi sesungguhnya.	Penonton hanya melihat performa yang dikurasi. Komentar seperti "Yang ngegift entah apa yg dipikirkannya" (@YourDreammm) menunjukkan kesenjangan persepsi ini.
Kegagalan Performa	Situasi dimana ilusi pertunjukan rusak, menyebabkan embarrassment.	Ketika ketidakkonsistenan antara panggung depan dan belakang terbongkar (misalnya, terungkapnya kehidupan yang sebenarnya cukup).	Risiko ini tercermin dari komentar skeptis netizen (RCTI Plus, 2024) dan stigma

			negatif (nkop.id, 2023) yang dapat merusak kredibilitas dan menghentikan aliran gift.
Dramaturgi s Loyalty & Discipline	Kerjasama tim dan disiplin individu dalam mempertahankan performa.	Bekerja sama dengan moderator live atau sesama pengemis untuk mengatur komentar dan menjaga suasana siaran. Memiliki disiplin untuk konsisten dengan karakter yang dibangun.	Narasi yang terstruktur dan konsisten di setiap live menunjukkan adanya dramaturgi cal discipline.

Fenomena pengemis online di TikTok dapat dipahami sebagai sebuah bentuk pertunjukan terkurasi (*curated performance*) di ruang digital, di mana para pelaku secara strategis mengelola kesan untuk menciptakan narasi kemiskinan dan kebutuhan yang dapat dikonsumsi. Sesuai dengan konsep panggung depan (*front stage*) (Goffman, 1959), siaran langsung TikTok menjadi panggung tempat para pelaku menampilkan karakter yang telah dirancang entah sebagai figur yang memelas, penghibur yang bersahaja, atau orang yang tengah berjuang.

(Marwick, 2010) dalam konteks media sosial menegaskan bahwa platform seperti TikTok memfasilitasi komodifikasi diri (*self-commodification*), di mana pengguna mengemas aspek-aspek kehidupan pribadi mereka menjadi sebuah pertunjukan untuk mendapatkan perhatian dan imbalan ekonomi. Dalam hal ini, narasi-narasi seperti "belum sarapan" atau "cari rezeki halal" (Data Narasi 1 & 4) berfungsi sebagai properti dramaturgis yang dirancang untuk membangkitkan empati dan melegitimasi permintaan *gift*, sehingga tindakan mengemis tidak lagi dipandang sebagai sebuah pelanggaran norma, melainkan sebagai sebuah "usaha" atau "hiburan" yang sah.

Strategi komunikasi yang digunakan para pengemis online mencerminkan praktik manajemen kesan (*impression management*) yang canggih untuk mengatasi potensi stigma. Mereka tidak hanya sekadar meminta, tetapi membingkai permintaan tersebut dalam berbagai narasi yang sesuai dengan ekspektasi budaya penontonnya.

Penelitian Bullingham dan (Vasconcelos, 2013) mengenai presentasi diri di dunia online mengidentifikasi taktik imitasi selektif (*selective self-presentation*), di mana individu dengan sengaja menonjolkan aspek-aspek tertentu dari diri mereka untuk membentuk persepsi audiens. Hal ini terlihat jelas pada variasi gaya narasi, mulai dari gaya menghibur yang menawarkan *joget spesial* (Data Narasi 2) hingga gaya religius yang menawarkan doa (Data Narasi 1).

Setiap gaya ini merupakan upaya untuk menyelaraskan performa dengan identitas audiens yang ditargetkan, sehingga *gift* yang diberikan tidak dilihat sebagai sedekah, tetapi sebagai bentuk apresiasi atau timbal balik (*reciprocity*) atas hiburan atau doa yang telah diberikan, sebagaimana tercermin dalam komentar penonton (@GWEEN!!) yang memaknai pemberian *gift* sebagai ekspresi kebahagiaan dan apresiasi. Namun, performa ini rentan terhadap kegagalan dramaturgis (*dramaturgical failure*) ketika batas antara panggung depan dan belakang menjadi kabur atau terbongkar.

Menurut (Hogan, 2010), media sosial menciptakan arsip ekshibisi (*exhibitional archive*) di mana setiap performa terekam dan dapat diakses ulang, sehingga meningkatkan risiko terbongkarnya ketidakkonsistenan dalam narasi yang dibangun.

Komentar skeptis seperti #stopgiftpengangguran (@Brian Benedict) atau Mental ng\* mis naudzubillah (@halopanda14\_) menunjukkan bahwa sebagian audiens telah membaca celah dalam pertunjukan ini dan menolak untuk mempercayai legitimasinya. Risiko ini diperparah oleh pemberitaan media yang mengungkap praktik terorganisir di balik fenomena ini (Data Berita, Patriotik 2024), yang pada dasarnya membongkar "panggung belakang" (*back stage*) mereka kepada publik. Ketika ilusi ini runtuh, yang terjadi bukan hanya *embarrassment* pada tingkat individu, melainkan juga krisis legitimasi pada tingkat kolektif, yang kemudian memicu respons moral dari masyarakat dan aparaturnegara, seperti terlihat dalam upaya penertiban oleh Kominfo (Data Berita, Sumeks Disway 2023).

## KESIMPULAN

Fenomena pengemis online di TikTok Live pada hakikatnya merupakan sebuah konstruksi realitas dramaturgis yang kompleks, di mana para pelaku secara strategis mengkurasi performa di "panggung depan" melalui narasi kemiskinan, penampilan memprihatinkan, dan strategi komunikasi yang memanfaatkan empati penonton, sementara aktivitas di balik layar berperan sebagai "panggung belakang" untuk mempersiapkan pertunjukan tersebut, sehingga praktik meminta-minta yang tradisional bertransformasi menjadi sebuah pertunjukan interaktif yang melegitimasi permintaan sumbangan sebagai bentuk apresiasi atau timbal balik atas hiburan, yang sekaligus merefleksikan komodifikasi empati dan kaburnya batas antara realitas kesulitan ekonomi dengan pertunjukan yang dikemas untuk memenuhi logika ekonomi perhatian di ruang digital, di mana polarisasi tanggapan penonton—antara simpati dan penolakan—menunjukkan dinamika negosiasi makna yang terus berlangsung dalam memaknai etika, empati, dan kelayakan dalam interaksi sosial di era digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. SAGE Publications.
- Dhamayanti, R. N. (2024). Eksplorasi Interaksi Simbolik Pengemis Online di Ekosistem TikTok. *Jurnal Komunikasi Digital dan Budaya Populer*, 115-132.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Anchor Books.
- Hermawan, A. (2023). Makna Simbolik Kemiskinan di Era Digital: Studi Semiotika Dekonstruksi pada Pengemis Virtual di TikTOK. *Jurnal Ilmu Sosial dan Komunikasi*, 34-49.

- Hogan. (2010). The presentation of self in the age of social media: Distinguishing performances and exhibitions online. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 377-386.
- Huang, Z. H. (2025). Parasocial Relationship and Social Presence in Live Streaming: Emotional Engagement and Digital Empathy. *Frontiers in Communication*, 1-12.
- Li, X. P. (2021). The Role of Live Streamers in Building Audience Engagement: An Empirical Study. *Journal of Digital Media Studies*, 201-215.
- Marwick. (2010). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society*, 114-133.
- Prameswari, A., & Tanjung, S. (2025). Fandom dan Interaksi Parasosial Dalam TikTok. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi*, 1-20.
- Schutz. (1967). *The Phenomenology of the Social World*. Northwestern: Northwestern University Press.
- Tamsri, M. (2024). Perspektif Hukum Islam terhadap Praktik Mengemis Online: Kajian Masalah Mursalah. *FAWAID: Sharia Economic Law Review*, 77-90.
- Vasconcelos, B. &. (2013). The Presentation of self in the online world: Goffman and the study of online identities. *Journal of Information Science*, 101-121.
- Wewengkang, W. W. (2025). Etika Kekristenan dan Literasi Digital dalam Fenomena Pengemis Virtual . *Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristen*, 12-25.