

BAB III

FENOMENA KONTEN *SADBOR* PADA *LIVE STREAMING* TIKTOK

3.1 Profil dan Sejarah Aplikasi TikTok

Aplikasi TikTok ini pertama kali diluncurkan pada September tahun 2016 oleh perusahaan teknologi asal China, *ByteDance*. Pendiri aplikasi TikTok yaitu Zhang Yiming. Awalnya, Zang yiming merupakan seorang pendiri perusahaan teknologi yang bernama Bytedance, yaitu perusahaan yang bergerak dibidang industri konten, teks dan gambar yang kemudian berkembang menjadi vidio dan konten. Sebelum berkembang, aplikasi TikTok awalnya bernama Douyin. Dalam kurun waktu setahun Douyin bisa mendapatkan 100 juta orang di China. Oleh karena itu, perusahaan Bytedance berusaha memperkenalkan aplikasi ini kepada dunia dan mengembangkannya menjadi aplikasi TikTok, karena nama Douyin susah diingat dan tidak menarik perhatian negara lain.

TikTok telah berkembang menjadi salah satu *platform* media sosial yang paling digemari, terutama oleh generasi muda. TikTok adalah aplikasi yang memberikan efek khusus yang unik dan menarik sehingga pengguna aplikasi ini dapat dengan mudah menggunakannya untuk membuat video pendek yang dapat menarik perhatian banyak orang yang menontonnya. TikTok bagi sebagian orang merupakan sebuah aplikasi hiburan semata yang diciptakan untuk semua kalangan dan tidak ada batasan dalam penggunaannya. Awalnya TikTok hanya menayangkan vidio yang hanya berdurasi 15 detik, namun kini seiring berkembangnya teknologi, TikTok bisa menayangkan vidio hingga durasi 180 detik. Aplikasi ini adalah aplikasi pembuatan video pendek dengan musik latar yang disukai banyak orang termasuk orang dewasa dan anak-anak di bawah umur.

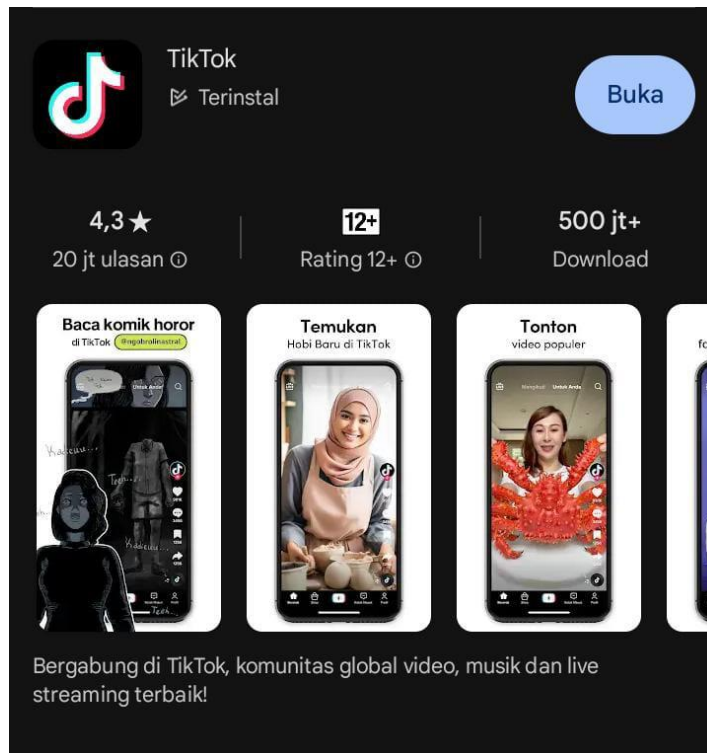
Aplikasi media sosial TikTok saat ini semakin diminati di Indonesia. Berdasarkan laporan yang dipublikasi oleh Firma Riset Statista pada Agustus

2024 yang berjudul "*Countries with the largest TikTok audience as of July 2024*", Indonesia menyandang predikat sebagai pengguna TikTok terbanyak. Dalam laporan tersebut, pengguna aplikasi TikTok di Indonesia saat ini mencapai 157,6 juta pengguna per Juli 2024. Jumlah ini mengalahkan total pengguna TikTok Amerika Serikat sebesar 120,5 juta pengguna. Padahal pada bulan April tahun 2023 lalu jumlah pengguna di Indonesia hanya 113 juta. Jumlah tersebut lebih rendah dibandingkan jumlah pengguna TikTok Amerika Serikat saat itu yang mencapai 117 juta. Pengguna TikTok Indonesia setiap tahunnya terpantau semakin naik. Bahkan dalam enam tahun belakangan ini jumlah pengguna TikTok Indonesia naik hampir 15 kali lipat yakni 10 juta pengguna pada 2018 dan mencapai 157,6 juta pada tahun 2024 (Octaviana, 2024).

Aplikasi TikTok pernah di blokir secara resmi di Indonesia pada 3 Juli 2018. Hal ini disebabkan pihak Kementerian Komunikasi dan Informatika mendapat banyak laporan negatif yang muncul pada aplikasi TikTok dari masyarakat. Terhitung sampai 3 Juli tersebut, laporan yang masuk mencapai 2.853 laporan. Kominfo memblokir delapan nama domain atau DNS yang terhubung dengan TikTok. Pemblokiran aplikasi yang tengah fenomenal ini dilandasi oleh hasil pantauan Tim AIS atau mesin pengais internet kominfo. Selain itu, kominfo mengaku laporan penyebab TikTok diblokir juga datang dari Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, Komisi Perlindungan Anak serta laporan dari para masyarakat. "Benar, situs TikTok kami blokir. Banyak kontennya yang negatif terutama bagi anak-anak. Kami sudah koordinasi dengan kementerian PPA dan KPAI." Ujar Menkominfo Rudiantara dalam keterangannya, Selasa 3 Juli 2018 (Miftachul Taubah & Muhammad Nur Hadi 2020, 58).

Aplikasi TikTok terus merambah ke *App Store* dengan 500 juta kali unduhan lebih, mengalahkan aplikasi populer lainnya semacam YouTube, WhatsApp, Facebook dan Instagram. Diketahui sebagian besar pengguna aplikasi TikTok adalah anak remaja milenial atau yang biasa disebut generasi Z atau bahkan yang masih belia.

Gambar 3.1
Aplikasi TikTok di *Google Play Store*

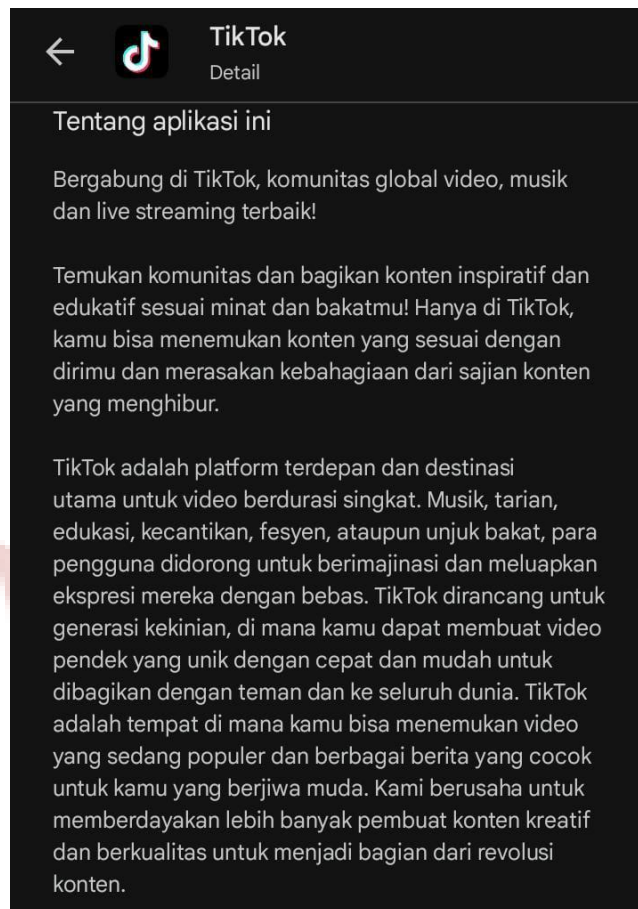


Sumber Data: Aplikasi *Play Store*, 2024

Aplikasi TikTok memberikan *special efect* yang unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini untuk memudahkan ketika membuat vidio pendek yang bagus dan dapat menarik perhatian orang utuk melihatnya. Penggunaan aplikasi TikTok digunakan bukan hanya untuk hiburan semata. Namun, banyak juga konten-konten vidio yang disajikan dengan tujuan seperti *individual marketing*, pemasaran suatu usaha, pemberi informasi dan ilmu serta edukasi salah satunya seperti konten-konten dakwah (Wahyu Nurhidayah 2023, 33)

Gambar 3.2

Tentang Aplikasi TikTok di *Google play store*



Sumber Data: Aplikasi Play Store, 2024

Aplikasi TikTok juga memiliki kelebihan dan kekurangan dalam penggunaannya yang membuatnya populer di seluruh dunia, baik untuk pengguna biasa maupun kreator konten. Adapun kelebihan aplikasi TikTok yaitu sebagai berikut:

1. **Algoritma Cerdas dan Personalisasi Konten.** TikTok menggunakan algoritma berbasis kecerdasan buatan yang dapat menyesuaikan konten sesuai dengan minat pengguna. Halaman For You Page (FYP) menampilkan video yang relevan, sehingga pengguna bisa menemukan konten yang sesuai dengan preferensinya tanpa perlu mencari secara manual.

2. Fitur Kreatif yang Lengkap. Tersedia berbagai efek, filter, musik, dan alat editing video yang memudahkan pengguna dalam membuat konten menarik tanpa perlu aplikasi tambahan. Fitur seperti Duet, Stitch, dan Green Screen memungkinkan pengguna berinteraksi dengan konten orang lain secara inovatif.
3. Interaksi yang Tinggi dengan Audiens. Pengguna dapat berkomunikasi langsung melalui live streaming, komentar, duet, atau tantangan hashtag, sehingga membangun komunitas yang aktif.
4. Peluang Monetisasi, Kreator bisa mendapatkan penghasilan melalui berbagai cara, seperti TikTok Live Gifts, TikTok Creator Fund, sponsorship, dan penjualan produk melalui TikTok Shop.
5. Pendorong Tren dan Viralitas Cepat, TikTok sering menjadi tempat lahirnya tren baru, mulai dari tantangan, tarian, hingga berbagai tren bisnis yang bisa dengan cepat menyebar ke platform lain.
6. Mendukung Berbagai Jenis Konten. Tidak hanya untuk hiburan, TikTok juga menjadi sarana edukasi, pemasaran bisnis, hingga kampanye sosial yang bisa menjangkau audiens luas.

Meskipun TikTok memiliki banyak kelebihan, ada juga beberapa kekurangan yang perlu diperhatikan, terutama dalam hal penggunaan yang berlebihan dan dampaknya. Adapun kekurangan yang dimiliki aplikasi TikTok dalam penggunaannya yaitu:

1. Kecanduan dan Pemborosan Waktu. Algoritma TikTok yang sangat personal membuat pengguna terus-menerus menonton video tanpa sadar menghabiskan banyak waktu.
2. Konten yang Tidak Selalu Berkualitas atau Edukatif. Banyak konten di TikTok bersifat hiburan semata dan kurang memberikan manfaat edukatif. Beberapa video mengandung informasi yang tidak akurat atau hoaks, sehingga perlu kehati-hatian dalam menyaring informasi.

3. Keamanan Data dan Privasi, TikTok sering dikritik terkait kebijakan privasi dan pengelolaan data pengguna. Ada risiko data pribadi digunakan untuk kepentingan tertentu tanpa disadari pengguna.
4. Tantangan Berbahaya dan Konten Tidak Pantas. Beberapa tantangan atau tren di TikTok dapat berisiko bagi kesehatan dan keselamatan, terutama bagi anak-anak dan remaja. Konten yang kurang pantas juga bisa muncul meskipun ada sistem moderasi, terutama jika tidak ada pengawasan dari orang tua.
5. Kurangnya Penghargaan bagi Kreator Kecil. Tidak semua kreator bisa mendapatkan penghasilan dari TikTok karena sistem monetisasi lebih menguntungkan akun dengan jutaan pengikut. Kreator kecil sering kesulitan bersaing untuk mendapatkan eksposur yang lebih luas.
6. Penyebaran Tren yang Cepat Tanpa Filter. Tren yang viral tidak selalu positif, dan beberapa di antaranya bisa membawa pengaruh buruk, seperti budaya konsumtif atau gaya hidup yang tidak sehat.
7. Pengaruh Negatif terhadap Kesehatan Mental. Ekspektasi tinggi terhadap popularitas dan tampilan fisik bisa memicu perasaan rendah diri atau kecemasan sosial, terutama bagi pengguna muda. Komentar negatif dan perundungan siber (cyberbullying) juga bisa berdampak pada psikologis pengguna.

3.2 Fitur Layanan Aplikasi TikTok

Aplikasi TikTok memiliki beberapa fitur supaya para penggunanya menjadi tertarik serta untuk menunjang dan mempermudah penggunanya dalam membuat video yang menarik. Diantara beberapa fitur yang terdapat pada aplikasi TikTok yaitu sebagai berikut:

1. Fitur Musik

Fitur musik pada aplikasi TikTok merupakan salah satu elemen utama yang mendukung kreativitas dan interaksi sosial di platform tersebut. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk menambahkan lagu,

audio atau efek suara kedalam vidio pendek mereka, sehingga menciptakan konten yang lebih menarik, dinamis dan sesuai dengan trend global. Fitur musik ini tidak hanya menjadi fitur tambahan, tetapi juga dapat memengaruhi bagaimana konten dikonsumsi, diproduksi dan didistribusikan. Fitur mencakup berbagai elemen, seperti perpustakaan musik yang luas, kemampuan sinkronisasi audio dengan vidio, serta fleksibilitas dalam kustomisasi suara. Perpustakaan musik ini berisi ribuan lagu dari berbagai genre, termasuk lagu populer, klasik, hingga konten audio yang diciptakan pengguna.

2. Fitur Penyuntingan Vidio

TikTok memberikan fitur pengeditan berlanjut yang memudahkan pengguna membuat vidio yang sesuai dengan keinginan mereka. Fitur ini berisi fungsi dasar meliputi pemotongan, pembalikan dan perubahan kecepatan pemutaran vidio. Pengguna juga bisa menambahkan teks, stiker dan emoji melalui fitur ini pada vidio yang dibuat dan mampu memberikan kesan tambahan bagi penontonnya. Salah satu ciri khas TikTok adalah kekuatan musiknya yang memudahkan pengguna menambahkan lagu dari perpustakaan musik TikTok.

3. Fitur Filter dan Efek Vidio

Filter dan efek vidio pada aplikasi TikTok merupakan fitur digital yang dirancang untuk memodifikasi vidio pada *platform* media sosial ini. Dengan filter dan efek, pengguna dapat membuat konten mereka lebih menarik secara visual.

Filter merupakan preset yang dapat mengubah tampilan vidio dengan menyesuaikan warna, pencahayaan, atau menambahkan elemen dinamis. Filter dapat digunakan untuk membuat perubahan yang lebih halus, seperti meningkatkan kecerahan, menambah kesan hangat, atau efek hitam putih. Sedangkan efek lebih interaktif dan dinamis, sering kali menggunakan *augmented reality* (AR) untuk melapisi objek digital. Efek

dapat mengubah wajah dan tubuh, serta memasukkan efek sinematik khusus seperti kilauan atau ledakan.

4. Fitur *Voice Over* (Pengisi Suara)

Voice over pada aplikasi TikTok merupakan suara langsung ataupun rekaman awal yang ditambahkan ke video TikTok melalui aplikasi TikTok, dengan kemungkinan berbagai opsi penyuntikan seperti filter dan efek suara. *Voice over* adalah teknik penggunaan suara yang direkam dan ditambahkan pada sebuah media visual atau audio seperti film, video atau persentasi.

Suara ini biasanya digunakan untuk memberikan narasi, menjelaskan suatu adegan, atau menyampaikan pesan tertentu. Orang yang melakukan *voice over* disebut *voice over artist* atau *narrator*, dan mereka bertugas untuk menyampaikan pesan dengan intonasi dan narasi yang tepat. *Voice over* sering kali tidak melibatkan visual dari orang yang berbicara. Sebaliknya, suara mereka menjadi latar belakang yang memperkuat cerita atau informasi yang disampaikan (Denka, 2024).

5. Fitur TikTok Studio

TikTok studio adalah fitur pembuatan dan pengelolaan konten yang dirancang untuk membantu para *creator* mengembangkan akun, sekaligus mengedit, mengunggah dan mengelola konten mereka disatu tempat. Pengguna juga dapat mengakses TikTok studio dengan alat *creator* terbatas diaplikasi TikTok dan *browser web*. TikTok studio memiliki fitur-fitur seperti: (TikTok Studio, 2024)

- a. Mengedit, mengunggah dan mengelola konten
- b. Analisis performa konten
- c. Meninjau dan mengelola postingan yang telah dipublikasikan
- d. Menjadwalkan postingan
- e. Berinteraksi dengan komentar
- f. Menentukan data analitik untuk menargetkan konten
- g. Program monetisasi

TikTok studio tersedia untuk aplikasi seluler, *browser web* dan Aplikasi TikTok studio. Fitur-fitur tertentu, seperti manajemen konten dan analitik, lebih sesuai diakses dari *browser web*. Selain TikTok studio, aplikasi TikTok juga memiliki fitur lain, yaitu TikTok *Live streaming*, yang memungkinkan pengguna melakukan siaran langsung. Dengan fitur ini pengguna dapat: menyambungkan layar laptop ke tampilan siaran, berbagi momen secara langsung dengan *audiens*, mendapatkan tanggapan dan reaksi langsung.

6. Fitur *Live Streaming*

Live Streaming TikTok merupakan fitur yang memungkinkan para pengguna aplikasi TikTok untuk berinteraksi secara langsung. TikTok *live* mengizinkan penonton dan kreator untuk berinteraksi secara *Real-time*. Sebagai kreator, memungkinkan pengguna memiliki akses ke fitur *Live* seperti efek, *Hosing multi guest*, moderasi, hadiah *live*, dan pengaturan lainnya. Sebagai penonton, pengguna dapat mendukung *live* kreator lain dengan menonton video *live* mereka, berlangganan komunitas *live* mereka, berpartisipasi dalam obrolan, bereaksi terhadap *live* mereka dengan hadiah *virtual* dan banyak lagi.

Live streaming TikTok juga merupakan fitur yang dapat berinteraksi secara langsung sesama pengguna dengan pembuat konten atau *audiens*. Menanggapi komentar *audiens*, menjual produk secara langsung, mendapatkan hadiah *virtual* atau koin TikTok yang bisa ditukarkan menjadi uang tunai, dan membangun komunitas yang lebih kuat.

Fitur *live streaming* yang merupakan fitur terbaru yang dapat memberikan popularitas dengan cepat, terutama dikalangan generasi muda. Kegiatan *live streaming* dilakukan secara langsung dan konten yang dibagikan tidak memerlukan proses pengeditan. *Live streaming* TikTok menghadirkan citra pesona ke dalam operasi *e-commerce*. TikTok pada dasarnya adalah *platform* konten. Seluruh algoritma dan lalu lintas

platform tidak akan mempertimbangkan bentuk e-commerce, sehingga seluruh algoritma berbeda, ini juga merupakan keuntungan dari *live streaming* TikTok (Monicha et al 2023, 40).

Fitur *Live streaming* TikTok memiliki beberapa keuntungan, diantaranya: (Denka, 2024)

- a. Pengguna dapat berinteraksi langsung dengan *audiens*
- b. Pengguna dapat mendapatkan *feedback instan*
- c. Pengguna dapat ngobrol langsung dengan *followers*
- d. Pengguna dapat mempromosikan produk secara *realtime*
- e. Bisnis dapat menyediakan pengalaman yang lebih interaktif dengan pelanggan mereka
- f. Pengguna dapat menghasilkan uang dari pemberian *gift* yang diberikan *audiens* pada saat *live streaming*.

Fitur *live streaming* di TikTok memiliki beberapa fitur, diantaranya: acara *live* yang memungkinkan *creator* untuk memberitahukan waktu *live* dari jauh-jauh hari kepada penontonnya, efek, *hosting multi guest*, moderasi dan hadiah *live*.

7. *Stitch* Vidio

Stitch vidio pada aplikasi TikTok adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk menggabungkan vidio dari pengguna lain dengan vidio yang dibuat sendiri. Dengan *stitch*, pengguna bisa menggabungkan vidio yang ada di TikTok dengan vidio yang dibuat sendiri. Jika pengguna mengizinkan orang lain untuk membuat *stitch* pada vidio sendiri, orang tersebut dapat menggunakan vidio pengguna lain sebagai bagian dari vidio kontennya: (TikTok Studio, 2024)

- a. Pengguna dapat mencuplik hingga 5 detik dari vidio lain untuk digunakan dalam vidio mereka
- b. Pengguna dapat berkolaborasi, merespons, atau menambahkan kreativitas mereka ke vidio asal

- c. Pengguna dapat memperluas ide dan konten dari pengguna lain dalam video mereka sendiri

Fitur *stitch* dapat membantu pengguna untuk membuat konten yang lebih menarik dan meyakinkan. Sebelum menggunakan fitur *stitch*, pengguna perlu memperhatikan apakah video yang akan di *stitch* bisa atau diizinkan oleh akun yang memiliki konten tersebut.

3.3 Konten *Sadbor* pada *Live Streaming* TikTok

Joget *sadbor* adalah gerakan menari yang pertama kali dipopulerkan oleh akun TikTok bernama @Sadbor86, namun sekarang akun tersebut telah berganti nama pengguna menjadi @Sadbor_joget. Seorang konten kreator bernama Bapak Gunawan, atau yang lebih dikenal dengan akunnya "*Sadbor*" ini tengah menjadi perhatian. Bapak Gunawan berumur 38 tahun. Memiliki seorang istri dan dua orang anak. Gunawan *sadbor* dianggap menjadi pelopor yang merubah desanya di Desa Bojongkembar, Kecamatan Cikembar, Sukabumi, Jawa Barat menjadi desa "TikTok". Hampir semua warga Desa Bojongkembar yang dulu sebagian besar adalah seorang petani, kini menjadi konten kreator mengikuti kesuksesan Gunawan *Sadbor*.

Sadbor selama ini aktif menggunakan akun TikTok bernama Sadbor_joget. Pemilik asli yang bernama Gunawan itu terpantau memiliki lebih dari 40 ribu pengikut di TikTok dengan jumlah *likes* menyentuh angka 156 juta. Konon katanya *sadbor* sendiri merupakan singkatan dari "Saudara Bor". Joget *sadbor* ini awalnya dikenal sebagai joget patuk ayam. Namun setelah viral dan ramai dibahas di sosial media, namanya diubah menjadi joget *sadbor*, seperti nama akun yang pertama kali mempopulerkannya (Rahmadhani, 2024).

Sadbor mulai aktif di TikTok pada 2019-2020, saat pandemic COVID-19 merebak di Indonesia. Ketika itu, akun TikTok nya masih bernama Skibor Halilibor. Selain melalui siaran langsung, Gunawan juga kerap membagikan video menari bersama teman-temannya dengan menunjukkan berbagai

hadiah nominal besar yang pernah dia terima. Bersama timnya, Gunawan juga tak jarang membuat video lucu dengan narasi orang-orang yang ingin melamar kerja di *Sadbor*. Para pelamar kerja itu kemudian diajak menari untuk menghasilkan uang.

Gambar 3.3

Akun TikTok @Sadbor_joget



Sumber Data: Akun TikTok Sadbor, 2024

Sebelum viral di TikTok, siapa sangka Bapak Gunawan merupakan seorang penjahit yang menjajakan jasanya secara keliling di Jakarta hingga menjadi *TikToker* dan mendapatkan banyak *gift* dari penontonnya. Layaknya kehidupan yang tidak selalu berjalan mulus, kehidupan *sadbor* pun dimulai dari tangga yang paling bawah. Pertama kali melakukan *live streaming* di TikTok ia hanya mendapatkan *gift* sebanyak 60 ribu. Setelah mendapatkan

uang 60 ribu tersebut, nampaknya tangga *sadbor* naik lebih tinggi. Dari hasil *live* selanjutnya, dirinya pernah mendapatkan 300-400 ribu jika *live* sendirian, bahkan saat ini ketika bersama banyak orang yang ia ajak, bisa mencapai 7-8 juta per hari (Asep Awaluddin, 2024).

Bapak Gunawan melakukan joget *sadbor* pada *live streaming* TikTok setiap hari dengan durasi kurang lebih 9 jam. Dimulai dari jam 9.00 hingga jam 17.00. Pengguna TikTok sangat antusias untuk menonton *live* tersebut. Bahkan *sadbor* pernah mendapatkan penonton terbanyak yaitu sebanyak 27 ribu penonton dalam sehari (Nugroho, 2024).

Sebagian penonton melihat tayangan mereka merasa geli, dan ada juga yang merasa kasihan. Namun, alasan dibalik konten ini sebenarnya berakae karena ekonomi yang sulit dan desakan hidup. Tak perlu bakat atau investasi besar, hanya butuh telepon genggam dan akses internet. Dengan penghasilan yang berlipat ganda, Gunawan juga mengajak masyarakat kampungnya untuk menjadi TikToker. Beberapa masyarakat yang terkena PHK, petani, pedagang, pengangguran hingga pak RT pun mengikuti langkahnya, mereka mengubah TikTok menjadi panggung virtual tempat mereka berkumpul, dan bahkan hingga sekarang *sadbor* sudah memiliki karyawan sebanyak 300 orang lebih, dan sampai desa tempat tinggalnya disebut sebagai “Kampung TikTok”. Dari 300 orang yang bergabung menjadi karyawannya itu dibagi menjadi 50 akun TikTok dengan jumlah peserta dalam satu kali *live* sekitar 7-10 orang (Asep Awaluddin, 2024).

Fenomena ini sejatinya bukan yang pertama, ada banyak dan jenisnya. Kegiatan ini mirip dengan konten yang juga viral waktu lalu seperti kisah nenek tua yang disiram dalam live tiktok "mandi lumpur". Nampaknya bukan juga yang terakhir, sepanjang akar masalah tidak diselesaikan dari hulu secara cermat dan serius.

Tabel 3.1:

10 Akun Sadbor dan Jumlah Pengikutnya di TikTok Tahun 2024

No.	Nama Akun	Jumlah Pengikut	Jumlah Likes
1.	@Sadbor_Joget	40,9 Ribu	156,3 Ribu
2.	@Covid19	195,8 Ribu	1,8 Juta
3.	@nrlelafarida26	183,4 Ribu	714,7 Ribu
4.	@rohmatbeungek86	79,5 Ribu	351,1 Ribu
5.	@Bozes Beungek86	13,9 Ribu	63,4 Ribu
6.	@Acim mandala	138,8 Ribu	277,2 Ribu
7.	@ceu edoh 86	8,8 Ribu	9,6 Ribu
8.	@hepibor86	166 Ribu	883,3 Ribu
9.	@acim.mandala	139 Ribu	267,5 Ribu
10.	@tatokurap1	261,4 Ribu	2,4 Juta

Mereka melakukan joget *sadbor* pada *live streaming* TikTok setiap hari dengan durasi kurang lebih 9 jam. Dimulai dari jam 9.00 hingga jam 17.00. Pengguna TikTok sangat antusias untuk menonton *live* tersebut. Bahkan *sadbor* pernah mendapatkan penonton terbanyak yaitu sebanyak 27 ribu penonton dalam sehari. Banyak orang yang ikut berpartisipasi didalam forum *live streaming sadbor*. Penonton sangat antusias dan menjadikannya sebagai bentuk hiburan.

Gambar 3.4
Penampakan kampung *Live Streaming* konten *Sadbor*



Sumber Data: <https://images.app.goo.gl/CUauZXjgJvJ3chLZA>, 2024

Dilansir dari (Rahmadhani, 2024), pada Kamis sore yang cerah di Desa Bojongkembar, Kecamatan Sikembar, Sukabumi, Jawa Barat, sebuah jalan setapak ramai dipenuhi warga yang berjoget dengan penuh semangat. Lagu yang mengayun dari sebuah *music boks* mengiringi langkah dan gerakan mereka dan menciptakan suasana penuh kemeriaan. Tidak hanya sekedar berjoget, aksi warga ini merupakan cara mereka meraup rezeki dari dunia maya.

Dibawah naungan pepohonan dan senyum sesama tetangga, beberapa ponsel berjejer di atas tripod, merekam gerakan demi gerakan dengan konsentrasi. Para penari dimulai dari anak muda hingga orang tua, menyelaraskan gerakan mereka dengan irama yang berputar tanpa henti. Tidak ada panggung besar dan pencahayaan mewah, cukup jalan setapak dan semangat warga Bojongkembar untuk menghibur penonton. Setiap gerakan yang mereka lakukan adalah uang. Mereka mendapatkan saweran dari video yang disiarkan langsung disosial media TikTok dan ditonton ribuan netizen dari seluruh Indonesia bahkan luar negeri. Penonton memberikan *gift* atau saweran kepada warga yang berjoget dengan nilai mencapai ratusan ribu setiap

harinya. Semakin semangat berjoget “Ayam patuk” maka akan semakin banyak saweran yang didapatkan.

Gambar 3.5

Joget sadbor pada Live Streaming TikTok



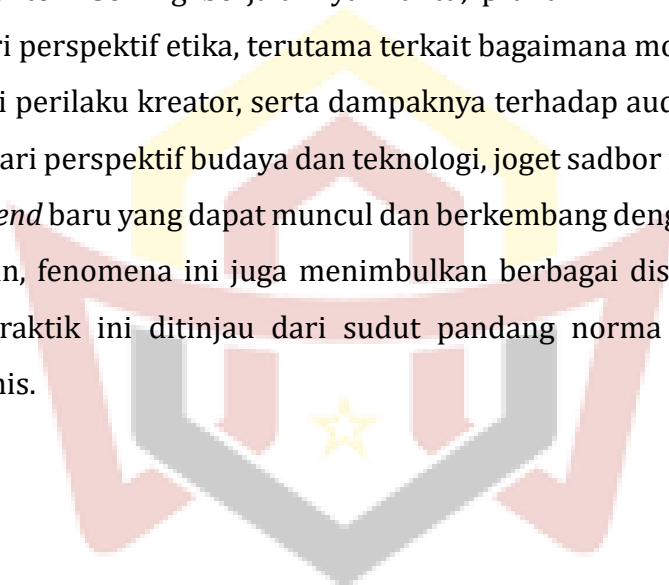
Sumber Data: <https://images.app.goo.gl/Y5ZvUDTGe2iQ1CA48>, 2024

Awal bulan November 2024 kemarin, masyarakat Indonesia dihebohkan dengan penangkapan Gunawan sang pemilik akun *Sadbor*, yang merupakan salah satu *content creator* yang terkenal. Ia dituduh mempromosikan judi *online* pada saat melakukan *live streaming* di aplikasi TikTok. Kasusnya menyita perhatian publik lantaran tersangka sedang viral berkat joget *Sadbor*, yaitu goyangan khas ya yang unik. Tetapi setelah proses penyidikan, polisi justru membebaskan dan menjadikannya duta judi *online* karena terbukti tidak bersalah. Polisi hanya melakukan pengawasan rutin terhadap kegiatan joget pada *live streaming* di aplikais TikTok, agar aksi penyusupan iklan konten dan kegiatan yang ilegal tidak terjadi lagi (Lisa Lindawati, 2025).

Jadi, Joget *sadbor* merupakan fenomena yang berkembang dalam budaya populer, khususnya di *platform live streaming* seperti TikTok. Istilah "*sadbor*" sendiri sering diartikan sebagai kombinasi ekspresi kesedihan (*sad*) dan tingkah laku spontan yang unik (*bor*, yang bisa dihubungkan dengan istilah

lokal tertentu). Joget ini mulai dikenal sebagai bentuk hiburan yang tidak hanya menarik perhatian penonton, tetapi juga sering dikaitkan dengan upaya kreator untuk memperoleh *gift* atau donasi dari audiens.

Fenomena ini memiliki akar dalam budaya digital, di mana interaksi antara kreator konten dan penonton menjadi lebih langsung dan interaktif. Joget sadbor dianggap sebagai cara kreator mengekspresikan diri dengan gaya yang unik dan kadang tidak terduga, yang memancing keingintahuan dan respons penonton. Seiring berjalannya waktu, praktik ini mulai mendapat perhatian dari perspektif etika, terutama terkait bagaimana motivasi finansial memengaruhi perilaku kreator, serta dampaknya terhadap audiens, terutama anak muda. Dari perspektif budaya dan teknologi, joget sadbor mencerminkan bagaimana *trend* baru yang dapat muncul dan berkembang dengan cepat di era digital. Namun, fenomena ini juga menimbulkan berbagai diskusi, termasuk bagaimana praktik ini ditinjau dari sudut pandang norma sosial, agama, dan etika bisnis.



UIN IMAM BONJOL
PADANG