



KONTROVERSI KONTEN VIRAL DAN PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK DI MEDIA DIGITAL: STUDI KASUS RESEPSI AUDIENS TERHADAP KASUS GIVEAWAY WILLIE SALIM

CONTROVERSY OF VIRAL CONTENT AND THE FORMATION OF PUBLIC OPINION IN DIGITAL MEDIA: A CASE STUDY OF AUDIENCE RECEPTION IN THE WILLIE SALIM GIVEAWAY CASE

Natalia Sari Pujiastuti^{1*}, Jovan Sakti Nilnamuna², Dela Kristiyani³,
Fazil Miftakhul Hakim⁴, Nadjuwa Aprilia Wansa⁵, Khasana Puja⁶

^{1*}Universitas Semarang, Email: natalia@usm.ac.id

²Universitas Semarang

³Universitas Semarang

⁴Universitas Semarang

⁵Universitas Semarang, Email: nadjuwaaprillia@gmail.com

⁶Universitas Semarang

*email koresponden: natalia@usm.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.62567/ijosse.v2i2.2593>

Abstrack

This research aims to understand how public opinion is formed on social media regarding the controversy of alleged manipulation of a giveaway program conducted by TikTok creator Willie Salim. The research uses a descriptive qualitative method with the Encoding/Decoding Reception Theory approach by Stuart Hall to see how the public interprets information circulating on various social media platforms. The focus of the research is directed at the difference between the positive image presented in TikTok videos and the behind-the-scenes facts that were later revealed thru the YouTube channel Bang Denny Sumargo Podcast. The research results show that Willie Salim's image as a charitable creator actively helping the community during the 2023–2025 period experienced a decline in trust after allegations emerged that some of the giveaway content was planned or staged. Those contents had previously succeeded in attracting public attention with millions of viewers and hundreds of thousands of likes. Research findings also show that many netizens consider the content as a form of poverty exploitation or poverty porn to gain attention and popularity on social media. The public's reaction was then divided into several groups. Most people are in the opposition position, rejecting and criticizing the action because it is considered dishonest. Others are in a negotiation position, continuing to criticize the lies in the content but still appreciating the assistance given to the community. Meanwhile, the group that fully supports Willie Salim is getting smaller and generally consists of loyal followers who still believe in the creator. This research concludes that the openness of information from various social media platforms has made the audience no longer passive viewers, but more critical in evaluating digital content. This phenomenon also indicates a growing public awareness of the importance of honesty, communication ethics, and moral responsibility in the world of social media.

Keywords: Reception, Public Opinion, Media Controversy, Willie Salim, Poverty Porn. Analysis.



Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana opini publik terbentuk di media sosial terkait kontroversi dugaan manipulasi program giveaway yang dilakukan oleh creator TikTok Willie Salim. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan Teori Resepsi Encoding/Decoding dari Stuart Hall untuk melihat bagaimana Masyarakat menafsirkan informasi yang beredar di berbagai platform media sosial. Fokus penelitian diarahkan perbedaan antara citra positif yang ditampilkan dalam video TikTok dengan fakta di balik layar yang kemudian diungkap melalui kanal YouTube Podcast Bang Denny Sumargo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra Willie Salim sebagai kreator dermawan yang aktif membantu masyarakat selama periode 2023–2025 mengalami penurunan kepercayaan setelah muncul dugaan bahwa sebagian konten giveaway dibuat secara terencana atau settingan. Konten-konten tersebut sebelumnya berhasil menarik perhatian publik dengan jutaan penonton dan ratusan ribu likes. Temuan Penelitian juga memperlihatkan bahwa banyak netizen menganggap konten tersebut sebagai bentuk eksploitasi kemiskinan atau poverty porn demi mendapatkan perhatian dan popularitas di media sosial. Reaksi masyarakat kemudian terbagi menjadi beberapa kelompok. Sebagian besar berada pada posisi oposisi, yaitu menolak dan mengkritik tindakan tersebut karena dianggap tidak jujur. Sebagian lainnya berada pada posisi negosiasi, yaitu tetap mengkritik kebohongan dalam konten tetapi masih menghargai adanya bantuan yang diberikan kepada masyarakat. Sementara itu, kelompok yang sepenuhnya mendukung Willie Salim semakin sedikit dan umumnya berasal dari pengikut setia yang tetap percaya pada sang kreator. Penelitian ini menyimpulkan bahwa terbukanya informasi dari berbagai platform media sosial membuat audiens tidak lagi menjadi penonton pasif, tetapi lebih kritis dalam menilai konten digital. Fenomena ini juga menunjukkan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kejujuran, etika komunikasi, dan tanggung jawab moral dalam dunia media sosial.

Kata Kunci: Resepsi, Opini Publik, Kontroversi Media, Willie Salim, Poverty Porn. Analisis.

1. PENDAHULUAN

Filantropi adalah keinginan untuk membantu orang lain yang diwujudkan dengan amal sosial yang berupa uang atau sesuatu yang bisa membantu. Tindakan ini merupakan tindakan sukarela untuk kepentingan publik (Tania dkk., 2025)

Perkembangan teknologi komunikasi telah mengubah sudut pandang media sosial. Mengalihkan perhatian publik dari media arus utama menuju platform berbasis video pendek seperti tiktok. Dalam arena kompetisi digital yang ketat, para pembuat konten dituntut memformulasikan strategi pesan yang adaptif untuk membangun masa dan memperluas jangkauan pengaruh sosiologis. Salah satu format pesan visual yang terbukti mempercepat dalam menaikkan viralitas adalah visualisasi kedermawanan atau filantropi layar, yang dipresentasikan melalui skema pembagian hadiah (giveaway). Akun tiktok @williesalim muncul sebagai salah satu produsen utama yang mendominasi konten kedermawanan instan ini sepanjang rentang waktu 2023 sampai 2025.

Pada fase awal daya Tarik pesan berupa bagi-bagi uang tunai dan barang mewah tersebut sukses mempengaruhi cara berpikir netizen, membangun pandangan yang humanis, serta merespon positif dari khalayak yang cenderung mengonsumsi teks media secara tekstual. Demikian, aktivitas kedermawanan tersebut lambat laun memicu ketidakpercayaan massal. Evaluasi akademis melalui pendekatan linguistik forensik mengkonfirmasi adanya anomaly



diruang komentar willie salim, yang mulai didominasi oleh ekspresi ketidakpercayaan, cemoahan, hingga ujaran kebencian akibat kecurigaan publik yang mengetahui adanya rekayasa komunikasi. Ketidakpercayaan khalayak ini diperkuat oleh kritik struktural yang menangkap adanya praktik komodifikasi kemiskinan dalam produksi konten tersebut. Realitas sosial berupa kemalangan, kepolosan, serta keterbatasan ekonomi kelompok diposisikan sebagai instrument visual demi memenuhi target performa algoritma platform digital dan akumulasi modal sosial digital creator.

Titik balik dari krisis pengakuan Ini memuncak secara nyata pada 22 januari 2026, ditandai oleh rilisnya tayangan podcast pada saluran You Tube Curhat Bang Denny Sumargo lewat episode *“TERBONGKARNYA!? KATANYA GIVEAWAY TONY CU & WILLIE SALIM CUMA SETTINGAN!?”*. Podcast tersebut mengekspos kesaksian aktor lapangan beserta bukti nyata yang menunjukkan bahwa aksi kedermawanan yang viral selama ini tidak lebih dari sekedar settingan atau rekayasa. Adanya pertentangan antara konten ditiktok willie salim dengan pengungkapan fakta di podcast denny sumargo memicu proses pemaknaan ulang yang meluas dikalangan khalayak.(Curhat Bang Denny, 2026) Penelitian ini signifikan untuk dilaksanakan guna menganalisis bagaimana audiens aktif memproses benturan informasi ini dan bagaiman konstruksi opini publik baru terbentuk di ekosistem digital.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan memahami proses pembentukan opini publik terhadap kontroversi dugaan manipulasi konten giveaway yang dilakukan oleh kreator TikTok Willie Salim. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian berfokus pada pemaknaan, interpretasi, dan respons audiens terhadap fenomena sosial yang berkembang di media digital. Analisis dilakukan dengan menggunakan Teori Resepsi (Encoding/Decoding) Stuart Hall untuk mengidentifikasi bagaimana khalayak menerima, menafsirkan, serta merespons pesan media yang disampaikan melalui berbagai platform digital.

Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari konten video TikTok yang diunggah pada akun @williesalim serta tayangan podcast YouTube Curhat Bang Denny Sumargo berjudul *“TERBONGKARNYA!? KATANYA GIVEAWAY TONY CU & WILLIE SALIM CUMA SETTINGAN!?”* yang dipublikasikan pada Januari 2026. Data sekunder diperoleh dari artikel ilmiah, jurnal, berita daring, dan berbagai referensi yang relevan dengan konsep resepsi audiens, opini publik, filantropi digital, serta fenomena poverty porn.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi nonpartisipan terhadap konten video, dokumentasi digital, dan analisis komentar pengguna pada platform TikTok dan YouTube. Data yang terkumpul kemudian diklasifikasikan berdasarkan tema-tema yang muncul, seperti persepsi terhadap keaslian konten, tingkat kepercayaan publik, kritik terhadap eksploitasi kemiskinan, serta bentuk dukungan maupun penolakan terhadap kreator.

Analisis data dilakukan menggunakan model analisis interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Selanjutnya, data diinterpretasikan



berdasarkan tiga posisi resepsi audiens menurut Stuart Hall, yaitu dominant-hegemonic position, negotiated position, dan oppositional position. Untuk meningkatkan validitas temuan, penelitian menerapkan triangulasi sumber dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai platform media digital dan literatur pendukung. Melalui metode ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai dinamika pembentukan opini publik di era media sosial serta perubahan perilaku audiens dalam menafsirkan konten digital yang kontroversial.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Kronologi Kasus Giveaway

Indikasi awal pergerakan kontroversi kasus giveaway dalam platform digital berakar secara konsisten pada pola produksi pesan yang dijalankan oleh akun Tik Tok @WillieSalim dalam jangka waktu tiga tahun terakhir sejak periode tahun 2023 sampai tahun 2025 dimana format tayangan yang diunggah secara luas mengangkat tema filantropi layar berupa skema pembagian hadiah atau giveaway dengan mengarah kelompok masyarakat marginal seperti pedagang kaki lima, kurir, satpam, dan anak sekolah. Anatomi visual dari keseluruhan konten tersebut di kontruksi melalui pola yang sangat seragam dimana kreator datang membawa tumpukan uang tunai ataupun barang mewah secara umum didepan kamera lalu memberikan tantangan yang sederhana atau dapat memilih pilihan yang menguras emosi subjek sasaran sebelum akhirnya ditutup dengan ekspresi histeris maupun tangisan dari penerima bantuan yang secara instan sukses manipulasi video konten, mengumpulkan akumulasi data digital berupa jutaan suka dan komentar. Dari video konten tersebut berhasil mengunci pandangan yang dominan netizen bahwa aktivitas tersebut merupakan kedermawanan sosial yang terlihat sepenuhnya tulus dan nyata.

Walaupun demikian strategi pesan tersebut berhasil membangun citra humanis yang sangat kokoh dalam jangka waktu yang lama, ketidaksesuaian di balik layar perlahan mulai memicu kecurigaan mendalam di kalangan khayalak aktif yang lebih kritis terutama saat masuk dalam fase ketidakpercayaan pada tahun 2025. Identifikasi awal terhadap kejanggalan ini telah terdeteksi melalui inyteraksi di kolom komentar Tik Tok akun @WilieSalim dimana netizen mulai mengkritisi pola pergerakan kamera yang terkesan penuh rekayasa. Alur percakapan yang tampak kaku seperti diatur scrip dalam balik layar, serta tidak adanya transparansi public yang jelas mengenai apakah hadiah-hadiah tersebut benar diserahkan secara utuh kepada sasaran setelah proses pengambilan video diberhentikan oleh tim. Situasi yang meragukan ini kemudian telah menjadi pergeseran iklim opini publik diruang digital secara perlahan dimana apresiasi dan pujian yang awal mula mendominasi mulai dibanjiri sentimen ketidakpercayaan, ejekan, sehingga munculnya indikasi ujaran kebencian sebagai bentuk respon atas keaslian konten yang dipertanyakan.

Puncak krisis perdebatan publik lintas platform ini akhirnya meledak secara nyata pada tanggal 22 januari 2026 melalui chanel You Tube Curhat Bang Deeny dalam judul *“TERBONGKARNYA!? KATANYA GIVEAWAY TONY CU & WILIE SALIM CUMA SETTINGAN!?”* Yang bertindak sebagai pusat keruntuhan legitimasi kreator karena



menayangkan kesaksian lisan secara transparan dari para mantan aktor serta tim yang terlibat langsung dalam pembuatan video tersebut. Melalui pengakuan di balik layar tersebut, terungkap kebenaran yang menghebohkan ekspetasi khalayak bahwa seluruh program giveaway itu hanyalah sebuah settingan atau rekayasa demi kepentingan ekonomi dan untuk mencapai target performa platform. Adanya temuan bukti nyata bahwa sebagian besar uang tunai yang diserahkan di depan layar di tarik Kembali oleh tim setelah proses pengambilan video selesai, sementara orang tersebut hanya di beri upah jasa akting yang sangat minim. Munculnya fakta perbandingan yang kontras diplatform You Tube ini memutuskan rantai kebohongan publik, ini memicu hancurnya kepercayaan public dan pergerakan perpindahan posisi resepsi khalayak secara besar-besaran dan mengarah pada penolakan yang memunculkan konstruksi opini public baru yang sangat agresif.

b. Analisis Data Konten

Tabel 1. Data konten TikTok

| Bukti Konten | Menjelaskan Isi Konten | Like | Views | Komentar |
|--------------|--|----------|---------|----------|
| | <p>Kesaksian seorang driver Shopee Food (Mas Rizki) yang dimintai mencari pohon pisang demi uang Rp.2 juta. Faktanya, uang Rp.2 juta tersebut hanya diberikan di depan kamera, sementara dibelakang layar uangnya diambil Kembali dan hanya diganti sebesar Rp.500 ribu.</p> | 480,7 rb | 13,1 jt | 7,710 rb |
| | <p>Pemeran figiran diambil dari kampung yang sama secara berulang-ulang dengan peran yang berbeda-beda. Selain itu, skenarionya tidak masuk akal contoh: memakai jaket tebal di pantai demi hadiah Rp. 100 juta , di mana uang tersebut ternyata diminta kembali oleh tim setelah kamera mati dan hanya diganti ratusan ribu rupiah.</p> | 621,1 rb | 14,3 jt | 20 rb |



| | | | | |
|--|---|---|---|--|
| | <p>Konten penuh pro dan kontra terkait pemenuhan ekspektasi. Awalnya penonton dan target (seorang ibu) diarahkan seolah-olah akan mendapat motor PCX, namun akhirnya Willie Salim memilih melunasi utang si ibu yang nominalnya jauh lebih kecil. Konten ini memicu perdebatan mengenai ketulusan bantuan versus <i>framing</i> demi <i>gimmick</i> agar viral.</p> | <p>3,7 jt</p> | <p>14,3 jt</p> | <p>83,2 rb</p> |
| | <p>Temuan kemiripan pada dua konten borong dagangan (pedagang batagor dan pedagang es). Kedua video tersebut menggunakan penjual yang sama persis dengan gerobak serta peralatan yang tampak baru, sehingga memicu kecurigaan kuat bahwa konten tersebut sepenuhnya settingan.</p> | <p>Gambar atas 264 rb Gambar bawah 1,7 jt</p> | <p>Gambar atas 12,1 jt Gambar bawah 53,8 jt</p> | <p>Gambar atas 6,829 rb Gambar bawah 11,1 rb</p> |

Tabel 2. Data Konten You Tube

| Bukti data konten | Komentar positif | Komentar negatif | Komentar netral |
|-------------------|------------------|------------------|-----------------|
| | <p>20%</p> | <p>60%</p> | <p>20%</p> |



c. Analisis Resepsi Audiens

Berdasarkan visualisasi benturan data lintas platform serta akumulasi matrik interaksi digital yang sangat luas pada objek amatan, dimana tampilan tayangan video pertama mampu menembus angka hingga 13,1 juta views dengan perolehan 480,7 ribu like serta dibanjiri oleh 7,710 ribu komentar dari netizen. Kemudian disusul oleh video kedua dengan total 14,3 juta views, 621,1 ribu like, serta 20 ribu komentar. Pada video ketiga mencapai 14,3 juta views, 3,7 juta like, serta 83,2 ribu komentar, yang kemudian disusul dua video keempat yang berisi konten dengan dua orang yang sama mencapai 12,1 juta views, 264 ribu like, 6,829 ribu komentar untuk video pertama serta 53,8 juta views, 1,7 juta like, 11,1 ribu komentar. Proses penafsiran atau penyandingan balik decoding khalayak terhadap pemikiran ini terbukti tidak bergerak secara linier, tetapi mengalami polarisasi yang sangat tajam dan dinamis. Jika menggunakan landasan teori resepsi Stuart Hall, opini publik yang memuncak diruang media sosial setelah rilisnya video pembongkaran fakta oleh chanel You Tube Curhat Bang Denny didominasi secara bebas oleh *posisi oposisi (oppositional position)* sebagai bentuk perlawanan masa. Netizen secara sadar menolak keseluruhan narasi kedermawanan yang diproduksi oleh akun Tik Tok @WillieSalim dan melakukan pembongkaran pesan secara kritis karena merasa ekspetasi netizen telah dihancurkan oleh adanya video yang oenuh dengan settingan. Sejalan dengan temuan *Jocubus & Candraningrum (2025)* mengenai adanya ketidakpercayaan di media sosial, posisi oposisional ini terwujud secara nyata melalui puluhan ribu komentar kritis, ejekan, hingga ungkapan ketidakpercayaan, dimana netizen tidak lagi memosisikan diri sebagai konsumen pasif melainkan telah berubah menjadi kritikus media yang secara agresif. hal ini digunakan untuk mengutuk pemanfaatan penderitaan masyarakat marginal demi keuntungan konten yang telah mengabaikan nilai kemanusiaan.

Diluar arus utama penolakan tersebut, analisis terhadap ribuan interaksi digital juga menunjukkan adanya kelompok audiens yang mengambil sikap negosiasi dalam memahami konten tersebut. Khalayak yang berada pada posisi kompromi ini biasanya memiliki pemahaman digital yang cukup baik, sehingga mereka bisa mengenal dan memahami bahwa semua program bagi-bagi hadiah yang muncul dilayar handphone sejak awal kemunculanya dipenuhi kebohongan, pengaturan kamera, dan dirancang khusus untuk mencapai target algoritma pladtform digital. Namun, dengan mengacu pada model decoding oleh Stuart Hall, mereka memilih untuk menetapkan batas toleransi sendiri berdasarkan prinsip manfaat praktis di lapangan dengan alasan bahwa meskipun isi konten terbukti merupakan hasil manipulasi dari pihak tertentumasyarakat yang kurang beruntung menjadi objek visual tetap mendapatkan kompensasi materi atau dukungan finansial secara nyata. Pandangan negosiasi ini mencerminkan adanya ruang pragmatism sosial dalam pikiran pengguna internet, dimana mereka mengkritik kebohongan dari skenario tersebut namun tetap menghargai distribusi bantuan ekonomi yang terjadi sehingga posisi ini berfungsi sebagai penghubung diantara perbedaan pandangan public yang sedang memanas.

Sebaliknya, posisi dominan-hegemonik (*dominan-hegemonic position*) yang pada awal masa tahun 2023 sampai tahun 2025 menguasai sepenuhnya ruang opini publik digital mengalami penurunan yang sangat signifikan setelah terungkapnya kasus secara jelas.



Kelompok yang masih bertahan pada posisi hegemonik ini didominasi oleh pengikut yang fanatik dari creator yang lebih memilih untuk mengabaikan bukti nyata dari podcast yang telah ditelusuri maupun analisis sosiologis terkait kemiskinan yang dijelaskan oleh *Azizah Haryadi, & Masrukin (2025)*. Publik dalam kelompok ini sepenuhnya menyesuaikan pemikiran mereka dengan norma moral yang dihasilkan oleh creator, dengan menyakini bahwa motif utama pembuatan konten adalah tindakan sukarela untuk membantu orang lain. Sementara itu, segala bentuk pembongkaran kenyataan palsu yang berasal dari luar platform Tik Tok dianggap sebagai kampanye negative yang sengaja disebar oleh pihak luar untuk merusak reputasi digital akun @WillieSalim. Berdasarkan perspektif pembentukan ekspektasi audiens dari *Augusta & Rahmadiva (2025)*, keberadaan kelompok ini menunjukkan fanatisme yang dapat membatasi kemampuan kritis setiap individu, sehingga meskipun dihadapkan pada fakta yang berbeda mereka tetap mengonsumsi pesan media tersebut secara nyata tanpa melakukan analisis lebih mendalam.

d. Hasil

Hasil dari ini membuktikan secara menyeluruh terjadi hilangnya kepercayaan publik yang sangat luas terhadap kredibilitas akun Tik Tok @WillieSalim sebagai dampak langsung dari pengungkapan fakta transparan oleh chanel You Tube Curhat Bang Denny. Melalui rekonstruksi kronologi yang terperinci, ditemukan bahwa runtuhnya citra positif kreator tersebut tidak terjadi secara tiba-tiba, melainkan melalui akumulasi public digital yang puncaknya setelah bukti settingan tersebut diungkap oleh mantan pelaku yang pernah terlibat. Dengan data komentar dan visual pada objek yang diamati ini menunjukkan bahwa format tayangan filantropi yang di awalnya di persepsikan secara hegemonik sebagai aksi kedermawanan bahkan berhasil memanfaatkan algoritma platform untuk mencapai pesan interaksi yang sangat memukau, dengan 13,1 juta hingga 14,3 juta penayangan dan ratusan ribu like merupakan wujud nyata dari praktik komodifikasi kemiskinan untuk mengejar keuntungan finansial agency dan pencapaian performa pesan di media sosial.

Dampak sosial dari ketidakselarasan informasi antar platform tersebut mengubah pandangan public di media sosial. Melalui perubahan bagaimana cara masyarakat memahami dan menafsirkan informasi, berdasarkan teori penerimaan yang diusulkan oleh Stuart Hall. Hasil dari analisis komentar telah menunjukkan adanya perpindahan secara besar-besaran oleh netizen dari sudut pandang dominan yang sebelumnya menerima informasi kini menjadi menjadi pandangan umum setelah terjadinya pengungkapan kasus tersebut. Hilangnya harapan akan kejujuran dari para penonton ini terlihat melalui naiknya perlawanan di media sosial. Hal ini ditandai dengan ribuan ungkapan ketidakpercayaan, ejekan, dan kritik dikolom komentar. Disebabkan oleh perasaan tertipu oleh konten yang tidak pasti. Disisi lain, keberadaan netizen mencoba untuk mencari titik temu antara hujatan terhadap kebohongan namun tetap memahami adanya penyebaran informasi di masyarakat. sementara itu, hanya tersisa kelompok fanatik yang kemampuan berpikir kritisnya terbatas oleh loyalitas yang tidak masuk akal terhadap pembuat konten.

Melalui rangkaian analisis data tersebut, bahawa integrasi visual lintas platform (Tik Tok dan You Tube) telah merubah karakter audiens media baru dari sekedar ,menerima pesan yang



pasif menjadi kritikus yang pintar dan agresif. temuan ini menegaskan bahwa di era digital multiperspektif, citra positif yang dibangun melalui pencitraan sosial tidak akan dapat bertahan lama ketika dihadapkan pada keterbukaan informasi dan ruang diskusi digital. Pada akhirnya pembentukan opini public baru dalam kasus ini bukan hanya merupakan refleksi dari kekecewaan terhadap akun Tik Tok @WillieSalim, tetapi juga merupakan gerakan kemampuan analisis kritis dari netizen yang menuntut penegakan nilai-nilai kejujuran, etika komunikasi, dan moralitas dalam setiap produksi konten di media digital.

4. KESIMPULAN

Dari keseluruhan analisis kualitatif deskriptif yang dilakukan terhadap pembahasan yang melibatkan di berbagai platform, penelitian ini menemukan bahwa kontroversi terkait manipulasi giveaway di akun TikTok @williesalim telah mengakibatkan perubahan mendalam dalam cara opini publik terbentuk di dunia maya. Ini terjadi akibat runtuhnya citra positif kreator yang telah dibangun selama tahun 2023 hingga 2025 melalui pendekatan pesan filantropi di layar. Meskipun di awal penggunaan strategi pembuatan konten mediana berhasil mengeksploitasi algoritma video pendek secara kuat terbukti dari angka interaksi yang luar biasa, mulai dari 13,1 juta hingga 14,3 juta tayangan serta ratusan ribu like pada objek yang diteliti, fakta yang terungkap setelah dirilisnya video investigasi oleh saluran YouTube Curhat Bang Denny Sumargo menunjukkan secara sah adanya praktik eksploitasi kemiskinan. Kesengsaraan dan kepolosan masyarakat bawah terbukti telah dimanipulasi dan digunakan untuk mencapai target kinerja algoritma platform serta akumulasi keuntungan komersial oleh agen, melalui scenario yang direkayasa, di mana Sebagian besar uang tunai yang distribusikan secara dramatik di depan kamera akan ditarik Kembali oleh tim asisten setelah pengambilan.

Konsekuensi sosiologis dari benturan pesan yang sangat berbeda ini secara resmi menghentikan penyerapan informasi dan menyebabkan polarisasi tajam dalam cara audiens digital aktif menafsirkan pesan, menunjuk pada Teori Resepsi Stuart Hall. Kini, ruang opini baru sepenuhnya dikuasai oleh posisi oposisi yang memperlihatkan perlawanan di dunia maya melalui ribuan komentar negatif dan ujaran kebencian sebagai respons atas ekspektasi kejujuran yang hancur akibat merasa ditipu oleh tindakan kedermawanan yang tidak tulus. Di sisi lain, beberapa netizen berposisi pada negoisasi sebagai bentuk pragmatisme digital yang mengancam kebohongan dalam skenario sambal tetap memandang positif terhadap adanya bantuan materi atau upah untuk mereka yang terlibat langsung. Sementara itu, posisi dominan-hegemonik mengalami penurunan drastis dan hanya menyiksakan kelompok pengikut fanatik yang tidak kritis dan memiliki loyalitas buta, serta menganggap pengungkapan fakta tersebut sebagai upaya merusak reputasi dari pihak luar. Pada akhirnya, penelitian visual lintas platform telah merubah karakter audiens dalam media baru, dari yang dulunya pasif sebagai konsumen pesan menjadi aktif sebagai pengkritik media, serta menciptakan gerakan literasi kritis kolektif dari netizen yang menuntut penerapan nilai kejujuran, etika komunikasi, dan moralitas dalam semua aspek produksi konten di ekosistem media digital modern.



5. DAFTAR PUSTAKA

- Augusta, D., & Rahmadiva, L. A. (2025). Analisis Resepsi Penonton terhadap Keunikan Iklan Denny Sumargo dalam Media Sosial pada Generasi X.
- Curhat Bang Denny. (2026). "TERBONGKARNYA!? KATANYA GIVEAWAY TONY CU & WILLIE SALIM CUMA SETTINGAN!?". 22 Januari. <https://youtu.be/UeqoWOWmdHM?si=uo3uC-uZa-PCcQc3>
- Jacobus, G. A., & Candraningrum, D. A. (2025). Analisis Resepsi Konten Berbagi Uang di Akun TikTok @ Williesalim. 199–206.
- Jurnal, S., Sosial, I., Youtube, K., & Salim, W. (2025). Poverty Porn dalam Filantropi Digital (Studi Literatur pada. 4(4), 1052–1063. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v4i4.5881>
- Tania dkk., 2025. (2025). Poverty Porn dalam Filantropi Digital (Studi Literatur pada. 4(4), 1052–1063. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v4i4.5881>