

**TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP INCOME KONTEN
KREATOR TIKTOK SEBAGAI SUMBER PENGHASILAN**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)
Dalam Bidang Hukum Ekonomi Syariah*

Oleh:

**RISPAN RITONGA
2010200032**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2024**

**TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP *INCOME* KONTEN
KREATOR TIKTOK SEBAGAI SUMBER PENGHASILAN**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)
Dalam Bidang Hukum Ekonomi Syariah*

Oleh:

**RISPAN RITONGA
2010200032**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2024

**TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP *INCOME*
KONTEN KREATOR TIKTOK SEBAGAI SUMBER PENGHASILAN**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)
Dalam Bidang Hukum Ekonomi Syariah*

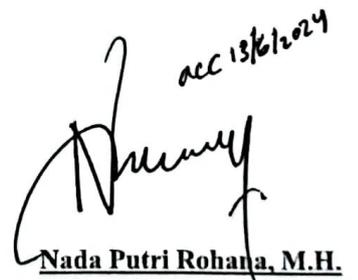
Oleh:
RISPAN RITONGA
(2010200032)

PEMBIMBING I



Prof. Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag.
NIP: 19731128 200112 1 001009

PEMBIMBING II



Nada Putri Rohana, M.H.
NIP: 19960210 202012 2 00

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD AD-DARY
PADANGSIDIMPUAN**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022
Website : fasih.uinsyahad.ac.id

Hal : Lampiran Skripsi
A.n. Rispan Ritonga
Lampiran : 7 (tujuh Eksamplar)

Padangsidimpuan, Agustus 2024

Kepada Yth:
Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum
UIN SYAHADA Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

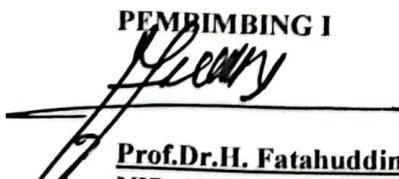
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi Rispan Ritonga berjudul "TINJAUAN HUKUM EKEONOMI SYARIAH TERHADAP *INCOME* KONTEN KREATOR TIKTOK SEBAGAI SUMBER PENGHASILAN . Oleh karena itu, kami menyatakan bahwa skripsi ini telah memenuhi syarat Untuk memenuhi tugas dan persyaratan dalam meraih gelar Sarjana Hukum (S.H) di bidang Hukum Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Dengan demikian, mahasiswa yang bersangkutan sudah layak untuk mengikuti sidang munaqasyah guna mempertanggungjawabkan skripsinya.

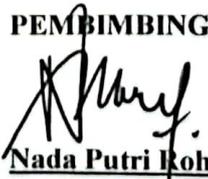
Demikian informasi ini kami sampaikan. Kami berharap Anda dapat memakluminya dan mengucapkan terima kasih atas perhatian Anda.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I


Prof. Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar M. Ag
NIP. 19731128 200112 1 001009

PEMBIMBING II


Nada Putri Rohana M.H
NIP. 19960210 202012 2 009

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Saya bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rispan Ritonga

NIM : 2010200032

Fakultas/Prodi : Syariah dan Ilmu Hukum/ Hukum Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap
Income Konten Kreator TikTok Sebagai Sumber
Penghasilan.

Dengan ini, saya menyatakan bahwa skripsi yang saya serahkan merupakan hasil karya orisinal dari diri saya sendiri. Saya memastikan bahwa tidak ada karya atau pendapat dari pihak lain yang saya gunakan dalam skripsi ini, kecuali sebagai referensi atau kutipan yang sesuai dengan aturan penulisan ilmiah yang berlaku. Saya mengambil pernyataan ini dengan sungguh-sungguh. Jika di masa depan terungkap ada penyimpangan atau ketidakakuratan dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima konsekuensi sesuai dengan Pasal 19 ayat 4 Kode Etik Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidempuan, termasuk pencabutan gelar akademik dan sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Padangsidempuan, Agustus 2024

Menyatakan



Rispan Ritonga

NIM: 2010200032

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rispan Ritonga
Nim : 2010200032
Jurusan : Hukum Ekonomi syariah
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum
Jenis Karya : Skripsi

Untuk tujuan pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif atas karya ilmiah saya berjudul " Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap *Income* Konten Kreator TikTok Sebagai Sumber Penghasilan., Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak untuk menyimpan, mengonversi media/format, mengelola dalam bentuk basis data, merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya, dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan pemegang hak cipta.

Demikian Ini adalah pernyataan yang saya buat dengan sepenuh hati.

Dibuat di Padangsidempuan

Pada tanggal Agustus 2024

Menyatakan,

5FE7CALX246586934

Rispan Ritonga
NIM. 2010200032



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM
Jln. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733 Tlp (0634) 22080, Fax (0634) 24022
Website: <http://fasih.uinsyahada.ac.id> email: fasih@uinsyahada.ac.id

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Rispan Ritonga
NIM : 2010200032
Judul Skripsi : Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap *INCOME* Konten Kreator
TikTok Sebagai Sumber Penghasilan.

Ketua

Dr. H. Zul Anwar Ajim Harahap, M.A.
NIP. 19770506200501 1 006

Sekretaris

Nur Azizah, M.A.
NIP. 19780802 199803 2 002

Anggota

Dr. H. Zul Anwar Ajim Harahap, M.A.
NIP. 19770506 200501 1 006

Nur Azizah, M.A.
NIP. 19780802 199803 2 002

Nada Putri Rohana, M.H.
NIP. 19960210 202012 2 009

Darania Anisa, S.H.I., M.H.
NIP. 19930305 2012 2012

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Jumat, 12 Juli 2024
Pukul : 09.00 s/d 11.30 WIB
Hasil/ Nilai : 78,5 (B)
Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) : 3,45 (Tiga koma empat puluh lima)
Predikat : Sangat Memuaskan



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Kota Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faksimili (0634) 24022
Website : <https://fasih.uinsyahada.ac.id> Email : fasih@uinsyahada.ac.id

PENGESAHAN

Nomor: B - 130 /Un.28/D/PP.00.9/08/2024

JUDUL SKRIPSI : Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap
INCOME Konten Kreator TikTok Sebagai
Sumber Penghasilan
NAMA : Rispan Ritonga
NIM : 2010200032

Telah dapat diterima untuk memenuhi
syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Hukum (S.H)

Padangsidimpuan, 02 Agustus 2024
Dekan,



Prof. Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag.
NIP 197311282001121001

ABSTRAK

Di zaman modern ini, teknologi komunikasi sangat vital bagi banyak orang di seluruh dunia. Salah satu teknologi yang berkembang cepat adalah media sosial. TikTok, sebuah aplikasi media sosial, telah menjadi sangat populer di masyarakat, menawarkan fitur pembuatan video, live streaming, dan potensi penghasilan. Hal ini merupakan fenomena baru di masyarakat, sehingga diperlukan penelitian untuk memahami proses perolehan penghasilan dari pembuatan video dan live streaming serta apakah hal tersebut sesuai dengan etika bisnis Islam.

Penelitian ini menyoroti bagaimana cara mendapatkan penghasilan dan melakukan live streaming di aplikasi TikTok, serta meninjau hal tersebut dari sudut pandang etika bisnis Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi etika bisnis Islam dalam konteks penghasilan dari konten dan live streaming di TikTok. Metode penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan dimana peneliti mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dari konten kreator TikTok di Tapanuli Selatan. Data yang terkumpul akan dianalisis melalui proses verifikasi dan sistematisasi untuk memahami proses mendapatkan penghasilan dan mengevaluasinya menurut prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

Penelitian menemukan bahwa konten kreator di Tapanuli Selatan mendapatkan penghasilan dari konten dan live streaming di TikTok. Pendapatan ini diperoleh ketika host talent melakukan live streaming dan pengikut yang terhibur memberikan hadiah virtual secara sukarela. Tidak ada paksaan dari TikTok atau host talent untuk meminta hadiah dari penonton. Menurut hukum Ekonomi Islam, penghasilan dari live streaming halal karena sesuai dengan ketentuan Allah SWT dalam Q.S. Yusuf ayat 72, serta memenuhi rukun dan syarat yang ditetapkan, tanpa unsur paksaan. Namun, penghasilan ini menjadi tidak diperbolehkan jika kontennya mengandung unsur negatif seperti pornografi, karena tidak memenuhi syarat yang ada. Maka TikTokers Tapanuli Selatan yang satu sudah memenuhi syarat etika bisnis islam tetapi masih ada TikTokers yang belum memenuhi etika bisnis islam.

Kata Kunci : Etika Bisnis Islam, *Live Streaming*, Penghasilan.

KATAPENGANTAR



Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan hidayah, taufik, dan rahmat-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi berjudul “ **Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap *Income* Konten Kreator TikTok Sebagai Sumber Penghasilan**”. Semoga shalawat dan salam selalu dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarganya, sahabat-sahabatnya, dan para pengikutnya, dengan harapan selalu mendapat cahaya Ilahi yang diteruskan olehnya hingga akhir zaman. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua yang telah membantu dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan beserta jajarannya.
2. Bapak Prof. Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag, sebagai Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Beserta jajarannya
3. Bapak Nurhotia Harahap, M.H.,S.H.I., sebagai Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan
4. Bapak Prof. Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag, sebagai Pembimbing I dan Ibu, Nada Putri Rohana, M.H. sebagai Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Kepada segenap Dosen Hukum Ekonomi Syariah yang memberikan nasehat kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen, serta karyawan di lingkungan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
7. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum, sebagai Kepala Perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang telah membekali berbagai ilmu pengetahuan dan buku-buku pendukung
8. Ucapan terima kasih yang paling istimewa ditujukan kepada Ayahanda tercinta, Sobar Ritonga, dan Ibunda tersayang, Masdeli Simanjuntak, yang telah membesarkan, mendidik, membimbing, dan memotivasi penulis hingga menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi. Juga kepada saudara-saudari tercinta, adik Fitri Ritonga dan Elsa Ritonga, yang selalu memberikan dukungan dan semangat besar dalam menyelesaikan program S1 ini.
9. Ungkapan terima kasih juga kepada keluarga besar dari Ayahanda dan keluarga besar Ibunda, Sepupu, Keponakan yang telah membantu dan memberikan semangat kepada peneliti baik material maupun doa.
10. Ungkapan Terimakasih kepada para sahabat dan kawan tercinta seperjuangan Prodi Hukum Ekonomi Syariah dan kawan yang telah memberikan motivasi yang sangat indah yang tidak bisa di balas dengan kata kata yaitu kepada kawan saya ,Miftah, Naufal akram, Rahmat, Sahrul, Asrim,Rahmad Hidayat,Amir Saoloan,Alfan Risky dengan rasa cinta dan dukungan yang tidak bisa saya balas dengan kata kata hingga perbuatan kecuali Doa yang selalu di panjatkan setiap sholat agar mereka sukses hingga menempuh hidup yang bahagia di kehidupan hari nanti.

11. Seluruh rekan-rekan mahasiswa prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Angkatan 2020 yang telah memberikan motivasi, bantuan dan dorongan baik moral maupun materil dalam menyelesaikan pendidikan strata satu ini.
12. Dan seluruh kakak/ Abang senior, adek-adek mahasiswa Prodi Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2019, angkatan 2021 dan angkatan 2022 yang memberikan semangat dan memberikan arahan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.

Terakhir, dengan penuh keyakinan dan doa kepada Allah SWT, penulis berharap agar skripsi ini memberikan manfaat yang besar bagi diri sendiri, para pembaca, dan masyarakat secara umum.

Padangsidempuan, Juli 2024

Penulis,

RISPAN RITONGA
NIM. 2010200032

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan dalam bahasa Arab yang dilambangkan dengan huruf Arab memiliki representasi dalam sistem transliterasi Latin. Beberapa bunyi dalam bahasa Arab direpresentasikan dengan huruf tunggal, beberapa dengan tanda diakritik, dan yang lainnya dengan kombinasi huruf dan tanda. Berikut ini adalah daftar huruf Arab beserta cara penulisan Latinnya. Yaitu:

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ya
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)

ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	ء	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	ء	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	zet (dengan titik di atas)

ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

2 Vokal

Vokal dalam bahasa Arab memiliki kesamaan dengan vokal dalam bahasa Indonesia, yaitu terdiri dari vokal tunggal (monoftong), vokal rangkap (diftong), dan vokal panjang.

- a. Vokal tunggal dalam bahasa Arab adalah vokal yang diwakili oleh tanda atau harakat, dan transliterasinya adalahh sebagai berikut:

Tanda	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
—	fathah	A	A
— /	Kasrah	I	I
— o	dommah	U	U

- b. Vokal Rangkap dalam bahasa Arab merupakan kombinasi antara tanda harakat (harkat) dan huruf. Berikut ini adalah transliterasi dari vokal rangkap tersebut:

Tanda dan Huruf	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ي —	fathah dan ya	Ai	a dan i
و —	fathah dan wau	Au	a dan u

- c. Vokal panjang adalah vokal panjang bahasa Arab yang lambangnya berupa harkat, huruf dan tanda, transliterasinya adalah sebagai berikut:

Tanda	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا 	fathah dan alif	A	A
ي 	kasrah dan ya	I	I
و 	dommah dan wau	U	U

3 Ta Marbutah

Terdapat dua jenis Transliterasi Ta Marbutah l. Ta Marbutah hidup, yang memiliki harakat (fathah, kasrah, atau dommah), ditulis sebagai /t/. Ta Marbutah mati, yang memiliki sukun, ditulis sebagai /h/. Jika Ta Marbutah diikuti oleh kata dengan artikel "al" dan keduanya dibaca terpisah, maka Ta Marbutah tersebut ditulis sebagai "ha" (h).

4 Syaddah (Tasydid)

Tanda syaddah atau tasydid dalam tulisan Arab dikenali dengan tanda khusus, yang di dalam sistem transliterasi diwakili dengan menggandakan huruf yang memiliki tanda syaddah tersebut.

5 Kata Sandang

Dalam tulisan Arab, kata sandang dilambangkan dengan huruf *ﺝ*. Dalam transliterasi, kata sandang ini dibedakan tergantung apakah diikuti oleh huruf syamsiah atau huruf qamariah. Jika diikuti oleh huruf syamsiah,

transliterasinya menggunakan huruf yang sama dengan huruf syamsiah yang mengikutinya. Jika diikuti oleh huruf qamariah, transliterasinya tetap menggunakan aturan standar dengan bunyi yang dipertahankan.

6 Hamzah

Dalam sistem transliterasi dari bahasa Arab ke Latin, penggunaan apostrof untuk hamzah terbatas pada posisinya di tengah atau akhir kata. Hamzah yang terletak di awal kata tidak memerlukan transliterasi khusus karena dalam alfabet Arab, posisi ini sudah ditandai dengan huruf alif.

7 Penulisan Kata

Biasanya, setiap kata dalam bahasa Arab, baik itu fi'il, isim, maupun huruf, ditulis secara terpisah. Namun, ada beberapa kata tertentu yang dalam penulisan Arab sering digabungkan dengan kata lain karena kehilangan huruf atau harakatnya. Dalam proses transliterasi, dapat dilakukan dengan dua pendekatan: menuliskannya secara terpisah atau menggabungkannya.

8 Huruf Kapital

Dalam penulisan Arab yang menggunakan kata sandang, huruf kapital tidak digunakan. Namun, dalam transliterasi Menurut pedoman Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan (EYD), huruf kapital digunakan untuk menandai huruf pertama dalam nama-nama diri dan pada awal kalimat. Ketika sebuah nama diri dimulai dengan kata sandang, huruf kapital tetap ditempatkan pada huruf awal nama diri tersebut, bukan pada huruf awal kata sandang itu sendiri. Penggunaan huruf kapital untuk kata "Allah" hanya berlaku jika tulisan Arabnya lengkap. Dalam transliterasi di mana kata "Allah" digabungkan dengan kata lain sehingga

terjadi penghilangan huruf atau harakat tertentu, prinsip penggunaan huruf kapital tidak diterapkan.

9 Tajwid

Pedoman transliterasi adalah sesuatu yang penting untuk memahami tajwid terutama Bagi yang ingin membaca dengan fasih, . Oleh karena itu, keakuratan dalam transliterasi harus selalu dipertimbangkan bersama dengan prinsip-prinsip tajwid untuk memastikan keahlian dalam membaca dengan benar secara fonetis dan sesuai dengan tata bahasa yang tepat.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMING

SURAT PERYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

SURAT BERITA SIDANG MUNAQSAH

PENGESAHAN DEKAN

ABSTRAK i

KATA PENGANTAR..... ii

PEDOMAN TARSLITERASI v

DAFTAR ISI..... xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Fokus Masalah.....	9
C. Batasan Istilah	9
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian	11

BAB II LANDASAN TEORI

A. Etika Bisnis Islam	12
B. Asar Hukum Etika Bisnis Islam	14
C. Prinsip-prinsip Dasar Etika Bisnis Islam	15
D. TikTokers.....	20
E. Konten Kreator TiKTok.....	22
F. Konten Kreator Dalam Pandangan Hukum Islam	23
G. TikTok.....	32
H. Penggunaan Aplikasi TikTok	36
I. Manfaat Aplikasi TikTok.....	37
J. Dampak negatif Penggunaan Aplikasi TikTok.....	39
K. Penelitian Terdahulu	40

BAB III METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	43
B. Pendekatan Penelitian.....	43
C. Waktu dan Tempat Penelitian	44
D. Subjek Penelitian.....	44
E. Sumber Data	44
F. Teknis Pengumpulan Data.....	44
G. Teknik pengecetan pengabsahan Data	45
H. Teknis Analisis Data	46
I. Sistematika pembahasan.....	46

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Profil TikTok	48
1. Ilman Sakti Siregar.....	48
2. Umami Yanti Saparisda	49
B. Mekanisme Pembuatan Konten Kreator TikTok.....	50
C. Mekanisme Sumber Penghasilan.....	52
D. Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Konten Kreator TikTok sebagai Sumber penghasilan	54

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	59
B. Saran.....	60

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan teknologi yang pesat dewasa ini telah mengubah lanskap kehidupan manusia secara menyeluruh. Salah satu dampak utamanya adalah kemajuan yang signifikan dalam bidang informasi dan komunikasi. Hal ini terutama disebabkan oleh kemunculan internet dan media sosial, yang tidak hanya memfasilitasi komunikasi global dalam hitungan detik, tetapi juga memungkinkan manusia untuk terhubung, berbagi informasi, dan menjalankan aktivitas ekonomi dengan cara yang lebih efisien dan cepat.

Dalam konteks transaksi dan kebutuhan sehari-hari, teknologi ini memainkan peran penting dengan menyediakan akses yang mudah dan cepat melalui telepon genggam yang dilengkapi dengan kualitas jaringan internet yang baik. Pengguna dapat dengan mudah mengunduh aplikasi-aplikasi terbaru dari Play Store secara gratis, yang tidak hanya menyediakan solusi untuk kebutuhan sehari-hari, tetapi juga membuka peluang untuk menciptakan penghasilan tambahan melalui berbagai program online.

TikTok telah menjadi fenomena di dunia aplikasi smartphone, memungkinkan pengguna untuk berkreasi dengan video-video pendek yang kreatif, baik itu melalui tarian, gaya kreatif, musik, atau unjuk bakat lainnya. Aplikasi ini tidak hanya menjadi platform untuk berekspresi secara visual, tetapi juga menjadi sumber potensial penghasilan bagi para penggunanya.

Pada awalnya, penghasilan dari TikTok umumnya terbatas pada influencer yang memiliki jumlah pengikut dan tampilan yang signifikan. Mereka sering kali memanfaatkan popularitas mereka untuk menawarkan promosi berbayar kepada merek dan agensi. Namun, dengan perkembangan aplikasi ini, setiap pengguna yang mengunduh TikTok kini memiliki kesempatan untuk menghasilkan uang. Hal ini mendorong banyak orang untuk aktif mengunduh aplikasi ini dengan harapan mendapatkan penghasilan tambahan dari konten yang mereka buat.

Keberhasilan TikTok dalam menarik banyak pengguna juga tercermin dari peningkatan rating aplikasi ini. Semakin banyak orang yang menggunakan TikTok untuk menciptakan konten kreatif dan memanfaatkan potensi monetisasi, semakin tinggi juga rating dan popularitas aplikasi ini. Dengan demikian, TikTok tidak hanya menjadi platform untuk hiburan dan ekspresi kreatif, tetapi juga menjadi bagian penting dalam ekosistem digital yang memberikan peluang baru dalam dunia sosial media dan ekonomi digital.

Di era digital yang terus berkembang ini, platform media sosial seperti TikTok telah menjadi tempat yang sangat populer bagi para kreator konten untuk mengekspresikan kreativitas mereka kepada masyarakat luas. Para kreator konten TikTok adalah individu yang aktif menciptakan dan membagikan berbagai jenis konten, seperti tarian, lip sync, tutorial, dan cerita inspirasional. Konten-konten ini sering kali berhasil menarik banyak pengikut dan bisa menjadi sumber pendapatan yang signifikan bagi mereka.

Namun, dalam konteks agama Islam, baik hukum maupun etika bisnis memainkan peran penting dalam mengatur bagaimana para kreator konten TikTok menjalankan bisnis dan mencari penghasilan. Islam tidak hanya merupakan agama, tetapi juga sistem yang menyediakan panduan etis dan hukum yang mengatur berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis.¹

TikTok telah meraih popularitas luar biasa sebagai salah satu aplikasi media sosial terpopuler di dunia, terutama di kalangan generasi muda. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk membuat video pendek dengan berbagai efek dan musik yang menarik. Dalam beberapa tahun terakhir, TikTok telah menjadi fenomena global yang mengubah dinamika interaksi sosial melalui media digital. Platform ini tidak hanya menjadi sarana bagi banyak kreator konten untuk mengekspresikan kreativitas mereka, tetapi juga untuk menghasilkan pendapatan dari konten yang mereka buat.

Namun, kepopuleran TikTok juga memunculkan beberapa isu yang perlu dipertimbangkan, seperti konten yang tidak senonoh dan masalah privasi. Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian yang mendalam untuk mengevaluasi bagaimana penghasilan dari konten kreator di TikTok dapat dipahami dari sudut pandang hukum ekonomi Syariah, serta implikasinya terhadap masyarakat secara luas.²

¹ Saleh Al-Fauzan, *Fiqih Sehari-hari*, (Jakarta: Gema Insani, 2005), h.515

² Sumari, *Etika bisnis*, (Jakarta Universitas Persada Indonesia 2021), h. 13-14

Kreator konten TikTok perlu mematuhi larangan terhadap aktivitas yang dianggap haram dalam Islam, seperti alkohol, perjudian, pornografi, atau konten yang mempertanyakan kehalalan atau kesucian. Mereka harus memastikan bahwa konten yang mereka buat selaras dengan nilai-nilai Islam dan tidak mempromosikan hal-hal yang dilarang tersebut.

Dalam konteks etika bisnis Islam, para kreator konten TikTok harus menjalankan bisnis mereka dengan prinsip keadilan dan mematuhi hukum yang berlaku. Mereka perlu beroperasi secara transparan, menjaga integritas dalam semua aspek bisnis, dan menghindari praktik penipuan atau manipulasi yang dapat merugikan pengguna atau mitra bisnis. Selain itu, mereka juga harus mempertimbangkan tanggung jawab sosial mereka dan memastikan bahwa konten yang mereka hasilkan tidak mengganggu nilai-nilai sosial masyarakat atau merendahkan martabat individu.

Dalam menyeimbangkan tujuan bisnis dengan prinsip-prinsip Islam, penting bagi kreator konten TikTok untuk memastikan bahwa kegiatan mereka selaras dan sesuai dengan prinsip-prinsip moral dan etika yang dijunjung tinggi dalam agama Islam.

Penggunaan TikTok di Indonesia telah mengalami perkembangan signifikan dan menjadi salah satu aplikasi media sosial yang paling diminati, terutama di kalangan generasi muda. Dampak dari popularitas TikTok di masyarakat Indonesia bersifat dua arah, dengan aspek positif dan negatif yang perlu dipertimbangkan. Di satu sisi, TikTok memberikan platform bagi pengguna untuk berekspresi secara kreatif dan potensial menghasilkan

pendapatan melalui konten yang mereka buat. Namun, di sisi lain, penggunaan TikTok juga menimbulkan masalah seperti ketergantungan pada media sosial, penyebaran konten yang negatif, dan masalah privasi.

Oleh karena itu, penting untuk memahami secara mendalam dampak penggunaan TikTok pada masyarakat Indonesia serta bagaimana regulasi dan pengaturannya dapat disesuaikan dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah. Studi ini akan mengeksplorasi aspek penghasilan dari konten kreator di TikTok dari perspektif hukum ekonomi syariah, serta implikasi sosialnya bagi masyarakat Indonesia.

Tantangan hukum ekonomi Syariah dalam menghadapi fenomena konten kreator di TikTok terfokus pada aspek penghasilan yang mereka peroleh. Pendapatan konten kreator di TikTok berasal dari berbagai sumber seperti iklan, endorse, dan sumbangan dari penggemar, namun tidak semua sumber penghasilan ini selaras dengan prinsip-prinsip ekonomi Syariah. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang memeriksa kesesuaian penghasilan konten kreator di TikTok dengan hukum ekonomi Syariah dan dampaknya pada masyarakat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai fenomena konten kreator di TikTok serta implikasinya terhadap ekonomi Syariah. Selain itu, hasil penelitian juga diharapkan dapat memberikan rekomendasi untuk pengembangan TikTok yang lebih sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Syariah berdasarkan temuan yang didapatkan.

Fenomena konten kreator di TikTok telah menjadi salah satu tren terkini dalam dunia media sosial. Para kreator konten ini memiliki potensi untuk menghasilkan pendapatan melalui video-video yang mereka buat, baik melalui iklan, endorsement, maupun sumbangan dari penggemar mereka. Pendapatan yang diperoleh dari TikTok bisa sangat signifikan, terutama bagi mereka yang memiliki banyak pengikut. Namun, tingkat penghasilan ini bergantung pada kualitas dan popularitas konten yang dihasilkan.

Pentingnya untuk mengkaji apakah penghasilan dari konten kreator di TikTok sesuai dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi Syariah dan bagaimana implikasinya pada masyarakat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai fenomena konten kreator di TikTok serta dampaknya terhadap ekonomi Syariah, sehingga dapat memberikan panduan untuk pengaturan dan pengembangan yang lebih sesuai dengan nilai-nilai Syariah.³

Hukum ekonomi syariah merupakan sistem ekonomi yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam, seperti keadilan, keseimbangan, dan berkah. Dalam konteks penghasilan dari konten kreator di TikTok, hukum ekonomi syariah menjadi kriteria untuk menilai apakah penghasilan tersebut halal atau haram. Beberapa prinsip utama dalam hukum ekonomi syariah yang relevan dengan penghasilan dari konten kreator di TikTok termasuk

³ Rulli Nasrullah, *Media Sosial* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), h. 17

larangan terhadap riba, larangan menerima uang dari sumber yang tidak halal, serta keadilan dalam pembagian hasil.

Karena itu, pemahaman mendalam mengenai prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah dalam konteks penghasilan dari konten kreator di TikTok sangat penting. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa penghasilan yang diperoleh sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan dianggap halal menurut ajaran Islam. Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai hal ini dapat menyebabkan penghasilan yang diperoleh tidak memenuhi standar syariah, yang dapat berdampak pada status kehalalan penghasilan tersebut.

Pemahaman hukum ekonomi syariah dalam konteks penghasilan dari TikTok sangat penting bagi masyarakat Indonesia, yang mayoritas beragama Islam. Dengan populasi mayoritas muslim, Indonesia menganggap serius pentingnya memastikan bahwa penghasilan yang diperoleh dari platform seperti TikTok sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Ini tidak hanya menjadi masalah kehalalan pendapatan, tetapi juga tentang menjaga integritas moral dan etika dalam aktivitas ekonomi sehari-hari

Memahami hukum ekonomi syariah membantu masyarakat Indonesia untuk menghindari penghasilan yang tidak halal, seperti yang dilarang dalam Islam seperti riba, perjudian, atau kegiatan yang meragukan lainnya. Hal ini juga mendorong mereka untuk memilih sumber penghasilan yang bermanfaat secara sosial dan ekonomi, yang sejalan dengan prinsip keadilan dan keberkahan dalam Islam.

Oleh karena itu, diharapkan penelitian yang mengkaji penghasilan dari konten kreator di TikTok dari perspektif hukum ekonomi syariah dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam dan konkret kepada masyarakat Indonesia. Dengan demikian, masyarakat dapat lebih baik memahami bagaimana mengatur dan mengelola penghasilan dari konten kreator di TikTok agar sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, serta mengambil keputusan yang lebih bijak dalam menghadapi tantangan ekonomi digital modern.

Tujuan dari tulisan ini ialah untuk memberikan pemahaman yang mendalam mengenai hukum ekonomi syariah dan cara menilai penghasilan konten kreator di TikTok dari perspektif ini. Diharapkan, tulisan ini dapat berperan dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik di bidang hukum ekonomi syariah serta penerapannya dalam konteks media sosial.

Tulisan ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat secara umum, terutama di Indonesia yang mayoritas beragama Islam. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah, diharapkan masyarakat dapat memastikan bahwa penghasilan dari konten TikTok mereka sesuai dengan nilai-nilai Islam dan dianggap halal.

Tulisan ini kedepannya semoga dapat memberikan rekomendasi yang bermanfaat bagi pihak-pihak terkait, seperti pemerintah dan platform media sosial, dalam mengatur dan mengelola penghasilan dari konten kreator di TikTok Sesuai dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi

syariah, diharapkan terbentuk lingkungan ekonomi digital yang lebih transparan dan berintegritas. Hal ini juga akan memastikan bahwa kegiatan bisnis dilakukan dengan prinsip keadilan dan keberkahan sesuai ajaran Islam.

B. Fokus Masalah

Berdasarkan penjelasan sebelumnya mengenai latar belakang studi, terdapat pertanyaan penelitian yang telah diajukan., yaitu: "Bagaimana Konten Kreatif *TikTok* sebagai Sumber Penghasilan ditinjau dari Hukum Ekonomi Syariah?"

C. Batasan Istilah

Untuk menghindari salah pengertian dalam memahami inti dari proposal ini, akan ditetapkan definisi yang jelas mengenai istilah-istilah yang digunakan:

1. Kesopanan dan Ketertiban Ketika membuat konten di *TikTok*, Anda harus memastikan konten yang Anda buat tidak melanggar prinsip kesopanan, kesantunan, dan norma-norma sosial dalam Islam. Anda harus menjaga integritas dan menghindari konten yang mengandung kekerasan, pelecehan, fitnah, atau pornografi.
2. Tanggung Jawab Sosial Sebagai konten kreator, Anda memiliki tanggung jawab sosial terhadap audiens Anda dan masyarakat umum. Pastikan bahwa konten yang Anda buat tidak merugikan orang lain secara fisik atau emosional. Hindari menghina, mempermalukan, atau mengejek orang lain dalam konten Anda. Selain itu, Anda juga dapat

menggunakan *platform TikTok* untuk menyebarkan pesan positif, mendukung kebaikan, dan mempromosikan nilai-nilai Islam yang baik.

3. Kebenaran dan Keterbukaan Dalam bisnis dan konten yang Anda buat, penting untuk mempertahankan prinsip kebenaran dan keterbukaan. Anda harus menghindari menyembunyikan informasi yang penting atau menyesatkan audiens Anda. Pastikan untuk memberikan informasi yang akurat dan jujur dalam konten Anda, terutama jika Anda merekomendasikan atau mempromosikan produk atau layanan tertentu.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Sistemika Konten Kreator TikTok Tapanuli Selatan Dalam Proses Mendapatkan *INCOME* Sebagai Sumber Penghasilan ?
2. Bagaimana Analisis *INCOME* Konten Kreator TikTok Tapanuli Selatan Berdasarkan Hukum Ekonomi Syariah ?

E. Tujuan penelitian

Berdasarkan uraian diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut

:

1. Untuk mengetahui bagaimanakah sistemika pembagian hasil konten *TikTok* sebagai sumber penghasilan?
2. Untuk mengetahui bagaimanakah hasil *income* sebagai sumber pendapatan dalam point of view hukum ekonomi syariah?

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman akademis dan wawasan bagi mahasiswa serta masyarakat umum. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi signifikan dalam penemuan dan perkembangan ilmu pengetahuan. Lebih lanjut, diharapkan penelitian ini juga akan menjadi referensi yang berharga bagi para penulis yang tertarik dalam bidang studi Ekonomi Syariah.

1. Tulisan ini diharapkan dapat menjadi sumber rujukan yang berguna bagi pembaca dan penulis yang tertarik dalam topik yang sama. Penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi referensi tambahan bagi masyarakat yang berprofesi sebagai konten kreator di TikTok, agar dapat menjalankan pekerjaan mereka berdasarkan nilai-nilai hukum ekonomi syariah.
2. Memberikan informasi yang berguna bagi masyarakat tentang penghasilan konten kreator di *TikTok* dari perpektif hukum ekonomi syariah

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis dalam Islam

"Kata "etika" berasal dari bahasa Yunani "ethos". Secara individual, kata ini mencakup konsep seperti adat, karakter, kebiasaan, sikap, akhlak, dan cara berpikir. Dalam bentuk jamak "taetha", istilah ini merujuk pada norma-norma sosial dan kebiasaan. Dalam konteks bahasa Arab, etika dikenal sebagai "al-khuluq", yang menggambarkan sifat tabiat, budi pekerti, kesatria, kebiasaan, atau keprawiraan.⁴

Etika merupakan sekumpulan prinsip moral yang membedakan antara perilaku yang baik dan yang tidak baik. Sebagai ilmu normatif, etika berperan dalam menetapkan tindakan yang seharusnya atau tidak seharusnya dilakukan oleh individu.⁵

Etika bisnis merujuk pada seperangkat nilai yang mengatur perilaku dan pengambilan keputusan di lingkungan bisnis, membedakan antara hal yang baik dan buruk, benar dan salah berdasarkan prinsip-prinsip moralitas. Dalam konteks Islam, sebagai

⁴ Muhammad dan R. Lukman Fauroni, *Visi al-Qur'an: tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), h. 37.

⁵ Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka belajar, 2004),h. 3.

agama yang mengedepankan rahmat bagi seluruh alam semesta, nilai-nilai etika tidak mengenal diskriminasi terhadap individu atau kelompok dalam masyarakat. Islam menegaskan pentingnya menghormati nilai-nilai etika yang universal dan komprehensif dalam semua aspek kehidupan, termasuk dalam praktik bisnis.

Etika bisnis Islam merujuk pada norma-norma etika yang berasal dari Al-Qur'an dan Hadits. Norma-norma ini menjadi panduan moral bagi setiap individu dalam dunia bisnis, baik sebagai pengusaha, investor, konsumen, maupun pemangku kepentingan lainnya. Mereka mengatur bagaimana bisnis harus dijalankan dengan mempertimbangkan nilai-nilai seperti keadilan, kejujuran, tanggung jawab sosial, dan seimbangannya keuntungan materiil dengan kemaslahatan umum.

Dalam prakteknya, etika bisnis Islam menuntut agar semua keputusan bisnis didasarkan pada prinsip-prinsip yang tidak hanya menguntungkan secara materiil, tetapi juga membawa manfaat sosial dan moral yang luas. Hal ini sesuai dengan konsep masalah, yaitu menciptakan kesejahteraan dan kebaikan bagi individu dan masyarakat secara keseluruhan. Dengan menerapkan etika bisnis Islam, diharapkan dapat tercipta lingkungan bisnis yang lebih adil, transparan, dan berorientasi pada keberkahan, sesuai dengan nilai-nilai yang dianjurkan dalam ajaran Islam.

B. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam

Setiap orang memerlukan kekayaan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, dan mereka berusaha untuk mendapatkannya melalui pekerjaan dan usaha bisnis serta cara lainnya. Dalam Islam, pentingnya kehalalan dan kebaikan (halal thoyyibah) sangat ditekankan, baik dalam cara memperoleh maupun dalam penggunaan harta tersebut.⁶

Etika bisnis Islam berasal dari Al-Qur'an dan As-Sunnah sebagai sumber utama ajaran Islam. Etika ini meliputi peraturan dan panduan yang mengatur bagaimana individu dan masyarakat menjalankan usaha atau bisnis mereka.⁷

Ayat Al-Qur'an surat At-Taubah ayat 111 memberikan pandangan mengenai Etika Bisnis Islam sebagai berikut:

﴿ إِنَّ اللَّهَ اشْتَرَى مِنَ الْمُؤْمِنِينَ أَنفُسَهُمْ وَأَمْوَالَهُمْ بِأَنَّ لَهُمُ الْجَنَّةَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَيَقْتُلُونَ وَيُقْتَلُونَ وَعَدًّا عَلَيْهِ حَقًّا فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ وَالْقُرْآنِ وَمَنْ أَوْفَى بِعَهْدِهِ مِنَ اللَّهِ فَاسْتَبْشِرُوا بِبَيْعِكُمُ الَّذِي بَايَعْتُمْ بِهِ وَذَلِكَ هُوَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ ﴾

⁶ Faisal badroen, etika bisnis dan Islam,(Jakarta: fajar inter pratama, 2006),h. 14

⁷ Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Akademik Manajemen Perusahaan YKPN, 2004), h. 6

Allah mengatakan dalam Al-Qur'an, surat At-Taubah ayat 111, bahwa Dia telah membeli dari orang-orang mukmin, baik diri maupun harta mereka, dengan menawarkan surga sebagai balasan. Mereka berjuang di jalan Allah, siap untuk mengorbankan diri mereka, baik dengan berperang atau terbunuh. Ini adalah janji yang benar dari Allah yang juga terdapat dalam Taurat, Injil, dan Al-Qur'an. Tidak ada yang lebih dapat dipercaya dalam menepati janjinya daripada Allah. Oleh karena itu, mereka diminta untuk bersukacita dengan transaksi atau perjuangan yang mereka lakukan, karena inilah kemenangan yang besar.

Dalam dunia bisnis, Islam menyediakan panduan berupa norma-norma dan etika untuk mengarahkan para pelaku bisnis agar tetap konsisten dan bertanggung jawab. Dengan mengikuti norma-norma dan etika yang berlandaskan pada spiritualitas yang tinggi, keimanan yang kuat, dan akhlak yang baik, pedoman ini diharapkan akan terus diperhatikan dan tidak akan pernah tergeser.

C. Prinsip-Prinsip Dasar Etika Bisnis Islam

Pengajaran etika dalam Islam menyatakan bahwa manusia memiliki kebebasan untuk melakukan kebaikan terhadap dirinya sendiri, sesama manusia, lingkungan alam, dan kepada Tuhan sebagai penciptanya. Untuk mencapai kebaikan tersebut, manusia diharapkan memperhatikan prinsip-prinsip tauhid (keesaan Tuhan), keseimbangan, dan keadilan. Selain itu, mereka juga memikul tanggung jawab di hadapan Tuhan. Prinsip-prinsip ini membentuk dasar dalam etika Islam, mencakup konsep-konsep seperti

tauhid, keseimbangan, kebebasan berkehendak, tanggung jawab, dan kebajikan. Prinsip-prinsip ini mencerminkan esensi dari etika Islam yang bertujuan untuk mengembangkan struktur sosio-ekonomi yang seimbang, terpadu, dan sesuai dengan realitas.

a. Keesaan (*tauhid*)

Konsep tauhid dalam Islam menunjukkan dimensi vertikal yang mengintegrasikan semua aspek kehidupan seorang Muslim, seperti ekonomi, politik, agama, dan masyarakat, dalam satu kesatuan yang homogen. Tauhid menekankan konsistensi dan keteraturan dalam gagasan bahwa Allah SWT mempengaruhi setiap aspek kehidupan manusia. Keesaan ini memiliki dampak yang sangat dalam bagi seorang Muslim, yang mengartikan bahwa setiap tindakan dan perilaku manusia selalu tunduk pada ketentuan Allah SWT. Ayat dalam Al-Qur'an surat Al-Hadid (57):4 menyatakan bahwa Allah bersama dengan kamu di mana pun kamu berada, dan Allah Maha Melihat terhadap apa yang kamu lakukan.

Dari pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa dalam bisnis, nilai-nilai tauhid sangat penting. Dengan kesadaran akan Allah, manusia tidak akan melakukan tindakan semata-mata atas keinginan pribadinya, termasuk dalam menjalankan bisnis..

b. Keseimbangan (*equilibrium*)

Konsep keseimbangan atau keadilan dalam Islam mencerminkan dimensi horizontal yang melibatkan harmoni dalam

seluruh alam semesta. Hukum-hukum dan fenomena alam yang kita saksikan mencerminkan keseimbangan yang harmonis, yang dikenal dalam Islam sebagai sunnatullah. Sunnatullah mencerminkan ketertiban dan keseimbangan yang diciptakan oleh Allah SWT dalam alam semesta, meliputi semua aspek kehidupan, termasuk interaksi manusia dengan alam dan sesamanya.

Prinsip keseimbangan atau keadilan dalam ajaran Islam menekankan pentingnya menciptakan harmoni dalam setiap tindakan yang kita lakukan. Dalam konteks ini, tindakan bisnis tidak hanya dilihat sebagai upaya untuk mencapai keuntungan pribadi, tetapi juga harus memperhatikan kesejahteraan dan keadilan bagi semua pihak yang terlibat. Islam mengajarkan bahwa setiap tindakan bisnis harus dilakukan dengan mempertimbangkan dampaknya terhadap orang lain dan lingkungan, serta tidak boleh hanya fokus pada keuntungan pribadi yang mungkin merugikan pihak lain.

Dengan kata lain, prinsip keseimbangan atau keadilan dalam bisnis berarti bahwa pengusaha harus menjalankan usahanya dengan adil dan seimbang, memperhatikan hak-hak dan kepentingan semua pihak yang terlibat. Mereka harus memastikan bahwa keuntungan yang diperoleh tidak merugikan orang lain atau menyebabkan kerusakan lingkungan. Dengan demikian, prinsip keseimbangan atau keadilan dalam ajaran Islam mengajarkan bahwa dalam menjalankan bisnis, kita harus selalu mempertimbangkan keadilan

dan keseimbangan, baik bagi orang lain maupun lingkungan. Hal ini tidak hanya membantu menciptakan bisnis yang berkelanjutan dan etis, tetapi juga mendukung terciptanya tatanan sosial dan ekonomi yang harmonis dan adil, sesuai dengan nilai-nilai Islam.

c. Kehendak bebas (*free will*)

Allah SWT memberikan manusia kebebasan untuk mengatur kehidupannya sendiri saat diciptakan-Nya di bumi. Walaupun tetap patuh terhadap ketentuan-ketentuan Allah SWT, manusia memiliki kemampuan untuk berpikir, mengambil keputusan, memilih jalannya sendiri, dan yang terpenting, bertindak sesuai dengan pilihan yang diambilnya.⁸

Meskipun manusia diberi kebebasan untuk mengelola hidupnya sendiri dalam beberapa hal, penting untuk diingat bahwa ia harus sepenuhnya patuh pada hukum-hukum yang ditetapkan oleh Allah SWT.

d. Tanggung jawab (*responsibility*)

Kebebasan tanpa batas tidak mungkin bagi manusia karena tidak ada tanggung jawab yang mengikutinya. Untuk mencapai keadilan dan kesatuan, manusia harus bertanggung jawab atas tindakannya. Prinsip ini secara logis terkait dengan prinsip kehendak bebas, yang menentukan batasan terhadap apa yang dapat dilakukan

⁸ Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Akademik Manajemen Perusahaan YKPN, 2004), h. 55

secara bebas serta tanggung jawab atas semua tindakan yang diambil. Tanggung jawab tersebut ditujukan kepada beberapa pihak, yaitu:

1. Manusia memiliki tanggung jawab untuk bertanggung jawab kepada dirinya sendiri, atau dalam konteks etika, kepada nuraninya yang dapat meminta pertanggungjawaban atas setiap tindakannya kapan pun diperlukan.
2. Pertanggungjawaban juga harus diberikan kepada pihak-pihak yang terlibat dalam urusan bisnisnya
3. Di samping itu, Ada kewajiban terhadap pihak lain, yaitu masyarakat yang tidak secara langsung terlibat namun terpengaruh oleh keputusan dan tindakan bisnisnya.⁹

e. Kebajikan (*ihsan*)

Kebajikan atau ihsan terhadap orang lain dijelaskan sebagai tindakan yang memberikan manfaat lebih besar kepada orang lain daripada kepada pelakunya, dan dilakukan tanpa adanya kewajiban.

Dengan merujuk pada enam prinsip etika bisnis Islam—ketuhanan, keseimbangan/keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, kejujuran dan kebenaran, serta kebajikan—dapat disimpulkan bahwa semua kegiatan manusia didasarkan pada

⁹ Buhannudin Salam, *Etika sosial asal moral dalam kehidupan manusia*(Jakarta: Rineka cipta, 2002), h. 161

prinsip-prinsip ini. Setiap aktivitas selalu berada dalam kerangka norma-norma Islam yang ditetapkan oleh Allah SWT.

D. TikTokers

TikTokers adalah individu yang aktif menggunakan aplikasi TikTok untuk membuat dan membagikan konten video pendek. Mereka dapat berasal dari berbagai latar belakang dan usia, mulai dari remaja hingga dewasa, dan sering kali menciptakan video yang menarik, menghibur, atau informatif.

Sebagai platform media sosial yang berkembang pesat, TikTok memungkinkan penggunanya untuk mengekspresikan kreativitas melalui fitur seperti musik, efek visual, dan filter. TikTokers menggunakan berbagai elemen ini untuk menarik perhatian audiens dan membangun pengikut.

Banyak TikTokers yang berhasil menjadi influencer, menghasilkan pendapatan melalui iklan dan endorsement produk. Mereka sering berkolaborasi dengan merek untuk mempromosikan produk atau layanan, memanfaatkan basis pengikut mereka untuk meningkatkan visibilitas merek tersebut.

Profesi TikToker kini dianggap menjanjikan, dengan banyak individu yang meraih popularitas dan penghasilan signifikan. Beberapa TikTokers bahkan telah menjadi selebriti di dunia nyata, berkat konten viral yang mereka buat di platform ini.

TikTokers juga berperan dalam tren budaya pop, sering kali menciptakan tantangan atau meme yang diikuti oleh pengguna lain. Ini menciptakan ekosistem di mana konten dapat dengan cepat menyebar dan menjadi viral.

Namun, menjadi TikToker juga datang dengan tantangan. Mereka harus terus berinovasi untuk menjaga relevansi dan menarik perhatian audiens yang selalu berubah. Hal ini memerlukan dedikasi dan pemahaman yang mendalam tentang apa yang menarik bagi pengikut mereka.

Meskipun demikian, banyak TikTokers menggunakan platform ini untuk menyebarkan pesan positif dan menciptakan komunitas yang mendukung. Mereka berupaya untuk menginspirasi dan memberi edukasi kepada pengikut mereka.

Dengan pertumbuhan TikTok yang pesat, banyak orang kini melihat menjadi TikToker sebagai pilihan karir yang menarik. Mereka dapat menghasilkan pendapatan yang signifikan melalui sponsor dan kemitraan, menjadikan aktivitas ini sebagai sumber penghasilan

TikTokers juga berkontribusi pada perkembangan industri kreatif, mendorong inovasi dalam pembuatan konten dan pemasaran digital. Mereka menjadi bagian integral dari ekosistem media sosial yang lebih luas.

Akhirnya, TikTokers bukan hanya sekadar pengguna aplikasi; mereka adalah pencipta budaya yang mempengaruhi cara orang berinteraksi dan mengonsumsi konten di era digital saat ini.

E. Konten Kreator TikTok

Menurut definisi dari Kamus Besar Bahasa Indonesia, konten merujuk pada isi halaman situs web, termasuk struktur dan desain informasi yang terdapat di dalamnya. Konten ini meliputi berbagai informasi yang dapat diakses melalui media elektronik berbagai platform. Istilah "Konten" digunakan untuk mengenali dan menilai berbagai format dan jenis informasi sebagai elemen yang meningkatkan nilai dari media tersebut.¹⁰

Konten kreatif adalah informasi yang dibuat menggunakan berbagai pendekatan, baik yang inovatif maupun yang mengemas ulang materi lama dengan cara yang baru dan relevan. Konten ini menghadirkan informasi dalam bentuk hiburan, berita, atau format lainnya secara orisinal melalui media baru. Media baru memberikan kesempatan bagi individu untuk menghasilkan konten sendiri dengan biaya yang lebih terjangkau. Sebagai contoh, industri audio-video yang sebelumnya didominasi oleh televisi dengan biaya produksi dan distribusi yang mahal, kini lebih murah. Pencipta konten dapat mengedit dan mempublikasikan berkas audio-video di platform berbagi seperti YouTube atau TikTok, serta menambahkan

¹⁰ Rulli Nasrullah, *Media Sosial* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), h. 17

iklan untuk mendapat penghasilan pasif. Hal ini juga berlaku untuk fotografi dan industri lainnya, yang kini dapat diunggah ke pasar online berbasis fotografi dan sejenisnya.¹¹

F. Konten Kreator Dalam Pandangan Islam.

Hukum Islam berasal dari dan merupakan bagian dari Agama Islam.¹² Tetapi, terdapat beberapa istilah dalam hukum Islam, termasuk Syari'at Islam dan Fiqih Islam.

Hukum Islam terdiri dari aturan-aturan yang berasal dari wahyu Allah dan Sunnah Rasul, yang mengatur perilaku manusia dan dianggap mengikat bagi seluruh umat Islam. Fiqih, di sisi lain, adalah studi tentang hukum Syariah yang bersifat analitis, ditemukan melalui penalaran dan deduksi oleh seorang mujtahid berdasarkan dalil-dalil rinci dalam Al-Qur'an dan Sunnah.

Istilah syari'ah merujuk pada perintah Allah yang mengatur perilaku manusia di luar urusan akhlak, sementara urusan akhlak diatur dalam ilmu tasawuf dan ilmu batin lainnya. Syari'ah terutama mengacu pada ketentuan hukum yang langsung berasal dari nash Al-Qur'an dan Al-Hadits dengan kepastian hukum (qath'i).

¹¹ Aditya Jatiagung Nirwana, *Media Baru, Lahan Bagi Pencipta Konten Kreatif* (Yogyakarta: Universitas Mercu Buana, 2016), h. 3

¹² Muhammad Daud Ali, *Hukum Islam*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, XX, 2014, h. 42

Dalam penggunaannya, ada yang menganggap ketiga istilah ini serupa, sementara yang lain berusaha membedakan mereka dalam aspek tertentu.¹³

Adapun *Syari'at* sebagai Hukum Islam, secara etimologi *Syari'at* yaitu jalan yang lurus sebagaimana Firman Allah dalam surat Al-Jatsiyah ayat 18 sebagai berikut:

يَعْلَمُونَ لَا الدِّينَ أَهْوَاءَ تَتَّبِعْ وَلَا فَاتَّبِعْهَا الْأَمْرَ مِنْ شَرِيْعَةٍ عَلَى جَعَلْنَاكَ ثُمَّ

Artinya: “Kemudian Kami tetapkan aturan-aturan agama untukmu; oleh karena itu, ikutilah aturan tersebut dan janganlah kamu mengikuti hawa nafsu orang-orang yang tidak memiliki pengetahuan.” (Al-Jatsiyah ayat 18).

Kemudian, istilah *Syari'at* dalam pengertian ulama hukum Islam merujuk pada aturan yang Allah SWT tetapkan bagi hamba-Nya, dengan tujuan Agar mereka menjadi orang-orang yang beriman dan berbuat baik yang membawa kebahagiaan di dunia dan akhirat. *Syari'at* dinamakan demikian karena hukum-hukumnya lurus, pasti dalam penetapannya, tanpa keraguan, dan tidak bengkok dalam tujuannya.¹⁴

Menurut Muhammad Yusuf Musa, *Syari'at* merujuk kepada Semua ketentuan agama yang ditetapkan oleh Allah SWT untuk

¹³ Amir Syarifudin, *Ushul Fiqh*, Logos, Jakarta, I, 197, h. 4

¹⁴ As-Sayis, Muhammad Ali, *Sejarah Pembentukan Dan Perkembangan Hukum Islam*, (Jakarta: Akademika Pressindo, 1976), h. 35.

umat Islam, termasuk yang bersumber dari Al-Qur'an dan Al-Sunnah. Dia juga mengutip pandangan Al-Syathiby mengenai Syari'at. yang menggambarkannya sebagai batasan yang menetapkan aturan untuk mengatur perilaku, kata-kata, dan keyakinan individu yang memiliki kewajiban hukum.¹⁵

Menurut Manna'al-Qathan, Syariat mencakup seluruh ketentuan Allah yang diterapkan kepada hamba-Nya, meliputi aspek akidah, ibadah, akhlak, dan muamalah.¹⁶

Rasid Ridla menjelaskan bahwa Al-Qur'an adalah sumber utama yang tidak tertandingi dan merupakan kitab yang agung, yang menjadi dasar dan panduan dalam setiap aspek kehidupan manusia.¹⁷

Ia menjelaskan bahwa Al-Qur'an adalah kata-kata Allah yang disampaikan secara mutawatir, yang berarti setiap bagian dari Al-Qur'an menunjukkan kepastian hukum melalui bahasa yang tepat. Oleh karena itu, menerima, mempercayai, dan patuh terhadap Al-Qur'an adalah kewajiban bagi setiap Muslim, baik dalam pengetahuan maupun praktik, serta sebagai dasar untuk melakukan ijtihad (penalaran hukum secara mandiri dengan menggunakan pengetahuan bahasa Arab, Sunnah, dan prinsip-prinsip hukum).

¹⁵ Al-Syatibi, *Al-Muwafaqat Fi Ushul Al-Hakam*, (t.p., Dar El-Fikr, tt).

¹⁶ Manna' Al-Qathan, *Al-Tasyri Wa Al-Fiqh Fi Al-Islam*, (Muassasah Al-Risalah, Tt.), h.13

¹⁷ Ridha, Rasyid, *Yusru Al-Islam Al-Tasyri' Al-,,Am*, (Kairo: Al-Maktabah Al-Islamiyah, tt), h.470.

Dalam hal ini, sebagai konten creator diharuskan selalu mengucapkan berkata baik bahwasanya Allah mendorong hambah-Nya dalam berucap yang baik dan bermanfaat berdasarkan dalam firman Allah Surat Al-Baqarah ayat 83 sebagai berikut:

وَذِي إِحْسَانًا وَالْبِالِدِينَ اللَّهُ إِلَّا تَعْبُدُونَ لَا إِسْرَائِيلَ بَنِي مِيثَاقَ أَخَذْنَا وَإِذْ
تَوَلَّيْتُمْ ثُمَّ الزَّكَاةَ وَأَتُوا الصَّلَاةَ وَأَقِيمُوا حُسْنَ لِلنَّاسِ وَقُولُوا وَالْمَسْكِينِ وَالْيَتَامَى الْقُرْبَى
مُعْرِضُونَ وَأَنْتُمْ مِّنْكُمْ قَلِيلًا إِلَّا

Artinya: *“Dan ingatlah ketika Kami mengambil janji dari Bani Israil untuk tidak menyembah selain Allah dan berbuat baik kepada kedua orang tua, keluarga, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin. Kami juga memerintahkan untuk berbicara dengan kata-kata yang baik kepada sesama manusia, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat. Namun sebagian besar dari mereka berpaling dan menolak, kecuali sebagian kecil yang tetap taat, sementara sebagian lainnya melawan.” (Q.S Al-Baqarah: 83).*

Adapun dalam Surat An-Nisa Ayat 9 tentang berbicara dengan tutur kata yang baik sebagai berikut:

اللَّهُ فَلْيَتَّقُوا عَلَيْهِمْ خَافُوا ضِعْفًا ذُرِّيَّةً خَلْفِهِمْ مِنْ تَرَكُوا لَوْ الَّذِينَ وَيُحْشِ
سَدِيدًا قَوْلًا وَيَقُولُوا

Artinya: "Dan hendaklah orang-orang yang khawatir akan meninggalkan keturunan yang lemah di belakang mereka takut kepada Allah. Oleh karena itu, hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan berbicara dengan kata-kata yang benar. (Q.S An-Nisa: 9).

Adapun dalam konteks pembahasan terhadap konten kreator, mereka diharapkan untuk selalu berperilaku baik sesuai dengan Firman Allah dalam Surat Yunus ayat 26 sebagai berikut:

أَصْحَابُ أُولَئِكَ ذَلَّةٌ وَلَا فَتْرٌ وَجُوهُهُمْ يَرَهَقُ وَلَا وِرْيَادَةٌ الْحُسْنَىٰ أَحْسَنُوا لِلَّذِينَ
خَلِدُونَ فِيهَا هُمْ الْجَنَّةُ

Artinya: "Bagi orang-orang yang berbuat baik, mereka akan mendapat balasan yang terbaik yaitu surga, beserta tambahan pahala lainnya. Wajah mereka tidak akan terkena debu hitam atau kehinaan. Mereka adalah penghuni surga yang akan tinggal di dalamnya selamanya. (Q.S Yunus: 26)

Kemudia dalam pembahsan terkait konten kreator diharuskan berpakaian yang tertutup tidak menampilkan aurat dalam hal ini berdasarkan Firman Allah dalm Surat Al-A'raf Ayat 26 sebagai berikut:

ذَلِكَ خَيْرٌ ذَلِكِ التَّقْوَىٰ وَلِبَاسٌ وَرِيْشًا سَوَاءٌ تَكْمُ يُوَارِي لِبَاسًا عَلَيْكُمْ أَنْزَلْنَا قَدْ أَدَمَ بَنِي يَٰ
يَذْكُرُونَ لَعَلَّهُمُ اللَّهُ أَيْتٍ مِنْ

Artinya: “*Wahai anak Adam, sesungguhnya Kami telah memberikan pakaian kepadamu untuk menutup auratmu dan pakaian yang indah untuk perhiasan. Pakaian takwa itulah yang sebenarnya baik. Hal ini merupakan salah satu tanda kekuasaan Allah, semoga mereka senantiasa mengingatnya.*” (Q.S Al-‘Araf: 26)

Sunnah, sebagai sumber hukum Syari'at Islam, adalah bentuk penghayatan dan pengalaman dari Al-Qur'an serta interpretasi autentik dari Al-Qur'an itu sendiri. Ini menjadikan Sunnah memiliki kekuasaan yang tidak dapat ditentang dalam penafsiran dan pelaksanaan ajaran Al-Qur'an.¹⁸

Sunnah berfungsi sebagai interpretasi dari ayat-ayat Al-Qur'an yang memiliki arti umum (mujmal), sesuai dengan tugas Nabi sebagai pembawa dan penjelas Al-Qur'an. Umat manusia diminta untuk mengikuti penjelasan Nabi tentang masalah-masalah agama, termasuk dalam ucapan, tindakan, dan hukum. Dengan demikian, Al-Qur'an menjadi otoritas utama dalam menetapkan setiap hukum syari'at yang harus diikuti dan diamalkan.

Selain Al-Qur'an dan Al-Sunnah, Syariat Islam juga mengakui Ijma (keepakatan) dan Qiyas (analogi) sebagai sumber hukum Islam lainnya. Dari sumber hukum tersebut sebagian Jumhur Ulama mensepakati adanya *Ijma* dan *Qiyas*, adapun Jumhur Ulama yang

¹⁸ Ali Yafie, *Menggagas Fiqih Social*, (Bandung: Mizan, 1994). h. 34

tidak mensepakatinya. *Jumhur*(mayoritas) umat Islam menjadikan Ijma dan *Qiyas* sumber hukum.

Amir menjelaskan bahwa Qiyas adalah proses mengukur atau membandingkan sesuatu dengan yang serupa. Sebagai contoh, jika seseorang "meng-qiyas-kan baju dengan lengan tangannya", itu berarti membandingkan atau mengukur baju dengan panjang lengan tangannya untuk mengetahui ukuran yang tepat. Secara bahasa, Qiyas juga bisa diartikan sebagai "menyamakan", seperti ketika seseorang "meng-qiyas-kan ekstasi dengan minuman keras", yang berarti menyamakan efek ekstasi dengan efek minuman keras.¹⁹

Menurut Ibnu Qiyim Al-Jauziyah, Qiyas sebagai sumber hukum memiliki pandangan yang berbeda di kalangan ulama. Pertama, ada kelompok yang sama sekali tidak menggunakan Qiyas sebagai sumber hukum. Kedua, ada kelompok yang menerapkannya.²⁰

Qiyas yang tidak tepat dilakukan tanpa mempertimbangkan 'Illat (alasan tertentu yang menjadi dasar hukum asal) dan korelasi antara kedua 'Illat tersebut, sehingga banyak hukum yang melampaui batasan yang ditetapkan dalam teks Al-Qur'an dan Al-Sunnah. Kelompok lain menerapkan Qiyas secara sesuai, yaitu dengan selalu

¹⁹ Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh Jilid I*, (Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1997). h. 25

²⁰ Ibid

mengikuti teks-teks dalam Al-Qur'an dan Al-Sunnah sebagai sumber hukumnya, yang dikenal sebagai Qiyas As-Shahih.

Secara umum, tujuan Syari'at Islam adalah untuk mencegah kerusakan dalam kehidupan manusia dan menghadirkan kemaslahatan bagi mereka. Tujuan ini mencakup pengaturan dunia dengan kebenaran, keadilan, dan penerangan mengenai prinsip-prinsip yang harus diikuti oleh akal manusia.

“Mencegah kerusakan dalam kehidupan manusia dan memberikan manfaat kepada mereka, menegakkan kebenaran, keadilan, dan tanggung jawab, serta mengarahkan manusia pada jalan yang benar dengan menggunakan akal.”²¹

Al-Syatibi, dalam karyanya yang terkenal, Al-Muwafaqat, menyatakan bahwa Allah menetapkan setiap hukum-Nya dengan memperhitungkan kepentingan dan kebutuhan manusia, baik dalam kehidupan dunia maupun akhirat. Karenanya, setiap hukum yang berlaku terhadap manusia memiliki tujuan yang mencakup tiga aspek, yaitu kebutuhan pokok (Dharuriyyat), kebutuhan yang diperlukan (Hajiyyat), dan kebutuhan yang bersifat mempercantik (Tahsiniyyat).²²

Hal-hal yang bersifat Dharuriyyat adalah kebutuhan yang mutlak dan tidak bisa diabaikan dalam kehidupan manusia karena

²¹ As-Shiddieqy, *Hasbi, Falsafah Hukum Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1974) h. 45

²² Al-Syatibi, *Al-Muwafaqat Fi Ushul Al-Ahkam*, (TTP, Dar El-Fikr, TT). h. 23

mereka penting untuk memelihara kemaslahatan. Jika diabaikan, hal ini dapat menyebabkan kerusakan baik di dunia maupun di akhirat. Kepentingan pokok bagi manusia meliputi menjaga dan memelihara lima aspek utama: agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta benda.²³

Hajiyyat adalah kebutuhan yang dibutuhkan manusia untuk menghindari kesulitan hidup. Meskipun tidak memelihara Hajiyyat bisa menyebabkan ketidakharmonisan dalam kehidupan, tidak menjamin kehancuran sebagaimana jika tidak memelihara kebutuhan Dharuriyyat. Faktor yang penting dalam konsep Hajiyyat adalah mengurangi kesulitan hidup dan mempermudah manusia dalam berinteraksi, menyesuaikan diri dengan perubahan zaman, dan menjalani kehidupan.

Tahsiniyat adalah upaya untuk meningkatkan martabat seseorang di masyarakat dan di hadapan Tuhan dengan mematuhi standar yang wajar. Dengan menjaga kebaikan ini, seseorang secara alami terhindar dari kerusakan. Tujuan ini dapat dicapai dengan mematuhi kewajiban agama. Karena itu, pemahaman yang tepat terhadap tujuan-tujuan Syari'at yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadis sangatlah krusial. Dengan demikian, tugas yang Allah berikan kepada umat manusia bukanlah suatu beban, tetapi merupakan suatu kebutuhan yang mendasar.²⁴

²³ Wahbah Al-Zuhaili, *Ushul Al-Fiqh Al-Islami*, (Beirut: Dar Al-Fikr, 1986). h. 1020

²⁴ Ibid. H. 1023

G. TikTok

Tik Tok, sebuah aplikasi dari China, telah secara resmi memasuki pasar digital di Indonesia dengan menyajikan kombinasi video musik dan jejaring sosial. Aplikasi ini mengubah ponsel pengguna menjadi studio bergerak yang dilengkapi dengan efek khusus menarik, memungkinkan siapa pun untuk membuat video yang menarik dengan mudah. ByteDance, perusahaan teknologi asal Tiongkok, memperkenalkan Tik Tok sebagai aplikasi edit video di Indonesia.²⁵

TikTok, juga dikenal sebagai Douyin di Cina yang berarti "Teknik musik pendek", diluncurkan pada bulan September 2016 oleh Zhang Yiming. Dikembangkan menggunakan kecerdasan buatan oleh ByteDance, aplikasi ini dipatenkan di bawah naungan Bytemod. Di Indonesia, TikTok pertama kali diperkenalkan pada bulan Mei 2017 (Aprilian et al., 2020). Aplikasi ini, dimiliki oleh Zhang Yiming, telah mencatat kesuksesan yang besar. Menurut firma intelijen aplikasi Sensor Tower, TikTok berhasil mengalahkan aplikasi lain seperti Facebook, Instagram, Snapchat, dan YouTube dalam hal jumlah unduhan harian di AS. Pada tanggal 29 September 2018, TikTok mencatat 29,7% dari total unduhan harian aplikasi di AS, mengungguli empat aplikasi besar lainnya. Pangsa pasar TikTok

²⁵ Susilowati, *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Personal Branding di Instagram* (Studi deskriptif kualitatif pada akun @bowo_allpennliebe), Jurnal Komunikasi, 2018, vol. 9 no.2.h. 5

terus meningkat, mencapai 42,4% dari total unduhan pada tanggal 30 Oktober pada tahun yang sama. Pengunduhan TikTok di AS juga menunjukkan peningkatan besar, mencatat kenaikan sebesar 237% dibandingkan dengan bulan Oktober 2017.²⁶

TikTok pada awalnya memulai dengan tantangan video kreatif "Fool in Love" yang diluncurkan pada Hari April Mop. Di Korea Selatan, pengguna TikTok mulai membagikan video lucu dan kreatif dengan menggunakan tagar #foolinlove. Dalam waktu 48 jam sejak dimulainya tantangan ini, lebih dari 16.000 pengguna TikTok di Asia sudah membuat video sesuai tantangan, yang ditonton lebih dari 15 juta kali secara total. Video-video tersebut juga cepat menyebar ke platform lain seperti Facebook, Instagram, dan media sosial lainnya dengan menggunakan tagar #foolinlove, tersebar lebih dari 240.000 kali. Pada bulan Juni 2018, TikTok mencatat 150 juta pengguna aktif setiap hari. Aplikasi ini diakui sebagai platform utama untuk video pendek di Asia dan memperkuat posisinya sebagai salah satu aplikasi dengan pertumbuhan tercepat di dunia, menarik komunitas pengguna musik video terbesar secara global. Dengan popularitas yang besar dan pengaruh sosial yang signifikan, TikTok telah menjadi tempat yang penting untuk tren viral global dan sangat digemari di kalangan selebriti. Ini menjadi wadah bagi

²⁶ Sandi Marga Pratama Dan Muchlis, "Pengaruh Aplikasi Tik Tok Terhadap Ekspresi Komunikasi Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya Tahun 2020", Jurnal Komunikasi, Vol.01 No.2 (Agustus 2020),h 11

komunitas kreatif untuk mengekspresikan ide-ide menarik mereka melalui berbagai musik dan format video yang tersedia.²⁷

Video telah menjadi konten yang sangat populer di kalangan pengguna internet secara global, termasuk di Indonesia, dengan TikTok menjadi platform yang menghasilkan mata pencaharian baru bagi generasi milenial. Untuk memfasilitasi pembuatan video yang menarik, banyak pengembang bersaing menciptakan aplikasi edit video. TikTok mendorong pengguna untuk mengekspresikan diri secara bebas dan berimajinasi, dengan kemudahan berbagi karya mereka kepada teman atau publik global. Aplikasi ini menyediakan efek khusus seperti efek shaking and shivering yang disertai musik elektronik, kemampuan untuk mengubah warna rambut, stiker 3D, dan berbagai properti lainnya. Selain itu, pengguna dapat mengembangkan bakat mereka lebih lanjut dengan menggunakan perpustakaan musik yang lengkap di TikTok. Ini memungkinkan revolusi dalam pembuatan konten kreatif, menjadikan TikTok sebagai platform baru bagi para pembuat konten online di seluruh dunia.

TikTok, kini menjadi aplikasi paling banyak diunduh di dunia. Ini memungkinkan pengguna untuk membuat video pendek dengan lagu-lagu populer, melakukan lipsync, dan berbagi karya mereka

²⁷ Sandi Marga Pratama Dan Muchlis, “Pengaruh Aplikasi Tik Tok Terhadap Ekspresi Komunikasi Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya Tahun 2020”, Jurnal Komunikasi, Vol.01 No.2 (Agustus 2020),h. 112.

dengan komunitas. TikTok memberikan manfaat sebagai media untuk menampilkan kreativitas pengguna secara unik, mencari bakat baru, dan meningkatkan popularitas mereka di dunia digital.²⁸

TikTok, yang tersedia di Google Play (Android) dan App Store, merupakan aplikasi mobile dari ByteDance yang didukung oleh teknologi kecerdasan buatan. Aplikasi ini menawarkan video-video pendek yang menampilkan berbagai ekspresi kreatif dari penggunanya. Pengguna TikTok dapat meniru atau membuat video berdasarkan tren, seperti video dengan lagu goyang dua jari yang populer. Namun, aplikasi ini juga digunakan oleh anak-anak dan remaja yang mungkin belum sepenuhnya memahami dampak dari konten yang mereka tonton atau buat.

Meskipun TikTok memberikan hiburan dan kesenangan yang menghilangkan stres, terdapat juga dampak sosial negatif yang signifikan. Beberapa orang menggunakan platform ini untuk mengekspresikan diri dengan cara yang tidak sesuai norma sosial atau bahkan secara erotis, yang menurut Ben Agger, dapat memunculkan budaya populer yang dianggap melebihi batas-batas kewajaran.²⁹

²⁸ Sitti Nurhalimah, *Media Sosial dan Masyarakat Pesisir: Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi*, (Sleman: Deepublish, 2019), h. 36.

²⁹ Mahyuddin, *Masyarakat dan Gejala Problematika Sosial: Persilangan Dinamika Politik, Budaya, Agama dan Teknologi*, (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2020),h. 172.

TikTok memungkinkan penggunanya untuk mendapatkan ketenaran melalui video yang mereka buat. Popularitas bisa datang dari kreativitas, ke lucu, atau keunikan video tersebut, tergantung pada pandangan dan respons dari penonton atau pengguna lainnya.

H. Penggunaan Aplikasi TikTok

Dalam menggunakan aplikasi TikTok, pengguna memiliki dua pilihan: menggunakannya dengan efek yang menguntungkan atau merugikan. Penggunaan dengan efek yang menguntungkan berarti menggunakan aplikasi dengan tepat, termasuk mematuhi peraturan yang berlaku dan memanfaatkan media sosial secara cerdas.

Berikut beberapa dampak negatif penggunaan aplikasi *TikTok*:

- a) Penggunaan aplikasi TikTok yang tidak teratur dapat menyebabkan pemborosan waktu dan berdampak pada penundaan pekerjaan yang seharusnya dilakukan.
- b) Keterbukaan dalam berbagi informasi di aplikasi TikTok dapat memicu penyebaran hoaks atau berita bohong karena sulitnya memverifikasi sumber dan keabsahan informasi tersebut, yang pada akhirnya dapat menyebabkan banyak informasi yang tersebar belum terbukti kebenarannya.
- c) Kehadiran konten yang menampilkan perbedaan sosial dan ekonomi di TikTok bisa memicu perbandingan sosial dan ekonomi di masyarakat. Hal ini menjadikan TikTok sebagai platform di mana pengguna bisa menonjolkan eksistensi mereka

dan memperlihatkan perbedaan status, yang pada gilirannya dapat menimbulkan rasa iri di kalangan tertentu.

- d) TikTok, dengan beragam konten yang ditampilkan oleh pengguna dari berbagai kelompok usia, termasuk anak-anak kecil, belum dianggap ramah bagi kalangan tersebut. Hal ini karena aplikasi ini memungkinkan anak-anak untuk mengakses konten yang berisi unsur romantika dan hedonisme yang mungkin tidak sesuai dengan usia mereka secara bebas.

I. Manfaat Aplikasi TikTok

Aplikasi TikTok dapat berkontribusi banyak dalam hal keuntungan bagi penggunanya. Beberapa manfaat yang didapat pengguna dari aplikasi ini meliputi:³⁰

a. Personal Branding

Banyak pengguna TikTok memanfaatkan platform ini untuk mempromosikan berbagai merek atau produk. Banyak produk bekerja sama dengan para selebriti TikTok dengan tujuan meningkatkan kesadaran dan minat pengguna terhadap produk tersebut.

b. Bisnis

Di TikTok, banyak selebriti saling merekomendasikan berbagai produk, makanan, peralatan rumah tangga, dan tempat wisata menarik kepada penonton mereka, yang dapat mendorong konsumsi dan

³⁰ Salsabila Aulia, "Aplikasi TikTok dapat memberikan manfaat bagi penggunanya", <https://www.kumparan.com/>, Diakses pada 18 Oktober 2023, 20.00 WIB.

mendorong pertumbuhan bisnis baru. Selain itu, TikTok juga berperan dalam membangun citra merek bagi produk yang dipromosikan oleh selebriti, menggunakan hashtag sebagai alat untuk memperkenalkan merek kepada pengguna yang mencari produk tertentu. Dalam konten atau video TikTok, kolom komentar memungkinkan pengguna memberikan masukan kepada merek, yang bisa menjadi bahan evaluasi untuk perbaikan dan perkembangan merek tersebut.

c. Hiburan

Anjuran pemerintah untuk tetap di rumah selama pandemi telah menyebabkan banyak orang merasa bosan dan stres karena kurangnya interaksi sosial. TikTok menjadi pilihan utama sebagai media hiburan dengan mengikuti tantangan, menonton konten lucu, dan menyebarkan kebahagiaan melalui aura positif dari orang lain, sehingga tetap terhubung dengan orang lain dalam keadaan seperti ini.

d. Mengasah Kemampuan.

Mengasah keterampilan melalui TikTok berarti memungkinkan seseorang untuk menjadi kreatif dalam menciptakan konten di berbagai bidang seperti tarian, lukisan, memasak, dan lainnya. Selain itu, aplikasi ini juga meningkatkan kemampuan fotografi dan videografi dengan berbagai musik dan efek yang tersedia, memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri melalui video yang menarik sesuai suasana hati.

Berdasarkan penjelasan tersebut, budaya populer seperti TikTok membawa manfaat yang signifikan bagi masyarakat umum. Selain dapat menghasilkan pendapatan, budaya populer juga mendukung kesehatan mental dan memfasilitasi pembentukan hubungan sosial baru. Harapannya, masyarakat dapat menggunakan TikTok dengan cara yang lebih positif untuk kebaikan pribadi, komunitas, dan lingkungan sekitarnya.

J. Dampak Negatif Penggunaan Aplikasi TikTok

TikTok dapat pula memberikan dampak negatif bagi penggunanya antara lain :

- a. Penggunaan berlebihan dari aplikasi TikTok dapat menyebabkan pemborosan waktu dan berpotensi mengganggu manajemen waktu jika tidak dikontrol dengan baik, yang akhirnya bisa menyebabkan pekerjaan yang seharusnya dilakukan menjadi tertunda.
- b. Informasi yang tersebar melalui aplikasi ini dapat dengan mudah menyebabkan penyebaran hoaks atau berita palsu karena sumber dan keabsahannya belum jelas, sehingga kebenarannya sering kali diragukan.
- c. Konten yang menampilkan perbedaan dalam kehidupan sosial dan ekonomi di TikTok dapat memicu perbandingan dan menunjukkan status sosial, yang dapat menimbulkan perasaan iri di antara pengguna.

- d. Aplikasi yang belum ramah bagi anak-anak. Beragamnya konten dan pengguna TikTok dari berbagai kalangan, termasuk anak-anak, berpotensi membuat mereka terpapar konten romantis dan hedonis yang tidak sesuai dengan usia mereka.

K. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian relevan merupakan penelusuran yang dilakukan seseorang peneliti terhadap berbagai karya dan hasil penelitian sebelumnya. Dari penelitian relevan selain sebagai pembandingan juga sebagai penegasan bahwa masalah yang akan dibahas belum pernah diteliti sebelumnya.

1. Penelitian oleh M. Iham Guntara dari Universitas Negeri Lampung membahas tinjauan hukum perjanjian kerjasama antara konten kreator YouTube dan Multi-Channel Network (MCN). Program Google AdSense memungkinkan konten kreator untuk memperoleh penghasilan dengan mempublikasikan video di YouTube.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hak dan kewajiban dalam perjanjian antara konten kreator dan MCN, serta prosedur penyelesaian konflik jika terjadi pelanggaran kontrak. Pendekatan yang digunakan adalah kombinasi normatif dan empiris dengan metode deskriptif, menggunakan analisis yuridis normatif. Data yang digunakan mencakup sumber hukum utama, sekunder, dan tersier yang dikumpulkan melalui studi pustaka dan wawancara, kemudian dianalisis untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa MCN berkewajiban memenuhi fasilitas yang dijanjikan kepada konten kreator sesuai dengan ketentuan Pasal 7 dalam Perjanjian Kerjasama No: /KKI/CMS//17. Dalam kasus wanprestasi oleh salah satu pihak, terdapat dua opsi untuk penyelesaian: melalui litigasi di Pengadilan Negeri Jakarta Selatan, atau melalui penyelesaian non-litigasi dengan dukungan YouTube sebagai mediator, yang memungkinkan pengaduan melalui layanan bantuan YouTube. Implikasi hukum dari wanprestasi dalam konteks ini merujuk pada Pasal 1243 KUH Perdata.³¹

2. Penelitian yang dilakukan oleh Siti Rosidah, seorang mahasiswa dari Fakultas Syari'ah UIN Raden Intan Lampung, mengulas perspektif hukum Islam terhadap akad penghasilan dalam sistem monetisasi YouTube. Penelitian ini menggunakan metode kepustakaan dengan pendekatan deskriptif analitis. Sumber data primer yang digunakan mencakup buku-buku yang membahas sistem monetisasi YouTube, hukum Islam dalam konteks bisnis, serta referensi dari Al-Qur'an dan Hadits. Sedangkan sumber data sekunder diperoleh dari jurnal, skripsi, situs web, YouTube, artikel, dan forum-forum umum di internet yang relevan dengan topik penelitian ini.

Penelitian menunjukkan bahwa akad antara YouTuber dan YouTube Partner Program sah menurut Islam jika sesuai dengan prinsip-

³¹ M. Ilham Guntara, *tinjauan hukum perjanjian kerjasama antara konten creator youtube dan multi channel network* (Lampung: UNILA, 2018)

prinsip hukum Islam dan pedoman komunitas YouTube. Namun, banyak YouTuber melanggar ketentuan seperti hak cipta dan spam, sehingga pendapatan mereka menjadi tidak halal. Pelanggaran ini meliputi perjanjian dengan YouTube, pedoman komunitas, dan prinsip syariah Islam. Monetisasi YouTube mencakup iklan, sponsor, penjualan produk, dan metode lainnya untuk menghasilkan pendapatan.³²

Perbedaan pedelitan terdahulu dengan penelitian selanjutya adalah pada penelitian lebih fokus terhadap pada aspek syariah dan kehalalan penghasilan.

3. Skripsi yang ditulis oleh Puspa Marini berjudul "Perspektif Hukum Ekonomi Syariah terhadap Penghasilan Seleb Aplikasi TikTok (Studi Kasus di Banjarnegara)" mengungkapkan beberapa kesimpulan berdasarkan penelitian sebelumnya. Penelitian ini dan penelitian sebelumnya memiliki perbedaan, yakni penelitian sebelumnya lebih fokus pada perspektif hukum ekonomi syariah terhadap penghasilan seleb TikTok di Banjarnegara. Namun, persamaan antara kedua penelitian adalah keduanya membahas tentang aplikasi TikTok.³³

³² Siti Rosidah, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Akad Penghasilan dalam Sistem Monetasi Youtube*, (Lampung: UIN Raden Intan Lampung Fakultas Syari'ah, 2019)

³³ Puspa Marini, "Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah terhadap Penghasilan Seleb Aplikasi Tiktok (Studi kasus di Banjarnegara)" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Saifudin Zuhri, 2021)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan, yang artinya penelitian dilakukan secara langsung di lokasi penelitian. Tujuan penelitian lapangan adalah untuk menyelidiki dengan mendalam latar belakang, situasi saat ini, dan interaksi sosial antara individu, kelompok, dan masyarakat. Dalam konteks ini, peneliti berinteraksi langsung dengan subjek penelitian untuk mengumpulkan data yang akurat dan terperinci. Penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data langsung dari para konten kreator TikTok.

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif, yang melibatkan pengumpulan data deskriptif berupa teks tertulis atau hasil dari observasi langsung. Tujuan dari penelitian kualitatif deskriptif adalah untuk menjelaskan dan menggambarkan pemahaman serta interpretasi terhadap fenomena yang diteliti berdasarkan data yang diperoleh.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan mengungkapkan fakta dari data yang dikumpulkan, serta menguraikan dan menggambarkan peristiwa yang diamati. Fokus peneliti adalah untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang aspek-aspek terkait kondisi yang sedang diteliti, yang disajikan dalam format tulisan ilmiah.

C. Waktu dan tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dari Juni 2023 hingga September 2024 di Kecamatan Batangtoru, Tapanuli Selatan.

D. Subjek Penelitian

Subjek penelitian, disebut sebagai informan, adalah individu yang memberikan informasi mengenai situasi dan kondisi lokasi penelitian.³⁴ Adapun subjek penelitian dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui konten kreator *TikTok* dalam membuat konten di tinjau dari hukum ekonomi syariah.

E. Sumber Data

Data utama dalam penelitian kualitatif ini diperoleh dari kata-kata yang dikumpulkan dari wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap konten kreator TikTok yang telah memperoleh penghasilan, serta pihak-pihak terkait. Dokumen tambahan dari selebritas juga menjadi bagian dari data yang dikumpulkan dalam studi ini.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu:

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data saat peneliti perlu melakukan studi awal guna mengidentifikasi masalah penelitian dan memperoleh pemahaman yang mendalam dari responden yang jumlahnya terbatas. Wawancara dapat

dilakukan dalam format terstruktur atau tidak terstruktur, baik secara langsung maupun melalui komunikasi telepon.

Dalam studi ini, peneliti menggunakan metode wawancara terbuka yang sesuai dengan pendekatan kualitatif. Peserta wawancara menyadari bahwa mereka sedang diwawancara dan memahami tujuan dari proses tersebut. Hasil dari wawancara akan didokumentasikan secara komprehensif dengan menggunakan kode-kode pada transkrip wawancara. Fokus utama penelitian ini adalah untuk melakukan wawancara mendalam dengan dua TokTokers terkemuka dari Tapanuli Selatan, yaitu Ilman Sakti Siregar dan Ummi Yanti Saparisda.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses mengumpulkan informasi dari berbagai sumber seperti catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, dan agenda. Tujuannya adalah mencatat peristiwa yang telah terjadi dan dapat berupa teks, gambar, karya seni, dan lain-lain. Dokumentasi ini digunakan sebagai data pendukung dari hasil wawancara dan observasi, membantu dalam mengumpulkan informasi tentang Ilman dan Ummi untuk keperluan pembuatan konten.

G. Teknik Pengecekan keabsahan Data

Teknik pengecekan keabsahan data ialah metode yang digunakan peneliti untuk memastikan bahwa data yang digunakan valid, termasuk

dengan menggunakan sumber-sumber referensi yang tepat dan mendapatkan data secara objektif.³⁴

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data melibatkan serangkaian langkah sistematis dalam mengolah transkrip wawancara, hasil observasi, catatan lapangan, dokumen, foto, dan bahan lainnya untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam dari data yang telah dikumpulkan. Proses ini memungkinkan peneliti untuk mengembangkan temuan penelitian dan membagikannya kepada orang lain. Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah kualitatif, dengan penerapan berbagai metode tertentu.:

- a. Pengeditan data adalah proses mengatur data menjadi kalimat atau teks yang terstruktur dan sistematis.
- b. Redaksi data melibatkan pemeriksaan data untuk menemukan kekurangan informasi dan menghilangkan bagian yang tidak relevan.
- c. Deskripsi data adalah proses menguraikan data secara sistematis, baik secara induktif maupun deduktif, sesuai dengan struktur pembahasan yang telah ditetapkan.
- d. Penarikan kesimpulan adalah proses menyusun ringkasan dari data untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif dan ringkas.

I. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pemahaman terhadap proposal ini, peneliti menyusun proposal ke dalam beberapa bab sebagai berikut:

³⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, h. 231

Bab I Pendahuluan

Yang mencakup Latar Belakang, Rumusan Masalah, Fokus Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Batasan Istilah, Kajian Terdahulu, dan Metode Penelitian.

Bab II Landasan teori

Bagian ini mencakup evaluasi terhadap berbagai teori dan referensi yang menjadi landasan untuk mendukung penelitian ini, terfokus pada peran konten kreator TikTok sebagai sumber pendapatan dalam konteks bisnis menurut perspektif Islam.

Bab III Metodologi penelitian

Bab III berisi kajian tentang metode penelitian, alamat penelitian, pendekatan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data.

Bab IV pembahasan dan hasil penelitian:

Bab ini merupakan bab yang akan membahas dan menerangkan dari berbagai hasil penelitian ini baik secara praktis dan teoritis, apa studi yang diteliti.

Bab V Penutup

Bab ini bab penutup yang isinya memuat tentang kesimpulan dari penelitian yang dipaparkan di atas dan kesimpulan yang memuat jawaban dari rumusan masalah dan memberikan saran sebagai masukan agar bermanfaat untuk penulis maupun pembaca.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil TikTok

1. Ilman Sakti Siregar



TikToker Ilman Sakti Siregar penduduk asli Tapanuli Selatan yang beralamat di desa Pargarutan . Ilman Sakti Siregar lahir dari keluarga yang berkecukupan. memiliki 5 bersaudara dan ibunya bekerja sebagai wiraswasta, ayahnya seorang petani.³⁵

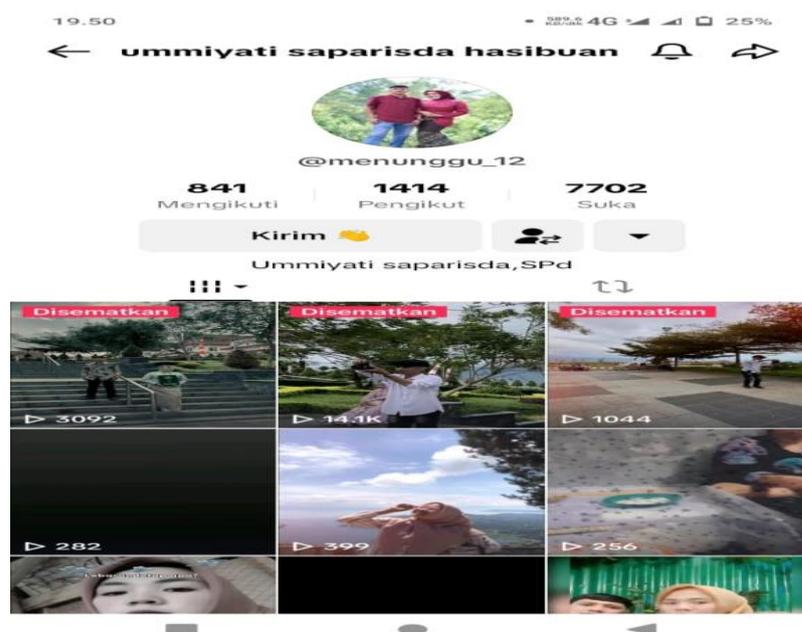
Backgraung pendidikan sejak kecil memang mulai terlihat bakat nya menulis kaligrafi. Ilman Sakti Siregar alumni SDN 100500 pargarutan jae, SMP mondok di Pompes Mangaraja Panusunan Achir Hasibuan, SMA di MAN 1 Tapanuli Selatan lanjut kuliah di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary dan mengabil jurusan Ilmu Al-qur'an dan Tafsir

³⁵ Wawancara dengan Ilman Sakti Siregar Pada Tanggal 17 April 2024

sekarang semester 8. Mulai dari SD Ilman Sakti Siregar sudah mengikuti MTQ di tingkat kecamatan. Karna sering mengikuti MTQ kemampuan menulis kaligrafinya makin bagus Disini Ilman Sakti Siregar mulai sering ikut lomba MTQ tingkat kecamatan dan sering mendapatkan juara satu menulis kaligrafi tingkat kecamatan. Karna sering ikut MTQ kemampuan menulis kaligrafinya makin bagus dan rapi.

Konten pertama Ilman Sakti Siregar pada maret 2021 konten pertama menulis kaligrafi di daun dan viral. pada postingan pertama tersebut langsung viral sehingga memiliki 467 ribu pengikut di TikTok bukan hanya membuat konten Ilman sering melakukan siaran langsung (*live*) sehingga mendapatkan gif dari penotonnya.

2. Umami Yanti Sapisda Hasibuan



TikToker Umami Yanti Sapisda merupakan penduduk asli Kabupaten Tapanuli Selatan yang beralamat di desa Napa. Umami Yanti

Saparisda terlahir dari keluarga yang berkecukupan. Memiliki saudara laki-laki yang sudah menikah. Ayah dan ibunya seorang petani.³⁶

Background pendidikan sejak kecil memang sudah nakal dan jahil. Ummi Yanti Saparisda bersekolah di SD impres, SMP di MTSN desa telo, SMK Negeri 1 sipirok lanjut kuliah di institut pendidikan tapanuli selatan (IPTS). Konten pertama Ummi Yanti Saparisda pada 5 maret 2017, konten pertama ummi yanti saparisda joget dan belum viral. Mulai dari itu ummi yanti saparisda mulai aktif membuat konten dan hingga mendapat penghasilan dari konten ummi bisa mendapatkan penghasilan sebanyak Rp 761,38 rupiah dalam sebulan.

B. Mekanisme pembuatan konten kreatif TikTok

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan para konten kreator atau TikTokers di Tapanuli Selatan, diketahui bahwa setiap TikToker memiliki mekanisme yang berbeda-beda dalam membuat konten kreatif, yaitu:

1. Ilman Sakti Siregar

Konten Ilman Sakti Siregar yang menjadi viral adalah “MENULIS KALIGRAFI DI ATAS DAUN” setelah banyak upload baru baru di postingan ini mendapat 11.8K penonton dalam waktu 1 hari dan setiap *live* jumlah penotongnya sampai 700k dari penonton yang banyak tersebut Ilman akan mendapat kan *gift* dari penonton tersebut. Dari *gift* tersebut bisa di

³⁶ Wawancara dengan Ummi Yanti Saparisda Pada Tanggal 18 april 2024

tukarkan menjadi uang gif bunga bernilai 1koin dan *gift* tertinggi *TikTok* universe bernilai 44999 koin.

Setelah sukses dan di monetiasi oleh *TikTok*, konten Ilman Sakti Siregar membuat viral kembali dengan postingan “ADA TAPI DIKIT” dan kembali mendapatkan kenaikan jumlah penonton yang signifikan 30jt penonton. Tipe konten Ilman Sakti Siregar adalah menulis kaligrafi kerana *TikTok* Ilman menjadikan *TikTok* sebagai hobby jadi tidak ada standar semua terkonsep dan di edit sendiri oleh ilman.³⁷

Ide dan kreativitas sangat penting dalam proses pembuatan konten. Sebagai bagian dari strategi, di akhir video sering dimasukkan pesan atau nilai sosial untuk memberikan edukasi yang berharga. Banyak konten seperti ini mendapat tanggapan positif dan dijadikan dasar pemikiran oleh TikTokers untuk membuat konten yang lebih menarik. Hal ini menginspirasi penonton untuk mengeksplorasi konten-konten yang lebih bermanfaat, daripada hanya sekadar menari di video.

2. Ummi Yanti Sapisda

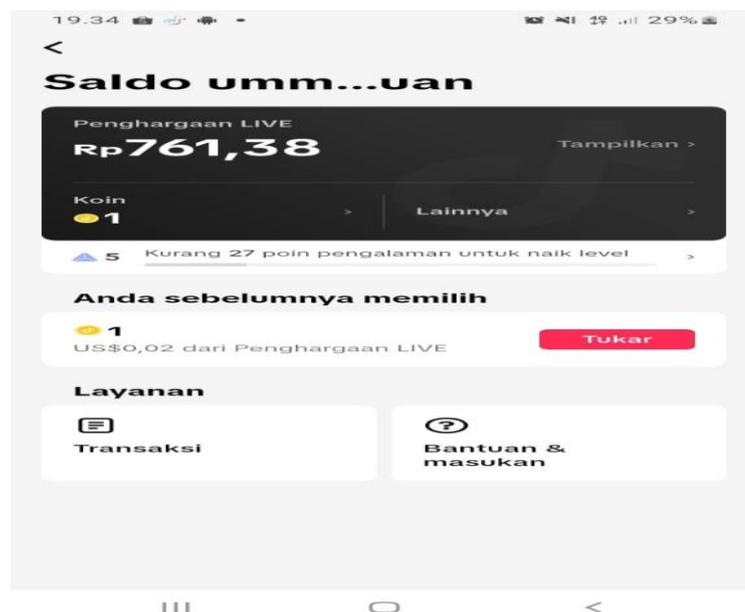
Konten Ummi yang menjadi viral adalah video fotografer mengambil foto ummi dengan pacarnya setelah sekian banyak upload baru di postingan ini mendapat 13.9k dalam waktu tak sampai 3 hari.

Mekanisme pembuatan konten yang sangat sederhana dan alat seadanya hanya modal *hanphone*, lokasi konten dan *live* hanya di kamarnya

³⁷ Wawancara dengan Ilman Sakti Siregar Pada Tanggal 17 April 2024

mendapatkan 1413k pengikut dan setiap *live* ia mendapat banyak *gift* yang banyak dari penoton. Konten live nya tentang kehidupan sehari-harinya tapi setiap *live* ummi sering membuka aurat nya dan berkata kasar supaya penontonya banyak memberika *gift*.³⁸

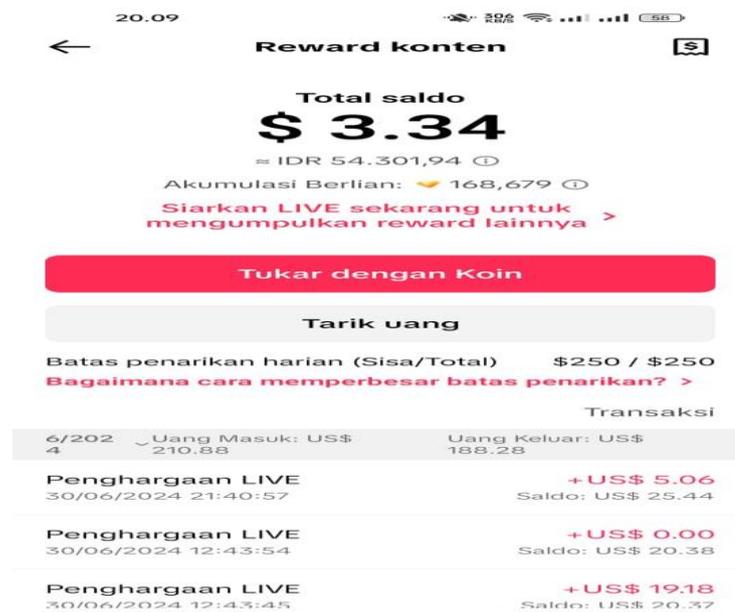
C. Mekanisme sumber penghasilan (*monetissi*) TikTok



Untuk menjadi kreator TikTok yang mendapatkan penghasilan, syarat utamanya adalah memiliki minimal 1.000 pengikut (followers). Dalam cara kerjanya, penonton yang menonton siaran langsung dapat memberikan hadiah berupa stiker sebagai bentuk penghargaan atas konten yang diberikan oleh kreator. Sebagai gambaran, dengan memiliki 1.000 pengikut, seorang kreator bisa menghasilkan antara USD 9 hingga USD 20 per bulan atau sekitar Rp 100.000 hingga Rp 300.000 per postingan.

³⁸ Wawancara dengan Umami Yanti Saporisa Pada Tanggal 18 April 2024

Penghasilan ini bisa meningkat dengan bertambahnya jumlah pengikut dan penonton konten yang semakin banyak. Setiap koin TikTok memiliki nilai tetap, yaitu Rp 75, sehingga jika kreator berhasil mengumpulkan 1.000 koin, nilainya setara dengan sekitar Rp 17.000 dalam bentuk uang tunai, dengan nilai yang lebih tinggi seiring dengan jumlah koin yang dikumpulkan.



TikTok Ilman Sakti Siregar harus memiliki 1.000 *subscriber*, dan memiliki minimal video berdurasi 1 menit supaya dapat banyak jam tayang selalu konsisten konten di *TikTok* cukup posting tiga kali seminggu. Pertama kali gaji *TikTok* Ilman menghasilkan 1.000.000 jt/bulan dan setelah aktif dan fokus untuk membuat konten dan *live* saat ini ia bisa mengumpulkan 4-5 juta /bulan karna memiliki 467,6 ribu pengikut.

TikTok Umami Yanti Saparisda memiliki *subscriber* 1414 sama halnya dengan ilman untuk membuat konten harus konsisten dan minimal 3

kali seminggu. Pertama kali gajian gajian *TikTok* Ummi menghasilkan Rp 200.000 ribu/ bulan dan setelah aktif dan fokus untuk membuat konten dan *live* saat ini ia bisa mengumpulkan 7 ratus ribu sampai 8 ratus ribu rupiah per bulan.

Ilman menjelaskan bahwa dia tidak bisa membuat konten dan melakukan *live* setiap minggu karena proses pengambilan video yang memakan waktu lama dan durasi penyuntingan yang panjang. Hal ini mempengaruhi para subscriber yang sudah menunggu-nunggu postingan video berikutnya. Oleh karena itu, untuk tetap konsisten dalam membuat konten dan *live* serta menjaga pendapatan bulanan dan kepuasan para subscriber, dia harus menemukan keseimbangan yang tepat.³⁹

TikTok Ummi sama halnya dengan ilman dalam membuat konten dan *live* harus konsisten dalam membuat konten dan membuat konten yang berbeda dengan konten yang sebelumnya supaya *followers* nya tidak bosan sehingga selalu menanti-nanti konten yang dibuat dan *TikTokers* nya sama-sama menimatinnya.

D. Tinjauan Hukum Ekonomi Syari'ah terhadap konten kreatif *TikTok* sebagai sumber penghasilan.

Berdasarkan hasil penelitian diatas jika di tinjau dari hukum ekonomi syariah dan prinsip etika bisnis islam:

³⁹ Wawancara dengan Ilman Sakti Siregar Pada Tanggal 17 April 2024

1. Prinsip Tauhid

Setiap aspek kehidupan manusia, seperti tindakan, perbuatan, perkataan, hati, dan pikiran, harus mencerminkan kesadaran akan iman kepada Allah SWT, adalah ajaran prinsip tauhid. Dalam konteks ini, semua aktivitas manusia, termasuk dalam ekonomi dan bisnis, harus disusun dengan mempertimbangkan nilai-nilai keagamaan dan mempertanggungjawabkan setiap tindakan kepada-Nya.

Pada konten *TikTok* Ilman niatnya untuk meyalurkan bakatnya untuk memotivasi orang yang menonton kontennya supaya mau belajar kaligrafi karena dizaman sekarang sudah banyak masyarakat membuat konten yang tidak seharusnya ditonton. Ilman mengarjarkan kita dalam mencari rezeki mengikuti tern di zaman ini tetap beretika dan tidak melanggar syariah islam dalam membuat konten.

Tidak seperti *TikTok* Umami yang semua kontennya tidak sesuai dengan prinsip tauhid dan tidak mencerminkan ketaatan kepada Allah, terutama dalam hal kontak fisik dan aktivitas di ruangan yang tidak tepat antara dua orang yang bukan muhrim.⁴⁰ Seperti yang termaktub dalam surat Al-Ahzab (33) ayat 59.

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِّأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ ذَلِكَ
أَدْنَىٰ أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ ۗ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا ﴿٥٩﴾

⁴⁰ Wawancara dengan Umami Yanti Saporisda Pada Tanggal 18 april 2024

Artinya: Hai Nabi, sampaikan kepada istri-istrimu, anak-anak perempuanmu, dan istri-istri orang beriman agar mereka menutupi tubuh mereka dengan jilbab. Tindakan ini akan membuat mereka lebih mudah dikenali dan terhindar dari gangguan. Allah Maha Pengampun dan Maha Penyayang.

Penerapan firman Allah dalam surat Al-Ahzab terlihat dalam konten TikTok Ummi. Pada awalnya, akun TikTok Ummi menarik perhatian dengan penampilan menarik dan pakaian ketat. Namun, kini konten tersebut telah diprivat oleh Ummi dan tidak dapat ditemukan lagi.

2. Prinsip Keadilan.

Prinsip keadilan mengajarkan bahwa dalam setiap aktivitas, termasuk dalam dunia bisnis, manusia harus bertindak adil terhadap dirinya sendiri maupun terhadap orang lain di sekelilingnya.. Hal ini berarti bahwa dalam berbisnis, penting untuk mempertimbangkan keadilan bagi semua pihak yang terlibat, bukan hanya mencari keuntungan sendiri tanpa memperhatikan kerugian yang mungkin dialami orang lain. Konten Ummi dalam TikTok cenderung tidak memperlihatkan nilai-nilai edukatif yang positif, seperti perilaku yang tidak sesuai dengan nilai-nilai agama dan seringkali menghina orang lain.

Sebaliknya, konten TikTok Ilman berbeda dari Ummi. Ilman menekankan pengajaran seni menulis huruf Arab yang indah serta pelajaran kaligrafi di madrasah. Tujuan konten Ilman adalah untuk mengedukasi tentang pentingnya menulis bahasa Arab dengan benar, sehingga dapat

dibaca dan dipahami tanpa menimbulkan kesalahpahaman dalam pembacaan, makna, atau interpretasi.

3. Prinsip Tanggung Jawab.

Prinsip tanggung jawab mengajarkan bahwa setiap kegiatan manusia, termasuk berbisnis, memerlukan pertanggungjawaban kepada Allah SWT, diri sendiri, dan orang-orang terdekat. Baik Ilman maupun Ummi dalam TikTok keduanya bertanggung jawab terhadap perekonomian keluarga mereka, meskipun dengan pendekatan yang berbeda. Ilman menggunakan penghasilan dari kontennya untuk memenuhi kebutuhan pribadinya, seperti biaya kuliah dan keperluan sehari-hari, bahkan menjadi tulang punggung ekonomi bagi keluarganya dengan membuka bisnis kecil-kecilan.

Sementara itu, Ummi juga membagi penghasilannya untuk membantu ibunya dan memenuhi biaya kuliah serta kebutuhan untuk kontennya. Namun, meskipun niatnya baik, penting untuk diingat bahwa penghasilan harus diperoleh dengan cara yang halal sesuai dengan aturan Islam, dan tidak melanggar prinsip-prinsip agama. Sesuai dalam firman Allah Surat Al-Lahab (111) ayat 2 :

كَسَبٌ وَمَا مَالُهُ ۖ عَنْهُ أَخْبَىٰ مَا

Artinya : Tidaklah berguna baginya hartanya dan apa yang dia usahakan.

4. Prinsip Kebebasan.

Prinsip kebebasan menyatakan bahwa setiap individu memiliki hak untuk memilih dan menentukan arah kehidupannya sendiri, termasuk dalam

konteks berbisnis. Namun, perlu diingat bahwa meskipun manusia memiliki kehendak bebas untuk mengatur kehidupannya, mereka tidak boleh mengabaikan tanggung jawab terhadap hukum Allah.

Dengan demikian, bisnis yang dijalankan oleh para kreator TikTok adalah hasil dari kebebasan individu masing-masing. Meskipun berhasil atau tidak dalam konteks konten TikTok, akhirnya hasilnya tetap ditentukan oleh Allah SWT di akhirat.

Ilman sejak awal hidupnya sudah berkecukupan, *backgraud* orang tuanya bekerja sebagai petani. Karna ingin hidup mandiri bagaimana caranya menghasilkan uang yang cepat untuk tidak lagi membebani keluarnya dan tidak lagi meminta uang kepada orang tuanya dan akhirnya membuat konten TikTok tersebut.

TikTokers Umami setelah lulus SMA berjualan baju dipasar untuk kebutuhan sehari-hari dan membantu keluarganya. Setelah berpenghasilan dari *TikTok* Umami ingin melanjutkan sekolah nya ia pun bersekolah di IPTS (INSTITUT PENDIDIKAN TAPANULI SELATAN). Dari penghasilannya itu ia dapat membiayai kuliah nya sendiri.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. bahwa konten kreator di Tapanuli Selatan mendapatkan penghasilan dari konten dan live streaming di TikTok. Pendapatan ini diperoleh ketika host talent melakukan live streaming dan pengikut yang terhibur memberikan hadiah virtual secara sukarela. Tidak ada paksaan dari TikTok atau host talent untuk meminta hadiah dari penonton. Menurut hukum Ekonomi Islam, penghasilan dari live streaming halal karena sesuai dengan ketentuan Allah SWT
2. Menurut hukum Ekonomi Islam, penghasilan dari live streaming halal karena sesuai dengan ketentuan Allah SWT dalam Q.S. Yusuf ayat 72, serta memenuhi rukun dan syarat yang ditetapkan, tanpa unsur paksaan. Namun, penghasilan ini menjadi tidak diperbolehkan jika kontennya mengandung unsur negatif seperti pornografi, karena tidak memenuhi syarat yang ada. Maka TikTokers Tapanuli Selatan yang satu sudah memenuhi syarat etika bisnis islam tetapi masih ada TikTokers yang belum memenuhi etika bisnis islam. yang memiliki latar belakang didikan nilai-nilai Islam sejak awal, menunjukkan konten yang sesuai dengan nilai-nilai tersebut. Sebaliknya, konten dari Ummi Yanti Sapisda, tidak memenuhi prinsip-prinsip tauhid, keadilan, tanggung jawab, kebebasan, kejujuran, dan kebenaran sejak awal.

B. Saran

1. Jika ingin menjadi seorang pengusaha, sangat penting untuk Mengerti dan mengimplementasikan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dengan baik, sehingga konten yang dihasilkan sesuai dengan nilai-nilai Islam dan diberkahi oleh Allah SWT.
2. Para pemilik konten kreatif TikTok atau pengguna TikTok di Tapanuli Selatan sebaiknya mengubah dan memperbaiki konten yang tidak sesuai, termasuk thumbnail, isi konten, dan kata-kata yang digunakan.
3. Para pengikut atau pelanggan TikTok sebaiknya mempertimbangkan dengan bijak konten apa yang dipilih sebagai sumber nilai pendidikan yang bermanfaat bagi diri sendiri, sambil memastikan tidak melanggar nilai-nilai ajaran Islam dalam citra mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Wahid, M. kabob, *cyber crime*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2005).
- Aditya Jatiagung Nirwana, *Media Baru, Lahan Bagi Pencipta Konten Kreatif* (Yogyakarta: Universitas Mercu Buana, 2016).
- Abdu Muim Salim, dkk, *Metodologi Penelitian Tafsir Maudhu'i* (Jakarta: Pustaka Arif, 2012),
- Aditya Jatiagung Nirwana, *Media Baru, Lahan Bagi Pencipta Konten Kreatif* (Yogyakarta: Universitas Mercu Buana, 2016).
- Amir Syarifudin, *Ushul Fiqh*, Logos, Jakarta, I, 197.
- Al-Syatibi, *Al-Muwafaqat Fi Ushul Al-Hakam*, (ttp., Dar El-Fikr, tt).
- Ali Yafie, *Menggagas Fiqih Social*, (Bandung: Mizan, 1994).
- A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana, 2017), cet. 4,
- As-Sayis, Muhammad Ali, *Sejarah Pembentukan Dan Perkembangan Hukum Islam*, (Jakarta: Akademika Pressindo, 1976).
- BN. Marbun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), hal. 230
- Boediono, *Pengantar Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2002), hal. 150
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2008), hal. 185
- Mahyuddin, *Masyarakat dan Gejala Problematika Sosial: Persilangan Dinamika Politik, Budaya, Agama dan Teknologi*, (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2020).
- Manna" Al-Qathan, *Al-Tasyri Wa Al-Fiqh Fi Al-Islam*, (Muassasah Al-Risalah, Tt.).
- Mahyu Danil, "Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen", *Journal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh*, Vol. IV No. 7: 9.

- M. Ilham Guntara, *tinjauan hokum perjanjian kerjasama antara konten creator youtube dan multi channel network* (Lampung: UNILA, 2018).
- Muhammad Daud Ali, *Hukum Islam*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, XX, 2014
- Puspa Marini, “Perspektif Hukum Ekonomi Syari’ah terhadap Penghasilan Seleb Aplikasi Tiktok (Studi kasus di Banjarnegara)” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Saifudin Zuhri, 2021)
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*.
- Rulli Nasrullah, *Media Sosial* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017).
- Rudi, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Ridha, Rasyid, Yusru Al-Islam Al-Tasry’ Al-.,Am, (Kairo: Al-Maktabah Al-Islamiyah, tt),
- Rosy Pradipta Angga Purnama, *Analisis Pengaruh Modal, Tenaga Kerja, Lama Usaha, dan Teknologi Proses Produksi terhadap Produksi Kerajinan Kendang Jimbe di Kota Blitar*, (Malang: Universitas Brawijaya, 2014), jurnal ilmiah.
- Sandi Marga Pratama Dan Muchlis, “Pengaruh Aplikasi Tik Tok Terhadap Ekspresi Komunikasi Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya Tahun 2020”, *Jurnal Komunikasi*, Vol.01 No.2 (Agustus 2020)
- Saleh Al-Fauzan, *Fiqih Sehari-hari*, (Jakarta: Gema Insani, 2005),
- Sadono Sukirno, *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*, Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2006, hal. 47
- Siti Rosidah, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Akad Penghasilan dalam Sistem Monetasi Youtube*, (Lampung: UIN Raden Intan Lampung Fakultas Syari’ah, 2019)
- Sitti Nurhalimah, *Media Sosial dan Masyarakat Pesisir: Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi*, (Sleman: Deepublish, 2019),

Susilowati, *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Personal Branding di Instagram* (Studi deskriptif kualitatif pada akun @bowo_allpennliebe), Jurnal Komunikasi, 2018, vol. 9 no.2

Sumari, *Etika bisnis*, (Jakarta Universitas Persada Indonesia 2021),
Soemarso S.R *Akuntansi Suatu Pengantar. Edisi Lima*. Jakarta: Salemba Empat (2009, hal.54)

Soekartawi, *Faktor-faktor Produksi*, Jakarta: Salemba Empat, (2012), hal. 132

Sri Sudiarti. *Fiqh muamalah kontemporer* (Medan:Febiuiin-su Press,2018), 227

Wahbah Az Zuhaili, *Fiqh Islam Wadillatuhu* Jilid 5, Terj. Darul Fikir (Jakarta:Gema Insani, 2011)

Wahbah Al-Zuhaili, *Ushul Al-Fiqh Al-Islami*, (Beirut: Dar Al-Fikr, 1986).

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Pribadi

Nama : Rispan Ritonga
Nim : 2010200032
Tempat/Tanggal Lahir : 7 April 2001
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Anak ke : 1 (satu) dari 3 bersaudara
Alamat : Desa Napa, Kecamatan Batangtoru,
Kabupaten Tapanuli Selatan

B. Identitas Keluarga

Nama Ayah : Sobar Ritonga
Pekerjaan : Petani
Nama Ibu : Masdeli Simanjuntak
Pekerjaan : Petani
Alamat : Desa Napa, Kecamatan Batangtoru,
Kabupaten Tapanuli Selatan

Riwayat Pendidikan

Tahun 2012-2013 : SDN 101140 Desa Napa
Tahun 2015-2016 : Madrasah Tsanawiyah Negeri desa telo
Tahun 2019-2020 : MAS NU Batangtoru
Tahun Sekarang : UIN SYAHADA Padangsidempuan

DOKUMENTASI

Dokumentasi Wawancara penelitian bersama TikTokers Ilman Sakti

Siregar dan Ummi Yanti Sapisda.





DAFTAR WAWANCARA

1. Pertanyaan kepada Ilman Sakti Siregar
 - a) Bagaimana konten kreator *TikTok* mendapatkan penghasilan dari platform tersebut ?
 - b) Apa saja cara yang digunakan konten kreator *TikTok* untuk mendapatkan penghasilan ?
 - c) Berapa followers *TikTok* yang sudah bisa mendapatkan penghasilan ?
 - d) Apa alasan *TikTokers* membuat konten seperti ini dan apakah *TikTokers* mengetahui tentang pembuatan konten sesuai dengan syariat islam ?
 - e) Apakah *TikToker* mengetahui tanggung jawab dalam membuat konten yang tidak sesuai dengan hukum ekonomi syariah ?
 - f) Berapa penghasilan *TikTokers* dalam membuat konten dan *live* dalam satu bulan ?
2. Pertanyaan kepada Umami Yanti Saparisa
 - a) Bagaimana konten kreator *TikTok* mendapatkan penghasilan dari platform tersebut ?
 - b) Apa saja cara yang digunakan konten kreator *TikTok* untuk mendapatkan penghasilan ?
 - c) Berapa followers *TikTok* yang sudah bisa mendapatkan penghasilan?
 - d) Apa alasan *TikTokers* membuat konten seperti ini dan apakah *TikTokers* mengetahui tentang pembuatan konten sesuai dengan syariat islam ?

- e) Apakah *TikToker* mengetahui tanggung jawab dalam membuat konten yang tidak sesuai dengan hukum ekonomi syariah ?
- f) Berapa penghasilan *TikTokers* dalam membuat konten dan *live* dalam satu bulan ?



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM
Jalan T. Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733 Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022
Website : fasih.uinsyahada.ac.id.

Nomor : 28 /Un.28/D.4a/TL.00/03/2024
Sifat : -
Lampiran : -
Hal : **Mohon Bantuan Informasi
Penyelesaian Skripsi**

25 Maret 2024

Yth. Kepala Desa Pargarutan Jae

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan menerangkan bahwa:

Nama : Rispan Ritonga
NIM : 2010200032
Fakultas/Prodi : Syariah dan Ilmu Hukum / Hukum Ekonomi Syariah
Alamat : Desa Napa Kec. Batangtoru kab. Tapanuli Selatan
No Telpon/ HP : 082163658646

adalah benar mahasiswa Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan penulisan Skripsi mahasiswa dengan judul "**Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Income Konten Kreator Tiktok Sebagai Sumber Penghasilan**".

Sehubungan dengan itu, dimohon bantuan Bapak untuk memberikan data dan informasi sesuai dengan maksud judul Skripsi di atas.

Demikian kami sampaikan, atas kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

a.n. Dekan
Kabag Tata Usaha,

Irwan Rojikin, S.Ag
NIP 197202212000031004



PEMERINTAH KABUPATEN TAPANULI SELATAN
KECAMATAN ANGKOLA TIMUR
DESA PARGARUTAN JAE

Nomor : 2083/ 59 /2024
Perihal : Surat Balasan Permohonan
Izin Penelitian

Kepada Yth :
Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu
Hukum Universitas Syekh Ali
Hasan Ahmad Addary
Padangsidempuan

di -

Tempat

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan Surat Tanggal 25 Maret 2024 Perihal Permohonan Izin Studi Pendahuluan Untuk Penyusunan Skripsi Mahasiswa Atas Nama RISPAN RITONGA dengan Judul "TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP INCOME KONTEN KREATOR TIKTOK SEBAGAI SUMBER PENGHASILAN" kami sampaikan beberapa hal :

1. Pada Dasarnya kami keberatan, maka kami dapat mengizinkan pelaksanaan penelitian tersebut di tempat kami.
2. Izin melakukan penelitian diberikan untuk keperluan akademik.

Demikian Surat balasan dari kami, atas perhatian kami ucapkan terimakasih.

Pargarutan Jae, 01 April 2024

KEPALA DESA PARGARUTAN JAE



LENNY MARLINA SIREGAR



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD AD-DARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM
Jl. T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang 22733, Telp(0634) 22080, Faximile (0634) 24022
Website: <https://fasih.uinsyahada.ac.id> Email : fasih@uinsyahada.ac.id

Nomor : B-~~526~~ /Un.28/D.1/PP.00.9/11./2023
Lamp : -
Perihal : **Pengesahan Judul dan Pembimbing Skripsi**
Yth Bapak :

14 November 2023

1. Dr. H. Fatahuddin aziz Siregar, M. Ag
2. Nada Putri Rohana, M.H.

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan hormat, disampaikan kepada Bapak dan Ibu bahwa berdasarkan hasil sidang Tim Pengkaji Kelayakan Judul Skripsi, telah ditetapkan Judul Skripsi Mahasiswa di bawah ini:

Nama : Rispan Ritonga
NIM : 2010200032
Sem/T.A : VII (Tujuh) 2023-2024
Fak/Prodi : Syariah dan Ilmu Hukum/ Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Konten Kreator Aplikasi Tiktok Sebagai Sumber Penghasilan Ditinjau Dari Hukum Ekonomi Syariah.**

Seiring dengan hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Bapak dan Ibu menjadi Pembimbing I dan Pembimbing II penelitian penulisan skripsi mahasiswa dimaksud.

Demikian disampaikan, atas kesediaan dan kerjasama yang baik dari Bapak, kami ucapkan terimakasih.

Wa'alaikumsalam Warahmatullahi Wabarakatuh

a.n Dekan

Wakil Dekan Bjd. Akademik

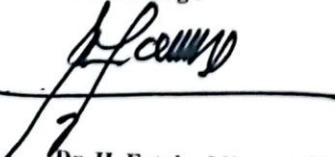

Dr. Akmatnizar, M. Ag.
NIP. 19680202 200003 1005

Ketua Program Studi


Nurhotia Harahap, M.H.
NIP. 19900315 201903 2 007

Pernyataan Kesediaan Sebagai Pembimbing

Bersedia / Tidak Bersedia
Pembimbing I


Dr. H. Fatahuddin aziz Siregar, M. Ag.
NIP. 19731128 200112 1 001

Bersedia / Tidak Bersedia
Pembimbing II


Nada Putri Rohana, M.H.
NIP. 19960210 202012 2 009