



AL-HISAB: Jurnal Ekonomi Syariah

Vol. 3, No. 1 (Desember 2022): 1-18

**TINJAUAN FIQH MUAMALAH TERHADAP APLIKASI TIKTOK
MODERN DAN GENERASI MILINEAL DI ERAH SOCIETY 5.0
(STUDI MASLAHAT ATAUKAH MASALAH)**

**FIQH MUAMALAH REVIEW OF THE MODERN TIKTOK
APPLICATION AND THE MILLINEAL GENERATION IN THE
ERA OF SOCIETY 5.0 (MASLAHAT OR PROBLEM STUDY)**

Riky Soleman

Magister Ekonomi Syariah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia

Contributor Email: ikysoleman26@gmail.com

Url Artikel: <https://jurnal.stiesbaktiya.ac.id/index.php/alhisab/article/view/92>

ABSTRACT

Social media is a container that is able to create various forms of information and communication for all levels of society. With social media, every individual can communicate and share information with all levels of society. One of the social media that is widely used today is the Tiktok application, both adults and young children have become familiar in millennial life. There are so many social media users because they follow the trend of the times which are increasingly biased, so whether they want it or not, people will be contaminated, especially young people, especially today's students. In understanding this long review, there is an approach that is seen in looking at the tiktok phenomenon, namely the maslahat approach is divided into two, namely min haytsu al-wuwu and min haytsu al-adam. The Min Haytsu al-Manifestation approach looks at economic activities that can bring greater benefit. Meanwhile, min haytsu al-adam by fighting everything that hinders the benefit process itself. From the point of view of some scholars, there may be things that cannot, which are permissible if the benefits are greater, and are used properly, both in terms of business, education and practices that bring benefits in themselves. and vice versa if the impact is greater harm, be left.

Keywords: *Fiqh Muamalah, Tiktok Application, Millennial Generation, Cociety 5.0*

ABSTRAK

Media sosial merupakan wadah yang mampu menciptakan berbagai macam bentuk informasi dan komunikasi bagi seluruh lapisan masyarakat. Dengan adanya media sosial, setiap individu dapat berkomunikasi dan berbagi informasi dengan seluruh lapisan masyarakat. Salah satu media sosial yang banyak digunakan saat ini adalah aplikasi Tiktok, baik orang dewasa maupun anak kecil sudah tidak asing lagi dalam kehidupan milenial. Banyak sekali pengguna media sosial karena mengikuti trend perkembangan zaman yang semakin hari semakin bias, sehingga mau tidak mau masyarakat akan terkontaminasi terutama anak muda khususnya pelajar saat ini. Dalam memahami ulasan panjang ini, ada pendekatan yang dilihat dalam melihat fenomena tiktok, yaitu pendekatan masalah yang dibagi menjadi dua, yaitu *min haytsu al-wuwu* dan *min haytsu al-adam*. Pendekatan *min haytsu al-wuwu* melihat kegiatan ekonomi yang dapat mendatangkan kemaslahatan yang lebih besar. Sedangkan *min haytsu al-adam* dengan cara memerangi segala sesuatu yang menghalangi proses kemaslahatan itu sendiri. Dari sudut pandang sebagian ulama, boleh jadi ada hal-hal yang tidak boleh, yang diperbolehkan jika manfaatnya lebih besar, dan dimanfaatkan dengan baik, baik dari sisi bisnis, pendidikan dan praktik-praktik yang membawa manfaat pada dirinya sendiri, dan sebaliknya jika dampak mudharatnya lebih besar, ditinggalkan.

Kata Kunci: *Fiqih Muamalah, Aplikasi Tiktok, Generasi Milineal, Society 5.0*

Diterima	Revisi Akhir	Tersedia Online
22 Juli 2022	28 Desember 2022	31 Desember 2022

A. PENDAHULUAN

Globalisasi proses integrasi Internasional yang terjadi karena pertukaran pandangan dunia, produk, pemikiran dan aspek-aspek kebudayaan (Setiadi, 2011). Dunia hari ini merupakan dunia persaingan, tidak hanya materi ekonomi namun peran sosial budaya dan teknologi hari ini telah membudaya, seiring dengan perkembangan zaman budaya teknologi di erah *Society 5.0* teknologi semakin menghantui generasi hari ini dan bahkan menjadi momok untuk generasi milineal. Erah globalisasi merupakan bentuk

Tinjauan Fiqih Muamalah....

Riky

representasi realitas yang sangat otentik untuk mengubah cara pandang kita baik sosial dan budaya itu sendiri. oleh karena itu perlu adanya moderasi dalam membentuk generasi yang santun serta berahlak dengan pembentukan serta pembaharuan yang dimaksud. Bahkan di erah globalisasi hari ini banyak sekali dampak positif dan negatif nya dengan kata lain globalisasi bisa dikatakan harapan bahkan bahaya besar.

Dampak globalisasi yang nampak ialah teknologi yang semakin canggih, segala sesuatu yang dibutuhkan dengan mudah di dapat. Contoh saja *Hendphone* yang secara mudah didapat dengan kualitas terjamin serta harga yang terjangkau, bahkan setiap hari selalu ada perubahan dan penambahan versi-versi terbaru. Dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin masif sehingga banyaknya inovasi-inovasi teknologi terbaru yaitu media sosial yang bermunculan dengan versi-versi dan juga fungsi yang berbeda-beda. Sehingga membuat masyarakat sekarang penasaran dan ingin mencoba menggunakan berbagai macam media sosial (internet) tersebut. Internet tidak hanya digunakan sebagai media berinteraksi dan komunikasi namun juga sebagai media promosi untuk menawarkan sebuah produk yang menampilkan tren masa kini yang sedang berkembang. Salah satunya bagian dari internet adalah media sosial (Gusti Agung I, 2017).

Mayfield (2008) menyebutkan bahwa media sosial merupakan bagian dari media digital. Bentuknya berupa jejaring sosial, misal facebook, blok wikipedia, media berbasis seperti youtube, snac vidio, vbahkan tiktok termasuk di dalamnya (Gusti Agung I, 2017). Media sosial adalah sarana untuk berinterkasi, berkomunikasi dan saling berbagi menggunakan bantuan internet yang dibangun di atas dasar idiologi dan teknologi Web 2.0 yang memungkinkan penciptaan pertukaran *user-generated content* (Jeklin, 2016).

Media sosial tidak hanya digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi dan berinteraksi tetapi juga sebagai alat ekspresi diri (*self expression*) dan pencitraan diri (*self branding*) (Jeklin, 2016). Seiring dengan kemajuan teknologi maka, banyaknya media media yang dapat digunakan manusia untuk dijadikan alat dalam berkomunikasi demikian pula dengan media sosial diantaranya untuk berbagai pesan dengan penggunaan media sosial itu sendiri yaitu berupa berita informasi, gambar, foto dan juga tautan vidio (Susilowati, 2018).

Salah satu media sosial yang banyak digunakan saat ini adalah aplikasi Tiktok, baik orang dewasa maupun anak kecil dan sudah menjadi familiar dalam kehidupan milineal. Banyak sekali pengguna media sosial ini karena mengikuti tren zaman yang semakin membias maka mau dan tidak mau orang akan terkontaminasi terutama anak muda. Pandangan anak muda saat ini dengan menggunakan aplikasi Tiktok adalah perubahan status sosial yang terus maju disebabkan faktor lingkungan yang terus terbuka lebar untuk kehidupan hari ini.

1. Media Sosial

Ada 6 jenis media sosial Kaplan dan Haenlein (2010), yaitu:

- a. Proyek kolaborasi sebuah website yang mengizinkan usernya mengubah, menambah, membuang konten-konten yang berada di website, contohnya wikipedia.
- b. Blog dan *Microblog* yaitu user bebas mengekspresikan sesuatu seperti curhat/kritik terhadap kebijakan tertentu, contohnya Twitter
- c. Konten yaitu user dan pengguna website untuk saling share konten seperti video, gambar, suara, contohnya Youtube.
- d. Situs Jejaring Sosial yaitu sebuah aplikasi yang mengizinkan user saling terhubung dengan orang lain dan berisikan informasi pribadi dan dapat dilihat orang lain, contohnya Facebook

- e. *Virtual Game World* yaitu dunia virtual yang menggunakan teknologi 3D, dimana user berbentuk avatar dan berinteraksi dengan orang lain, contohnya *Games Online*
- f. *Virtual Social World* yaitu dunia virtual yang user merasa hidup di dunia maya berinteraksi dengan yang lain, contohnya *Second Life*.

2. Aplikasi Tiktok

Aplikasi Tiktok adalah sebuah media sosial yang penggunaannya dapat membuat vidio pendek berdurasi sekitar lima belas detik hingga satu atau tiga menit serta dilengkapi dengan musik, filter, dan fitur-fitur kreatif lainnya. Tiktok mempunyai tingkat kepopuleran yang sangat tinggi saat ini. Sesungguhnya aplikasi ini sudah ada sejak 2016, walaupun sempat tutup tetapi akhirnya Tiktok muncul kembali dan mulai masuk ke Indonesia pada tahun 2017 (Andry Winanto, 2018).

Tiktok dalam penggunaannya sempat dicerca dan diremehkan sampai akhirnya ditutup kembali pada tahun 2018 di Indonesia karena adanya kasus yang akhirnya menimbulkan penilaian bahwa Tiktok mengandung konten negatif. Namun, dalam waktu seminggu akhirnya Tiktok kembali bekerja sama dengan Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. Akhirnya mulai banyak orang-orang yang menggunakan Tiktok dan merubah penilaian mereka ke arah yang lebih positif terhadap Tiktok. Pengguna Tiktok berasal dari berbagai macam kalangan dan pengguna Tiktok di Indonesia sendiri mencapai 30,7 juta pengguna. Tidak mengenal kalangan mana pun pasti kita menemukan pengguna Tiktok di sekitar kita (Ahmad, 2017).

Tiktok merupakan aplikasi yang memberikan *special effect* unik dan menarik yang dapat digunakan oleh penggunaannya dengan mudah sehingga dapat membuat vidio pendek dengan hasil yang keren serta dapat dipamerkan kepada teman-teman atau pengguna lainnya. Aplikasi sosial vidio pendek ini memiliki dukungan musik yang banyak sehingga penggunaannya dapat

melakukan performannya dengan tarian, gaya bebas dan masih banyak lagi serta mendorong kreatifitas penggunaanya menjadi *conten creator* (Hilman, 2020).

B. METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu studi kepustakaan (*Case Study*) menganalisis dari buku ataupun berbagai penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Metode Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode analisis deskriptif. Data-data yang sudah diperoleh kemudian dianalisis dengan metode analisis deskriptif. Metode analisis deskriptif dilakukan dengan menyusun data yang diperoleh kemudian diinterpretasikan dan dianalisis sehingga memberikan informasi bagi pemecahan masalah yang dihadapi (Moleong, 2000).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

a. Tinjauan Fiqih Muamalah di Era Society 5.0

Para ulama menyepakati bahwa masalah yang menjadi puncak sasaran di atas mencakup lima jaminan dasar yaitu kemaslahatan keyakinan agama (*al-din*), kemaslahatan jiwa (*al-nafs*), kemaslahatan akal (*al-aql*), kemaslahatan keluarga dan keturunan (*al-nasl*) serta kemaslahatan harta benda (*al-mal*) (Abdul Ghofur, 2020).

1) *Al-din* Keyakinan

Setiap pelaksana dan penciptaan segala sesuatu diyakinkan terlebih dahulu, apakah sifatnya nya membawa pada masalah ataukah pada kemudharatan atau mafsadah, maka aplikasi dari media sosial tersebut jika diyakinkan membawa dampak yang baik maka bisa saja di bolehkan oleh masyarakat secara umum untuk digunakan sesuai dengan ketentuan dan tidak melanggar norma serta keyakinan agama.

2) *Al-nafs* Jiwa

Secara moral masyarakat dengan lingkungan yang produktif dapat mewujudkan sesuatu yang nilainya membawa pada aspek

Tinjauan Fiqih Muamalah....

Riky

kebaikan, maka toleransi dalam menggunakan medsos terutama aplikasi yang viral pada kekinian (Tiktok) tidak saling menjatuhkan satu diantaranya sehingga masyarakat dalam lingkungan tersebut dapat rukun dan bermartabat.

3) *Al-aql* Akal

Setiap orang memiliki kapasitas dan kemampuan dalam bersosialisasi. Media sosial merupakan sarana sosialisasi yang sangat mudah di aplikasikan, namun segala sesuatu yang dilakukan haruslah tidak terjadi penyimpangan antara dunia maya dengan dunia nyata. Beberapa kasus yang terjadi masyarakat masih menjadikan medsos sebagai ajak diskriminasi satu diantaranya. Padahal kita diberikan akal oleh Allah dengan kemampuan untuk dapat membedakan mana yang baik dan mana yang buruk.

4) *Al-nasl* Keturunan

Media sosial sering kita jumpai tidak hanya orang dewasa yang menggunakannya bahkan anak kecil juga turut andil dalam menggunakannya. Hal ini tentunya tidak terlepas dari bimbingan serta didikan orang tua yang dengan bebas memberikan anak-anak kecil untuk menggunakan gadget. Namun seperti yang dijumpai di Tiktok generasi yang mendominasi media sosial adalah para anak muda dan anak-anak. Maka sebagai orang tua sangat diperlukan edukasi moral untuk mengajarkan anak-anaknya dalam menggunakan medsos dengan bijak agar tidak terjadi hal yang negatif sebab Islam melarang melakukan hal yang tidak baik.

5) *Al-mal* Harta Benda

Teknologi seperti dijelaskan sebelumnya dapat mengarahkan kita pada komunikasi yang sangat mudah untuk dijangkau. Namun gadget berupa Handphone saat ini termasuk harta yang memiliki jaminan pada masa yang akan datang baik di dunia maupun di akhirat. Jika dilakukan dengan baik bisa saja membawa pada keberkahan dan jika di lakukan dengan tidak baik mungkin membawa pada kerusakan apalagi harta yang kita pakai tentunya akan diminta pertanggungjawaban di akhirat kelak.

b. Relevansi Tiktok dengan Ekonomi Islam

Berdasarkan masalah yang bersifat multidimensional tersebut sudah tidak bisa lagi diselesaikan dengan pendekatan yang bercorak monodisiplin yang tidak bisa diambil satu saja, baik masalah agama, politik, sains dan bahkan teknologi, melainkan harus menggunakan pendekatan multidisiplin yang menggabungkan antara perspektif agama, filafat, politik, sains dan teknologi secara harmonis dalam satu kesatuan yang saling mengisi antara satu dengan lainnya (Zaprul Khan, 2020). Dari pandangan lain dilihat dari fiqih muamalah dalam konteks filsafat di antaranya merupakan wacana ekonomi Islam meliputi pembahasan tentang kondisi dan persoalan yang berada dalam suatu masyarakat (Fauzia & Riyadi, 2018).

1) *Ontologi* (aspek tujuan)

Wacana ini dalam ekonomi Islam meliputi persoalan yang terjadi dalam keadaan masyarakat, dalam hal ini bisa saja masalah teknologi yang marak familiar terjadi, jika salah di gunakan, oleh karena itu implementasi dari aplikasi Tiktok tidak serta merta mempunyai dampak yang baik yang sebelumnya diatas telah dijelaskan. Aplikasi ini merupakan wacana yang jika di lihat dalam ekonomi Islam ada yang bertolak belakang secara diam-diam merusak watak generasi muda yang mempertontonkan dan memperlihatkan hal pribadi.

2) *Epistimologi* (penurunan kebenaran ilmiah)

Pendekatan ini, ada tiga pandangan yang dilihat yaitu deduktif, induktif dan retrospektif. Jika dilihat indikator deduktif merupakan kajian ekonomi islam dalam alquran dan al-hadist, kemudian diturunkan kelapangan yang nantinya menjadi indikator relevansinya yaitu sifatnya apakah dapat mendatangkan maslahat atau mudarat jika dalam praktiknya dampaknya lebih besar dari maslahatnya, ini berarti bertolak belakang dengan konsep ekonomi islam dalam hal ini fiqih muamalah itu sendiri. Selanjutnya ialah induktif, berangkat dari kasus dilapangan kemudian dikembalikan

Tinjauan Fiqih Muamalah....

Riky

kepada alquran dan al-hadist, ini artinya secara tidak langsung hal demikian jika menguntungkan maka, aplikasi tersebut tidak haram dan boleh digunakan. Yang terakhir adalah dari pandangan retrospektif yaitu melihat dan merasakan tekanan kemungkinan dan keterbelakangan di dunia Islam, kemudian berusaha mencari pemecahannya. Jika media sosial dalam hal ini Tiktok diciptakan sebagai respon untuk berkompetisi dengan aplikasi lainnya seperti youtube, snac vidio, instagram dan aplikasi kekinian lainnya, dapat memberikan pembaharuan yang efektif maka, orang akan banyak menggunakan aplikasi tersebut sebagai solusi untuk mendapatkan hal-hal yang positif

3) *Aksiologis* (nilai-nilai)

Wacana aksiologis dalam ekonomi Islam terangkum dalam output dan kegunaan ekonomi Islam, yaitu dapat memberikan nilai-nilai yang baik terhadap realitas kehidupan dan tidak menimbulkan mafsadah yang merugikan manusia. Dalam hal ini harapannya tiktok dapat memberikan dampak kebermanfaat yang positif di dalamnya yang tidak mengandur unsur ketidakpastian dan ketidakjelasan. Dalam memahami ulasan panjang tersebut, ada pendekatan yang paling *urgent* dilihat dalam melihat fenomena tiktok yaitu pendekatan masalah dibagi menjadi dua yaitu *min haytsu al-wujud* dan *min haytsu al-adam*. Pendekatan *min haytsu al wujud* melihat dalam aktivitas ekonomi yang bisa membawa kemaslahatan lebih besar. Sedangkan *min haytsu al- adam* dengan cara memerangi segala hal yang menghambat proses masalah itu sendiri

c. Dalil-dalil Normatif

1) Al-Quran

Pada dasarnya setiap aplikasi memiliki manfaat yang baik jika digunakan dengan kebaikan dan akan menjadi buruk jika disalah gunakan. Namun saat ini banyak menggunakan aplikasi sebagai ajang mempertontonkan diri yang kebanyakan dipergunakan oleh perempuan remaja untuk mengikuti tren masa

kini yang mana konten didalamnya banyak mengandung unsur mengumbar aurat atau cenderung memamerkan lekuk tubuh. Maka dikembalikan urusan ini kepada dalil-dalil yang berkenaan. Allah telah berfirman, pada quran surah al-ahzab, 33 atas larangan untuk bertabarruj yang berbunyi:

وَقَرْنَ فِي بُيُوتِكُنَّ وَلَا تَبَرَّجْنَ تَبَرُّجَ الْجَاهِلِيَّةِ الْأُولَىٰ

Artinya: “hendaklah kalian (para wanita) tetap dirumah kalian dan janganlah kalian bertabarruj seperti tabarruj orang-orang jahiliyah yang dulu”

Menurut Imam Al Qurthubi Rahimahullah dalam Tafsir Al Jami' Li Ahkam Al Qur'an karya Imam Qurthubi berkata, “Arti asal kata “buruj” ialah terlihat. Dan dari itu, *tabarruj* berarti seorang wanita memperlihatkan perhiasannya.” Menurut Imam Syaukani Rahimahullah dalam Tafsir Fathul Qodir karya Imam Syaukanijuga berkata, “Tabarruj ialah wanita memperlihatkan dari perhiasan dan kecantikannya yang wajib ditutupi yang bisa membangkitkan syahwat lelaki (Saleh, 2018). Maka makna kesimpulan dari tabarruj ialah menampakkan anggota tubuhnya kepada yang bukan mahrom, memperlihatkan perhiasan, berlenggak lenggok ketika berjalan, ketika berbicara mendayu-dayu. Maka larangan tabarruj juga memberikan hikmah supaya seorang perempuan terjaga dari syahwat laki-laki yang melihatnya dan tidak menjadikannya fitnah.

2) Al-Hadist

Adapun juga disebutkan dalam hadist “*La dharar wala dharar*” (tidak boleh membahayakan diri sendiri dan tidak boleh membahayakan orang lain) mungkin dalam hadist ini juga ikut memperkuat sesuatu yang dapat mendorong kita pada ke zholiman yang nantinya dapat berimplikasi merugikan sesuatu yang seharusnya tidak kita kerjakan. Hal ini berarti tiktok aplikasi moderen ini jika dilakukan sebagai aspek kebutuhan ekonomi bisa mengandung unsur yang baik, jika sebaliknya maka hal demikian yang tidak diinginkan akan terjadi, yang sebelumnya banyak dijelaskan.

Tinjauan Fiqih Muamalah....

Riky

Rasulullah bersabda, “Di akhir zaman nanti akan ada (peristiwa) di mana orang-orang ditenggelamkan (ke dalam bumi), dilempari batu dan diubah wajahnya menjadi buruk”. Beliau ditanya, “Kapanakah hal itu terjadi wahai Rasulullah?”. Rasulullah menjawab, “Ketika alat-alat musik dan para penyanyi wanita telah merajalela, serta khamr di anggap halal.” (HR. Ath Thabrani dalam Mu’jam Al Kabir).

Rasulullah bersabda:

Terjemahannya: *“Ada dua golongan dari penduduk neraka yang belum pernah aku lihat, Suatu kaum yang memiliki cambuk seperti ekor sapi untuk memukul manusia dan para wanita yang berpakaian tapi telanjang, berlenggak-lenggok, kepala mereka seperti punuk unta yang miring. Wanita seperti itu tidak akan masuk surga dan tidak akan mencium baunya, padahal baunya dapat tercium dari jarak sekian dan sekian.”* (HR. Muslim)

Ulama Hanafiyah, Malikiyah, Hanabilah, dan Al-Qafal dari Syafi’iyah memakruhkan menari (*Ar Raqshu*) dengan alasan perbuatan tersebut bersifat dana’ah (rendah), safah (kebodohan), menjatuhkan wibawa dan lahwun (kesia-siaan). Hukum makruh tersebut menjadi haram jika menari dilakukan dengan meniru kaum kafir, dengan cara yang nyleneh, dan dilakukan oleh wanita di hadapan non mahram. (baca: Mausu’ah Fiqhiyyah Kuwaitiyah) (Saleh, 2018).

d. Dampak Positif dan Negatif Aplikasi TikTok

1) Positif

Saat Tiktok dimunculkan kembali awalnya belum banyak yang menggunakannya dan masih gengsi untuk mencobanya. Lalu pandemi datang menimpa seluruh dunia dan akhirnya pemerintah mengeluarkan peraturan salah satunya mengharuskan warga untuk *lockdown*. Indonesia juga melakukan *lockdown* untuk mengurangi terjadinya penyebaran virus. Dan karena semua orang diharuskan untuk di rumah saja jika tidak memiliki kepentingan, dari situ muncul rasa bosan dan penasaran untuk mencoba menggunakan aplikasi Tiktok. Sejak saat itu semakin banyak

pengguna Tiktok dengan berbagai macam konten yang ada. Mulai dari konten lucu, memasak, kesenian, bakat, dan lain-lain. Banyak sekali orang-orang yang membagikan video kreatif mereka di Tiktok. Karena pengguna Tiktok sangat banyak, maka untuk mendapatkan penonton atau pengikut bisa dibilang lebih mudah dibandingkan di aplikasi lain. Muncul banyak peluang dari aplikasi Tiktok bagi para penggunanya. Artis-artis juga banyak yang ikut mengunggah dan menggunakan Tiktok (Andry Winanto, 2018).

Peluang yang muncul ada dari berbagai aspek seperti bisnis, ketenaran, dan mendapatkan teman baru. Dari sisi ketenaran ini mirip pada Instagram yang biasanya disebut sebagai selebgram jika mereka mempunyai banyak pengikut. Konten yang dibagikan oleh orang-orang ada memasak, menari, menyanyi, membicarakan hal lucu, dan masih banyak lagi. Ketika banyak yang menyukai konten mereka dan akhirnya menjadi pengikut mereka, maka hal tersebut akan memungkinkan mereka untuk menjadi influencer.

Biasanya pengikut Tiktok mereka akan mulai mengikuti media sosial lainnya agar mendapatkan info atau konten tentang mereka lebih banyak lagi. Dan akan banyak online shop atau brand yang akhirnya ingin bekerja sama dengan mereka untuk mempromosikan barang atau jasanya. Dari situ artinya selain menjadi wadah berekspresi bagi penggunanya, Tiktok sudah memberikan peluang untuk penggunanya mendapatkan uang atau pun pekerjaan yang mereka inginkan yaitu menjadi influencer. Berikut adalah beberapa pengguna Tiktok yang mempunyai banyak pengikut yaitu Emil Mario membagikan konten lucu yang menghibur, Bella Clarissa membagikan konten tentang *fashion*, dan Nia Ghania membagikan konten tips seputar kehidupan (Ahmad, 2017)

Peluang dari sisi bisnis juga sangat besar. Melihat pengguna Tiktok juga bersifat sangat konsumtif, kita dapat memanfaatkan situasi yang menguntungkan ini. Banyak orang yang melihat peluang mendapatkan pembeli dari Tiktok dan akhirnya membuka

Tinjauan Fiqih Muamalah....

Riky

usaha untuk mengisi kegiatan dari rumah saja. Selain endorse, kita juga bisa membuat video sekreatif mungkin untuk menarik pembeli. Dalam video yang dibuat harus menunjukkan sisi terbaik dari produk atau jasa kita dan memperlihatkan video yang dapat dinikmati para pengguna Tiktok.

2) Negatif

Selanjutnya banyak penjelasan yang telah diuraikan mengenai aplikasi Tiktok, namun ada yang perlu dilihat juga dalam sisi negatifnya. Jika dalam sisi negatifnya ada mudaratnya atau kelemahan dalam aplikasi ini tentu saja, ada kelemahan jika dilihat dalam kaca mata generasi saat ini, untuk mengukur sejauh mana aplikasi ini dapat menimbulkan masalah dan manfaat atau tidak, dari beberapa video di tiktok membuktikan banyak bahwa generasi saat ini memang memaknai aplikasi ini dengan cenderung keliru, ada yang berjoget dan menfitnah mengadu domba dan melakukan konten yang tidak wajar. Saya sendiri sering jengkel ketika melihat aplikasi tersebut, karena dimanfaatkan hanya sebagai sarana untuk joget joget, dan bahkan joget joget saja sampai viral di siaran televisi, siaran sekarang kalau berdasarkan asumsi, menyiarkan yang tidak berkualitas dan kurang berbobot, apalagi generasi sekarang, hanya berjoget saja di undang di televisi.

2. Pembahasan

a. Implikasi Medsos Terhadap Pengembangan Ekonomi dan Perubahan Kebijakan

1) Ekonomi

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi maka kebutuhan dan keinginan manusia semakin beragam. Untuk itu, semakin berkembang pula aktivitas manusia untuk mengelola sumber daya yang ada dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, diantaranya yaitu melalui faktor perekonomian. Salah satunya adalah memanfaatkan teknologi dan informasi yang ada (Dellia Mila Vernia, 2017).

Teknologi informasi dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir mengalami perkembangan yang cukup pesat. Dalam kurun waktu tersebut ditemukan sebuah platform yang memungkinkan orang diseluruh dunia untuk terhubung satu sama lain, baik itu facebook, twitter, instagram, whatsapp dan bahkan aplikasi medsos yang berbasis video, youtube, snapchat, vimeo dan tiktok. Media sosial tersebut sudah banyak dipergunakan sebagai kegiatan ekonomi yang dimanfaatkan untuk mempromosikan sebuah produk dan dijadikan salah satu strategi bisnis oleh beberapa pelaku bisnis.

Hasil survei khusus ekonomi kreatif, pelaku industri kreatif umumnya menjual produk langsung ke konsumen, di mana pasarnya masih berada dalam wilayah domestik. Lebih lanjut, fenomena ekonomi digital ternyata sudah berjalan dengan baik karena sebagian besar pelaku usaha sudah menggunakan media sosial sebagai alat promosi. Hal ini berdasarkan pada Data Statistik dan Hasil Survei Khusus Ekonomi Kreatif oleh Bekraf, Media promosi melalui media sosial sebesar 53,72%, diikuti oleh website sebanyak 28,25%, melalui brosur 28,04%, media luar 25,88%, pameran sebesar 24,12%, surat kabar 19,88%, dan radio serta televisi sebanyak 15,12% dan 9,78% (Bekraf:15).

2) Kebijakan

Banyak perubahan peraturan yang dilakukan oleh pemerintah untuk menyempurnakan perundang-undangan terkait hak cipta. Perubahan juga terjadi pada Majelis Ulama Indonesia, yang sebelumnya belum mengatur secara terperinci dan terpisah terkait Fatwa hak cipta, namun saat ini telah dibentuk. Sebagaimana yang kita ketahui undang-undang yang pertama kali mengatur tentang hak cipta adalah. Pertama kali Indonesia mengenal Undang-Undang Hak cipta adalah sejak tahun 1912 dan terus mengalami perubahan, Indonesia sendiri berhasil menetapkan Undang Undang hak cipta pada tahun 1982, yaitu Undang Undang No. 6 Tahun 1982, yang selanjutnya mengalami penyempurnaan menjadi Undang-Undang No. 7 Tahun 1987, perubahan ini terjadi

Tinjauan Fiqih Muamalah....

Riky

lantaran makin maraknya penggaran hak cipta (pembajakan) karena kurang sadarnya masyarakat (Akhmad Munawar, 2016).

Konteks ini bisa kita pahami bahwa untuk mencegah terjadinya plagiasi hak cipta maka ada regulasi yang mengatur hal tersebut untuk menghindari dari hak cipta dan tidak berdampak pada pembulian dan saling provokator mencaci dan saling membenci.

3) Pemanfaatan Media Sosial Secara Bijak

Perkembangan media sosial sangat mempengaruhi perilaku dan keseharian kita, sebagai individu, tentunya harus bijak dalam menggunakan media sosial. berikut beberapa hal yang dapat dijadikan acuan dalam pemanfaatan media sosial secara bijak:

- a) Proteksi informasi pribadi. Bijaklah dalam berbagi informasi yang bersifat pribadi, karena hal ini dapat mencegah seseorang yang memiliki maksud kurang baik. Mengupload foto dan rutinitas pribadi dianggap hal yang wajar, namun di lain sisi dapat memberi kesempatan bagi pihak yang ingin mengambil keuntungan. Pikirkan mengenai konsekuensi sebelum mengunggah sesuatu ke dalam media sosial.
- b) Etika dalam berkomunikasi gunakan kata-kata sopan dalam komunikasi antar sesama individu pada situs jejaring sosial, karena banyak ditemui kata-kata kasar dalam percakapan tersebut baik disengaja maupun tidak. Jangan lupakan etika dalam berkomunikasi, walaupun percakapan dengan teman atau kolega dekat untuk menghindari hal yang tidak diinginkan.
- c) Hindari penyebaran SARA dan pornografi. Pastikan apapun yang akan disebarakan tidak mengandung informasi yang berhubungan dengan pornografi dan SARA di media sosial. Sebarkanlah informasi yang berguna dan bermanfaat yang tidak menimbulkan konflik antar sesama individu pada situs jejaring sosial tersebut.
- d) Memandang penting hasil karya orang lain. Jika menyebarkan informasi baik itu berupa tulisan, foto, video atau sejenisnya

milik orang lain, alangkah baiknya sumber informasi tersebut dicantumkan sebagai bentuk penghargaan hasil karya orang lain. Hindari tindakan copy-paste tanpa mencantumkan sumber informasi tersebut.

- e) Baca berita secara keseluruhan, jangan hanya menilai dari judulnya. Ini merupakan bagian dari fenomena baru dalam jejaring media sosial. Sering sekali pengguna media sosial sekedar ikut-ikutan menyebarkan bahkan mengomentari hal-hal yang sedang ramai dibicarakan di media sosial tanpa membaca berita secara keseluruhannya.

Berita atau informasi palsu yang belum jelas sumbernya (HOAX) sangat sering kita jumpai di media sosial. Dalam kasus ini, pengguna media sosial dituntut untuk cerdas dan bijak dalam memanfaatkan sebuah berita atau informasi lainnya. Bila ingin menyebarkan informasi tersebut, ada baiknya lakukan kroscek kebenaran dan kredibilitas informasi terlebih dahulu agar tidak ada tuntutan dikemudian hari dan dapat dipertanggungjawabkan.

D. PENUTUP

Berdasarkan pembahasan tersebut maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut situasi pandemi saat ini banyak kini yang menggunakan aplikasi tiktok tinggal bagaimana kita menerapkan sisi mana yang baik kah yang buruk kah. Aplikasi kekinian ini pun juga merupakan bentuk apresiasi yang juga dapat memberikan kontribusi pengetahuan dan pengalaman yang tidak tahu menjadi tahu, jika dimanfaatkan sebagai ladang bisnis boleh-boleh saja dalam pandangan Islam, namun tidak untuk *menzholimi* satu sama lain apalagi mempergunakannya secara tidak baik.

Daftar Referensi

Abdul Ghofur. (2020). *Pengantar Ekonomi Syariah, Konsep Dasar Paradigma Pengembangan Ekonomi Syariah*. PT Raja Grafindo Persada.

Tinjauan Fiqih Muamalah....

Riky

- Ahmad. (2017). *Belum Tahu Apa Itu Tiktok*.
<https://www.kompasiana.com/primata/5e3624dad541df0711281812/belum-tahu-apa-itu-tiktokberikut-10-fakta-pentingnya?page=2>.
- Akhmad Munawar, T. E. (2016). *Upaya Penegakan Hukum Pelanggaran Hak Cipta Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta*. s%7Doµu s//E%7Du%7Då 2, Mei-Agustus 2016.
- Andry Winanto. (2018). *Sejarah Singkat Aplikasi Tiktok*.
<https://www.pranataprinting.com/sejarah-singkat-aplikasi-tik-tok-yang-mendunia/#:~:text=Aplikasi Tik Tok Berasal dari China&text=Seperti yang sudah banyak diketahui,khusus video pendek yang kreatif>.
- Dellia Mila Vernia. (2017). *Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online bagi Ibu Rumah Tangga untuk Meningkatkan Perekonomian Keluarga*.
Journal.Stkipnurulhuda, 1(2).
- Fauzia, I. Y., & Riyadi, A. K. (2018). *Prinsip dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqasid al-syariah* (Endang Wahyudin (ed.); EDISI PERT). Prenadamedia Group.
- Gusti Agung I, A. K. (2017). *Media Sosial Dan Demokrasi*. Penerbit PolGov.
- Hilman. (2020). *Apa Itu Tiktok?*
<https://gadgetren.com/2018/03/16/apa-itu-tik-tok-video-media-sosial/>.
- Moleong, L. J. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Saleh, M. (2018). *Fiqih Tiktok*.
<https://www.datdut.com/pandangan-fikih-terkait-tik-tok-dan-aplikasi-sejenis/>.

- Setiadi. (2011). *Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi dan Pemecahnya*. Prenada Media Group.
- Susilowati. (2018). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Personal Branding di Instagram (Studi deskriptif kualitatif pada akun @bowo_allpennliebe). *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 176.
- Zaprul Khan. (2020). *Paradigma filsafat ekonomi islam musa asy'arie pemberdayaan ekonomi yang membebaskan*. Lesfi.