

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Menghindari kesalahpahaman pembaca dalam memahami judul skripsi ini, maka terlebih dahulu akan dijelaskan istilah-istilah penting yang terdapat dalam judul “Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli *Follower, Likes* dan *Viewer* di Media Sosial Instagram”.

Ada beberapa istilah yang dapat didefinisikan sebagai berikut:

1. Tinjauan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah “ hasil meninjau, pandangan, pendapat yakni (sesudah menyelidiki, mempelajari, dan sebagainya).”¹
2. Hukum Islam adalah peraturan dan ketentuan yang berkenaan dengan kehidupan berdasarkan Al-Qur’an dan hadist, hukum syara’.²
3. Jual Beli yaitu berasal dari kata *al-bai’* adalah menjual, mengganti, dan menukar (sesuatu dengan sesuatu yang lain). Kata *al-bai’* dalam bahasa arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yakni kata *asy-syirâ’* (beli). Dengan demikian, maka kata *al-bai’* berarti “jual”, tetapi sekaligus juga berarti “beli”.³

¹Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), h. 1470.

²<http://kbbi.web.id/hukum>. Diakses pada tanggal 18 maret 2018.

³Abdul Azis Dahlan, et.al, *Ensiklopedi Hukum Islam 3 IMS-MAJ cet. 1*, (Jakarta: Ichtiar Baru Van Hoeve, 1996), h. 827.

4. *Follower* berasal dari bahasa Inggris yang berarti pengikut, penyokong⁴, *followeryang* dimaksud dalam penelitian ini yaitu istilah untuk seseorang yang mengikuti suatu akun di dalam media sosial Instagram.
5. *Likes* berasal dari bahasa Inggris yang berarti kesukaan,⁵ *Likes* yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu istilah yang digunakan untuk seseorang yang menyukai suatu postingan di dalam media sosial Instagram.
6. *Viewer* berasal dari bahasa Inggris yang berarti penonton,⁶ *Viewer* yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu istilah yang digunakan untuk seseorang yang telah menonton suatu video atau sebuah tayangan di dalam media sosial Instagram.
7. Media Sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual.⁷
8. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial termasuk Instagram sendiri.⁸

⁴ John M. Echols dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama), h. 251.

⁵*Ibid.* h. 358.

⁶*Ibid.* h. 630.

⁷Pengertian Media Sosial, tersedia di: https://id.m.wikipedia.org/wiki/Media_sosial (7 Mei 2017).

⁸Pengertian Instagram, tersedia di: <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Instagram>, (7 Mei 2017).

Berdasarkan penjelasan di atas, yang dimaksud dengan judul skripsi ini adalah suatu penelitian yang mengungkap lebih jauh tentang jual beli *follower*, *likes*, dan *viewer* di media sosial instagram yang ditinjau dari hukum Islam (hukum bisnis syariah).

B. Alasan Memilih Judul

Beberapa hal alasan menarik, sehingga memotivasi penulis untuk memilih dan membahas judul ini yaitu :

1. Alasan Obyektif

Jual beli seperti *follower*, *likes* dan *viewer* pada era saat ini banyak terjadi pada kalangan pengguna media sosial instagram khususnya mereka para remaja, baik dari segi penjual maupun pembelinya. Hal tersebut merupakan hal baru yang terjadi di dalam model perdagangan, sehingga penting untuk mengetahui keabsahan transaksinya dan bagaimana hukumnya bila dikorelasikan dengan hukum Islam.

2. Alasan Subyektif

a. Judul ini sesuai dengan bidang ilmu yang dikaji oleh penulis pada prodi muamalah (Hukum Ekonomi Syariah) dan sepanjang pengetahuan peneliti di dalam ruang lingkup kampus Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung khususnya jurusan Muamalah belum ada yang meneliti mengenai “Tinjauan Hukum Islam Tentang Praktik Jual Beli *Follower*, *Likes* ,dan *Viewer* di Media Sosial Instagram”.

- b. Terdapat sarana dan prasarana yang mendukung dalam proses penulisan skripsi ini seperti literatur-literatur, referensi-referensi yang mudah di dapatkan di perpustakaan, serta adanya informasi dan data-data yang dibutuhkan yang terdapat dalam literatur.

C. Latar Belakang Masalah

Transaksi Jual beli merupakan kegiatan manusia yang terus mengalami perkembangan dari masa ke masa. Sebagaimana kita ketahui bahwa pada saat ini aktivitas ekonomi sebagai salah satu aspek terpenting dalam kehidupan manusia berkembang cukup dinamis dan begitu cepat. Terlebih dengan perkembangan alat dan perangkat komunikasi dan informasi yang sedemikian kencang. Hal ini membuat aktivitas ekonomi semakin variatif dan semakin intens dilakukan. Kreativitas pengembangan model transaksi dan produk semakin tinggi.⁹

Salah satu jual beli yang menggunakan teknologi sebagai medianya yaitu jual beli online. Jual beli secara online banyak dilakukan oleh sebagian masyarakat karena kemudahannya dalam melakukan transaksi yaitu tidak harus bertemunya secara langsung antara penjual maupun pembeli. Namun dengan semakin berkembangnya zaman, jual beli online saat ini tidak hanya mencakup jual beli barang keperluan sehari-hari saja, tetapi ada pula transaksi yang menjual belikan berupa penambahan *follower*, *likes* dan *viewer* di media sosial instagram. Pada umumnya pembeli menggunakan *follower*, *likes* dan *viewer* untuk kepentingan bisnis

⁹ Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2016), h. 7-8.

terutama bagi mereka yang mempunyai *online shop*, karena dengan semakin banyaknya *follower*, *likes* dan *viewer* maka otomatis akan semakin banyak pula orang yang mengenal *onlineshop*-nya tersebut. Namun tidak sedikit juga dari mereka merupakan perorangan yang menggunakan *follower*, *likes* dan *viewer* tersebut sebagai ajang untuk mempopulerkan dirinya sendiri agar terkenal dikalangan pengguna instagram lainnya.

Tata cara yang dilakukan dalam jual beli *follower*, *likes* dan *viewer* tidak jauh berbeda dengan jual beli *online* lainnya yaitu dengan melakukan pembayaran terlebih dahulu kemudian penjual baru akan memproses apa yang di inginkan oleh pembeli baik itu *follower*, *likes* maupun *viewer*. Proses yang dilakukan oleh penjual biasanya membutuhkan waktu satu hari untuk menambah *follower*, *likes* maupun *viewer* yang dipesan oleh para pembeli yang kemudian akan di tambahkan jumlahnya pada akun instagram yang diinginkan.

Segala ketentuan perekonomian dan transaksi jual beli menurut ajaran Islam yang bersumber dari Al-Quran adalah untuk memperhatikan hak individu yang harus terlindungi, sekaligus untuk menegakkan rasa solidaritas yang tinggi dalam masyarakat.¹⁰

Dalam hal jual beli *follower*, *likes*, dan *viewer* barang yang diperjualbelikan adalah bukan barang yang nyata melainkan berupa

¹⁰ A. Kadir, *Op. Cit.* h. 56.

penambahan *follower*, *likes* dan *viewer* pada akun seseorang pembeli. Apakah penambahan sebuah *follower*, *likes* dan *viewer* adalah sebuah objek transaksi yang berwujud, bernilai dan dapat dimanfaatkan bagi perseorangan? Dan bagaimanakah cara seorang penjual mendapatkan akun instagram yang nantinya akan mereka jual sebagai *follower*, *likes*, dan *viewer*? Serta bagaimana dengan resiko yang akan ditanggung oleh pembeli ketika para *follower* tersebut berhenti mem-*follow*nya? Disini menarik sekali untuk diteliti dari sisi hukum Islam. Menurut peneliti, jual beli semacam *follower*, *likes* serta *viewer* perlu dikaji lebih lanjut karena sesuatu yang diperjualbelikan mengandung unsur penipuan, dimana *followers*, *likes* maupun *viewer* tersebut bukan merupakan *follower* sejati atau benar-benar ingin menjadi *followernya*, sedangkan *follower* tersebut dimanfaatkan untuk kepentingan berbisnis bagi pembeli. Hal tersebut merupakan model perdagangan baru yang perlu ditinjau dari segi hukum Islamnya.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan rumusan permasalahan yang menarik untuk dikaji dan dianalisis, yaitu sbb.

1. Bagaimana Model Jual Beli *Follower*, *Likes* dan *Viewer* di Media Sosial Instagram ?
2. Bagaimana Tinjauan Hukum Islam terhadap Model Jual Beli *Follower*, *Likes* dan *Viewer* di Media Sosial Instagram ?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui model jual beli *follower, likes, dan viewer* di media sosial instagram.
- b. Untuk mengetahui tinjauan hukum Islam tentang model jual beli *follower, likes dan viewer* di media sosial instagram.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Secara teoritis berguna sebagai bahan referensi mengenai status hukum boleh atau tidaknya jual beli *follower, likes, dan viewer* bagi masyarakat umum, khususnya bagi pembeli maupun penjual yang ingin melakukan jual beli *follower, likes, dan viewer* tersebut.
- b. Secara praktis sebagai acuan bagi masyarakat khususnya pengguna media sosial instagram dalam melakukan praktik jual beli *follower, likes, dan viewer* di media sosial instagram.

F. Metode Penelitian

1. Jenis penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (*field Research*),¹¹ merupakan metode untuk menemukan secara khusus dan realitas tentang suatu fenomena muamalah yang terjadi di masyarakat. Dalam hal ini akan langsung mengamati praktik jual beli *followers, likes dan viewer* di media sosial instagram.

¹¹Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, Cet. Ke-7, (Bandung: Mandar Maju, 1996), h.81.

Selain menggunakan penelitian lapangan, penelitian ini juga menggunakan penelitian kepustakaan (*library research*),¹² yaitu penelitian yang di fokuskan terhadap penelitian bahan-bahan pustaka yang ada kaitannya dengan masalah yang dibahas, yaitu Al-Qur'an, hadis, kitab atau buku yang menjelaskan tentang jual beli.

2. Sifat penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif analisis, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisa data yang ada untuk menarik kesimpulan dan status hukum dari pokok masalah judul.

3. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti atau ada hubungannya dengan objek yang diteliti.¹³ Dalam hal ini data primer yang diperoleh peneliti bersumber dari penjual yaitu dengan memberikan penjelasan berupa wawancara serta memberikan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian ini.

¹²M. Nasir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1995), h. 53.

¹³Muhammad Prabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis* (Jakarta: Bumi Akasara, 2006), h.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber Data Sekunder, adalah merupakan bahan-bahan yang menjelaskan sumber data primer yaitu seperti hasil penelitian, pendapat para pakar yang mendukung tema pembahasan atau hasil dari karya ilmiah. Data sekunder diperoleh dari penelitian kepustakaan (*library research*), yaitu dengan mengumpulkan data secara dokumentatif, dengan menelusuri buku-buku, kitab-kitab atau karya ilmiah lainnya yang berkaitan dengan topik kajian.

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.¹⁴ Populasi dari penelitian ini adalah seluruh penjual dan pembeli *follower*, *likes*, dan *viewer* yang ada di media sosial instagram.

b. Sampel

Sampel adalah bagian populasi yang diambil dengan cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap dan dapat dianggap mewakili populasi. Sampel dari penelitian ini adalah penjual *follower*, *likes* dan *viewer* yaitu pemilik akun @SosmedLampung dan pembeli *follower*, *likes* dan *viewer* yang berjumlah 3 orang, masing-masing adalah pemilik akun jasa rias

¹⁴Sugyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfa Beta, 2011), h. 80.

pengantin (sebagai sarana promosi), akun fanbase dan akun pribadi.

5. Pengumpulan data

Dalam usaha pengumpulan data untuk penelitian ini, digunakan beberapa metode, yaitu;

a. Wawancara (*interview*)

Wawancara merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan pada responden. Pada praktiknya penulis menyiapkan daftar pertanyaan untuk diajukan secara langsung kepada para pelaku akad jual beli *follower*, *likes* dan *viewer*.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi biasanya berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa gambar-gambar yang berkaitan dengan jual beli *follower*, *likes* dan *viewer*.

6. Pengolahan Data

Pengolahan data adalah melakukan analisis terhadap data dengan metode dan cara-cara tertentu yang berlaku dalam penelitian. Pengolahan data umumnya dilakukan dengan cara:

- a. Editing data yaitu pemeriksaan kembali semua data yang diperoleh terutama dari kelengkapannya, kejelasan makna, kesesuaian serta relevansinya dengan data lain.
- b. Klasifikasi data yaitu mereduksi data yang ada dengan cara menyusun dan mengklarifikasi data yang diperoleh kedalam pola tertentu untuk mempermudah pembahasan.
- c. Verifikasi data yaitu mengelompokkan data dan memahami maksud dari sumber-sumber data yang diperoleh.
- d. Sistematisasi data yaitu menempatkan data menurut kerangka sistematika bahasa berdasarkan urutan masalah.

7. Teknik Analisa Data

Analisis data merupakan cara untuk menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber.¹⁵ Analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif dengan menggunakan pendekatan berfikir deduktif dan induktif. Analisis kualitatif yaitu menganalisa dengan cara memaparkan dan menganalisa data yang diperoleh dengan mengomentari menggunakan teori yang dipakai. Deduktif yaitu analisis yang berangkat dari pengetahuan yang bersifat umum untuk mendapatkan kesimpulan khusus. Sedangkan pendekatan induktif menekankan pada pengamatan dahulu, lalu menarik kesimpulan berdasarkan pengamatan tersebut. Metode ini sering disebut sebagai

¹⁵Lexi. J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosdakarya : Bandung, 2002, h.190.

sebuah pendekatan pengambilan kesimpulan dari khusus menjadi umum.