

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
RIWAYAT HIDUP	v
MOTTO HIDUP	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Hasil Penelitian.....	9
E. Kerangka Berpikir	10
F. Hasil Penelitian Terdahulu	16
BAB II	22
KAJIAN TEORITIS TENTANG PEDOMAN BERMUAMALAH	22
A. Konsep Muamalah.....	22
1. Pengertian Muamalah.....	22
2. Dasar Hukum Muamalah	23
3. Prinsip-prinsip Muamalah.....	26
4. Ruang Lingkup Muamalah.....	29
5. Tujuan Muamalah	30
6. Implementasi Hukum Muamalah.....	32
B. Konsep Akad dalam Muamalah.....	32
1. Pengertian Akad	32
2. Dasar Hukum Akad	33
3. Rukun dan Syarat Akad.....	34
4. Klasifikasi Akad.....	36

5. Berakhirnya Akad	39
6. Akad dan Perjanjian	40
C. Penghasilan <i>Content Creator</i> Melalui Media Sosial	42
1. Pengertian <i>Content Creator</i>	42
2. <i>Content Creator</i> Berdasarkan Hukum Positif	44
3. <i>Content Creator</i> Berdasarkan Hukum Ekonomi Syariah.....	50
D. Gambaran Umum Aplikasi TikTok.....	54
E. Profil <i>Content Creator</i> Muhammad Ilman Ramadhan (@ilmannrr)	57
BAB III.....	58
METODELOGI PENELITIAN.....	58
A. Pendekatan dan Metode Penelitian	58
B. Jenis dan Sumber Data	59
C. Teknik Pengumpulan Data	60
D. Teknik Analisis Data	61
E. Tempat dan Waktu Penelitian	63
BAB IV	64
ANALISIS FATWA MUI NOMOR 24 TAHUN 2017 TENTANG HUKUM DAN PEDOMAN BERMUAMALAH MELALUI MEDIA SOSIAL.....	64
A. Mekanisme dan Sumber Penghasilan <i>Content Creator</i> pada Akun @ilmannrr di Aplikasi TikTok.....	64
B. Etika dan Tanggung Jawab <i>Content Creator</i> pada Akun @ilmannrr di Aplikasi TikTok	82
C. Hukum Penghasilan <i>Content Creator</i> pada Aplikasi TikTok Perspektif Fatwa MUI Nomor 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Melalui Media Sosial.....	90
BAB V.....	99
PENUTUP.....	99
A. Simpulan.....	99
B. Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN.....	109