

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Masyarakat Muslim Indonesia adalah komunitas Muslim yang merupakan bagian terbesar dari populasi di Indonesia, dengan sekitar 87% dari total penduduk yang beragama Islam. Dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi, terutama dalam komunikasi dan media sosial, masyarakat Muslim dihadapkan pada tantangan baru untuk mengintegrasikan nilai-nilai Islam dengan dinamika global. Dengan demikian, pemahaman yang mendalam tentang dinamika masyarakat Muslim dan penerapan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari sangat penting untuk memastikan bahwa mereka dapat menghadapi tantangan modern dengan tetap mempertahankan identitas dan integritas keagamaannya.¹

Perkembangan teknologi di era globalisasi tentu tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat saat ini. Seluruh informasi dari berbagai penjuru dunia dapat diakses dengan cepat berkat kemajuan teknologi. Kehadiran teknologi memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melaksanakan berbagai aktivitas. Dampak besar teknologi terhadap kehidupan sosial masyarakat sangat terlihat, terutama dengan kemajuan di bidang teknologi dan informasi. Kecanggihan dari teknologi ini mampu menciptakan sebuah media sosial, yang mana media sosial tersebut dapat dimanfaatkan manusia, baik digunakan untuk hal positif maupun negatif. Hal ini menjadikan manusia semakin berkembang karena adanya pengaruh dari internet dan media sosial tersebut.²

Media sosial merupakan situs online dimana penggunaanya dapat dengan mudah berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan sebuah kreativitas yang isinya meliputi jejaring sosial, blog, wiki, dan forum. Media sosial saat ini memiliki peran penting bagi masyarakat, yang mana keberadaan media sosial ini salah satunya sebagai media pertukaran informasi maupun tempat tontonan, yang memberikan

¹ Aulia Rahmawati, Debita Maulin Astuti, Faiz Helmi Harun, and M. Khoirur Rofiq, "Peran Media Sosial Dalam Penguatan Moderasi Beragama Di Kalangan Gen-Z", *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 5 (2023), h. 911-912.

² Irla Yulia and Iqbal Miftakhul Mujtahid, "Fenomena Content Creator Di Kalangan Remaja Citayam Fashion Week", *Jurnal Universitas Dharmawangsa* 7, no. 2 (2023), h. 678.

kemudahan bagi pengguna untuk mengakses berbagai jenis *content* secara instan. Hal ini juga mendorong para *content creator* untuk berinovasi dan menciptakan *content* yang lebih menarik dan interaktif. Adapun beberapa teknologi media sosial yang tidak kalah berkembangnya pada saat ini yaitu seperti Facebook, Instagram, Youtube, dan media sosial yang saat ini viral di kalangan remaja yaitu aplikasi TikTok.³

TikTok adalah aplikasi dari perusahaan inovasi China yang didirikan oleh Zhang Yiming. Aplikasi TikTok saat ini dimiliki oleh perusahaan ByteDance, sebuah bisnis besar di Negeri Tirai Bambu. Layanan video pendek dan video musik yang menghibur bisa didengarkan di aplikasi TikTok. Saat ini TikTok merupakan aplikasi pembuat video yang sedang banyak digunakan pengguna media sosial. Masyarakat menggunakan aplikasi ini dengan berbagai alasan seperti untuk mendapat kesenangan, mengisi waktu luang sampai mendapatkan penghasilan.⁴

Aplikasi TikTok telah menjadi fenomena global dalam beberapa tahun terakhir, tidak hanya sebagai platform hiburan, tetapi juga sebagai sumber penghasilan bagi banyak penggunanya. Hal ini telah menciptakan peluang baru dalam dunia kerja, di mana banyak *content creator* menghasilkan uang melalui iklan, *endorsement*, dan kolaborasi dengan brand-brand tertentu. Keberhasilan TikTok dalam memunculkan berbagai jenis pekerjaan, seperti *content creator*, manajer media sosial, dan spesialis pemasaran digital, menunjukkan dampak signifikan aplikasi ini terhadap ekonomi kreatif.⁵

TikTok menjadi media sosial yang mampu mengubah hobi menjadi sumber penghasilan tetap, berkat kemampuan platform ini dalam mempromosikan *content* secara viral. Maka dari itu, banyak pengguna yang berlomba-lomba untuk muncul di halaman "*For You Page*" (*FYP*). Keberhasilan dalam mencapai *FYP* sering kali berujung pada peningkatan jumlah pengikut dan interaksi, yang pada gilirannya

³ Alfira Damayanti, Isniyunisafna Diah Delima, and Ari Suseno, "*Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi Dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @rumahkimkotatangerang)*", Jurnal PIKMA 6, no. 1 (2023), h. 174.

⁴ Nanda Istiqomah, Yasmin Nabila, and Nila Septia Savira, "*Strategi Konselor Dalam Mengatasi Permasalahan Moral AUD Akibat Dari Media Sosial TikTok*", Jurnal Kajian Keislaman 1, no. 2 (2023). h. 3.

⁵ Melly Septia Pardianti and Velantin Valiant "*Pengelolaan Konten TikTok Sebagai Media Informasi*", Jurnal Ilmu Komunikasi 27, no. 2 (2022), h. 188-189.

membuka peluang untuk mendapatkan penghasilan melalui *endorsement*, iklan, dan kolaborasi dengan brand. Fenomena ini mencerminkan bagaimana teknologi digital telah mengubah lanskap pekerjaan, mendorong individu untuk berinovasi dan memanfaatkan platform media sosial sebagai alat untuk menciptakan peluang ekonomi baru.⁶

Mematuhi ketentuan syariat Islam merupakan konsekuensi logis bagi seorang Muslim, dimana dengan munculnya platform media sosial seperti TikTok yang digunakan sebagai alat untuk berbagi informasi dan hiburan, memberikan peluang bagi individu untuk meraih penghasilan. Namun, *content creator* terkhusus yang beragama Islam perlu memahami dan mematuhi batasan yang ditetapkan oleh syariat, seperti menghindari *content* yang mengandung unsur fitnah, penghinaan terhadap agama, maksiat, dan perjudian. Dampak negatif tersebut dapat membahayakan moralitas dan etika umat Muslim. Adapun fenomena tersebut, terangkum dalam Fatwa MUI Nomor 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial, yang mana fungsi dari fatwa ini sendiri yaitu untuk menjaga integritas dan identitas keagamaan umat di tengah kemajuan teknologi.⁷

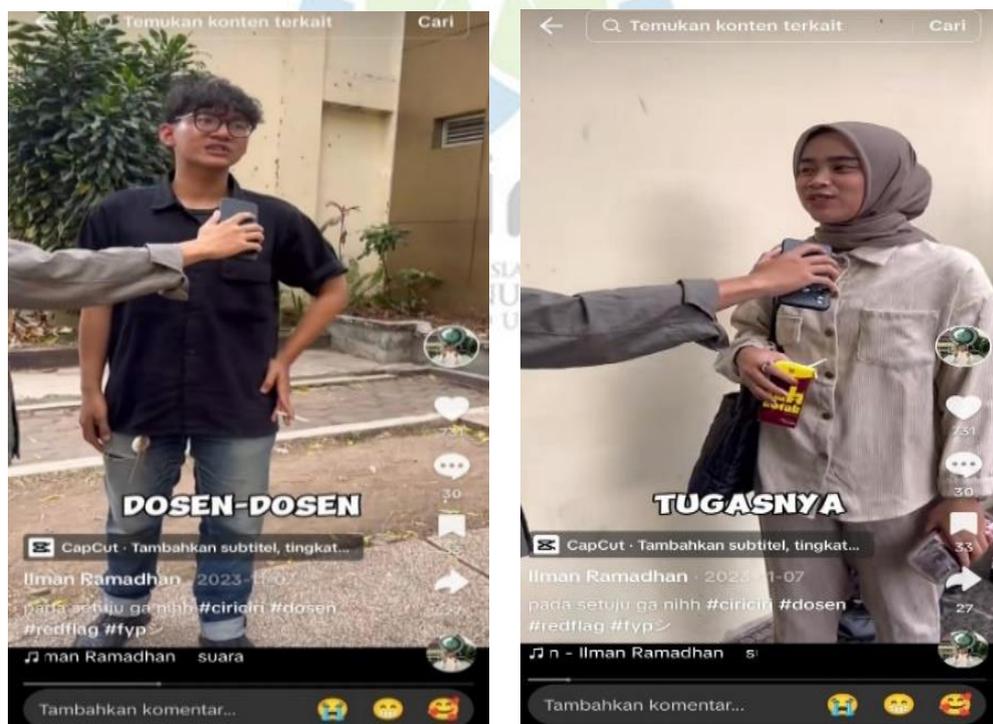
Berdasarkan fenomena tersebut, terdapat sebuah akun dengan nama pengguna @ilmannrr yang berprofesi sebagai *content creator* pada platform TikTok. Namun, dalam melakukan aktivitas pembuatan dan pengunggahan *content*, terdapat beberapa ketidaksesuaian antara isi dari *content* yang dibagikan dengan ketentuan yang tercantum dalam Fatwa MUI Nomor 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial. Hal ini terbukti dengan adanya beberapa video yang diunggah oleh akun tersebut, yang mana di dalamnya terdapat *content* yang mengandung unsur ujaran kebencian, yang dapat memicu perpecahan dan konflik di antara sesama pengguna media sosial. Selain itu, video-video

⁶ Nila Septiyani, M. Ryan Arsyi, and Alvi Nur Muhammad Putra, "Peran Platform TikTok Dalam Membentuk Kreativitas Dan Koneksi Positif Di Kalangan Generasi Z", *Jurnal Ilmiah Kajian Multidisipliner* 8, no. 7 (2024), h. 232-233.

⁷ Joni Helandri, Alpat Reza Setiawan, Trio Putra, Rama Prabu, and Abdillah Jaya, "Kebangkitan Trend Aplikasi Media Sosial TikTok Dalam Perspektif Hukum Islam", *Jurnal Hukum Tata Negara* 1, no.2 (2023), h. 104.

tersebut juga memuat informasi yang belum terverifikasi kebenarannya, yang dalam hal ini dapat dikategorikan sebagai *hoax*.⁸

Pemilihan *content creator* @ilmanrr didasarkan pada pertimbangan bahwa sebagian *content* yang dipublikasikan melalui akun TikTok tersebut dinilai mengandung unsur ujaran kebencian dan potensi penyebaran *hoax*, yang bertentangan dengan prinsip-prinsip etika bermedia sosial dalam perspektif hukum Islam. *Content-content* semacam ini memiliki dampak yang signifikan terhadap audiens, terutama generasi muda, karena berpotensi menimbulkan kesalahpahaman, memecah belah masyarakat, dan menciptakan iklim komunikasi digital yang tidak sehat. Selain itu, pemilihan ini juga mempertimbangkan keterkaitan *contentnya* dengan aspek-aspek yang diatur dalam Fatwa MUI Nomor 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah melalui Media Sosial, sehingga sangat relevan untuk dijadikan objek kajian dalam rangka menganalisis kesesuaian aktivitas *content creator* dengan norma dan etika syariah.



Gambar 1. 1 *Content* Ciri-ciri Dosen Redflag

⁸ DSN-MUI, Fatwa DSN-MUI No. 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial, h. 12-14.

Content creator @ilamnrr membuat *content* mengenai ciri-ciri dosen *redflag*, yang mana objek dari *content* tersebut yaitu mahasiswa UIN Bandung, dan setiap mahasiswa memberikan jawaban mengenai hal tersebut. Salah satu contohnya yaitu ada mahasiswa yang menjawab bahwa dosen *redflag* itu, dosen yang jarang masuk dan memberikan tugas yang banyak, dosen yang panatik terhadap politik dan suka memberi nilai bagus pada mahasiswi yang cantik saja, yang mana dengan adanya *content* dan jawaban tersebut, dapat mengakibatkan munculnya tanggapan yang dapat menyudutkan para dosen dengan informasi yang masih belum pasti kebenarannya. Hal ini karena, faktanya tidak semua dosen terkhusus dosen di UIN Bandung berperilaku demikian.⁹



Gambar 1. 2 *Content* Ciri-ciri Cowok Mokondo dan Cewek Matre

Content yang dibuat selanjutnya yaitu *content* tentang top tiga jurusan dengan cowok mokondo dan cewek matre di UIN Bandung. Kemudian setiap mahasiswa memberikan jawaban yang berbeda-beda. Salah satu contohnya yaitu mereka menyebutkan bahwa jurusan administrasi publik, ilmu komunikasi, hukum, teknik dan jurnalistik masing-masing masuk kedalam top tiga jurusan dengan cowok

⁹ https://www.tiktok.com/@ilamnrr?is_from_webapp=1&sender_device=pc (diakses pada tanggal 2 September 2024).

mokondo dan cewek matre, yang mana dengan adanya *content* tersebut memicu rasa tidak terima dari masing-masing jurusan terhadap jawaban tersebut karena terdapat pernyataan serta informasi yang belum pasti kebenarannya. Hal ini karena, faktanya tidak semua dari pernyataan tersebut sesuai dengan kenyataan yang ada.¹⁰

Content-content yang dilampirkan diatas merupakan salah satu *content* yang mengumbar kejelekan seseorang bahkan instansi atau lembaga, yang mana informasi di dalam *content* tersebut belum terverifikasi kebenarannya (*hoax*) serta terdapat ujaran kebencian yang tidak sesuai dengan norma etika dan hukum yang berlaku yang dapat menimbulkan permusuhan dengan satu sama lain. Sehingga tidak bisa dipungkiri *content* tersebut dapat merugikan serta menimbulkan rasa ketidak nyamanan pada pihak yang menjadi objek dan apabila hal tersebut di biarkan bahkan dinormalisasikan maka akan lebih banyak lagi pihak yang merasa dirugikan.¹¹

Berdasarkan Fatwa MUI Nomor 24 Tahun 2017 bahwa dalam tata cara bermuamalah dengan sesama, baik di dalam kehidupan nyata maupun di media sosial, setiap muslim wajib mendasarkan pada keimanan dan ketakwaan, kebajikan (*mu'asyarah bil ma'ruf*), persaudaraan (*ukhuwwah*), saling wasiat akan kebenaran (*al-haqq*), mengajak pada kebaikan (*al-amr bi al-ma'ruf*) serta mencegah kemunkaran (*al-nahyu 'an al-munkar*) dan dalam bermuamalah melalui media sosial harus dilakukan tanpa melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan.¹²

Penghasilan *content creator* @ilmannrr pada aplikasi TikTok tidak mencerminkan aspek-aspek bermuamalah bahkan bertentangan dengan Fatwa MUI Nomor 24 Tahun 2017, dimana *content* tersebut melanggar salah satu ketentuan hukum pada point nomor tiga yaitu setiap Muslim yang bermuamalah melalui media sosial diharamkan untuk: a). Melakukan ghibah, fitnah, naminah, dan penyebaran permusuhan, b). Melakukan *bullying*, ujaran kebencian, dan

¹⁰ https://www.tiktok.com/@ilmannrr?is_from_webapp=1&sender_device=pc (diakses pada tanggal 2 September 2024).

¹¹ https://www.tiktok.com/@ilmannrr?is_from_webapp=1&sender_device=pc (diakses pada tanggal 2 September 2024).

¹² DSN-MUI, Fatwa DSN-MUI No. 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial, h. 12-14.

permusuhan atas dasar suku, agama, ras, atau antar golongan, c). Menyebarkan *hoax* serta informasi bohong meskipun dengan tujuan baik, seperti info tentang kematian orang yang masih hidup, d). Menyebarkan materi pornografi, kemaksiatan, dan segala hal yang terlarang secara syar'i, dan e). Menyebarkan *content* yang benar tetapi tidak sesuai tempat dan/atau waktunya. Hal ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara praktik bermuamalah yang dilakukan dengan prinsip-prinsip yang telah ditetapkan dalam fatwa tersebut.¹³

Fakta adanya ketidaksesuaian *content* yang dibuat oleh *content creator* @ilmannrr dengan Fatwa MUI Nomor 24 tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial, dapat menjadi peringatan bagi kita semua untuk selalu bijak dalam menggunakan media sosial, terkhusus untuk para *content creator* agar selalu memperhatikan terlebih dahulu *content-content* yang akan dibuat serta dikonsumsi oleh publik, hal ini bertujuan agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan.¹⁴

Konsep penting dalam Hukum Ekonomi Syariah yang berkaitan dengan pekerjaan adalah akad *ijarah*, yang merupakan perjanjian sewa-menyewa atau dengan kata lain, suatu transaksi atas manfaat yang mubah dengan jangka waktu yang diketahui serta kompensasi yang diketahui pula. Dalam akad ini, satu pihak (*muwajjir*) memberikan hak kepada pihak lain (*mustajir*) untuk memanfaatkan barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu dengan imbalan sewa yang telah disepakati.¹⁵

Ijarah tidak hanya mencakup penyewaan barang, tetapi juga jasa, hal ini sesuai dengan akad yang digunakan oleh para *content creator* yang bekerja sama dengan TikTok, yang mana para *content creator* memberikan jasa dengan cara membuat *content-content* yang menarik yang di posting di aplikasi TikTok dan TikTok memberikan upah kepada *content creator* atas jasa mereka tersebut. Dalam konteks ini, ketentuan jasa dan *ujrah* (upah) sangat relevan, karena kedua pihak harus

¹³ DSN-MUI, Fatwa DSN-MUI No. 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial, h. 12.

¹⁴ DSN-MUI, Fatwa DSN-MUI No. 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial, h. 14-16.

¹⁵ Moh Said MH, Muhammad Tawwaf, and Syafiah, "Konsep Al-Ijarah Pada Sistem Sewa-Menyewa", Jurnal Nusantara 16, no.1 (2020), h. 45.

sepakat mengenai besaran imbalan yang adil dan sesuai dengan nilai pasar. Hal ini penting untuk memastikan bahwa transaksi tersebut tidak mengandung unsur *gharar* (ketidakpastian) atau *riba* (bunga), yang dapat merugikan salah satu pihak yang berakad dan dapat menghilangkan prinsip-prinsip syariah yang telah ditetapkan.¹⁶

Berdasarkan permasalahan diatas penulis tertarik untuk meneliti dengan masalah sumber dan mekanisme penghasilan yang didapatkan oleh *content creator* serta etika dan tanggungjawab *content creator* dan bagaimana hukum penghasilan *content creator* menurut Fatwa MUI Nomor 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial. Dari penjelasan di atas, penulis tertarik untuk mengkaji dalam skripsi yang diberi judul: **PENGHASILAN CONTENT CREATOR AKUN @ILMANNRR PADA APLIKASI TIKTOK PERSPEKTIF FATWA MUI NOMOR 24 TAHUN 2017 TENTANG HUKUM DAN PEDOMAN BERMUAMALAH MELALUI MEDIA SOSIAL**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan diatas yang telah penulis kemukakan dalam latar belakang, maka dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme dan sumber penghasilan *content creator* pada akun @ilmannrr di aplikasi TikTok?
2. Bagaimana etika dan tanggung jawab *content creator* pada akun @ilmannrr di aplikasi TikTok?
3. Bagaimana hukum penghasilan *content creator* pada aplikasi TikTok perspektif Fatwa MUI Nomor 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial?

¹⁶ Sherlina Nursapitri and Siti Nurfatoni, "Penentuan Upah Jasa Endorsement di Media Sosial TikTok @Aqilahjd dalam Perspektif Fiqh Ijarah", *Al-Muamalat: Jurnal Ekonomi Syariah* 9, no. 2 (2022), h. 58-59.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana mekanisme dan sumber penghasilan *content creator* pada akun @ilmannrr di aplikasi TikTok.
2. Untuk mengetahui etika dan tanggung jawab *content creator* pada akun @ilmannrr di aplikasi TikTok.
3. Untuk mengetahui bagaimana hukum penghasilan *content creator* pada aplikasi TikTok perspektif Fatwa MUI Nomor 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial.

D. Manfaat Hasil Penelitian

Diharapkan dari permasalahan yang diungkapkan, penelitian ini berusaha untuk memiliki nilai manfaat bagi berbagai pihak. Adapun manfaat tersebut terbagi dalam dua aspek yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang cukup signifikan dalam khazanah ilmu pengetahuan pada umumnya serta khususnya pada dunia akademisi di bidang Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah), terutama yang berhubungan dengan etika dan aturan dalam menggunakan media sosial.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah wawasan untuk mengembangkan pengetahuan dibidang akademis, khususnya bagi penulis dan bagi para pembaca umumnya, sehingga dapat menerapkan teori-teori yang telah didapatkan serta dapat diimplementasikan di kehidupan sehari-hari mengenai etika dan aturan dalam menggunakan media sosial.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran kepada masyarakat mengenai etika dan aturan dalam menggunakan media sosial, terkhusus bagi

para *content creator* dalam pembuatan *contentnya*. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur ilmiah yang dapat digunakan dalam kajian atau penelitian berikutnya.

E. Kerangka Berpikir

Muamalah adalah perbuatan manusia dalam menjalani hubungan atau pergaulan antar sesama manusia. Jika dikaitkan dengan fiqih, maka fiqih muamalah adalah aturan dari Allah Swt yang mengatur tentang hubungan antar individu dalam sebuah masyarakat. Sedangkan muamalah dalam Fatwa MUI Nomor 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial adalah proses interaksi antar individu atau kelompok yang terkait dengan hubungan sesama manusia yang meliputi pembuatan (produksi), penyebaran (distribusi), akses (konsumsi), dan penggunaan informasi dan komunikasi.¹⁷

Proses muamalah antar sesama manusia, baik dalam kehidupan nyata maupun dunia maya, yang mana setiap Muslim wajib mendasarkan diri pada ketentuan agama, seperti aspek keimanan dan ketakwaan, kebijakan, persaudaraan, saling berwasiat kebenaran serta mengajak kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran. Maka jelaslah yang dimaksud muamalah dalam Fatwa MUI Nomor 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial, yaitu interaksi sosial antar individu dan individu, individu dengan kelompok atau dengan pemerintah dalam bentuk komunikasi berupa tulisan maupun lisan.¹⁸

Media sosial adalah jenis media online dimana orang dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan berinteraksi dengan *content* serta membangun komunitas secara online. Media sosial mencakup berbagai aplikasi dan situs web yang memfasilitasi komunikasi dan pertukaran informasi antar pengguna. Media sosial melibatkan berbagai jenis komunikasi, mulai dari teks, gambar, dan video, hingga audio dan *live streaming*. Maka dari itu terdapat beberapa situs media sosial

¹⁷ Hastuti, Asmia, and Besse Ruhaya, "Konsolidasi Fatwa MUI dengan Fikih Informasi dalam Merumuskan Etika Bermuamalah di Media Sosial", *Jurnal Pendidikan dan Studi Islam* 9, no. 2 (2023), h. 736.

¹⁸ M. Kelfin Gilang Ramadhani, "Etika Islami Dalam Berkomentar Di Instagram @taubatters: Kajian Terhadap Fatwa MUI Tentang Muamalah Di Media Sosial", *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 4, no. 1 (2024), h. 20.

yang populer di era sekarang antara yaitu Blog, Wikipedia, Facebook, Twitter, Path, Youtube, WhatsApp, Instagram dengan *fitur-fitur like, share-feed, tweet-retweet, upload-download, path-repath, selfie-regram, post-repost* telah menjadi kosakata modern yang akrab dengan keseharian masyarakat Indonesia hampir satu dekade terakhir.¹⁹

Media sosial sendiri pada dasarnya adalah bagian dari salah satu pengembangan dari internet. Hal inilah yang menjadikan semua pengguna yang tersambung dengan koneksi internet dapat melakukan proses penyebaran informasi atau *content* kapanpun dan dimanapun. Kemudian terdapat peraturan terkait media sosial yang berkembang di Indonesia, yaitu Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 (UU ITE), Undang-undang ini bertujuan untuk memperkuat regulasi terkait transaksi elektronik, perlindungan data pribadi, dan ketentuan hukum terkait *content* yang diunggah di media sosial.²⁰

Menurut Fatwa DSN-MUI, media sosial adalah platform yang memungkinkan pengguna untuk dapat berinteraksi, berbagi informasi, dan berkomunikasi secara daring yang dapat dilakukan kapan serta di mana saja.²¹ Kemudian terdapat Fatwa DSN-MUI Nomor 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial, yang mana isi dari fatwa ini merujuk dan berdasar pada dalil Al-Qur'an dan hadis berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصِحُّوا عَلَيَّ مَا
فَعَلْتُمْ نَدْمِينَ

“Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak

¹⁹ Egi Regita, Nabilah Luthfiyyah, and Nur Riswandy Marsuki, “Pengaruh Media Sosial Terhadap Persepsi Diri Dan Pembentukan Identitas Remaja Di Indonesia”, Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum 2, no. 1 (2024), h. 46–52.

²⁰ Luc Vinet and Alexei Zhedanov, “UU ITE Nomor 19 Tahun 2016”, Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical 44, no. 8 (2020), h. 287.

²¹ Fatwa MUI Nomor 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial, h. 1-17.

mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan(-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu.” (QS. Al-Hujurat: 6).²²

Ayat ini menjelaskan mengenai pentingnya untuk memastikan sebuah informasi sebelum informasi tersebut disebar luaskan, terutama di media sosial. Hal ini bertujuan untuk mencegah adanya penyebaran informasi yang salah atau terdapat unsur fitnah yang dapat merugikan orang lain.

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: كَفَى بِالْمَرْءِ كَذِبًا أَنْ يُحَدِّثَ بِكُلِّ مَا سَمِعَ — رواه مسلم

“Dari Abu Hurairah ra dari Nabi saw beliau bersabda: “Cukuplah seseorang (dianggap) berdusta jika ia menceritakan semua yang ia dengar.” (HR. Muslim).²³

Hadis ini menjelaskan tentang bahaya menyebarkan informasi tanpa mempertimbangkan kebenaran atau sumber informasi terlebih dahulu. Dalam konteks ini, hadis tersebut mengajak kita untuk lebih berhati-hati dalam berbicara dan menyampaikan informasi, yang mana kita seharusnya tidak hanya menjadi penyampai informasi, tetapi juga harus kritis dan bertanggung jawab terhadap apa yang kita sampaikan, menghindari menyebarkan fitnah atau berita bohong. Ini juga menggambarkan pentingnya akhlak yang baik dalam komunikasi antar sesama.

Content creator merupakan sebuah kegiatan dalam membuat berbagai bahan materi melalui sintesis, gambar, video maupun suara, media daring dikenal sebagai media digital untuk menyampaikan berita maupun informasi melalui media cetak atau pun media elektronik, seorang *content creator* bisa bekerja secara profesional, baik terikat oleh perusahaan maupun tidak (*freelance*). *Content creator* termasuk dalam pekerja *freelance*, yang mana *freelance* sendiri merupakan suatu pekerjaan

²² Soenarjo, dkk., *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, Edisi Penyempurna (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, 2019), h. 846.

²³ Diriwayatkan oleh Imam Muslim, Kitab Shahih Muslim yang disusun oleh Imam Muslim bin al-Hajjaj al-Naisaburi, dalam Kitab al-Muqaddimah (Pendahuluan), Bab tentang larangan membicarakan semua yang didengar, Hadis Nomor 5.

yang tidak terikat kontrak jangka panjang namun tetap memiliki ikatan kerja dari perusahaan atau pribadi yang memberinya pekerjaan.²⁴

Content creator pasti mendapatkan perlindungan hukum, sebagaimana yang dilihat pada Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2001 tentang Perjanjian Kerja Waktu Tertentu Alih Daya Waktu Kerja dan Istirahat dan Pemutusan Hubungan Kerja. Hal tersebut mengingat *content* yang dibuat para *content creator* biasanya berupa *content* digital dan merupakan suatu informasi elektronik yang mudah tersebar maka dari itu para *content creator* perlu memperhatikan aturan, hukum serta etika yang sudah ada tersebut.²⁵

Ijarah secara bahasa berasal dari kata *Al Ajru* yang berarti *Al 'Iwadu* (ganti) dan kata (*Ajara*) yang berarti "menyewakan" atau "memberikan hak untuk menggunakan". Dalam konteks ini, *ijarah* mencerminkan hubungan sewa-menyewa dimana satu pihak memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan suatu barang atau jasa dan atau akad *ijarah* merupakan akad yang digunakan untuk memindahkan hak guna (manfaat) atas suatu barang atau jasa dengan imbalan tertentu. Dalam istilah fiqih, akad *ijarah* merujuk pada perjanjian sewa-menyewa di mana satu pihak (*muwajjir*) memberikan hak kepada pihak lain (*mustajir*) untuk menggunakan barang atau jasa selama periode tertentu dengan imbalan sewa yang telah disepakati.²⁶

Menurut Fatwa DSN MUI No 09/DSN/MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan *Ijarah*, yang merupakan pemindahan hak atau atas suatu barang dan jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa atau upah, tanpa diikuti pemindahan kepemilikan barang tersebut. Fatwa DSN MUI No 09/DSN/MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan *Ijarah* memberikan pedoman yang jelas mengenai praktik pembiayaan *ijarah* dalam konteks syariah, memastikan bahwa transaksi sewa-menyewa

²⁴ Irla Yulia and Iqbal Miftakhul Mujtahid, "Fenomena Content Creator Di Kalangan Remaja Citayam Fashion Week", Jurnal Universitas Dharmawangsa 7, no. 2 (2023), h. 679.

²⁵ Anisa Pratiwi, "Akad Ijarah Bagi Jasa Freelance Content Writer (Studi Kasus Pihak No)", Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Fakultas Syariah dan Hukum, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, (2023), h. 35.

²⁶ Abdurrahman Syaikh Al-Juzairi, *Fikh Empat Madzhab* (Jakarta: Terjemah Pustaka Al-Kausar Jilid IV, 2017), h. 40.

dilakukan secara adil dan sesuai dengan prinsip halal. Hal ini membantu menciptakan kepercayaan dan kepastian hukum antara pihak-pihak yang terlibat.²⁷

Berdasarkan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) *ijarah* di definisikan sebagai sewa-menyewa barang dalam jangka waktu tertentu dengan pembayaran. *Ijarah* dalam bentuk sewa-menyewa maupun upah mengupah, merupakan kegiatan muamalah yang diisyaratkan dalam Islam.²⁸ Menurut jumhur ulama hukum asalnya mubah atau boleh dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh syara' berdasarkan ayat Al-Qur'an dan hadis Nabi SAW serta ketetapan ijma ulama.

Al-Qur'an surah Al-Qashash ayat 26

قَالَتْ أَحَدَىٰهُمَا يَا بَتِ اسْتَأْجِرْهُ خَيْرٍ مِّنْ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيَّ الْأَمِينِ

“Salah seorang dari kedua wanita itu berkata: Wahai bapakku, ambillah ia sebagai orang yang berkerja (pada kita), karena sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk berkerja (pada kita) ialah orang yang kuat lagi dapat dipercaya”. (QS. Al-Qashash: 72).²⁹

Ayat ini mengandung pesan tentang pentingnya memilih orang yang kuat dan dapat dipercaya untuk berkerja. Dalam konteks *content creator*, hal ini bisa diartikan sebagai anjuran untuk memilih individu atau kolaborator yang memiliki kemampuan yang baik dan dapat dipercaya untuk berkerja sama dalam menghasilkan *content* yang bermanfaat dan berkualitas serta dapat saling menguntungkan antar satu sama lainnya.

Al-Hadis Rasulullah SAW, dari Ibnu Umar r.a

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَعْطُوا الْأَجِيرَ أَجْرَهُ قَبْلَ أَنْ يَحْفَرَ فَرَفَةً

“Dari Ibnu Umar Rasulullah Saw Bersabda “Berikanlah upah pekerja sebelum keringat kering”. (HR. Ibnu Majah).³⁰

²⁷ Fatwa DSN-MUI No. 09/DSN/MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan Ijarah, h. 1.

²⁸ Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) Pasal 20 tentang Pengertian Ijarah, h. 11.

²⁹ Soenarjo, dkk., *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, h. 613.

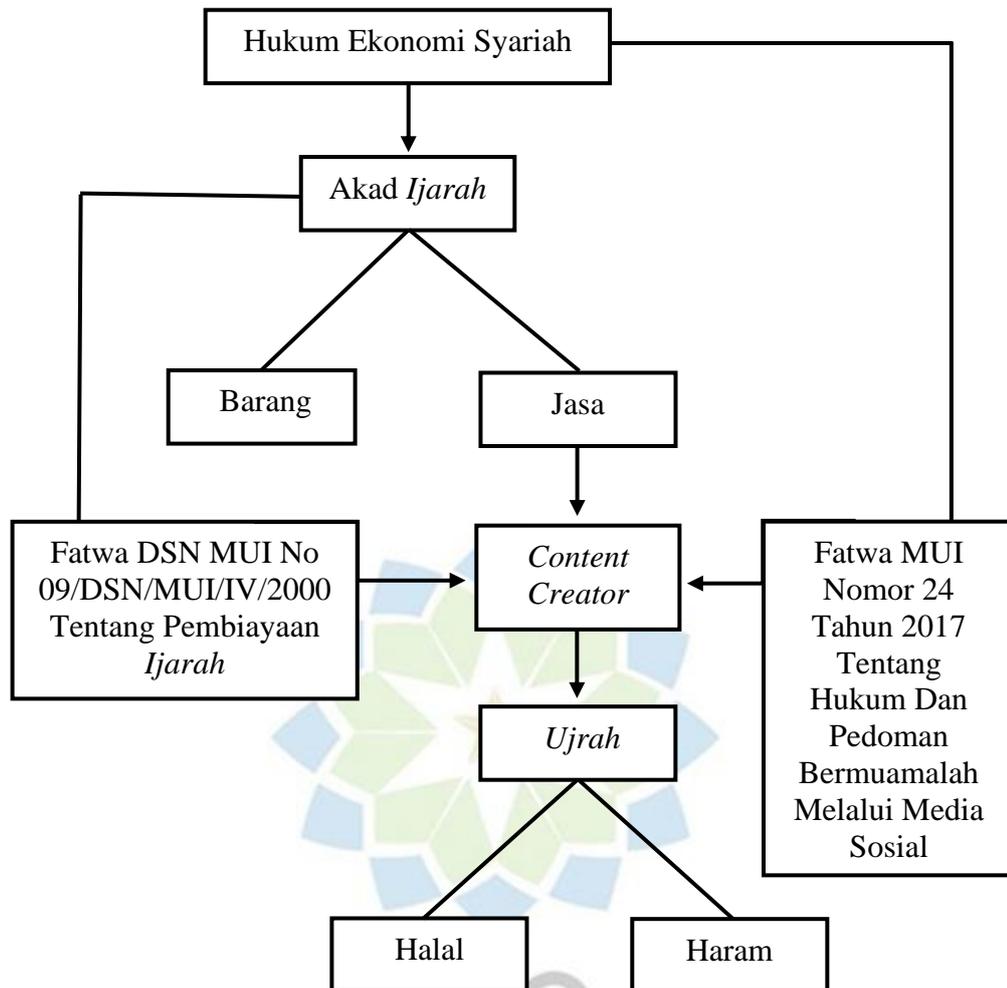
³⁰ Diriwayatkan oleh Abdullah bin Umar, yang disusun oleh Ibnu Majah, dalam Kitab Sunan Ibnu Majah, Bab tentang upah pekerja, Hadis Nomor 2443.

Hadis tersebut mengajarkan kita untuk segera memberikan hak kepada pekerja, yaitu upah, sebelum ia merasa lelah. Prinsip ini sangat relevan dalam berbagai bidang, termasuk dalam dunia *content creator*. Dalam konteks ini, hadis tersebut dapat diterapkan dengan memberikan penghargaan atau kompensasi yang adil dan tepat waktu kepada para pekerja yang terlibat dalam pembuatan *content*. Memberikan penghargaan yang sesuai dan segera tidak hanya menunjukkan rasa hormat terhadap kerja keras mereka, tetapi juga dapat meningkatkan semangat dan motivasi mereka untuk terus bekerja dengan baik dan memberikan kontribusi maksimal.

Berdasarkan ayat Al-Qur'an dan hadis Nabi SAW akad *ijarah* adalah sebuah perjanjian sewa-menyewa dalam hukum Islam di mana satu pihak (*muwajjir*) memberikan hak kepada pihak lain (*mustajir*) untuk memanfaatkan suatu barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu dengan imbalan sewa yang telah disepakati. Dalam pelaksanaannya sendiri, akad *ijarah* harus memenuhi syarat-syarat yang ditetapkan dalam syariat Islam, tujuannya adalah untuk memastikan bahwa transaksi berjalan dengan baik, adil, dan sesuai prinsip halal. Dengan cara selalu memperhatikan aspek atau ketentuan yang sudah ada, baik pihak penyewa maupun pihak yang menyewakan dapat melindungi diri dari risiko dan sengketa yang tidak diinginkan, serta menjaga kepercayaan satu sama lain, supaya dapat terhindar dari hal-hal yang sifatnya merugikan para pihak yang berakad.³¹

Dalam konteks praktik modern, akad *ijarah* sering digunakan dalam berbagai bidang, termasuk sektor properti, kendaraan, dan jasa profesional lainnya. Oleh karena itu, penting bagi kedua belah pihak yang terlibat dalam akad ini untuk memperhatikan aspek hukum syariah guna menghindari terjadinya *gharar* (ketidakpastian) dan *riba* maupun bentuk-bentuk kecurangan lainnya. Dengan menjaga prinsip kejelasan, kejujuran, dan saling ridha, maka akad *ijarah* dapat menjadi sarana transaksi yang tidak hanya sah secara hukum Islam, tetapi juga memberikan manfaat yang maksimal bagi kedua belah pihak.

³¹ Saprida, Zuul Fitriani, and Zuul Fitriana Umari, "Sosialisasi Ijarah Dalam Hukum Islam", *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 2 (2023), h. 283-286.



Gambar 1.3

Kerangka Berpikir

F. Hasil Penelitian Terdahulu

Sebelum memulai penelitian lebih lanjut, penulis melakukan studi sebelumnya untuk mencari penelitian ilmiah seperti skripsi dan artikel yang telah membahas topik yang serupa dengan penelitian ini, yaitu mengenai penghasilan *content creator* di aplikasi TikTok. Tujuan dari studi terdahulu ini adalah untuk memahami persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, serta memberikan gambaran umum tentang penelitian yang akan dilakukan. Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian penulis adalah sebagai berikut:

1. Skripsi yang ditulis oleh Vina Widayanti tahun 2023 yang berjudul “Pengembangan Pemanfaatan TikTok Sebagai Kemudahan Memperoleh Keuntungan Dalam Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Donasi *Payout Coins* Aplikasi TikTok)” yang dikeluarkan oleh Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro. Tujuan dari penulisan skripsi tersebut adalah untuk mengetahui pandangan ulama empat mazhab terhadap konsep keuntungan dan untuk mengetahui tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap pengembangan pemanfaatan TikTok sebagai kemudahan memperoleh keuntungan pada donasi *payout coins*. Kemudian hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa pandangan ulama empat mazhab terhadap konsep keuntungan yaitu menekankan pentingnya transaksi yang sepadan, takaran, dan penimbangan untuk menghindari riba. Sementara itu, pengembangan pemanfaatan TikTok sebagai sarana untuk memperoleh keuntungan melalui donasi *payout coins* dapat dianggap diperbolehkan dalam tinjauan Hukum Ekonomi Syariah, karena keuntungan yang dihasilkan berasal dari usaha kreatif dan pengelolaan modal yang sah.³²
2. Skripsi yang ditulis oleh Yoga Hendra Jaya tahun 2023 yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Tentang Penghasilan Konten Kreator Shopee Video (Studi Pada Grup Telegram @Shopee Video Creator)” yang di keluarkan oleh Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Tujuan dari penulisan skripsi tersebut adalah untuk mengetahui penentuan hasil kerja *content creator* shopee video dan untuk mengetahui tinjauan hukum Islam terhadap penghasilan *content creator* shopee video. Kemudian hasil penelitian ini menjelaskan bahwa ketika mereka sudah diterima menjadi *creator* mereka harus menyelesaikan tugas posting video pada aplikasi Shopee untuk mendapatkan penghasilan berupa gaji pokok. Menurut pandangan hukum Islam penghasilan *content creator* shopee video pada grup telegram @Shopee Video Creator adalah bertentangan dengan

³² Vina Widayanti, " *Pengembangan Pemanfaatan TikTok Sebagai Kemudahan Memperoleh Keuntungan Dalam Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Donasi Payout Coins Aplikasi TikTok)*", Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, Fakultas Syariah, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, (2023), h. 4-5.

prinsip-prinsip etika bisnis Islam sehingga penghasilan tersebut menjadi haram karena adanya perbuatan curang seperti manipulasi dan tidak jujur, dan dalam hal ini *content creator* menerima gaji atau upah dari hasil kerja yang batil.³³

3. Skripsi yang ditulis oleh Diah Nada Sutan Danu tahun 2023 yang berjudul “Analisis Akad *Ijarah* Pada Sistem Pengupahan *Pageviews* Terhadap *Content Creator* (Studi Kasus Media Infosumsel.id)” yang dikeluarkan oleh Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Tujuan dari pembuatan skripsi tersebut adalah untuk mengetahui bagaimana sistem pengupahan pada *content creator* melalui studi kasus pada media infosumsel.id dan juga untuk mengetahui bagaimana pandangan hukum ekonomi syariah terhadap sistem pengupahan *content creator* media infosumsel.id. Kemudian hasil penelitian ini menjelaskan bahwa adanya keterlambatan sistem pengupahan pada *content creator*, akan tetapi keterlambatan yang terjadi bukan karena unsur kesengajaan melainkan adanya faktor lain yang membuat keterlambatan pada pembayaran upah tersebut, jika dilihat dari akad *ijarah* sistem pengupahan yang dilakukan oleh pihak media sudah sesuai dengan ketentuan rukun dan syarat dalam akad *ijarah*.³⁴
4. Skripsi yang ditulis oleh Puspa Marini tahun 2021 yang berjudul “Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Penghasilan Seleb Aplikasi TikTok (Studi Kasus di Banjarnegara)” yang dikeluarkan oleh Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri Purwokerto. Tujuan dari penulisan skripsi tersebut adalah untuk mengetahui bagaimana para seleb TikTok ini untuk mendapatkan penghasilan juga untuk mengetahui bagaimana perspektif Hukum Ekonomi Syariah terhadap penghasilan seleb aplikasi TikTok yang dimana studi ini berada di Banjarnegara. Kemudian hasil penelitian ini

³³ Yoga Hendra Jaya, "Tinjauan Hukum Islam Tentang Penghasilan Konten Kreator Shopee Video (Studi Pada Grup Telegram @Shopee VideoCreator)", Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Fakultas Syariah, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, (2023), h. 7.

³⁴ Diah Nada Sutan Danu, "Analisis Akad *Ijarah* Pada Sistem Pengupahan *Pageviews* Terhadap *Content Creator* (Studi Kasus Media Infosumsel.id)", Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Fakultas Syariah dan Hukum, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, (2023), h. 6-7.

menjelaskan bahwa perspektif Hukum Ekonomi Syariah terhadap penghasilan seleb TikTok yang dimaksud dalam penelitian ini adalah *ijarah*, untuk mencari hukum tentang hasil jasa yang diberikan produsen kepada seleb aplikasi TikTok, dan bagaimana hukum seorang Muslim memanfaatkan aplikasi TikTok tersebut.³⁵

5. Artikel yang ditulis oleh Irla Yulia dan Iqbal Miftakhul Mujtahid tahun 2023 yang berjudul “Fenomena *Content Creator* Di Kalangan Remaja Citayam Fashion Week” yang dikeluarkan oleh Universitas Dharmawangsa Jakarta. Tujuan dari penulisan artikel ini yaitu untuk menggambarkan bagaimana fenomena *content creator* di kalangan remaja Citayam Fashion Week dan bagaimana peranan media sosial dalam menunjang profesi *content creator* tersebut. Kemudian hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan Citayam Fashion Week tersebut menghasilkan para remaja yang kreatif dan berbakat, banyak dari mereka menghasilkan uang dengan menjadi *content creator*. Peranan media sosial dalam membantu para remaja menjadi *content creator* tidak dapat dipandang sebelah mata, mengingat saat ini media sosial menyuguhkan fitur-fitur yang memudahkan kita untuk membuat sebuah video dari gawai yang mereka miliki tersebut.³⁶

Tabel 1. 1 Studi Terdahulu

No	Penulis	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Vina Widayanti (2023)	Pengembangan Pemanfaatan TikTok Sebagai Kemudahan Memperoleh Keuntungan Dalam Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Donasi <i>Payout Coins</i> Aplikasi TikTok).	Penelitian terdahulu dan penulis sama-sama membahas tentang keuntungan atau penghasilan pada aplikasi TikTok dengan prinsip-prinsip hukum Islam.	Perbedaan penelitian ini yaitu penelitian terdahulu berfokus pada keuntungan dari donasi <i>payout coins</i> di aplikasi TikTok. Sedangkan penelitian penulis lebih mengkaji regulasi umum yang dikeluarkan oleh MUI, dan berfokus

³⁵ Puspa Marini, "Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah Terhadap Penghasilan Seleb Aplikasi TikTok (Studi Kasus Di Banjarnegara)", Universitas Universitas Islam Negri Saifuddin Zuhri Purwokerto, Fakultas Syariah, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, (2021), h.1 & 61.

³⁶ Irla Yulia and Iqbal Miftakhul Mujtahid, "Fenomena *Content Creator* Di Kalangan Remaja Citayam Fashion Week", Jurnal Univeritas Dharmawangsa 7, no. 2 (2023), h. 677-678.

				pada penerapan prinsip hukum Islam dalam media sosial, khususnya di TikTok.
2.	Yoga Hendra Jaya (2023)	Tinjauan Hukum Islam Tentang Penghasilan Konten Kreator Shopee Video (Studi Pada Grup Telegram @Shopee Video Creator).	Penelitian terdahulu dan penulis sama-sama membahas tentang sejauh mana aktivitas <i>content creator</i> sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Islam.	Perbedaan penelitian ini yaitu penelitian terdahulu lebih berfokus pada tinjauan Hukum Ekonomi Syariah. Sedangkan penelitian penulis berfokus pada analisis dari Fatwa MUI.
3.	Diah Nada Sutan Danu (2023)	Analisis Akad <i>Ijarah</i> Pada Sistem Pengupahan <i>Pageviews Terhadap Content Creator</i> (Studi Kasus Media Infosumsel.id).	Penelitian terdahulu dan penulis sama-sama membahas tentang penghasilan atau pengupahan terhadap <i>content creator</i> dengan menggunakan akad <i>ijarah</i> .	Perbedaan penelitian ini yaitu penelitian terdahulu lebih berfokus pada sistem pengupahan <i>pageviews</i> terhadap <i>content creator</i> . Sedangkan penelitian penulis berfokus pada penghasilan <i>content creator</i> TikTok menurut Fatwa MUI.
4.	Puspa Marini (2021)	Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Penghasilan Seleb Aplikasi TikTok (Studi Kasus di Banjarnegara).	Penelitian terdahulu dan penulis sama-sama membahas tentang kegiatan yang ada di aplikasi TikTok yaitu tentang penghasilan.	Perbedaan penelitian ini yaitu penelitian terdahulu lebih fokus pada penghasilan yang diperoleh dari aplikasi TikTok secara umum. Sedangkan penelitian penulis lebih berfokus pada penghasilan menurut hukum dan pedoman bermuamalah melalui media sosial.
5.	Irla Yulia dan Iqbal Miftakhul Mujtahid (2023)	Fenomena <i>Content Creator</i> Di Kalangan Remaja Citayam Fashion Week.	Penelitian terdahulu dan penulis sama-sama membahas tentang penghasilan <i>content creator</i> di sosial media TikTok.	Perbedaan penelitian ini yaitu penelitian terdahulu lebih fokus kegiatan para <i>content creator</i> . Sedangkan penelitian penulis lebih berfokus pada mekanisme penghasilan <i>content creator</i> .

Berdasarkan penelaah dan beberapa penelitian-penelitian terdahulu diatas, maka penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama meneliti dan membahas mengenai penghasilan *content creator* di media sosial dalam perspektif hukum Islam. Fokus utama dari penelitian sebelumnya umumnya terletak pada mekanisme, sumber, dan keabsahan penghasilan berdasarkan prinsip-prinsip muamalah. Namun, perbedaan penelitian ini terletak pada variabel yang digunakan, yaitu dengan menitikberatkan kajian pada regulasi Fatwa MUI Nomor 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial. Selain menelaah aspek hukum dan sumber penghasilan, penelitian ini juga meneliti mengenai etika dan tanggung jawab serta dampak sosial dari *content* yang dibuat para *content creator*, sehingga menghasilkan kajian yang lebih menyeluruh.

