

## MEDIA PROMOSI MELALUI APLIKASI TIKTOK DALAM PERSPEKTIF ULAMA

Septiana Titin Dwi Rukhmianti, Arju Afwan, Kharis Fadlullah Hana  
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Mu'amalah) Fakultas Syariah IAIN Kudus  
[septiianatitin@gmail.com](mailto:septiianatitin@gmail.com), [arjuafwan82@gmail.com](mailto:arjuafwan82@gmail.com), [kharis@iainkudus.ac.id](mailto:kharis@iainkudus.ac.id)

---

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pendapat ulama NU dan ulama Muhammadiyah mengenai konten dan media promosi melalui aplikasi TikTok. Untuk mengetahui jawaban dari pertanyaan ini maka dilakukanlah penelitian kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi dengan menggunakan penggalan data melalui penelitian lapangan (field research) dan sebagian data diperoleh melalui wawancara dan beberapa sumber valid dan juga beberapa literatur buku. Peneliti juga dibatasi waktu, tempat, serta masalah yang dipelajari berupa program aktivitas, individu maupun peristiwanya. Subyek penelitian ini ditujukan kepada dosen IAIN Kudus, dan beberapa ulama NU dan Muhammadiyah di Pati. Seperti bapak Muhamat Nur Maarif, M.H., bapak H. Ahmad Lazim, bapak KH.Ahmad Zuhri, bapak KH Fuad, S.Pd, bapak K. Anwar Hasim, Lc. berdasarkan hasil penelitian ini, penulis memperoleh kesimpulan bahwa TikTok adalah aplikasi yang memberikan spesial efek yang unik dan menarik yang dapat digunakan oleh penggunanya dengan mudah sehingga dapat membuat video pendek dengan hasil yang keren serta dapat dipamerkan kepada teman-teman atau pengguna lainnya. Bermain aplikasi TikTok hukumnya boleh, selama tidak mengandung kemaksiatan, mengandung syahwat, dan gairah tidak masalah. Dan konten yang ada di aplikasi TikTok ada yang positif dan negatif seperti yang sudah dijelaskan oleh para informan, dan kebanyakan konten yang negatif. Sedangkan perkembangan media promosi menggunakan aplikasi TikTok begitu cepat berkembang dan memudahkan para pebisnis online terlebih dengan cara membuat video pendek barang dagangannya. Dengan promosi lewat aplikasi TikTok ini sangat efektif dan bisa diikuti para pebisnis lainnya, terutama bagi pemula yang ingin mendirikan usahanya.

**Kata Kunci:** Aplikasi TikTok, Konten TikTok, Perspektif Ulama, Media Promosi

### Abstract

*This study aims to find out the opinion of NU and Muhammadiyah scholars regarding content and promotional media through the TikTok application. To find out the answer to this question, qualitative research was carried out with the type of phenomenological research using data collection through field research and some of the data was obtained through interviews and several valid sources and also some book literature. Researchers are also limited by time, place, and problems studied in the form of activity programs, individuals, and events. The subjects of this study were addressed to lecturers at IAIN Kudus, and several NU and Muhammadiyah scholars in Pati, such as Mr. Muhamat Nur Maarif, MH, Mr. H. Ahmad Lazim, Mr. KH. Ahmad Zuhri, Mr. KH Fuad, S.Pd, Mr. K. Anwar Hasim, Lc. Based on the results of this study, the authors conclude that TikTok is an application that provides unique and interesting special effects that users can use easily so they can make short videos with cool results that can be shown to friends or other users. Playing*

*the TikTok application is legally permissible, as long as it doesn't contain disobedience, lust, and passion is not a problem. And the content in the TikTok application is positive and negative as explained by the informants, and most of the content is negative. Meanwhile, the development of promotional media using the TikTok application is developing so quickly and making it easier for online businesses, especially by making short videos of their merchandise. Promotion through the TikTok application is very effective and can be followed by other business people, especially beginners who want to start a business.*

**Keywords:** *TikTok Application, TikTok Content, Scholar's Perspective, Media Promotion*

## A. Pendahuluan

Di era globalisasi saat ini teknologi semakin berkembang dan lebih maju. Kemajuan teknologi berdampingan dengan berkembangannya internet. Saat ini internet menjadi salah satu jaringan komunikasi elektronik yang berfungsi menghubungkan antara satu media elektronik dengan media lainnya dengan cepat dan tepat. Dengan kata lain, hampir seluruh kegiatan masyarakat Indonesia bergantung pada internet, salah satunya untuk memenuhi kebutuhan.

Kebutuhan manusia dimulai dari yang sifatnya primer seperti pendidikan, perekonomian, keagamaan, kesehatan, sosial maupun budaya sampai dengan kebutuhan yang bersifat sekunder sebagai hiburan. Hiburan dengan mudah didapatkan dengan menggunakan internet, baik berbentuk aplikasi, website, foto, maupun video yang saat ini mudah diakses oleh semua orang. Salah satu aplikasi yang terkenal di Indonesia saat ini adalah Whatsapp, Facebook, Instagram, Youtube, Shopee, TikTok, dan sebagainya. Penelitian ini lebih fokus pada satu aplikasi yaitu aplikasi TikTok. Contoh penelitian tentang aplikasi TikTok adalah pada penelitian yang berjudul "Pandangan Ulama Kontemporer tentang Hukum Bermain Tiktok Bagi Perempuan Muslimah".<sup>1</sup> TikTok menjadi aplikasi terpopuler peringkat 6 di Indonesia pada tahun 2022<sup>2</sup> bahkan peringkat pertama aplikasi yang paling banyak diunduh selama Agustus 2023.<sup>3</sup>

Pada September 2016, China meluncurkan aplikasi jejaring sosial dan platform video musik yang bernama TikTok. TikTok adalah aplikasi dengan *special effects* yang unik dan menarik, tik tok dapat diunduh dengan mudah bagi penggunanya sehingga dalam pembuatan video pendek dengan hasil yang keren dapat membuat *For Your Page* (FYP) kepada semua orang. Dalam pembuatan video tik tok dapat di update secara berkala yang dapat berdurasi 15 detik, 30 detik, dan 3 menit dengan memberikan *special effects* yang unik dan menarik serta memiliki dukungan *style* atau genre musik sehingga pengguna dapat menggunakan fitur tersebut. Dengan memiliki dukungan *style* dan musik yang banyak pengguna dapat melakukan performanya dengan tarian, gaya bebas, dan masih banyak lagi sehingga mendorong kreativitas penggunanya menjadi *content*

<sup>1</sup> Dewi Indriani, "PANDANGAN ULAMA KONTEMPORER TENTANG HUKUM BERMAIN TIKTOK BAGI PEREMPUAN MUSLIMAH," no. 19 (2016): 1–23.

<sup>2</sup> Rindi Ariska, 28 Januari 2023, <https://tekno.tempo.co/read/1684916/inilah-6-aplikasi-yang-paling-banyak-digunakan-orang-indonesia-2022>

<sup>3</sup> CNN Indonesia, 19 September 2023, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20230918143850-185-1000458/tiktok-jadi-raja-aplikasi-dunia-kalahkan-instagram-hingga-whatsapp>

creator.<sup>4</sup> Beragam konten berformat video dan musik disajikan oleh para *content creator* di TikTok, seperti konten hiburan, konten pendidikan, konten informasi, konten agama, konten jualan, dan sebagainya.<sup>5</sup>

Selain itu, para pembisnis juga mulai menggunakan aplikasi TikTok. TikTok dianggap sebagai media yang efektif untuk mempromosikan segala macam produk jualannya. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya iklan yang mulai bermunculan serta online shop yang mulai memasarkan produknya melalui aplikasi TikTok.<sup>6</sup> Dan konten-konten TikTok ini akan terus berkembang sesuai dengan perkembangan yang ada. Kita sebagai pengguna tentunya dapat memilih konten apa yang akan dilihat dan digunakan, maka sebagai masyarakat beragama Islam hendaknya memilih sesuatu yang tidak merugikan dan tidak menjerumuskan ke dalam maksiat. Mencari hiburan merupakan suatu hal yang diperbolehkan dalam Islam, selagi cakupan dari hiburan itu merupakan hal yang positif dan tidak bertentangan dengan agama serta dibenarkan dalam syari'at. TikTok bagi sebagian orang merupakan sebuah aplikasi hiburan semata untuk semua kalangan, dan tidak ada batasan dalam penggunaannya.<sup>7</sup>

Islam adalah agama yang sempurna, yang mengatur segala aspek dalam kehidupan manusia, baik aspek ibadah (hubungan manusia dengan Allah SWT) maupun aspek muamalah (hubungan manusia dengan sesama manusia).<sup>8</sup> Sebagai umat muslim, sudah seharusnya kita berpedoman pada Al-Qur'an dan Hadits. Al-Qur'an diturunkan untuk menjadi pedoman bagi manusia, selayaknya kita sebagai orang yang beriman memahaminya dari berbagai perspektif terutama kaitannya dengan fenomena kontemporer saat ini. Fenomena pada aplikasi TikTok tersebut menjadi obyek yang berkaitan dengan perspektif ulama.<sup>9</sup> Melihat pengguna TikTok ini berasal dari seluruh kalangan, laki-laki maupun perempuan, tua maupun muda, akan tetapi dari sekian banyak pengguna TikTok kaum remaja lah yang paling mendominasi dalam menggunakannya.<sup>10</sup> Dengan demikian aplikasi TikTok dapat memberikan dampak positif dan negatif bagi penggunanya. Dampak positif dari aplikasi TikTok itu, seperti membuat konten yang bermanfaat dengan menyebarkan motivasi, informasi, ilmu, dan sebagainya. Dan dampak negatif dari aplikasi TikTok itu, seperti menari dengan memperlihatkan beberapa bagian tubuh. Tak jarang tarian dan musik di TikTok menjadi *syndrome* bagi pendengarnya. Dan seringkali *content creator* menunjukkan perilaku yang bertentangan dengan agama Islam

---

<sup>4</sup> Rismaka Palupi et al., "Analisis Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Di Era Modern," *Academica: Journal of Multidisciplinary Studies* 5, no. 1 (2021): 89–104, <http://ejournal.iainsurakarta.ac.id/index.php/academica/article/view/4119>.

<sup>5</sup> Dan Kushardiyanti, Dessy, Zaenal Mutaqin and Aulia Sholichah Iman Nurchotimah, "Tren Konten Dakwah Digital Oleh Content Creator Milenial Melalui Media Sosial Tiktok Di Era Pandemi Covid-19 Trends of Digital Da ' Wah By Millenial Content Creator Through Tiktok Social Media in the Covid-19 Pandemic Era," *Orasi: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 12, no. 1 (2021): 97–114.

<sup>6</sup> Luh Kadek Budi Martini and Luh Komang Candra Dewi, "Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Prilaku Konsumtif," 2021, 38–54.

<sup>7</sup> Indriani, "PANDANGAN ULAMA KONTEMPORER TENTANG HUKUM BERMAIN TIKTOK BAGI PEREMPUAN MUSLIMAH."

<sup>8</sup> Vega Falcon Dr. Vladimir, "Agama Islam, Agama Yang Sempurna," *Gastronomia Ecuatoriana y Turismo Local*. 1, no. 69 (1967): 5–24.

<sup>9</sup> Alfiani, "Perspektif Al-Qur'an Tentang Konten Tarian Viral Para Muslimah Pada Aplikasi Tik Tok the Quran Perspective on Content Viral Dances of Muslimah on the Application Tik Tok."

<sup>10</sup> Indriani, "PANDANGAN ULAMA KONTEMPORER TENTANG HUKUM BERMAIN TIKTOK BAGI PEREMPUAN MUSLIMAH."

hanya demi mencapai popularitas. Perilaku seperti itu yang bertentangan dengan norma agama sehingga menyebabkan rusaknya moral maupun akhlak pengguna TikTok. Oleh karena itu, sangatlah penting bagi setiap individu untuk memiliki pemahaman mengenai akhlak untuk dapat menggunakan media sosial dengan bijak.

Untuk itu, peneliti melakukan penelitian ini dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang diperoleh dari sejumlah individu atau sekelompok orang yang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Pada penelitian ini, peneliti mengkaji hasil penelitian secara kualitatif deskriptif yaitu data-data yang bang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dan foto (dokumentasi). Dalam penelitian ini, peneliti terjun langsung ke lapangan guna mewawancari dan mendokumentasikan proses penelitian sebagai bukti dalam pelaksanaan penelitian. Peneliti melibatkan 5 informan dalam penelitian ini yang terdiri dari 4 ulama atau tokoh agama di desa masing-masing peneliti dan 1 dosen IAIN Kudus yang mengerti tentang media promosi melalui aplikasi TikTok. Adapun data-data yang peneliti dapatkan dalam penelitian ini yakni berupa data naskah wawancara dalam bentuk catatan lapangan, dan juga foto. Setelah semua data terkumpul, peneliti kemudian menganalisis data-data tersebut dan selanjutnya menyusun data-data yang telah diperoleh kedalam bentuk deskripsi analisa.<sup>11</sup>

## B. Temuan dan Diskusi

Temuan dan diskusi adalah hasil temuan dari penelitian yang dilakukan melalui teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi terkait “Media Promosi Melalui Aplikasi TikTok dalam Presfektif Ulama”. Data-data sudah peneliti olah dan disederhanakan agar mudah dipahami, sebagai berikut:

*Pertama*, menurut H. Ahmad Lazim bahwa aplikasi TikTok adalah aplikasi berupa video pendek yang menarik dan bagus bagi para penggunanya.<sup>12</sup> Sedangkan menurut KH. Ahmad Zuri Aplikasi TikTok adalah aplikasi untuk membuat dan menyebarkan beragam video pendek dalam format secara vertikal, yang dimainkan hanya dengan men-*scroll* layar ke atas maupun ke bawah.<sup>13</sup> Dan pandangan Islam mengenai aplikasi TikTok menurut H. Ahmad Lazim, aplikasi ini buruk karena sering digunakan oleh orang-orang kafir (aplikasi yang dibuat oleh orang China). Menurut Muhamat Nur Maarif, M.H., pandangan Islam mengenai aplikasi TikTok itu sebenarnya bagus karena ada konten Islaminya jadi orang bisa mendapatkan informasi mengenai ajaran Islam.<sup>14</sup> Dan menurut K. Anwar Hasim, Lc, pandangan Islam dalam perkara atau sesuatu yang tidak menimbulkan kebaikan itu hukumnya makruh sedangkan perkara yang menimbulkan kemaksiatan hukumnya haram.<sup>15</sup> Mengenai konten-konten yang ada di TikTok ulama berpendapat sama bahwa ada konten yang positif seperti menyebarkan informasi bahkan menyebarkan ajaran agama Islam berupa video pendek pengajian dari ustadz. Sedangkan yang negatif seperti perempuan muslimah yang membuat konten berjoget-joget sehingga terlihat lekuk tubuhnya dan terkadang ada juga yang menyebarkan berita hoax. Intinya konten TikTok kebanyakan yang negatif dan yang

<sup>11</sup> Septina Titin Dwi Rukhmianti, “Metode Penelitian,” 2022.

<sup>12</sup> Ahmad Lazim, “Aplikasi TikTok Dalam Presfektif Ulama,” 2022.

<sup>13</sup> Ahmad Zuri, “Aplikasi TikTok Dalam Presfektif Ulama,” 2022.

<sup>14</sup> Muhamat Nur Maarif, “Aplikasi TikTok Dalam Prefektif Ulama,” 2022.

<sup>15</sup> K. Anwar Hasim, “Aplikasi TikTok Dalam Presfektif Ulama,” 2022.

postif hanya sedikit tergantung bagaimana kita yang menggunakannya. Hukum bermain TikTok menurut ulama KH. Ahmad Zuri yaitu selama tidak mengandung kemaksiatan, mengandung syahwat, dan gairah tidak masalah (mubah). Dan sepanjang kontennya tidak mengandung maksiat, tidak mengumbar aurat, tidak mengandung syahwat, katakanlah tak ada manfaatnya (makruh). Tapi kalau maksiat jelas hukumnya haram karena tidak sesuai dengan ajaran Islam.<sup>16</sup>

*Kedua*, dampak dari konten TikTok menurut KH Fuad, S.Pd adalah ada negatif dan positif. Dampak positif seperti bernyanyi, menari bahkan juga bernuangsa religius seperti berdakwah dan mengaji. Sedangkan yang negatif dapat lupa waktu saat melihat konten TikTok dan juga bisa mengurangi rasa tanggung jawab dari seorang pelajar dari tugasnya. Seperti seorang pelajar yang seharusnya belajar dan mendalami ilmu Islami menjadi kecanduan melihat konten TikTok. Dan seharusnya aplikasi ini dibatasi umur apalagi di era sekarang anak-anak kecil sudah di kenalkan dengan hal tersebut. Sehingga para ulama menyarankan agar tidak kecanduan menggunakan aplikasi TikTok ini dengan cara melakukan kegiatan-kegiatan positif dan dapat membagi waktu dengan baik. Seperti waktunya belajar ya belajar, berolahraga, mengikuti acara keagamaan, dan berkumpul dengan orang-orang sholeh. Dan ada juga waktunya untuk mencari hiburan dengan menggunakan aplikasi TikTok. Intinya kita bisa membagi waktu dengan baik dan melakukan kegiatan-kegiatan yang positif agar tidak kecanduan aplikasi TikTok.<sup>17</sup>

*Ketiga*, menurut para informan yang memperoleh uang hasil dari aplikasi TikTok itu tergantung cara memperolehnya. Selama tidak terdapat unsur haram, maka uang yang dihasilkan hukumnya halal. Halal adalah sesuatu yang digunakan tidak mengakibatkan siksa (dosa) dan halal itu apa saja yang dihalalkan (diperbolehkan) oleh Allah, sedangkan haram adalah sesuatu yang dilarang oleh Allah dengan larangan tegas dimana orang yang melanggarnya diancam siksa oleh Allah di akhirat. Maka yang tidak disebutkan (halal/haram) diampuni hukumnya.<sup>18</sup> Halal/haram bisnis *online* di aplikasi TikTok itu mubah (boleh/halal) tergantung dari akad dan adatnya, khususnya perempuan yang sering promosi menggunakan TikTok harus menjaga auratnya. Arti mubah ialah segala sesuatu yang boleh untuk dikerjakan, namun jika ditinggalkan ataupun dikerjakan tidak mendapatkan dosa ataupun pahala. Hal tersebut menjadikan mubah atau diperbolehkan namun sifatnya tidak dapat mendatangkan pahala, namun juga tidak mendatangkan dosa.<sup>19</sup> Ketika promosi lewat media TikTok jangan memperbanyak sumpah. Dan memperhatikan akad perjanjian jual belinya dan adatnya ketika mempromosikan live di media TikTok tidak memperbanyak sumpah, jujur mengenalkan produknya apa adanya, dan jika ada aib disertakan (barang yang dipromosikan tidak sesuai). Dan yang paling penting jaga adat dan jaga auratnya. Dan terkait dengan perkembangan media promosi menggunakan aplikasi TikTok ini perkembangannya begitu cepat dan memudahkan para pembisnis online terlebih dengan cara membuat video pendek barang dagangannya. Dengan promosi lewat aplikasi TikTok ini sangat efektif dan bisa di ikuti para pembisnis lainnya, terutama bagi pemula yang ingin mendirikan usahanya.<sup>20</sup>

<sup>16</sup> Zuri, "Aplikasi TikTok Dalam Presfektif Ulama."

<sup>17</sup> KH Fuad, "Aplikasi TikTok Dalam Presfektif Ulama," 2022.

<sup>18</sup> Gema Rahmadani, "Halal Dan Haram Dalam Islam," *JURNAL ILMIAH PENEGAKAN HUKUM* 2, no. 1 (2015): 20–26, <https://doi.org/10.31289/JIPH.V2I1.1860>.

<sup>19</sup> Dhia Amira, "Arti Mubah: Penjelasan, Contoh Kegiatan Beserta Hukum Islam Lainnya," kapanlagi plus, 2021, <https://plus.kapanlagi.com/arti-mubah-penjelasan-peran-contoh-kegiatan-dan-hukum-islam-lainnya-f6c385.html>.

<sup>20</sup> Lazim, "Aplikasi TikTok Dalam Presfektif Ulama."

Dari temuan penelitian ini peneliti menyampaikan bahwa memang benar banyak pro kontra dari penggunaan aplikasi TikTok dalam pandangan ulama Islam. Ada beberapa ulama yang mengatakan haram dan juga tidak, karena dilihat dari motivasi penggunaannya. TikTok memiliki banyak konten dari yang memiliki nilai positif dan negatif bahkan hiburan. Dan ada para ulama juga mengatakan haram karena dilihat dari motivasi dalam penggunaan aplikasi TikTok ini. Seperti wanita yang memperlihatkan aurat dan berjoget yang dapat menimbulkan hawa nafsu pria. Dalam Q.S An-Nur: 31 disebutkan bahwa “Dan janganlah mereka menampakkan perhiasan mereka kecuali yang (biasa) nampak pada mereka” . Nilai dari surah tersebut bahwa ketika sedang menggunakan aplikasi TikTok wanita dilarang untuk menampakkan aurat. Karena jika wanita menampakkan aurat dan berjoget hingga menjadi konsumsi para pria dan akan menjadi dosa jariah yang akan terus mengalir. Dikarenakan sistem di TikTok itu mudah untuk viral.<sup>21</sup>

Hukum bermain Tiktok dalam syariat Islam bahwa ketika yang dilakukan tidak menimbulkan kebaikan maka hukumnya makruh dan yang dapat menimbulkan kemaksiatan sudah pasti hukumnya haram. Yang dimaksud hukum makruh adalah seperti membuat konten dengan motivasi sebagai hiburan saja tanpa ada unsur-unsur yang dilarang agama. Konten yang dibuat hukumnya haram adalah dengan motivasi pengguna dengan hal-hal yang tidak baik selain wanita memperlihatkan lekukan tubuh dan aurat yang terbuka selanjutnya adalah konten yang menggiring orang untuk berbuat tidak baik dan menyampaikan informasi yang hoax. Aplikasi Tiktok ini seperti menghalalkan musik “Sungguh akan ada sebagian dari umatku yang menghalalkan zina, sutera, minuman keras, dan alat-alat musik.” (HR Bukhari no. 5590). Pengguna Tiktok yang sedang membuat konten akan menggunakan audio sebagai pelengkap kontennya.<sup>22</sup>

Kini, media sosial sebagai teknologi di internet yang memberikan layanan untuk percakapan, gambar maupun video. Para pengguna dan pencipta foto dan video di aplikasi TikTok maupun aplikasi lainnya harusnya memiliki kesadaran tujuan dari mereka mengunduh dan menggunakannya. Jika media sosial memungkinkan pengguna untuk melakukan komunikasi dengan jutaan pengguna lainnya maka ini menjadi tujuan yang baik. Bagi para pemasar hal ini merupakan suatu potensi dan kesempatan yang sangat besar untuk digunakan sebagai salah satu alat komunikasi pemasaran. Media sosial memungkinkan berbagi informasi antara pengguna menjadi lebih mudah. Dengan potensi yang besar dan telah banyak digunakan oleh perusahaan ini menggunakan media sosial sebagai media promosi adalah hal yang lumrah.<sup>23</sup> Namun, bagi masyarakat Muslim, mempromosikan produk dengan cara yang melanggar norma dan nilai agama adalah hal yang dilarang. Menggunakan promosi dengan cara yang baik yaitu dengan melakukan komunikasi dengan tujuan untuk bisa meluaskan informasi, mengajak dan mempengaruhi pelanggan, juga dapat meningkatkan permintaan pasar pada perusahaan sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk membeli juga mempertahankan konsumen agar tetap tertarik pada produk atau jasa yang disediakan.<sup>24</sup> Penggabungan media sosial dengan promosi adalah untuk mendukung kinerja pemasaran seiring perkembangan teknologi dan informasi. Media sosial promosi adalah sebagai sebuah proses yang memberdayakan individu dan perusahaan untuk mempromosikan website mereka, produk atau layanan

---

<sup>21</sup> Syafira, Nur, and Nur.

<sup>22</sup> Syafira, Nur, and Nur.

<sup>23</sup> Dewi Untari and Dewi Endah Fajariana, “Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik),” *Widya Cipta* 2, no. 2 (September 25, 2018): 271–78, <https://doi.org/10.31294/WIDYACIPTA.V2I2.4387>.

<sup>24</sup> F. Tjiptono, “Strategi Pemasaran (Edisi 3),” 2011.

online dan melalui saluran sosial untuk berkomunikasi dengan sebuah komunitas yang jauh lebih besar yang tidak mungkin tersedia melalui saluran periklanan tradisional.<sup>25</sup>

### C. Kesimpulan

Penelitian ini memberikan kesimpulan, yakni:

*Pertama*, bermain TikTok dan menggunakannya sebagai media promosi adalah sah-sah saja (mubah). Hukum dapat berubah tergantung dampak yang ditimbulkan, menuju kepada yang baik atau yang buruk. Hukum bermain Tiktok dalam syariat Islam bahwa ketika yang dilakukan tidak menimbulkan kebaikan maka hukumnya makruh dan yang dapat menimbulkan kemaksiatan sudah pasti hukumnya haram. Namun, ada ulama yang sangat tegas seperti H. Ahmad Lazim bahwa aplikasi ini buruk karena sering digunakan oleh orang-orang kafir (aplikasi yang dibuat oleh orang China). Ada juga ulama seperti Muhamat Nur Maarif, M.H yang mengatakan aplikasi TikTok itu sebenarnya bagus karena ada konten Islaminya jadi orang bisa mendapatkan informasi mengenai ajaran Islam. Pada intinya, penulis menarik kesimpulan bahwa jika aplikasi itu menimbulkan banyak keburukan seharusnya dihindari.

*Kedua*, hal-hal yang berkaitan dengan dampak, sebagaimana yang disampaikan pada kesimpulan pertama. Menurut KH Fuad, S.Pd adalah aplikasi ini memberikan dampak positif maupun negatif. Menggunakan aplikasi in harus bijak dan terutama untuk yang di bawah umur mereka harus diawasi oleh para orang tua. Keburukan yang muncul akibat penggunaan TikTok yang tidak bijak menjadi dampak dari perilaku yang tidak mawas diri.

*Ketiga*, berkaitan dengan uang hasil berdagang dan berpromosi di aplikasi TikTok dapat dinilai halal/haram tergantung cara memperolehnya. Menurut para informan bagi yang memperoleh uang hasil dari aplikasi TikTok terdapat unsur haram, maka uang yang dihasilkan hukumnya haram. Sebaliknya, jika bebas dari hal-hal yang haram maka dihalalkan (diperbolehkan) oleh Allah.

### D. Daftar Pustaka

- Aldila Safitri, Anggi, Anissa Rahmadhany, and Irwansyah Irwansyah. "Penerapan Teori Penetrasi Sosial Pada Media Sosial: Pengaruh Pengungkapan Jati Diri Melalui TikTok Terhadap Penilaian Sosial." *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis* 3, no. 1 (2021): 1–9. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.180>.
- Ariska, Rindi. 28 Januari 2023, <https://tekno.tempo.co/read/1684916/inilah-6-aplikasi-yang-paling-banyak-digunakan-orang-indonesia-2022>
- Alfiani, Sania. "Perspektif Al-Qur'an Tentang Konten Tarian Viral Para Muslimah Pada Aplikasi Tik Tok the Quran Perspective on Content Viral Dances of Muslimah on the Application Tik Tok." *Al-Mutsala: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman Dan Kemasyarakatan* 3, no. 1 (2021): 44–53.
- Amira, Dhia. "Arti Mubah: Penjelasan, Contoh Kegiatan Beserta Hukum Islam Lainnya." *kanalagi plus*, 2021. <https://plus.kanalagi.com/arti-mubah-penjelasan-peran-contoh-kegiatan-dan-hukum-islam-lainnya-f6c385.html>.
- CNN Indonesia, 19 September 2023,

<sup>25</sup> Untari and Fajariana, "Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik)."

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20230918143850-185-1000458/tiktok-jadi-raja-aplikasi-dunia-kalahkan-instagram-hingga-whatsapp>

- Dewa, Chriswardana Bayu, and Lina Ayu Safitri. "Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie)." *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya* 12, no. 1 (March 29, 2021): 65–71. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>.
- Dr. Vladimir, Vega Falcon. "Agama Islam, Agama Yang Sempurna." *Gastronomia Ecuatoriana y Turismo Local*. 1, no. 69 (1967): 5–24.
- Fuad, KH. "Aplikasi TikTok Dalam Presfektif Ulama," 2022.
- Hasim, K. Anwar. "Aplikasi TikTok Dalam Presfektif Ulama," 2022.
- Indonesia, CNN. "TikTok Aplikasi Terpopuler, Kalahkan WhatsApp Dan Zoom." *CNN Indonesia*, 2020, 1. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200716115929-185-525377/tiktok-aplikasi-terpopuler-kalahkan-whatsapp-dan-zoom>.
- Indriani, Dewi. "PANDANGAN ULAMA KONTEMPORER TENTANG HUKUM BERMAIN TIKTOK BAGI PEREMPUAN MUSLIMAH," no. 19 (2016): 1–23.
- Kominfo. "Aduankonten | Kementerian Komunikasi Dan Informatika." Kominfo, 2020. [https://www.kominfo.go.id/content/detail/13332/kominfo-blokir-tik-tok-hanya-sementara/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/13332/kominfo-blokir-tik-tok-hanya-sementara/0/sorotan_media).
- Kushardiyanti, Dessy, Zaenal Mutaqin, Dan, and Aulia Sholichah Iman Nurhotimah. "Tren Konten Dakwah Digital Oleh Content Creator Milenial Melalui Media Sosial Tiktok Di Era Pandemi Covid-19 Trends of Digital Da ' Wah By Millenial Content Creator Through Tiktok Social Media in the Covid-19 Pandemic Era." *Orasi: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 12, no. 1 (2021): 97–114.
- Larasati, Putu Karin Pradnya, Kashira Dwindia Kartika, Avivah Suci Rahayu, Putri Khairunisa, and I Nyoman Larry Julianto. "Efektivitas Content Creator Dalam Strategi Promosi Di Era Digital." *SANDI: Seminar Nasional Desain 1* (February 14, 2021): 1–8. <https://e proceeding.isi-dps.ac.id/index.php/sandi-dkv/article/view/102>.
- Lazim, Ahmad. "Aplikasi TikTok Dalam Presfektif Ulama," 2022.
- Maarif, Muhamat Nur. "Aplikasi TikTok Dalam Prefektif Ulama," 2022.
- Martini, Luh Kadek Budi, and Luh Komang Candra Dewi. "Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Prilaku Konsumtif," 2021, 38–54.
- Nurmaya, Rauf. "Pengguna Internet Di Indonesia Pada Tahun 2022." *Tinews.com*, 2022. <https://www.tinewss.com/indonesia-news/pr-1853617768/penggunaan-internet-di-indonesia-pada-tahun-2022?page=2>.
- Palupi, Rismaka, Umi Istiqomah, Fella Vidia Fravisdha, Nur Lail Septiana, and Ailyn Maharung Sarapil. "Analisis Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Di Era Modern." *Academica : Journal of Multidisciplinary Studies* 5, no. 1 (2021): 89–104. <http://ejournal.iainsurakarta.ac.id/index.php/academica/article/view/4119>.
- Pamungkas, Revian Tri, and Djulaeka. "Perlindungan Hukum Pemegang Hak Cipta Atas Lagu Yang Diunggah Pada Aplikasi Tiktok." *Simposium Hukum Indonesia* 1, no. 1 (June 12, 2019): 394–423. <https://journal.trunojoyo.ac.id/shi/article/view/6353>.
- Pusparisa, Yoshepa. "Negara Pengguna TikTok Terbesar, Indonesia Bukan Yang Pertama," 2020. [https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&scioq=Pusparisa%2C+Y.+%282020%29.+Negara+Pengguna+TikTok+Terbesar%2C+Indonesia+Bukan+yang+Pertama.&q=PUSPARISA%2C+Yosepha.+Negara+Pengguna+TikTok+Ter](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&scioq=Pusparisa%2C+Y.+%282020%29.+Negara+Pengguna+TikTok+Terbesar%2C+Indonesia+Bukan+yang+Pertama.&q=PUSPARISA%2C+Yosepha.+Negara+Pengguna+TikTok+Ter)

- besar%2C+Indonesia+Bukan+yang+Pertama.+Diakses+dari+.
- Rahmadani, Gema. “Halal Dan Haram Dalam Islam.” *JURNAL ILMIAH PENEGAKAN HUKUM* 2, no. 1 (2015): 20–26. <https://doi.org/10.31289/JIPH.V2I1.1860>.
- Robith Adani, Muhammad. “Internet: Pengertian, Sejarah, Perkembangan Dan Manfaatnya.” *Sekawan Media*, 2020. [https://www.sekawanmedia.co.id/blog/internet-adalah/#:~:text=Internet adalah suatu jaringan komunikasi yang memiliki fungsi untuk menghubungkan,dengan frekuensi yang telah disesuaikan](https://www.sekawanmedia.co.id/blog/internet-adalah/#:~:text=Internet%20adalah%20suatu%20jaringan%20komunikasi%20yang%20memiliki%20fungsi%20untuk%20menghubungkan,dengan%20frekuensi%20yang%20telah%20disesuaikan.).
- Rukhmianti, Septina Titin Dwi. “Metode Penelitian,” 2022.
- Syafira, Sufiana Rahman, Amalia Nur, and Jannah Syifa Nur. “Motivasi Pengguna Aplikasi TikTok Dalam Pandangan Islam,” no. June (2022).
- Tjiptono, F. “Strategi Pemasaran (Edisi 3),” 2011.
- Untari, Dewi, and Dewi Endah Fajariana. “Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik).” *Widya Cipta* 2, no. 2 (September 25, 2018): 271–78. <https://doi.org/10.31294/WIDYACIPTA.V2I2.4387>.
- Zuri, Ahmad. “Aplikasi TikTok Dalam Prespektif Ulama,” 2022.