



Revised:	Accepted:	Published:
Maret 2025	April 2025	April 2025

Pandangan Hadis Terhadap Fenomena Meminta Gift di Media Sosial Tiktok

Muhammad Dimas Yasyifa

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Gmail: dmasyyifa@gmail.com

John Supriyanto

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Gmail: johnsupriyantouin@radenfatah.ac.id

Sulaiman Muhammad Nur

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Gmail: sulaimannur@radenfatah.ac.id

Abstract

In the modern era like today, many things happen because of the influence of increasingly developing technology, especially social media that makes it easier for people to communicate with various platforms. Actually, the presence of social media should have a good influence, but many people misuse it, so that the phenomenon of begging on the TikTok social media platform appears which is not in accordance with Islamic teachings and the prohibition in the hadith on begging narrated by Imam Ahmad, Imam Muslim, Imam Al-Bukhari. This study aims to determine the views of the hadith on the prohibition of begging on TikTok social media using a qualitative research method of library research. The results of this research study are that the views of the hadith on the prohibition of begging have important relevance in the context of the Phenomenon of asking for gifts on Tiktok social media that begging online is haram because it is deceitful and takes advantage of the situation to get as many gifts as possible. The conclusion is that for those who are still energetic and strong, it is forbidden to beg. With this view, the behavior of asking for gifts on Tiktok can be responded to wisely according to Islamic teachings and social media ethics.

Keywords: Begging, Hadith, Social Media.

Abstrak

Di era modern seperti saat ini banyak sekali hal yang terjadi karna pengaruh teknologi yang semakin berkembang khususnya media sosial yang memudahkan masyarakat dalam komunikasi dengan berbagai macam platform. Sebenarnya dengan hadirnya media sosial seharusnya memberikan pengaruh yang baik akan tetapi banyak masyarakat menyalahgunakan hal tersebut, sehingga muncul fenomena meminta-minta pada platform media sosial TikTok yang tidak sesuai dengan ajaran agama islam dan larangan dalam hadis dalam meminta-minta yang diriwayatkan oleh Imam Ahmad, Imam Muslim, Imam Al-Bukhari. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pandangan hadis tentang larangan meminta-minta di media sosial TikTok yang menggunakan metode penelitian kualitatif studi kepustakaan (library research). Adapun hasil kajian penelitian ini adalah pandangan hadis

tentang larangan meminta-minta memiliki relevansi penting dalam konteks Fenomena meminta gift di media sosial Tiktok bahwa meminta-minta secara online itu adalah haram karena melakukan tipu daya dan memanfaatkan keadaan agar dapat gift sebanyak mungkin. Kesimpulannya ialah bagi mereka yang masih bertenaga dan kuat, maka dilarang untuk meminta-minta. Dengan pandangan ini, perilaku meminta gift di Tiktok dapat disikapi secara bijak sesuai ajaran Islam dan etika bermedia sosial.

Kata Kunci: Hadis, Media Sosial, Meminta-minta.

Pendahuluan

Agama Islam merupakan agama yang sempurna dengan Al-Qur'an dan Hadits sebagai penuntun utamanya. Selain itu, Islam bukanlah agama yang hanya berfokus pada persoalan-persoalan yang berkaitan dengan akhirat saja, namun juga menaruh perhatian besar terhadap persoalan-persoalan yang berkaitan dengan dunia. Salah satu yang menjadi persoalan Islam dalam urusan dunia adalah perintah untuk bekerja. Islam melarang umatnya untuk meminta-minta, terutama meminta-minta dengan cara menipu dan berbohong. Ini tidak hanya tidak dibenarkan, tetapi juga sangat dilarang. Saat ini, banyaknya orang yang meminta-minta membuat mereka malas mencari pekerjaan. Parahnya lagi, mereka menjadikan meminta-minta sebagai profesi.¹

Di zaman modern ini, kemajuan teknologi informasi telah membawa transformasi signifikan dalam kehidupan masyarakat. Salah satu bukti pesatnya perkembangan teknologi adalah kehadiran media sosial. Media sosial merupakan sarana komunikasi yang mengalami pertumbuhan luar biasa, berfungsi sebagai platform daring yang memudahkan interaksi dan komunikasi antarindividu. Tidak hanya itu, media sosial juga menyediakan fitur untuk membuat blog, wiki, forum, dan bahkan siaran langsung. Keberadaan media sosial telah merambah ke ruang publik, di mana penggunanya dengan leluasa membagikan aktivitas pribadi dan informasi melalui akun-akun mereka. Berbagai platform seperti YouTube, Facebook, Instagram, dan TikTok digunakan sebagai sarana untuk menciptakan konten yang kemudian diunggah dan dinikmati oleh para pengikut atau penontonnya.²

Salah satu platform yang sering digunakan untuk aktivitas meminta-minta adalah TikTok. Aplikasi ini merupakan media sosial yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan mengembangkan video kreatif dengan berbagai fitur seperti filter, stiker, dan musik. TikTok juga menyediakan fitur *live streaming* (siaran langsung), yang sering dimanfaatkan oleh para kreator untuk menampilkan aktivitas mereka secara real-time. Melalui fitur ini, penonton dapat memberikan hadiah virtual (*gift*) kepada kreator selama siaran berlangsung. Belakangan, muncul fenomena baru di mana kreator memanfaatkan siaran langsung untuk meminta donasi dari penonton, sebuah praktik yang sering disebut sebagai "mengemis secara online" atau meminta-minta melalui platform digital.³

¹ Dermawan, M. J., & Al Djufri, H. (2022). *Maqashid Bekerja Menurut Islam*. Jurnal Ekonomi Keuangan Perbankan dan Akutansi Syariah, 1(01), hal. 1

² Afriluyanto, T. R. (2017). *Fenomena remaja menggunakan media social dalam membentuk identitas*. KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi, 11(2), hal. 192.

³ Latifah, H., Ayuni, R. Q., & Kastrawi, P. (2024). *Moralitas di Dunia Maya : Hukum Mengemis Online Live TikTok dalam Perpektif Al-Ghazali*. Jurisprudensi: Jurnal Ilmu Syariah, Perundang-undangan dan Ekonomi Islam, 16(1), hal. 66.

Tentu saja, hal ini dapat merusak diri mereka sendiri tanpa mempertimbangkan konsekuensi yang akan datang, Mereka bersedia melakukan apa pun yang diminta penonton, seperti mandi air lumpur, makan cabai mentah, bergoyang-goyang yang tidak jelas, lompat ke sungai, dan sebagainya. Semua itu hanya untuk mendapatkan *gift* (hadiyah) dari penonton. Inilah yang menjadi penghasilan bagi para pembuat konten, dikarenakan *gift* tersebut dapat ditukar dengan uang. Terkait bagaimana proses yang menjadi indikasi kemunculan meminta-minta yang dilakukan di aplikasi Tiktok, seperti halnya, melakukan live streaming dengan meminta minta menjadi sebuah pekerjaan. Dan bagaimana pandangan hadis terhadap penggunaan Tiktok sebagai ajang meminta-minta. Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian “Pandangan Hadis Terhadap Fenomena meminta *gift* di Media Sosial Tiktok”.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan studi kepustakaan (*library research*) yang merupakan metode pengumpulan data dengan cara memahami serta mempelajari teori-teori dari berbagai *literature* yang berhubungan dengan penelitian. Adapun sumber data yang digunakan pada penelitian ini yaitu sumber data primer yang berupa kitab musnad Ahmad, Shahih Muslim dan diantaranya media social. Adapun sumber data sekunder yang berupa data pendukung yang relevan dengan pokok-pokok pembahasan.⁴ Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu melalui pengumpulan data dari berbagai sumber seperti buku-buku, artikel atau *literature* yang berkaitan dengan penelitian. Dalam penelitian ini Teknik pengumpulan data menggunakan beberapa sumber yang bersifat kepustakaan ataupun menggunakan jurnal dan artikel yang berkaitan dengan penelitian. Serta menggunakan Teknik Analisa *deskriptif-analitis*, yaitu dengan cara mendeskripsikan data-data dengan jelas serta melakukan analisis dengan fokus pada masalah-masalah saat melaksanakan penelitian.⁵

Hasil Penelitian dan Pembahasan

A. Fenomena Meminta-minta dalam Media Sosial Tiktok

Secara umum, media sosial dapat diartikan sebagai platform daring yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi, berpartisipasi, dan menghasilkan berbagai jenis konten, seperti blog, wiki, forum, jejaring sosial, serta ruang virtual, dengan dukungan teknologi multimedia yang semakin maju. Media sosial berfungsi sebagai wadah digital yang memfasilitasi berbagai aktivitas sosial, mulai dari komunikasi dan interaksi hingga berbagi informasi dalam bentuk tulisan, gambar, atau video. Pada dasarnya, media sosial memungkinkan konten yang disampaikan dapat diakses oleh siapa saja tanpa batasan, di mana pesan dapat tersebar langsung tanpa melalui proses penyaringan. Konten tersebut dapat diterima dengan cepat, menjadikan pengguna sebagai produsen sekaligus aktor yang mampu mengekspresikan diri. Di dalam media sosial, terdapat elemen-elemen seperti

⁴ Subagya, B. (2023). Eksplorasi penelitian Pendidikan Agama Islam melalui kajian literatur: Pemahaman konseptual dan aplikasi praktis. *Ta'dibuna: Jurnal Pendidikan Islam*, 12(3), 304-318.

⁵ Fadilla, A. R., & Wulandari, P. A. (2023). Literature review analisis data kualitatif: tahap pengumpulan data. *Mitita Jurnal Penelitian*, 1(3), 34-46.

interaksi, berbagi informasi, eksistensi diri, hubungan sosial, status atau reputasi, serta komunitas pengguna⁶.

Inilah yang memungkinkan setiap pengguna yang terhubung dengan internet untuk menyebarkan informasi atau konten kapan saja dan di mana saja dengan cepat. Keberadaan media sosial telah menciptakan budaya baru, yaitu budaya komunikasi yang jauh berbeda dari sebelumnya, bahkan memengaruhi berbagai aspek kehidupan seperti hiburan, ekonomi, dan sektor lainnya. Media sosial sendiri telah memberikan kontribusi besar terhadap perubahan tersebut. Namun, di balik pengaruhnya yang luas, media sosial juga membawa dampak negatif, di mana tidak jarang masyarakat menyalahgunakannya untuk tujuan yang tidak baik. Kebebasan dalam menggunakan media sosial seringkali memicu berbagai masalah, salah satunya adalah munculnya fitnah, ujaran kebencian, serta penyebaran informasi palsu (hoaks) yang dapat merugikan banyak pihak⁷. Kini, media sosial sering dimanfaatkan sebagai sarana untuk mencari penghasilan oleh sebagian orang. Namun, sayangnya, dalam upaya mencari keuntungan tersebut, banyak individu yang menyalahgunakan platform ini. Tidak sedikit yang melakukan berbagai cara, bahkan yang tidak etis, demi meraih keuntungan. Hal ini terlihat pada praktik para peminta-minta di platform TikTok, di mana mereka melakukan aktivitas tersebut tanpa mempertimbangkan konsekuensi atau dampak yang mungkin timbul di masa depan⁸. Kemudahan akses terhadap media sosial telah menciptakan fenomena besar dalam arus informasi serta berbagai dampak yang menyertainya. Oleh karena itu, penting bagi kita untuk menggunakan media sosial dengan bijak dan bertanggung jawab.

TikTok adalah platform media sosial asal China yang dimiliki oleh perusahaan induk ByteDance. Aplikasi ini pertama kali dikembangkan oleh Zhan Yimin, seorang pengusaha internet dari China, yang mendirikan ByteDance pada Maret 2012. Proses pengembangan TikTok dimulai pada September 2016, dengan nama awal Douyin, yang hanya dapat digunakan di China. Setelah setahun, Douyin mengalami pertumbuhan yang pesat, mencapai 100 juta pengguna di China dan menghasilkan keuntungan besar. Melihat kesuksesan tersebut, ByteDance memutuskan untuk memperluas pasar dengan memperkenalkan aplikasi ini ke dunia dan mengganti namanya menjadi TikTok⁹.

Awalnya, di Indonesia, tidak sedikit orang yang menentang kehadiran aplikasi TikTok. Hal ini disebabkan oleh anggapan bahwa TikTok menyebarkan konten yang dinilai berbahaya dan tidak edukatif bagi penggunanya, khususnya bagi anak-anak dan remaja. Seiring berjalannya waktu, TikTok meningkatkan upaya dalam moderasi konten serta

⁶ Tongkotow Liedfray, Fonny J Waani, and Jouke J Lasut, “Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara,” *Jurnal Ilmiah Society* 2, no. 1 (2022): 1–13,
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnalilmiahociety/article/download/38118/34843/81259>.

⁷ Rahmat and Hepni Putra, “Term-Term Hoaks Dalam Al-Qur'an (Relasi Antara Firman Tuhan Dan Media Sosial Perspektif Tafsir),” *Mafatih: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir* 1, no. 1 (2021): 46–58,
<https://doi.org/10.24260/mafatih.v1i1.391>.

⁸ Yusri Hamzani Taufik Akbar, “Pola Interaksi Masyarakat Dengan Al-Qur'an Dalam Perspektif Yusuf Al-Qaradawi,” *Maqosid: Jurnal Studi Keislaman Dan Hukum Ekonomi Syariah* 10, no. 2 (2022): 19–31.

⁹ Yoyok Prima Maulana, “Sejarah Tiktok Hingga Bisa Mendunia Dan Bikin Takut Amerika Serikat,” Intisari, 2023, <https://intisari.grid.id/read/033901877/sejarah-tiktok-hingga-bisa-mendunia-dan-bikin-takut-amerika-serikat>.

menaati peraturan yang berlaku di setiap negara. Saat ini, TikTok telah berhasil meraih popularitas secara global¹⁰.

Keberadaan konten yang ditampilkan dalam aplikasi TikTok menimbulkan berbagai dampak, baik positif maupun negatif. Berikut adalah beberapa poin yang menunjukkan dampak positif TikTok, seperti konten Islami yang menarik perhatian banyak pengguna, baik sebagai sarana pembelajaran maupun pengingat. Selain itu, konten motivasi yang disajikan juga dapat menjadi sumber semangat atau inspirasi bagi pengguna untuk mengembangkan diri. Namun, di samping dampak positif, TikTok juga memiliki sejumlah dampak negatif. Variasi konten yang luas dalam aplikasi ini seringkali membuat pengguna menghabiskan waktu produktif mereka, seperti waktu belajar, hanya untuk menonton TikTok. Kemudahan akses terhadap berbagai konten juga membuatnya terbuka untuk semua usia, sehingga konten yang tidak pantas untuk anak-anak pun dapat diakses dengan mudah. Meskipun hal ini juga terjadi di platform media sosial lain, popularitas TikTok yang meledak menunjukkan pengaruhnya yang cepat menyebar dan mampu menembus batasan usia, mulai dari anak-anak hingga remaja¹¹.

Aplikasi TikTok menyediakan berbagai fitur, salah satunya yang paling populer adalah *live streaming*. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk menayangkan video secara *real-time*. Selain itu, terdapat juga fitur *gift*, yang memungkinkan penonton memberikan hadiah *virtual* berupa stiker kepada kreator TikTok saat mereka sedang melakukan siaran langsung. *Gift* TikTok menjadi salah satu metode untuk menghasilkan pendapatan di platform ini. Semakin banyak hadiah yang diterima oleh kreator, semakin besar pula penghasilan yang mereka peroleh. *Gift* TikTok memiliki berbagai tingkatan, di mana hadiah yang lebih mahal akan memberikan pendapatan yang lebih besar kepada kreator. Fungsi utama dari fitur *Gift* ini adalah untuk meningkatkan interaksi antara penggemar dan kreator, menciptakan hubungan yang lebih erat, serta sebagai bentuk apresiasi dari penggemar atas kerja keras dan kreativitas yang ditunjukkan oleh kreator¹².

TikTok sering dimanfaatkan oleh para kreator untuk meraih popularitas sekaligus menghasilkan pendapatan, serta menghibur masyarakat. Platform ini menyediakan berbagai fitur yang dapat digunakan oleh para kreator untuk membuat konten yang menarik dan menguntungkan. Salah satu fitur yang kerap digunakan untuk menghasilkan uang adalah *live streaming*. Fitur siaran langsung ini memungkinkan kreator untuk lebih aktif dan berinteraksi secara *real-time* dengan penonton. Namun, fitur *live streaming* hanya dapat diakses oleh akun yang telah mencapai minimal 1.000 pengikut. Selama siaran berlangsung, penonton dapat memberikan gift atau hadiah virtual sebagai bentuk apresiasi terhadap kreator. Melalui *gift* inilah para kreator dapat memperoleh penghasilan¹³.

¹⁰ Solihatul Atik and Luluk Farida, “Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang,” *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi Dan Pengajaran Islam* 2, no. 1 (2021): 1–11.

¹¹ Luluk Makrifatul Madhani, Indah Nur Bella Sari, and M. Nurul Ikhsan Shaleh, “Dampak Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Islami Mahasiswa Di Yogyakarta,” *At-Thullab: Jurnal Mahasiswa Studi Islam* 3, no. 1 (2021): 627–47, <https://doi.org/10.20885/tullab.vol3.iss1.art7>.

¹² Soffya Ranti, “Arti Dan Harga Gift Di TikTok Serta Cara Menggunakannya,” Kompas.com, 2024, <https://tekno.kompas.com/read/2024/05/30/15350037/arti-dan-harga-gift-di-tiktok-serta-cara-menggunakannya>.

¹³ Edo Galasro Limbong and Rizki Saga Putra, “Strategi Komunikasi Di Era Revolusi Digital (Kajian Fenomena Pengemis Online Media Sosial Tiktok),” *GANDIWA Jurnal Komunikasi* 3, no. 1 (2023): 44–51, <https://doi.org/10.30998/g.v3i1.1916>.

Belum lama ini, muncul sebuah fenomena yang menimbulkan pro dan kontra di tengah masyarakat, yaitu praktik meminta-minta secara daring. Fenomena ini menjadi *viral* dan diikuti oleh banyak Konten Kreator yang bertujuan untuk mendapatkan hadiah dari penonton. Berbagai aksi ekstrem dilakukan oleh para pembuat konten, seperti mandi lumpur, berendam di air kotor, hingga menyiram diri dengan air dari pagi hingga malam. Tidak jarang, objek yang dieksplorasi dalam aksi ini adalah anak-anak, orang dewasa, bahkan lansia. Meski banyak yang memberikan hadiah, tidak sedikit pula yang mengkritik tindakan ini. Fenomena ini sering disebut oleh netizen sebagai "mengemis online" dan memicu perdebatan di masyarakat. Sebagian orang berpendapat bahwa fenomena ini tidak sepatutnya dilakukan.

B. Fenomena Meminta-minta gift Tiktok dalam Perspektif Hadis

Aktivitas meminta-minta berasal dari bahasa Arab, yaitu bentuk kata kerja *fi'il madi* yang diambil dari kata *sa'ala*, yang berarti bertanya atau memohon (termasuk mengemis). Secara harfiah, istilah ini mengacu pada seseorang yang melakukan permintaan. Dalam bentuk *fi'il madi sulasi mazid*, kata meminta-minta berasal dari kata *tasawwal*, yang artinya meminta pemberian. Beberapa ulama mendefinisikan *tasawwala* sebagai tindakan meminta harta dari orang lain, bukan untuk kepentingan agama, melainkan untuk keperluan pribadi. Istilah peminta-minta juga bisa diartikan sebagai *al-sā'il*, yaitu seseorang yang hidup dalam kemiskinan dan memohon bantuan dari orang lain. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata meminta-minta memiliki dua arti, yaitu meminta sedekah dan memohon dengan cara merendahkan diri serta penuh harapan. Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa *tasawwal* lebih mengarah pada kepentingan individu, bukan untuk kemaslahatan agama atau kepentingan umat Islam secara kolektif. Terdapat berbagai faktor yang mendorong seseorang untuk meminta-minta, mencari bantuan, atau sumbangan. Faktor-faktor tersebut ada yang bersifat permanen, dan ada pula yang bersifat mendadak atau tidak terduga. Berikut adalah beberapa contohnya.¹⁴

Pertama, terdapat faktor ketidakberdayaan, kemiskinan, dan kefakiran yang dialami oleh individu yang kesulitan memenuhi kebutuhan dasar keluarga. Hal ini disebabkan oleh ketiadaan penghasilan tetap, bantuan rutin, atau sumber penghidupan lainnya; *Kedua*, ada faktor kesulitan ekonomi yang dialami oleh mereka yang mengalami kerugian finansial besar, seperti pengusaha yang mengalami kebangkrutan; *Ketiga*, faktor bencana yang menimpa keluarga atau masyarakat, seperti kebakaran, banjir, gempa bumi, atau wabah penyakit, yang memaksa mereka untuk meminta-minta; *Keempat*, faktor-faktor tak terduga yang muncul tiba-tiba, seperti orang yang tiba-tiba menanggung hutang besar tanpa kemampuan untuk melunasinya.

Dalam hal ini, pemerintah dan individu yang berkecukupan perlu memperhatikan dengan seksama kondisi mereka yang terpaksa meminta-minta atau meminta sumbangan, agar mereka dapat memperbaiki kehidupan dan hidup secara layak. Selain itu, pemerintah dan masyarakat muslim harus mengawasi agar musibah tidak disalahgunakan sebagai alat untuk mengumpulkan kekayaan atau memperkaya diri sendiri.

¹⁴ Ardiansyah Sudirman Suparmin and Suaib Daulay, "Konsep Hadis Tentang Meminta-Minta," *At-Tahdis : Journal of Hadith Studies* 1, no. 2 (2017): 75–89.

Dalam menganalisis fenomena pengemis dari sudut pandang kearifan, hukum, dan keadilan, kita dapat membagi pengemis menjadi dua kelompok. Pertama, kelompok yang benar-benar membutuhkan bantuan karena kesulitan memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Sebagian besar dari mereka masih memiliki harga diri dan berusaha menjaga kehormatan diri. Mereka enggan memaksa atau merendahkan diri saat meminta-minta, serta merasa malu disebut sebagai pengemis karena dianggap merusak citra agama, melanggar nilai etika, dan bertentangan dengan norma masyarakat. Kedua, kelompok pengemis palsu yang mahir berakting dan menggunakan tipu daya. Mereka tidak hanya menguasai trik-trik mengemis, tetapi juga mampu menipu persepsi masyarakat. Mereka memanfaatkan lokasi strategis dan keterampilan manipulasi emosi untuk mendapatkan belas kasihan. Secara tidak langsung, mereka melakukan penipuan dengan memanfaatkan situasi yang mereka ciptakan sendiri. Bagi kelompok pertama, meskipun hidup dalam kesulitan dan penderitaan karena tidak mampu memenuhi kebutuhan sehari-hari, mereka tetap memegang teguh harga diri dan kehormatan dengan tidak meminta-minta secara memelas atau merendahkan diri kepada orang lain. Mereka merasa khawatir jika disebut sebagai pengemis, karena hal itu dapat merusak reputasi mereka. Selain itu, tindakan meminta-minta dianggap melanggar norma sosial dan ajaran agama. Sementara itu, kelompok kedua menggunakan berbagai tipu daya untuk menarik simpati, seperti berpura-pura sakit atau cacat. Perilaku ini bertentangan dengan prinsip agama Islam, karena tidak hanya merusak nilai-nilai kebaikan tetapi juga merugikan orang yang benar-benar membutuhkan bantuan. Para ulama telah sepakat bahwa meminta-minta adalah perbuatan yang haram, sebab hal itu berarti mengabaikan kewajiban untuk berusaha (*berikhtiar*) sebagaimana yang telah diperintahkan oleh Allah swt¹⁵. Hal ini terbukti dengan adanya dalil-dalil di dalam Al-Qur'an yang memerintahkan agar umat Islam mau bekerja. Seperti firman Allah:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَا كَيْهَا وَكُلُّوا مِنْ رِزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Artinya: "Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu dalam keadaan mudah dimanfaatkan. Maka, jelajahlah segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Hanya kepada-Nya kamu (kembali setelah) dibangkitkan. (QS. Al-Mulk: 15)

Makna dari ayat ini adalah agar manusia dapat bergerak dan berpindah ke berbagai penjuru bumi sesuai keinginan mereka, menjelajahi setiap kota dan wilayah dengan berbagai aktivitas usaha dan bisnis. Allah telah menciptakan bumi ini tunduk dan memudahkan manusia untuk berjalan di atasnya. "*Wakuluu min rizqihī*" (makanlah sebagian dari rezeki-Nya). Melalui ayat ini, Allah swt. memerintahkan manusia untuk berjalan di muka bumi sebagai tanda dianjurkannya mencari rezeki yang telah diberikan oleh-Nya.¹⁶

Meminta-minta *gift* di aplikasi Tiktok dapat dianalisis dalam kerangka ajaran Islam berdasarkan hadis-hadis yang membahas perilaku meminta-minta. Berikut adalah pembahasan berdasarkan prinsip-prinsip Islam yang relevan. Hadis riwayat Ahmad:

¹⁵ Ahmad Saifuddin, "Studi Analisis Hukum Islam Terhadap Pelaksanaan Peraturan Daerah Nomor 15 Tahun 2017 Tentang Penanggulangan Gelandangan, Pengemis Dan Anak Jalanan Di Kabupaten Kudus" (IAIN Kudus, 2018).

¹⁶ Abul Fida Isma'il Ibnu Kasir, *Tafsir Ibnu Kasir Juz 4* (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2011).

حَدَّثَنَا يَحْيَى بْنُ آدَمَ وَيَحْيَى بْنُ أَبِي بُكَيْرٍ قَالَ حَدَّثَنَا إِسْرَائِيلُ عَنْ أَبِي إِسْحَاقَ عَنْ حُبْشِيِّ بْنِ جُنَادَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَنْ سَأَلَ مِنْ غَيْرِ فَقْرٍ فَكَانَ أَعْلَمُ الْجَمْرِ حَدَّثَنَا أَبُو أَحْمَدُ الرَّبِيعِيُّ حَدَّثَنَا إِسْرَائِيلُ عَنْ أَبِي إِسْحَاقَ عَنْ حُبْشِيِّ بْنِ جُنَادَةَ قَالَ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ مَنْ سَأَلَ مِنْ غَيْرِ فَقْرٍ فَذَكَرَ مِثْلَهُ

Artinya: "Telah menceritakan kepada kami [Yahya bin Adam] dan [Yahya bin Abu Bukair] ia berkata, Telah menceritakan kepada kami [Isra'il] dari [Abu Ishaq] dari [Hubsyi bin Junadah] ia berkata, "Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Barangsiapa meminta-minta bukan karena kefakiran (yang menimpanya), maka seolah-olah ia makan bara api." Telah menceritakan kepada kami [Abu Ahmad Az Zubair] Telah menceritakan kepada kami [Isra'il] dari [Abu Ishaq] dari [Hubsyi bin Junadah] ia berkata, "Saya mendengar Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Barangsiapa meminta-minta bukan karena kefakiran...lalu ia menyebutkan sebagaimana hadits tersebut." (HR. Ahmad No.16855)

Hadis ini memberikan teguran tegas kepada mereka yang meminta-minta tanpa alasan yang dibenarkan, terutama ketika mereka tidak berada dalam kondisi miskin atau benar-benar membutuhkan. Para ulama, seperti Imam Nawawi dan Ibnu Hajar, menjelaskan bahwa Islam sangat melarang kebiasaan meminta-minta yang tidak didasari oleh kebutuhan mendesak, karena tindakan tersebut dapat merendahkan harga diri seorang Muslim. Hadis ini menggambarkan prinsip fundamental dalam Islam yang mengedepankan kemandirian, semangat bekerja keras, serta menjaga kehormatan diri. Dalam konteks TikTok, jika seseorang meminta gift hanya untuk kepentingan hiburan atau mencari keuntungan tambahan tanpa adanya kebutuhan yang jelas, perilaku tersebut dapat dikategorikan sebagai hal yang dilarang dalam hadis tersebut. Memanfaatkan Kebaikan orang untuk kepentingan pribadi. Hadis riwayat Muslim:

حَدَّثَنَا قُتَيْبَةُ بْنُ سَعِيدٍ عَنْ مَالِكِ بْنِ أَنَسٍ فِيمَا قُرِئَ عَلَيْهِ عَنْ نَافِعٍ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ وَهُوَ يَذْكُرُ الصَّدَقَةَ وَالتَّعْفُفَ عَنِ الْمَسْأَلَةِ الْيَدُ الْعُلَيَا حَيْرٌ مِنِ الْيَدِ السُّفْلَى وَالْيَدُ الْعُلَيَا الْمُنْفَقَةُ وَالْسُّفْلَى السَّائِلُ

Artinya: "Telah menceritakan kepada kami Qutaibah bin Sa'id dari Malik bin Anas - sebagaimana yang telah dibacakan kepadanya- dari Nafi' dari Abdullah bin Umar bahwa Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda di atas mimbar, beliau menyebut tentang sedekah dan menahan diri dari meminta-minta. Sabda beliau: "Tangan yang di atas lebih baik daripada tangan yang dibawah. Tangan di atas adalah tangan pemberi sementara tangan yang di bawah adalah tangan peminta-minta." (HR. Muslim No. 1715)

Hadis ini mengungkapkan kelebihan bersedekah serta pentingnya menjaga martabat dengan menghindari meminta-minta, kecuali dalam situasi yang mendesak. Menurut Imam Nawawi dalam Syarh Shahih Muslim, hadis ini mengajak umat Islam untuk lebih aktif dalam memberi daripada meminta. Hal ini menegaskan nilai luhur dari sikap dermawan dan keharusan mencari rezeki yang halal agar seseorang mampu membantu orang lain. Imam Ibnu Hajar Al-Asqalani menambahkan bahwa hadis ini juga menggambarkan bagaimana Islam mendorong kemandirian dan mengurangi ketergantungan pada orang lain, kecuali

dalam keadaan yang benar-benar memaksa. Para ulama juga menjelaskan bahwa hadis ini tidak sepenuhnya melarang praktik meminta-minta, melainkan lebih menekankan pada upaya dan kerja keras. Meminta-minta hanya diperbolehkan dalam situasi tertentu, seperti ketika seseorang berada dalam kondisi darurat atau tidak memiliki alternatif lain untuk memenuhi kebutuhan dasarnya.

Islam sangat mendorong umatnya untuk menjadi pihak yang memberi, bukan meminta. Dalam fenomena meminta gift di Tiktok, sering kali pengguna mengandalkan kebaikan orang lain untuk mendapatkan keuntungan tanpa berusaha memberikan manfaat yang sepadan. Perilaku ini tidak sesuai dengan ajaran Islam yang mendorong sikap kemandirian dan kerja keras. Hadis riwayat Muslim:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: مَا يَرَأُ الرَّجُلُ يَسْأَلُ النَّاسَ حَتَّىٰ يُأْتِيَ يَوْمَ الْقِيَامَةِ لَيْسَ فِي وَجْهِهِ مُزْعَثٌ لَحِمٌ (رواه مسلم)

Artinya: "Dari Abu Hurairah radhiyallahu 'anhu, dari Nabi shallallahu 'alaihi wa sallam, beliau bersabda: "Senantiasa seseorang meminta-minta kepada manusia hingga ia datang pada hari Kiamat dalam keadaan tidak ada sepotong daging pun di wajahnya." (HR. Muslim No.1040)

Jika dalam meminta gift ada unsur manipulasi, seperti berpura-pura miskin atau membuat alasan yang tidak benar untuk mendapatkan simpati, maka perilaku ini termasuk dalam kategori berdusta yang dikecam dalam Islam.

Berdasarkan beberapa hadis yang telah disebutkan, dapat disimpulkan bahwa tindakan meminta-minta, terutama yang marak dilakukan di media sosial belakangan ini, akan mendatangkan ancaman yang nyata dan pedih dari Allah swt. Hal ini disebabkan karena praktik meminta-minta tersebut sering kali disertai dengan mengeksplosi kesedihan, kemalangan, serta eksploitasi terhadap individu yang terlibat. Aktivitas meminta-minta di media sosial ini tidak semata-mata bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup, melainkan lebih kepada mencari keuntungan sebanyak-banyaknya guna memperkaya diri sendiri, baik oleh sang kreator maupun talent yang terlibat. Seorang muslim tidak diperbolehkan untuk hanya bergantung pada pemberian orang lain, terutama jika ia masih memiliki kemampuan dan kesempatan untuk berusaha sendiri. Rasulullah saw bahkan memberikan peringatan keras kepada siapa pun yang menggantungkan hidupnya dengan meminta-minta, karena kekayaan manusia seharusnya dipersembahkan hanya kepada Allah swt. Jika terdapat tindakan yang tercela menurut Rasulullah saw dalam praktik tersebut, maka hal itu dapat dianggap sebagai tindakan yang mengotori "wajah" sendiri serta merusak reputasi, mengurangi kehormatan, dan harga diri seseorang.¹⁷

Rasulullah saw hanya membolehkan seseorang untuk meminta-minta dalam keadaan sangat mendesak, ketika ia benar-benar tidak memiliki apa-apa. Selain itu, meminta-minta tidak seharusnya menjadi profesi tetap. Adapun hukum Penerimaan penghasilan melalui platform TikTok diperbolehkan, namun metode memperolehnya perlu dikaji secara kritis. Jika penghasilan tersebut dihasilkan melalui konten yang memberikan nilai manfaat atau edukasi, maka hal tersebut dapat diterima. Sebaliknya, jika penghasilan diperoleh dengan

¹⁷ Farhat Amaliyah Ahmad, "Perspektif Hukum Islam Tentang Praktik Mengemis (Studi Kasus Di Kota Bandar Lampung)" (UIN Raden Intan Lampung, 2017).

cara meminta-minta atau tindakan yang sejenis dengan mengemis, maka praktik tersebut tidak diperbolehkan karena tidak sesuai dengan hadis. Fenomena meminta-minta melalui platform online yang kini sedang viral seharusnya dihindari, terutama oleh para content creator yang masih memiliki kemampuan dan kesehatan untuk mencari penghidupan dengan cara lain. Media sosial seharusnya digunakan untuk kebaikan, bukan untuk hal-hal yang negatif. Oleh karena itu, praktik meminta-minta secara online harus dihentikan, karena hal tersebut juga dilarang dan merupakan tindakan yang sangat tercela.

Kesimpulan

Saat ini, masyarakat Indonesia sudah sangat familiar dengan perkembangan media sosial yang semakin pesat. Hampir setiap orang, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa, bahkan orang tua, memiliki akun media sosial. Salah satu platform yang sangat populer di kalangan masyarakat adalah TikTok, di mana para pembuat konten sering melakukan live streaming untuk mendapatkan hadiah dari penonton. Kegiatan yang dilakukan dalam live streaming ini sangat beragam, mulai dari mandi lumpur, berendam di air kotor, hingga menyiramkan air ke tubuh mereka dari pagi hingga malam hari. Fenomena meminta hadiah secara online ini mendapat perhatian dalam beberapa hadis, seperti yang diriwayatkan oleh Ahmad dan Muslim, yang pada intinya melarang meminta tanpa kebutuhan yang mendesak, melakukan manipulasi dalam meminta, atau memanfaatkan simpati orang lain. Para ulama sepakat bahwa meminta-minta adalah haram, terutama bagi seseorang yang masih memiliki kemampuan fisik untuk bekerja dengan cara lain.

Daftar Pustaka

- Ahmad, Farhat Amaliyah. "Perspektif Hukum Islam Tentang Praktik Mengemis (Studi Kasus Di Kota Bandar Lampung)." UIN Raden Intan Lampung, 2017.
- Akbar, Yusri Hamzani Taufik. "Pola Interaksi Masyarakat Dengan Al-Qur'an Dalam Perspektif Yusuf Al-Qaradawi." *Maqosid: Jurnal Studi Keislaman Dan Hukum Ekonomi Syariah* 10, no. 2 (2022): 19–31.
- Atik, Solihatul, and Luluk Farida. "Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang." *Al-Ittishol : Jurnal Komunikasi Dan Pengajaran Islam* 2, no. 1 (2021): 1–11.
- Kasir, Abul Fida Isma'il Ibnu. *Tafsir Ibnu Kasir Juz 4*. Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2011.
- Liedfray, Tongkotow, Fonny J Waani, and Jouke J Lasut. "Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara." *Jurnal Ilmiah Society* 2, no. 1 (2022): 1–13. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnalilmiahsociety/article/download/38118/34843/81259>.
- Limbong, Edo Galasro, and Rizki Saga Putra. "Strategi Komunikasi Di Era Revolusi Digital (Kajian Fenomena Pengemis Online Media Sosial Tiktok)." *GANDIWA Jurnal Komunikasi* 3, no. 1 (2023): 44–51. <https://doi.org/10.30998/g.v3i1.1916>.
- Madhani, Luluk Makrifatul, Indah Nur Bella Sari, and M. Nurul Ikhsan Shaleh. "Dampak

Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Islami Mahasiswa Di Yogyakarta.” *At-Thullab : Jurnal Mahasiswa Studi Islam* 3, no. 1 (2021): 627–47. <https://doi.org/10.20885/tullab.vol3.iss1.art7>.

Maulana, Yoyok Prima. “Sejarah Tiktok Hingga Bisa Mendunia Dan Bikin Takut Amerika Serikat.” Intisari, 2023. <https://intisari.grid.id/read/033901877/sejarah-tiktok-hingga-bisa-mendunia-dan-bikin-takut-amerika-serikat>.

Rahmat, and Hepni Putra. “Term-Term Hoaks Dalam Al-Qur`an (Relasi Antara Firman Tuhan Dan Media Sosial Perspektif Tafsir).” *Mafatih: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir* 1, no. 1 (2021): 46–58. <https://doi.org/10.24260/mafatih.v1i1.391>.

Ranti, Soffya. “Arti Dan Harga Gift Di TikTok Serta Cara Menggunakannya.” Kompas.com, 2024. <https://tekno.kompas.com/read/2024/05/30/15350037/arti-dan-harga-gift-di-tiktok-serta-cara-menggunakannya>.

Saifuddin, Ahmad. “Studi Analisis Hukum Islam Terhadap Pelaksanaan Peraturan Daerah Nomor 15 Tahun 2017 Tentang Penanggulangan Geladangan, Pengemis Dan Anak Jalanan Di Kabupaten Kudus.” IAIN Kudus, 2018.

Suparmin, Ardiansyah Sudirman, and Suaib Daulay. “Konsep Hadis Tentang Meminta-Minta.” *At-Tahdis : Journal of Hadith Studies* 1, no. 2 (2017): 75–89.