

JUAL BELI *FOLLOWERS* MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM

Sumariati¹, Galuh Nashrulloh Kartika MR²

¹HES FSI Uniska MAB

²HES FSI Uniska MAB

¹E-mail: riameyuki@gmail.com

²E-mail: ganartika.mayang@gmail.com/08122736542

ABSTRAK

Instagram adalah media sosial yang bukan hanya membuka peluang untuk berbisnis bagi para penggunanya, akan tetapi lebih dari itu, media ini menjadi ajang popularitas bagi pengguna yang ingin menjadi selebgram. Kebanyakan pengguna instagram akan fokus pada jumlah *followers* seseorang, inilah alasan mengapa banyak orang menjual *followers* media sosial instagram. Jual beli *followers* merupakan model perdagangan baru yang aspek-aspek hukumnya perlu dikaji secara mendalam. Praktik jual beli *followers* berada di dunia maya sama seperti jual beli *online* lainnya, hanya saja dalam hal ini objeknya bukan berupa barang namun berbentuk penambahan *followers* pada akun media sosial instagram pembelinya. Penelitian ini membahas mengenai mekanisme jual beli *followers* media sosial instagram dan bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap praktik jual beli *followers* media sosial instagram tersebut. Penelitian lapangan ini bersifat deskriptif analitik. Adapun hasil penelitian ini menjelaskan bahwa jual beli *followers* pada media sosial instagram terdapat beberapa pelanggaran yaitu barang yang diperjualbelikan adalah *followers* sewaan dari sebuah *web* gratis sedangkan pada *followers* pasif (*bot followers*) proses pembuatannya dengan *meinjeksikan followers* pasif ke dalam akun seseorang dan apabila diketahui oleh pihak instagram maka akun tersebut akan dihapus, hal ini menyebabkan para pembeli *followers* media sosial instagram merasa dirugikan. Jual beli tersebut bertentangan KUHPerdota pasal 1457, implikasi hukum Islam terhadap jual beli tersebut adalah *fasid* (rusak), karena tidak memenuhi syarat sahnya jual beli, yaitu masih terdapat ketidakjelasan barang yang diperjualbelikan dan tidak adanya *'antarodlin* (saling rela) pada para pihak, karena pihak pembeli merasa dirugikan.

Kata Kunci: jual beli; *followers*; instagram; hukum Islam

ABSTRACT

Instagram is a social media that not only opens business opportunities for the users, but more than that, this media is becoming a fame for users who want to be a social media celebrity. Most instagram users will focus on the number of followers, this is the reason why many people are selling instagram followers. Followers trading is a new model whose legal aspects need to be studied in depth. The practice of followers trading is in the virtual world just like any other online sale, in this case the object is not in the form of goods but in the form of additional followers on the social media account of buyers. This study discusses the mechanism of instagram followers trading and how the review of Islamic law against the practice of instagram followers trading. This field research is analytical descriptive. The results of this study explain that in the instagram followers trading there are several violations of the goods are traded is a leased followers of a free web while on the followers passive (bot followers) the process of making it by passing passive followers into someone's account and if known by the parties instagram then the account will be deleted, this causes the buyers of social media instagram followers feel aggrieved. This kind of trading is contradictory to the Civil Code of Article 1457, the implication of Islamic law against instagram followers trading is fasid (damaged), because it does not meet the legal requirement of trading, that there is still uncertainty of goods traded and the absence of 'antarodlin (mutual) the buyer feels aggrieved.

Keywords: trading; *followers*; instagram; Islamic law

PENDAHULUAN Latar belakang Masalah Kajian hukum Islam dari zaman ke zaman terus berkembang termasuk dalam hal muamalat.

Pemanfaatan dunia online untuk menjalankan bisnis atau lebih dikenal ecommerce sudah cukup terkenal di kalangan pengusaha seiring meningkatnya penggunaan internet di tanah air.

Faktanya menunjukkan bahwa pengguna media instagram banyak untuk berbisnis, dari kalangan usaha kecil hingga perusahaan besar. Instagram dijadikan sarana promosi maupun penjualan produk yang dipasarkan.

Beberapa diantaranya adalah menjadi selebgram, penambah follower (jual beli follower), jasa upload foto, dan perekayasa trending topik. Melihat dari gambaran diatas sangat patut untuk dikaji terkait jual beli follower pada media sosial instagram. Kebanyakan dari pengguna instagram akan fokus pada followers instagram akun lainnya, karena akan memberikan keuntungan untuk lebih memaksimalkan promosi yang sedang dilakukan, dengan catatan follower atau fansnya harus manusia yang membuat akun instagram (real user) bukan akun yang dibuat dari software atau akun pasif (fake/bot).

Ketika akun pasif yang berjumlah semakin banyak akan sama saja, karena tidak akan ada berinteraksi dengan pengguna yang lain. Selain itu bagi perorangan, jumlah follower yang banyak mampu menaikkan kepercayaan diri mereka, itulah sebabnya jumlah follower sebuah akun menjadi barometer untuk menilai tingkat pengaruh dan popularitas akun tersebut.

Inilah alasan sebagian orang banyak yang membeli followers Instagram. Dengan banyaknya permintaan, maka banyak pula penyedia jasa penambah followers dengan memberikan patokan harga yang beranekaragam tergantung keinginan dan kebutuhan. Ada yang menawarkan harga Rp. 10.000,00 untuk mendapatkan 200 Followers aktif worldwide dan dengan membayar Rp.20.000,00 mendapat 200 followers Indonesia.

Pemesanan dapat dengan cara tranfer melalui Bank yang telah ditentukan atau dengan menggunakan pulsa dengan menyertakan username akun yang akan ditambah followersnya. Proses jual beli ini dilakukan dengan online. Mulai dari penawaran produk, melakukan kesepakatan hingga pembayaran atas benda ditransaksikan menggunakan Internet.

Objek yang diperjualbelikan dalam transaksi ini bukan berupa benda bergerak namun dalam bentuk follower/pengikut atas akun Instagram itu sendiri. Pada dasarnya hukum Islam secara khusus mensyaratkan objek yang dapat diperjualbelikan diantaranya adalah barang tersebut harus berwujud, walaupun keterangannya memberi contoh tidak memperbolehkan menjual buah yang belum jelas kapan matangnya, kemudian barang tersebut harus memiliki manfaat_.

Oleh karena itu ketika barang yang diperdagangkan berupa followers akan terdapat dua kemungkinan, pertama followers akan sangat bermanfaat ketika seseorang itu sangat membutuhkan. Misalnya pembeli followers ialah pedagang pakaian atau didalam dunia maya olshop, saat sebuah olshop itu mempunyai followers banyak maka akan menarik banyak pelanggan yang akan mengunjungi akunnya, karena dipercaya dengan melihat followers banyak sudah pasti dalam olshop tersebut mempunyai penggemar yang banyak dan barangnya sudah terjamin kualitasnya.

Kedua, followers akan menjadi kurang manfaat dan terkesan mubadzir ketika pembeli followers tersebut hanya bertujuan untuk bergaya demi kepuasan semata. Berdasarkan pada paparan di atas, maka dikemukakan rumusan masalah sebagai berikut. Bagaimana mekanisme dalam jual beli follower media sosial instgram? Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap praktik jual beli follower media sosial instagram tersebut? Penelitian terdahulu Penelusuran yang dilakukan oleh penulis, dapat ditemukan beberapa literatur yang substansinya berkaitan dengan jual beli media sosial Instagram, diantaranya; Skripsi yang ditulis oleh Nur Khasanah pada tahun 2009, Jurusan Muamalah Fakultas Syariah IAIN Sunan Ampel Surabaya, yang berjudul "Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli Benda Maya dalam Game Online." Skripsi tersebut membahas tentang transaksi jual beli benda maya dalam game online.

Skripsi ini memberikan kesimpulan, bahwa jual beli game online ini adalah tidak sesuai dengan rukun dan syarat syara' serta tidak memenuhi aturan-aturan yang sesuai dengan suatu transaksi.

Kajian Teori dan Prinsip-Prinsip Muamalat dalam jual beli merupakan kagiatan atau transaksi yang dilaksanakan berdasarkan hukum Islam. Artinya, segala jenis transaksi harus sesuai dengan nash. Selain itu, setiap transaksi juga sama dengan kaidah-kaidah hukum Islam. Beberapa kaidah dapat dijadikan sebagai pedoman dalam bermuamalat : Pada dasarnya segala bentuk muamalat adalah mubah, kecuali yang ditentukan lain al-Qur'an dan Hadist.

Kaidah ini menerangkan bahwa, segala tindakan hukum atau perjanjian boleh dilakukan sampai tidak ada larangan mengenai perjanjian tersebut. Muamalat tidak boleh ada paksaan. Maksudnya adalah kebebasan atas para pihak untuk berkehendak dalam bertransaksi muamalat. Jika adanya indikasi pemaksaan dalam akad muamalat maka akad tersebut tidak sah.

Muamalat dilaksanakan harus mendatangkan manfaat dan menghindari kemudhorotan dalam bermasyarakat. Karena tujuan muamalat adalah untuk mewujudkan mkemaslahatan. Muamalah harus sesuai dengan nilai keadilan. Keadilan disini mengandung arti bahwa hubungan perdata tidak boleh ada unsur penipuan, penindasan pengambilan kesempatan sewaktu pihak lain berada dalam kesempatan.

Dapat disimpulkan bahwa jual beli adalah proses tukar menukar barang oleh penjual dengan pembeli, yang dilakukan dengan cara-cara tertentu yang menyatakan kepemilikan selamanya dan didasari saling merelakan tidak boleh ada unsur keterpaksaan. Dasar sebagai landasan hukum disyariatkannya jual beli adalah landasan Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat (282).

Menurut penulis, dapat disimpulkan dari ayat diatas bahwa jual beli adalah perjanjian tukar menukar barang mempunyai nilai secara suka rela antara kedua pihak, jual beli yang dilaksanakn harus sesuai dengan rukun dan syarat jual beli yang sudah jelas dalam Nash.

Jual beli tanpa ijab qobul menurut sebagian ulama Syafi'iah dilarang, tetapi menurut ulama yang lainnya seperti Imam Nawawi membolehkan jual beli tanpa ijab qobul. Bentuk-Bentuk Jual Beli Dalam hukum Islam bahwa asas dari muamalah adalah mubah terkecuali pada muamalah yang telah diatur sebelumnya.

Dalam jual belipun tidak terlepas pada klasifikasi jual beli boleh ataupun tidak boleh dan ditambah lagi yang fasid. Jual beli yang sah adalah jual beli yang disyariatkan memenuhi rukun dan syarat jual beli.

Nabi SAW bersabda : *???? ????????* *????????? ?????? ?????????? ?????????? ????* *?????????* Artinya :Barang siapa menipu maka ia tidak termasuk dalam golongan kami orang yang berbuat makar dan pengelabuan tempatnya di neraka.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (field research) yang objeknya adalah mengenai mekanisme pelaksanaan dan proses jual beli followers instagram. Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif analitik, yaitu mendeskripsikan objek yang diteliti, kemudian melakukan analisis terhadap pelaksanaan tersebut.

Objek Penelitian Penelitian ini dilakukan di media sosial Instagram, media sosial instagram itu sendiri ialah media sosial yang berfungsi untuk memposting vidio dan foto layaknya media sosial lain, seiring berkembangnya media sosial instagram, menjadikan instagram bukan hanya sebagai ajang memposting vidio dan foto namun instagram juga bisa sebagai sarana menjual produk dan bahkan mempromosikan diri atau untuk tujuan popularitas. C. Data Penelitian 1.

Teknik Pengumpulan Data yang dipakai penulis menggunakan metode wawancara. Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan komunikasi, yaitu melalui kontak atau hubungan pribadi antara pengumpul data (pewawancara) dengan sumber data (responden).

Selain dari wawancara penulis menggunakan metode dengan dokumentasi yaitu Studi dokumen merupakan metode pengumpulan data yang didapatkan dari dokumen atau bahan pustaka. 2. Teknik analisis data diperoleh baik dari studi lapangan maupun studi pustaka pada dasarnya merupakan data tataran yang dianalisis secara deskriptif kualitatif, denan mengumpulkan data lalu tuangkan diuraikan secara logis dan sistematis dan selanjutnya dianalisis dan ditarik kesimpulan.

Dalam penelitian ini penulis menguraikan beberapa langkah dalam teknik analisis data, antara lain: Melakukan wawancara; Menganalisis data; mempelajari data yang diperoleh; kesimpulan.

Instagram merupakan aplikasi berbagi foto yang bisa dilihat oleh pengikut (followers) dari pengunggah foto di instagram dan bisa saling memberikan like dan komentar.

Hal tersebut menjadi peluang seseorang untuk menjual follower. Untuk medapatkkan follower secara manual dengan memfollow akun lain lalu meminta untuk follback. Namun, cari ini sangat memakan waktu untuk mendapatkan follower yang banyak maka sebagian orang membuat sebuah web untuk penambah follower gratis dengan sistem follow perfollow dengan memasukkan username dan pasword maka secara otomatis follower mereka akan bertambah dari 1-10 follower perharinya._

Namun, cara ini masih dianggap terlalu lama untuk mendapatkan follower yang banyak. Follower instagram mempunyai karakteristik, karakteristik dari follower instagram ada 2 hal yaitu : Follower aktif Followers aktif adalah follower real human (asli orang) mereka seperti kita pengguna media sosial juga yang menggunakan media instagram, jadi followers ini bisa melakukan kegiatan diinstagram layaknya pengguna instagram contohnya like comment dan posting, oleh karena itu followers aktif ini sangatlah cocok untuk para olshop untuk membuat barang dagangan laris dengacara cepat, tetapi selain olshop followers aktif juga cocok untuk meningkatkan kepopolaritasan seseorang._

Followers Pasif adalah bot followers atau akun mati untuk memperbanyak followers. Followers pasif tidak bisa melakukan kegiatan diinstagram seperti like atau pun comment._ Follower pasif atau dapat diidentifikasi dari berbagai ciri sebagai berikut : Pada tampilan luar bot followers adalah followers luar negeri.

Dua karakteristik follower instagram di atas masing-masing mempunyai cara tersendiri dalam sistem penjualannya yaitu : Penjualan Follower Aktif Hanya membutuhkan username / akun dan Akun tidak diprivate Proses pengisian maks 3?24 jam Bisa comment, like dan unfollow._ Penjualan Followers Pasif Hanya membutuhkan username / akun Akun tidak diprivate Proses pengisian maks 1?24 jam Jika turun pada hari ke-30 akan otomatis naik kembali.

Di dalam media sosial instagram banyak sekali peluang berbisnis para penggunanya. Instagram dapat digunakan untuk media komunikasi pemasaran, dengan cara share foto-foto dan vidio pada produk penjual dan memiliki banyak followers.

Analisis praktik jual beli followers media sosial instagram dalam transaksinya terdapat penjual, pembeli dan barang yang diperjualbelikan serta alat penukarnya dengan menghubungi atau berkomunikasi dengan penjual

Bazaar dan disahkan oleh Hakim).

Kewajiban bagi penjual diantaranya menyerahkan seluruh barang yang diperjualbelikan dari penjual kepada pembeli. Kewajiban lainnya adalah menanggung kenikmatan dan terhadap catat-catat yang tersembunyi

Real human adalah followers aktif yang dapat melakukan like, comment dan unfollow. Dampak negatif dari real human followers adalah terdapat unsur penipuan yaitu berkurangnya followers instagram hingga 40% karena followers tersebut ialah panel sewaan. Bot follower adalah follower pasif yang tidak melakukan kegiatan apapun, dari follower ini hanya untuk menarik pengguna Instagram yaitu real human follower untuk mengikutinya dengan menunjukkan jumlah follower yang banyak.

Namun dampak buruk bagi pembisnis adalah tidak tercapainya tujuan bisnis karena followers media sosial instagram tidak bisa diajak berinteraksi apabila diketahui oleh masyarakat dapat menurunkan reputasi perusahaan itu atau orang yang memanfaatkan bot followers dan masyarakat yang tidak teliti akan tertipu dengan followers yang banyak pada akun instagram seseorang.

Dianalisa dari sudut pandang obyek yang diperjualbelikan bahwa real human dan bot follower instagram lebih banyak mendatangkan madarat dari pada maslahat. Maslahat dalam konteks muamalah yang dilakukan seseorang adalah bermanfaat bagi pihak-pihak yang melakukan transaksi dan juga harus dirasakan oleh masyarakat. Prinsip maslahat merupakan hal yang paling esensial dalam bermuamalah.

Muamalah yang memungkinkan keuntungan yang bersifat sementara, tetapi pada akhirnya akan mendatangkan kerugian bagi semua pihak hendaklah ditinggalkan. Dengan demikian bahwa jual beli real human dan bot follower instagram ini memberikan lebih banyak dampak negatif dari pada dampak positifnya. Dalam kaidah fiqh disebutkan: ?????????? ?????????? ?????????? ?????????? Artinya : “menarik kemaslahatan dan menolak mafsadat.”_ Dari analisa di atas secara rukun, syarat, cara penyerahan barang dan cara pembayaran belum memenuhi hukum Islam.

Ditambah lagi dampak yang diakibatkan oleh jual beli real human dan bot follower instagram tidak sesuai dengan asas muamalah yang mengedepankan prinsip kemaslahatan. PENUTUP A. Kesimpulan 1. Mekanisme jual beli followers instagram Mekanisme jual beli followers media sosial instagram Jual beli followers merupakan salah satu jenis dari macam-macam jual beli yang dilakukan secara online, dilihat dari keseluruhan proses transaksi, dari penawaran barang yang dilakukan oleh penjual, pembelian barang yang dilakukan pembeli keberadaan objek akad, hingga kesepakatan kedua belah pihak, kemudian pembayaran dan penyerahan objek akad melalui media online atau internet.

Dengan demikian jenis akad yang sesuai dengan jual beli followers media sosial instagram adalah bai' as-salam. Karena transaksi dilakukan secara berkala, yaitu melakukan pembayaran di awal sejak terjadinya kesepakatan dan penyerahan barang di akhir sesuai dengan waktu yang disepakati bersama.

Mekanisme yang dapat digambarkan dalam jual beli ini adalah ketika konsumen melakukan penawaran atau pemesanan terhadap sejumlah followers untuk ditambahkan pada akun yang dimiliki, kemudian pelayanan baru akan diberikan oleh penyedia jasa jual beli followers instagram ketika sudah melakukan pembayaran sejumlah biaya yang sudah dibebankan terhadap jenis pemesanan masing-masing pelanggan sesuai dengan patokan perpaket.

Ketika pelanggan sudah selesai melakukan proses administrasi dan mengkonfirmasi alamat akun mereka untuk ditambahkan jumlah followersnya, dan waktu yang dibutuhkan untuk pesannya terpenuhi harus menunggu dalam waktu beberapa hari sesuai dengan ketentuan yang ada. 2. Pandangan hukum Islam terhadap jual beli followers media sosial instagram Ditinjau dari rukun dan syarat jual beli, bahwa sekilas transaksi jual beli followers telah memenuhi hukum jual beli sesuai dengan ketentuan fiqh muamalat.

Tetapi dalam hal objek barang dan praktiknya syarat-syarat sahnya melakukan transaksi tidak terpenuhi, seperti para pihak yang dikategorikan baliq, berakal dan bukan pemboros Dilihat dari segi objek barang dan transaksi followers terdapat unsur ketidakjelasan, berisiko, dan bersifat spekulatif yang berdampak membahayakan terhadap akun pengguna apabila tidak bisa memilih jenis followers yang akan ditambahkan.

Di lain sisi jual beli followers juga tidak sesuai dengan kaidah fiqh muamalat, pada dasarnya segala bentuk transaksi dalam muamalat didasarkan atas dasar mendatangkan manfaat. Namun dalam jual beli followers melalui internet justru lebih banyak mendatangkan kemadaratan serta rawan terjadinya penipuan dan dalam transaksi ini mengandung unsur mengambil keuntungan dalam kesempatan yang dapat mengakibatkan salah satu pihak merugi.

Hal tersebut dapat dilihat dari semakin menjamurnya situs-situs yang menawarkan jasa penambah followers, dan melakukan persaingan harga dengan ketat sehingga akan lebih banyak yang tidak memperhatikan kualitas akun yang diperjualbelikan. Jadi menurut hukum Islam praktik jual beli followers adalah fasid (rusak) akad jual belinya. B.

Saran Untuk pengguna instagram lebih baik jika menginginkan jumlah follower bertambah, lakukan dengan cara manual, ikuti lebih dahulu orang-orang yang dikenal dan buat akun publik, ciptakan semenarik mungkin yang dapat dipercaya oleh banyak orang, dan pantas diikuti banyak orang. Sehingga dengan sendirinya orang-orang akan mengikutinya.

Bagi pemerintah, perkuat hukum yang mengatur segala transaksi yang ada di dunia maya. Walaupun sudah ada

Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang informasi dan Transaksi Elektronik, namun dengan semakin berkembangnya teknologi dan meningkatnya kebutuhan ekonomi manusia, maka perilaku penyimpangan dan menghalalkan segala cara akan lebih banyak terjadi.

REFERENSI Abdul Rahman Ghazali. (2010). Fiqh Muamalat, Jakarta: Prenada Media Grup.
Abdullah bin Muhammad Ath-Thayyar. (2009). Ensiklopedi Muamalah, Yogyakarta: Maktaba alHanif. Ahmad Azhar Basyir. (2009). Asas-asas Hukum Muamalat, cet ke-3 Yogyakarta. UII Perss. Ahmad Wardi Muslih. (2010). Fiqih Muamalat, cet ke-1 Jakarta. Amzah. Amir Syarifuddin. (2003). Garis-Garis Besar Fiqh, Jakarta: Prenada Media. Chairuman Pasaribu. (1994). Hukum Perjanjian dalam Islam, Jakarta: Sinar Grafika. Dimyauddin Juwani. (2014). Pengantar Fiqih Muamalah, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
Faturrahman Djamil. (2002). Penerapan Hukum Perjanjian dalam Transaksi di Lembaga Keuangan Syariah, Sinar Grafika, Jakarta. Ghufron A. Masadi. (2002) Fiqh Muamalah Kontekstual, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Hafid Ibn Hajar al 'Asqolani, Bulughul Marom. Hamzah Ya'kub. (1992). Kode Etik Dagang Menurut Islam (Pola Pembinaan Hidup Dalam Berekonomi), Bandung: Diponegoro, Cet. II. Hasyim Ali Imran. (2009).

Aktivitas Komunikasi dan Situs Jejaring Sosial dalam Komunikasi Masa Vol 5, Jakarta. Grasindo. Hendi Suhendi. (2002). Fiqh Muamalah, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. Joko Sabagyo. (2006). Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek, Jakarta: Rinek Cipta. M Ali Hasan, Fiqh Ekonomi Syariah, Jakarta: Kencana. Moh Rifa'i. (2013). Terjemah Khulasoh Kifayatu al-Ahyar, Semarang: CV. Toha Putra. Moh Rifai. (2002). Konsep Perbankan Syari'ah, CV Wicaksana, Semarang. Mohammad Mustaqim. (2012). Jual Beli Backlink di Forum Adsense-id.com dalam Tinjauan Hukum Islam. Muhammad bin Ismail al-Kahlani. (tt). Subul al-Salam, Juz III, Semarang, Toha Putra. Mukhamad Djakfar. (2009). Hukum Bisnis: Membangun Wacana Integrasi Perundangan Nasional dengan Syari'ah, Malang: UIN Malang Press. Nasroen Harun. (2000). Fiqh Muamalah, Jakarta: Gaya Media Pratama. Nur Khasanah, Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli Benda Maya dalam Game Online, 2009. Rachmat Syafe'i. (1999). Ilmu Ushul Fiqh, Bandung: Pustaka Setia. Rachmat Syafe'i. (2006). Subul Al-Salam Juz III, Kairo: Dar alKutub al-Ilmiyah. Sayyid Sabiq. (tt). Fiqih al-Sunnah, jilid 12, (Terjemah. H. Kamaluddin, A. Marzuki), Bandung, Al Ma'arif. Sulaiman Rasyid. (2010). Fiqih Islam, cet ke 46. Bandung: Sinar Baru Algesindo.