

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dalam era digital yang semakin maju, perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan drastis dalam cara kita berinteraksi, berkomunikasi dan berbagi informasi. Salah satu fenomena yang paling mencolok adalah media sosial. Media sosial adalah jenis konten internet yang paling sering diakses oleh Netizen. Data menunjukkan bahwa 97,4 persen, atau sekitar 129,2 juta penduduk Indonesia adalah pengguna aktif media sosial (Medsos).<sup>1</sup> Media Sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Youtube dan platform lainnya telah menjadi bagian tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Media sosial menjadi alternatif paling dibutuhkan oleh semua kalangan, baik pelajar, pengajar, pebisnis, peneliti dan lainnya. Keberadaan media sosial sendiri dapat mempercepat arus penyebaran informasi dan mendorong keterlibatan banyak pihak. Hal ini, karena informasi dan interaksi juga dipengaruhi oleh banyak sedikitnya yang diikuti (*following*) maupun yang mengikuti (*followers*).<sup>2</sup>

Pesatnya perkembangan media sosial juga dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Jika untuk media tradisional seperti televisi, radio, atau Koran diperlukan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media sosial, Para pemakai media sosial biasa mengakses menggunakan jaringan internet tanpa biaya yang besar dan dapat dipakai sendiri dengan mudah. Para pengguna media sosial-pun dapat dengan bebas berkomentar serta mengungkapkan pendapatnya tanpa rasa khawatir dan juga dapat memungkinkan seseorang atau kelompok untuk dapat melakukan interaksi dengan banyak orang tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu serta tidak terbatas sekat golongan, budaya maupun wilayah.

Pengguna media sosial di Indonesia beragam, mulai dari anak seusia TK, SD, SMP, SMA, sampai yang lanjut usia. Salah satu media sosial yang banyak diminati yaitu Instagram. Instagram merupakan salah satu media sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai promosi produk atau jasa. Media sosial ini sendiri menyediakan ruang untuk berbagi foto dan video, mempublikasikan berita-berita tentang pendidikan, sosial, politik, mencari uang maupun gossip lewat link melalui fitur *instasories*. Juga terdapat fitur saling mengirim dan membalas pesan

---

<sup>1</sup>Ardi, Rahkman. "Pemburu *Like*" Efek Narsisme Dan Kebutuhan Rekognisi Pada Pengguna Instagram." *Jurnal Ecopsy* 5, no 3 (2018) hlm 139

<sup>2</sup>Hendra Junawan dan Nurdin Luagu, "Eksistensi Media Sosial, Yuotube, Instagram dan Whatsapp Ditengah pandemi Covid-19 dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia" *Baitul Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi* 4, no 1 (juni 2020) hlm 52

antar sesama pengguna media sosial lainnya dengan fitur *Direct Massage* (DM), serta mampu menerapkan filter digital dan hal ini tentu memancing banyaknya pengguna yang penasaran akan manfaat Instagram.<sup>3</sup>

Dengan adanya berbagai macam media sosial yang beredar di masyarakat khususnya masyarakat Indonesia, tentu banyak video-video yang viral atau yang menjadi tren, dan banyak ditiru atau dicontoh oleh pengguna lainnya. Tren yang muncul di media sosial dengan sangat cepat menyebar atau viral salah satunya adalah tren ikoy-ikoyan. Apa itu ikoy-ikoy? Istilah ini pertama kali didicetuskan oleh salah satu *influencer* sekaligus Youtuber Tanah Air, yaitu Arief Muhammad. Istilah ikoy-ikoy ini berasal dari nama asisten personal Arief, yakni M. Rizki Fadilah atau yang biasa dipanggil dengan sebutan ikoy. Ikoy-ikoy merupakan permainan *giveaway* atau pemberian hadiah secara gratis. Dalam permainan ini, Arief akan membagikan hadiah kepada pengikut Instagram-nya secara cuma-cuma. Arief akan memilih secara acak dari pesan atau Direct Message (DM) yang masuk ke Instagramnya. Biasanya, Arief akan memanggil 'ikoy-ikoy tolong transfer' sebagai tanda untuk memberikan hadiah berupa uang, makanan, atau barang lain yang dibutuhkan.

Dalam kesempatan lain, Arief Muhammad juga melakukan ikoy-ikoy ini dengan peraturan sederhana, misalnya dengan mengajak para pengikutnya wajib mengikuti akun Instagram usaha yang ia rintis, mensubscribe Youtube-nya ataupun dengan memberikan tantangan seperti memberikan balasan atau berkomentar pada akun Instagramnya @arifmuhammad dengan menarik dan kreatif mungkin. Ia memang sudah lama berbagi secara Cuma-Cuma dengan pengikutnya. Hal inilah yang menginspirasi Arief untuk terus berbagi. Ia memanfaatkan media sosial sebagai ajang berbagi rezeki kepada pengikutnya di Instagram.

Tren Ikoy-Ikoy ini semakin hari semakin viral atau terkenal, karena Permainan Ikoy-Ikoy yang diciptakan Arief Muhammad berhasil mendorong banyak orang untuk ikut berbagi mulai dari kalangan artis, *influencer*, *selebgram*, *youtuber*, hingga pengusaha, akan tetapi yang menjadi masalah adalah banyak yang membuat tren ini dengan berbagai syarat, sehingga jika syarat itu tidak terpenuhi maka hadiah tidak akan diberikan. Tren ikoy-ikoy ini menyentil netizen lain untuk meminta idolanya atau *influencer* lain untuk mengikuti permainan ikoy-ikoyan. Sebagian ada yang mengikuti tren ini, tetapi di samping itu juga membuat sebagian pihak merasa kurang nyaman. Karena, ada beberapa warganet terkesan mengemis bahkan memaksa untuk menggelar tren ini. Sejumlah *influencer* mengingatkan agar warganet berhenti meminta tren tersebut secara paksa. Mereka juga menegaskan bahwa setiap orang untuk berbagi

---

<sup>3</sup>Herlina Yustati, Efektifitas Instagram Sebagai Media Persuasi Filantropi Islam bagi Mahasiswa, "Jurnal Al Intaj", no 1, (Maret 2019), hlm 91

sedekah itu berbeda-beda.

Seiring berjalannya waktu, tren ini menyebar *keselebgram* lainnya mulai dari Tasya Farsya, JeJow, hingga Fadil Jaidi kini melakukan tren ikoy-ikoyan atau berbagi kepada pengikut Instagram mereka. Akan tetapi beberapa artis lainnya dengan tegas menolak mengikuti tren Ikoy-Ikoyan.<sup>4</sup> seperti Chelsea Olivia menurutnya Ikoy-Ikoyan ini mengajarkan warganet untuk jadi peminta-minta, “*saya enggak akan mengikuti trend Ikoy-Ikoyan, saya tidak mau mengajarkan untuk Followers saya menjadi orang minta-minta yah (pengemis),*” tulisnya di Instagram Story Tersebut. Sependapat dengan para artis lainnya, Audi Marissa menegaskan tidak bisa mengikuti tren tersebut “*oke guys kayaknya aku perlu speak up. DM aku dari kemarin penuh dengan ikoy-ikoy. Maaf banget aku enggak bisa lakuin itu*” tulisnya di Instagram Story tersebut. Tuter Audi Marissa “*aku lebih baik berbagi untuk orang-orang yang benar-benar butuh, susah makan bahkan juga enggak bisa beli kouta internet untuk DM-DM ikoy begini*”

Dan beberapa Psikolog berpendapat hal yang sama dengan para artis, seperti Psikolog dari Universitas Indonesia, A. Kasandra Putranto menilai tren ikoy-ikoy ini bisa menimbulkan efek kebiasaan, di mana setiap kesulitan dapat diatasi dengan meminta bantuan kepada orang lain tanpa adanya usaha terlebih dahulu. Pendapat yang tidak jauh berbeda diungkap oleh Psikolog dan Founder dari Klinik Psikologi Ruang Tumbuh, Irma Gustiana juga menjelaskan bahwa ikoy-ikoyan sebaiknya tidak menjadi kebiasaan masyarakat. “Jadi artinya kalau memang *siinfluencer* atau *selebgram* ingin menolong, ya menolonglah dengan cara yang mungkin profesional, yang tepat, sehingga tidak salah sasaran”. kata Irma. Ia juga mengatakan, tren ini lama-kelamaan akan menjadi kebiasaan, kemudian akan menjadikan mental seseorang bukan jadi mental yang tangguh, karena dia merasa bahwa meminta kepada seseorang itu adalah jalan keluar.<sup>5</sup>

Tren ikoy-ikoyan ini menjadi pro dan kontra para pengguna media sosial, terutama pengguna Instagram. Banyak orang yang pro terhadap tren ini di karenakan mereka mendapatkan apa yang mereka inginkan dari artis atau *selebgram*. Sedangkan orang yang kontra menilai tren ini sebagai cara mengemis baru, atau mengajarkan warganet meminta-minta pada orang yang tidak dikenal.<sup>6</sup> Program ikoy-ikoyan ini memberikan dampak pada para

---

<sup>4</sup>Farah Nabila, “4 Artis Tolak ajakan Ikoy-Ikoyan, Ogah Ajarkan Mental Peminta-minta”, [suara.com.https://www.suara.com/entertainment/2021/08/03/185150/4-artis-tolak-tren-ikoy-ikoyan-ogah-ajarkan-mental-peminta-minta](https://www.suara.com/entertainment/2021/08/03/185150/4-artis-tolak-tren-ikoy-ikoyan-ogah-ajarkan-mental-peminta-minta),

<sup>5</sup>Qomarria Rosatantin “Ikoy-Ikoyan jadi Tren, ini efeknya menurut Psikolog” *Repubik Online*, <https://m.republika.co.id/amp/qxq1k5425>.

<sup>6</sup>Nariswari, S. L. *Tren Ikoy-Ikoyan Ajarkan Masyarakat Miliki Mental Mengemis?*, compass.com <https://lifestyle.kompas.com/read/2021/08/05/131423420/tren-ikoy-ikoyan-ajarkan-masyarakat-miliki-mental-mengemis>

selegram lainnya untuk membagikan sejumlah uang atau barang untuk parapengikutnya (*followers*). Sedangkan dalam ajaran Islam, meminta-minta itu adalah hal yang tidak terpuji atau dilarang, sebagaimana dalam hadis Rasulullah saw:

عَنْ حَكِيمِ بْنِ حَزَامٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: أَلْيَدُ الْعُلْيَا خَيْرٌ مِنَ الْيَدِ السُّفْلَى، وَابْدَأْ بِمَنْ تَعُولُ، وَخَيْرُ الصَّدَقَةِ عَنْ ظَهْرِ غِنَى، وَمَنْ يَسْتَعْفِفْ يُعِفَّهُ اللَّهُ، وَمَنْ يَسْتَغْنِ يُغْنِهِ اللَّهُ

*“Dari Hakim bin Hizam ra, dari Nabi bersabda: “Tangan yang di atas lebih baik dari pada tangan yang di bawah. Dan mulailah dari orang yang menjadi tanggunganmu. Dan sebaik-baik sedekah adalah yang dikeluarkan dari orang yang tidak membutuhkannya. Barangsiapa menjaga kehormatan dirinya maka Allah akan menjaganya dan barangsiapa yang merasa cukup maka Allah akan memberikan kecukupan kepadanya.” (HR Bukhari)<sup>7</sup>*

Islam mengajarkan umatnya agar memiliki kehormatan diri untuk tidak mengemis atau meminta-minta kepada orang lain. Dalam hadis Nabi Muhammad saw menganjurkan umat islam untuk berusaha dan mencari nafkah apa saja bentuknya, selama itu halal dan baik, tidak ada *syubhat*, tidak ada keharaman dan tidak dengan pengemis. Pengemis adalah orang-orang yang mendapatkan penghasilan dengan meminta-minta di muka umum dengan berbagai cara dan alasan untuk mengharapkan belas kasihan dari orang lain.<sup>8</sup>Kata pengemis biasanya digunakan untuk sebutan bagi orang yang membutuhkan uang, makan, tempat tinggal, atau hal lainnya dengan cara meminta-minta untuk kepentingan pribadinya. Umat islam juga disunnahkan untuk *ta’afful* (memelihara diri dari meminta-minta),<sup>9</sup>sebagaimana firman Allah Swt:

لِلْفُقَرَاءِ الَّذِينَ أُحْصِرُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ لَا يَسْتَطِيعُونَ ضَرْبًا فِي الْأَرْضِ يَحْسَبُهُمُ الْجَاهِلُ أَغْنِيَاءَ مِنَ التَّعَفُّفِ تَعْرِفُهُمْ بِسِيمَاهُمْ لَا يَسْأَلُونَ النَّاسَ إِلْحَافًا وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ خَيْرٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ

*“Apa pun yang kamu infakkan diperuntukkan bagi orang-orang fakir yang terhalang (usahanya karena jihad) di jalan Allah dan mereka tidak dapat berusaha di bumi. Orang yang tidak mengetahuinya mengira bahwa mereka adalah orang-orang kaya karena mereka memelihara diri dari mengemis. Engkau (Nabi Muhammad) mengenal mereka dari ciri-cirinya*

<sup>7</sup>Zainuddin Hamidy, *Terjemah Hadits Shahih al-Bukhari*, juz II, hadis no 1427, (Jakarta Widjaya, 1992), hlm 113

<sup>8</sup>Ahmad Senja Arifin, *“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Profesi Pengemis (Studi kasus Di Kota Serang)”*, (Skripsi Serjana, Fakultas Syri’ah, Universitas Negeri Islam Sultan Maulana Hasanuddin, Banten, 2020), hlm 4

<sup>9</sup>Muhammad Bagir Al-Habsyi, *Fiqh Praktis menurut Al-Qur’an, As-Sunnah, dan Pendapat Para Ulama*, (Bandung: Mizan Media Utama (MMU), 2002), hlm 337.

karena mereka tidak meminta secara paksa kepada orang lain. Kebaikan apa pun yang kamu infakkan, sesungguhnya Allah Maha mengetahui tentang itu”(QS. Al Baqarah /2: 273).<sup>10</sup>

Pada ayat ini memberikan toleransi yang sangat besar yakni menetapkan bahwa hak orang miskin atas harta orang kaya. Dan tidak ada keberatan sedikitpun untuk memberikan sedekah kepada orang fakir, sedekah yang diberikan untuk menutupi atau membantu kebutuhan hidup yang dihadapi oleh orang fakir dan kebajikan tersebut agar bisa dilakukan dengan merata. Orang yang menghindari diri dari meminta-minta kepada orang lain yang menjauhkan diri dari sifat tamak dan orang yang kita ketahui kemiskinannya. Agar bisa menetapkan bahwa pahala orang yang memberikan sedekah dipelihara oleh Allah swt, asal infak yang diberikan dan diniati untuk mengharap keridhaan Allah swt.<sup>11</sup>

Sebenarnya tren ikoy-ikoyan ini menimbulkan dampak positif dikalangan masyarakat diantaranya adalah dapat membantu masyarakat yang kekurangan, meningkatkan rasa kepedulian antar manusia, meringankan beban orang, dan dapat meningkatkan rasa syukur terhadap apa yang dimiliki. Tetapi ikoy-ikoyan juga dapat menimbulkan dampak negatif diantaranya yaitu dapat menjadikan orang terlalu bergantung pada orang lain, bisa menjadikan orang malas, membuat iri orang yang bekerja keras, dan dapat menimbulkan konflik antara orang yang mendapatkan dengan yang tidak dan juga antara orang yang tidak mendapatkan dengan orang yang membuat ikoy-ikoy tersebut.<sup>12</sup>

Terjadinya konflik antara sipemberi dan penerima dikarenakan pemilihan penerima sedekah yang dilakukan secara random. Penerima sedekah adalah salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam bersedekah. Harta yang disedekahkan tentunya memindahkan pengerjaan dan pemanfaatan harta tersebut kepada penerima sedekah. Jangan sampai yang terpilih adalah orang yang menyalurkannya kepada yang tidak benar. Maka hal ini perlu diperhatikan demi mencapai manfaat yang lebih maksimal.<sup>13</sup>

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk membahas dan mengkaji lebih detail dengan menyesuaikan antara fenomena tersebut dengan perspektif al-Qur'an dan menggunakan Tafsir Al Munir karya Wahbah Az Zuhaili.

## **B. Permasalahan Penelitian**

Dengan adanya latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka penulis akan

---

<sup>10</sup>Dapertemen Agama Republik Indonesia, *Al Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Jabal, 2010), hlm 46

<sup>11</sup>Hasbi Ash Shiddieqy, *Tafsir Al Qur'an Al Majid An Nur*, jilid I, (Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2000), hlm 485

<sup>12</sup>Eka Maylana Asmari “Dampak Positif dan Negatif dari Tren Ikoy-Ikoy” *Kompasiana*, <https://www.kompasiana.com/amp/ekamaylanaasmari4917/6117b7c06310e269e2733ac2/dampak-positif-dan-negatif-dari-trend-ikoy-ikoy>,

<sup>13</sup>Reza Pahlevi Dalimunthe, *100 Kesalahan Dalam Sedekah*, (Jakarta: Qultum Media: Juni, 2010), hlm 88

memaparkan permasalahan penelitian dalam skripsi ini kedalam beberapa poin sebagai berikut:

### 1. Identifikasi Masalah

Pemaparan latar belakang masalah di atas memunculkan beberapa permasalahan yang perlu ditinjau. Di antara permasalahan yang dapat diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut:

- a. Adanya pemaksaan pemberian hadiah terhadap para *influencer* oleh para pengikutnya (*followers*)
- b. Banyaknya masyarakat yang mengikuti tren Ikoy-ikoy, sehingga tren ini dijadikan sebagai ajang meminta-minta atau mengemis secara *online*
- c. Pemberian hadiah secara acak atau tidak tepat sasaran
- d. Pentingnya kesadaran masyarakat tentang risiko ketergantungan berlebihan kepada orang lain.

### 2. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan di atas, maka untuk memperjelas permasalahan dan persoalan, penulis akan membatasi permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

#### a. Sedekah

Menurut Al-Jurjani, sedekah bukan hanya tentang harta benda, melainkan pemberian apa pun yang diniatkan untuk meraih pahala dari Allah swt. Sedekah Lebih luas dari zakat dan infak, sedekah mencakup perbuatan baik yang dilakukan kepada orang lain. Pemberian harta memang termasuk sedekah, namun sedekah tidak terbatas pada itu. Senyum, sapa, bantuan tenaga, hingga ilmu yang dibagikan pun termasuk dalam kategori sedekah. Dengan kata lain, sedekah adalah manifestasi kasih sayang dan kepedulian terhadap sesama, yang dapat dilakukan dengan berbagai cara, baik melalui harta maupun perbuatan.<sup>14</sup>Sedekah bukan hanya bermanfaat bagi yang menerima, tetapi juga bagi yang memberi. Pahala dari Allah swt dan ketenangan hati merupakan ganjaran yang tidak ternilai bagi para pemberi sedekah. Meskipun banyak ayat yang membahas tentang sedekah, maka penulis akan membatasi pembahasan pada aspek pemberian sedekah secara acak atau tidak tepat sasaran, ayat yang akan dikaji yakni: QS. Al-Baqarah [2]:177, 215 dan 263, QS. At-Taubah [9]: 60. Keempat ayat tersebut merupakan ayat-ayat yang menjelaskan siapa saja orang yang berhak menerima sedekah, dan etika dalam bersedekah dengan merujuk kepada kitab tafsir Al Munir karya Wahbah

---

<sup>14</sup>Ahmad Iqbal Siregar, *Fenomena Pengemis di Trafic light Simpang empat Jl Aksara Medan (Studi Analisa dari perspektif Al Quran tentang sedekah dan infak)*. (Undergraduate Thesis Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2015), hlm 11

Az Zuhaili.

b. Implementasi

Istilah "implementasi" berakar dari kata bahasa Inggris "*to implement*" yang berarti "melaksanakan" atau "mengimplementasikan". Secara sederhana, implementasi dapat diartikan sebagai proses penyediaan sarana dan prasarana yang diperlukan untuk melaksanakan suatu program, kebijakan, atau ide dengan tujuan menghasilkan dampak atau akibat yang diharapkan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Implementasi adalah pelaksanaan atau penerapan. Kata pelaksanaan sendiri secara harfiah adalah berasal dari kata laksana yang berarti kelakuan atau perbuatan, Secara etimologis, "implementasi" berarti "melaksanakan" atau "menerapkan". Dalam konteks yang lebih luas, implementasi dapat diartikan sebagai suatu rangkaian aktivitas yang terencana dan sistematis untuk mewujudkan suatu ide, konsep, kebijakan, program, atau inovasi menjadi tindakan nyata.<sup>15</sup>

c. Ikoy-Ikoy

Ikoy-ikoy adalah sebuah permainan berbagi barang atau uang secara gratis, yang pertama kali dicetuskan oleh Arief Muhammad. Cara bermain ikoy ikoy ini sangat sederhana, Arief Muhammad hanya memilih *Direct Message* (DM) Instagram yang dikirimkan para pengikutnya secara acak. Kemudian, orang yang terpilih akan diberikan hadiah berupa uang atau barang. Akan tetapi, permainan ikoy ikoy ini juga membuat sebagian pihak merasa kurang nyaman. karena, beberapa warganet terkesan mengemis bahkan memaksa sejumlah *Influncer* untuk menggelar tren ini.

d. Media Sosial

Media sosial adalah pelantar digital yang memfasilitasi penggunaanya untuk saling berinteraksi, berkomunikasi, berkolaborasi atau membagikan konten berupa tulisan, foto, video dengan satu sama lain dan dilakukan secara daring yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Salah satu media sosial yang populer dan banyak digunakan oleh masyarakat umumnya yakni Instagram. Saat ini Media sosial Instagram menjadi kebutuhan teknologi bagi semua orang, karena media sosial mengajak berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tidak terbatas kepada siapapun yang tertarik. Banyak perubahan pada

---

<sup>15</sup>A. Rahmawati, "Implementasi Kebijakan Program Pengembangan Komoditas Pada Kawasan Strategis Kabupaten Di Kabupaten Bone". (*Undergraduate thesis*, Universitas Muhammadiyah Makasar, 2020), hlm 2

kehidupan di masyarakat yang telah disebabkan oleh Instagram.<sup>16</sup> Media sosial seperti Instagram diramaikan dengan tren berbagi kebahagiaan yaitu program ikoy-ikoyan yang dicetuskan oleh *influencer* Arief Muhammad.

### 3. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini sesuai dengan latar belakang, identifikasi masalah dan batasan masalah, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana penafsiran Wahbah Az Zuhaili dalam Tafsir Al-Munir mengenai ayat-ayat sedekah?
2. Bagaimana strategi Pemberian sedekah dalam tren Ikoy-Ikoy menurut perspektif Al-Qur'an?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah penulis paparkan, maka penulis memaparkan tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengungkap penafsiran Wahbah Az Zuhaili dalam Tafsir Al-Munir mengenai ayat-ayat sedekah
2. Untuk mengetahui strategi pemberian sedekah pada tren ikoy-ikoy dalam perspektif Al-Qur'an

### D. Manfaat Penelitian

Disamping memiliki tujuan, penelitian ini juga memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, antara lain:

1. Secara teoritis, diharapkan seluruh tahapan penelitian serta hasil penelitian yang diperoleh dapat memperluas wawasan dan sekaligus memperoleh pengetahuan khususnya di prodi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir.
2. Secara praktis, penelitian ini mampu memberikan pencerahan bagi pihak-pihak yang melaksanakan kegiatan sedekah melalui media sosial. Serta menjadikan kontribusi bagi masyarakat dan untuk menjadikan bahan rujukan memahami makna sedekah dan tidak dijadikan pekerjaan sebagai pengemis.

### E. Kajian Terdahulu

Sebelum menyelami penelitian tentang sedekah di media sosial berdasarkan kitab Tafsir Al-Munir karya Wahbah Az Zuhaili, penting untuk mengkaji terlebih dahulu penelitian-penelitian

---

<sup>16</sup>Akbar, Nouval Fitra, Andhita Risko Faristiana. "Perubahan Sosial dan Pengaruh Media Sosial Tentang Peran Instagram dalam Membentuk Identitas Diri Remaja." *Simpati: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Bahasa* (2023), hlm 103

terdahulu yang relevan. Kajian pustaka ini menjadi landasan kokoh bagi penelitian ini. Melalui kajian pustaka, peneliti menelaah berbagai sumber, seperti jurnal, skripsi, tesis, dan buku, untuk memahami kelebihan dan kekurangan penelitian sebelumnya terkait fenomena sedekah di media sosial. Kajian ini juga mencakup landasan teori dan rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian-penelitian terdahulu, serta prosedur pemilihan data yang mereka terapkan. Pembahasan terkait fenomena sedekah melalui media sosial ini sudah sering terjadi sejak lama, namun kali ini tren tersebut menuai banyak kontra karena ruang lingkup penggunaan media sosial sudah lebih menyebar luas serta cara dalam bersedekah ini dianggap tidak baik. Namun, Pembahasan kali ini tidak kalah menarik untuk dijadikan penelitian, sebab gagasan ulama dan perspektif Al Qur'an menjadi hal penting untuk dijadikan rujukan. Adapun penelitian mengenai konsep sedekah terdahulu yaitu sebagai berikut:

1. Implementasi QS. Al-Baqarah: 271 Dalam Konten Sedekah *Youtuber* (Baim Paula), Karya Fatih Akbar Nur. Skripsi ini membahas terkait gaya sedekah baim paula yang terinspirasi oleh Q.s Al-Baqarah ayat 271 mencerminkan fleksibilitas dalam pelaksanaan sedekah, Ayat tersebut memberikan panduan bahwa baik sedekah secara sembunyi-sembunyi maupun terang-terangan diperbolehkan dan setiap individu dapat menentukan versi terbaik sesuai dengan niat dan tujuan mereka. Jika menghindarinya (kesombongan) adalah perhatian, disarankan untuk bersedekah secara rahasia (*sir*), sementara jika sedekah ditujukan sebagai sarana dakwah, disarankan untuk memperlihatkannya.<sup>17</sup> Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu skripsi ini hanya memfokuskan analisis ayat ditinjau dari QS. Al- Baqarah ayat 271, juga melaksanakan kegiatan bersedekah dengan terjun langsung kelapangan sehingga dapat memastikan bahwa yang menerimanya adalah orang yang berhak atas sedekah tersebut.
2. Fenomena Ikoy-Ikoy di Media Sosial dalam perspektif Al Qur'an (Studi Kitab Tafsir Al-Mishbah tentang ayat meminta-minta), karya Rochimia Tasya. Skripsi ini membahas terkait sedekah dalam konten instagram terhadap fenomena tren ikoy-ikoy yang pertama kali dicetuskan oleh Arief Muhammad. Tren Ikoy-ikoy yang digagas oleh YouTuber dan pengusaha Arief Muhammad, menjadi fenomena di media sosial. Kegiatan ini merupakan aksi berbagi kebahagiaan dengan cara memberikan hadiah secara gratis kepada pengikutnya di Instagram. Hadiah tersebut dipilih secara acak melalui Pesan Langsung (DM) dan dapat berupa uang, makanan, atau barang lainnya yang dibutuhkan. Meskipun bertujuan mulia, tren Ikoy-ikoy ini menuai pro-kontra. Di satu sisi, banyak

---

<sup>17</sup> Faith Akbar Nur, "*Implementasi QS. Al Baqarah : 271 Dalam konten sedekah Youtuber (Baim Paula)*, (Skripsi serjana, Fakultas Syari'ah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang, 2022)

yang menyambut baik dan antusias dengan kegiatan ini karena dianggap sebagai bentuk kepedulian dan membantu orang lain di masa sulit. Di sisi lain, ada juga yang mengkritiknya sebagai bentuk ajakan meminta-minta karena hadiah hanya diberikan kepada orang yang secara aktif meminta di DM. Maka dapat ditinjau permasalahan yang terjadi menggunakan sudut pandang tafsir Al Misbah karya Prof M. Quraish Shihab, analisa ayat yang ditinjau Q.S Al-Baqarah 177 dan 273, QS. Al Fussilat 10, Q.s Az Zariyat 19, Q.s Al Ma'arij 24-25.<sup>18</sup> Perbedaan dengan penelitian penulis yaitu skripsi ini hanya memfokuskan tentang ayat yang meminta-minta (*Sa'il*) dan memfokuskan pandangan tafsir Al Misbah karya Prof M. Quraish Shihab, analisa ayat ditinjau dari Qs. Al-Baqarah [2]:177 dan 273, Qs. Al Fussilat [41]:10, Q.s Az Zariyat [51]:19, Q.s Al Ma'arij [70] 24-25.

3. Dimensi Sosial Pada Ayat-Ayat Sedekah (Studi Analisis Pemikiran Asy- Sya'rawi Dalam Tafsir Al-Sya'rawi) Karya Nur Indah Yuliani. Skripsi ini membahas Terkait 3 ayat yang diambil untuk mewakili ayat-ayat sedekah, yaitu Qs. Al-Baqarah ayat 264, 271 dan Qs. At-Taubah ayat 103. Syeikh Asy-Sya'rawi menguraikan tentang waktu, cara dan hukum bersedekah secara jelas. Selanjutnya, pemikiran sosial beliau terhadap ayat sedekah ini bahwa tiap-tiap manusia yang telah diberikan harta benda oleh Allah swt maka hendaklah menyisihkan harta yang dimilikinya. Sebab dengan menyisihkan sebagian harta yang dimiliki, akan menjadikan orang tersebut tenang hatinya dan suci hartanya. Bersedekah lebih baik dilakukan secara sembunyi-sembunyi agar terhindar dari rasa riya, sebab apabila sedekah dilakukan dengan tujuan untuk riya maka tidak akan ada yang didapat kecuali rasa senang karena riya itu dan tidak ada kebajikan sekecil apapun yang akan di dapatkannya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu skripsi ini hanya memfokuskan pandangan mufasir Al-Sya'rawi, tidak menggunakan media sosial sebagai sarana berbagi sedekah.<sup>19</sup>
4. Skripsi yang berjudul "Konsep Sedekah Prespektif Yusuf Mansur Dalam Buku *The Miracle Of Giving*" yang ditulis oleh Nurman Jaya. Skripsi ini memaparkan pemikiran Yusuf Mansur tentang sedekah. Baginya sedekah harus didasarkan pada keikhlasan dan keyakinan serta dikaitkan dengan jalan ibadah. Baginya siapa saja yang memiliki masalah dan kebutuhan, sedekah adalah cara untuk menyelesaikan masalah tersebut. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu bahwa penelitian ini

---

<sup>18</sup> Rochimia Tasya, "*Fenomena Ikoy-Ikoy di Media Sosial (Studi Kitab Tafsir Al Misbah tentang ayat meminta-minta)*", (Skripsi Serjana, Fakultas Ushuluddin, Institut Agama Islam Kudus), Kudus 2022)

<sup>19</sup>Nur Indah Yuliani, "*Dimensi Sosial Pada Ayat-Ayat Sedekah (Studi Analisis Pemikiran Asy- Sya'rawi Dalam Tafsiir Al-Sya'rawi)*" (Skripsi S1, Institut Ilmu Al-Qur'an Jakarta, 2018).

pengambilan sudut pandang yang berbeda, tidak menggunakan media sosial sebagai sarana berbagi sedekah, tetapi mengambil informasi dari buku, khususnya buku karya Yusuf Manshur sendiri.<sup>20</sup>

5. Artikel Jurnal yang berjudul konfigurasi Filantropi islam era digital (studi peran sedekah pada aplikasi media sosial Youtube yang ditulis oleh nuril Miladi Fiaunillah. Jurnal ini menjelaskan bahwa pengaruh konten sedekah di YouTube terhadap masyarakat komponen, untuk memetakan beragam konten positif yang mengandung unsur sedekah pada platform YouTube Indonesia, Teknik random sampling dilakukan dengan memasukkan kata kunci pada kolom pencarian seperti “konten berbagi”, “berbagi rezeki” dan beberapa kata dengan topik yang sama. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu bahwa penelitian ini tidak menggunakan dalil dan tidak memakai sudut pandang dari pada tokoh terkait.<sup>21</sup>

## F. Metode Penelitian

Metode pada dasarnya berarti cara yang dipergunakan untuk mencapai tujuan. Arti luas metode adalah cara bertindak menurut sistem atau aturan tertentu. Sedangkan arti khususnya adalah cara berfikir menurut aturan atau sistem tertentu. Sedangkan, Penelitian adalah upaya menyelidiki dan menelusuri suatu masalah dengan menggunakan cara kerja ilmiah secara cermat dan teliti untuk mengumpulkan, mengelolah, melakukan analisis data dan mengambil kesimpulan secara sistematis dan objektif guna memecahkan suatu masalah. Adapun dalam metodologi penelitian ini, penulis akan menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode Kualitatif dengan kajian *library research*. Penelitian kualitatif yaitu proses penelitian untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alami dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang ingin dibahas.<sup>22</sup> Studi keperpustakaan atau *library research* yaitu suatu studi yang digunakan dalam mengumpulkan informasi dan data dengan bantuan berbagai macam material yang ada diperpustakaan seperti buku, jurnal, majalah, karya ilmiah dan sebagainya. Dengan langkah awal Disini penulis akan mengumpulkan ayat-ayat yang berkaitan dengan orang-orang yang berhak menerima sedekah, etika dalam bersedekah dan Tafsirannya.

### 2. Sumber Data

---

<sup>20</sup> Nurman Jaya, “*Konsep Sedekah Prespektif Yusuf Mansur Dalam Buku The Miracle Of Giving*” (Skripsi S1, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung , 2018)

<sup>21</sup>Noviyanti, Ririn. "Konfigurasi Filantropi Islam Era Digital: Studi Peran Sedekah Pada Aplikasi Media Sosial Youtube." *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Perbankan Syariah* 6, no. 2 (2022)

<sup>22</sup>Lexy J Moelong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), hlm 6

Sumber data yang digunakan dalam penulisan skripsi ini yaitu terdiri dari sumber data primer<sup>23</sup> dan sumber data skunder<sup>24</sup> (sumber data pokok dan sumber data penunjang).

a. Sumber Data Primer

Penelitian ini didasarkan pada sumber asli yang memuat informasi atau data yang dianalisis. Sumber utama yang digunakan adalah kitab suci Al-Qur'an, pedoman untuk umat Islam. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan kitab Tafsir al-Munir karya Wahbah al-Zuhaili sebagai sumber utama.

b. Sumber Data Skunder

Data penelitian yang diperoleh dari hasil kajian pustaka berdasarkan buku-buku referensi yang mengkaji tentang pembahasan terkait judul penelitian, yang menjadi sumber data pendukung dalam penelitian ini diambil dari buku-buku, jurnal, artikel dan literatur lainnya yang berkaitan dengan tema penelitian ini.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode dokumentasi, studi dokumen merupakan teknik pengumpulan suatu data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, gambar, hasil karya maupun elektronik. Dokumen yang diperoleh kemudian dianalisis dan dipadukan (sintesis) membentuk satu kajian yang sistematis, terpaduh dan utuh.<sup>25</sup> Teknik pengumpulan data pada penelitian ini terlebih dahulu dilakukan dengan mencari ayat yang berkaitan dengan tema yang dikaji. Fenomena tren ikoy-ikoy di media sosial ini akan diklupas dengan pendekatan ayat-ayat suci Al Qur'an dan kitab tafsir Al Munir sebagai sumber utama. Untuk memperkaya penelitian ini, berbagai sumber sekunder seperti skripsi, jurnal, dan buku yang membahas tema terkait telah dikaji. Mengingat sifat data penelitian yang lebih menekankan pada interpretasi kualitatif, metode deskriptif kualitatif dipilih sebagai pendekatan yang tepat. Data penelitian ini disajikan dalam bentuk naratif, bukan numerik, sehingga metode ini memungkinkan analisis yang lebih mendalam dan komprehensif.

4. Teknik Analisa Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data *content analysis* (analisis isi). *Content analysis* merupakan proses sistematis untuk mencari dan menyusun data yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti hasil kepustakaan, penelitian terdahulu, dan bahan-bahan lain.

---

<sup>23</sup> Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Lihat Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm 225

<sup>24</sup> Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Lihat Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm 225

<sup>25</sup> Natalina Nilamsari, "memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif", *Jurnal Ilmiah Komunikasi XIII*, no 2, (Juni 2014), hlm 181

Melalui *content analysis*, data tersebut diolah dan diorganisir sedemikian rupa agar mudah dipahami dan dianalisis. Ayat yang akan dibahas dipenelitian ini terlebih dahulu akan dikumpulkan dan selanjutnya akan dibahas sesuai penafsirannya. Penelitian ini memfokuskan pada ayat yang berkaitan dengan tema. Oleh karena itu penelitian ini menggunakan metode tematik (*maudhu'i*) yaitu metode yang menghimpun beberapa ayat dalam Al-Qur'an yang membahas tentang tema yang akan dikaji.

#### **G. Sistematika Penulisan**

Penulisan penelitian ini mengikuti panduan yang ditetapkan dalam Pedoman Teknis Penulisan Skripsi UIN Sumatera Utara (UINSU) Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam tahun 2023. Sistematika penulisan ini bertujuan untuk memaparkan secara terstruktur bagian-bagian yang akan dibahas dalam penelitian. Berikut sistematika penulisan yang digunakan:

**BAB I :** Bab ini berisikan pendahuluan yang memuat latar belakang masalah, batasan masalah dan rumusan masalah. Setelah itu membahas tujuan dan manfaat penelitian, kajian terdahulu, metode penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, teknik analisa data serta sistematika penulisan.

**BAB III :** Bab ini berisikan tentang biografi mufassir Wahbah Az-Zuhaili yang meliputi pendidikan dan karir Wahbah Az-Zuhaili, guru-gurunya, karya-karyanya dan kitab Tafsir Al-Munir.

**BAB IV :** Bab ini berisikan tentang penafsiran mengenai ayat-ayat sedekah dalam kitab Tafsir Al-Munir karya Wahabah Az-Zuhaili dan hasil penelitian penulis mengenai sedekah dalam Al-Qur'an Perspektif Wahbah Az-Zuhaili dalam Tafsir Al Munir dan hubungannya dengan tren ikoy-ikoy.

**BAB V :** Bab ini merupakan akhir dalam penyusunan skripsi ini yang berisikan tentang kesimpulan dan saran-saran. Kesimpulan yaitu jawaban dari penelitian atas persoalan yang tertera pada rumusan masalah. Sedangkan saran berisihal-hal yang mungkin berguna dan meningkatkan pemahaman pembaca.