

Pendapatan dari Gift dalam Live Streaming TikTok Perspektif Hadis Nabi: Analisis terhadap Harga Diri dan Rasa Malu

Miktahul Hasanah Siregar, Ardiansyah

Universitas Islam Negeri (UIN) Sumatera Utara Medan, Indonesia

Email: miktahul40622045@uinsu.ac.id

Abstract

The emergence of income through gifts on TikTok's live streaming feature represents a new form of digital economic activity while raising ethical and religious concerns, particularly when income generation involves behaviors that may undermine self-esteem and erode a sense of shame. This study aims to analyze the practice of receiving income from gifts during TikTok live streaming from the perspective of Prophetic Hadith, particularly the principles of preserving personal dignity, avoiding begging, and maintaining a sense of shame in Islam. This qualitative study employs a hadith study approach. Data were collected through an examination of relevant hadiths from primary and secondary sources and analyzed thematically by relating their meanings to the phenomenon of TikTok live streaming. The findings indicate that receiving gifts can be considered permissible as long as the income is generated through lawful activities that do not involve self-exploitation, the display of awrah or personal disgrace, or behavior that compromises human dignity. Conversely, live streaming practices that deliberately exploit the body, dignity, or sense of shame to obtain gifts are inconsistent with the Prophetic values of preserving personal dignity ('iffah) and modesty (haya'). These findings demonstrate that the permissibility of digital income is determined not only by the form of the transaction but also by the manner in which the income is obtained.

Keywords: Gift Income, Prophetic Hadith, TikTok Live Streaming, Self-Esteem, Shame.

Abstrak

Fenomena pendapatan melalui *gift* dalam fitur *live streaming* TikTok menunjukkan perkembangan baru dalam praktik ekonomi digital sekaligus memunculkan persoalan etika dan keagamaan, terutama ketika perolehan pendapatan melibatkan perilaku yang berpotensi merendahkan harga diri dan mengikis rasa malu. Penelitian ini bertujuan menganalisis praktik penerimaan pendapatan dari *gift* dalam *live streaming* TikTok berdasarkan perspektif Hadis Nabi, khususnya terkait prinsip menjaga kehormatan diri, larangan meminta-minta, dan kedudukan rasa malu dalam Islam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi hadis. Data diperoleh melalui penelusuran hadis-hadis yang relevan dari sumber primer dan sekunder, kemudian dianalisis secara tematik dengan mengaitkan kandungan hadis dengan fenomena *live streaming* TikTok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerimaan *gift* pada dasarnya dapat dibenarkan sepanjang diperoleh melalui aktivitas yang halal, tidak mengandung unsur eksploitasi diri, tidak mempertontonkan aurat atau aib, serta tidak dilakukan melalui perilaku yang merendahkan martabat. Sebaliknya, praktik *live streaming* yang secara sengaja mengeksploitasi tubuh, kehormatan, atau rasa malu demi memperoleh *gift* bertentangan dengan nilai-nilai hadis tentang penjagaan kehormatan ('*iffah*) dan rasa malu (*haya*'). Temuan ini menegaskan bahwa keabsahan pendapatan digital tidak hanya ditentukan oleh bentuk transaksinya, tetapi juga oleh cara pendapatan tersebut diperoleh.

Kata kunci: Pendapatan Gift, Hadis Nabi, Live Streaming TikTok, Harga Diri, Rasa Malu.

A. Pendahuluan

Islam merupakan ajaran yang memiliki cakupan komprehensif dalam mengatur berbagai dimensi kehidupan manusia dengan Al-Qur'an dan Hadis sebagai sumber utama pedoman normatif. Ajaran Islam tidak hanya mengatur aspek *'ubudiyyah* yang berkaitan dengan hubungan manusia dengan Allah SWT, tetapi juga aspek *muamalah* yang mengatur hubungan sosial, ekonomi, dan interaksi antarmanusia. Dengan demikian, orientasi ajaran Islam tidak terbatas pada persoalan kehidupan ukhrawi, tetapi juga mencakup aktivitas kehidupan duniawi, termasuk bagaimana manusia memperoleh dan mengelola penghasilan secara halal, bermartabat, dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariat. Dorongan untuk bekerja dan berusaha memperoleh penghidupan secara mandiri antara lain ditegaskan dalam Al-Qur'an Surah al-Mulk ayat 15 yang menunjukkan bahwa bumi disediakan sebagai ruang bagi manusia untuk beraktivitas dan mencari rezeki. Sebagaimana berikut:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Artinya: *Dialah yang menjadikan bumi yang mudah digunakan untuk kepentingan kamu. Maka berjalanlah pada penjuru-penjurnya dan makanlah sebagian dari rezekinya dan kepada Allah tempat kembali.*

Ayat tersebut menegaskan bahwa Allah menjadikan bumi mudah untuk digunakan agar manusia berjalan di segala penjurunya dan memakan sebagian dari rezeki-Nya. Dalam kajian etos kerja Islam kontemporer, sikap ikhlas, amanah, dan tanggung jawab dalam bekerja ditegaskan sebagai wujud komitmen seorang muslim terhadap profesinya.¹ Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola komunikasi dan interaksi masyarakat secara signifikan, terutama melalui media sosial, salah satunya aplikasi *TikTok*. Fitur *live streaming* pada platform ini telah mendorong berkembangnya budaya pemberian hadiah virtual (yang dikenal dengan istilah *gifting*), yang oleh sejumlah studi internasional dinilai sebagai bagian dari fenomena *creator economy* yang terus berkembang di berbagai platform media sosial.² Praktik pemberian hadiah ini juga dipahami sebagai manifestasi dari ekonomi perhatian (*economy of attention*), di mana nilai sosial dan simbolik penonton dikonversi menjadi keuntungan ekonomi bagi pembuat konten.²

Namun demikian, kemudahan teknologi ini turut mendorong munculnya konten yang merendahkan martabat diri tanpa rasa malu, seperti mandi lumpur, berendam di air kotor, memakan cabai, berjoget-joget, tiduran di hutan, hingga menari di area pekuburan, yang

¹ Sara Alida Volkmer and Martin Meißner, "Beyond Livestreaming: The Rise of Social Media Gifting and Paid Memberships – A Systematic Literature Review and Future Research Agenda," *Journal of Business Research* 185 (December 2024): 114915, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114915>.

² Cristina-Oana Cristea, "The Political Economy of the Gifts on Tiktok," *Sociologie Romaneasca* 22, no. 2 (December 2024): 29–50, <https://doi.org/10.33788/sr.22.2.2>.

seluruhnya dilakukan demi memperoleh *gift* dari penonton. Perilaku ini tidak terbatas pada kelompok usia tertentu, melainkan turut melibatkan kelompok rentan seperti lanjut usia yang dieksploitasi oleh pembuat konten demi menarik simpati dan *gift* penonton.³ Fenomena ini oleh sejumlah peneliti turut dipahami sebagai bentuk komodifikasi empati, yakni perubahan rasa iba penonton menjadi komoditas yang bernilai ekonomis melalui fitur *live streaming*, sehingga oleh masyarakat dan warganet praktik ini kerap disebut sebagai "pengemis online", dan telah mendorong pemerintah Indonesia untuk mengambil sejumlah langkah kebijakan pengendalian melalui koordinasi lintas lembaga.

Dalam perspektif hukum Islam, istilah untuk pengemis atau orang yang meminta-minta adalah *al-Sa'il*, merujuk pada individu yang berada dalam kondisi finansial sulit yang memohon bantuan. Meminta-minta tanpa adanya keadaan darurat dianggap bertentangan dengan prinsip kemandirian serta nilai kerja keras yang dijunjung tinggi dalam Islam, meskipun beberapa penilaian fikih modern berpendapat bahwa pengemis dalam kondisi mendesak masih diizinkan asalkan tidak mengandung unsur yang merugikan. Dalam prinsip ajaran Islam, aktivitas bekerja sangat dianjurkan dan dianggap sebagai bentuk ibadah, asalkan dilakukan dengan niat yang tulus, mematuhi etika yang baik, dan bertujuan untuk mendapatkan penghasilan yang halal serta berkah, sembari memberikan manfaat untuk diri sendiri, keluarga, dan masyarakat sekitar.⁴

B. Hasil dan Pembahasan

1. Faktor Pendorong Praktik Live Streaming yang Berpotensi Merendahkan Martabat dan Rasa Malu

Perkembangan teknologi digital telah memberikan pengaruh yang mendalam pada berbagai sisi kehidupan, termasuk sektor ekonomi. Fenomena ini terlihat dari popularitas platform media sosial dengan fitur siaran langsung seperti tik-tok, yang kini bertransformasi menjadi sarana interaksi ekonomi disamping fungsi hiburannya. Melalui fitur tersebut, penonton dapat memberikan gift sebagai bentuk penghargaan kepada kreator. Hadiah digital tersebut nantinya dapat dicairkan menjadi uang tunai, sebuah fenomena yang kini dikenal sebagai gifting atau saweran digital dalam ekosistem ekonomi kreatif modern.⁵

Namun, seiring perkembangannya muncul berbagai jenis konten yang dianggap merendahkan harga diri dan mengikis kesopanan demi mendapatkan hadiah virtual,

³ Yuli Kasmarani, Muhammad Torik, and Rian Saputra, "Pandangan Hukum Pidana Islam Dan Hukum Positif Terhadap Eksploitasi Lansia Pengemis Online," *Ta'zir: Jurnal Hukum Pidana* 7, no. 1 (June 2023): 80–91, <https://doi.org/10.19109/tazir.v7i1.24081>.

⁴ Muhammad Abdullah Tamsri, "Mengemis Online di TikTok: Etika Dan Perspektif Masalah Mursalah," *Fawa'id: Sharia Economic Law Review* 6, no. 2 (September 2024): 107, <https://doi.org/10.31332/flr.v6i2.10167>.

⁵ Apiradee Wongkitrungrueng, Nassim Dehouche, and Nuttapol Assarut, "Live Streaming Commerce from the Sellers' Perspective: Implications for Online Relationship Marketing," *Journal of Marketing Management* 36, nos. 5–6 (March 2020): 488–518, <https://doi.org/10.1080/0267257X.2020.1748895>.

popularitas dan perhatian publik. Praktik memperoleh pendapatan melalui siaran langsung pada platform digital dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial dan ekonomi. Dalam konteks pengemisan daring melalui media sosial, terdapat sejumlah kondisi yang dapat mendorong individu memanfaatkan fitur *live streaming* untuk memperoleh dukungan finansial berupa donasi maupun *virtual gift*. Faktor-faktor tersebut meliputi kondisi ekonomi, tingkat pendidikan, pengaruh media sosial, dan lingkungan sosial.

Pertama, Faktor Ekonomi. Kondisi ekonomi merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong individu memanfaatkan media sosial sebagai sarana memperoleh pendapatan. Keterbatasan kesempatan kerja, tingkat pendapatan yang rendah, dan tekanan pemenuhan kebutuhan hidup dapat meningkatkan kecenderungan individu untuk mencari alternatif sumber penghasilan. Dalam situasi tersebut, fitur *live streaming* yang memungkinkan audiens memberikan donasi atau *virtual gift* dapat dimanfaatkan sebagai salah satu mekanisme memperoleh pendapatan secara digital.

Tekanan ekonomi yang berlangsung secara berkelanjutan juga berpotensi memengaruhi pertimbangan individu dalam menentukan cara memperoleh penghasilan. Dalam kondisi tertentu, kebutuhan ekonomi dapat mendorong individu mengesampingkan pertimbangan etis dan norma sosial ketika melakukan aktivitas monetisasi melalui media digital. Dengan demikian, faktor ekonomi tidak hanya berkaitan dengan kebutuhan memperoleh pendapatan, tetapi juga dapat memengaruhi pilihan individu terhadap bentuk dan cara memperoleh pendapatan tersebut.

Kedua, Faktor Tingkat Pendidikan. Tingkat pendidikan juga dapat berhubungan dengan kemampuan individu dalam memperoleh akses terhadap pekerjaan dan sumber pendapatan yang lebih beragam. Keterbatasan pendidikan dan keterampilan yang relevan dengan kebutuhan pasar kerja dapat membatasi kesempatan individu untuk memperoleh pekerjaan dengan tingkat pendapatan yang memadai. Kondisi tersebut pada akhirnya dapat meningkatkan ketergantungan terhadap sumber pendapatan alternatif, termasuk pemanfaatan platform digital sebagai sarana memperoleh penghasilan. Hubungan antara kualitas pendidikan, kesempatan ekonomi, dan kondisi sosial-ekonomi telah menjadi perhatian dalam kajian mengenai peran pendidikan terhadap pembangunan ekonomi.⁶

Selain aspek ekonomi, tingkat pendidikan juga berkaitan dengan kapasitas individu dalam memahami dan mengevaluasi konsekuensi penggunaan media sosial. Keterbatasan literasi digital dapat menyebabkan sebagian pengguna kurang mampu mengidentifikasi risiko etis maupun sosial dari aktivitas yang dilakukan di ruang digital. Dalam konteks

⁶ Eric A. Hanushek and Ludger Woessmann, *The Role Of Education Quality For Economic Growth* (World Bank, Washington, DC, 2007), <https://doi.org/10.1596/1813-9450-4122>.

live streaming, kondisi tersebut dapat meningkatkan kerentanan individu terhadap pola penggunaan media sosial yang berorientasi pada popularitas, perhatian publik, dan keuntungan material tanpa mempertimbangkan secara memadai norma sosial serta konsekuensi dari perilaku yang ditampilkan.

Ketiga, Pengaruh Media Sosial. Media sosial telah mengalami perkembangan dari sekadar sarana komunikasi menjadi ruang interaksi sosial, hiburan, dan aktivitas ekonomi. Intensitas penggunaan media sosial dapat memengaruhi pola interaksi dan perilaku individu, khususnya ketika perhatian, pengakuan sosial, dan popularitas menjadi bagian dari orientasi penggunaan platform digital. Sejumlah penelitian menunjukkan adanya keterkaitan antara penggunaan media sosial yang bermasalah, *fear of missing out* (FoMO), dan perubahan pola interaksi sosial individu, termasuk kecenderungan untuk memperoleh validasi melalui lingkungan digital.⁷

Dalam konteks *live streaming*, mekanisme interaksi secara real time memungkinkan kreator memperoleh respons langsung dari audiens melalui komentar, jumlah penonton, serta pemberian *virtual gift*. Intensitas interaksi tersebut dapat membentuk pola perilaku yang semakin berorientasi pada keterlibatan audiens. Ketika perhatian dan pemberian *gift* diposisikan sebagai indikator keberhasilan, sebagian pengguna dapat terdorong untuk menghasilkan konten yang semakin sensasional atau ekstrem guna mempertahankan perhatian penonton.

Selain itu, tingginya keterlibatan pengguna dalam ekosistem media sosial dapat meningkatkan paparan terhadap berbagai tren dan pola perilaku yang berkembang di ruang digital. Interaksi dan keterlibatan audiens dalam *live streaming* diketahui memiliki hubungan dengan kecenderungan pemberian *gift* kepada creator.⁸ Kondisi tersebut menunjukkan bahwa karakteristik interaktif media sosial tidak hanya membentuk pola komunikasi, tetapi juga menciptakan insentif ekonomi yang dapat memengaruhi perilaku kreator dalam menghasilkan dan mempertahankan konten.

Keempat, Faktor Lingkungan. Lingkungan sosial merupakan faktor lain yang dapat memengaruhi pembentukan perilaku individu dalam menggunakan media sosial. Keluarga, kelompok pertemanan, dan lingkungan masyarakat berperan dalam membentuk nilai, norma, serta pola perilaku yang diinternalisasi oleh individu. Dalam

⁷ Sabah Balta et al., "Neuroticism, Trait Fear of Missing Out, and Phubbing: The Mediating Role of State Fear of Missing Out and Problematic Instagram Use," *International Journal of Mental Health and Addiction* 18, no. 3 (June 2020): 628–39, <https://doi.org/10.1007/s11469-018-9959-8>.

⁸ Eun Yu et al., "Impact of Viewer Engagement on Gift-Giving in Live Video Streaming," *Telematics and Informatics* 35, no. 5 (August 2018): 1450–60, <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.03.014>.

perspektif *Social Learning Theory*, perilaku dapat dipelajari melalui proses observasi, imitasi, dan penguatan yang diperoleh dari lingkungan sosial.⁹

Dalam lingkungan digital, mekanisme tersebut dapat berlangsung melalui pengamatan terhadap perilaku kreator lain yang memperoleh perhatian, popularitas, maupun keuntungan ekonomi melalui konten tertentu. Apabila perilaku tersebut memperoleh respons positif berupa peningkatan jumlah penonton, komentar, atau *virtual gift*, maka respons tersebut dapat berfungsi sebagai bentuk penguatan sosial yang mendorong reproduksi perilaku serupa. Sebaliknya, lingkungan yang memiliki kontrol sosial dan internalisasi nilai etis yang lebih kuat dapat berperan sebagai mekanisme pengendalian terhadap perilaku yang berpotensi merendahkan martabat individu.

Dapat dikatakan bahwa faktor lingkungan tidak hanya berperan dalam membentuk persepsi individu mengenai perilaku yang dianggap dapat diterima, tetapi juga memengaruhi proses pembelajaran sosial dalam penggunaan media digital. Dalam konteks *live streaming*, interaksi antara lingkungan sosial, respons audiens, dan insentif ekonomi dapat menciptakan kondisi yang mendorong sebagian pengguna mempertahankan perilaku tertentu demi memperoleh popularitas maupun *virtual gift*.

2. Dinamika Live Streaming dan Praktik Perolehan Virtual Gift

Perkembangan teknologi digital telah membentuk pola interaksi sosial baru melalui ruang siber, termasuk melalui fitur *live streaming* pada berbagai platform media sosial. Fitur tersebut memungkinkan pengguna melakukan siaran secara langsung dan berinteraksi dengan audiens secara *real time*. Dalam konteks TikTok, interaksi tersebut berlangsung melalui komentar, respons terhadap pertanyaan penonton, serta berbagai bentuk keterlibatan audiens selama siaran berlangsung. Karakteristik interaktif tersebut membedakan *live streaming* dari konten audiovisual yang telah direkam sebelumnya karena memungkinkan terbentuknya komunikasi dua arah secara langsung antara kreator dan penonton.

Selain berfungsi sebagai media komunikasi dan hiburan, *live streaming* juga berkembang menjadi salah satu mekanisme monetisasi digital. Kreator dapat menerima *virtual gift* dari penonton sebagai bentuk apresiasi atau dukungan selama siaran berlangsung. Hadiah virtual tersebut memiliki nilai ekonomi karena diperoleh melalui sistem koin digital yang dibeli menggunakan mata uang nyata dan selanjutnya dikirimkan kepada kreator dalam bentuk berbagai item digital. Mekanisme tersebut menunjukkan bahwa interaksi sosial dalam *live streaming* tidak lagi hanya memiliki dimensi

⁹ Albert Bandura, *Social Learning Theory*, Prentice-Hall Series in Social Learning Theory (Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, 1977).

komunikatif, tetapi juga mengandung dimensi ekonomi melalui proses pertukaran nilai antara kreator dan audiens.

Pada praktiknya, fitur *live streaming* juga memungkinkan kreator menggunakan berbagai fasilitas pendukung, seperti filter, efek visual, serta kolaborasi dengan pengguna lain. Salah satu bentuk kolaborasi yang umum dilakukan adalah *battle* atau *PK (play together)*, yaitu interaksi langsung antara dua atau lebih kreator yang dapat melibatkan audiens dalam memberikan dukungan berupa *virtual gift*. Dengan demikian, intensitas interaksi, keterlibatan audiens, dan sistem pemberian hadiah menjadi bagian yang saling berkaitan dalam ekosistem *live streaming*.

Di sisi lain, karakteristik interaktif dan mekanisme monetisasi tersebut dapat menciptakan insentif bagi sebagian pengguna untuk meningkatkan daya tarik konten melalui tindakan yang bersifat sensasional atau ekstrem. Dalam kondisi tertentu, orientasi terhadap jumlah penonton dan perolehan *virtual gift* dapat mendorong kreator melakukan siaran dalam durasi yang panjang atau menampilkan perilaku yang tidak sesuai dengan norma kepantasan demi mempertahankan perhatian audiens. Dengan demikian, persoalan yang muncul tidak terletak pada keberadaan fitur *live streaming* atau *virtual gift* itu sendiri, tetapi pada cara fitur tersebut dimanfaatkan serta bentuk tindakan yang dilakukan untuk memperoleh keuntungan ekonomi.¹⁰

Fenomena tersebut terlihat dalam munculnya berbagai bentuk *gift-seeking behavior*, yaitu perilaku yang secara sengaja diarahkan untuk memperoleh *virtual gift* dari audiens. Dalam sejumlah praktik yang berkembang di media sosial, kreator melakukan tantangan tertentu sebagai respons terhadap pemberian hadiah atau sebagai upaya mendorong penonton memberikan hadiah. Bentuk tindakan tersebut antara lain mandi lumpur, mengonsumsi makanan dalam jumlah atau kondisi yang ekstrem, melakukan aktivitas fisik yang berisiko, melakukan tindakan yang tidak lazim di ruang publik, serta menampilkan perubahan penampilan secara berlebihan. Pemberian *virtual gift* dalam konteks tersebut tidak semata-mata menjadi bentuk apresiasi terhadap konten, tetapi dapat berfungsi sebagai insentif yang memengaruhi perilaku kreator selama siaran berlangsung.

Salah satu karakteristik penting dari fenomena tersebut adalah adanya hubungan langsung antara respons audiens dan tindakan kreator. Ketika tindakan tertentu memperoleh perhatian dan diikuti dengan peningkatan pemberian *virtual gift*, respons

¹⁰ Nadiatul Maziyyah Attarwiyah, "Seeking Validation Through Virtual Gifts: A Quranic Perspective On TikTok Live's Bizarre Trends," *ISTIFHAM: Journal Of Islamic Studies*, September 28, 2025, 88–99, <https://doi.org/10.71039/istifham.v3i2.107>.

tersebut dapat menciptakan insentif bagi kreator untuk mempertahankan atau mengulangi perilaku yang sama. Dengan demikian, sistem monetisasi berbasis hadiah virtual dapat membentuk pola interaksi yang menempatkan perhatian audiens sebagai sumber nilai ekonomi. Dalam situasi tertentu, kondisi tersebut berpotensi menggeser orientasi *live streaming* dari aktivitas komunikasi dan hiburan menuju upaya memperoleh keuntungan melalui tindakan yang semakin sensasional.

Fenomena pengemisan daring melalui *live streaming* perlu dibedakan dari praktik *virtual gifting* secara umum. Pemberian hadiah virtual pada dasarnya merupakan bagian dari mekanisme monetisasi platform dan tidak dengan sendirinya menunjukkan adanya praktik pengemisan. Persoalan etis muncul ketika perolehan hadiah tersebut dilakukan melalui permintaan yang bersifat manipulatif, eksploitasi kondisi tertentu, tindakan yang merendahkan martabat, atau perilaku yang membahayakan diri sendiri. Oleh karena itu, penilaian terhadap pendapatan yang berasal dari *virtual gift* tidak cukup didasarkan pada keberadaan transaksi digitalnya, tetapi perlu mempertimbangkan cara, tujuan, dan perilaku yang menyertai proses memperoleh hadiah tersebut.¹¹

Dalam konteks ini, sejumlah praktik *live streaming* dapat menunjukkan adanya pergeseran orientasi dari pemanfaatan media digital sebagai sarana komunikasi dan ekonomi kreatif menuju aktivitas yang berorientasi pada perhatian dan keuntungan material semata. Tindakan seperti mandi lumpur dalam waktu tertentu, melakukan aktivitas ekstrem, mengeksploitasi kondisi fisik atau usia seseorang, menampilkan perilaku yang tidak sesuai dengan norma kepantasan, maupun melakukan tindakan yang berpotensi membahayakan diri menunjukkan adanya persoalan etis yang perlu dianalisis lebih lanjut. Persoalan tersebut menjadi semakin penting ketika tindakan dilakukan secara berulang karena memperoleh respons ekonomi dari audiens.

Perkembangan *live streaming* menghadirkan dua sisi yang perlu dibedakan secara proporsional. Di satu sisi, teknologi digital menyediakan peluang bagi individu untuk membangun interaksi, menghasilkan konten, dan memperoleh pendapatan melalui mekanisme monetisasi yang tersedia pada platform. Di sisi lain, mekanisme tersebut dapat menghasilkan insentif perilaku apabila ukuran keberhasilan lebih banyak ditentukan oleh jumlah penonton, popularitas, dan *virtual gift*. Kondisi inilah yang kemudian menimbulkan pertanyaan mengenai batas etis dalam memperoleh pendapatan

¹¹ Zhi Zhang and Fang Liu, "Gift-Giving Intentions in Pan-Entertainment Live Streaming: Based on Social Exchange Theory," *PLOS ONE* 19, no. 1 (January 2024): e0296908, <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0296908>.

melalui *live streaming*, khususnya ketika proses tersebut melibatkan tindakan yang merendahkan kehormatan diri, eksploitasi, atau pengabaian terhadap nilai-nilai moral.

3. Upaya Pencegahan Perilaku Tidak Etis Pengguna Media Sosial dalam Mencari Gift di Platform Digital

Pertumbuhan media sosial kini membuka peluang ekonomi baru melalui fitur donasi dan hadiah digital. Sayangnya, tren ini juga memicu fenomena negatif maraknya pengguna yang sengaja melakukan tindakan tidak bermoral demi menarik perhatian penonton dan meraup keuntungan. Upaya berlebihan dalam mengejar hadiah ini berisiko mengikis rasa malu, merusak harga diri dan merongrong etika media sosial. Oleh karena itu, langkah-langkah pencegahan sangat dibutuhkan untuk menumbuhkan ekosistem digital yang sehat, bijak, dan bertanggung jawab.¹²

Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah meningkatkan literasi digital dikalangan pengguna media sosial yang aktif merupakan langkah penting yang dapat diambil. Pemahaman ini membekali individu dengan kemampuan berpikir kritis, kesadaran akan etika digital, serta pemahaman tentang resiko mengorbankan harga diri demi keuntungan materi.¹³

Selain literasi digital, pencegahan perilaku menyimpang di media sosial juga sangat bergantung pada pendidikan moral dan pembentukan karakter. Menanamkan nilai-nilai dasar seperti etika, bertanggung jawab, rasa malu, dan harga diri sejak usia dini sangatlah penting untuk mencegah individu terjerumus kedalam tren negatif demi mengejar popularitas atau keuntungan materi (hadiah). Dalam hal ini, keluarga dan lembaga pendidikan memainkan peran utama dalam memberikan pengawasan dan bimbingan untuk memastikan bahwa penggunaan media sosial tetap berada dalam batas-batas yang positif dan produktif. Selain itu, penyedia platform media sosial diwajibkan untuk secara ketat memoderasi konten digital. Peraturan yang ketat terhadap eksploitasi diri, manipulasi emosional, dan pelanggaran norma sosial sangat penting untuk menumbuhkan ekosistem digital yang sehat, aman dan kondusif bagi masyarakat.

4. Etika Perolehan Virtual Gift dalam Live Streaming TikTok Perspektif Hadis Nabi: al-‘Iffah dan al-Haya’

Islam menempatkan manusia sebagai makhluk yang memiliki kedudukan dan tanggung jawab moral dalam menjalani kehidupan. Kedudukan tersebut antara lain tercermin dalam kemampuan manusia menggunakan akal untuk membedakan tindakan

¹² Devy Putri Kussanti and Dhefine Armelsa, “Fenomena Normalisasi Konten Mengemis Gift Pada Live TikTok Dalam Perspektif Cyber Ethics Di Kalangan Remaja,” *Jurnal Media Penyiaran* 5, no. 2 (January 2026): 30–41, <https://doi.org/10.31294/jmp.v5i2.11717>.

¹³ Alida Volkmer and Meißner, “Beyond Livestreaming.”

yang bernilai baik dan buruk serta menentukan perilaku yang sesuai dengan ketentuan syariat. Al-Qur'an dan hadis Nabi menjadi sumber normatif yang memberikan pedoman mengenai berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam hal pemenuhan kebutuhan ekonomi dan penjagaan kehormatan diri. Dalam konteks pemenuhan kebutuhan material, Islam mendorong manusia untuk melakukan ikhtiar dan memperoleh penghidupan melalui cara-cara yang halal, sekaligus menghindarkan diri dari tindakan yang dapat merendahkan martabat. Dengan demikian, aktivitas ekonomi tidak hanya dinilai berdasarkan hasil material yang diperoleh, tetapi juga berdasarkan proses dan cara yang ditempuh dalam memperoleh pendapatan.¹⁴

Prinsip tersebut menjadi relevan dalam perkembangan ekonomi digital, khususnya munculnya mekanisme monetisasi melalui *live streaming* dan *virtual gift* pada platform TikTok. Fitur tersebut memungkinkan kreator memperoleh pendapatan melalui pemberian hadiah virtual dari audiens sebagai bagian dari interaksi selama siaran berlangsung. Pada dasarnya, penerimaan *virtual gift* merupakan bentuk transaksi atau pemberian dalam ekosistem digital yang tidak dengan sendirinya bertentangan dengan prinsip syariah. Persoalan etis muncul ketika upaya memperoleh *virtual gift* dilakukan melalui tindakan yang mengandung unsur meminta-minta secara manipulatif, eksploitasi, tindakan yang merendahkan kehormatan diri, atau perilaku lain yang bertentangan dengan norma syariat. Dengan demikian, penilaian terhadap pendapatan yang berasal dari *virtual gift* perlu mempertimbangkan tidak hanya keberadaan pemberian tersebut, tetapi juga cara, tujuan, dan perilaku yang menyertai proses perolehannya.

Dalam perspektif hadis Nabi, persoalan tersebut dapat dianalisis melalui prinsip menjaga kehormatan diri (*al-'iffah*) dan rasa malu (*al-haya'*), serta larangan meminta-minta tanpa kebutuhan yang dibenarkan. Hadis Nabi memberikan penekanan terhadap kemandirian dalam memperoleh penghidupan dan menghindari ketergantungan kepada pemberian orang lain. Oleh karena itu, fenomena perolehan *virtual gift* melalui *live streaming* perlu dibedakan antara pemberian yang diterima sebagai apresiasi terhadap konten yang halal dan pemberian yang diperoleh melalui praktik meminta-minta, manipulasi, atau tindakan yang merendahkan martabat. Perbedaan tersebut menjadi penting untuk menentukan batas etis perolehan pendapatan digital dalam perspektif hadis, sekaligus menempatkan *al-'iffah* dan *al-haya'* sebagai prinsip moral dalam aktivitas ekonomi pada ruang digital.

¹⁴ Nuraini et al., "Moralitas Di Dunia Maya: Hukum Mengemis Online Live Tik Tok Dalam Perspektif Al-Ghazali," *Jurisprudensi: Jurnal Ilmu Syariah, Perundang-Undangan Dan Ekonomi Islam* 16, no. 1 (March 2024): 64–82, <https://doi.org/10.32505/jurisprudensi.v16i1.7577>.

Islam juga sangat menjunjung tinggi kehormatan diri (iffah) dan rasa malu (hayā) karena kesuksesan ditentukan oleh kepatuhan terhadap syariat dan menghindari tindakan yang bertentangan dengan ajaran agama. Kesuksesan tidak hanya di ukur dari aspek materi, melainkan juga dari berkah dan keridhoan Allah yang didapat melalui ketaatan. Salah satu larangan yang ditekankan adalah menjauhi kebiasaan meminta-minta kepada orang lain, karena sikap pasrah tanpa usaha dianggap sebagai perilaku tidak terhormat, sebagaimana yang disebutkan dalam hadis yang diriwayatkan oleh Imam Bukhori:

حَدَّثَنَا مُوسَى حَدَّثَنَا وَهَيْبٌ حَدَّثَنَا هِشَامٌ عَنْ أَبِيهِ عَنْ الزُّبَيْرِ بْنِ الْعَوَّامِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ لَأَنْ يَأْخُذَ أَحَدُكُمْ حَبْلَهُ فَيَأْتِيَ بِخِزْمَةِ الْخُطْبِ عَلَى ظَهْرِهِ فَيَبِيعَهَا فَيَكْفِيَ اللَّهُ بِهَا وَجْهَهُ خَيْرٌ لَهُ مِنْ أَنْ يَسْأَلَ النَّاسَ أَعْطَوْهُ أَوْ مَنَعُوهُ

Artinya: *Telah menceritakan kepada kami Wuhaih, telah menceritakan kepada kami Hisyam dari bapaknya dari Zubair bin 'Awwam r.a. dari Nabi Saw, bersabda, "Sungguh jika salah seorang dari kalian yang mengambil talinya, lalu mencari seikat kayu bakar dan dibawa dengan punggungnya, kemudian dia menjualnya, maka Allah pun menjaganya dari (perbuatan meminta-minta), hal tersebut lebih baik baginya dari pada ia meminta-minta kepada manusia, baik mereka itu memberinya ataupun menolaknya.*¹⁵

Hadis diatas menekankan bahwa nilai usaha dan kerja keras sangat penting dalam memperoleh rezeki, sambil menekankan perlunya menghindari kebiasaan meminta-minta kepada orang lain. Dalam konteks platfrom seperti tik-tok, hal ini mengingatkan kita bahwa lebih baik berusaha secara mandiri, misalnya dengan mengumpulkan kayu bakar dan menjualnya daripada bergantung pada donasi atau bantuan orang lain. Meskipun meminta-minta dimedia sosial mungkin terlihat mudah, usaha yang dilakukan untuk mendapatkan penghasilan halal dan mandiri akan lebih dihargai dan membawa berkah, sesuai dengan ajaran Islam. Setiap orang telah diberi potensi oleh Allah SWT untuk hidup secara mandiri, dengan akan dan kecerdasan.

Islam memberikan peringatan kepada orang yang terbiasa meminta-minta tanpa adanya kebutuhan yang benar-benar mendesak. Apalagi jika ia masih memiliki kemampuan untuk bekerja dan memperoleh penghasilan yang cukup, tetapi memilih mengemis demi mengumpulkan harta dan memperkaya diri. Kebiasaan tersebut dapat mengikis rasa malu dan menurunkan kehormatan diri, karena seseorang rela melakukan berbagai cara demi mendapatkan keuntungan materi. Padahal, Islam mengajarkan pentingnya menjaga harga diri ('izzah), memiliki rasa malu (haya), serta berusaha mencari rezeki yang halal melalui kerja dan ikhtiar yang baik. Sebagaimana sabda Nabi:

حَدَّثَنَا أَبُو كُرَيْبٍ، وَوَأَصِلُ بْنُ عَبْدِ الْأَعْلَى قَالَا: حَدَّثَنَا ابْنُ فَضِيلٍ، عَنْ عُمَارَةَ بْنِ الْقُعْقَاعِ، عَنْ أَبِي زُرْعَةَ، عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ: قَالَ رَسُولُ

اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: « مَنْ سَأَلَ النَّاسَ أَمْوَالَهُمْ تَكْتَرًا، فَإِنَّمَا يَسْأَلُ جَمْرًا فَلْيَسْتَقِلَّ، أَوْ لِيَسْتَكْثِرْ

¹⁵ Muhammad ibn Isma'il al-Bukhari, *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī* (Damaskus: Dar Tawq al-Najāh, 2001), Kitāb al-Zakāt, Bāb al-Isti'fāf 'an al-Mas'alah, no. 1471

Artinya : “Barang siapa meminta-minta harta orang untuk memperkaya diri, sebenarnya ia hanyalah meminta bara api. Oleh karenanya silahkan meminta sedikit atau banyak.”¹⁶

Hadis di atas menunjukkan ketegasan syariat Islam dalam melarang praktik meminta-minta (mengemis) tanpa adanya alasan atau kebutuhan yang mendesak. Larangan tersebut menjadi relevan untuk dikaji dalam konteks fenomena pengemisan daring (online begging) yang marak terjadi di platform TikTok pada masa kini. Fenomena ini ditandai dengan adanya individu yang sesungguhnya memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya secara mandiri, namun tetap memilih meminta belas kasihan pengguna lain melalui berbagai aksi yang tidak sepatutnya dilakukan, seperti mandi lumpur, memakan cabai dalam jumlah berlebihan, mengubah penampilan secara ekstrem, hingga saling melontarkan hinaan antarsesama konten kreator. Tindakan-tindakan tersebut dilakukan semata-mata untuk memperoleh gift (hadiah virtual) serta meningkatkan popularitas di platform tersebut.

Berdasarkan tinjauan syariat Islam, praktik pengemisan daring semacam ini dapat dikategorikan sebagai perbuatan yang mendatangkan dosa sekaligus bertentangan dengan prinsip-prinsip syariat. Ungkapan "memakan bara api" yang terdapat dalam hadis tersebut merupakan metafora yang secara tegas menggambarkan konsekuensi dari perbuatan mengemis tanpa alasan yang dibenarkan, yaitu berupa unsur kebohongan (*al-kadzib*) yang dilakukan pelaku serta bentuk penyiksaan terhadap diri sendiri (*idza' al-nafs*).

Fenomena gift dalam live streaming tik-tok merupakan perkembangan baru dalam transaksi digital yang belum dikenal pada masa Rasulullah Saw. Oleh karena itu para ulama kontemporer tidak menghukuminya secara langsung, tetapi menggunakan metode ijtihad dengan merujuk kepada Al-Qur'an, Hadis, Kaidah Fikih dan Maqasid Al-Syariah. Secara umum, para ulama berpendapat bahwa hukum asal muamalah adalah boleh, selama tidak terdapat dalil yang melarang.¹⁷

Dengan demikian hukum penghasilan dari gift bergantung pada cara memperolehnya, apabila seseorang memperoleh gift karena memberikan edukasi, dakwah, kajian Islam, pembelajaran atau hiburan yang tidak melanggar syariat maka penghasilan tersebut dapat dinilai halal, akan tetapi jika seseorang memperoleh gift melalui tindakan meminta-minta, membuka aurat, menyiksa diri, melakukan perbuatan yang menjatuhkan harga diri tanpa rasa malu atau bentuk maksiat lainnya maka penghasilan tersebut dinilai haram dan tercela karena bertentangan dengan Hadis-Hadis

¹⁶ Muslim ibn al-Hajjaj al-Naysaburi, *Ṣaḥīḥ Muslim* (Beirut: Dār Iḥyā' al-Turāth al-'Arabī, t.t.), Kitāb al-Zakāt, no. 1041.

¹⁷ Hanushek and Woessmann, *The Role Of Education Quality For Economic Growth*.

Nabi tentang larangan meminta-minta, kewajiban menjaga harga diri/kehormatan dan pentingnya memiliki rasa malu.

Ada dua nilai yang menurut hadis saling melengkapi dalam menjaga kehormatan seorang muslim, yaitu al-haya' dan al-'iffah. Rasa malu (al-haya') berfungsi sebagai rem bagi seseorang agar tidak terjerumus pada perbuatan tercela, sekaligus menjaga martabat dirinya di hadapan orang lain. Sementara itu, al-'iffah berkaitan dengan kemampuan menahan hawa nafsu, menjaga kesucian diri dan menghindari hal-hal yang bisa merendahkan kehormatan. Tidak mudah memang menahan diri untuk tidak meminta-minta, terutama ketika kondisi ekonomi sedang terhimpit. Islam memahami betul beratnya perjuangan ini. Barangkali itu sebabnya larangan mengemis dalam Islam justru diiringi janji yang luar biasa: siapa pun yang berjuang menjaga kemandirian dan kehormatan dirinya, Allah SWT akan memberikan pertolongan secara langsung.¹⁸ Hal ini tertulis jelas dalam Hadis Shahih riwayat Abu Sa'id al-Khudri Radiallahu'anhu dimana Rasulullah Saw bersabda:

حدثنا عَبْدُ اللَّهِ بْنُ يُوسُفَ، أَخْبَرَنَا مَالِكٌ، عَنْ ابْنِ شِهَابٍ، عَنْ عَطَاءِ بْنِ يَزِيدَ اللَّيْثِيِّ، عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، أَنَّ نَاسًا مِنَ الْأَنْصَارِ سَأَلُوا رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَأَعْطَاهُمْ، ثُمَّ سَأَلُوهُ فَأَعْطَاهُمْ حَتَّى نَفَذَ مَا عِنْدَهُ؛ فَقَالَ: "مَا يَكُونُ عِنْدِي مِنْ خَيْرٍ فَلَنْ أَدْخِرَهُ عَنْكُمْ، وَمَنْ يَسْتَغْفِرِ لِعَفْوِ اللَّهِ، وَمَنْ يَسْتَغْفِرِ لِعَفْوِ اللَّهِ، وَمَنْ يَتَصَبَّرْ يُصَيِّرْهُ اللَّهُ، وَمَا أُعْطِيَ أَحَدٌ عَطَاءً خَيْرًا وَأَوْسَعَ مِنَ الصَّبْرِ

Artinya : *Diriwayatkan dari Abu Sa'id al-Khudri Radhiyallahu 'Anhu, bahwa pada suatu waktu sejumlah sahabat dari kalangan Anshar datang meminta sesuatu kepada Rasulullah shallallahu 'alaihi Wa Sallam. Beliau pun memberikan apayang mereka minta. namun mereka kembali meminta, dan beliau kembali memberi, sampai akhirnya seluruh harta yang beliau miliki habis terbagikan. Pada saat itulah beliau bersabda bahwa harta apa pun yang ada padanya tidak akan pernah beliau tahan atau simpan dari umatnya. Beliau kemudian menegaskan tiga hal: siapa yang berusaha menjaga kehormatan dirinya, Allah akan menjaganya; siapa yang berusaha mencukupkan diri dari meminta-minta, Allah akan mencukupkan kebutuhannya; dan siapa yang melatih diri untuk bersabar, Allah akan menganugerahkan kesabaran kepadanya. Beliau menutup sabdanyadengan menyatakan bahwa tidak ada satu pun anugerah yang diberikan kepada seseorang yang lebih baik dan lebih luas cakupannya dibandingkan Kesabaran.*¹⁹

Hadis tersebut memberikan landasan normatif yang kuat bahwa etika memperoleh penghasilan dalam perspektif Islam tidak hanya berkaitan dengan keberadaan materi yang diperoleh, tetapi juga dengan sikap dan cara seseorang dalam memperolehnya. Konsep *isti'fāf* menunjukkan pentingnya menjaga kehormatan diri dengan menghindari ketergantungan terhadap pemberian orang lain, sedangkan *istighnā'* menekankan sikap

¹⁸ Apiradee Wongkitrungrueng and Nuttapol Assarut, "The Role of Live Streaming in Building Consumer Trust and Engagement with Social Commerce Sellers," *Journal of Business Research* 117 (September 2020): 543–56, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.08.032>.

¹⁹ al-Bukhari, Muhammad ibn Ismail. *Terjemahan Makna Sahih al-Bukhari yang Diringkas: Arab-Inggris*. Diterjemahkan oleh Muhammad Muhsin Khan. Riyadh: Darussalam, 1994.

mencukupkan diri dan tidak menjadikan permintaan sebagai orientasi utama dalam memperoleh penghidupan. Sementara itu, *ṣabr* menunjukkan kemampuan mengendalikan diri dalam menghadapi keterbatasan dan tekanan ekonomi tanpa mengorbankan prinsip moral.

Dalam konteks *live streaming* TikTok, prinsip-prinsip tersebut memberikan kerangka etis untuk membedakan antara penerimaan *virtual gift* sebagai bentuk apresiasi terhadap konten yang halal dan perolehan *virtual gift* melalui praktik meminta-minta, manipulasi, eksploitasi, atau tindakan yang merendahkan kehormatan diri. Dengan demikian, hadis Nabi tidak dapat dipahami sebagai larangan terhadap penerimaan *virtual gift* secara keseluruhan, melainkan sebagai dasar untuk menilai cara memperoleh dan perilaku yang menyertai pendapatan tersebut. Perolehan *virtual gift* yang dilakukan melalui aktivitas yang halal, proporsional, dan tidak merendahkan martabat pada prinsipnya berbeda dari perolehan yang bergantung pada eksploitasi rasa iba, tindakan yang membahayakan diri, atau perilaku yang bertentangan dengan nilai *al-‘iffah* dan *al-haya’*.

Berdasarkan keseluruhan hadis yang telah dianalisis, dapat dirumuskan bahwa kehormatan diri (*al-‘iffah*), kemandirian dalam memenuhi kebutuhan (*al-istiḥnā’*), kemampuan menahan diri (*al-ṣabr*), dan rasa malu (*al-haya’*) merupakan prinsip utama dalam menilai etika perolehan pendapatan melalui media digital. Prinsip tersebut menempatkan cara memperoleh pendapatan sebagai bagian integral dari penilaian etis, sehingga perkembangan teknologi dan mekanisme monetisasi digital tidak menghilangkan tuntutan moral dalam aktivitas ekonomi. Dalam kerangka ini, *virtual gift* dapat menjadi bagian dari aktivitas ekonomi digital yang diperbolehkan sepanjang diperoleh melalui cara yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan tidak mengorbankan kehormatan serta martabat manusia.

C. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa *virtual gift* dalam *live streaming* TikTok pada dasarnya merupakan bagian dari mekanisme monetisasi digital dan tidak dapat secara otomatis dikategorikan sebagai praktik yang bertentangan dengan prinsip syariah. Persoalan etis lebih berkaitan dengan cara memperoleh *virtual gift*, terutama ketika pemberian tersebut diperoleh melalui praktik meminta-minta secara berlebihan, manipulasi, eksploitasi, tindakan yang membahayakan diri, atau perilaku yang berpotensi merendahkan martabat. Berdasarkan analisis hadis Nabi, prinsip *al-‘iffah*, *al-haya’*, *al-istiḥnā’*, *al-istiḥnā’*, dan *al-ṣabr* memberikan landasan normatif untuk menempatkan kemandirian, penjagaan kehormatan diri, dan pengendalian diri sebagai pertimbangan penting dalam memperoleh pendapatan. Dengan

demikian, penerimaan *virtual gift* dapat dipandang secara berbeda berdasarkan mekanisme dan perilaku yang menyertainya: pemberian yang diterima sebagai apresiasi terhadap aktivitas atau konten yang halal memiliki karakter yang berbeda dari pemberian yang diperoleh melalui tindakan yang merendahkan diri atau bertentangan dengan nilai-nilai syariat. Temuan ini menegaskan bahwa perkembangan mekanisme monetisasi digital perlu diikuti dengan pertimbangan etis, sehingga peluang ekonomi yang tersedia melalui *live streaming* tetap berjalan sejalan dengan prinsip penjagaan martabat dan kehormatan manusia.

Referensi

- Alida Volkmer, S., & Meißner, M. (2024). Beyond livestreaming: The rise of social media gifting and paid memberships—A systematic literature review and future research agenda. *Journal of Business Research*, 185, 114915. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114915>
- Attarwiyah, N. M. (2025). Seeking validation through virtual gifts: A Quranic perspective on TikTok Live's bizarre trends. *ISTIFHAM: Journal of Islamic Studies*, 88–99. <https://doi.org/10.71039/istifham.v3i2.107>
- Balta, S., Emirtekin, E., Kircaburun, K., & Griffiths, M. D. (2020). Neuroticism, trait fear of missing out, and phubbing: The mediating role of state fear of missing out and problematic Instagram use. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 18(3), 628–639. <https://doi.org/10.1007/s11469-018-9959-8>
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Prentice-Hall.
- Al-Bukhari, M. I. (1994). *The translation of the meanings of summarized Sahih al-Bukhari: Arabic-English* (M. M. Khan, Trans.). Darussalam.
- Cristea, C.-O. (2024). The political economy of the gifts on TikTok. *Sociologie Romaneasca*, 22(2), 29–50. <https://doi.org/10.33788/sr.22.2.2>
- Hanushek, E. A., & Woessmann, L. (2007). *The role of education quality for economic growth*. World Bank. <https://doi.org/10.1596/1813-9450-4122>
- Kasmarani, Y., Torik, M., & Saputra, R. (2023). Pandangan hukum pidana Islam dan hukum positif terhadap eksploitasi lansia pengemis online. *Ta'zir: Jurnal Hukum Pidana*, 7(1), 80–91. <https://doi.org/10.19109/tazir.v7i1.24081>
- Kussanti, D. P., & Armelsa, D. (2026). Fenomena normalisasi konten mengemis gift pada live TikTok dalam perspektif cyber ethics di kalangan remaja. *Jurnal Media Penyiaran*, 5(2), 30–41. <https://doi.org/10.31294/jmp.v5i2.11717>
- Muslim ibn al-Hajjaj. (2007). *English translation of Sahih Muslim* (N. al-Khattab, Trans.). Darussalam.
- Nuraini, N., Nasrulloh, N., Latifah, H., Ayuni, R. Q., & Kastrawi, P. (2024). Moralitas di dunia maya: Hukum mengemis online live TikTok dalam perspektif Al-Ghazali. *Jurisprudensi: Jurnal Ilmu Syariah, Perundang-Undangan dan Ekonomi Islam*, 16(1), 64–82. <https://doi.org/10.32505/jurisprudensi.v16i1.7577>
- Tamsri, M. A. (2024). Mengemis online di TikTok: Etika dan perspektif masalah mursalah. *Fawa'id: Sharia Economic Law Review*, 6(2), 107. <https://doi.org/10.31332/flr.v6i2.10167>
- Wongkitrungrueng, A., & Assarut, N. (2020). The role of live streaming in building consumer trust and engagement with social commerce sellers. *Journal of Business Research*, 117, 543–556. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.08.032>
- Wongkitrungrueng, A., Dehouche, N., & Assarut, N. (2020). Live streaming commerce from the sellers' perspective: Implications for online relationship marketing. *Journal of*

Marketing Management, 36(5–6), 488–518.
<https://doi.org/10.1080/0267257X.2020.1748895>

Yu, E., Jung, C., Kim, H., & Jung, J. (2018). Impact of viewer engagement on gift-giving in live video streaming. *Telematics and Informatics*, 35(5), 1450–1460.
<https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.03.014>

Zhang, Z., & Liu, F. (2024). Gift-giving intentions in pan-entertainment live streaming: Based on social exchange theory. *PLOS ONE*, 19(1), e0296908.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0296908>.