

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Terdapat beberapa hal dalam jual beli seperti *kedzaliman*, kecurangan, ketidakjelasan barang yang diharamkan dalam jual beli. Sebaliknya keadilan, menyempurnakan takaran dan tidak menutupi cacat yang bisa mengurangi keuntungan harus dijaga. Rasulullah telah memberikan contoh yang sangat agung dalam membimbing umatnya. Rasulullah pernah memeriksa barang dagangan seseorang dan mendapati tetesan air dari barang dagangannya yang merupakan makanan. Kemudian beliau memeriksa dan menanyakan mengapa ia melakukan itu. Kemudian Rasulullah memerintahkan untuk meninggalkan perbuatan tersebut karena menutupi cacat barang dagangannya (Al-Mushlih 2004, 291).

Segala kegiatan yang melibatkan orang lain pastilah akan membutuhkan komunikasi guna untuk bisa menyampaikan informasi secara tersirat maupun tersurat. Begitupun dengan kegiatan ekonomi, komunikasi sangat dibutuhkan didalamnya. Salah satu bentuk kegiatan ekonomi yang membutuhkan komunikasi secara intens yaitu dalam perihal transaksi jual beli, yang mana jual beli sendiri mempunyai arti secara bahasa saling menukar (pertukaran). Sedangkan jual beli menurut istilah yakni pertukaran harta atas dasar saling rela, atau memindahkan milik dengan ganti yang dibenarkan (Hafidhuddin 2003, 28).

Jual beli pada dasarnya memang diperbolehkan sesuai dengan firman Allah Swt pada Surah an-Nisa ayat 29 :2

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahannya:

Hai orang-orang yang beriman, jangan lah kamu saling memakan harta sesamamu dengan cara yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu.

Maksudnya yaitu bahwa Allah Swt melarang kaum muslimin memakan harta sesamanya dengan cara yang tidak di ridhai-Nya. Konteks yang dibahas pun sangat luas perihal melakukan transaksi ekonomi yang bertentangan dengan *syara'* seperti halnya berbasis *riba*, bersifat spekulatif (*maysir* atau judi), mengandung *gharar* ataupun *tadlis*. Selain itu ayat inipun juga memberikan pemahaman bahwa dalam setiap transaksi yang dilakukan harus memperhatikan unsur kerelaan bagi semua pihak. Islam menuntut umatnya untuk menjadi orang yang jujur dan amanah. Orang yang melakukan penipuan dan kelicikan tidak dianggap sebagai umat Islam yang sesungguhnya, meskipun dari lisannya keluar pernyataan bahwasanya dirinya adalah seorang muslim.

Salah satu perbuatan yang dilarang untuk dilakukan dalam hal transaksi ekonomi yaitu *tadlis*. *Tadlis* dalam jual beli merupakan penipuan yang dilakukan dalam transaksi oleh pihak penjual terhadap barang atau objek yang dijualnya kepada pembeli. Seseorang bisa di katakan melakukan perbuatan *Tadlis (unknown to one party)* apabila salah satu pihak tidak mempunyai informasi seperti yang dimiliki oleh pihak lain, maka salah satu pihak akan merasa dirugikan dan terjadi kecurangan atau penipuan. Di dalam sistem ekonomi Islam hal ini dilarang karena dengan adanya informasi yang tidak sama antara kedua belah pihak, maka unsur "*An taraddin minkum*" (rela sama rela) dilanggar (Karim 2017, 226).

Tadlis juga bisa dikatakan sebagai bentuk jual beli yang mengandung ketidakpastian, seperti pertaruhan atau perjudian karena tidak dapat dipastikan jumlah dan ukuranya atau tidak mungkin diserahkan terimakan. *Tadlis* dalam Islam dibagi menjadi empat (4), yakni *tadlis* dalam kualitas, kuantitas, harga dan juga waktu penyerahan. Dalam proses *tadlis* ini, pihak terkait akan berusaha menutup-nutupi kekurangan atau kecacatan dari produk yang diperjualbelikan (Alawi 2017). Hal tersebut bertujuan untuk memberi keyakinan kepada konsumen bahwa produk yang di perjualbelikan tidak memiliki kekurangan dan merupakan produk terbaik sehingga konsumen

tidak memiliki alasan untuk tidak membeli produk tersebut. Oleh karena itu, selain mendapatkan penjelasan yang baik terkait produk tersebut konsumen juga mendapat sampel yang bagus pula. Penipuan, manipulasi dan usaha menutup-nutupi cacat pada barang dagangan dan menampilkannya tidak sebagaimana yang sesungguhnya, yakni dengan cara yang dapat memberdaya pembeli dan bahkan dapat mengaburkan berbagai hal yang sudah jelas keharamannya menurut syariat (Karim 2017, 227). Sebagaimana Allah Swt berfirman dalam Surah al-Baqarah ayat 188

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Terjemahannya:

“Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain diantara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim. Supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui”. Q.S al-Baqarah : 188

Ayat di atas memberikan peringatan tegas tentang beberapa perilaku yang harus dihindari oleh umat. Di dalam kehidupan sehari-hari, ayat ini mengajarkan pentingnya integritas, kejujuran, dan keadilan dalam semua urusan yang melibatkan harta.

Adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini sangatlah menguntungkan bagi kita untuk memperoleh informasi melalui media sosial. Media sosial (kebanyakan orang sering menyebutnya sosial media) adalah ruang sarana komunikasi tanpa melakukan interaksi tatap muka secara langsung, yang mana memiliki fungsi mempermudah dalam komunikasi, berinteraksi secara daring, berbagi wawasan, menciptakan isi *blog*, dan juga mempermudah dalam forum dan dunia virtual tanpa ada batasan ruang dan waktu.

Salah satu media sosial yang memudahkan dunia virtual adalah TikTok. TikTok merupakan salah satu platform media sosial yang memberikan

kemungkinan bagi para penggunanya untuk dapat membuat video pendek dengan durasi hingga 3 menit yang didukung dengan fitur musik, filter, dan berbagai fitur kreatif lainnya. TikTok merupakan aplikasi yang dapat menjadi ruang komunikasi yang memiliki fungsi mempermudah setiap kegiatan ekspose, menerima dan berbagi gambar maupun video. dimana sekarang sangat di manfaatkan sebagai sarana promosi dalam bentuk *instastory* maupun post langsung melalui akun TikTok pribadi maupun akun TikTok bisnis. Oleh karena itu saat ini aplikasi TikTok bukan hanya sebagai sarana hiburan dan jalan komunikasi, aplikasi TikTok dapat digunakan sebagai ladang bisnis bagi pengusaha ataupun para konten kreator.

TikTok saat ini menjadi *platform* marketing bisnis karena tingginya potensi peningkatan penjualan. Oleh karena, ada banyak faktor dan fitur sehingga mampu meraih lebih banyak *engagement* dan *exposure*. Hal tersebut saat ini dimanfaatkan oleh konten kreator dalam mempromosikan sebuah produk usaha baik berupa barang maupun kuliner yang diperjualbelikan. Konten kreator TikTok yang membuat konten terkait produk kuliner disebut sebagai *food vlogger*. Biasanya, *food vlogger* menghasilkan pendapatan dari konten ulasan atau *review* kuliner yang mereka publikasikan, yang berasal dari sumber seperti iklan *Google AdSense*, kemitraan berbayar (*Paid Partnership*), dan lain sebagainya. Konten *review* yang mereka upload di media sosial TikTok biasanya berisi hasil *review* dari produk kuliner, dan konten tersebut berupa pujian terhadap makanan yang mereka *review*. Kemudian, di Kota Padang terdapat beberapa nama akun *food vlogger* TikTok yang sudah mempunyai jumlah pengikut yang banyak yang sering mereview produk kuliner sebagai berikut :

Tabel 1.1
Data Akun *Food Vlogger* Kota Padang pada Media Aplikasi TikTok

No.	Nama Akun	Jumlah Followers
1.	@awlaparr	1.100.000
2.	@RIJAL	221.400

3.	@Ricosaptahasi	157.900
4.	@IcipIcip	27.000
5.	@YeAmboLoLiak	115.600
6.	@RudiBerpetualang	10.360
7.	@EllaDwiMaysita	84.200
8.	@Omcurip	250.700
9.	@Soybajourney	11.400
10.	@Jajankenayang	11.400
11.	@dumrtha_	10.300
12.	@adipatifozan	72.600
13.	@whatgoddesslovers	7.422
14.	@Foodies.padang	12.800
15.	@cherryaprilina	658.300
16.	@shindiwisya	62.500
17.	@rogerbaskara	27.100
18.	@explorewithmiw	12.600
19.	@lapiakburuak	25.600
20.	@uyayaay	43.700
21.	@bikinngilerrrrr	10.100

(Sumber : www.tiktok.com)

Data pada tabel di atas, menunjukkan bahwa akun *food vlogger* TikTok Kota Padang memiliki jumlah *followers* yang banyak, ini menunjukkan bahwa *food vlogger* Kota Padang merupakan akun yang banyak diminati masyarakat Kota Padang sehingga membuat para *followers* ingin mengikuti dan mencoba, karena semakin banyak *followers* yang dimiliki maka semakin besar juga kemungkinan akan dilihat oleh banyak orang yang kemudian tertarik bahkan berminat untuk membeli apa yang di-review oleh *food vlogger* TikTok tersebut.

Pembuatan konten *review* makanan oleh *food vlogger* sangat relevan digunakan di zaman sekarang, karena sangat mempermudah pelaku usaha atau bisnis mengiklankan produknya tanpa menggunakan biaya yang besar

dan juga memiliki jangkauan yang sangat luas yang dimana cara mengaksesnya sekarang sangat mudah dan dapat mencapai target pengguna sosial media terkhususnya TikTok tanpa mengenal batas usia, inilah yang menjadi alasan mengapa palaku usaha sekarang lebih banyak menggunakan jasa *food vlogger* daripada menggunakan promosi sitem terdahulu seperti pembagian brosur, koran, majalah, atau yang lainnya. Beberapa pengusaha kuliner yang produk nya di *review* oleh *food vlogger* yaitu Seblak_seuhah, MMK ayam satu ekor, Haengun Seafood, D'Mie Sambal Bakar, Cangok Pisang.

Akan tetapi, menggunakan jasa *food vlogger* juga memiliki banyak kekurangan yang dapat dirasakan langsung oleh penikmat jasa yang dimaksud adalah konsumen. Konsumen yang hanya melihat tampilan visual makanan tanpa mencobanya secara langsung sering kali mengandalkan rekomendasi dari *food vlogger* dalam menentukan pilihan kuliner mereka. Apabila informasi yang diberikan ternyata tidak sesuai dengan realitas, konsumen dapat merasa dirugikan.

Kemudian, alasan yang mendasar sehingga peneliti memilih permasalahan ini untuk dijadikan penelitian, yaitu permasalahan yang terjadi terkait dengan adanya unsur *tadlis* yaitu ketidakjelasan dan menutupi kecacatan produk dan mengukur kemudharatannya dalam kegiatan konten *review* produk kuliner oleh *food vlogger* Kota Padang pada media sosial TikTok yang mana pelaksanaan *review* makanan oleh *food vlogger* pada media sosial TikTok sangat berpengaruh dalam menentukan minat konsumen karena memiliki jumlah *followers* begitu besar di era digital saat ini.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya. Peneliti kemudian berkeinginan untuk melakukan penelitian lebih mendalam yang kemudian disusun dalam bentuk skripsi dengan judul ***"Tinjauan Tadlis terhadap Konten Food Vlogger Kota Padang Media Sosial TikTok"***

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang peneliti paparkan sebelumnya, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan masalah yaitu bagaimana tinjauan *tadlis* terhadap konten *review food vlogger* Kota Padang pada media sosial TikTok?

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana praktik *review* makanan yang dilakukan oleh *food vlogger* Kota Padang pada media sosial TikTok?
2. Bagaimana tinjauan *tadlis* terhadap praktik konten *review food vlogger* Kota Padang pada media sosial TikTok?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui praktik Konten *review* makanan yang dilakukan oleh *food vlogger* Kota Padang pada media sosial TikTok
2. Untuk mengevaluasi tinjauan *tadlis* terhadap praktik Konten *review* makanan oleh *food vlogger* Kota Padang pada media sosial TikTok

1.5 Signifikansi Penelitian

Banyaknya konten *food vlogger* yang melakukan sebuah *review* makanan pada media sosial TikTok. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman yang lebih baik mengenai implikasi etis dari konten media sosial TikTok dalam konteks bisnis kuliner di era digital, khususnya dari perspektif hukum Islam. Kemudian, berguna untuk menambah dan memperdalam ilmu serta wawasan bagi masyarakat tentang konten *food vlogger* yang ditinjau dari teori *tadlis*.

1.6 Studi Literatur

Telaah pustaka memiliki tujuan untuk memberikan suatu informasi tentang suatu penelitian atau karya-karya ilmiah lainnya yang mempunyai hubungan dengan penelitian yang diteliti supaya tidak terjadi adanya duplikasi, pengulangan dan plagiasi. Melalui telaah pustaka kontruksi yang mempunyai hubungan dengan penelitian yang sudah dilakukan atau diteliti, maka informasi yang berhubungan dengan penelitian akan banyak didapati.

Sejauh ini penulis menemukan beberapa literatur yang hampir sama dengan penelitian yang akan diteliti yaitu :

Pertama, Julika Rahmah (2021) Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Skripsi yang berjudul "*Analisis Promosi Melalui Food Blogger Pada Media Sosial Instagram terhadap Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah Kuliner di Way Halim Bandar Lampung*". Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini bagaimana bentuk promosi *food blogger* @kuliner_lampung pada media sosial instagram? Apakah promosi melalui *food blogger* @kuliner_lampung dapat meningkatkan perkembangan UKM Kuliner?. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terjadi peningkatan omset penjualan pada 8 UKM yang dipromosikan oleh @kuliner_lampung. Promosi melalui *food blogger* @kuliner_lampung secara berulang-ulang sesuai kebutuhan, karena merasakan efek yang positif. Sedangkan untuk aset, dari 8 UKM hanya ada 5 UKM yang sudah memiliki cabang usaha, 3 UKM, dapat dipastikan bahwa setelah melakukan promosi, pemilik usaha mendapatkan untung yang lebih dari biasanya dan dapat melanjutkan usahanya (Rahmah 2021,3). Perbedaan dengan penelitian ini secara objek yaitu penulis meneliti tentang konten *food vlogger* yang ada di media sosial TikTok sedangkan penelitian terdahulu meneliti tentang *food blogger* yang ada di aplikasi Instagram. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana bentuk promosi *food blogger* @kuliner_lampung pada media sosial instagram dan promosi melalui *food blogger* @kuliner_lampung dapat meningkatkan perkembangan UKM Kuliner.

Kedua, Siti Homsah (2021) Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Jember skripsi yang berjudul "*Analisis Perilaku Tadlis Dalam Jual Beli Menurut Pemikiran Adiwarmah Azwar Karim di Pasar Hewan Wonoasih Kota Probolinggo*". Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana praktik *tadlis* pada jual beli di Pasar Hewan Wonoasih Kota Probolinggo? Apa saja faktor penyebab perilaku *tadlis* pada jual beli di Pasar Hewan Wonoasih Kota Probolinggo? Bagaimana pandangan Adiwarmah

Azwar Karim terhadap perilaku *tadlis* pada jual beli di Pasar Hewan Wonoasih Kota Probolinggo ? Hasil penelitian ini menunjukkan para pedagang biasanya mensiasati dengan cara memasukkan kayu sebesar telunjuk tangan orang dewasa kemudian pada bagian luarnya menggunakan lem serta menempelkan bulu sapi di luarnya (Homsah 2021,4) Perbedaan dengan penelitian terdahulu adalah peneliti terdahulu meneliti perilaku *tadlis* pada pasar Wonoasih dengan perspektif Adiwarman Azwar Karim sedangkan peneliti meneliti terkait konten *food vlogger* pada media sosial TikTok dengan perspektif *tadlis*. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bentuk prakti *tadlis* pada jual beli di pasar Hewan Wonoasih dan tinjauan perspektif Adiwarman Azwar Karim dalam kasus tersebut.

Ketiga, Kufyatul Wardana (2018) Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh dengan judul skripsi "*Bentuk Tadlis Jual beli pada Hasil Perikanan di TPI Lampulo Banda Aceh*". Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana dampak bahaya *tadlis* bagi masyarakat dari segi hasil perikanan nelayan di TPI Lampulo Banda Aceh? Bagaimana pandangan hukum Islam terhadap bentuk *tadlis* dalam jual beli pada hasil perikanan di TPI Lampulo Banda Aceh? Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *tadlis* dalam jual beli pada hasil perikanan di TPI Lampulo adanya pemberian bahan pengawet seperti formalin dan juga es bagi yang menggunakan es secara terus-menerus maka ikan akan menyerap air yang membuat kondisi ikan lebih berat dan mempengaruhi timbangan (Wardana 2018, 3). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu dari segi objek penelitian penulis meneliti tentang konten tinjauan *tadlis* dalam konten *food vlogger* kota Padang pada media sosial TikTok sedangkan peneliti terdahulu meneliti tentang bentuk *tadlis* dalam jual beli hasil perikanan di TPI Lampulo Banda Aceh, sehingga memberi peluang kepada penulis untuk melakukan penelitian ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak bahaya *tadlis* bagi masyarakat dari segi hasil perikanan nelayan di TPI Lampulo Banda Aceh dan pandangan

hukum Islam terhadap *tadlis* dalam jual beli pada hasil perikanan di TPI Lampulo Banda Aceh.

1.7 Landasan Teori

1. Jual Beli

Jual beli merupakan kebutuhan daruri dalam kehidupan manusia, artinya manusia tidak dapat hidup tanpa kegiatan jual beli, maka Islam menetapkan kebolehanannya sebagaimana dinyatakan kedalam banyak keterangan Al-Qur'an dan Hadis Nabi (Mas'adi 2002,120). Pendapat lain menurut ulama Malikiyah, Syafi'iyah, dan Hanabilah, mereka mengemukakan bahwa jual beli itu adalah "Saling menukar harta dengan harta dalam bentuk pemindahan milik dan pemilikan (Sarwat 2018, 5).

Hanabilah berpendapat bahwa jual beli menurut *syara'* adalah pertukaran harta dengan harta atau pertukaran kemanfaatan mubah dengan kemanfaatan untuk selama-lamanya, bukan riba bukan juga pinjaman. Syafi'iyah mereka berpendapat jual beli menurut *syara'* adalah pertukaran harta dengan harta dengan cara tertentu. Dengan kata lain jual beli adalah akad pertukaran harta dengan harta (al-Jaziri 2001, 11).

2. Tadlis

Tadlis adalah setiap usaha menyembunyikan aib pada barang sehingga tidak diketahui oleh pembeli dan mengakibatkan nilai sesuatu barang berkurang dan harga terhadap barang yang dijual dapat dinaikkan atau sebagaimana harga pasar (Fatimah 2016, 220). *Tadlis* sebagai kondisi dimana salah satu pihak tidak mengetahui kondisi yang sebenarnya (*unknown to one party*) sehingga pihak lain yang memiliki informasi lebih memanfaatkan kondisi tersebut untuk mendapatkan keuntungan dengan cara menipu pihak yang tidak tahu. Menurut fuqaha, *tadlis* ialah menutupi aib barang (Karim 2017, 227).

Tadlis bukanlah perihal menjual barang yang cacat atau rusak, melainkan tindakan menyembunyikan kecacatan atau kerusakan barang sehingga informasi yang dimiliki oleh para pihak yang melakukan transaksi

menjadi tidak simetris (*asymmetric information*). Namun *tadlis* bukanlah kondisi *asymmetric information* itu sendiri, melainkan upaya salah satu pihak yang bertransaksi untuk menyembunyikan informasi yang menyebabkan terwujudnya kondisi *asymmetric information* tersebut.

1.8 Metode Penelitian

Metodologi penelitian merupakan seperangkat pengetahuan tentang langkah-langkah sistematis dan logis tentang pencarian data yang berkenaan dengan masalah-masalah tertentu. Penelitian adalah suatu metode studi yang dilakukan seseorang melalui penyelidikan secara hati-hati dan sempurna terhadap suatu masalah, sehingga diperoleh pemecahan yang tepat pada masalah tersebut (Suprayogo 2001, 6). Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Bersifat deskriptif, dimana peneliti menggambarkan dan menganalisis karakteristik, keadaan atau fenomena yang menjadi objek penelitian tentang analisis konten *food vlogger* Kota Padang pada media sosial TikTok. Menurut (Sugiyono 2008,15) bahwa penelitian kualitatif deskriptif adalah metode penelitian berdasarkan filosofi postpositivis, biasanya digunakan dalam penelitian dalam kondisi alami dan objektif, dengan peneliti sebagai alat kunci.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang langsung berhubungan dengan objek yang diteliti (Sustrisno 2001, 32). Peneliti dapat memperoleh data dari lapangan yang dimaksud dimana dalam penelitian yang diperoleh adalah data dari pengusaha kuliner, konsumen produk kuliner, dan pengguna media sosial TikTok yang menjadi konsumen. Selain itu, penelitian ini juga ditambah dengan mencari data tertulis dan mempelajari buku-buku yang berhubungan dengan penelitian untuk dijadikan referensi sebagai landasan teori dan berfikir. Lapangan penelitian yang digunakan untuk memperoleh data adalah pembuatan konten *food vlogger* Kota Padang pada media sosial TikTok

2. Sumber Data

Segala sesuatu yang bisa memberikan informasi tentang segala informasi yang di butuhkan peneliti dalam penelitian. Sumber data tersebut dibagi menjadi dua bagian yaitu:

a. Data primer

Data primer ialah yang berasal dari sumber asli atau pertama (Iskandar 2009, 252). Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari informan, baik yang dilakukan melalui wawancara ataupun observasi. Peneliti melakukan observasi langsung kelapangan dan melakukan wawancara kepada informan peneliti yaitu 5 orang pengusaha produk kuliner, dan 5 orang konsumen produk kuliner.

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen grafis (tabel, catatan, notulen rapat, SMS, dan lain-lain) yang dapat memperkaya data primer (Arikunto 2017,33). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari jurnal, buku, serta informasi lain yang berhubungan dengan penelitian yaitu merupakan data tambahan atau pelengkap yang sifatnya untuk melengkapi data yang sudah ada.

3. Teknik Pengumpulan data

a. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti akan melaksanakan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini dengan mengajukan pertanyaan pertanyaan terstruktur karena peneliti menggunakan pedoman wawancara yang disusun secara sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan data yang dicari. Wawancara ini dilakukan tentang pelaksanaan dan pengaruh konten *food vlogger* Kota Padang pada media sosial TikTok. Wawancara ditujukan ke 5 pengusaha kuliner yang produknya di *review* oleh food vlogger Kota Padang

yaitu pengusaha kuliner dari Seblak Seuhah yaitu karyawannya yaitu Nadin, Karyawan Mmk Satu Ekor yaitu Agus, Cangok Pisang Devi, D'mie Sambal Bakar yang dimiliki oleh Haris, dan Heangun Seafood dengan pemiliknya yaitu Farida Hanum. Kemudian, wawancara ditujukan kepada 5 orang konsumen produk kuliner tersebut. Jumlah wawancara yang penulis wawancarai berjumlah 10 orang. Teknik wawancara merupakan sumber data primer dalam penelitian ini. Metode wawancara dilakukan untuk memperoleh keterangan yang diberikan kepada peneliti supaya mendapatkan informasi dari peristiwa yang terjadi dalam pelaksanaan wawancara untuk didengar dan dicatat secara teliti informasi yang disampaikan. Wawancara ini dilakukan untuk menyampaikan pokok-pokok yang ingin dibahas. Kemudian mendengarkan narasumber menjelaskan secara luas, setelah narasumber selesai menjelaskan, lalu mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang terkait permasalahan yang sedang dibahas.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Hasil penelitian dari observasi atau wawancara akan lebih dapat dipercaya atau mempunyai kredibilitas yang tinggi jika didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademik yang telah ada. Tetapi tidak semua dokumen memilih tingkat kredibilitas yang tinggi. Sebagai contoh banyak foto yang tidak mencerminkan keadaan aslinya, karena foto bisa saja dibuat untuk kepentingan tertentu (Sugiyono 2018, 476). Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian catatan terkait dengan konten *food vlogger* Kota Padang pada media sosial TikTok yang terkait dengan penelitian. Hasil penelitian observasi dan wawancara akan lebih dapat dipercaya bila didukung oleh adanya suatu dokumen.

4. Teknik Pengolahan Data

Analisis data terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan atau verifikasi (Miles 1992, 16). Mengenai ketiga alur tersebut secara lebih lengkapnya adalah sebagai berikut:

- a. Reduksi data, mereduksi data berarti meringkas, menyeleksi hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan pola, serta membuang hal-hal yang tidak perlu (Sugiyono 2010, 338). Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan fokus pada penelitian tinjauan *tadlis* terhadap konten *food vlogger* Kota Padang pada media sosial TikTok sehingga memudahkan peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencari data bila diperlukan.
- b. Penyajian data, yakni setelah data dikumpulkan selanjutnya dilakukan penyajian data dalam bentuk uraian singkat disajikan dengan teks dalam bentuk naratif dari data yang telah di kumpulkan dilakukan penyajian data tentang tinjauan *tadlis* terhadap konten *food vlogger* Kota Padang pada media sosial TikTok.
- c. Kesimpulan (*conclusion drawing* atau *verification*), yakni penarikan kesimpulan dan verifikasi, kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada, temuan tersebut berupa deskripsi atau gambaran mengenai objek sehingga menjadi jelas tentang Tinjauan *tadlis* terhadap konten *food vlogger* Kota Padang pada media sosial TikTok.