

BAB V KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

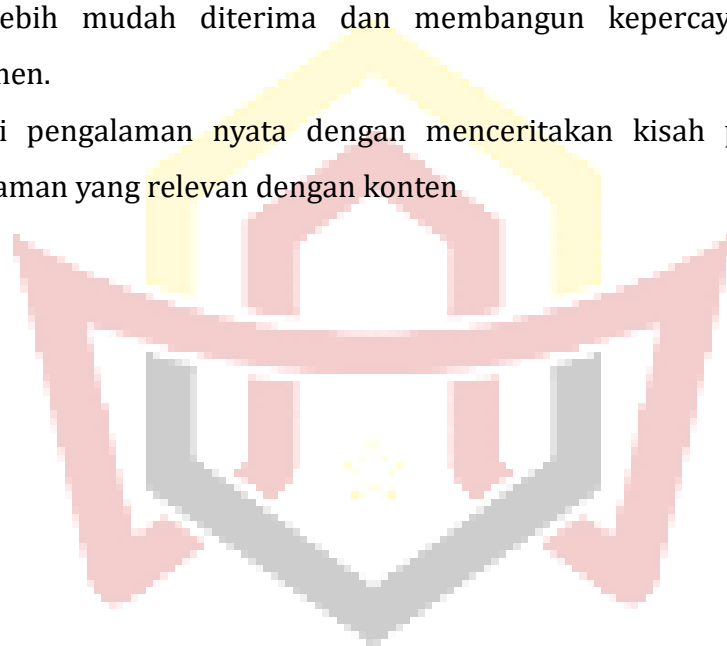
Analisis dan teori yang sudah dipaparkan pada pembahasan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan yaitu:

1. Praktik *review* makanan yang dilakukan oleh *food vlogger* Kota Padang pada media sosial Tiktok dilakukan dengan melakukan beberapa tahapan yaitu tahap perencanaan, tahap pengambilan video, tahap pengeditan, dan tahap publikasi. Konten *review* tersebut berupa video yang berdurasi pendek yang sudah di edit menggunakan teknik visual dan fitur menarik yang memuat informasi terkait makanan yang di *review*, praktik *review* makanan tersebut berbayar dimulai dari harga Rp.1.000.000-, sampai dengan Rp.8.000.000 per videonya. Kemudian praktik *review* oleh *food vlogger* Kota Padang pada media sosial TikTok masih terdapat kekurangan yang muncul seperti penggunaan teknik visual yang membuat makanan nampak terlihat lebih lezat atau menarik daripada keadaan aslinya penyembunyian informasi penting terkait kualitas makanan, atau bahkan *review* yang bias karena adanya *sponsorship* atau *endorsement* yang tidak diungkapkan secara terbuka.
2. Tinjauan *tadlis* terhadap praktik konten *review food vlogger* Kota Padang pada media sosial TikTok yang terjadi dalam konten *food vlogger* Kota Padang pada media sosial TikTok. Terdapat tiga bentuk *tadlis* yang dilakukan oleh *food vlogger* Kota Padang pada media sosial TikTok seperti menyembunyikan kualitas atau kecacatan yang terdapat pada makanan yang mereka *review* dengan cara menutupi kekurangan dengan pengambilan gambar yang menarik dan pencahayaan yang baik dengan teknik visual yang canggih serta penggunaan fitur dari aplikasi editor. Kemudian makanan yang mereka *review* tampak lebih besar dan banyak yang disebabkan penambahan oleh penjual produk kuliner, sehingga menyebabkan makanan tampak lebih banyak.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisa dan kesimpulan diatas penulis dapat memberikan saran-saran dalam upaya sebagai rujukan yang dipertimbangkan dan bisa memajukan Usaha Kuliner khususnya *food vlogger* Kota Padang pada media sosial TikTok.

1. Tampilkan konten apa adanya, tanpa berusaha menyembunyikan kekurangan atau membuat narasi yang tidak realistis. Konten yang jujur akan lebih mudah diterima dan membangun kepercayaan dengan konsumen.
2. Berbagi pengalaman nyata dengan menceritakan kisah pribadi atau pengalaman yang relevan dengan konten



UIN IMAM BONJOL
PADANG

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Al-Quran Kementrian Agama RI. 2015. *Al-Quran dan Terjemahannya*. Jakarta : Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran
- Albānī, Muhammad Nāshiruddin. 1988 *Shahih al-Jami' ash-Shagir wa Ziyadatuhu (al-Fath al-Kabir)*, cet. III Beirut: al-Maktab al-Islāmi
- Arikunto, S. 2017. *Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Desy, Oktaheriyani. M. Ali Wafa. Shen Shadiqien. 2020. *Analisis Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial TikTok (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNISKA MAB Banjarmasin)*
- Fauzan, Saleh. 2006. *Fiqh Sehari-Hari*. Jakarta : Gema Insani Press.
- Ghazaly, Abdul Rahman. Dkk. 2010. *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Kencana
- Hafidhuddin, D. 2003. *Islam Aplikatif*. Jakarta : Gema Insani.
- Hamzah. 1992. *Kultur Masyarakat Indonesia*. (Surabaya: Pelita)
- Haroen, Nasrun. 2007. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Patama.
- Hasan, Hasan. 2003. *Tata Bahasa Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka. Jakarta.
- Huda, Qomarul. 2011. *Fiqh Muamalah*, Cet 1 Yogyakarta : Teras
- Husen, M. Nadratuzzaman. 2007. *Gerakan 3H Ekonomi Syariah*, Jakarta: PKES,
- Imam, Muhammad bin Isma'il Al Kahlany. 1960. *Subulussalam*, Juz IV, Musthafa Al Babi Al Halabi, Cet. IV, Mesir.
- Iskandar. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Tengah : Gaung Persada Press.
- Jauzy, Ibnu. 2004. *Ketika Nafsu Berbicara*. Jakarta : Cendikia Sentra Muslim.
- Jaziri, Abdurahman. 2014. *Kitab al-Fiqh al-Islamiy wa Adillatuhu*, Juz 2 Beirut : Dar al Kutub al-Ilmiyyah
- Kádeková, Z., & Holienčinová, M. 2018. *Influencer Marketing As A Modern Phenomenon Creating A New Frontier Of Virtual Opportunities*. Journal of Communication
- Kamaludin, Rustian. 1987. *Ekonomi Transportasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Karim, Adiwarnam A. 2017. *Ekonomi Mikro islami Edisi kelima* Depok: Rajawali Perss
- Manan, Abdul. 2012. *Hukum Ekonomi Syariah. Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*. Jakarta: Kencana
- Mardani, D. 2012. *Fiqh Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Mas'adi, Ghufroon A. 2002. *Fiqh Mu'amalah Kontekstual*, cet. I, (Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Mas'adi. 2002. *Fiqh Muamalah kontekstual*. Jakarta: PT.Raja Grafindo.

- Miles, M. B. & Huberman, M. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Penerbit. Universitas Indonesia
- Muhammad Isa bin Surah At Tirmidzi. 1992. *Terjemah Sunan At Tirmidzi*, Terj. Moh. Zuhri, dkk. Semarang: CV. Asy-Syifa
- Muslih, Abdullah, dan Shalah ash Shawi. 2004. *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*. (terj.), Cet. I, Jakarta: Darul Haq.
- Musthafa, Ali. Al-Ghurabi. T.th. *Tarikh al-Firaq al-Islamiyyah*. Kairo: Mathba'ah Ali Sabih.
- Pudjiharjo, & Wijaya, H. 2015. *Analisa Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi dan Tampilan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Pemasaran di Media Sosial*.
- Rozalinda. 2015. *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasi pada Aktivitas Ekonomi*. (Eds) ke-1, Cet. Ke-2, Jakarta: RajaGrafindo
- S.B. Marsh and J. Soulsby. 2006. *Bussiness Law*, alih bahasa Abdul Kadir Muhammad dengan judul *Hukum Perjanjian*, Alumni Bandung
- Sabiq, Sayyid. 2009. *Fikih as-Sunnah*, trans. Mohammad Tholib, Semarang: Thoha Putra
- Sarwat, Ahmad. 2018. *Fiqh jual beli*. Jakarta : Rumah Fiqih. Publishing.
- Setiadi, N. J. 2019. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Edisi Ketiga. Jakarta: Prenada Media Group
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : ALFABETA
- Suhendi, Hendi. 2010. *fiqh muamalah*, Jakarta; PT. RajaGrafindo. Persada,
- Suhendi. 2002. *Fiqh Muamalah*, PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Suprayogo, Imam. 2001. *Metode Penelitian Sosial Agama*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sutrisno, Hadi. 2001. *Metodologi Penelitian*; Jilid 3. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM.
- Suwiknyo, Dwi. 2009. *Kamus Lengkap Ekonomi Islam*, Yogyakarta : Total media
- Zuhaili, Wahbah. 2011. *al-Fiqh al-Islam wa Adillatuhu*, Juz 5, Terj. Agus Efendi dan Bahrudin Fannany. Jakarta: Gema Insani

Jurnal

- Putra, Panji Adam Agus. 2023. *Aplikasi Kaidah Lâ Dharara Wa Lâ Dhirâr Dalam Hukum Ekonomi Syariah*. Vol. 6
- Rahmawati, Siska. 2018. *Institutional Repositories & Scientific Journals. Fenomena Pengguna Aplikasi TikTok di Kalangan Mahasiswa Universitas Pasundan Bandung*.
- Sutjipto, Trisnaning Setya. Eko Fajar Cahyono. 2020. *Tadlis dan taghrir di dalam e-marketplace*. Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan. Vol. 7

Teng, S., Khong, K.W., Goh, W.W. and Chong, A.Y.L. 2014, "Examining the antecedents of persuasive EWOM messages in social media", Jurnal Online Information Review, Vol. 38 No. 6

Website

Antonius. 2024. Bagaimana Memahami Perkembangan Bisnis Kuliner Indonesia. Diakses pada tanggal 26 Desember 2024 <https://www.kompas.id/baca/riset/2024/08/26/bagaimana-memahami-perkembangan-tren-dan-lanskap-bisnis-kuliner-di-indonesia-saat-ini>

Famous.id. 2017. 7 Jenis Video Vlog yang Populer di YouTube Indonesia. Retrieved from brilio.net Diakses tanggal 24 November 2024 <https://www.brilio.net/video/personality/7-jenis-video-vlog-yang-populer-diyoutube-indonesia-170224q.html>

Fatimah, Kartini Bohang. 2018. Tik Tok Punya 10 Juta Pengguna Aktif di Indonesia Kompas.com. Diakses pada 26 Desember 2024 from <https://tekno.kompas.com/read/2018/07/05/09531027/tik-tok-punya-10-jutapengguna-aktif-di-indonesia>.

Hasanah. Sejarah Tiktok dan Perjalanannya hingga Masuk ke Indonesia. Diakses pada tanggal 24 November 2024 dari situs. <https://www.idntimes.com/tech/trend/uswatun-khasanah-52/sejarah-tiktok-dan-perjalanannya-hingga-masuk-ke-indonesia>

Octaviana, Gina. 2024. Jumlah Pengguna TikTok Indonesia Semakin Melejit. Diakses pada tanggal 20 November 2024 dari situs <https://www.rri.co.id/ipitek/1071480/jumlah-pengguna-tiktok-indonesia-semakin-melejit>

Salsabilla. 2020. Membahas Tren Kuliner dan Profesi Food Writer di Indonesia. Diakses Pada 25 November 2024 whiteboardjournal.com/living/culinary/membahasperkembangan-tren-kuliner-dan-profesi-food-writer-di-indonesiabersama-kevindra-soemantri/

Skripsi dan Tesis

Homsah, Siti. 2021. *Analisis Perilaku Tadlis Dalam Jual Beli Menurut Pemikiran Adiwarman Azwar Karim di Pasar Hewan Wonoasih Kota Probolinggo*. Tesis.

Rahmah, Julika. 2021. *Analisis Promosi Melalui Food Blogger Pada Media Sosial Instagram Terhadap Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah UKM Kuliner di Way Halim Bandar Lampung*. Skripsi

Wardana, Kufyatul. 2018. *Bentuk Tadlis Dalam Jual Beli Pada Hasil Perikanan Di TPI Lampulo Banda Aceh*. Skripsi