

BAB III

PROFIL APLIKASI TIKTOK

3.1 Sejarah dan Perkembangan Aplikasi TikTok

Saat ini, perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar Pada cara masyarakat melakukan transaksi ekonomi. Salah satu bentuk nyata dari perubahan tersebut adalah munculnya jual beli Online, yaitu kegiatan transaksi yang dilakukan melalui jaringan internet. Fenomena ini telah menggeser pola jual beli konvensional yang sebelumnya dilakukan secara langsung antara penjual dan pembeli. Melalui sistem daring, masyarakat kini dapat melakukan berbagai transaksi dengan mudah, cepat, dan efisien tanpa harus bertatap muka secara fisik. Kemajuan teknologi informasi menjadi faktor utama yang mendorong pesatnya praktik jual beli Online. Kehadiran berbagai platform *e-commerce* dan media sosial memberikan ruang bagi masyarakat untuk melakukan aktivitas ekonomi kapan pun dan di mana pun. Selain itu, sistem pembayaran digital serta layanan pengiriman yang semakin canggih turut mempercepat pertumbuhan transaksi daring ini (Hamzah, Arif, and Nisa 2019, 43).

Namun demikian, di balik kemudahan tersebut, jual beli Online juga menimbulkan tantangan baru Pada aspek hukum Islam, khususnya Pada kajian fikih muamalah. Transaksi yang dilakukan secara virtual sering kali menimbulkan pertanyaan mengenai keabsahan akad, kejelasan objek jual beli, hingga tanggung jawab antara pihak penjual dan pembeli. Oleh karena itu, penting untuk meninjau kembali prinsip-prinsip fikih muamalah agar dapat diterapkan secara tepat Pada konteks jual beli modern berbasis teknologi ini. Kegiatan jual beli Online merupakan bagian dari konsep yang lebih luas, yaitu *e-commerce* (*electronic commerce*), yang secara umum diartikan sebagai proses pembelian, penjualan, pertukaran, atau pemindahan barang, jasa, maupun informasi melalui jaringan komputer, baik menggunakan internet maupun intranet. Pada praktiknya, *e-commerce* memungkinkan terjadinya interaksi ekonomi secara virtual antara penjual dan pembeli tanpa perlu adanya pertemuan fisik. Sistem ini menjadi wujud nyata dari pemanfaatan teknologi informasi Pada bidang perdagangan modern yang

memberikan kemudahan dan kecepatan Pada bertransaksi (Astuti 2018, 12).

Melalui jual beli Online, masyarakat dapat melakukan transaksi layaknya jual beli konvensional, namun dengan berbagai keuntungan tambahan. Salah satu keunggulan utamanya adalah efisiensi waktu dan tenaga, karena calon pembeli tidak perlu lagi mengunjungi toko secara langsung. Cukup dengan menggunakan perangkat digital seperti ponsel atau komputer, pembeli dapat menjelajahi berbagai toko Online (Online shop) hanya dengan beberapa klik. Proses perbandingan harga, pemilihan produk, hingga pembayaran dapat dilakukan Pada waktu singkat tanpa harus berpindah tempat. Selain efisiensi waktu, jual beli Online juga menawarkan kemudahan Pada hal akses informasi dan variasi produk. Pembeli dapat dengan mudah memperoleh deskripsi produk, ulasan dari konsumen lain, serta rekomendasi barang sejenis yang membantu mereka Pada mengambil keputusan pembelian. Meskipun demikian, di balik kemudahan yang ditawarkan, jual beli Online juga memunculkan sejumlah persoalan, terutama terkait keabsahan akad, kejelasan objek transaksi, serta tanggung jawab para pihak menurut perspektif fikih muamalah. Oleh karena itu, penting untuk memahami prinsip-prinsip hukum Islam agar praktik *e-commerce* tetap berjalan sesuai dengan nilai-nilai syariat yang menjunjung tinggi keadilan, kejujuran, dan kemaslahatan (Ana and Andriko 2022, 41).

Pada perkembangan jual beli Online di era digital saat ini, berbagai aspek teknis seperti keamanan jaringan internet, kecepatan akses, pengembangan aplikasi *mobile*, serta peran media sosial menjadi faktor yang sangat penting bagi para pelaku usaha daring. Keamanan jaringan, misalnya, berfungsi melindungi data pribadi dan transaksi finansial agar tidak disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Sementara itu, kecepatan internet dan kemudahan akses melalui perangkat *mobile* menentukan sejauh mana konsumen dapat berinteraksi dengan toko Online secara nyaman dan efisien. Media sosial pun berperan besar sebagai sarana promosi, komunikasi, dan pembentukan kepercayaan antara penjual dan pembeli (Arifin Abdullah and Almiftahul Ramadhan 2022).

Meskipun berbagai kemudahan tersebut telah mempermudah masyarakat Pada bertransaksi, keberhasilan jual beli Online tidak hanya ditentukan oleh aspek

teknologi, tetapi juga oleh kemampuan dan profesionalitas pelaku usaha. Pada mengelola dan menyesuaikan diri terhadap perkembangan digital. Para pelaku jual beli Online dituntut untuk memahami sistem *e-commerce* secara menyeluruh, mulai dari pengelolaan platform, strategi pemasaran digital, hingga pelayanan pelanggan yang transparan dan terpercaya. Keahlian dan integritas pelaku usaha menjadi faktor penentu utama Pada menjaga keberlangsungan dan kredibilitas sebuah *Online shop*. Pelaku yang mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan memanfaatkan media digital secara etis akan lebih mudah memperoleh kepercayaan konsumen. Sebaliknya, kurangnya pemahaman dan tanggung jawab Pada pengelolaan transaksi daring dapat menimbulkan permasalahan hukum maupun etika bisnis. Oleh karena itu, keberhasilan jual beli Online tidak hanya bertumpu pada kecanggihan teknologi, tetapi juga pada kompetensi dan akhlak pelaku muamalah digital yang sejalan dengan prinsip-prinsip Islam (Risma 2022).

Pada perspektif fikih muamalah, hukum jual beli Online (*e-commerce*) pada dasarnya diperbolehkan (*mubah*) selama memenuhi rukun, syarat, dan prinsip-prinsip jual beli yang telah ditetapkan Pada syariat Islam. Hal ini sejalan dengan kaidah umum Pada fikih:

الأصل في المعاملات الإباحة حتى يدل الدليل على تحريمها

Terjemhannya:

“Hukum asal Pada segala bentuk muamalah adalah boleh dilakukan, kecuali ada dalil yang melarangnya.” (Al-Suyuthi, 1996: 12)

Artinya, setiap bentuk transaksi, termasuk jual beli melalui media digital, dianggap sah selama tidak mengandung unsur yang diharamkan seperti *riba*, *gharar* (ketidakjelasan), penipuan (*tadlis*), *ghasab* (pengambilan tanpa hak), atau *maisir* (spekulasi/judi). Pada pandangan fikih muamalah, jual beli Online atau *e-commerce* pada dasarnya diperbolehkan (*mubah*) selama memenuhi rukun, syarat, serta prinsip-prinsip jual beli yang telah diatur Pada syariat Islam. Ketentuan ini sejalan dengan kaidah umum Pada fikih yang menyatakan bahwa hukum asal Pada setiap bentuk muamalah adalah boleh dilakukan, kecuali jika terdapat dalil yang melarangnya. Dengan demikian, setiap transaksi, termasuk yang dilakukan melalui

media digital, tetap dianggap sah selama tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan seperti *riba*, *gharar* atau ketidakjelasan, penipuan (*tadlis*), pengambilan hak orang lain tanpa izin (*ghasab*), maupun unsur perjudian atau spekulasi (*maisir*) (Muflihatul Isnaeni et al. 2023).

Pada konteks hukum Islam, suatu transaksi jual beli dinyatakan sah apabila memenuhi unsur-unsur pokok seperti adanya pihak-pihak yang berakad, yakni penjual dan pembeli yang sama-sama cakap hukum serta bertransaksi atas dasar kerelaan (*an-taradhin*). Selain itu, harus ada objek akad yang menjadi bahan transaksi, baik berupa barang maupun jasa, yang hukumnya halal, memiliki kejelasan sifat, harga, dan dapat diserahterimakan secara nyata. Unsur lain yang tidak kalah penting adalah adanya *ijab* dan *qabul*, yakni pernyataan kesepakatan antara kedua belah pihak yang menandakan terjadinya akad jual beli. Pada praktik jual beli Online, seluruh unsur tersebut tetap dapat terpenuhi meskipun prosesnya dilakukan secara digital tanpa pertemuan fisik antara penjual dan pembeli. Komunikasi dilakukan melalui berbagai media seperti situs web, aplikasi *e-commerce*, atau platform media sosial yang menyediakan fasilitas untuk bertransaksi. Persetujuan atau akad jual beli terjadi ketika pembeli menekan tombol “beli” dan penjual menerima pesanan tersebut. Tindakan tersebut dapat dipahami sebagai bentuk *ijab* dan *qabul* secara elektronik yang sah menurut hukum Islam, karena menunjukkan adanya kesepakatan dan kerelaan antara kedua belah pihak. Dengan demikian, sistem jual beli Online dapat dipandang sebagai bentuk muamalah modern yang tetap berlandaskan prinsip-prinsip fikih klasik, selama dilakukan dengan penuh kejujuran, transparansi, dan keadilan sesuai dengan tuntunan syariat (Jamal and Raya 2021).

Validitas akad Pada transaksi jual beli Online mendapat perhatian khusus Pada fikih muamalah modern. Para ulama kontemporer pada dasarnya membolehkan bentuk akad digital selama transaksi tersebut memenuhi prinsip kejelasan (*transparency*) dan kerelaan (*consent*) antara kedua belah pihak. Meskipun Pada jual beli Online tidak terjadi pertemuan fisik antara penjual dan pembeli sebagaimana Pada transaksi konvensional, akad yang dilakukan melalui media elektronik tetap dianggap sah. Hal ini karena proses komunikasi digital telah

mampu menampakkan maksud dan kehendak akad secara jelas, baik melalui tulisan, tanda persetujuan, maupun tindakan yang menunjukkan adanya kesepakatan. Pada konteks ini, jual beli Online dapat dikategorikan sebagai bentuk akad *mu'athah*, yaitu jenis transaksi yang dilakukan melalui tindakan nyata yang menandakan adanya kerelaan, bukan semata-mata melalui ucapan *ijab* dan *qabul* secara verbal. Misalnya, ketika pembeli menekan tombol setuju atau *checkout* pada platform *e-commerce*, tindakan tersebut dianggap sebagai bentuk penerimaan terhadap tawaran yang diajukan oleh penjual. Begitu pula saat penjual mengonfirmasi pesanan dan mengirimkan barang, hal itu merupakan bentuk pelaksanaan akad yang sah. Meskipun akad dilakukan secara digital tanpa tatap muka, prinsip dasar dari akad Pada Islam tetap terpenuhi, yakni adanya kejelasan kehendak, kerelaan dari kedua belah pihak, serta tidak mengandung unsur penipuan atau ketidakjelasan. Transaksi Online Pada perspektif ini menjadi bentuk adaptasi hukum Islam terhadap perkembangan teknologi modern, tanpa meninggalkan nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab yang menjadi inti dari fikih muamalah (Firdiyanti 2023, 22).

Pada fikih muamalah, setiap bentuk transaksi, termasuk jual beli Online, wajib terbebas dari unsur-unsur yang dapat merusak keabsahan akad. Islam menekankan bahwa kejujuran dan kejelasan merupakan pilar utama Pada setiap kegiatan muamalah, sehingga adanya unsur seperti *gharar*, *tadlis*, *riba*, atau *maisir* akan menjadikan transaksi tersebut tidak sah dan dilarang. Unsur *gharar* atau ketidakjelasan, misalnya, sering muncul Pada jual beli Online ketika penjual tidak memberikan informasi yang lengkap atau akurat mengenai barang yang dijual. Hal ini dapat berupa gambar produk yang menyesatkan, deskripsi yang tidak sesuai dengan kenyataan, atau tidak adanya kepastian mengenai kualitas dan kondisi barang. Situasi seperti ini berpotensi menimbulkan kerugian dan kekecewaan bagi pembeli, yang bertentangan dengan prinsip keadilan Pada Islam (Oktasari 2021, 31).

Selain itu, unsur *tadlis* atau penipuan juga termasuk perbuatan yang dilarang. Pada konteks jual beli Online, *tadlis* dapat terjadi apabila penjual dengan sengaja menyembunyikan cacat pada barang, memberikan keterangan palsu, atau

memanipulasi ulasan produk untuk menarik minat pembeli. Praktik seperti ini merusak kepercayaan dan menghilangkan nilai amanah yang menjadi landasan utama transaksi Pada Islam. Adapun *riba* dan *maisir* juga menjadi perhatian penting. Riba dapat muncul apabila terjadi tambahan harga yang tidak disepakati sejak awal atau terdapat praktik bunga Pada sistem pembayaran, misalnya pada cicilan Online yang tidak sesuai dengan prinsip syariah. Sementara *maisir*, atau unsur spekulatif dan perjudian, dapat terjadi jika transaksi dilakukan dengan harapan untung-untungan tanpa dasar yang jelas, seperti sistem lotre, undian berbayar, atau investasi tanpa transparansi. Oleh karena itu, agar jual beli Online tetap sah dan halal menurut fikih muamalah, setiap transaksi harus dilaksanakan dengan menjunjung tinggi transparansi, kejujuran, dan keadilan. Penjual wajib memberikan informasi yang jelas dan benar tentang produk, sedangkan pembeli harus bertransaksi dengan niat yang baik serta memahami syarat-syarat akad. Praktik jual beli Online dapat menjadi sarana muamalah yang sesuai dengan ajaran Islam sekaligus relevan dengan perkembangan teknologi modern (Rijal, Iswandi, and Fitri 2023).

Jual beli Online pada dasarnya sejalan dengan prinsip-prinsip dasar Pada fikih muamalah yang menekankan nilai keadilan, kejujuran, dan kerelaan antara para pihak yang bertransaksi. Pada perspektif hukum Islam, tidak ada larangan untuk memanfaatkan teknologi sebagai sarana bermuamalah selama proses dan tujuannya tetap berada Pada koridor syariat. Oleh karena itu, kegiatan jual beli secara digital dapat diterima sebagai bentuk adaptasi modern dari praktik muamalah tradisional yang didasari oleh beberapa prinsip penting (Aditya Ramadhan and Fikriyah 2022, 11).

Pertama, prinsip kebolehan (*al-ibahah*), yang menegaskan bahwa segala bentuk muamalah pada dasarnya diperbolehkan selama tidak terdapat dalil *syar'i* yang melarangnya. Prinsip ini memberikan ruang bagi inovasi dan perkembangan ekonomi digital, termasuk Pada bentuk *e-commerce*, selama praktiknya tidak mengandung unsur yang diharamkan seperti riba, penipuan, atau ketidakjelasan. Kedua, prinsip kerelaan (*an-taradhin*) menjadi landasan penting Pada jual beli Online. Setiap transaksi harus dilakukan atas dasar persetujuan kedua belah pihak

tanpa adanya unsur paksaan. Pada konteks digital, kerelaan ini tercermin melalui tindakan pembeli yang menekan tombol “setuju” atau “beli” dan penjual yang menyetujui pesanan tersebut sebagai tanda akad yang sah secara elektronik. Ketiga, prinsip kejujuran (*al-shidq*) dan amanah menjadi aspek moral yang wajib dijaga. Kejujuran Pada memberikan informasi mengenai barang, kualitas produk, harga, serta pengiriman merupakan bentuk tanggung jawab dan integritas penjual. Amanah ini penting untuk membangun kepercayaan antara penjual dan pembeli, sehingga tercipta transaksi yang adil dan berkah. Keempat, prinsip keadilan (*‘adalah*) harus senantiasa ditegakkan Pada setiap akad. Keadilan menuntut agar tidak ada pihak yang dirugikan, baik dari segi harga, kualitas barang, maupun kesepakatan yang telah dibuat. Pada jual beli Online, penerapan prinsip keadilan dapat diwujudkan melalui kebijakan transparansi harga, sistem pengembalian barang yang adil, dan pelayanan yang profesional. Praktik jual beli Online bukan hanya sah secara hukum Islam, tetapi juga mencerminkan penerapan nilai-nilai fikih muamalah yang relevan dengan era digital. Selama transaksi dilakukan dengan memperhatikan prinsip kebolehan, kerelaan, kejujuran, amanah, dan keadilan, maka kegiatan ekonomi berbasis teknologi ini dapat menjadi sarana muamalah yang halal, efisien, dan sesuai dengan tuntunan syariat (Apriliani, Salsabila, and Wijaya 2023, 19).

3.2 Fitur-Fitur Utama TikTok Pada Bisnis dan Komersial

Aplikasi TikTok hadir dengan serangkaian fitur kreatif yang sengaja dikembangkan untuk meningkatkan ketertarikan pengguna sekaligus mempermudah mereka Pada menghasilkan video yang memikat. Setiap fitur tidak hanya berperan sebagai pelengkap, tetapi menjadi alat yang memungkinkan pengguna mengekspresikan ide secara lebih bebas dan spontan. Melalui pilihan filter, efek visual, musik, serta alat pengeditan yang intuitif, pengguna baik pemula maupun yang sudah terbiasa membuat konten dapat menyusun video yang terlihat menarik dan profesional tanpa harus memiliki keterampilan editing tingkat lanjut. Kombinasi fitur-fitur tersebut menjadikan TikTok sebagai ruang yang ramah bagi siapa pun yang ingin berkreativitas dan membagikan momen mereka dengan cara yang unik.

Adapun beberapa fitur diantaranya:(Salamah, Rangkuti, and Noviyana 2021, 22)

1. Efek dan Filter Kreatif

Efek dan filter kreatif merupakan salah satu komponen yang menjadikan TikTok begitu diminati oleh berbagai kalangan. Melalui fitur ini, pengguna diberikan kebebasan untuk berkreasi dengan cara yang sederhana namun menghasilkan tampilan visual yang memukau. TikTok menghadirkan ratusan efek visual yang bervariasi, mulai dari filter wajah yang dapat mempercantik tampilan, efek warna yang mengubah suasana video, hingga fitur *augmented reality (AR)* yang memungkinkan pengguna menambahkan elemen-elemen digital, seperti karakter animasi, teks 3D, atau objek virtual ke Pada video mereka. Teknologi AR ini bekerja secara *real-time* sehingga interaksi antara pengguna dan objek digital terlihat lebih hidup dan natural. Selain efek visual, TikTok juga menawarkan berbagai pilihan transisi otomatis yang dapat digunakan untuk menciptakan perpindahan *antarscene* secara halus maupun dramatis. Transisi ini biasanya menjadi bagian penting Pada membuat video yang terlihat lebih profesional, terutama untuk konten seperti tutorial, fashion, atau hiburan.

Keunggulan fitur ini terletak pada cara kerjanya yang sangat praktis; pengguna cukup mengikuti panduan gerakan tertentu atau menekan tombol rekam, dan sistem akan menyesuaikan transisi secara otomatis. Fitur efek dan filter kreatif ini bukan hanya bertujuan mempercantik tampilan video, tetapi juga membantu pengguna mengekspresikan ide dengan lebih mudah. Tanpa memerlukan aplikasi editing eksternal atau kemampuan teknis yang kompleks, pengguna dapat menghasilkan konten yang memiliki daya tarik visual tinggi. Hal ini turut mendorong munculnya berbagai tren baru di TikTok, karena setiap efek atau filter baru sering kali menginspirasi banyak pengguna untuk membuat video serupa, sehingga membentuk gelombang kreativitas yang tersebar secara

viral. Oleh karena itu, efek dan filter kreatif tidak sekadar fitur tambahan, melainkan bagian penting dari ekosistem kreatif TikTok yang membuat *platform* ini semakin diminati (Salamah et al. 2021).

2. Musik dan Sound Library

TikTok menyediakan perpustakaan musik dan audio yang sangat luas, memungkinkan pengguna memilih lagu, suara, atau audio populer yang sesuai dengan konsep video yang ingin mereka buat. Kehadiran musik ini menjadi elemen penting Pada menciptakan video pendek yang lebih hidup, ekspresif, dan menarik perhatian. Setiap musik atau audio yang tersedia tidak hanya berfungsi sebagai latar belakang, tetapi juga sering menjadi penentu ritme, gaya penyajian, dan pesan yang ingin disampaikan Pada konten. Dengan mengikuti tren audio yang tengah viral, pengguna dapat meningkatkan peluang videonya muncul di halaman rekomendasi dan mendapatkan interaksi lebih banyak dari *audiens*. Salah satu fitur yang menjadikan TikTok begitu populer di kalangan pengguna adalah keberadaan *Music and Sound Library* yang sangat beragam dan mudah diakses. Perpustakaan musik ini berisi ribuan audio, mulai dari lagu-lagu populer, cuplikan musik yang sedang viral, suara komedi, *remix*, hingga audio yang diciptakan oleh pengguna lain. TikTok memungkinkan penggunanya memilih musik yang paling sesuai dengan suasana dan tema video yang akan mereka buat.

Musik Pada TikTok tidak sekadar menjadi latar belakang, tetapi memainkan peran yang sangat krusial Pada membentuk karakter dan makna sebuah video. Ritme, tempo, dan lirik lagu sering kali menentukan gaya penyajian konten, bahkan menjadi unsur utama yang memengaruhi bagaimana pengguna lain memahami pesan yang ingin disampaikan. Banyak tren Pada TikTok muncul berkat audio tertentu yang menjadi viral, sehingga penggunaan musik yang tepat dapat meningkatkan peluang sebuah video mendapat perhatian publik dan masuk ke halaman For You Page (FYP). Selain itu, perpustakaan audio TikTok juga

mendukung kreativitas pengguna dari berbagai latar belakang. Misalnya, kreator yang ingin membuat konten edukatif dapat memanfaatkan audio yang lembut atau menenangkan agar pesannya tersampaikan dengan jelas, sementara kreator hiburan dapat menggunakan lagu yang energik untuk menambah semangat dan daya tarik visual. TikTok juga memberikan akses kepada pengguna untuk mengedit musik, seperti memotong bagian tertentu, menyesuaikan volume, hingga menambahkan efek suara tambahan, sehingga proses pembuatan konten menjadi lebih fleksibel dan personal. Tidak hanya itu, fitur ini juga memberi ruang bagi lagu-lagu baru untuk dikenal lebih luas. Banyak musisi atau kreator musik independen yang memanfaatkan TikTok sebagai media promosi, karena audio yang viral di aplikasi ini dapat mendorong peningkatan popularitas lagu tersebut di *platform*-streaming lainnya. Fenomena ini menunjukkan bahwa *Music and Sound Library* TikTok bukan hanya fitur pelengkap, tetapi telah menjadi bagian penting dari ekosistem kreatif sekaligus industri musik digital. Dengan demikian, perpustakaan musik TikTok merupakan elemen kunci yang memberikan nyawa pada konten video, memperkaya kreativitas pengguna, serta memengaruhi dinamika tren digital yang berkembang sangat cepat (Dewanta 2020, 31).

3. Fitur Duet

Fitur Duet merupakan salah satu elemen yang membuat TikTok berbeda dari banyak *platform* media sosial lainnya. Melalui fitur ini, pengguna dapat membuat video baru yang tampil berdampingan dengan video milik kreator lain, sehingga menciptakan ruang interaksi yang unik dan spontan. Duet tidak hanya memungkinkan pengguna untuk meniru, merespons, atau melengkapi konten yang sudah ada, tetapi juga membuka kesempatan kolaborasi kreatif yang tidak memerlukan pertemuan langsung. Pengguna dapat mengambil video dari kreator lain sebagai partner Pada karya mereka. Pada praktiknya, fitur Duet sering digunakan untuk berbagai tujuan. Banyak pengguna memanfaatkannya

untuk memberikan reaksi terhadap video tertentu, baik berupa komentar visual, ekspresi, maupun klarifikasi. Selain itu, fitur ini sering dipakai Pada konteks hiburan, misalnya ketika seseorang mengikuti tantangan musik, menirukan tarian yang sedang viral, atau berpartisipasi Pada tren humor.

Karena tampilan video yang berdampingan, pengguna dapat dengan mudah memperlihatkan perbandingan, respon langsung, atau melengkapi narasi yang dibuat oleh kreator lainnya. Duet juga memiliki nilai sosial yang kuat, karena fitur ini memperluas ruang komunikasi antar pengguna. Kreator dengan pengikut besar maupun kecil dapat berinteraksi satu sama lain melalui konten yang sama, menciptakan jembatan kreatif antara berbagai komunitas. Bagi kreator pemula, Duet menjadi kesempatan untuk muncul bersama kreator yang lebih dikenal, sehingga meningkatkan visibilitas konten mereka. Di sisi lain, bagi kreator besar, Duet membantu mempertahankan keterlibatan audiens melalui interaksi yang terasa lebih personal dan responsif. Lebih jauh lagi, fitur ini memberikan dampak positif Pada penyebaran ide, edukasi, maupun diskusi kemasyarakatan. Banyak akademisi, pendidik, dan aktivis menggunakan fitur Duet untuk menanggapi informasi yang kurang tepat, memberikan penjelasan tambahan, atau melengkapi konten edukatif dengan perspektif yang lebih menPada. Dengan demikian, Duet tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai alat kolaborasi dan komunikasi yang memperkaya ekosistem konten TikTok (Suryani, Zulfikri, and Muhariani 2021).

4. Fitur *Stitch*

Fitur *Stitch* merupakan salah satu inovasi menarik di TikTok yang dirancang untuk mendorong kreativitas sekaligus memperluas bentuk interaksi antar pengguna. Melalui fitur ini, pengguna dapat memilih potongan tertentu dari video kreator lain biasanya Pada durasi beberapa detik untuk kemudian dimasukkan ke dalam video mereka sendiri.

Cuplikan tersebut dapat berfungsi sebagai pengantar, contoh, konteks, atau stimulus bagi pengguna lain untuk memberikan tanggapan. *Stitch* memungkinkan terjadinya percakapan visual yang lebih jelas dan terarah, karena pengguna dapat menampilkan langsung bagian video yang sedang mereka bahas. Pada praktiknya, *Stitch* sering kali digunakan untuk berbagai kebutuhan. Beberapa kreator memanfaatkannya untuk menanggapi suatu informasi atau opini yang sedang ramai dibicarakan, sehingga video mereka memiliki konteks yang lebih kuat. Kreator lain menggunakan fitur ini untuk melengkapi tutorial, memberikan penjelasan tambahan, atau mengoreksi informasi yang kurang akurat. Bahkan Pada dunia hiburan, *Stitch* sering dipakai untuk membuat video komedi, tantangan kreatif, atau konten *storytelling* dengan format lanjutan ceritanya.

Keunggulan fitur *Stitch* terletak pada kemampuannya menghubungkan satu video dengan video lainnya secara langsung. Hal ini mendorong terciptanya alur diskusi yang lebih hidup, karena setiap pengguna bisa menyajikan perspektif mereka masing-masing tanpa perlu menjelaskan ulang isi video yang dirujuk. Akibatnya, kolaborasi antar pengguna menjadi lebih mudah dan alami, meskipun mereka tidak saling mengenal atau tidak membuat konten bersama secara *real-time*. Selain mendukung interaksi kreatif, *Stitch* juga memperkaya ekosistem konten di TikTok karena membuat sebuah video dapat memicu rangkaian respon yang panjang dan bervariasi. Fenomena ini menjadikan TikTok bukan hanya tempat hiburan, tetapi juga ruang dialog digital di mana pengguna dapat saling belajar, berbagi informasi, dan melibatkan diri Pada diskusi yang konstruktif. Fitur *Stitch* memiliki peran penting Pada membentuk budaya komunikasi yang dinamis dan kolaboratif di *platform* ini (Harpina and Irfandi 2022).

5. Pengeditan Video Instan

Fitur pengeditan video instan merupakan salah satu kekuatan utama TikTok yang menjadikannya unggul dibanding banyak *platform* lain, dengan menyediakan alat editing lengkap yang langsung tertanam Pada aplikasi, TikTok memberi kesempatan kepada setiap pengguna baik yang baru belajar membuat konten maupun yang sudah berpengalaman untuk menghasilkan video yang menarik tanpa harus bergantung pada aplikasi editing profesional. Fitur ini menawarkan berbagai kemampuan mulai dari pemangkasan video, pengaturan durasi, hingga penyesuaian ritme melalui kontrol kecepatan yang memungkinkan video ditampilkan Pada format *slow motion* atau *fast motion* sesuai kebutuhan. Selain kemampuan dasar tersebut, TikTok juga menawarkan fitur penambahan teks dengan berbagai gaya huruf, warna, dan animasi sehingga pesan Pada video dapat tersampaikan dengan jelas dan artistik. Penambahan teks ini sangat penting, terutama untuk konten edukasi, tutorial, atau video yang memerlukan penjelasan tambahan.

Fitur *voice-over* turut melengkapi pengalaman *editing*, memungkinkan pengguna merekam suara latar yang dapat menjelaskan, menarasikan, atau menambah ekspresi terhadap konten yang ditampilkan. Tidak hanya itu, TikTok juga menyediakan berbagai efek suara dan penyesuaian audio yang memperkaya kualitas video. Pengguna dapat menambahkan suara tawa, efek dramatis, musik latar tambahan, dan berbagai efek audio lainnya untuk memperkuat pesan dan suasana video. Penyesuaian warna seperti filter estetis, pengaturan kecerahan, kontras, hingga saturasi juga tersedia untuk memastikan video terlihat lebih profesional dan sesuai dengan tema visual yang diinginkan. Kehadiran fitur pengeditan instan ini membuat proses pembuatan konten menjadi jauh lebih mudah, efisien, dan menyenangkan. Banyak pengguna dapat langsung mengedit video di mana pun mereka berada tanpa membutuhkan perangkat canggih. Fleksibilitas ini menjadi salah satu alasan mengapa TikTok tumbuh cepat dan

digunakan oleh berbagai kalangan, mulai dari kreator hiburan, pelaku bisnis, hingga pendidik yang memanfaatkan video pendek sebagai media penyampaian informasi. Dengan demikian, fitur editing bawaan TikTok bukan hanya alat teknis, tetapi juga fondasi yang memungkinkan lahirnya berbagai tren kreatif yang berkembang di *platform* tersebut (Mana 2021).

6. *For You Page* (FYP)

For You Page atau FYP menjadi salah satu fitur paling berpengaruh pada ekosistem TikTok dan menjadi alasan utama mengapa aplikasi ini begitu cepat menarik perhatian masyarakat luas. FYP merupakan halaman rekomendasi yang secara otomatis disesuaikan dengan preferensi masing-masing pengguna, sehingga setiap orang dapat menikmati konten yang benar-benar sesuai dengan minat dan kebiasaan mereka. Cara kerja FYP didukung oleh algoritma cerdas yang menganalisis berbagai pola perilaku pengguna, seperti video apa yang sering ditonton hingga selesai, jenis konten yang diberi tanda suka, komentar yang ditinggalkan, serta akun dan hashtag yang sering diakses. Algoritma TikTok bekerja secara kontinu dan dinamis. Setiap interaksi kecil dari pengguna akan memberikan sinyal kepada sistem mengenai apa yang mereka sukai. Misalnya, jika seseorang sering menonton video edukasi, algoritma akan mulai menampilkan lebih banyak konten pendidikan dari berbagai kreator (Harpina and Irfandi 2022).

Sebaliknya, jika pengguna aktif mengikuti tren hiburan atau tarian viral, FYP mereka akan dipenuhi video serupa. Pendekatan personalisasi ini membuat pengalaman menonton menjadi jauh lebih menarik dan membuat pengguna merasa bahwa TikTok selalu memahami preferensi mereka. Selain memberikan kenyamanan bagi penonton, FYP juga menjadi peluang besar bagi para kreator. Karena konten yang muncul di FYP tidak semata-mata berasal dari akun populer, setiap kreator memiliki kesempatan yang sama untuk videonya dilihat oleh banyak orang, bahkan jika mereka baru memulai atau memiliki jumlah pengikut yang sedikit.

Hal ini mendorong terciptanya lingkungan kreatif yang inklusif dan kompetitif, di mana kualitas konten menjadi faktor utama Pada menarik perhatian pengguna. Keberadaan FYP juga berperan penting Pada memunculkan berbagai tren global, mulai dari musik, tarian, tantangan viral, hingga kampanye sosial. Banyak tren besar di internet yang awalnya bermula dari FYP TikTok sebelum menyebar ke *platform* lain. Dengan kata lain, FYP tidak hanya mengatur konten yang dilihat pengguna, tetapi juga membentuk budaya digital dan pola konsumsi media masyarakat modern. Dengan kemampuan menampilkan konten yang sesuai secara presisi dan cepat, FYP menjadi jantung dari pengalaman pengguna di TikTok. Sistem rekomendasi yang sangat personal ini membuat pengguna terus menemukan video yang dianggap menarik, relevan, dan menyenangkan, sehingga menjadikan TikTok sebagai salah satu *platform* media sosial paling adiktif dan berpengaruh saat ini (Marlisa, Vahlia, and Latif 2022, 16).

7. *Live Streaming* (TikTok Live)

Fitur TikTok *Live* menjadi salah satu fasilitas yang paling diminati karena memberikan ruang bagi pengguna untuk berinteraksi secara langsung dengan *audiens* Pada waktu nyata. Melalui siaran langsung ini, kreator tidak hanya dapat membagikan aktivitas mereka saat itu juga, tetapi juga membangun kedekatan dan komunikasi dua arah secara lebih intens. Komentar yang muncul seketika memungkinkan kreator mengetahui tanggapan, pertanyaan, atau dukungan dari para penonton tanpa jeda, sehingga tercipta suasana yang lebih hidup, spontan, dan interaktif dibandingkan dengan konten video biasa yang bersifat satu arah. TikTok *Live* juga dilengkapi dengan berbagai fitur pendukung, seperti gift virtual yang bisa dikirim oleh penonton sebagai bentuk apresiasi. Hadiah-hadiah ini kemudian dapat ditukarkan menjadi pendapatan bagi kreator, sehingga fitur *Live* tidak hanya berfungsi sebagai sarana interaksi, tetapi juga menjadi peluang untuk memperoleh

penghasilan. Selain itu, kreator dapat melakukan diskusi, sesi tanya jawab, tutorial, hingga promosi produk secara langsung, membuat fitur ini sangat fleksibel untuk berbagai kebutuhan konten. Lebih jauh lagi, TikTok *Live* membantu kreator memperluas jangkauan audiens. Ketika seseorang melakukan siaran langsung, *platform* akan mempromosikannya kepada pengguna lain yang berpotensi tertarik, sehingga meningkatkan kemungkinan ditemukannya kreator oleh penonton baru. Dengan demikian, fitur ini bukan hanya sekadar alat komunikasi, tetapi juga strategi untuk membangun komunitas, memperkuat branding pribadi, dan meningkatkan *engagement* secara signifikan. TikTok *Live* pada akhirnya menjadi ruang kreatif yang dinamis, di mana kreator dan audiens bertemu. Pada waktu nyata untuk berbagi pengalaman, ide, serta hiburan (Nafi'ah Muamaroh and Fikri 2022).

8. *Hashtag Challenge*

Hashtag Challenge merupakan salah satu fitur paling ikonik dan berpengaruh di TikTok. Melalui fitur ini, pengguna diajak untuk membuat video sesuai dengan tema, tantangan, atau konsep tertentu yang dikemas pada sebuah *hashtag* khusus. Tantangan berbasis *hashtag* ini biasanya muncul secara organik dari komunitas kreator atau diciptakan secara resmi oleh TikTok dan berbagai brand untuk mendorong partisipasi pengguna. Keunikan dari *Hashtag Challenge* terletak pada kemampuannya untuk menyatukan jutaan pengguna pada satu tren yang sama, meskipun mereka memiliki gaya, kreativitas, dan latar belakang yang sangat beragam. Fitur ini membuat pengguna merasa menjadi bagian dari gerakan besar yang sedang viral. Ketika seseorang mengikuti tantangan tersebut, mereka secara otomatis terhubung dengan ribuan hingga jutaan video lain yang mengusung *hashtag* serupa. Hal ini menciptakan ekosistem interaksi yang padat, di mana pengguna saling menonton, membagikan, mengomentari, bahkan membuat versi kreatif

baru dari tantangan tersebut. Tak jarang, *Hashtag Challenge* yang viral dapat mendongkrak popularitas lagu, produk, atau tokoh tertentu hanya Pada waktu singkat karena sifatnya yang mudah disebar dan ditiru. Dari perspektif kreator, *Hashtag Challenge* memberikan ruang besar untuk berekspresi. Mereka bisa menampilkan kemampuan menari, akting, *lip-sync*, humor, atau bahkan ilmu pengetahuan sesuai tantangan yang sedang berlangsung. Sementara itu, bagi *brand* atau pelaku usaha, fitur ini menjadi strategi pemasaran yang efektif karena dapat meningkatkan *awareness* dan *engagement* secara masif. Dengan mengikuti *Hashtag Challenge*, pengguna bukan hanya membuat konten, tetapi juga berpartisipasi Pada budaya digital yang terus bergerak dan berkembang. *Hashtag Challenge* tidak hanya sekadar fitur hiburan, melainkan fenomena sosial yang mampu menciptakan tren global dan memperluas interaksi di Pada komunitas TikTok (Icha and Kurniadi 2022).

9. *Playlist Video* (untuk kreator)

Fitur Playlist Video merupakan salah satu fasilitas penting bagi kreator yang ingin mengatur konten mereka secara lebih profesional dan terstruktur. Dengan adanya fitur ini, kreator dapat mengelompokkan video-video mereka ke Pada daftar putar khusus berdasarkan tema, kategori, atau seri tertentu. Pengelompokan ini membantu *audiens* menemukan konten yang mereka butuhkan dengan lebih mudah, terutama jika kreator memiliki ratusan hingga ribuan video yang tersebar di akun mereka. *Playlist* berfungsi layaknya rak penyimpanan yang rapi, di mana setiap video ditempatkan sesuai konteksnya. Misalnya, kreator yang sering mengunggah konten edukasi dapat membuat *playlist* terpisah untuk materi sejarah, tips belajar, analisis isu terkini, atau tutorial tertentu. Demikian pula, kreator hiburan dapat mengelompokkan video sketsa, tarian, tantangan, atau *vlog* sesuai preferensi masing-masing. Dengan struktur yang jelas, penonton dapat menelusuri konten secara lebih

terarah tanpa harus menggulir halaman profil secara acak. Selain memudahkan penonton, fitur ini juga memberi manfaat besar bagi kreator Pada membangun citra dan identitas konten. *Playlist* membantu menjaga konsistensi tema, memperkuat *branding*, dan meningkatkan waktu tonton (*watch time*) karena penonton cenderung beralih dari satu video ke video lain Pada *playlist* yang sama. Alhasil, interaksi dan pertumbuhan akun pun menjadi lebih optimal. Tidak hanya itu, *playlist* juga sangat berguna bagi penonton baru yang ingin memahami perjalanan atau fokus konten seorang kreator sejak awal. *Playlist* Video bukan hanya fitur penyusun konten, tetapi juga alat strategis bagi kreator Pada membangun pengalaman menonton yang lebih nyaman, terarah, dan profesional di platform TikTok (Abidah, Itaristanti, and Udin Kamiluddin 2024, 14).

3.3 TikTok Shop dan *Live Streaming* sebagai Media Jual Beli

TikTok Shop dan fitur *Live Streaming* telah membawa perubahan besar Pada dunia perdagangan digital dengan menciptakan pengalaman belanja yang jauh lebih dinamis, interaktif, dan menghibur. Jika sebelumnya proses belanja daring hanya berfokus pada aktivitas transaksi sederhana melihat produk, menambah ke keranjang, lalu membayar TikTok mengubah pola tersebut menjadi pengalaman sosial yang penuh interaksi. Platform ini mengintegrasikan media sosial, konten video kreatif, dan fitur *e-commerce* Pada satu ekosistem yang saling mendukung, sehingga penjual dan pembeli dapat berkomunikasi secara langsung Pada suasana yang lebih hidup. Melalui *Live Streaming*, penjual tidak hanya menampilkan produk, tetapi juga dapat mendemonstrasikan cara penggunaan, menjawab pertanyaan secara *real-time*, menampilkan testimoni langsung, bahkan memberikan promo terbatas selama siaran berlangsung. Interaksi semacam ini menciptakan rasa kedekatan antara kreator atau penjual dengan penonton, membuat *audiens* merasa lebih nyaman dan percaya terhadap produk yang ditawarkan.

Banyak pengguna akhirnya membeli barang bukan hanya karena kebutuhan, tetapi juga karena terbawa suasana seru pada *Live*, adanya diskon

mendadak, atau karisma dari kreator yang membawakan siaran. Sementara itu, TikTok Shop mempermudah proses transaksi dengan menghadirkan tombol pembelian langsung pada video maupun *Live Streaming*. Pengguna tidak perlu meninggalkan aplikasi untuk menyelesaikan pembayaran, sehingga proses belanja menjadi lebih praktis dan cepat. Kombinasi hiburan dan kenyamanan ini membuat aktivitas belanja tidak terasa seperti melakukan transaksi, melainkan sebagai bagian dari pengalaman menyenangkan yang terjalin melalui konten. Dengan segala inovasi ini, TikTok berhasil mentransformasi pola perdagangan daring menjadi lebih modern dan menarik. Penjual mendapatkan ruang kreatif baru untuk mempromosikan produk mereka, sementara pembeli mendapatkan pengalaman belanja yang lebih personal, informatif, dan menghibur. TikTok Shop dan Live Streaming pun berkembang menjadi salah satu tren *e-commerce* yang paling berpengaruh di era digital saat ini (FITRIYA 2022).

TikTok Shop merupakan fitur belanja yang diintegrasikan langsung ke Pada aplikasi TikTok, sehingga menghadirkan pengalaman jual beli yang praktis dan menyatu dengan aktivitas pengguna sehari-hari. Melalui fitur ini, penjual, *brand*, maupun kreator dapat memasarkan produk mereka secara langsung kepada para pengguna tanpa memerlukan platform tambahan. TikTok tidak hanya menjadi tempat untuk menonton video hiburan atau edukasi, tetapi juga berkembang menjadi ruang perdagangan digital yang sangat aktif. Keunggulan utama TikTok Shop terletak pada kemampuannya menghubungkan konten dan transaksi secara mulus. Pengguna yang tertarik dengan suatu produk dapat langsung melihat detail barang, membaca ulasan, hingga melakukan pembelian tanpa meninggalkan aplikasi. Hal ini membuat proses belanja terasa lebih efisien, karena pengguna tidak perlu berpindah ke *marketplace* lain atau membuka situs web tambahan. Semua langkah, mulai dari pemilihan produk, *checkout*, hingga pelacakan pesanan, terselesaikan hanya Pada satu aplikasi. Bagi penjual dan kreator, TikTok Shop membuka peluang besar untuk memperluas jangkauan pemasaran. Mereka dapat menampilkan produk melalui video pendek kreatif, *Live Streaming*, atau

menambahkan *link* produk di setiap unggahan. Cara ini tidak hanya meningkatkan visibilitas barang, tetapi juga memperkuat hubungan emosional dengan *audiens*. Penjual bisa menarik perhatian calon pembeli secara lebih natural dan persuasif, berbeda dengan iklan konvensional yang cenderung statis. Sementara itu, bagi pembeli, fitur ini menghadirkan pengalaman yang lebih personal dan menyenangkan. Pengguna dapat menemukan produk baru melalui rekomendasi *For You Page*, mengikuti tren belanja terkini, dan memperoleh penjelasan langsung dari kreator yang mereka percaya. Kemudahan ini membuat aktivitas belanja tidak hanya soal membeli barang, tetapi juga menjadi bagian dari hiburan dan gaya hidup digital. Dengan integrasi yang begitu kuat antara konten dan perdagangan, TikTok Shop berhasil mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan bisnis daring. Platform ini tidak hanya menjadi sarana jual beli, tetapi juga menjadi ekosistem yang menghubungkan kreativitas, hiburan, dan transaksi Pada satu tempat yang mudah diakses oleh semua pengguna (Yurindera 2023, 15).

Manfaat TikTok Shop bagi penjual sangatlah luas, terutama dengan besarnya jumlah pengguna aktif harian yang dimiliki platform ini. Dengan jangkauan audiens yang begitu besar, penjual memiliki kesempatan untuk menjangkau pasar yang lebih beragam dibandingkan platform lainnya. Konten yang diunggah dapat muncul di beranda pengguna dari berbagai usia, wilayah, maupun minat, sehingga peluang produk dikenal dan dibeli menjadi jauh lebih besar. Salah satu kekuatan terbesar TikTok adalah gaya pemasarannya yang kreatif. Melalui video pendek yang dipadukan dengan musik, efek visual, dan narasi yang menarik, promosi produk dapat disampaikan dengan cara yang menghibur. Hal ini membuat iklan tidak terasa sebagai beban bagi pengguna, bahkan sering kali justru menjadi bagian dari hiburan yang mereka nikmati. Pendekatan kreatif semacam ini secara tidak langsung membangun hubungan emosional antara audiens dan produk, sehingga membantu meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap merek tertentu. TikTok juga menyediakan berbagai alat yang mempermudah penjual Pada mengelola bisnis mereka.

Melalui Business Center, penjual dapat memantau kinerja konten, melihat

statistik penjualan, menganalisis efektivitas iklan, dan mengatur strategi pemasaran secara lebih terstruktur. Semuanya terintegrasi Pada satu tempat sehingga pengelolaan bisnis menjadi lebih sederhana dan efisien. Tidak hanya itu, TikTok juga mendukung integrasi dengan platform *e-commerce* lain seperti Shopify. Kolaborasi ini memungkinkan penjual mengelola katalog produk, inventaris, dan transaksi dengan lebih mudah, tanpa perlu berpindah antarplatform. Integrasi ini sangat membantu terutama bagi pelaku usaha yang memiliki toko di beberapa marketplace sekaligus. Bagi UMKM, TikTok Shop menjadi peluang besar untuk berkembang. Melalui kreativitas konten, UMKM dapat mempromosikan produk mereka dengan biaya yang relatif rendah namun berdampak tinggi. TikTok memberikan ruang bagi usaha kecil untuk tampil sejajar dengan brand besar, karena yang utama bukanlah seberapa besar perusahaan tersebut, melainkan seberapa menarik dan relevan konten yang dibuat. TikTok Shop menjadi sarana yang efektif untuk memperluas pasar, meningkatkan penjualan, sekaligus membangun citra merek yang lebih kuat di era digital (Nurjannah, Helvira, and Widiati 2023).

Fenomena jual beli serok yang muncul Pada Live Streaming TikTok merupakan bagian dari praktik transaksi elektronik yang berada di bawah pengaturan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) beserta peraturan turunannya. Sebagai bentuk transaksi digital, kegiatan ini harus memenuhi ketentuan dasar keabsahan akad, termasuk adanya kesepakatan para pihak, kecakapan pelaku, kejelasan objek yang diperjualbelikan, serta sebab atau tujuan transaksi yang dibenarkan. Pada praktiknya, jual beli serok menghadirkan persoalan serius pada aspek kejelasan objek karena barang yang dibeli tidak pernah dipastikan sebelumnya. Pembeli hanya mengetahui bahwa penjual akan menyerok barang secara acak, tanpa rincian mengenai jenis, jumlah, atau nilai barang yang akan diterima. Ketidakjelasan ini menunjukkan adanya unsur gharar yang bertentangan dengan prinsip kejelasan objek Pada UU ITE dan juga menempatkan pembeli Pada posisi yang rentan terhadap kerugian, sehingga transaksi dapat dinilai tidak sah apabila terjadi kesesatan informasi atau ketidaktransparanan dari

pihak penjual.

UU ITE juga menekankan bahwa pelaku usaha Pada transaksi elektronik wajib memberikan informasi yang benar dan tidak menyesatkan. Ketentuan ini sejalan dengan larangan menyebarkan informasi bohong yang merugikan konsumen. Pada konteks jual beli serok, ketidakjelasan informasi mengenai isi serokan, kualitas barang, maupun potensi variasi barang dapat dianggap sebagai informasi yang menyesatkan apabila penjual tidak memberikan penjelasan yang akurat dan transparan. Apabila penjual sengaja mengemas transaksi dengan cara yang membingungkan atau memberikan gambaran palsu tentang nilai barang, maka tindakan tersebut dapat dikategorikan sebagai pelanggaran terhadap UU ITE. Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik juga mengamanatkan bahwa pelaku usaha harus menjamin keterbukaan informasi kepada konsumen dan memberikan spesifikasi barang dengan jelas. Pada jual beli serok, ketiadaan penjelasan rinci terkait barang yang akan diterima menyebabkan transaksi ini berpotensi melanggar kewajiban transparansi. Model serok yang mengandalkan proses pengambilan barang secara acak memungkinkan adanya ketidaksesuaian antara barang yang diperlihatkan Pada siaran langsung dan barang yang benar-benar diterima oleh pembeli, sehingga menciptakan risiko kecurangan atau penyalahgunaan. Sebagai platform digital, TikTok juga memiliki tanggung jawab sebagai Penyelenggara Sistem Elektronik. TikTok wajib menyediakan sistem yang aman, memastikan transaksi yang berlangsung di Pada platformnya tidak melanggar hukum, serta memberikan ruang untuk pelaporan dan penyelesaian sengketa konsumen (Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019).

Apabila jual beli serok banyak menimbulkan keluhan atau merugikan pengguna, TikTok dapat diminta untuk mengambil tindakan terhadap penjual, termasuk menghapus konten, memberikan peringatan, atau melakukan pembatasan agar praktik seperti ini tidak merugikan masyarakat luas. Dengan semakin maraknya jual beli serok, tuntutan terhadap tanggung jawab platform menjadi semakin relevan. Analisis mengenai jual beli serok juga menjadi lebih

komprehensif apabila dikaitkan dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Undang-undang tersebut melarang pelaku usaha memperdagangkan barang yang tidak sesuai deskripsi serta melarang penggunaan informasi yang menyesatkan. Karena jual beli serok tidak memberikan kejelasan mengenai barang yang diterima pembeli, maka terdapat potensi kuat pelanggaran terhadap hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur. Konsumen yang membeli produk tanpa mengetahui spesifikasinya sesungguhnya berada Pada posisi yang tidak seimbang, sehingga hukum harus hadir untuk memastikan terciptanya keadilan Pada transaksi. Jual beli serok sendiri dipandang mengandung unsur *gharar* yang cukup jelas.

3.4 Etika dan Regulasi Pada Jual Beli melalui TikTok

a. Etika Pada jual beli melalui TikTok

Etika Pada jual beli melalui TikTok berdasarkan fikih muamalah bertujuan untuk mengatur hubungan ekonomi antarindividu agar tetap berjalan sesuai dengan nilai-nilai syariat Islam, meskipun dilakukan melalui media digital. Perkembangan platform perdagangan berbasis media sosial tidak mengubah substansi hukum muamalah, karena pada prinsipnya Islam menekankan keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab Pada setiap bentuk transaksi, baik secara langsung maupun daring. Prinsip keadilan menuntut agar setiap transaksi dilakukan secara seimbang, setara, dan tidak merugikan salah satu pihak, baik Pada penentuan harga, takaran, maupun timbangan. Kejujuran dan amanah menjadi landasan penting, karena setiap pelaku transaksi dituntut untuk berkata benar, tidak menipu, serta menjaga kepercayaan dan tanggung jawab yang melekat pada akad yang disepakati. Selain itu, transaksi harus dilandasi oleh kerelaan seluruh pihak yang terlibat, sehingga tidak boleh ada unsur paksaan atau tekanan. Prinsip transparansi menegaskan pentingnya keterbukaan informasi mengenai objek akad, harga, serta mekanisme transaksi, agar tidak menimbulkan kesalahpahaman di kemudian hari. Fikih muamalah juga secara tegas melarang adanya unsur riba Pada bentuk tambahan yang tidak sah, serta menghindari *gharar* atau ketidakjelasan dan

spekulasi berlebihan yang dapat merugikan salah satu pihak. Demikian pula, transaksi harus bebas dari unsur maisir atau praktik untung-untungan yang menyerupai perjudian. Di samping aspek teknis tersebut, fikih muamalah menekankan dimensi etis dan spiritual melalui orientasi pada kemaslahatan umum. Setiap transaksi diharapkan membawa manfaat, tidak hanya bagi pelaku akad, tetapi juga bagi masyarakat luas, serta menghindarkan dampak mudarat. Niat yang baik menjadi ruh dari seluruh aktivitas ekonomi, karena transaksi tidak semata-mata diarahkan pada keuntungan duniawi, melainkan juga pada pencapaian keberkahan dan ridha Allah. Oleh karena itu, objek yang diperdagangkan harus bersifat halal dan baik, sehingga seluruh interaksi ekonomi dapat berjalan selaras dengan tujuan syariat dan mewujudkan kebaikan bersama (Lestari, Ernanda, and Triandana 2023).

b. Regulasi Pada Jual Beli melalui TikTok

Regulasi jual beli melalui TikTok di Indonesia pada prinsipnya diatur melalui Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023. Peraturan ini menegaskan bahwa media sosial tidak diperbolehkan memfasilitasi transaksi jual beli secara langsung atau dikenal dengan konsep *social commerce*. Media sosial hanya dapat digunakan sebagai sarana promosi, bukan sebagai tempat terjadinya transaksi pembayaran dan penyerahan barang (Nurjaman et al. 2021). Sebagai konsekuensi dari kebijakan tersebut, aktivitas transaksi diwajibkan dilakukan melalui *platform* perdagangan elektronik yang telah memenuhi ketentuan sebagai Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Pada konteks TikTok, hal ini diwujudkan melalui pengalihan atau integrasi transaksi ke *platform e-commerce*, seperti setelah dilakukannya akuisisi dan kerja sama dengan Tokopedia. Dengan demikian, proses jual beli tetap berlangsung, tetapi berada Pada kerangka hukum *e-commerce* yang diakui oleh negara.

Selain pengaturan mengenai *platform*, regulasi ini juga memperketat ketentuan terkait produk yang diperdagangkan, antara lain menyangkut

standar barang, ketentuan harga minimum untuk produk tertentu, serta kepatuhan terhadap aturan perpajakan. Pengaturan tersebut bertujuan untuk menciptakan iklim persaingan usaha yang sehat, mencegah praktik perdagangan tidak adil, serta melindungi pelaku usaha lokal dari persaingan yang tidak seimbang (Panggabean and Tanjung 2022). Secara keseluruhan, tujuan utama regulasi jual beli di TikTok adalah memberikan perlindungan hukum bagi konsumen dan pedagang, memastikan keamanan data, serta menegakkan kepatuhan terhadap sistem perdagangan elektronik yang berlaku di Indonesia. Diharapkan aktivitas perdagangan digital dapat berjalan secara tertib, adil, dan berkelanjutan (Nurhaliza 2019).

