

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi membawa sebuah dampak besar pada masyarakat. Pada masa pandemi Covid-19 seperti sekarang ini menyebabkan penggunaan *Smartphone* dan media sosial meningkat pesat, terlebih lagi semua kegiatan baik bekerja, sekolah dan bersosial dilakukan secara daring atau *Online*. Menurut KBBI, Media Sosial adalah laman atau perangkat lunak yang memungkinkan pengguna dapat membuat dan berbagi konten di jejaring sosial.<sup>1</sup> Media sosial merupakan aplikasi berbasis internet yang memungkinkan setiap pengguna berinteraksi satu sama lain dengan membuat, membagikan dan menerima konten informasi dari pengguna lain.<sup>2</sup> Pengguna media sosial di Indonesia beragam, mulai dari anak seusia TK, SD, SMP, SMA, karyawan, buruh, sampai pedagang memiliki media sosial.

Menurut data statistik Hootsuite, sebuah alat yang dapat membantu melacak dan mengelola banyak media sosial secara bersamaan yang diciptakan oleh Ryan Holmes, Dario Meli, dan David Tedman pada Tahun 2008, menyebutkan bahwa pada Bulan Januari 2021 Indonesia memiliki penduduk sekitar 275 juta. Pengguna Mobile Unik sebanyak 125,6% dari jumlah populasi di Indonesia atau 345,3 juta, Pengguna Internet sebanyak 73,7% atau 202,6 juta, dan Pengguna Media Sosial Aktif berjumlah 170 juta 61,8%, dengan rentan waktu rata-rata 8 jam 52 menit per hari mengakses Internet.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, n.d.

<sup>2</sup> Kominfo, *Media Sosial* (Jakarta: Siber Kreasi, 2018), 3.

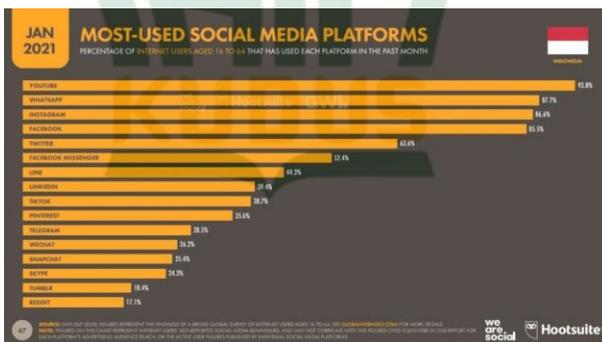
<sup>3</sup> Hootsuite, “Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2021,” 2021, diakses pada Tanggal 24 Oktober 2021 Pukul 13.23 WIB. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>.

**Gambar 1. 1 Survei Pengguna Internet Tahun 2021**



Adapun Platform media sosial yang banyak digunakan di Indonesia Tahun 2021, peringkat *pertama* diduduki oleh pengguna Youtube sebesar 93,8% dari jumlah populasi; *kedua*, pengguna WhatsApp sebesar 87,7% dari jumlah populasi; *ketiga*, pengguna Instagram sebesar 86,6% dari jumlah populasi; dan yang terakhir adalah pengguna Facebook di Indonesia sebanyak 85,5% dari jumlah populasi.<sup>4</sup>

**Gambar 1. 2 Platform yang sering diakses masyarakat Indonesia Tahun 2021**



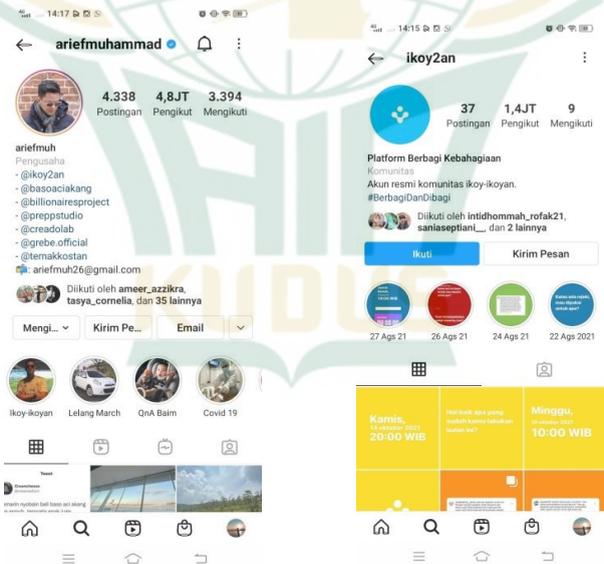
Penggunaan media sosial di masa sekarang bukan hanya sebagai media eksistensi diri, melainkan juga sebagai media komunikasi, belajar, dan mencari uang. Tak sedikit para pengusaha mempromosikan produknya di *Marketplace Online*. Adapula warganet yang menjadikan media sosial

<sup>4</sup> Hootsuite, diakses pada Tanggal 24 Oktober 2021 Pukul 13.23 WIB.

untuk melakukan bakti sosial dengan berbagi-bagi sejumlah uang atau barang.

Dewasa ini, muncul fenomena yang bernama Ikoy-Ikoy di media sosial bernama Instagram. Ikoy-Ikoy merupakan sebuah permainan yang ditujukan kepada *followers* suatu akun dengan syarat atau tanpa syarat yang kemudian akan mendapat sejumlah uang dari ratusan hingga jutaan rupiah. Ikoy-ikoy pertama kali dicetuskan oleh seorang influencer dan selebgram yang bernama Arief Muhammad atau yang kerap disapa Bang Arief, pemilik akun Instagram @ariefmuhammad. Bang Arief, dalam akun Instagramnya seringkali mengunggah dalam feed atau Instastory-nya mengenai permainan ikoy-ikoy tersebut. Bahkan Bang Arief membuat akun khusus untuk permainan ini dengan username @ikoy2an, dimana akun ini dikhususkan untuk permainan tersebut.

**Gambar 1.3 Akun @ ariefmuhammad dan ikoy2an**



Permainan ikoy-ikoy ini pun menjadi viral dan banyak netijen yang mengikutinya, tak ketinggalan pula para artis, selebgram, youtuber dan influencer yang mengikuti tren Ikoy-Ikoy ini. Begitu maraknya ikoy-ikoy menjadikan para netijen atau warganet berlomba-lomba memberikan komentar dan *Direct Message* (DM) untuk meminta sejumlah uang atau

barang kepada para influencer dan selebgram yang bermain ikoy-ikoy-an. Para netizen pun tidak segan-segan untuk mengemis-ngemis kepada mereka.

Dari sini dapat diketahui bahwa ikoy-ikoy dijadikan ajang meminta-minta atau mengemis secara online. Sebagai umat Islam, seharusnya memiliki rasa malu dan harus menjunjung tinggi kehormatan Islam. Nabi jelas melarang umatnya untuk meminta-minta. Dalam Hadits disebutkan bahwa “*Barangsiapa meminta-minta padahal dirinya tidaklah fakir, maka ia seakan-akan memakan bara api*”.<sup>5</sup> Namun kenyataannya, manusia di zaman sekarang menjadikan mengemis sebagai profesi, ditambah lagi dengan tren Ikoy-Ikoy yang menjadikan manusia ikut mengemis secara *online*. Maka melihat fenomena ini, penulis akan mengulas permasalahan Ikoy-Ikoy dalam sudut pandang al-Qur’an dan Tafsir al-Misbah tentang ayat-ayat mengemis.

## **B. Fokus Penelitian**

Penelitian yang dikembangkan penulis dengan judul “*Fenomena Ikoy-Ikoy di Media Sosial dalam Perspektif Al-Qur’an (Studi Tafsir al-Misbah tentang Ayat-Ayat Meminta-Minta)*” menggunakan Metode *Maudhu’i* dari Tafsir al-Misbah karya Prof. M. Quraish Shihab, dengan menggunakan ayat-ayat yang relevan untuk mengupas secara tuntas permasalahan yang terjadi.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis dapat mengambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Pandangan al-Qur’an mengenai Fenomena Ikoy-Ikoy ?
2. Bagaimana Pemahaman tentang Ayat-Ayat Meminta-Minta dalam Kajian Tafsir al-Misbah?

## **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pandangan al-Qur’an mengenai fenomena Ikoy-Ikoy.

---

<sup>5</sup> Hadis, *Musnad Ahmad* nomor 16855 (Cairo: Daar Ma’ arif, 1949)

2. Untuk mengetahui penafsiran ayat-ayat meminta-minta dalam kajian Tafsir al-Misbah.

### **E. Manfaat Penelitian**

#### 1. Manfaat Teoritis

Sebagai referensi ilmu pengetahuan atau kajian ilmiah tentang fenomena ikoy-ikoy bagi mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Kudus dan orang yang ingin mendalami atau mempelajari masalah yang berkaitan dengan objek kajian penulis.

#### 2. Manfaat Praktis

##### a) Bagi penulis

Mengetahui lebih dalam mengenai fenomena atau permasalahan yang diangkat sehingga dapat diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari.

##### b) Bagi orang lain

- 1) Diharapkan mampu memberikan pemahaman tentang fenomena ikoy-ikoy

- 2) Meminimalisir kebiasaan meminta-minta di kalangan masyarakat.

### **F. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan penelitian ini berfungsi untuk mendapatkan gambaran secara garis besar gambaran dari setiap bagian yang saling berhubungan, sehingga akan diperoleh penelitian yang sistematis. Berikut sistematika penulisan yang akan penulis susun sebagai berikut:

#### 1. Bagian awal

Bagian ini terdiri dari : halaman judul, persetujuan pembimbing skripsi, pengesahan, pernyataan keaslian skripsi, abstrak, motto, persembahan, pedoman transliterasi, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar dan daftar tabel

#### 2. Bagian utama, memuat garis besar yang terdiri dari lima bab yaitu:

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan

sistematika penulisan.

**BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi deskripsi teori yang relevan dengan judul, penelitian-penelitian terdahulu, dan kerangka berpikir.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini memuat gambaran umum objek penelitian, analisis data, serta pembahasan

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran-saran

3. Bagian akhir

Bagian ini meliputi daftar pustaka, lampiran-lampiran, daftar riwayat hidup.