

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era yang serba digital sekarang ini, siapapun pasti mengenal adanya media sosial. Tidak memandang umur, gender, bahkan tempat. Hampir di seluruh dunia mengenal bahkan seperti sudah menjadi kebutuhan dari adanya media sosial, seperti Instagram, WhatsApp, Facebook, Twitter hingga Telegram.¹

Seiring dengan berkembangnya *platform-platform* di media sosial, bot semakin dikenal dan digunakan pula. Adanya bot menandakan bahwa teknologi saat ini sudah semakin berkembang. Bot yang penulis maksud adalah akun yang dalam penggunaannya bertindak secara otomatis. beredarnya bot ini, bagi sebagian orang dijadikan sebagai ladang uang yang berarti dapat menguntungkan bagi mereka. Tetapi disamping itu ada beberapa pihak juga yang merasa dirugikan dari adanya bot ini.²

Jika dilihat sekilas dari kerugian yang didapatkan oleh beberapa pihak, sebagian orang merasa risih karena bot ini terkadang berseliweran di media sosial mereka dengan menyebarkan *link-link* yang tidak pantas (pornografi), ujaran kebencian ataupun *hoax* (berita bohong). Dalam penyebaran berita bohong biasanya dengan cara menyajikan sejumlah besar berita palsu dan

¹ Key, “Apa Saja Keuntungan Dan Kerugian Sosial Media?”, dalam https://kompirumpi.blogspot.com/2017/01/keuntungan-dan-kerugian-sosial-media_21.html. Akses tanggal 26 Februari 2022.

² Redaksi Jagoan Hosting, “Bot Adalah: Pengertian, Jenis-Jenis, Manfaat, dan Cara Kerja”, dalam <https://www.jagoanhosting.com/blog/bot-adalah/>. Akses tanggal 22 Agustus 2022.

sensasional kemudian pasukan *troll* ikut mempromosikan berita palsu tersebut serta menjadikannya perbincangan utama di jagat maya. Hal ini biasa terjadi di *platform* Twitter, Facebook atau Telegram.³ Selain itu bot juga dapat digunakan pada saat melakukan polling atau pemilihan yang bersifat online yang dalam hal ini memungkinkan dapat merugikan salah satu pihak karena banyaknya suara-suara palsu di *polling* atau pemilihan tersebut.

Tetapi dibalik adanya kerugian di atas, ada pula keuntungan yang didapatkan dari adanya bot ini. Seiring perjalanannya, bot dikembangkan untuk dapat meniru aktivitas, kebiasaan dan kemampuan manusia,⁴ seperti bot pesan otomatis atau bisa disebut juga dengan *Chatbot* yang digunakan oleh akun bisnis online di media sosial mereka. Dengan adanya bot ini memudahkan pebisnis online dalam membalas pesan pelanggan karena pelanggan mendapat respon yang cepat (*sistem auto replay*), membuat pesan otomatis yang kemungkinan besar sering ditanyakan oleh pelanggan yang kemudian dijawab secara cepat juga oleh bot, selain itu pebisnis online ini dapat membuat *broadcast message* yang dalam hal ini berguna untuk memberi informasi misalnya ketika bisnis mereka sedang mengadakan promo produk yang sedang mereka jual, dan masih banyak lagi keuntungan-keuntungan yang didapatkan dari *chatbot* ini. Intinya dalam penggunaan chatbot ini dapat meningkatkan customer experience dan customer retention karena memudahkan pelanggan agar tetap terhubung dengan bisnis tersebut. Selain

³ Agus Sudibyo, *Tarung Digital: Propaganda Komputasional di Berbagai Negara*, Cet. Ke-1, (Jakarta: PT. Gramedia, 2021), 41.

⁴ Ibid, 35.

itu hal ini juga termasuk upaya agar mempertahankan/meningkatkan profit bisnis.⁵

Kemudian keuntungan menggunakan bot yang selanjutnya adalah penjualan *followers* untuk orang-orang yang menginginkan *followers* lebih banyak di akun media sosial mereka. Pada umumnya penambahan *followers* ini dimanfaatkan sebagian orang lagi-lagi untuk akun bisnis mereka. Karena umumnya semakin banyak *followers*, calon pelanggan akan semakin percaya kepada bisnisnya. Atau bisa juga penambahan *followers* ini dimanfaatkan sebagian orang hanya untuk ajang pamer agar sekedar terlihat lebih *famous* atau lebih terkenal. Hal ini biasa terjadi di *platform* Instagram.⁶

Segala perbuatan yang dilakukan dalam penggunaan bot mengandung hal baik ataupun hal buruk, bermanfaat ataupun tidak. Dari hal ini, dalam penggunaan bot termasuk kedalam kategori yang diperbolehkan atau tidak. Hal ini akan di bahas dalam penelitian ini.

Selanjutnya, dalam hal *mu'āmalah*. Islam merupakan kesempurnaan sebuah agama. Segala aspek kehidupan manusia, baik aqidah, ibadah, akhlak, maupun *mu'āmalah* diatur dalam Islam.⁷ Secara bahasa arab kata *mu'āmalah* sama dan semakna dengan kata *mufa'alalah* (saling berbuat). Kata ini menggambarkan suatu aktivitas dalam memenuhi kebutuhan masing-masing

⁵ Alfina Fitriani, Dani Sulaeman, Ricky Firmansyah, "Efektivitas Chatbot Sebagai Media Komunikasi Bisnis Antara Penjual dan Pembeli Pada MarketPlace", *Jurnal Disrupsi Bisnis*, Vol. 5, No.3, Mei 2022, 195.

⁶ Nindi Apridha Jamil, Asep Dede Kurnia, Jalaludin, "Analisis Mekanisme Praktik Jual Beli *Followers* Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Media Sosial Instagram", *Jurnal Eksisbank*, Vol. 4, No. 1, Juni 2020, 83.

⁷ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*, Cet. Ke-1, (Jakarta: Kencana: Prenada Media Group, 2012), 5.

oleh seseorang dengan seseorang atau beberapa orang yang lain. Dalam mengartikannya, *Mu'āmalah* dapat juga diartikan sebagai hubungan hukum-hukum *syara'* dengan urusan dunia dalam rangka untuk melanjutkan *eksistensi* kehidupan seperti jual beli.⁸

Dari permasalahan yang telah dijelaskan tersebut, dapat diketahui bahwa bot di *platform-platform* media sosial tidak selalu merugikan, tetapi ada pula bot yang menguntungkan pengguna bot itu sendiri. Akan semakin menarik jika dalam hal ini penulis membahas kemunculan bot ini dari kaca mata hukum Islam. apakah jasa bot ini berjalan sesuai hukum Islam atau tidak dan bagaimana pula transaksi *mu'āmalah* yang dilakukan jika di dalam penggunaan bot ini terdapat transaksi?

Dari penjelasan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk membahasnya dalam skripsi yang berjudul “TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PENGGUNAAN BOT PADA MEDIA SOSIAL”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana penggunaan bot pada media sosial?
2. Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap penggunaan bot pada media sosial?

C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan dari penelitian ini yaitu :
 - a. Untuk mengetahui bagaimana penggunaan bot pada media sosial.

⁸ Ibid, 2.

- b. Untuk mengetahui bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap penggunaan bot pada media sosial.
2. Kegunaan yang diharapkan dalam penelitian ini yaitu :
- a. Secara Teoritik
 - 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menyumbang pengetahuan dan keilmuan bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam kajian studi ilmu Hukum Bisnis Syariah.
 - 2) Untuk mencoba meninjau hukum Islam dalam penggunaan bot pada media media sosial.
 - b. Secara Praktik

Hasil penelitian ini penulis harap dapat berguna dalam memberikan masukan atau rujukan bahkan perbandingan baru bagi penelitian selanjutnya dalam masalah penggunaan bot dalam perspektif hukum Islam.

D. Kajian Pustaka

1. Skripsi yang ditulis oleh Dwi Yunita yang berjudul “Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik Pada *Website Online* Ditinjau Dari Aspek Hukum Islam”, tahun 2016.

Skripsi ini berfokus pada praktik belanja atau jual beli melalui media elektronik pada *website* yang ditinjau dari aspek hukum Islam, khususnya mengenai perjanjian jual beli melalui media elektronik.⁹

⁹ Dwi Yunita, *Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik Pada Website Online Ditinjau Dari Aspek Hukum Islam*, Skripsi UIN Alauddin Makassar, 2016, 1-56.

Perbedaan Penelitian ini dengan penelitian yang penulis bahas ialah penelitian ini hanya membahas praktik belanja atau jual beli secara online di *e-commers*. Sedangkan penelitian yang ditulis mengenai kegiatan *mu'āmalah* dalam penggunaan bot secara online tidak hanya di *e-commers* saja.

Kemudian, persamaan penelitian ini dengan penelitian yang ditulis yakni masih sama-sama membahas tentang kegiatan *mu'āmalah* secara online ditinjau dari aspek hukum Islamnya.

2. Skripsi yang ditulis oleh Novita Sari yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Jasa Hapus Akun Di Media Sosial Facebook (Studi Kasus Di Toko *Online Shop @ollshop_lampung*”, tahun 2020.

Skripsi ini berfokus mengenai pelaksanaan kegiatan jual beli dalam jasa hapus akun di media sosial facebook pada toko *online shop @ollshop_lampung* yang diduga dalam pelaksanaannya mengandung unsur *gharar* yang merugikan dan beresiko tinggi bagi pemilik akun yang asli.¹⁰

Dalam penelitian ini membahas jual beli penghapusan akun di media sosial Facebook, sedangkan penelitian yang penulis teliti berfokus pada kegiatan *mu'āmalah* dalam penggunaan bot di media sosial secara umum.

¹⁰ Novita Sari, *Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Jasa Hapus Akun Di Media Sosial Facebook (Studi Kasus Di Toko Online Shop @ollshop_lampung*, Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020, 1-90.

Kemudian, terdapat persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis teliti, yaitu sama-sama meninjau secara hukum Islam terhadap praktik *mu'āmalah* yang dilakukan di media sosial.

3. Skripsi yang ditulis oleh Muhammad Fadel Ramadhan yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Akun Instagram (Studi Pada Group Ladang Sosmed Facebook)”, tahun 2021.

Skripsi ini berfokus mengenai pelaksanaan jual beli akun instagram di sebuah group ladang sosmed facebook dan bertujuan untuk mengetahui tinjauan hukum Islamnya.¹¹

Dalam perbedaannya, penelitian ini hanya berfokus pada pelaksanaan jual beli akun sosial media instagram di group ladang sosmed facebook dan objek transaksi yang dibahas mengenai *followers* aktif dan *followers* pasif (bot). Sedangkan penelitian yang penulis tulis lebih berfokus untuk membahas mengenai bot nya saja yang dalam pembahasan ini yaitu *followers* pasif (bot).

Di lain sisi terdapat pula persamaan antara penelitian ini dengan yang akan ditulis, yakni sama-sama membahas mengenai bot dalam media sosial.

4. Jurnal yang ditulis oleh Rizky Rivanto Buamona, Santosa, dan Junaidi Noh yang berjudul “Auto Response Message Pada Bot Telegram Untuk Pelayanan Sistem Informasi Monitoring Skripsi”, tahun 2019.

¹¹ Muhammad Fadel Ramadhan, *Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Akun Instagram (Studi Pada Group Ladang Sosmed Facebook)*, Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021, 1-74.

Jurnal ini membahas perkembangan teknologi komunikasi yaitu *chatbot*. *Chatbot* dimanfaatkan untuk memonitoring skripsi agar memudahkan mahasiswa khususnya mahasiswa program studi teknik informatika universitas muhammadiyah maluku utara dalam mengakses informasi-informasi dan perkembangan proposal skripsi. Di dalam aplikasi *chatbot* tersebut, telah disediakan informasi yang berkaitan dengan kegiatan pengurusan proposal dan skripsi yang didalamnya sudah termasuk dengan waktu sidang dan hasil sidang proposal skripsi.¹²

Terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang peneliti bahas, yakni penelitian ini dalam pembahasannya lebih memfokuskan kebermanfaatan dan pengimplementasian *chatbot* yang telah diciptakan untuk memudahkan mahasiswa dalam mengakses informasi-informasi mengenai proposal skripsi dan skripsi itu sendiri. Sedangkan penelitian yang peneliti bahas yaitu mengenai *chatbot* itu sendiri, dan tidak memandang untuk siapa *chatbot* itu diciptakan (lebih luas).

Selain perbedaan terdapat pula persamaan antara penelitian ini dengan yang peneliti bahas, yakni sama-sama membahas mengenai bot, yang dalam hal ini adalah *chatbot*.

¹² Rizky Rivanto Buamona, Santosa, Junaidi Noh, "Auto Response Message Pada Bot Telegram Untuk Pelayanan Sistem Informasi Monitoring Skripsi", *Publikasi Ilmiah: Jurnal ummu*, Universitas Muhammadiyah Maluku Utara, Ternate, Indonesia, 1-5.

5. Jurnal yang ditulis oleh Dedi Andriansyah, Puspitawati, Supsiloi, OK Dedy Arwansyah, dan Karina Bangun yang berjudul “Penyebaran Pornografi Pada Pengguna Telegram di Kota Medan”, tahun 2021.

Jurnal ini membahas suatu penelusuran praktik penyebaran pornografi yang berkembang secara masif di kota Medan dengan menggunakan aplikasi Telegram. Pembahasan dalam jurnal ini bertujuan untuk mengungkap aktivitas pornografi yang tersembunyi dalam aplikasi Telegram dalam bentuk obrolan (*chaturbate*), berbagi foto atau gambar, dan berbagi video mini. Lonjakan penyebaran pornografi ini tidak terlepas dari adanya peran sistem bot yang khas dari aplikasi ini.¹³

Perbedaan dengan penelitian yang dikaji oleh penulis adalah penelitian ini hanya berfokus di kota Medan saja, Sedangkan penelitian yang penulis tulis lebih melihat secara garis besar dalam sosial media, yang didalamnya termasuk aplikasi Telegram.

Selanjutnya terdapat persamaan penelitian ini dengan yang penulis teliti, hal tersebut ialah sama-sama membahas tentang akibat dari adanya bot, yaitu maraknya penyebaran pornografi di media sosial karena bot.

6. Jurnal yang ditulis oleh Devi Rahma Fatmala, Amanda Amelia, dan Fitri Agustina Trianingsih yang berjudul “Penggunaan Akun Bot Media Sosial Untuk Mempengaruhi Opini Publik: Sebuah Tinjauan Hukum Di Indonesia”, tahun 2020.

¹³ Dedi Andriansyah, Puspitawati, Supsiloi, OK Dedy Arwansyah, Karina Bangun, “Penyebaran Pornografi Pada Pengguna Telegram di Kota Medan”, *Buddayah: Jurnal Pendidikan Antropologi*, Vol. 3, No. 2, Desember 2021, 73-80.

Jurnal ini membahas Pelaku politik dalam mengkampanyekan masalah mereka dan menyerang saingan politiknya dengan menggunakan akun bot untuk mempengaruhi opini publik. Media sosial di Indonesia menjadi salah satu media atau diskursus politik yang ramai dipenuhi oleh polarisasi dan disinformasi. Proses inilah yang banyak disebarkan dalam melakukan suatu perang siber (*cyber war*). Dari hal inilah, akun bot dibutuhkan. Akun bot mendistorsi keriuhan suara di media sosial sehingga hal tersebut terlihat seakan-akan banyak orang membicarakan hal tersebut atau bahkan lebih buruknya lagi dapat di anggap sebagai suara publik.¹⁴

Letak perbedaan dengan penelitian yang dikaji oleh penulis adalah penelitian ini hanya membahas bot secara hukum di Indonesia, Sedangkan penelitian yang penulis teliti lebih membahas secara hukum Islamnya. Menurut persamaannya, letaknya terdapat pada kesamaan dalam membahas tentang bot secara keseluruhan sebagai inti pembahasan.

E. Sistematika Pembahasan

Sebagai sarana agar pembaca mudah dalam memahami pembahasan skripsi serta agar penyusunan skripsi ini lebih mudah untuk dilakukan dan tidak terjadi kerancuan disetiap pembahasannya, maka peneliti menyusun sistematikanya sebagai berikut :

¹⁴ Devi Rahma Fatmala, Amanda Amelia, Fitri Agustina Trianingsih, “Penggunaan Akun Bot Media Sosial untuk Mempengaruhi Opini Publik : Sebuah Tinjauan Hukum Di Indonesia”, *Ajudikasi : Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 4 No. 1, Juni 2020, 55-68.

1. BAB I (Pendahuluan)

Merupakan bab pendahuluan yang berfungsi sebagai pengantar secara garis besar, yang isinya terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan.

2. BAB II (Landasan Teori)

Berisikan penjelasan mengenai teori-teori yang penulis gunakan dalam penelitian ini dengan tujuan digunakan sebagai landasan pembahasan serta pemecahan masalah yang telah dirumuskan dan berkaitan dengan Tinjauan Hukum Islam Tentang Penggunaan Bot pada Media Sosial.

3. BAB III (Metode Penelitian)

Berisikan mengenai metode yang penulis gunakan dalam penyusunan penelitian ini. Meliputi jenis penelitian, objek penelitian, sifat penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

4. BAB IV (Hasil Penelitian)

Berisikan tentang hasil serta analisis yang didapat dari penelitian mengenai tinjauan hukum Islam terhadap penggunaan bot pada media sosial yang dijalankan.

5. BAB V (Penutup)

Berisikan mengenai intisari/kesimpulan yang menjawab rumusan masalah dari penelitian, serta saran yang berisikan kritik dan masukan dari penulis mengenai pembahasan yang telah dibahas.