

PENDEKATAN MAUDHU'I TERHADAP HADIS LARANGAN *SU'ĀL* DAN NILAI IZZAH: STUDI ATAS FENOMENA GIFT DALAM LIVE TIKTOK

Moh. Muzakki Alamsyah¹, Kresna Hibatullah Panji Pangestu²

Fakultas Syariah, Program Studi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir,

UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia

muzakkialamsyah96@gmail.com, kresnaaa999@gmail.com

Submitted: 16 Juni 2025; Accepted: 19 Juni 2025; Published: 20 Juni 2025

ABSTRAK

Fenomena mengemis digital melalui platform TikTok menjadi sorotan serius karena dinilai bertentangan dengan norma etika, hukum, dan nilai-nilai agama. Praktik ini muncul dalam berbagai bentuk seperti live streaming mandi lumpur, permintaan gift virtual, hingga konten yang memancing belas kasihan. Dalam perspektif Islam, perilaku *su'āl* (meminta-minta) bukan sekadar permasalahan ekonomi, melainkan berkaitan erat dengan aspek moral, spiritual, dan martabat manusia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena mengemis digital dalam timbangan hadis-hadis Nabi Saw. tentang larangan meminta-minta. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analitis yang bersumber dari studi kepustakaan (library research). Data utama dalam penelitian ini diperoleh dari empat hadis yang membahas larangan meminta-minta, yang bersumber dari kitab-kitab hadis utama, serta didukung oleh penafsiran ayat-ayat Al-Qur'an yang relevan. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa larangan meminta-minta dalam Islam didasarkan pada upaya menjaga harga diri, menanamkan nilai kemandirian, serta menghindari sikap bergantung kepada orang lain tanpa alasan syar'i. Hadis-hadis tersebut secara eksplisit mengecam perilaku meminta-minta yang dilakukan tanpa kebutuhan mendesak, bahkan mengancam pelakunya dengan kehinaan di akhirat. Fenomena mengemis digital di TikTok, jika dilakukan oleh individu yang sebenarnya mampu bekerja, dikategorikan sebagai perbuatan tercela dalam Islam karena bertentangan dengan prinsip *ta'affuf* (menahan diri) dan mengarah kepada *ilhāf* (meminta dengan cara mendesak atau memaksa). Penelitian ini menegaskan urgensi internalisasi nilai-nilai ajaran Islam dalam menghadapi tantangan sosial di era digital, khususnya dalam menjaga kehormatan pribadi dan martabat kemanusiaan.

Kata Kunci: live tiktok; *su'āl* dan izzah; meminta-minta gift

A. Pendahuluan

Fenomena mengemis digital melalui platform TikTok telah menjadi perbincangan serius dalam beberapa tahun terakhir. Praktik ini muncul dalam berbagai bentuk, mulai dari live streaming mandi lumpur, meminta gift virtual, hingga konten yang memancing belas kasihan. Aktivitas tersebut menimbulkan kegelisahan sosial karena sering kali bertabrakan dengan norma etika, hukum, dan nilai-nilai agama, terutama dalam konteks masyarakat Indonesia yang mayoritas Muslim.

Fenomena meminta-minta (*su'āl*) masih menjadi persoalan sosial yang terus berlangsung di tengah masyarakat, tak terbatas di wilayah perkotaan saja, tetapi juga merambah hingga ke daerah pedesaan. Dalam perspektif Islam, perilaku ini tidak hanya berkaitan dengan faktor ekonomi, tetapi juga menyentuh aspek moral, spiritual, dan martabat manusia. Secara etimologis, *su'āl* (السؤال) berasal dari kata *sa'ala* (سأل) yang berarti meminta, menanyakan, atau memohon sesuatu.¹ Dalam Al-Qur'an, istilah ini digunakan dalam berbagai konteks, mulai dari permintaan informasi hingga meminta bantuan secara langsung kepada sesama manusia. Salah satu ayat yang secara eksplisit menyinggung larangan meminta-minta secara berlebihan adalah firman Allah Swt. dalam QS. Al-Baqarah [2]: 273:

﴿لِّلْفُقَرَاءِ الَّذِينَ أُحْصِرُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ لَا يَسْتَطِيعُونَ ضَرْبًا فِي الْأَرْضِ يَحْسَبُهُمُ الْجَاهِلُ أَغْنِيَاءَ مِنَ التَّعَفُّفِ تَعْرِفُهُمْ بِسِيمَاهُمْ لَا يَسْئَلُونَ النَّاسَ إِلْحَافًا﴾

¹ Ibn Manzur, *Lisan al-'Arab*, juz 11 (Beirut: Dar al-Fikr, 1990), hlm. 347. [Akses: https://waqfeva.net/book.php?bid=2822](https://waqfeva.net/book.php?bid=2822)



"Bantuan itu diperuntukkan bagi orang-orang fakir yang berjuang di jalan Allah, namun tak mampu bepergian untuk mencari penghidupan. Orang yang tak mengenal mereka mungkin mengira mereka berkecukupan karena sikap mereka yang menjaga kehormatan. Kamu bisa mengenali mereka dari ciri-cirinya; mereka tidak pernah meminta dengan cara yang memaksa atau mendesak."

Ayat ini menekankan betapa pentingnya memiliki sikap ta'afuf, yaitu kemampuan menahan diri dari perilaku meminta-minta, sekaligus memberi peringatan agar tidak melakukan permintaan dengan cara yang memaksa atau mendesak (ilhāf). Pesan ini mencerminkan ajaran Islam yang mendorong umatnya untuk menjaga martabat diri dan tidak hidup bergantung pada kebaikan atau belas kasihan orang lain.

Dalam hadits, konsep *izzah* (harga diri) semakin ditekankan sebagai prinsip utama dalam menghindari kebiasaan meminta-minta. Rasulullah saw. bersabda:

« الْيَدُ الْعُلْيَا خَيْرٌ مِنَ الْيَدِ السُّفْلَى، وَابْدَأْ بِمَنْ تَعُولُ »

"Tangan yang memberi lebih mulia daripada tangan yang menerima. Memberi menunjukkan kebaikan dan kelebihan, sementara meminta mencerminkan ketergantungan." (HR. al-Bukhari no. 1429 dan Muslim no. 1033)²

Hadis ini menunjukkan bahwa memberi merupakan simbol kemuliaan dan kemandirian, sementara meminta menjadi lambang kerendahan diri yang hanya diperbolehkan dalam kondisi darurat. Rasulullah saw. memberikan batasan tegas kapan seseorang diperbolehkan meminta-minta, sebagaimana sabda beliau kepada Qabisah bin Mukhariq al-Hilali r.a.:

« يَا قَبِيصَةَ إِنَّ الْمَسْأَلَةَ لَا تَحِلُّ إِلَّا لِأَحَدٍ ثَلَاثَةً: رَجُلٌ تَحَمَّلَ حِمَالَهُ، فَحَلَّتْ لَهُ الْمَسْأَلَةُ حَتَّى يُصِيبَهَا، ثُمَّ يُمْسِكُ، وَرَجُلٌ أَصَابَتْهُ جَانِحَةٌ اجْتَا حَتَّ مَالِهِ، فَحَلَّتْ لَهُ الْمَسْأَلَةُ حَتَّى يُصِيبَ قَوْمًا مِنْ عَيْشِهِ، وَرَجُلٌ أَصَابَتْهُ فَاقَةٌ حَتَّى يَقُومَ ثَلَاثَةَ مِنْ ذَوِي الْحَجَبِ مِنْ قَوْمِهِ لَقَدْ أَصَابَتْ فُلَانًا فَاقَةً، فَحَلَّتْ لَهُ الْمَسْأَلَةُ حَتَّى يُصِيبَ قَوْمًا مِنْ عَيْشِهِ، وَمَا سِوَاهُمْ مِنَ الْمَسْأَلَةِ يَا قَبِيصَةَ سَحَتْ بِأَكْلِهَا صَاحِبُهَا سَحْتًا »

"Wahai Qabisah, sesungguhnya meminta-minta tidak diperbolehkan kecuali bagi tiga kelompok: Pertama, seseorang yang memikul beban utang yang berat ia boleh meminta hingga utangnya tertutupi. Kedua, orang yang terkena musibah yang menyebabkan hartanya habis ia diperkenankan meminta sampai mencapai kecukupan. Ketiga, orang miskin yang disaksikan oleh tiga orang yang terpercaya dari kaumnya bahwa ia benar-benar membutuhkan maka ia pun boleh meminta sampai kebutuhan pokoknya terpenuhi. Di luar ketiga kondisi ini, meminta-minta hukumnya haram, dan apa yang diperoleh dari cara tersebut termasuk harta yang tidak halal." (HR. Muslim no. 1044)³

Selain larangan meminta-minta, Islam sangat menganjurkan kemandirian dan kerja keras. Rasulullah saw. bersabda:

« مَا أَكَلَ أَحَدٌ طَعَامًا قَطُّ خَيْرًا مِنْ أَنْ يَأْكُلَ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ، وَإِنَّ نَبِيَّ اللَّهِ دَاوُدَ كَانَ يَأْكُلُ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ » (HR. al-Bukhari no. 2072)⁴

Dalam konteks ini, Islam tidak sekadar melarang meminta-minta tanpa alasan, tetapi juga membangun budaya produktif dan menjaga martabat pribadi. Prinsip "tangan di atas" menjadi lambang kemandirian, tanggung jawab, dan solidaritas sosial yang seimbang. Islam mendorong

² Al-Bukhari, *Sahih al-Bukhari*, no. 1429, 2072 dan Muslim, *Sahih Muslim*, no. 1033. [Akses: https://sunnah.com/bukhari/24](https://sunnah.com/bukhari/24)

³ Muslim, *Sahih Muslim*, no. 1044. [Akses: https://sunnah.com/muslim/12](https://sunnah.com/muslim/12)

⁴ Al-Bukhari, *Sahih al-Bukhari*, no. 2072. [Akses: https://sunnah.com/bukhari/34](https://sunnah.com/bukhari/34)

umatnya untuk memberi kepada yang berhak melalui mekanisme zakat dan sedekah, sekaligus menghindari ketergantungan berlebihan yang menggerus harga diri.⁵

Menurut data Statista (2024), TikTok menduduki posisi ketiga sebagai platform media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak di Indonesia, yakni mencapai 126,8 juta pengguna aktif. Dari jumlah tersebut, sekitar 65% merupakan generasi muda berusia 16 hingga 34 tahun. Temuan ini menunjukkan bahwa tren live streaming di TikTok berpotensi membentuk cara pandang masyarakat, khususnya generasi muda, terhadap nilai-nilai seperti kerja keras, harga diri (izzah), dan makna memberi (al-su'āl).

Penelitian Limbong & Putra (2023) menegaskan bahwa para pelaku pengemis online di TikTok memanfaatkan strategi manajemen kesan untuk menarik simpati penonton. Dengan menciptakan citra visual yang penuh empati dan narasi penderitaan, mereka secara sadar mengelola persepsi publik demi memperoleh saweran digital.⁶

Sementara itu, Rayyan (2023) menelaah fenomena ini melalui pendekatan fenomenologi hadis, menyoroti bagaimana makna hadis tentang meminta-minta dipahami ulang dalam konteks digital. Temuan Rayyan menunjukkan adanya pemutusan makna kontekstual, di mana tindakan mengemis yang semula bersifat darurat, berubah menjadi strategi ekonomi rutin yang mereduksi nilai *izzah* (harga diri) individu.⁷

Dari sisi hukum Islam, Jannatul (2022) menganalisis penerapan akad ju'alah terhadap pemberian live gift di TikTok. Ia menyimpulkan bahwa pemberian saweran semacam itu lebih tepat dikategorikan sebagai hibah atau tip sukarela, namun perlu kehati-hatian agar tidak bergeser menjadi eksploitasi belas kasihan yang dilarang syariat.⁸

Sedangkan Sari (2024) mengkaji aspek pertanggungjawaban pidana bagi pengemis online, menyoroti celah hukum dalam penindakan aktivitas mengemis digital. Penelitian ini menggarisbawahi perlunya regulasi spesifik untuk aktivitas penggalangan dana personal berbasis platform digital, agar tidak melanggar ketentuan hukum pidana dan norma sosial.⁹

Walaupun sejumlah kajian sebelumnya telah membahas fenomena mengemis secara digital dari sudut pandang komunikasi, hadis, maupun hukum, hingga kini belum ditemukan penelitian yang secara khusus menggunakan pendekatan tematik (maudhu'i) hadis untuk mengeksplorasi nilai-nilai al-su'āl dan izzah dalam konteks siaran langsung di TikTok. Di sinilah letak keunikan dan nilai pembaruan artikel ini, yaitu menghadirkan sudut pandang baru dengan menggabungkan pendekatan tematik hadis guna mengkaji fenomena mengemis digital di TikTok secara menyeluruh dan mendalam.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pandangan Islam terhadap praktik mengemis dalam konteks live streaming TikTok?

⁵ Yusuf al-Qaradawi, *Fiqh al-Zakah*, (Beirut: Muassasah al-Risalah, 1998), hlm. 71-73. [Akses: https://waqfeya.net/book.php?bid=10857](https://waqfeya.net/book.php?bid=10857)

⁶ Limbong, L., & Putra, R. A. (2023). "Strategi Komunikasi Pengemis Online di TikTok." *Journal of Communication Studies*, Universitas Indraprasta PGRI. <https://ejournal.metrouniv.ac.id/muamalah/article/view/7831>.

⁷ Rayyan, M. (2023). "Meminta-minta Gift di TikTok dalam Perspektif Hadis: Studi Fenomenologi." *Undergraduate Thesis*, UIN Sunan Ampel Surabaya. https://digilib.uinsa.ac.id/70666/1/Muhammad%20Rayyan_07030520069.pdf.

⁸ Jannatul, R. (2022). "Penerapan Akad Ju'alah Terhadap Perolehan Live Gift di TikTok." *Undergraduate Thesis*, UIN Walisongo Semarang. <https://eprints.walisongo.ac.id/eprint/20782>.

⁹ Sari, N. M. (2024). "Pertanggungjawaban Pidana bagi Pelaku Mengemis Online melalui Live TikTok." *Undergraduate Thesis*, UIN Khas Jember. <https://digilib.uinkhas.ac.id/89237>.



2. Bagaimana konsep *al-su'āl* (meminta-minta) dan *izzah* (harga diri) dalam perspektif hadis tematik?
3. Bagaimana penilaian hukum Islam terhadap fenomena saweran dalam live TikTok yang mengandung unsur mengemis?

C. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis fenomena mengemis digital melalui live TikTok dalam perspektif hukum Islam.
2. Mengkaji konsep *al-su'āl* dan *izzah* melalui pendekatan tematik hadis (*maudhu'i*).
3. Menemukan rumusan hukum Islam yang relevan terhadap fenomena saweran live TikTok sebagai bentuk baru dari praktik meminta-minta.

D. Manfaat Penelitian

1. **Teoretis:** Memberikan kontribusi ilmiah dalam kajian hadis tematik terkait isu kontemporer digital.
2. **Praktis:** Memberikan pemahaman bagi masyarakat tentang batasan etis dan hukum Islam dalam fenomena mengemis online di platform media sosial.

E. Metode

Penelitian dalam artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode *maudhū'i* (tematik) terhadap hadis-hadis Nabi Muhammad saw. yang berkaitan dengan larangan meminta-minta (*su'āl*). Pendekatan tematik ini dipilih untuk menghimpun dan menelaah secara menyeluruh seluruh hadis yang relevan, dengan analisis mendalam terhadap kandungan makna serta nilai-nilai moral yang dikandungnya. Penelitian ini tergolong studi kepustakaan (*library research*), dengan sumber utama berupa hadis-hadis shahih yang diambil dari kitab-kitab induk seperti Sahih al-Bukhari, Sahih Muslim, dan beberapa hadis terpercaya lainnya. Di samping itu, data sekunder diperoleh dari kitab-kitab syarah hadis, literatur etika Islam, serta artikel ilmiah yang relevan dengan topik kajian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui telaah literatur, yaitu pencarian dan pengumpulan hadis-hadis serta referensi terkait dengan tema larangan meminta-minta. Untuk analisis data, dilakukan kritik sanad dan matan hadis guna memastikan validitas hadis yang digunakan, kemudian dilanjutkan dengan analisis isi untuk menggali makna dan pesan moralnya secara kontekstual, sehingga hasil kajian dapat memberikan pemahaman yang komprehensif dan relevan dengan kondisi sosial masa kini.

F. Pembahasan

1. Fenomena Live TikTok dizaman Sekarang.

TikTok adalah salah satu platform media sosial yang tengah populer saat ini. Aplikasi ini berasal dari Tiongkok, dikenal sebagai Negeri Tirai Bambu, dan dikembangkan oleh perusahaan teknologi besar bernama ByteDance. Aplikasi tersebut dikembangkan oleh seorang pengusaha internet asal china yaitu Zhan Yiming pada bulan September 2016 yang masih bernama Douyin yang mana dalam waktu satu tahun saja bisa berhasil meraih 100 juta pengguna di China, melihat kesuksesan Douyin di china maka dari itu Zhan Yiming ingin memperluas aplikasinya ke dunia Internasional, maka kemudian diganti nama menjadi TikTok, agar lebih dikenal secara Global¹⁰, awalnya TikTok di Indonesia tidak sedikit orang yang menentang kehadiran aplikasi TikTok, hal ini disebabkan oleh Asumsi masyarakat bahwa TikTok

¹⁰ Yoyok Prima Maulana, "Sejarah Tiktok Hingga Bisa Mendunia Dan Bikin Takut Amerika Serikat," Intisari, 2023, <https://intisari.grid.id/read/033901877/sejarah-tiktok-hingga-bisa-mendunia-dan-bikin-takut-amerika-serikat>.



menyebarkan konten yang dinilai berbahaya dan tidak Edukatif bagi pengunanya, khususnya bagi anak-anak dan remaja, akan tetapi seiring berjalanya waktu TikTok dapat meningkatkan upaya dalam moderasi konten serta menaati aturan yang berlaku di setiap negara. Hasil TikTok telah berhasil meraih popularitas di dunia Global¹¹, bahkan bisa mengalahkan pendatang lama yaitu Instagram.

Konten yang disajikan di aplikasi TikTok membawa beragam dampak, baik yang bersifat positif maupun negatif. Salah satu sisi positifnya terlihat dari banyaknya konten bernuansa Islami yang mampu menarik minat pengguna, baik sebagai media pembelajaran maupun sebagai sarana untuk mengingatkan pada nilai-nilai keagamaan. Selain itu, konten motivasi yang disajikan juga dapat menjadi sumber semangat atau inspirasi bagi pengguna untuk mengembangkan diri. Namun, di samping dampak positif, TikTok juga memiliki sejumlah dampak negatif. Variasi konten yang luas dalam aplikasi ini seringkali membuat pengguna menghabiskan waktu produktif mereka, seperti waktu belajar, hanya untuk menonton TikTok. Kemudahan akses terhadap berbagai konten juga membuatnya terbuka untuk semua usia, sehingga konten yang tidak pantas untuk anak-anak pun dapat diakses dengan mudah. Walaupun fenomena serupa juga ditemukan di platform media sosial lainnya, ledakan popularitas TikTok menunjukkan betapa cepatnya pengaruh aplikasi ini menyebar dan menjangkau berbagai kelompok usia mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa. Salah satu fitur yang paling banyak diminati di TikTok adalah live streaming, yang menjadi daya tarik utama bagi banyak pengunanya.

Fitur ini memberikan kesempatan bagi pengguna untuk menayangkan video secara langsung dalam waktu nyata. Selain itu, tersedia juga fitur gift, yang memungkinkan penonton mengirimkan hadiah virtual berupa stiker kepada kreator TikTok selama sesi live streaming berlangsung. Gift TikTok menjadi salah satu metode untuk menghasilkan pendapatan di platform ini. Semakin banyak hadiah yang diterima oleh kreator, semakin besar pula penghasilan yang mereka peroleh. Gift TikTok memiliki berbagai tingkatan, di mana hadiah yang lebih mahal akan memberikan pendapatan yang lebih besar kepada kreator. Fungsi utama dari fitur Gift ini adalah untuk meningkatkan interaksi antara penggemar dan kreator, menciptakan hubungan yang lebih erat, serta sebagai bentuk apresiasi dari penggemar atas kerja keras dan kreativitas yang ditunjukkan oleh kreator", dan seorang konten kreator bisa mendapatkan pundi pundi penghasilan dari Gift TikTok¹².

Namun belakangan ini, muncul sebuah fenomena yang menuai beragam tanggapan di tengah masyarakat, yakni praktik meminta-minta secara daring melalui TikTok. Fenomena ini menjadi viral dan banyak diikuti oleh para kreator konten demi mendapatkan hadiah virtual dari penonton. Berbagai aksi ekstrem pun dilakukan, seperti mandi lumpur, berendam di air kotor, hingga menyiram tubuh dengan air dari pagi hingga malam hari. Ironisnya, aksi-aksi tersebut kerap mengeksploitasi anak-anak, orang dewasa, bahkan lansia, dan tak jarang melibatkan tindakan yang melanggar norma seperti membuka aurat. Meski banyak yang memberikan hadiah, tidak sedikit pula yang mengkritik tindakan ini. Fenomena ini sering disebut oleh netizen sebagai "mengemis online" dan memicu perdebatan di masyarakat. Sebagian orang berpendapat bahwa fenomena ini tidak sepatutnya dilakukan.

2. Fenomena Meminta Gift di Live TikTok dalam Prespektif Hadist Tematik.

Perilaku meminta-minta berasal dari bahasa Arab, yakni dari kata kerja fi'il madhi *sa'ala*, yang berarti meminta atau memohon, termasuk dalam pengertian mengemis. Secara

¹¹ Solihatul Atik and Luluk Farida, "Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang." *Al-Itishol: Jurnal Komunikasi Dan Pengajaran Islam* 2, no. 1 (2021): 1-11.

¹² Edo Galasro Limbong and Rizki Saga Putra, "Strategi Komunikasi Di Era Revolusi Digital (Kajian Fenomena Pengemis Online Media Sosial Tiktok)," *GANDIWA Jurnal Komunikasi* 3, no. 1 (2023): 44-51, <https://doi.org/10.30998/g.v3i1.1916>.

harfiah, istilah ini mengacu pada tindakan seseorang yang memohon sesuatu kepada orang lain. Dalam bentuk fi' il madhi *sulasi mazid*, kata ini berkembang menjadi *tasawwala*, yang berarti memohon untuk diberi sesuatu. Beberapa ulama menjelaskan bahwa *tasawwala* merujuk pada perbuatan meminta harta kepada orang lain bukan karena alasan keagamaan, melainkan semata-mata untuk memenuhi kebutuhan atau kepentingan pribadi.¹³

Istilah peminta-minta juga dikenal dengan sebutan *as-sa'il*, yaitu seseorang yang hidup dalam kondisi kemiskinan dan memohon bantuan kepada orang lain untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam konteks modern, praktik meminta-minta ini juga dapat ditemukan dalam platform digital, seperti permintaan hadiah (*gift*) di aplikasi TikTok. Fenomena tersebut dapat dianalisis melalui sudut pandang ajaran Islam, terutama dengan merujuk pada hadis-hadis yang membahas perilaku meminta-minta, berikut:

1. Hadist tentang Larangan Meminta-Minta.

حَدَّثَنَا يَحْيَى بْنُ آدَمَ وَيَحْيَى بْنُ أَبِي بُكَيْرٍ قَالَا حَدَّثَنَا إِسْرَائِيلُ عَنْ أَبِي إِسْحَاقَ عَنْ حُبَيْبِ بْنِ جُنَادَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَنْ سَأَلَ مِنْ غَيْرِ فَقَاتَمَا يَأْكُلُ الْجَمْرَ حَدَّثَنَا أَبُو أَحْمَدَ الزُّبَيْرِيُّ حَدَّثَنَا إِسْرَائِيلُ عَنْ أَبِي إِسْحَاقَ عَنْ حُبَيْبِ بْنِ جُنَادَةَ قَالَ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ مَنْ سَأَلَ مِنْ غَيْرِ فَقَرَّ فَذَكَرَ مِثْلَهُ

"Diriwayatkan dari Hubsyi bin Junadah, ia berkata bahwa ia mendengar Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Siapa saja yang meminta-minta padahal tidak sedang mengalami kefakiran, maka seolah-olah ia sedang memakan bara api." Riwayat ini juga disampaikan oleh Yahya bin Adam dan Yahya bin Abu Bukair melalui jalur Isra'il dari Abu Ishaq, dengan redaksi yang sama. Abu Ahmad Az-Zubair pun meriwayatkan hadits tersebut melalui sanad yang serupa, menegaskan kembali bahwa meminta tanpa alasan yang dibenarkan seperti kefakiran digambarkan sebagai tindakan yang amat tercela hingga diibaratkan memakan api." (HR. Ahmad No. 16855).

• Analisis Sanad

Sanad hadis ini terdiri dari:

1. Yahya bin Adam serta Yahya bin Abu Bukair: Keduanya adalah perawi tsiqah (terpercaya). Yahya bin Adam adalah ulama Kufah yang dikenal mutqin dalam periwayatan.
2. Isra'il bin Yunus: Perawi tsiqah dari kalangan tabi'ut tabi'in, sering meriwayatkan dari gurunya Abu Ishaq.
3. Abu Ishaq as-Sabi'i: Tabi'in terkenal, namun pada akhir hayatnya hafalannya agak terganggu (ikhtilath). Riwayat Isra'il termasuk yang diambil sebelum ikhtilathnya.
4. Hubsyi bin Junadah: Sahabat Nabi yang meriwayatkan hadis-hadis terkait adab dan muamalah.

Dari sisi sanad, hadis ini hasan li ghairihi karena didukung syawahid (penguat) dari jalur lain.

• Analisis Matan

Matan hadis ini mengandung larangan tegas meminta-minta tanpa alasan syar'i (bukan karena kefakiran). Ungkapan "*seolah-olah makan bara api*" adalah tasybih (perumpamaan) yang menunjukkan betapa haram dan hinanya perbuatan tersebut.

• Asbabul Wurud

Belum ditemukan keterangan spesifik mengenai asbab al-wurud (sebab-sebab munculnya) hadis ini dalam sumber-sumber utama.

¹³ Ardiansyah Sudirman Suparmin and Suaib Daulay, "Konsep Hadis Tentang Meminta-Minta," At-Taahdis Journal of Hadith Studies 1, no. 2 (2017): 75-89.

- **Relevansi Kontekstual**

Dalam realitas dunia digital, khususnya pada platform TikTok, banyak pengguna yang secara sadar memanfaatkan fitur live untuk meminta gift atau hadiah virtual dari penonton. Jika permintaan ini dilakukan oleh orang yang sejatinya tidak berada dalam kondisi darurat, maka tindakan tersebut berpotensi menyerupai makna larangan dalam hadis ini. Bara api dalam sabda Nabi bukan sekadar metafora, melainkan peringatan keras bahwa tindakan semacam itu menyakiti kehormatan pribadi dan menggerus nilai-nilai ketauhidan. Aktivitas “mengemis digital” yang menjadikan belas kasihan sebagai komoditas konten, sejatinya adalah bentuk kontemporer dari perbuatan yang dalam Islam dianggap menghinakan diri sendiri tanpa alasan yang syar’i.

2. Hadist Tentang Adzab bagi Orang yang Meminta-Minta.

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : مَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَسْأَلُ النَّاسَ حَتَّى يَأْتِيَ يَوْمَ الْقِيَامَةِ لَيْسَ فِي وَجْهِهِ مِرْعَةٌ حَمَّ (رواه مسلم)

"Dari Abu Hurairah radhiyallahu 'anhu, diriwayatkan bahwa Nabi Muhammad shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda: "Seseorang yang terus-menerus meminta-minta kepada orang lain akan datang pada hari Kiamat dalam keadaan wajahnya tidak tersisa sepotong daging pun." Hadis ini menggambarkan betapa tercelanya perbuatan meminta-minta tanpa kebutuhan yang mendesak, hingga mendatangkan kehinaan yang nyata di akhirat." (HR. Muslim No. 1040).

- **Sanad dan Kualitas**

Hadis ini diriwayatkan oleh Imam Muslim melalui jalur Abu Hurairah r.a., salah satu sahabat Nabi yang dikenal kejujurannya. Dalam kitab Shahih Muslim, hadis tersebut dinilai maqbul atau shahih, dan maknanya tergolong mutawatir, sehingga dapat diterima secara kuat dalam tradisi keilmuan Islam.

- **Matan dan Makna**

Perkataan *"tidak ada sepotong daging di wajahnya"* adalah majaz (kiasan) tentang kehinaan di akhirat akibat suka meminta tanpa hak.

- **Asbabul Wurud**

Belum ditemukan keterangan spesifik mengenai asbab al-wurud (sebab-sebab munculnya) hadis ini dalam sumber-sumber utama.

- **Relevansi Kontekstual**

Wajah adalah simbol kehormatan, identitas, dan martabat dalam Islam. Ketika Nabi menyatakan bahwa wajah seorang peminta akan kehilangan dagingnya di akhirat, hal ini mengisyaratkan hilangnya kehormatan spiritual sebagai konsekuensi dari tindakan yang terus-menerus memohon tanpa hak. Fenomena live TikTok, di mana seseorang menayangkan dirinya dalam kondisi mengenaskan secara terus-menerus untuk mengundang simpati, bisa menjadi bentuk baru dari proses “mengikis wajah” tersebut. Dalam jangka panjang, individu yang terbiasa menjual penderitaan demi gift bukan hanya kehilangan respek dari masyarakat, tapi juga melunturkan martabatnya sendiri di hadapan Allah.

3. Hadist tentang orang-orang yang boleh Meminta-Minta.

يَا قَبِيصَةَ إِنَّ الْمَسْأَلَةَ لَا تَحِلُّ إِلَّا لِأَحَدٍ ثَلَاثَةَ رَجُلٍ تَحَمَّلَ حَمَالَةً فَحَلَّتْ لَهُ الْمَسْأَلَةُ حَتَّى يُصِيبَهَا ثُمَّ يُمَسِّكُ وَرَجُلٌ أَصَابَتْهُ جَائِحَةٌ اجْتَا حَتَّى مَالَهُ فَحَلَّتْ لَهُ الْمَسْأَلَةُ حَتَّى يُصِيبَ قَوْمًا مِنْ عَيْشٍ - أَوْ قَالَ سِدَادًا مِنْ عَيْشٍ - وَرَجُلٌ أَصَابَتْهُ فَاقَةٌ حَتَّى يَوْمَ ثَلَاثَةَ مِنْ دَوَى الْحَجَا مِنْ قَوْمِهِ لَقَدْ أَصَابَتْ فَلَانًا فَاقَةٌ فَحَلَّتْ لَهُ الْمَسْأَلَةُ حَتَّى يُصِيبَ قَوْمًا مِنْ عَيْشٍ - أَوْ قَالَ سِدَادًا مِنْ عَيْشٍ - فَمَا سِوَاهُنَّ مِنَ الْمَسْأَلَةِ يَا قَبِيصَةَ سَخَنًا يَأْكُلُهَا صَاحِبُهَا سَخَنًا

“Wahai Qabishah, meminta-minta tidak diperbolehkan kecuali dalam tiga keadaan: Pertama, seseorang yang menanggung utang atas nama orang lain ia boleh meminta hingga utangnya terlunasi. Kedua, orang yang terkena musibah hingga hartanya habis ia diizinkan meminta sampai ia kembali memiliki penghidupan yang layak. Ketiga, seseorang yang mengalami kesulitan hidup berat, dan tiga orang yang bijak dari kaumnya menyatakan bahwa ia benar-benar dalam kesusahan maka ia boleh meminta hingga ia dapat mencukupi kebutuhannya. Selain dari tiga kondisi tersebut, wahai Qabishah, meminta-minta adalah perbuatan haram, dan harta yang diperoleh darinya pun termasuk harta yang haram.” (HR Muslim No. 1044).

- **Sanad dan Kualitas**

Hadis ini berstatus shahih dan diriwayatkan oleh Imam Muslim melalui sanad Qabisyah bin Mukhariq.

- **Matan dan Makna**

Hadis ini menjelaskan tiga kondisi yang membolehkan seseorang meminta-minta:

1. Penanggung hutang orang lain.
2. Tertimpa musibah besar.
3. Fakir miskin yang disaksikan keadaannya.

Selain tiga itu, meminta-minta termasuk suht (harta haram).

- **Asbabul Wurud**

Belum ditemukan keterangan spesifik mengenai asbab al-wurud (sebab-sebab munculnya) hadis ini dalam sumber-sumber utama.

- **Relevansi Kontekstual**

Hadis ini menjadi pembeda utama antara meminta yang syar’i dan yang tercela. Islam tidak menutup mata terhadap kebutuhan sosial, namun memberikan batasan yang jelas dan objektif. Dalam konteks konten TikTok, sangat jarang pelaku pengemis digital masuk ke dalam kategori yang disebut Nabi. Sebaliknya, mereka seringkali berperan seolah-olah miskin tanpa verifikasi. Ini menciptakan ruang abu-abu antara kreativitas dan kebohongan. Maka, jika permintaan dilakukan tanpa syarat-syarat objektif ini, ia tidak hanya tak halal, tapi termasuk dalam tindakan yang mengundang kemurkaan syariat.

4. Hadist Tentang anjuran bersedekah dan menahan diri dari perilaku meminta minta.

حَدَّثَنَا قُتَيْبَةُ بْنُ سَعِيدٍ عَنْ مَالِكِ بْنِ أَنَسٍ فِيْمَا قُرِئَ عَلَيْهِ عَنْ نَافِعٍ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ وَهُوَ عَلَى الْمِنْبَرِ وَهُوَ يَذْكُرُ الصَّدَقَةَ وَالْتَعَفُّفَ وَالْمَسْأَلَةَ الْيَدِ الْعُلْيَا خَيْرٌ مِنَ الْيَدِ السُّفْلَى وَالْيَدِ الْعُلْيَا الْمُنْفِقَةُ وَالسُّفْلَى السَّائِلَةُ

Diriwayatkan oleh Qutaibah bin Sa'id dari Malik bin Anas sebagaimana yang telah dibacakan kepadanya dari Nafi', dari Abdullah bin Umar, bahwa Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda di atas mimbar saat membicarakan tentang keutamaan bersedekah dan pentingnya menjaga diri dari meminta-minta. Beliau bersabda: “Tangan yang di atas lebih baik daripada tangan yang di bawah. Tangan yang di atas adalah tangan yang memberi, sedangkan tangan yang di bawah adalah tangan yang meminta.” (HR. Muslim No. 1715).

- **Sanad dan Kualitas**

Hadis ini berasal dari Abdullah bin Umar, salah satu sahabat Nabi yang dikenal keilmuannya, dan diriwayatkan oleh Imam Muslim. Seluruh jalur periwayatannya dinilai sahih dan dapat dipercaya.

- **Matan dan Makna**

“Tangan di atas lebih baik daripada tangan di bawah” memberikan pesan agar umat Islam lebih memilih menjadi pihak yang memberi (produktif) daripada yang meminta (konsumtif). Nilai ini menanamkan dorongan kuat untuk bekerja keras dan mandiri dalam menjalani kehidupan.

- **Asbabul Wurud**

Belum ditemukan keterangan spesifik mengenai asbab al-wurud (sebab-sebab munculnya) hadis ini dalam sumber-sumber utama.

- **Relevansi Kontekstual**

Di era monetisasi konten, hadis ini menjadi seruan moral yang amat relevan. Islam memuliakan orang yang mampu memberi, bukan karena kekayaannya semata, melainkan karena semangat produktif dan kemandiriannya. Sementara, tren gift di TikTok yang disertai dengan permohonan terus-menerus atau tindakan ekstrem, menunjukkan kebergantungan yang menyalahi prinsip *izzah*. Seharusnya, para konten kreator diarahkan untuk membuat karya yang mendidik atau menghibur secara elegan sehingga gift menjadi bentuk apresiasi atas kontribusi, bukan hasil dari memohon tanpa batas. Tangan yang di bawah secara terus-menerus akan membentuk mentalitas konsumtif, bukan memberdayakan.

G. Sinkronasi Hadis dengan Fenomena Kajian

Fenomena mengemis digital melalui platform TikTok telah menjadi perbincangan serius dalam beberapa tahun terakhir. Praktik ini muncul dalam berbagai bentuk, mulai dari live streaming mandi lumpur, meminta gift virtual, hingga konten yang memancing belas kasihan. Aktivitas tersebut menimbulkan kegelisahan sosial karena sering kali bertabrakan dengan norma etika, hukum, dan nilai-nilai agama, terutama dalam konteks masyarakat Indonesia yang mayoritas Muslim.

Permasalahan meminta-minta (*su'āl*) merupakan fenomena sosial yang terus berlangsung di semua kalangan masyarakat, baik yang tinggal di wilayah kota maupun di daerah pedesaan. Dalam perspektif Islam, perilaku ini tidak hanya berkaitan dengan faktor ekonomi, tetapi juga menyentuh aspek moral, spiritual, dan martabat manusia. Nabi Muhammad Saw. juga memberikan penegasan terhadap larangan meminta-minta yang tidak dibenarkan secara syar'i, sekaligus mengatur batasan moral bagi umat Islam dalam menjaga kehormatan diri.

a. Hadis tentang Seseorang yang Terus Meminta hingga di Hari Kiamat Tidak Ada Daging di Wajahnya

"Barang siapa terus-menerus mengemis kepada sesama, maka kelak pada hari Kiamat ia akan datang dalam keadaan wajahnya tak tersisa sepotong daging pun." (HR. Bukhari No. 1474 dan Muslim No. 1040)

Hadis ini menunjukkan dampak kehinaan moral dan spiritual bagi pelaku meminta-minta yang berlebihan. Dalam konteks mengemis digital, orang yang terus-menerus mengemis gift atau perhatian dengan cara-cara memancing iba dan eksploitasi visual, hakikatnya sedang mengikis martabat dirinya sendiri. Ini selaras dengan konsep *ta'afuf* yang diajarkan Islam, bahwa menjaga harga diri jauh lebih mulia daripada merendahkan diri demi belas kasihan duniawi.

b. Hadis tentang Ancaman Meminta-Minta Padahal Berkecukupan

"Siapa pun yang meminta-minta kepada orang lain semata-mata untuk menambah hartanya, maka sesungguhnya ia tengah mengumpulkan bara api neraka. Oleh karena itu, hendaknya ia sadar akan risikonya, baik yang diminta sedikit maupun banyak." (HR. Abu Dawud no. 1692 dan Tirmidzi no. 654)

Hadis ini mengkritisi niat batin dari praktik meminta-minta. Dalam kasus pengemis digital yang sebenarnya mampu bekerja atau berkecukupan, namun memilih memanfaatkan rasa iba netizen untuk meraup keuntungan finansial, maka perbuatannya disamakan dengan mengumpulkan bara api neraka. Ini mempertegas bahwa tujuan dan motif di balik *su'āl* sangat menentukan penilaian syariat.

c. Hadis tentang Tangan di Atas Lebih Baik dari Tangan di Bawah

"Orang yang memberi lebih utama daripada orang yang menerima. Tangan yang di atas melambangkan pemberi, sementara tangan yang di bawah menggambarkan orang yang meminta." (HR. Bukhari no. 1429 dan Muslim no. 1033)

Hadis ini menanamkan nilai kemandirian dan kemuliaan memberi. Fenomena mengemis virtual di TikTok mencerminkan kondisi di mana pelaku lebih memilih menjadi tangan di bawah secara terus-menerus, tanpa ikhtiar produktif. Islam mendorong umatnya untuk berusaha dan memberi, bukan menjadi pihak yang mengandalkan belas kasihan orang lain sebagai jalan hidup.

d. Hadis tentang Su'al yang Dibolehkan: Orang Miskin, Terlilit Utang, dan Penanggung Darah

"Perilaku meminta-minta tidak dibolehkan kecuali bagi tiga jenis orang: mereka yang benar-benar miskin dan sangat membutuhkan, mereka yang terbebani utang besar, atau mereka yang harus membayar diyat (tebusan atas kasus pembunuhan atau luka berat)." (HR. Muslim no. 1044)

Hadis ini memberikan batasan hukum yang jelas bahwa tidak semua meminta-minta dilarang, namun harus dalam kondisi darurat dan syar'i. Dalam konteks pengemis TikTok, mayoritas pelaku tidak termasuk dalam tiga golongan tersebut, sehingga aktivitas mereka tidak memiliki legitimasi syar'i, melainkan sekadar menjadikan belas kasihan sebagai komoditas konten.

G.1. Sintesis Tematik Hadis-Hadis tentang Su'al dan Izzah

Setelah menganalisis empat hadis utama tentang larangan meminta-minta dan nilai izzah dalam Islam, dapat disusun sebuah konstruksi tematik yang menggambarkan secara utuh bagaimana syariat membentuk sikap mental terhadap harta, bantuan, dan martabat pribadi. Hadis-hadis tersebut bukanlah potongan ajaran yang berdiri sendiri, melainkan saling melengkapi dalam membentuk nilai dasar kehidupan sosial umat Islam, terutama terkait interaksi dengan orang lain dalam aspek ekonomi dan moral.

Pertama, hadis tentang *ancaman memakan bara api* (HR. Ahmad) dan *wajah yang tak bersisa dagingnya di akhirat* (HR. Muslim) membentuk fondasi moral bahwa meminta-minta tanpa kebutuhan darurat merupakan perbuatan tercela yang mendatangkan kehinaan, baik di dunia maupun di akhirat. Ancaman ini menunjukkan bahwa Islam memandang *su'al* bukan hanya sebagai persoalan tindakan, tetapi juga masalah hati: niat, sikap, dan keberanian menjatuhkan kehormatan diri demi keuntungan materi.

Kedua, hadis tentang *tiga golongan yang dibolehkan meminta-minta* (HR. Muslim) menjadi *filter syar'i* yang menegaskan bahwa Islam tetap memberi ruang bagi belas kasihan dan bantuan namun dengan syarat-syarat objektif. Hanya mereka yang benar-benar terdesak secara finansial dan disaksikan secara sosial (dalam bentuk diyat, musibah, atau kefakiran berat) yang mendapatkan izin syariat untuk menerima pemberian secara langsung melalui permintaan.

Ketiga, hadis tentang *tangan di atas lebih mulia daripada tangan di bawah* (HR. Muslim dan al-Bukhari) menyempurnakan sintesis tematik ini dengan menanamkan semangat produktivitas dan kemandirian. Hadis ini bukan hanya menolak ketergantungan, tetapi mengarahkan umat Islam untuk menjadi pemberi, pencipta manfaat, dan pendukung sesama bukan sekadar penerima yang pasif. Jika dikerucutkan, keempat hadis tersebut membentuk dua kutub nilai:

Kutub Negatif (Larangan <i>Su'al</i> tanpa syar'i)	Kutub Positif (Nilai <i>Izzah</i> dan <i>Produktivitas</i>)
Meminta tanpa hak → bara api, kehinaan	Menahan diri (<i>ta'affuf</i>) → kemuliaan



Kutub Negatif <i>(Larangan Su'āl tanpa syar'i)</i>	Kutub Positif <i>(Nilai Izzah dan Produktivitas)</i>
Menjadikan belas kasihan sebagai komoditas	Memberi dengan tulus → tangan di atas
Tidak memenuhi syarat bantuan → harta haram	Bekerja sendiri → teladan Nabi Daud

Dalam konteks fenomena gift di TikTok, sintesis ini memberikan parameter yang jelas. Jika aktivitas meminta hadiah digital tidak dilandasi kebutuhan syar'i dan dilakukan melalui eksploitasi empati publik, maka tindakan itu secara nilai berada dalam wilayah yang diperingatkan oleh hadis-hadis larangan. Namun, jika seseorang menghasilkan konten positif dan gift diberikan sebagai bentuk apresiasi, maka ia tidak termasuk dalam larangan tersebut. Artinya, Islam tidak menolak monetisasi, tetapi menolak segala bentuk permintaan yang menjatuhkan harga diri dan menjadikan belas kasihan sebagai komoditas konten. Dengan demikian, sintesis hadis-hadis ini menyatukan antara nilai spiritual, etika sosial, dan arah gerak umat Islam dalam era digital, agar tetap bermartabat, mandiri, dan berkontribusi secara bermakna di ruang publik daring.

H. Kesimpulan

Fenomena mengemis secara digital melalui platform seperti TikTok mencerminkan wujud modern dari perilaku su'āl (meminta-minta) yang tidak sejalan dengan prinsip-prinsip etika serta ajaran Islam. Praktik seperti live streaming mandi lumpur, meminta gift virtual, hingga memancing belas kasihan audiens, sejatinya mencerminkan degradasi moral dan ketergantungan kepada empati orang lain demi kepentingan finansial pribadi. Hal ini menimbulkan kegelisahan sosial karena mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap nilai kerja keras, harga diri, dan martabat manusia.

Dari perspektif Islam, keempat hadis yang dikaji secara komprehensif memberikan landasan normatif yang kuat untuk mengevaluasi fenomena ini. Hadis tentang azab bagi orang yang terus meminta hingga di hari kiamat wajahnya tak tersisa daging menunjukkan betapa meminta-minta yang tidak pada tempatnya merupakan perilaku tercela yang berakibat kehinaan di akhirat. Demikian pula, hadis tentang ancaman bara api neraka bagi peminta yang hanya bertujuan memperbanyak harta mengingatkan bahwa niat batin menjadi penentu apakah su'āl itu dibenarkan atau justru mendatangkan dosa.

Hadis mengenai keutamaan tangan yang memberi dibandingkan tangan yang meminta menekankan bahwa Islam mendorong umatnya untuk hidup mandiri, bekerja keras, dan tidak menggantungkan hidup pada bantuan atau belas kasihan orang lain. Sebaliknya, hadis tentang tiga kondisi dibolehkannya meminta-minta (yaitu fakir yang sangat membutuhkan, terlilit utang besar, atau penanggung diyat) memberikan batasan syar'i yang jelas, bahwa su'āl hanya dibenarkan dalam keadaan darurat dan terpaksa, bukan sebagai gaya hidup atau strategi konten digital.

Dengan demikian, praktik mengemis digital di TikTok yang dilakukan oleh individu yang secara fisik mampu bekerja, namun memilih mengeksploitasi rasa iba demi keuntungan pribadi, tidak dapat dibenarkan dalam ajaran Islam. Fenomena ini tidak hanya merusak martabat pelaku, tetapi juga mencederai nilai-nilai sosial dan agama. Islam menuntut umatnya untuk menegakkan nilai ta'afuf (menahan diri) dan menjunjung tinggi kehormatan pribadi dengan menjauhi sikap meminta-minta yang tidak sesuai dengan syariat.

Daftar Pustaka:

- Al-Bukhari. *Sahih al-Bukhari*, no. 1429, 2072. Akses: <https://sunnah.com/bukhari/24>.
———. *Sahih al-Bukhari*, no. 2072. Akses: <https://sunnah.com/bukhari/34>.
- Atik, Solihatul, dan Luluk Farida. "Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang." *Al-Itishol: Jurnal Komunikasi Dan Pengajaran Islam* 2, no. 1 (2021): 1–11.
- Galasro Limbong, Edo, dan Rizki Saga Putra. "Strategi Komunikasi Di Era Revolusi Digital (Kajian Fenomena Pengemis Online Media Sosial Tiktok)." *GANDIWA: Jurnal Komunikasi* 3, no. 1 (2023): 44–51. <https://doi.org/10.30998/g.v3i1.1916>.
- Ibn Manzur. *Lisan al-'Arab*, Juz 11. Beirut: Dar al-Fikr, 1990. Akses: <https://waqfeya.net/book.php?bid=2822>.
- Jannatul, R. "Penerapan Akad Ju'alah Terhadap Perolehan Live Gift di TikTok." Skripsi Sarjana, UIN Walisongo Semarang, 2022. <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/20782>.
- Limbong, L., dan R. A. Putra. "Strategi Komunikasi Pengemis Online di TikTok." *Journal of Communication Studies*, Universitas Indraprasta PGRI, 2023. <https://e-journal.metrouniv.ac.id/muamalah/article/view/7831>.
- Maulana, Yoyok Prima. "Sejarah Tiktok Hingga Bisa Mendunia Dan Bikin Takut Amerika Serikat." *Intisari*, 2023. <https://intisari.grid.id/read/033901877/sejarah-tiktok-hingga-bisa-mendunia-dan-bikin-takut-amerika-serikat>.
- Muslim. *Sahih Muslim*, no. 1033. Akses: <https://sunnah.com/muslim/12>.
———. *Sahih Muslim*, no. 1044. Akses: <https://sunnah.com/muslim/12>.
- Qaradawi, Yusuf al-. *Fiqh al-Zakah*. Beirut: Muassasah al-Risalah, 1998. Akses: <https://waqfeya.net/book.php?bid=10857>.
- Rayyan, Muhammad. "Meminta-minta Gift di TikTok dalam Perspektif Hadis: Studi Fenomenologi." Skripsi Sarjana, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2023. https://digilib.uinsa.ac.id/70666/1/Muhammad%20Rayyan_07030520069.pdf.
- Sari, Nila Mayasari. "Pertanggungjawaban Pidana bagi Pelaku Mengemis Online melalui Live TikTok." Skripsi Sarjana, UIN Khas Jember, 2024. <https://digilib.uinkhas.ac.id/89237>.
- Suparmin, Ardiansyah Sudirman, dan Suaib Dauly. "Konsep Hadis Tentang Meminta-Minta." *At-Tahdis: Journal of Hadith Studies* 1, no. 2 (2017): 75–89.