SHAUTUNA: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbandingan Mazhab
Volume 05 Issue III, September 2024; 984-1000
ISSN: 2775-0477
DOI: 10.24252/shautuna.v5i3.47594
https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/shautuna
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Seller Wanita di E-Commerce Live TikTok dalam Perspektif Hukum Islam Klasik dan Kontemporer

Female Sellers in E-Commerce Live TikTok in the Perspective of Classical and Contemporary Islamic Law

Andi Indy Ratdja[1*], Zulhas'ari Mustafa[2], Ilham Laman[3], Adinda Thalia Salsabila[4]
[123]Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia
[4]Ankara University, Turkey
E-mail: [1]indyratja@gmail.com, [2]zulhasari.mustafa@uin-alauddin.ac.id, [3]ilham.laman@gmail.com, [4]adindathaliasalsabila@gmail.com

*Corresponding Author

[Submitted: 27 Maret 2024] [Accepted: 30 September 2024] [Published: 30 September 2024]

How to Cite:
Ratja, Andi Indy, Zulhas'ari Mustafa, Ilham Laman, and Adinda Thalia Salsabila. 2024. "Female Sellers in E-Commerce Live TikTok in the Perspective of Classical and Contemporary Islamic Law". *Shautuna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbandingan Mazhab* 5 (3), 984-1000. https://doi.org/10.24252/shautuna.v5i3.47594.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki lebih dalam perilaku penjual wanita di TikTok, terutama dalam hal pelanggaran etika komunikasi, pemasaran produk sensitif, dan praktik berbusana dan penggunaan *make up* yang berlebihan. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kepustakaan (*library research*) dan pengumpulan data primer serta sekunder. Dalam melihat realitas perilaku penjual wanita di TikTok, penelitian ini menyoroti betapa pentingnya memperhatikan etika dalam pemasaran online, tidak hanya untuk menjaga reputasi dan citra penjual, tetapi juga untuk menjaga norma sosial yang berlaku. Pakaian tidak hanya berfungsi sebagai identitas dan membedakan antara individu satu dengan yang lain, tetapi juga sebagai sarana untuk melindungi kehormatan seorang muslimah dari perilaku tidak senonoh dari pria yang mungkin mencoba mengganggu mereka. Fenomena ini memberikan latar belakang yang menarik bagi para peneliti, terutama dengan adanya banyak penjual wanita yang melakukan penjualan melalui siaran langsung di aplikasi TikTok yang bertentangan dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Hasil penelitian menunjukkan perbedaan pandangan ulama terhadap perilaku penjual wanita dalam konteks agama. Meskipun ada beberapa ulama memperbolehkan pakaian ketat dalam Islam, praktik di lapangan sering melampaui batas etis dan agamawi. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang lebih mendalam tentang ajaran agama, bukan hanya bagi penjual, tetapi juga bagi masyarakat umum yang terlibat dalam interaksi online, untuk memastikan bahwa perilaku mereka sesuai dengan nilai-nilai keagamaan. Pentingnya edukasi agama yang lebih baik juga disoroti dalam membimbing perilaku online agar sesuai dengan nilai-nilai keagamaan.

Kata Kunci: Seller Wanita; E-Commerce; Live Tiktok; Hukum Islam Klasik; Hukum Islam Kontemporer.

Abstract

The main issue of this research is related to how Female Sellers on Live TikTok are examined through the Hanafi and Shafi'i schools of thought, aiming to investigate the behavior of female sellers on TikTok, especially in terms of communication ethics violations, sensitive product marketing, and excessive dressing and makeup practices. The research method used is library research and primary as well as secondary data collection. In examining the reality of female sellers' behavior on TikTok, this research highlights the importance of paying attention to ethics in online marketing, not only to maintain the reputation and image of the sellers but also to uphold prevailing social norms. Clothing not only serves as an identity and differentiates between individuals, but also as a means to protect the honor of a Muslim woman from inappropriate behavior from men who may try to harass them. This phenomenon provides an interesting background for researchers, especially with the presence of many female sellers conducting sales through live broadcasts on the TikTok application which contradict the principles of Islamic Sharia. The results of the study show differences in the views of scholars of different schools of thought regarding the behavior of female sellers in the religious context. Although the Hanafi school of thought allows tight clothing in Islam, practices in the field often exceed ethical and religious boundaries. Therefore, a deeper understanding of religious teachings is needed, not only for sellers but also for the general public involved in online interactions, to ensure that their behavior aligns with religious values. The importance of better religious education is also highlighted in guiding online behavior to be in line with religious values.

Keywords: Female Sellers; E-Commerce; Live Tiktok; Classical Islamic Law; Contemporary Islamic Law.

Pendahuluan

Internet telah mengubah gaya hidup masyarakat Indonesia melalui kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi[1] yang memfasilitasi komunikasi via elektronik memungkinkan penyebaran informasi melalui media massa dan sosial.[2] Media sosial saat ini berdampak besar pada budaya dan kehidupan sehari-hari. Penggunaannya yang signifikan memberi kebebasan bagi individu untuk mengekspresikan pendapat tentang kehidupan pribadi, kebahagiaan, dan keluhan.[3] Inara Rusli adalah salah satu influencer yang aktif melakukan live streaming di aplikasi TikTok untuk memasarkan dagangannya melalui akun @mommy_starla. Inara menjadi perbincangan di dunia maya karena perilaku dan cara memasarkan dagangannya di live streaming TikTok. Inara Rusli terlihat melakukan komunikasi tidak baik terhadap penonton atau calon pembeli dengan berkata kasar.

[1] Muhammad Resky and Zulhas'ari Mustafa, "Hate Speech Di Media Sosial Dalam Tinjauan Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Nomor 24 Tahun 2017," *Shautuna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbandingan Mazhab* 1, no. 1 (2020): 38, https://doi.org/10.24252/shautuna.v1i1.12423.

[2] Hasriani Hasir and Sohrah Sohrah, "Tindakan Bullying Di Media Sosial; Komparasi Hukum Pidana Islam Dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang ITE," *Shautuna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbandingan Mazhab* 4, no. 1 (2021): 224–37.

[3] Ahmad Aidil Fahri, Siti Aisyah, and Abdul Syatar, "Kebebasan Berekspresi Di Media Sosial Perpektif Hukum Positif Dan Ulama Mazhab; Studi Kasus Di Polrestabes Makassar," *Shautuna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbandingan Mazhab* 2, no. 2 (2022): 515–31, https://doi.org/https://doi.org/10.24252/shautuna.vi.26942.

Terlihat juga beberapa seller wanita memakai pakaian yang ketat, memakai make up yang berlebihan, dan melakukan aktifitas yang memperlihatkan auratnya. Dalam Islam, wanita diharapkan untuk menutup aurat dengan cara yang menghalangi pandangan orang-orang yang tidak memiliki izin. Allah memerintahkan semua umat-Nya untuk menjaga kesopanan dan menghindari memperlihatkan bagian pribadi, tanpa memandang jenis kelamin.[4] Etika adalah perantara perilaku seseorang atau sekelompok orang. Etika adalah bagian integral dari moralitas individu, khususnya dalam konteks komunikasi di media sosial, di mana penerapan etika mencerminkan kemampuan berkomunikasi dengan baik. Etika komunikasi tidak hanya melibatkan penggunaan kata-kata yang sopan tetapi juga didasarkan pada niat yang tulus dan empati. Dalam Islam, komunikasi diakui sebagai bagian dari kodrat manusia,[5] sehingga ada prinsip-prinsip yang mengatur gaya bicara, seperti yang dijelaskan oleh Al-Ghazali bahwa etika berfokus pada pemurnian hati. Jika individu berkomunikasi dengan hati yang murni, mereka telah mencapai tingkat etika yang baik.[6]

Menurut M. Quraish Shihab, etika berbeda dengan akhlak dalam ajaran agama, karena etika dibatasi oleh sopan santun antar manusia dan berkaitan dengan perilaku lahiriah.[7] Istilah perempuan sering kali dikaitkan dengan citra dan mitos yang menekankan sifat lemah lembut, ramah, hangat, menarik, dan produktif.[8] Dalam hukum Islam, aurat merujuk pada bagian tubuh yang harus ditutupi sesuai perintah Allah swt. Ada beragam pandangan ulama tentang batasan aurat bagi wanita. Sebagian ulama berpendapat bahwa seluruh tubuh seorang muslimah, termasuk wajah, adalah aurat yang harus ditutupi. Pendapat lain menyatakan bahwa aurat seorang muslimah meliputi seluruh tubuh kecuali wajah dan telapak tangan. Ada pula yang berpendapat bahwa batasan aurat ditentukan oleh budaya dan tradisi setempat.[9] Ulama kontemporer seperti M. Quraish Shihab berpendapat bahwa penarikan batasan aurat pada masa lalu mungkin tidak relevan dengan konteks zaman sekarang.[10]

Memahami peradaban modern memerlukan pembahasan tentang psikologi manusia,

[4] Roswati Nurdin et al., "Exploring Diverse Madhhabs' Perspectives on Wearing a Veil among Female Students," *Mazahibuna: Jurnal Perbandingan Mazhab* 6, no. 1 (2024): 1–16, https://doi.org/10.24252/mazahibuna.vi.41323.
[5] Muslimah, "Etika Komunikasi Dalam Persfektif Islam," *Sosial Budaya* 13, no. 2 (2017): 118, https://media.neliti.com/media/publications/164422-ID-etika-komunikasi-dalam-persfektif-islam.pdf.
[6] Ali Musa Harahap, "Sa'adah Dalam Perspektif Komunikasi Islam (Filsafat Miskawaih Dan Al-Ghazali)," *Sahafa: Journal of Islamic Communication* 3, no. 1 (September 2020): 85–95, https://doi.org/10.21111/sjic.v3i1.4661.
[7] Rofi'i Hanafi, "Etika Berbicara Dalam Tafsir Al-Mishbah Karya M. Quraish Shihab" (Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021), 15.
[8] Nur Syamsiah, "Emansipasi Wanita Dan Penerapan Konsep Mitra Sejajar, Analisis Gender Perspektif Pendidikan Islam" (UIN Alauddin Makassar, 2004), 30.
[9] M. Quraish Shihab, *Jilbab, Pakaian Wanita Muslimah* (Jakarta: Lentera Hati, 2018), 40.
[10] Ahmad Sarwat, "Batasan Aurat Wanita Versi Quraisy Syihab," www.rumahfiqih.com, n.d.

sehingga aturan tentang apa yang dianggap ideal atau benar dalam konteks saat ini harus masuk akal.[11] Al-Qur'an mengingatkan tentang larangan berlebihan dalam bersolek atau berhias, yang dalam Islam disebut sebagai tabarruj. Beberapa Imam memperbolehkan penggunaan make up, namun dalam ibadah seperti sholat, make up tidak boleh mengandung bahan kimia yang menghalangi air wudhu mencapai kulit. M. Quraish Shihab juga menekankan bahwa meski penggunaan make up diperbolehkan di zaman sekarang, hal tersebut tidak boleh berlebihan dan tidak boleh mengubah ciptaan Allah.[12] Selain make up, berpakaian juga termasuk dalam berhias karena berkaitan dengan fashion. Islam memberikan pedoman berpakaian yang mencakup aspek etika, estetika, dan kesehatan. Pakaian berfungsi sebagai identitas, pelindung kehormatan, dan menjaga martabat seorang muslimah dari perilaku tidak senonoh, menunjukkan pentingnya pakaian dalam menjaga kesucian dan integritas individu dalam masyarakat Muslim.[13]

Seharusnya para seller wanita dalam melakukan pemasaran di live TikTok tetap menjaga etika komunikasi, etika berpakaian dan tetap menjaga aurat nya agar perilakunya karena umat Islam dituntut untuk mengimplementasikan ajaran yang dibawanya terkait dengan interaksi sosial kemasyarakatan dalam dimensi hukum.[14] Namun peneliti menemukan adanya seller wanita yang memperlihatkan lehernya dengan cara membuka dan memakai hijab nya secara terus menerus dalam memasarkan dagangannya hal ini menjebabkan aurat nya terlihat. Seller wanita seperti ini harusnya dapat memakai dalaman yang menutup hingga ke leheragar auratnya tetap terjaga. Banyak juga seller wanita yang memakasi pakaian yang ketat sehingga bentuk tubuh nya sangat terlihat ditambah lagi dengan seller wanita yang memasarkan pakian dalam wanita dan langsung mencontohkannya dengan memakai dalaman tersebut ke tubuhnya. Hal ini dapat merangsa lawan jenis yang menontonnya karena dalam pemasaran media sosial kita tidak dapat mengkontrol siapa saja yang yang boleh dan tidak boleh menonton live streaming kita. Hal ini dapat diminimalisir dengan memberikan contoh tidak langsung ke tubuh seller wanita tetapi

[11] Muammar Bakry et al., "Reflections of Contemporary Islamic Law to The Spirit Doll Phenomenon; A Sadd Al-Żarī'ah Perspective," *Samarah: Jurnal Hukum Keluarga Dan Hukum Islam* 6, no. 1 (June 2022): 20–35, https://doi.org/10.22373/sjhk.v6i1.12974.
[12] Fatimatus Zahro, "Pemikiran M. Quraish Shihab Tentang Berhias Dalam Tafsir Al-Misbah" (Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2023), 89.
[13] Umar Sidiq, "Diskursus Makna Jilbab Dalam Surat Al-Ahzab Ayat 59: Menurut Ibnu Kathir Dan M. Quraish Shihab," *Kodifikasia* 6, no. 1 (2010): 168, https://doi.org/10.21154/kodifikasia.v6i1.760.
[14] Abdi Wijaya, "Respon Lembaga Fatwa Terhadap Isu Fikih Kontemporer (Studi Komparatif Lembaga Fatwa MUI, Majelis Tarjih Muhammadiyah Dan Bahtsul Masail NU)," *Mazahibuna: Jurnal Perbandingan Mazhab* 1, no. 2 (2019): 180–99, https://doi.org/10.24252/mh.v1i2.10624.

cukup menggunakan patung pajangan. Peneliti juga menemukan adanya seller wanita yang berkata jorok ke penonton. Seharusnya seller wanita tersebut bisa lebih menjaga perkataannya di media sosial agar tidak terjadi penyimpangan sosial.

Jurnal yang ditulis oleh Risma Amelia, Andi Agustang dam Andi Dody yang berjudul "Perempuan dan TikTok Studi Tentang Eksistensi Diri dan Tubuh Sebagai Konsumsi Publik Perempuan Milenial Mahasiswa FIS-H UIN Alauddin". Jurnal ini menyelidiki bagaimana mahasiswa mengkontruksi dan mengekspresikan identitas mereka melalui konten yang mereka bagikan di TikTok, sementara penelitian penulis mengeksporasi dengan pandangan ulama klasik dan kontemporer terhadap realitas seller wanita dalam live TikTok. Kemudian Jurnal yang ditulis oleh Darussalam, Neg Lutfi Maspupah yang berjudul "Etika Komunikasi Dalam Perspektif hadis". Dalam jurnal tersebut, pembahasan tentang etika komunikasi didasarkan pada hadis. Kemudian Jurnal yang ditulis oleh Dewi Indriani, Faisar dan Hafsah yang berjudul "Pandangan Ulama Kontemporer Tentang Hukum Bermain TikTok bagi perempuan muslimah". Jurnal ini membahas pandangan ulama kontemprer terhadap wanita muslimah yang mengupload video nya di TikTok sementara penulis membahas etika berdasarkan pendapat ulama klasik dan ulama kontemporer. Jurnal yang ditulis oleh Dei Indriani, Faisar Ananda, dan Hafshah yang berjudulu "Pandangan Ulama Kontemporer Tentang Hukum Bermain TikTok Bagi Perempuan Muslimah (Analisis Undang-Undang No 19 Tahun 2016, Perubahan atas Undang-Undang No 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik". Jurnal ini membahas tentang pendapat ulama kontemporer mengenai hukum wanita muslimah bermain TikTok. Jurnal ini berfokus pada isi konten yang diupload oleh wanita muslimah. Subjek dalam jurnal ini adalah Ulama Nahdatul Ulama yakni, Al Wasliyah, Muhammadiyah dan Majelis Ulama Indonesia Sumatera Barat. Kemudian Perbedaan pada penelitian ini adalah berfokus realitas etika seller wanita dalam memasarkan dagangannya melalui live TikTok dan pendapat ulama mazhab terkait realitas tersebut. Makna dari kajian tersebut untuk mengembangkan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana menggabungkan praktik bisnis dengan nilai-nilai dan ajaran agama.

Tujuan dan urgensi Urgensi penelitian ini adalah dengan mengangkat sebuah permasalahan yang terjadi di media sosial mengenai realitas etika seller wanita dalam memasarkan dagangannya di live TikTok yang berfokus pada perilaku, kemudian melihat pendapat para ulama terhadap realitas tersebut. Tujuannya agar para seller wanita dapat

mengambil pelajaran dari pendapat tersebut untuk kemudian diamalkan dalam kehidupan sehari-hari dan para seller wanita lebih menjaga perilakunya sebagaimana dalam ketentuan syariat Islam untuk menjaga martabat nya sebagai wanita. Karena wanita dalam Islam dianggap sangat mulia.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kepustakaan (*Library Research*), yang melibatkan proses membaca literatur, menulis, mengklarifikasi, serta mengumpulkan data dari berbagai sumber tertulis. Selain itu, penelitian ini juga melibatkan analisis terhadap berbagai teori dan pandangan yang relevan dengan masalah yang sedang diteliti. Metode pendekatan penelitian yang digunakan dalam jurnal ini adalah pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini, sumber data primer diperoleh dari al-Qur'an dan hadis sebagai sumber primer utama. Selain itu, jurnal ilmiah yang berisi penelitian atau temuan baru, serta kitab-kitab ulama yang berisi pandangan dan penafsiran agama, juga dapat dianggap sebagai sumber data primer yang relevan dan penting dalam melakukan penelitian. Data sekunder penelitian ini diperoleh dari bahan hukum primer yang berupa buku-buku, jurnal, artikel internet, situs web, pendapat ulama yang berkaitan dengan perilaku *seller* wanita dalam memasarka produk di *live Streaming* TikTok.

Hasil dan Pembahasan

1. Mekanisme Penjualan dan Promosi Produk Melalui Live Streaming Aplikasi TikTok

Dalam dunia e-commerce yang terus berkembang, platform media sosial seperti TikTok telah menjadi penghubung yang baik antara penjual dan pembeli. Salah satu fitur yang mempermudah adalah "Live Streaming". Dalam live streaming para seller dapat melakukan penjualan dan promosi dagangannya. Banyak keuntungan yang didapat ketika melakukan penjual dan prmosi melalui live streaming TikTok yakni, dapat menujukkan produk secara langsung, interaksi terhadap pelanggan dengan cepat dan memudahkan pembeli dalam melakukan pembelian dengan mengklik keranjang kuning. Untuk melakukan promosi dan penjualan di live streaming TikTok para seller wajib memiliki akun TikTok bisnis yang berusia lebih dari satu mimggu, memiliki 1.000 followers aktif dan yang menyiarkan live berusia di atas 18 tahun.

2. Realitas Seller Wanita dalam Memasarkan Produk di Live TikTok

a. Komunikasi

Komunikasi yang efektif sangat penting dalam pemasaran melalui live streaming, di mana para penjual dan audiens dapat saling bertukar informasi. Namun, meskipun hanya berkomunikasi melalui live streaming dan tidak bertatap muka langsung, penjual harus tetap menunjukkan perilaku komunikasi yang baik. Ini termasuk menghindari penggunaan kata-kata kasar, dan penghinaan. Penggunaan kata-kata kasar merupakan pelanggaran terhadap etika berkomunikasi karena dapat melukai perasaan orang lain dan dianggap tidak sopan secara budaya. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa dalam memasarkan produk melalui live streaming, para penjual terkadang lupa akan pentingnya menjaga perilaku komunikasi yang baik dengan audiens mereka. Sebagai contoh, dalam sebuah penelitian yang mengamati perilaku penjual Inara Rusli dalam memasarkan produknya melalui live streaming, ditemukan adanya pelanggaran etika komunikasi. Ketika membacakan komentar dari audiens yang mengatakan "Apasih dulu kalem", Inara Rusli merespons dengan nada sombong dan mengatakan "Maunya gimana, mau diam-diam gini mencret", jawaban Inara Rusli tersebut sempat membuat sorotan publik. Banyak natizen yang shok dan geleng kepala medengar perktaan Inara Rusli.

Dalam lingkup bisnis, perencanaan bisnis yang efektif dimulai dengan menciptakan komunikasi yang sesuai dengan prinsip-prinsip moral, sehingga dapat membangun hubungan bisnis yang positif antara penjual dan calon pembeli. Dalam konteks komunikasi bisnis Islam, para penjual seharusnya mengikuti ajaran Allah dan hadis Rasulullah sebagai panduan dalam bertransaksi dengan benar.[15] Dalam Islam, etika komunikasi merupakan pedoman dalam berinteraksi yang didasarkan pada prinsip-prinsip moral, menilai perilaku seseorang sebagai sesuai atau tidak sesuai, dan disampaikan dengan nilai-nilai Islam, dengan tujuan mengarahkan manusia menuju kebaikan dalam kehidupan dunia dan akhirat, melalui hubungan dengan Tuhan, sesama manusia, dan alam semesta.[16]

b. Melakukan Pemasaran

Distribusi menjadi salah satu aspek dari pemasaran. Distribusi juga biasa dikatakan dengan pemasaran yang. Islam menghendaki pendistribusian harus disandarkan pada sendi kebebasan. Kebebasan yang dimaksud adalah kebebasan dalam bertindak yang dibingkai oleh

[15] Nita Andriani, "Etika Komunikasi Bisnis Dalam Perspektif Islam," *Al-Hikmah* 19, no. 1 (2021): 6.
[16] Muslimah, 'Etika Komunikasi Dalam Persfektif Islam', *Sosial Budaya*, 13.2 (2017), 115–125 (p. 118).

nila-nilai agama. Sebagai bentuk keseimbangan antara individu dan masyarakat maka media sosial dimanfaatkan sebagai media promosi.

Media sosial adalah alat daring yang memungkinkan individu untuk berinteraksi, berbagi konten, berkolaborasi, dan berkomunikasi dengan pengguna lain secara virtual. Di dalam aplikasi TikTok, terdapat fitur explore yang menampilkan berbagai konten video dan siaran langsung. Penelitian ini menemukan bahwa beberapa seller wanita memasarkan produk mereka melalui siaran langsung TikTok dengan cara yang kontroversial, seperti menggunakan pakaian dalam wanita secara langsung pada tubuh mereka. Cara ini dianggap dapat mengganggu pemikiran laki-laki yang melihatnya. Oleh karena itu, penting untuk memahami bahwa perilaku online harus memperhatikan nilai-nilai keagamaan dan etika yang berlaku. Peneliti juga menemukan seorang wanita yang berhijab membuka dan memakai hijab nya secara bergantian yang menyebabkan leher dan rambutnya terlihat.

c. Berpakaian

Pakaian dalam Islam tidak hanya merupakan cerminan budaya dan kemajuan manusia, tetapi juga merupakan implementasi ajaran agama untuk meningkatkan martabat manusia. Islam memberikan pedoman tentang cara berpakaian yang mencakup aspek etika, estetika, dan kesehatan. Tujuan utama dari berpakaian adalah untuk menutupi bagian tubuh yang dianggap aurat dengan menggunakan pakaian yang longgar dan tidak membentuk tubuh, sehingga dapat mencegah terjadinya fitnah. Pakaian yang terlalu ketat, meskipun menutupi warna kulit, masih dapat menampilkan bentuk atau lekuk tubuh, sehingga tidak sesuai dengan prinsip-prinsip berpakaian dalam Islam. Sebagai contoh, dalam kasus penjual wanita di live streaming TikTok di akun @Bobahousejakarta yang memasarkan produknya, peneliti melihat bahwa terlihat memakai pakaian yang terlalu ketat sehingga menampilkan bentuk tubuhnya, yang dapat memancing perilaku negatif dari kaum laki-laki.

Ajaran Islam menekankan bahwa pakaian bukan hanya sekadar model, tetapi juga merupakan sarana untuk menutupi aurat, bagian tubuh yang seharusnya tidak terlihat oleh lawan jenis. Mengingat pentingnya melindungi bagian tubuh yang seharusnya ditutup atau disembunyikan dari pandangan orang lain. Pada Ayat QS. Al-Ahzab/33:59, ayat ini menjelaskan pada kita bahwa menutup seluruh tubuh adalah kewajiban setiap muslimah dan merupakan tanda keimanan mereka. Sekalipun konteks ayat di atas adalah ditujukan untuk istri-istri

Rasulullah saw, namun tunjukan ayat di atas mencakup seluruh wanita muslimah
Etika berpakaian bukan hanya sebagai representasi dari budaya dan peradaban manusia, tetapi juga sebagai praktik dari ajaran Islam untuk meningkatkan martabat manusia.

d. Make Up Berlebihan

Islam meliputi beragam topik, termasuk yang sederhana maupun kompleks.[17] Al-Qur'an berperan sebagai panduan bagi orang-orang yang beriman dengan menyediakan sejumlah petunjuk, termasuk dalam hal berhias dan bersolek.[18] Islam mengajarkan agar tidak melakukan sesuatu secara berlebihan, termasuk dalam berhias, makan, dan berbicara. Hal ini karena tindakan yang berlebihan dianggap sebagai pemborosan dan dihubungkan dengan sifat yang tercela.[19] Fenomena ini juga terlihat pada perilaku seller wanita yang melakukan live streaming, di mana banyak dari mereka menggunakan make up secara berlebihan dalam memasarkan produk dagangan mereka, seperti yang diamati oleh peneliti pada akun @Shakina_Wien dan @Asyamustikaputri. Oleh karena itu, penting bagi para seller wanita untuk memahami dan mengikuti ajaran agama dalam berinteraksi online agar perilaku mereka sesuai dengan nilai-nilai keagamaan.

Perempuan yang berlebihan dalam bersolek dalam Islam dapat dikategorikan sebagai tabarruj. Tabarruj bila dilihat dari segi bahasa atau etimologi, merujuk pada upaya seorang wanita dalam bersolek atau mengekspresikan keindahan anggota tubuhnya yang dapat menarik perhatian lawan jenis, yang dalam hal ini dapat menimbulkan syahwat. Apabila seorang wanita berperilaku demikian dan mengundang hasrat syahwat dari pihak yang bukan mahram, ini dapat disebut sebagai tabarruj. Tabaruj, yang berasal dari kata Al-Buruj, yang artinya adalah mengekspos perhiasan dan keindahan secara berlebihan yang dapat dilihat oleh orang lain. Berdandan dan bersolek dengan tidak seperti biasanya itu merupakan tabarruj. Misalnya memakai bedak tebal, eye shadow, lipstik dengan warna mencolok dan merangsang. Definitip Imam Bukhari menyatakan, bahwa tabrruj adalah tindakan seorang perempuan yang menampakan kecantikan kepada orang lain kepada yang bukan mahramnya secara berlebih-

[17] Ilham Laman et al., "Pengaruh Fatherless Terhadap Akhlak Anak Dalam Kajian Hukum Keluarga Islam," *Jurnal Al-Qadau: Peradilan Dan Hukum Keluarga Islam* 10, no. 2 (2023): 135–58, https://doi.org/10.24252/al-qadau.v10i2.39203.
[18] Abdul Wahid Haddade, "Konsep Al-Ishlah Dalam Al-Qur-An," *Jurnal Tafsere* 4, no. 1 (2016): 13–23, https://doi.org/https://doi.org/10.24252/jt.v4i1.7685.
[19] Abd Aziz, "Pendidikan Etika Sosial Berbasis Argumentasi Quranik," *Andragogi: Jurnal Pendidikan Islam Dan Manajemen Pendidikan Islam* 1, no. 3 (2019): 43, https://doi.org/10.36671/andragogi.v1i3.68.

lebihan.[20] Di dalam ayat QS. Al-Ahzab/33:33 Mufassir modern seperti Sayyid Quthub dalam tafsiranya fii Dzilali al- Qur'an bahwa tabarruj yaitu berhias secara berlebihan dan itu merupakan menyerupai perempuan jahiliyah yang dahulu sebetulnya sederhana dan masih malu bila dibandingkan dengan tabarruj yang terjadi pada zaman jahiliyah zaman ini. Sayyid Quthb mendefinisikan tabarruj dengan berhias wajah berlebihan agar menarik perhatian laki-laki.

a. *Pendapat Ulama Klasik dan Ulama Kontemporer Terhadap Realitas Seller Wanita di Live TikkTok*

Terdapat enam prinsip gaya bicara atau pembicaraan dalam etika komunikasi Islam. Pertama, *Qaul Sadid*/Perkataan benar, lurus, dan jujur, yang menekankan pentingnya menggunakan bahasa yang baik dan berkomunikasi secara efektif dengan lembut dan sopan, baik dalam interaksi langsung maupun di dunia maya.[21] Kedua, *Qaul Baligh*/Perkataan yang membekas pada jiwa, tepat sasaran, komunikatif, mudah dimengerti, mengacu pada penggunaan kata-kata yang efektif, akurat, dan jelas, yang secara langsung menyentuh inti dari isu yang dibahas tanpa memperpanjang pembicaraan.[22] Ketiga, *Qaul Maisur*/Perkataan yang ringan, menekankan pentingnya menjawab pertanyaan dengan sopan, lembut, dan tanpa bertele-tele.[23] Keempat, *Qaul Karim*/Perkataan yang mulia, mengacu pada penggunaan kata-kata yang sopan, tidak kasar, tidak menyimpang, dan menghindari ekspresi yang tidak pantas. Kelima, *Qaul Layyin*/Perkataan yang lemah lembut, berarti menghindari kerasnya suara dan menggunakan cara berbicara yang lembut dan ramah. Dan keenam, *Qaul Ma'ruf*/Perkataan yang baik, ialah pembicaraan yang membawa manfaat dan menghasilkan kebaikan atau maslahat, yang menekankan pentingnya berhati-hati, mempertimbangkan, dan merenungkan sebelum mengucapkan sesuatu agar tidak menimbulkan bencana dan penderitaan, baik bagi diri sendiri maupun orang lain.[24] Hal yang sama diungkapkan oleh ulama kontemporer Quraish Shihab dengan prinsip Qaulan bawah Berbicara dengan sopan dan santun baik itu dengan orang yang lebih muda muda atau atau orang yang lebih tua, menjaga ucapan kepada lawan bicara dengan

[20] Irvan Azhar Marzuqi, "Makna Tabarruj Menurut Wahbah Az-Zuhaili Dalam Tafsir Al-Munir" (Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2022), 22.
[21] Umar ibn 'Abdullah Al-Muqbil, *Qawā'Id Qur'Āniyyah: 50 Qā'Idah Qur'Āniyyah Fā Al-Nafs Wa Al-Hayah*, 3rd ed. (Riyadh: Markaz Tadabbur Alistisyarāt al-Tarbiyah wa al-Ta'limiyyah Qawā'id Qur'āniyyah, 2012), 13.
[22] Jalaluddin Rahmat, *Islam Aktual* (Jakarta: Mizan, 1996), 83.
[23] Wida Fitria and Ganjar Eka Subakti, "Era Digital Dalam Perspektif Islam: Urgensi Etika Komunikasi Umat Beragama Di Indonesia," *Jurnal Penelitian Keislaman* 18, no. 2 (2022): 153, https://doi.org/10.20414/jpk.v18i2.5196.
[24] M. Quraish Shihab, *Lentera Hati: Kisah Dan Hikmah Kehidupan*, 10th ed. (Bandung: Mizan, 1997), 344.

memerhatikan dari segi bahasa yang baik, Menjaga ucapan yang lebih rendah merupakan hal yang harus diperhatikan, agar apa yang diucapkan mengandung arti kesopanan, dan tidak menyinggung hati lawan bicara.

Batasan aurat menurut Mazhab hanafi adalah seluruh tubuhnya kecuali wajah, telapak tangan, dan telapak kaki sampai mata kaki di dalam shalat maupun diluarnya. Namun, apabila disentuh oleh yang bukan mahram atau dilihat dengan pandangan hawa nafsu maka ia berubah menjadi aurat yang mesti ditutupi.[25] Pendapat ini didukung oleh Imam ats-Tsauri dan al Qâsim dari kalangan Syi'ah.[26] Sementara Mazhab Syafi'i batasan aurat wanita adalah seluruh tubuhnya.[27] Madzhab Syāfi'ī merupakan mazhab pemikiran yang dominan dan aktif diamalkan dalam kehidupan keagamaan sehari-hari di Indonesia.[28]

Pendapat salah satu ulama kontemporer yakni Quraish Shihab tentang jilbab bahwa, Menurutnya, batasan aurat wanita adalah permasalahan khilafiyah dengan alasan bahwa: "ayat-ayat al-Quran yang berbicara tentang pakaian wanita mengandung aneka interpretasi" bisa dikatakan wajar apabila adanya ikhtilaf di kalangan para ulama, baik ulama klasik maupun kontemporer.[29] Pada Q.S Al-Ahzab Ayat 59 Quraish Shihab menganggap bahwa ayat tersebut tidak bermaksud untuk memerintahkan muslimah untuk memakai jilbab. Sebab kesan yang diperoleh dalam redaksi ayat tersebut ialah "Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka". Kalimat inilah yang menggambarkan bahwa mereka telah memakai jilbab namun belum mengulurkannya, terlebih lagi bagi yang belum mengenakannya.[30] Sementara merujuk pada Q.S An-Nur: 31 "Hendaklah mereka menutupkan kain kerudung ke dadanya", maka Quraish Shihab berpendapat bahwa ayat ini lebih menekankan perintah untuk menutup dada. Untuk itulah Quraish Shihab berargumen bahwa rambut wanita tidaklah wajib ditutupi karena ayat tersebut tidak memerintahkannya. Quraish Shihab berpendapat bahwa jilbab adalah pakaian yang digunakan untuk menutupi tubuh wanita yang dilengkapi dengan penutup kepala. Namun dalam menafsirkan perintah memakai jilbab, Quraish Shihab berpendapat bahwa

[25] Ibnu 'Âbidîn Muhammad Amin, *Raddul Mukhtâr 'ala Ad-Durrul Mukhtâr Syarh Tanwîr Al-Abshâr*, 1252 H, 254.
[26] Asy-Syaukani Muhammad bin 'Ali bin Muhammad, *Nail Al-Authâr* (Beirūt: Dar al-Hadits, 1993), 81.
[27] Abu Bakr bin as-Saiyid Muhammad Syathâ Ad-Dimyathi, *Hâsyiyah I'ânah Ath-Thâlibîn* (Damaskus: Dâr al-Fikr, 1994), 134.
[28] Suud Sarim Karimullah, "Shāfi'ī Literature in Indonesia: A Historical Account," *Islamica: Jurnal Studi Keislaman* 17, no. 1 (2022): 1–19.
[29] M. Quraish Shihab, *Wawasan Al-Quran* (Jakarta: Mizan, 2000), 179.
[30] M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an* (Jakarta: Lentera Hati, 2002).

memakai jilbab bukanlah sebuah perintah melainkan suatu anjuran. Sebab meskipun ayat jilbab mengandung redaksi perintah, tetapi bukan berarti semua perintah dalam Al-Qur'an merupakan perintah wajib. Kemudian Quraish Shihab juga memaparkan dengan menukil pendapat Muhammad Tahir Ibn 'Asyur bahwa jilbab adalah sebuah produk budaya Arab dan adat istiadat negara Arab yang tidak wajib dipaksakan pada kaum lain, dan tidak wajib mengikutinya dalam masalah aurat.[31]

Ulama klasik Muhammad Ibnu Muhammad Ali menyimpulkan bahwa seorang wanita yang akan keluar dari rumahnya dan berinteraksi dengan pria bukan mahram, maka ia harus memperhatikan sopan santun dan tata cara busana yang dikenakan haruslah memenuhi beberapa syarat yakni, seluruh badan kecuali yang diperbolehkan yaitu wajah dan kedua telapak tangan, bukan berfungsi sebagai perhiasa, tidak tipis, tidak ketat, tidak diberi parfum atau minyak wangi, tidak menyerupai pakaian laki-laki, tidak menyerupai pakaian wanita kafir dan bukanlah pakaian untuk mencari popularitas.[32] Ulama kontemporer Syekh Muhammad Saud Jalal, seorang ulama al-Azhar berpendapat bahwa yang menjadi dasar dalam menetapkan apa yang boleh dinampakkan dari hiasan wanita, adalah apa yang berlaku dalam adat kebiasaan satu masyarakat, sehingga dalam masyarakat yang tidak membolehkan penampakan lebih dari wajah dan kedua telapak tangan, maka itulah yang berlaku untuk mereka, sementara dalam masyarakat yang membolehkan membuka setengah dari betis atau tangan dan mereka menilai hal tersebut tidak mengandung fitnah atau rangsangan, maka bagian–bagian badan itu termasuk dari hiasan lahiriah yang dapat dinampakkan. Seperti wanita-wanita yang bekerja di perkebunan yang terpaksa menyingsingkan lengan bajunya atau mengangkat pakaiannya hingga mencapai betisnya.[33]

Mazhab Hanafi memperbolehkan penggunaan banyak kosmetik atau alat-alat kecantikan, asalkan tidak mengandung bahan kimia yang dapat mengubah aslinya wudhu saat beribadah. Ketika seorang wanita keluar dengan berhias atau menggunakan minyak wangi sambil menutup aurat, hukumnya adalah makruh tanzih, bukan haram. Namun, menjadi haram jika tujuannya adalah untuk menarik perhatian dari kaum laki-laki dengan maksud menciptakan fitnah.

[31] Shihab.
[32] Syaikh Muhammad Nashiruddin Al-Bani, *Jilbab Wanita Muslimah, Terj. Hawin Murtadlo, Abu Sayyid Sayyaf* (Solo: At-Tibyan, 2000), 1.
[33] M. Quraish Shihab, *Jilbab-Pakaian Wanita Muslimah (Pandangan Ulama Masa Lalu & Cendikiawan Kontemporer)* (Jakarta: Lentera Hati, 2010), 135.

Penggunaan makeup dalam Islam dipandang serupa dengan penggunaan minyak wangi. Wanita zaman sekarang tentunya tidak luput dari penggunaan make up, menurut Quraish Shihab menggunakan make up ini diperbolehkan, batasan yang disebutkan dalam penggunaan make up ini, yaitu menggunakan lipstik, bedak dan pemerah pipi di sini diperbolehkan.[34] Sedangkan Quraish Shihab memaknai berhias adalah berhias yang tidak berlebihan, berjalan tidak berlenggak-lenggok dan tidak memperlihatkan sesuatu yang tidak seharusnya diperlihatkan kecuali pada suaminya. Menurut M. Quraish Shihab tabarruj berarti larangan menampakkan perhiasan dalam pengertian yang umum yang biasanya tidak ditampakkan oleh wanita baik, atau memakai sesuatu yang tidak wajar dipakai, seperti berdandan secara berlebihan, atau berjalan dengan lenggak-lenggok, atau dapat mengundang decak kagum pria lain yang pada gilirannya dapat menimbulkan rangsangan atau mengakibatkan gangguan dari yang usil.[35]

Dari pendapat-pendapat para ulama klasik dan ulama kontemporer di atas terhadap realitas perilaku seller wanita di live TikTok dapat peneliti simpulkan mulai dari batasan aurat, ulama mazhab klasik berpendapat bahwa batasan aurat adalah seluruh tubuhnya kecuali wajah, telapak tangan, dan telapak kaki sampai mata kaki. Namun ulama kontemporer Quraish Shihab mengatakan bahwa batasan aurat pada zaman dulu dan sekarang berbeda. Quraish Shihab mengambil batasan lebih bersifat terbuka dan tentunya lebih relevan jika diterapkan di Indonesia. Quraish Shihab memberikan opsi terkait batasan aurat yakni, sesuai dengan keadaan dan kebutuhan dan cenderung mengambil sikap tawaqquf. Peneliti menemukan seller wanita berhijab yang membuka tutup hijabnya yang mengakibatkan auratnya terlihat , karena pada saat itu seller tersebut sedang berjualan jilbab yang dimana para calon pembeli ingin melihat dengan jelas bagaimana jilbab yang di promosikan itu. Jika memakai pendapat ulama klasik tentu seller tersebut melanggar syari'at tetapi jika melihat dari pendapat M Quraish Shihab hal itu tidak melangar syari'at. Namun perilaku seperti itu seharusnya tidak dilakukan oleh seller tersebut karena keadaan seperti seller wanita tersebut masih bisa memakai dalaman yang juga menutupi lehernya sehingga ketika seller tersebut ingin membuka kudung nya auratnya tetap terjaga.

Tentang penggunaan make up para ulama klasik dan ulama kontemporer sepakat untuk tidak menghalalkan make make up yang berlebihan. Karena jika hal itu terjadi maka dapat

[34] M. Quraish Shihab, *M. Quraish Shihab Menjawab 101 Soal Perempuan Yang Patut Anda Ketahui* (Jakarta: Lentera Hati, 2022), 212–13.
[35] Shihab, *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an*.

dikatakan tabarruj. Seller wanita dalam memasarkan dagangannya di live TikTok banyak yang memakai make up dengan tebal agar para penonton atau calon pembeli nyaman untuk melihat para seller memasarkan dagangannya dan para seller lebih percaya diri dalam memasarkan dagangannya. Hal itu merupakan perubahan sosial yang terjadi di masyarakat. Dalam hal memakai pakaian yang ketat yang terjadi pada beberapa seller wanita. meskipun Allah swt tidak mengharamkan perhiasan akan tetapi tidak boleh memakai pakaian yang tipis atau transparan karena hal itu dapat mengundang syahwat bagi laki laki. Tentang komunikasi, para ulama mazhab dan ulama kontemporer sepakat bahwa dalam komunikasi memiliki prinsip-prinsi. Dalam penelitian ini peneliti menemukan kasus seorang seller wanita tidak menjaga perkataanya dengan berkata kotor pada saat memasarkan danganannya di live TikTok. Dalam hal ini seharusnya seller wanita lebih bisa menjaga tutur katanya walaupun hanya melakukan komunikasi di media sosial agar tidak terjadi penyimpangan sosial. Peneliti berharap, dengan adanya penelitian ini dapat kembali mengingatkan para seller wanita untuk tetap menjalankan etika syariat Islam dalam bermuamalah.

Kesimpulan

Ulama klasik dan ulama kontemporer memilki perbedaan pendapat terhadap realitas yang terjadi pada seller wanita. Terutama dalam segi batasan aurat. Ulama klasik dengan pendapatnya yang begitu ketat yakni aurat wanita adalah seluruh tubuhnya kecuali wajah, tangan dan telapak kakinya, sementara ulama kontemporer dalam hal ini Quraisy Shihab tidak memberikan batasan aurat terhadap wanita dan lebih melonggarkan sesuai dengan kondisionalnya. Para ulama klasik dan ulama kontemporer sepakat agar para seller wanita tetap menjaga etika komunikasi di media sosial ketika memasarkan dagangannya sesuai dengan prinsip prinsip Islam yakni Qaul Sadid/Perkataan benar, Qaul Baligh/Perkataan yang mudah dimengerti, Qaul Maisur/Perkataan yang tidak betele-tele, Qaul Karim/Perkataan yang mulia, Qaul Layyin/Perkataan yang lemah lembut, dan Qaul Ma'ruf/Perkataan yang baik. Para ulama klasik dan kontemporer juga sepakat agar setai para seller wanita menjaga etika berpakian dengan tidak menggunakan pakaian yang ketat sehingga menimbulkan syahwat bagi pria yang melihatnya dan tidak berlebih-lebihan dalam memakai make up yang menjerumus ke dalam sifat tabarruj. Jika kita mengambil pendapat ulama klasik dalam realitas seller wanita tersebut, tentu

perbuatan yang dilakukan seller wanita adalah keluar dari prinsip-prinsip agama Islam terutama dalam hal aurat. Namun jika kita mengambil pendapat para ulama kontemporer dalam hal ini Quraish Shihab yang tidak menentukan batasan aurat karena melihat kondisinya tentu hal ini sah-sah saja karena melihat para seller wanita tersebut sedang melakukan pemasaran dagangan dan yang dipasarkan adalah jilbab, jadi para seller tersebut harus membuka dan memakai jilbab yang berbeda sesuai yang di pasarkan, hal ini mengakibatkan aurat leher seller tersebut terlihat. Namun hal ini bisa diminimalisir dengan memakai dalam ninja yang sampai menutupi leher agar aurat seller wanita tersebut tetap terjaga jika mengikuti pendapat ulama klasik.

Daftar Pustaka

Ad-Dimyathi, Abu Bakr bin as-Saiyid Muhammad Syathâ. *Hâsyiyah I'ânah Ath-Thâlibîn*. Damaskus: Dâr al-Fikr, 1994.

Al-Bani, Syaikh Muhammad Nashiruddin. *Jilbab Wanita Muslimah, Terj. Hawin Murtadlo, Abu Sayyid Sayyaf*. Solo: At-Tibyan, 2000.

Al-Muqbil, Umar ibn 'Abdullah. *Qawā'Id Qur'Āniyyah: 50 Qā'Idah Qur'Āniyyah Fā Al-Nafs Wa Al-Hayah*. 3rd ed. Riyadh: Markaz Tadabbur Alistisyarāt al-Tarbiyah wa al-Ta'limiyyah Qawā'id Qur'āniyyah, 2012.

Amin, Ibnu 'Âbidîn Muhammad. *Raddul Mukhtâr 'ala Ad-Durrul Mukhtâr Syarh Tanwîr Al-Abshâr*, 1252.

Andriani, Nita. "Etika Komunikasi Bisnis Dalam Perspektif Islam." *Al-Hikmah* 19, no. 1 (2021): 13–26.

Aziz, Abd. "Pendidikan Etika Sosial Berbasis Argumentasi Quranik." *Andragogi: Jurnal Pendidikan Islam Dan Manajemen Pendidikan Islam* 1, no. 3 (2019): 466–89. https://doi.org/10.36671/andragogi.v1i3.68.

Bakry, Muammar, M. Ilham, Achmad Musyahid, Chaerul Mundzir, and Arif Rahman Ramli. "Reflections of Contemporary Islamic Law to The Spirit Doll Phenomenon; A Sadd Al-Żarī'ah Perspective." *Samarah: Jurnal Hukum Keluarga Dan Hukum Islam* 6, no. 1 (June 2022): 20–35. https://doi.org/10.22373/sjhk.v6i1.12974.

Fahri, Ahmad Aidil, Siti Aisyah, and Abdul Syatar. "Kebebasan Berekspresi Di Media Sosial Perpektif Hukum Positif Dan Ulama Mazhab; Studi Kasus Di Polrestabes Makassar." *Shautuna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbandingan Mazhab* 2, no. 2 (2022): 515–31. https://doi.org/https://doi.org/10.24252/shautuna.vi.26942.

Fitria, Wida, and Ganjar Eka Subakti. "Era Digital Dalam Perspektif Islam: Urgensi Etika Komunikasi Umat Beragama Di Indonesia." *Jurnal Penelitian Keislaman* 18, no. 2 (2022): 143–57. https://doi.org/10.20414/jpk.v18i2.5196.

Haddade, Abdul Wahid. "Konsep Al-Ishlah Dalam Al-Qur-An." *Jurnal Tafsere* 4, no. 1 (2016): 13–23. https://doi.org/https://doi.org/10.24252/jt.v4i1.7685.

Hanafi, Rofi'i. "Etika Berbicara Dalam Tafsir Al-Mishbah Karya M. Quraish Shihab." Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021.

Harahap, Ali Musa. "Sa'adah Dalam Perspektif Komunikasi Islam (Filsafat Miskawaih Dan Al-Ghazali)." *Sahafa: Journal of Islamic Communication* 3, no. 1 (September 2020): 85–95. https://doi.org/10.21111/sjic.v3i1.4661.

Hasir, Hasriani, and Sohrah Sohrah. "Tindakan Bullying Di Media Sosial; Komparasi Hukum Pidana Islam Dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang ITE." *Shautuna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbandingan Mazhab* 4, no. 1 (2021): 224–37.

Karimullah, Suud Sarim. "Shāfi'ī Literature in Indonesia: A Historical Account." *Islamica: Jurnal Studi Keislaman* 17, no. 1 (2022): 1–19.

Laman, Ilham, Muh. Azhar Ma'ruf, Rahman Sakka, and Wahyu Meidiyansyah. "Pengaruh Fatherless Terhadap Akhlak Anak Dalam Kajian Hukum Keluarga Islam." *Jurnal Al-Qadau: Peradilan Dan Hukum Keluarga Islam* 10, no. 2 (2023): 135–58. https://doi.org/10.24252/al-qadau.v10i2.39203.

Marzuqi, Irvan Azhar. "Makna Tabarruj Menurut Wahbah Az-Zuhaili Dalam Tafsir Al-Munir." Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2022.

Muhammad, Asy-Syaukani Muhammad bin 'Ali bin. *Nail Al-Authâr*. Beirūt: Dar al-Hadits, 1993.

Muslimah. "Etika Komunikasi Dalam Persfektif Islam." *Sosial Budaya* 13, no. 2 (2017): 115–25. https://media.neliti.com/media/publications/164422-ID-etika-komunikasi-dalam-persfektif-islam.pdf.

Nurdin, Roswati, Mohd Akram bin Dato Dahaman Dahlan, Rajab, Latri Kamal, and Thalhah. "Exploring Diverse Madhhabs' Perspectives on Wearing a Veil among Female Students." *Mazahibuna: Jurnal Perbandingan Mazhab* 6, no. 1 (2024): 1–16. https://doi.org/10.24252/mazahibuna.vi.41323.

Rahmat, Jalaluddin. *Islam Aktual*. Jakarta: Mizan, 1996.

Resky, Muhammad, and Zulhas'ari Mustafa. "Hate Speech Di Media Sosial Dalam Tinjauan Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Nomor 24 Tahun 2017." *Shautuna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbandingan Mazhab* 1, no. 1 (2020): 37–61. https://doi.org/10.24252/shautuna.v1i1.12423.

Sarwat, Ahmad. "Batasan Aurat Wanita Versi Quraisy Syihab." www.rumahfiqih.com, n.d.

Shihab, M. Quraish. *Jilbab-Pakaian Wanita Muslimah (Pandangan Ulama Masa Lalu & Cendikiawan Kontemporer)*. Jakarta: Lentera Hati, 2010.

———. *Jilbab, Pakaian Wanita Muslimah*. Jakarta: Lentera Hati, 2018.

———. *Lentera Hati: Kisah Dan Hikmah Kehidupan*. 10th ed. Bandung: Mizan, 1997.

———. *M. Quraish Shihab Menjawab 101 Soal Perempuan Yang Patut Anda Ketahui*. Jakarta:

Lentera Hati, 2022.

———. *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an*. Jakarta: Lentera Hati, 2002.

———. *Wawasan Al-Quran*. Jakarta: Mizan, 2000.

Sidiq, Umar. "Diskursus Makna Jilbab Dalam Surat Al-Ahzab Ayat 59: Menurut Ibnu Kathir Dan M. Quraish Shihab." *Kodifikasia* 6, no. 1 (2010): 1–26. https://doi.org/10.21154/kodifikasia.v6i1.760.

Syamsiah, Nur. "Emansipasi Wanita Dan Penerapan Konsep Mitra Sejajar, Analisis Gender Perspektif Pendidikan Islam." UIN Alauddin Makassar, 2004.

Wijaya, Abdi. "Respon Lembaga Fatwa Terhadap Isu Fikih Kontemporer (Studi Komparatif Lembaga Fatwa MUI, Majelis Tarjih Muhammadiyah Dan Bahtsul Masail NU)." *Mazahibuna: Jurnal Perbandingan Mazhab* 1, no. 2 (2019): 180–99. https://doi.org/10.24252/mh.v1i2.10624.

Zahro, Fatimatus. "Pemikiran M. Quraish Shihab Tentang Berhias Dalam Tafsir Al-Misbah." Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2023.