

Analisis Pendapatan *Food Vlogger* dari Konten Review yang Bersifat Dekstruktif Perspektif Hukum Ekonomi Islam

Masidah¹

Program Studi Ilmu Syariah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta¹
masidah269@gmail.com

ABSTRACT.

This study aims to analyze the permissibility status of income earned by Food Vloggers from destructive review content within the perspective of Islamic economic law. The background of this study is based on the increasing phenomenon of Food Vloggers on social media, who not only function as a medium of information and promotion but also have the potential to cause harm to business actors through excessive, misleading, or defamatory review content. This research employs a normative legal approach with a fiqh muamalah perspective by examining Islamic principles such as honesty (sidq), justice ('adl), trustworthiness (amanah), and the prohibition of harm (dharar). The findings indicate that review activities are fundamentally permissible in Islam as long as they do not violate sharia principles. However, if the review content is destructive and causes harm to others, it contradicts the principle of la dharar wa la dharar as well as the objectives of sharia (maqasid al-shariah), particularly in protecting honor (hifz al-'ird) and wealth (hifz al-mal). Therefore, income derived from such content cannot be categorized as lawful (halal) income.

Keywords: *Food Vlogger, Income, Destructive Review Content, Islamic Economy Law*

ABSTRAK.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis status kehalalan pendapatan *Food Vlogger* yang diperoleh dari konten review yang bersifat destruktif dalam perspektif hukum ekonomi Islam. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada maraknya fenomena *Food Vlogger* di media sosial yang tidak hanya berperan sebagai sarana informasi dan promosi, tetapi juga berpotensi menimbulkan kerugian bagi pelaku usaha melalui konten review yang berlebihan, menyesatkan, atau mengandung unsur fitnah. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan fikih muamalah melalui kajian terhadap prinsip-prinsip syariah, seperti kejujuran (*sidq*), keadilan (*'adl*), amanah, serta larangan dharar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas review pada dasarnya diperbolehkan dalam Islam selama tidak melanggar prinsip-prinsip syariah. Namun, apabila konten review tersebut bersifat destruktif dan menimbulkan kerugian bagi pihak lain, maka hal tersebut bertentangan dengan prinsip *la dharar wa la dharar* serta maqasid syariah, khususnya dalam menjaga kehormatan (*hifz al-'ird*) dan harta (*hifz al-mal*).

Kata kunci: *Food Vlogger, Pendapatan, Konten Review Destruktif, Hukum Ekonomi Islam*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah mendorong transformasi dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas ekonomi. Fenomena ini ditandai dengan munculnya berbagai bentuk pekerjaan baru yang berbasis pada kreativitas dan produksi konten, salah satunya adalah profesi *Food*

Vlogger. Food Vlogger merupakan individu yang secara aktif memproduksi dan mendistribusikan konten ulasan makanan melalui platform digital seperti YouTube, TikTok, dan Instagram. (Poniman, Refli Renaldi, 2025) Dalam konteks ekonomi digital, aktivitas ini tidak lagi dipandang sebagai sekadar kegiatan personal, melainkan telah berkembang menjadi profesi yang memiliki nilai ekonomi melalui berbagai sumber pendapatan, seperti monetisasi platform, endorsement, sponsorship, serta kerja sama promosi dengan pelaku usaha.

Keberadaan *Food Vlogger* memiliki posisi strategis dalam ekosistem pemasaran digital, khususnya dalam membentuk persepsi dan preferensi konsumen. Konten yang dihasilkan oleh *Food Vlogger* tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi, tetapi juga sebagai instrumen yang dapat memengaruhi opini publik dan keputusan pembelian. Dalam praktiknya, ulasan yang disampaikan oleh *Food Vlogger* dapat berdampak langsung terhadap reputasi dan tingkat penjualan suatu produk, bahkan berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha, terutama bagi pelaku usaha mikro dan kecil yang sangat bergantung pada kepercayaan konsumen.

Meskipun demikian, pengaruh yang besar tersebut juga menimbulkan implikasi etis yang tidak dapat diabaikan. Dalam praktiknya, tidak semua konten review disampaikan secara objektif dan proporsional. Terdapat kecenderungan sebagian kreator untuk menyajikan konten yang bersifat sensasional, berlebihan, atau menonjolkan aspek negatif suatu produk secara tidak berimbang dengan tujuan menarik perhatian audiens. Fenomena ini melahirkan konten review yang bersifat destruktif, yaitu ulasan yang tidak lagi berfungsi sebagai sarana evaluasi yang konstruktif, melainkan berpotensi merugikan pihak lain, baik dari segi reputasi maupun kondisi ekonomi. (Nur Pratama Julianto & Natal Indra, 2025)

Dalam konteks media digital, dampak dari konten review yang bersifat destruktif menjadi semakin kompleks karena didukung oleh karakteristik penyebaran informasi yang cepat, luas, dan sulit dikendalikan. Konten yang tersebar secara masif dapat membentuk opini publik dalam waktu singkat, sehingga berpotensi menimbulkan kerugian yang signifikan bagi pelaku usaha. Kondisi ini menunjukkan bahwa aktivitas *Food Vlogger* tidak hanya berkaitan dengan kebebasan berekspresi, tetapi juga berkaitan dengan tanggung jawab etis dan implikasi hukum.

Dalam perspektif hukum ekonomi Islam, setiap aktivitas muamalah pada dasarnya diperbolehkan sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah. Prinsip-prinsip tersebut antara lain mencakup kejujuran (*sidq*), keadilan (*'adl*), amanah, serta larangan melakukan perbuatan yang merugikan pihak lain sebagaimana tercermin dalam kaidah *la dharar wa la dhirar*. (Rafifah Qanita et al., 2024) Selain itu, dalam kerangka *maqasid syariah*, aktivitas ekonomi juga harus memperhatikan aspek perlindungan terhadap kehormatan (*hifz al-'ird*) dan harta (*hifz al-mal*). Dengan demikian, aktivitas review yang berpotensi menimbulkan kerugian bagi pihak lain perlu dikaji lebih lanjut dalam perspektif hukum Islam. (Ferdinal, 2021)

Fenomena tersebut menimbulkan persoalan normatif, khususnya terkait dengan status kehalalan pendapatan yang diperoleh dari konten review yang bersifat

destruktif. Di satu sisi, aktivitas *Food Vlogger* merupakan bagian dari muamalah yang diperbolehkan, namun di sisi lain, konten yang dihasilkan berpotensi mengandung unsur yang merugikan pihak lain. Oleh karena itu, diperlukan analisis yang komprehensif untuk menilai apakah pendapatan yang diperoleh dari aktivitas tersebut tetap dapat dikategorikan sebagai halal dalam perspektif hukum ekonomi Islam.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pendapatan *Food Vlogger* dari konten review yang bersifat destruktif dalam perspektif hukum ekonomi Islam. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian hukum ekonomi Islam, khususnya yang berkaitan dengan dinamika ekonomi digital dan etika dalam produksi konten di media sosial.

TINJAUAN LITERATUR

Konten Review Digital

Konten review merupakan bentuk komunikasi yang berisi penilaian, opini, atau evaluasi terhadap suatu produk atau jasa yang disampaikan kepada publik melalui media digital. Dalam perkembangan teknologi informasi, konten review mengalami transformasi yang signifikan, baik dari segi mekanisme penyebaran, jangkauan audiens, maupun tingkat pengaruhnya terhadap masyarakat. Jika pada media konvensional review cenderung bersifat terbatas dan tidak memiliki daya sebar yang luas, maka dalam konteks digital, konten review dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat tanpa batasan ruang dan waktu melalui berbagai platform seperti YouTube, TikTok, dan Instagram. Kondisi ini menjadikan konten review sebagai salah satu instrumen penting dalam membentuk persepsi publik terhadap suatu produk atau usaha. (Rahma, 2022). Perubahan tersebut menunjukkan bahwa konten review dalam era digital tidak lagi bersifat satu arah, melainkan menjadi bagian dari komunikasi interaktif antara kreator, audiens, dan pelaku usaha. Audiens tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai pihak yang turut membentuk opini melalui komentar, interaksi, dan penyebaran ulang konten. Hal ini menjadikan konten review sebagai fenomena sosial yang memiliki dimensi komunikasi, ekonomi, sekaligus budaya dalam ruang digital.

Dalam perspektif ekonomi digital, konten review tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga memiliki peran strategis dalam memengaruhi perilaku konsumen. Review yang disampaikan oleh kreator konten sering kali dijadikan sebagai referensi utama oleh konsumen dalam menentukan pilihan, karena dianggap lebih autentik dan merepresentasikan pengalaman nyata dibandingkan dengan informasi yang disampaikan oleh produsen. Dengan demikian, konten review memiliki kontribusi dalam menciptakan transparansi pasar serta mendorong peningkatan kualitas produk dan layanan melalui mekanisme evaluasi publik.

Lebih lanjut, dalam ekosistem digital yang berbasis pada *attention economy*, konten review juga memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Tingkat interaksi, jumlah

penonton, serta popularitas suatu konten menjadi faktor yang menentukan nilai komersialnya. Hal ini mendorong kreator konten untuk menghasilkan review yang mampu menarik perhatian audiens secara maksimal.(Candradewi & Ratnawati, 2025) Dalam kondisi demikian, terjadi pergeseran orientasi dalam produksi konten, dari yang semula berfokus pada penyampaian informasi yang objektif menjadi berorientasi pada optimalisasi perhatian (*attention-driven content*). Pergeseran ini menyebabkan munculnya kecenderungan framing yang dilebih-lebihkan, penggunaan bahasa yang provokatif, serta penekanan pada aspek-aspek tertentu yang dianggap mampu meningkatkan daya tarik konten. Akibatnya, batas antara review yang bersifat informatif dan konten yang bersifat manipulatif menjadi semakin kabur dalam praktiknya. Kondisi tersebut juga berpotensi menimbulkan distorsi dalam penyampaian informasi, karena orientasi terhadap peningkatan engagement dapat menggeser tujuan awal review dari yang bersifat informatif menjadi sensasional.

Dalam praktiknya, tidak semua konten review disampaikan secara objektif dan proporsional. Terdapat kecenderungan sebagian kreator untuk menyajikan ulasan secara berlebihan, tidak berimbang, atau bahkan menonjolkan aspek negatif secara ekstrem tanpa disertai dengan verifikasi yang memadai. Fenomena ini dikenal sebagai konten review yang bersifat destruktif, yaitu review yang tidak lagi berfungsi sebagai sarana evaluasi yang konstruktif, melainkan berpotensi merugikan pihak lain, baik secara ekonomi maupun reputasi.

Dampak dari konten review yang bersifat destruktif menjadi semakin kompleks dalam konteks digital, mengingat karakteristik media yang memungkinkan penyebaran informasi secara cepat, luas, dan berulang. Konten yang viral dapat membentuk opini publik dalam waktu singkat dan sulit untuk dikoreksi, sehingga berpotensi menimbulkan kerugian yang signifikan bagi pelaku usaha. Selain itu, informasi yang tidak berimbang juga dapat menyesatkan konsumen dalam membentuk persepsi terhadap suatu produk atau jasa.

Selain itu, dalam konteks literasi digital, tidak semua audiens memiliki kemampuan yang memadai untuk melakukan verifikasi terhadap informasi yang diterima. Hal ini menyebabkan konten review yang bersifat destruktif berpotensi diterima sebagai kebenaran tanpa melalui proses kritis. Kondisi tersebut semakin memperkuat dampak negatif yang ditimbulkan, karena persepsi publik terbentuk berdasarkan informasi yang belum tentu objektif atau berimbang. Dengan demikian, permasalahan konten review dalam perspektif digital tidak hanya berkaitan dengan perilaku kreator, tetapi juga dengan tingkat literasi dan kesadaran kritis masyarakat sebagai konsumen informasi. Oleh karena itu, konten review dalam perspektif digital tidak hanya berkaitan dengan kebebasan berekspresi, tetapi juga menuntut adanya tanggung jawab etis dalam penyampaian informasi. Setiap review yang dipublikasikan seharusnya memperhatikan aspek kebenaran, keseimbangan, serta dampak yang ditimbulkan terhadap pihak lain. Dengan demikian, konten review dapat tetap berfungsi sebagai sarana informasi yang objektif dan konstruktif, tanpa menimbulkan kerugian baik secara ekonomi maupun sosial dalam ekosistem digital.

Konsep Dharar dalam Islam

Dalam hukum Islam, terdapat prinsip fundamental dalam muamalah yang dikenal dengan kaidah *la dharar wa la dharir*, yang secara umum dimaknai sebagai larangan untuk melakukan perbuatan yang menimbulkan kerugian, baik terhadap diri sendiri maupun terhadap orang lain. Kaidah ini memiliki kedudukan yang sangat penting dalam sistem hukum Islam, karena menjadi salah satu dasar dalam menilai keabsahan suatu tindakan, khususnya dalam aktivitas sosial dan ekonomi. Prinsip ini tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga mencerminkan tujuan utama syariah dalam mewujudkan kemaslahatan serta mencegah terjadinya kerusakan (*mafsadah*) dalam kehidupan manusia. (NurArifah Sarifah, 2024)

Konsep *dharar* dalam Islam memiliki cakupan yang luas dan tidak terbatas pada kerugian yang bersifat fisik atau materiil semata. Dharar juga mencakup kerugian non-materiil, seperti rusaknya reputasi, kehormatan (*'ird*), serta dampak psikologis yang ditimbulkan akibat suatu tindakan. Dalam konteks kehidupan modern, khususnya dalam ruang digital, bentuk-bentuk dharar semakin kompleks karena berkaitan dengan penyebaran informasi yang memiliki daya jangkauan luas dan berlangsung secara cepat. (Sabrina, 2025) Oleh karena itu, tindakan yang tampak sederhana, seperti penyampaian opini atau review, dapat memiliki implikasi yang besar apabila menimbulkan dampak negatif bagi pihak lain.

Dalam konteks konten digital, penyampaian informasi yang tidak akurat, tidak berimbang, atau disertai dengan unsur berlebihan dapat dikategorikan sebagai bentuk dharar apabila menimbulkan kerugian bagi pihak tertentu. Hal ini disebabkan oleh karakteristik media digital yang memungkinkan informasi tersebar secara masif, berulang, dan sulit untuk dikendalikan. Konten yang bersifat negatif, terutama yang disampaikan secara provokatif, memiliki potensi besar untuk membentuk opini publik secara cepat, sehingga dapat merusak reputasi dan menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap pihak yang diulas.

Islam pada dasarnya memberikan kebebasan kepada setiap individu untuk menyampaikan pendapat sebagai bagian dari hak berekspresi. Namun demikian, kebebasan tersebut tidak bersifat absolut, melainkan dibatasi oleh nilai-nilai etika dan tanggung jawab sosial. Setiap ucapan dan tindakan harus mempertimbangkan dampak yang ditimbulkan terhadap pihak lain. Dalam hal ini, penyampaian review oleh *Food Vlogger* tidak hanya dinilai dari aspek kejujuran semata, tetapi juga dari cara penyampaian serta konsekuensi yang dihasilkan. Kejujuran yang disampaikan tanpa mempertimbangkan dampak dapat berubah menjadi tindakan yang merugikan, sehingga tidak lagi sejalan dengan prinsip keadilan dalam Islam.

Lebih lanjut, dalam perspektif *maqasid syariah*, konsep dharar berkaitan erat dengan upaya perlindungan terhadap lima tujuan utama syariah (*al-daruriyyat al-khams*), di antaranya adalah perlindungan terhadap kehormatan (*hifz al-'ird*) dan harta (*hifz al-mal*). Konten review yang bersifat destruktif berpotensi melanggar kedua aspek tersebut, karena dapat merusak citra atau nama baik seseorang maupun pelaku usaha, serta menimbulkan kerugian ekonomi yang nyata. Dengan demikian,

tindakan tersebut tidak hanya bertentangan dengan etika, tetapi juga melanggar tujuan fundamental dalam hukum Islam.

Selain itu, dalam kajian fikih muamalah, prinsip *sadd al-zari'ah* (menutup jalan menuju kemudharatan) juga relevan untuk digunakan dalam menganalisis fenomena ini. Aktivitas yang berpotensi menimbulkan kerugian bagi pihak lain, meskipun pada awalnya diperbolehkan, dapat dibatasi atau bahkan dilarang apabila terbukti membawa dampak negatif yang lebih besar. Dalam konteks ini, konten review yang cenderung destruktif dapat dipandang sebagai bentuk aktivitas yang perlu dibatasi, karena berpotensi menjadi sarana terjadinya dharar dalam skala yang lebih luas.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konsep dharar dalam hukum Islam tidak hanya berfungsi sebagai larangan terhadap tindakan yang merugikan, tetapi juga sebagai instrumen analisis dalam menilai dampak suatu aktivitas, termasuk dalam konteks konten digital. Oleh karena itu, setiap bentuk penyampaian informasi, termasuk review oleh *Food Vlogger*, harus mempertimbangkan prinsip kehati-hatian, keadilan, serta kemaslahatan, agar tidak menimbulkan kerugian bagi pihak lain dan tetap sejalan dengan nilai-nilai

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian hukum normatif yang bertujuan untuk menganalisis pendapatan *Food Vlogger* dari konten review yang bersifat destruktif dalam perspektif hukum ekonomi Islam. Penelitian hukum normatif digunakan untuk mengkaji norma, prinsip, serta ketentuan hukum yang bersumber dari Al-Qur'an, Hadis, dan literatur fikih muamalah yang relevan dengan aktivitas ekonomi digital.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan konseptual dan pendekatan kualitatif. Pendekatan konseptual digunakan untuk memahami prinsip-prinsip dasar dalam hukum ekonomi Islam, seperti kejujuran (*sidq*), keadilan (*'adl*), amanah, serta larangan dharar. Sementara itu, pendekatan kualitatif digunakan untuk menganalisis fenomena konten review *Food Vlogger* dalam konteks sosial dan digital.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari bahan hukum primer dan sekunder. Bahan hukum primer meliputi Al-Qur'an dan Hadis, sedangkan bahan hukum sekunder meliputi kitab fikih, jurnal ilmiah, serta fatwa DSN-MUI yang berkaitan dengan ekonomi digital dan etika muamalah.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*), yaitu dengan mengumpulkan dan mengkaji berbagai literatur yang relevan. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis secara deskriptif-analitis untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai status kehalalan pendapatan *Food Vlogger* dalam perspektif hukum ekonomi Islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendapatan *Food Vlogger* dalam Praktik Ekonomi Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Food Vlogger* memperoleh pendapatan melalui berbagai mekanisme dalam ekosistem ekonomi digital, antara lain monetisasi platform digital, endorsement, sponsorship, serta kerja sama promosi dengan pelaku usaha kuliner. Model pendapatan ini mencerminkan adanya pergeseran pola aktivitas ekonomi dari yang bersifat konvensional menuju ekonomi digital berbasis konten (*content-based economy*), di mana nilai ekonomi tidak hanya ditentukan oleh produk fisik, tetapi juga oleh kemampuan menarik perhatian audiens. Dalam konteks ini, konten review menjadi salah satu instrumen yang memiliki nilai komersial tinggi karena mampu membentuk preferensi konsumen serta memengaruhi keputusan pembelian secara langsung.

Tingginya jumlah penonton, interaksi, serta tingkat popularitas suatu konten memiliki hubungan yang erat dengan potensi pendapatan yang diperoleh oleh *Food Vlogger*. Semakin tinggi engagement yang dihasilkan, maka semakin besar peluang konten tersebut untuk dimonetisasi maupun menarik kerja sama komersial. Kondisi ini menunjukkan bahwa dalam ekosistem digital, perhatian publik (*attention*) telah menjadi komoditas ekonomi yang memiliki nilai strategis. Oleh karena itu, *Food Vlogger* cenderung mengoptimalkan kontennya agar mampu menarik perhatian audiens secara maksimal.

Namun demikian, dalam praktiknya ditemukan adanya kecenderungan sebagian konten review yang disampaikan secara tidak proporsional, berlebihan, atau menonjolkan sisi negatif suatu produk secara ekstrem. Pola ini sering kali digunakan sebagai strategi untuk meningkatkan daya tarik konten, mengingat konten yang bersifat kontroversial atau sensasional cenderung memperoleh tingkat interaksi yang lebih tinggi. Dengan demikian, orientasi terhadap peningkatan jumlah penonton dan keuntungan ekonomi berpotensi memengaruhi objektivitas dalam penyampaian review.

Konten review yang disampaikan secara tidak berimbang tersebut tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi, tetapi juga memiliki potensi besar dalam membentuk persepsi publik secara signifikan. Hal ini diperkuat oleh karakteristik media digital yang memungkinkan penyebaran informasi secara cepat, luas, dan berulang, sehingga suatu konten dapat dengan mudah menjadi viral dan menjangkau audiens dalam jumlah besar. Dalam kondisi demikian, informasi yang disampaikan oleh *Food Vlogger* memiliki kekuatan untuk membentuk opini publik dalam waktu singkat, bahkan tanpa melalui proses verifikasi yang memadai.

Dampak dari konten review tersebut tidak hanya terbatas pada pembentukan opini, tetapi juga berimplikasi langsung terhadap reputasi dan kondisi ekonomi pelaku usaha. Review yang bersifat negatif dan tidak proporsional dapat menurunkan tingkat kepercayaan konsumen, yang pada akhirnya berdampak pada penurunan jumlah pembeli dan pendapatan. Dalam beberapa kasus, dampak tersebut bahkan dapat mengancam keberlangsungan usaha, terutama bagi pelaku usaha kecil yang memiliki keterbatasan dalam mengelola krisis reputasi. Selain itu, konten yang tidak

berimbang juga berpotensi menyesatkan konsumen dalam membentuk penilaian terhadap suatu produk atau jasa.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konten review dalam media digital tidak hanya memiliki fungsi informatif, tetapi juga memiliki konsekuensi ekonomi yang nyata dan signifikan bagi berbagai pihak yang terlibat. Oleh karena itu, aktivitas *Food Vlogger* tidak dapat dipandang semata-mata sebagai kegiatan kreatif, tetapi juga sebagai aktivitas ekonomi yang memiliki dampak sosial dan ekonomi yang luas.

Analisis Pendapatan *Food Vlogger* dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam

Dalam perspektif hukum ekonomi Islam, aktivitas *Food Vlogger* dalam memproduksi dan menyebarkan konten review pada dasarnya termasuk dalam kategori muamalah yang diperbolehkan (*al-ashlu fi al-mu'amalah al-ibahah*), selama tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah. Aktivitas ini dapat diklasifikasikan sebagai bentuk penyampaian informasi yang memiliki nilai manfaat (*maslahah*) bagi masyarakat, khususnya dalam membantu konsumen memperoleh referensi terhadap kualitas suatu produk atau jasa. Dengan demikian, secara normatif, profesi *Food Vlogger* dapat diterima dalam kerangka hukum Islam apabila dijalankan secara etis dan bertanggung jawab.

Lebih lanjut, dalam praktik ekonomi digital, hubungan antara *Food Vlogger* dengan pihak platform maupun pelaku usaha dapat dianalisis melalui konsep akad dalam fikih muamalah, seperti *ijarah* (sewa jasa) dan *ju'alah* (imbalan atas suatu hasil pekerjaan). Dalam konteks monetisasi konten, pendapatan yang diperoleh dari platform dapat dipahami sebagai bentuk *ju'alah*, yaitu imbalan yang diberikan atas keberhasilan konten dalam menarik perhatian audiens. Sementara itu, kerja sama promosi dengan pelaku usaha dapat dikategorikan sebagai *ijarah*, di mana *Food Vlogger* memberikan jasa promosi dengan imbalan tertentu. Namun demikian, keabsahan akad tersebut tidak hanya ditentukan oleh bentuknya, tetapi juga oleh substansi aktivitas yang dilakukan. Apabila objek akad mengandung unsur yang dilarang, maka akad tersebut dapat menjadi cacat (*fasid*) dan berdampak pada status kehalalan pendapatan yang diperoleh.

Dalam konteks ini, permasalahan muncul ketika konten review yang dihasilkan bersifat destruktif, yaitu disampaikan secara berlebihan, tidak berimbang, atau cenderung merugikan pihak tertentu. Konten semacam ini dapat dikategorikan sebagai bentuk pelanggaran terhadap kaidah *la dharar wa la dhirar*, yang menegaskan bahwa setiap tindakan yang menimbulkan kerugian bagi pihak lain harus dihindari. Kerugian tersebut tidak hanya terbatas pada aspek ekonomi, seperti penurunan pendapatan dan hilangnya konsumen, tetapi juga mencakup aspek non-materiil, seperti rusaknya reputasi, kehormatan, serta menurunnya kepercayaan publik terhadap pelaku usaha.

Selain itu, dalam perspektif maqasid syariah, tindakan yang menimbulkan kerugian bagi pihak lain juga dapat dikaitkan dengan pelanggaran terhadap tujuan utama syariah, khususnya dalam menjaga kehormatan (*hifz al-'ird*) dan harta (*hifz al-*

mal). Konten review yang merusak citra pelaku usaha menunjukkan adanya pelanggaran terhadap aspek kehormatan, sementara dampak ekonomi yang ditimbulkan merupakan bentuk pelanggaran terhadap perlindungan harta. Dengan demikian, aktivitas tersebut tidak sejalan dengan prinsip kemaslahatan yang menjadi tujuan utama dalam hukum Islam.

Lebih lanjut, konsep kejujuran (*sidq*) dalam Islam tidak hanya dimaknai sebagai penyampaian fakta secara literal, tetapi juga mencakup aspek etika dalam penyampaian informasi. Kejujuran harus disertai dengan prinsip keadilan (*'adl*) dan keseimbangan, sehingga tidak menimbulkan ketidakadilan bagi pihak lain. Dalam konteks ini, klaim "review jujur" tidak dapat dijadikan justifikasi apabila penyampaian dilakukan secara berlebihan, provokatif, atau merendahkan pihak tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa kejujuran dalam Islam bersifat substantif, bukan sekadar formal.

Selain pendekatan kaidah *la dharar*, analisis ini juga dapat diperkuat dengan prinsip *sadd al-zari'ah*, yaitu upaya menutup jalan yang berpotensi menimbulkan kemudharatan. Aktivitas pembuatan konten yang cenderung destruktif, meskipun pada awalnya diperbolehkan, dapat dibatasi apabila terbukti membawa dampak negatif yang lebih besar. Dalam konteks ekonomi digital, orientasi terhadap peningkatan popularitas dan keuntungan finansial berpotensi mendorong kreator untuk memproduksi konten yang tidak etis, sehingga perlu adanya batasan dalam kerangka hukum dan etika Islam.

Selain itu, praktik konten review yang bersifat destruktif juga dapat dikaitkan dengan unsur *gharar* (ketidakjelasan informasi) dan *tadlis* (penyesatan atau manipulasi informasi), apabila review yang disampaikan tidak mencerminkan kondisi yang sebenarnya atau disampaikan secara tidak berimbang. Hal ini semakin memperkuat bahwa aktivitas tersebut tidak hanya bermasalah dari sisi etika, tetapi juga dari sisi hukum muamalah.

Berdasarkan analisis tersebut, dapat ditegaskan bahwa pendapatan yang diperoleh dari konten review yang bersifat destruktif tidak dapat dikategorikan sebagai pendapatan yang sepenuhnya halal dalam perspektif hukum ekonomi Islam. Hal ini disebabkan karena sumber pendapatan tersebut berasal dari aktivitas yang mengandung unsur merugikan pihak lain, serta bertentangan dengan prinsip keadilan, kejujuran, dan kemaslahatan. Dengan demikian, kehalalan pendapatan tidak hanya ditentukan oleh bentuk aktivitasnya, tetapi juga oleh substansi serta dampak yang ditimbulkan. Oleh karena itu, *Food Vlogger* sebagai pelaku ekonomi digital dituntut untuk tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan aspek etika, tanggung jawab sosial, serta kesesuaian dengan prinsip-prinsip syariah. Hal ini penting agar aktivitas yang dilakukan tidak hanya sah secara hukum, tetapi juga memiliki nilai keberkahan dan memberikan manfaat bagi masyarakat secara luas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa aktivitas *Food Vlogger* dalam membuat konten review pada dasarnya termasuk dalam kategori muamalah yang diperbolehkan dalam perspektif hukum ekonomi Islam. Hal ini karena aktivitas tersebut merupakan bentuk penyampaian informasi yang dapat memberikan manfaat bagi masyarakat, khususnya dalam membantu konsumen dalam menilai kualitas suatu produk atau jasa.

Namun demikian, kebolehan tersebut bersifat terbatas dan harus tetap berada dalam koridor prinsip-prinsip syariah, seperti kejujuran (*sidq*), keadilan (*'adl*), serta larangan melakukan perbuatan yang merugikan pihak lain (*la dharar wa la dhirar*). Konten review yang bersifat destruktif, yaitu yang disampaikan secara berlebihan, tidak proporsional, dan berpotensi merugikan pelaku usaha, tidak sejalan dengan prinsip-prinsip tersebut karena menimbulkan dampak negatif, baik terhadap reputasi maupun kondisi ekonomi pihak yang diulas.

Dalam perspektif maqasid syariah, praktik tersebut juga dapat dikategorikan sebagai pelanggaran terhadap perlindungan kehormatan (*hifz al-'ird*) dan harta (*hifz al-mal*). Oleh karena itu, pendapatan yang diperoleh dari konten review yang bersifat destruktif tidak dapat dikategorikan sebagai pendapatan yang sepenuhnya halal, karena berasal dari aktivitas yang mengandung unsur merugikan pihak lain.

Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa kehalalan pendapatan *Food Vlogger* tidak hanya ditentukan oleh bentuk aktivitasnya, tetapi juga oleh substansi konten yang dihasilkan serta dampak yang ditimbulkan. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran etika dan tanggung jawab moral bagi *Food Vlogger* dalam memproduksi konten, agar tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan nilai keadilan, kemaslahatan, dan keberkahan sesuai dengan prinsip hukum ekonomi Islam.

Saran

Disarankan agar *Food Vlogger* dalam memproduksi konten review tetap memperhatikan prinsip etika dan tanggung jawab, sehingga tidak menimbulkan dampak yang merugikan pihak pelaku usaha secara tidak proporsional. Pelaku usaha juga diharapkan dapat menjadikan konten review sebagai sarana evaluasi untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan. Selain itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian dengan memperluas objek dan pendekatan penelitian, sehingga diperoleh hasil yang lebih komprehensif dalam menganalisis praktik konten review di media sosial dalam perspektif Hukum Ekonomi Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Candradewi, I. P., & Ratnawati, A. (2025). Pengaruh Online Customer Review Dan Content Marketing Terhadap Purchase Behavior Melalui Purchase Intention E-Commerce Tiktok Shop. *Eco-Buss*, 8(1), 615-628.

<https://doi.org/10.32877/eb.v8i1.2878>

- Ferdinal, Y. (2021). *Tinjauan Yuridis Kebebasan Berpendapat Konsumen Terkait Reviewproduk Di Media Sosial*.
- Nur Pratama Julianto, & Natal Indra. (2025). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Online Di Kalangan Generasi Z Pada Platform E-Commerce Shopee. *Menawan: Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 3(4), 186-195. <https://journal.areas.or.id/index.php/menawan/article/view/1668>
- Nurarifah Sarifah, S. I. (2024). Urgensikaidahlaadhararawalaadhirarasebagaiprinsipdasar hukum Islam Dan Implementasinya Dalam Kehidupan Sosial Masyarakat. *Bulletin Of Asian Islamic ...*, 1(1), 36-49. <https://attractivejournal.com/index.php/bais/article/view/744>
- Poniman, Refli Renaldi, P. A. (2025). Pengaruh Digital Food Vlogging Terhadap Minat Beli Produk Kuliner Di Kota Medan: Studi Kuantitatif Deskriptif Di Era Media Sosial. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Dan Keuangan*, 7(Vol. 7 No. 1 (2026): January), 12. <https://penerbitadm.pubmedia.id/index.php/jurnalemak/article/view/3119>
- Rafifah Qanita, Nailah Assahira, Wismanto Wismanto, Lili Marzila, Rima Junita, & Yohana Dwi Putri. (2024). Nilai-Nilai Pendidikan Jujur Dalam Gagasan Muamalah. *Jurnal Budi Pekerti Agama Islam*, 2(1), 63-75. <https://doi.org/10.61132/jbpai.v2i1.55>
- Rahma, R. Y. (2022). Publikasi Dan Promosi Kuliner *Food Vlogger* Di Media Sosial. *Caraka: Indonesia Journal Of Communication*, 3(1), 68-75. <https://doi.org/10.25008/caraka.v3i2.69>
- Sabrina, N. (2025). Penerapan Kaidah Adh-Dhararu Yuzalu Dalam Praktik Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmu Hukum*, 3(1), 53-63. <https://doi.org/10.62017/syariah>