

Akun Instagram *Lambe Turah* sebagai Media Informasi dan Bisnis Perspektif Teori Industri dan Ayat Muamalah

Bustanul Karim^{1*}, Ika Ariyati², Eka Prasetiawati³

¹ Universitas Perguruan Tinggi Ilmu Al-Qur'an Jakarta, Indonesia

^{2,3} Universitas Ma'arif Lampung, Indonesia

*Correspondence: ✉ bustanulkarim59@gmail.com

<https://doi.org/10.51214/biis.v2i1.502>

ABSTRACT

The role of social media as a medium for sharing status, photos, and videos has turned into a business tool. There are few accounts on behalf of individuals or organizations. However, the account manager is anonymous, such as the Lambe Turah account, which is the object of research in this article. This paper aimed to analyze Lambe Turah's account based on industry and Muamalah's theory. This paper used a type of qualitative research. Data collection was carried out using the note-taking technique. Data analysis was carried out using descriptive-analysis techniques through the selected theory. The study results show that Lambe Turah's Instagram account is a news account on social media that provides factual and non-factual information for financial gain, so it can be classified as non-journalist media. In the muamalah aspect (socio-economic), the sources of information presented by the Lambe Turah account are not listed as validity indicators. This information related to the news on the account cannot be used as the primary reference. In the view of Ayat Muamalah, the validity of information is the main requirement for the eligibility of information to be reported and disseminated. Therefore, the efforts made by Lambe Turah as a provider of information and business services have yet to be guided by the production principles discussed in the Qur'an.

ABSTRAK

Peran media sosial sebagai media berbagi status, foto, dan video, beralih menjadi sarana bisnis. Tidak sedikit akun yang mengatasnamakan perorangan maupun organisasi, akan tetapi pengelola akun tidak diketahui identitasnya (anonim), seperti akun *Lambe Turah* yang dijadikan objek penelitian dalam artikel ini. Tulisan ini bertujuan untuk menganalisa akun *Lambe Turah* yang didasarkan pada teori industri dan Ayat Muamalah. Tulisan ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik simak-catat. Analisa data dilakukan dengan teknik deskriptif-analisis melalui teori yang dipilih. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram *Lambe Turah* merupakan akun pemberitaan di media sosial yang menyajikan informasi baik fakta maupun non faktual untuk memperoleh keuntungan finansial, sehingga bisa digolongkan sebagai media non jurnalis. Pada aspek muamalah (sosial-ekonomi), sumber informasi yang disajikan oleh akun *Lambe Turah*, tidak dicantumkan sebagai indikator validitas. Dengan demikian informasi terkait pemberitaan di akun tersebut tidak bisa dijadikan sebagai rujukan utama. Dalam pandangan Ayat Muamalah, validitas suatu informasi menjadi syarat utama bagi kelayakan informasi untuk diberitakan dan disebarluaskan. Oleh karena itu, upaya yang dilakukan *Lambe Turah* sebagai penyedia jasa informasi dan bisnis belum berpedoman pada prinsip produksi yang diwacanakan Al-Qur'an.

ARTICLE INFO

Article History

Received: 18-01-2023

Revised: 13-05-2023

Accepted: 16-05-2023

Keywords:

Economic Resource;
Instagram;
Lambe Turah;
Muamalah in the Qur'an;

Histori Artikel

Diterima: 18-01-2023

Direvisi: 13-05-2023

Disetujui: 16-05-2023

Kata Kunci:

Sumber Ekonomi;
Instagram;
Lambe Turah;
Muamalah dalam Al-Qur'an;



A. PENDAHULUAN

Pergeseran *platform* media sosial dari teks ke komunikasi visual membuat konsumen semakin tertarik. *Platform* media sosial yang berpusat pada gambar dan video salah satunya yaitu Instagram. Instagram dirilis pada tahun 2010, *platform* jejaring sosial berbagi foto dan video Instagram memungkinkan pengguna berkomunikasi dengan memposting, berbagi, dan menyukai gambar. Keterlibatan pengguna secara signifikan lebih tinggi di Instagram jika dibandingkan dengan Facebook dan Twitter.¹ Popularitas Instagram yang semakin meningkat menjadikannya *platform* pemasaran yang ideal di era saat ini.

Platform media sosial yang berpusat pada visual ini menjadi ladang ekonomi yang menguntungkan. Semakin banyak akun hiburan, edukasi, sosial hingga komersial yang muncul pada Instagram. Tidak jarang ditemukan sejumlah akun anonim dikelola sejumlah orang yang tidak diketahui identitasnya. Hal ini membawa laju media sosial kurang terkontrol baik sebagai bagian dari media informasi maupun media untuk mendatangkan profit. Akun media sosial anonim yang melancarkan pemberitaan membawa konsekuensi sulitnya untuk dilakukan verifikasi berita yang disampaikan. Banyak akun anonim di media sosial yang saling berbagi pemberitaan namun keberadaannya membawa keresahan bagi sebagian orang. Jika dinilai dari kacamata jurnalistik suatu pemberitaan, maka ini merupakan bagian dari kemunduran bagi media informasi.²

Pada akun anonim pengelola dengan bebas beraktivitas tanpa keberatan karena identitas pribadinya tersembunyi. Para *followers* tidak mengetahui persis aktor di balik layar. Hal ini yang memicu akun anonim dengan mudah membawa informasi kepada publik dengan rendah verifikasi. Pada akun anonim orang bisa membawa berita palsu, miring, ataupun hal yang tidak tepat untuk menjadi konsumsi publik, sesuai dengan kepentingan orang yang ada di balik layar sebagai orang yang tidak ingin diketahui identitas dirinya di dunia maya. Sistem seperti ini baginya mendapatkan kebebasan untuk menulis, beropini, meng-*upload* gambar, video atau yang lainnya untuk memberikan sajian bagi para netizen. Pesan-pesan yang disampaikan pada akun anonim *Lambe Turah* berupa foto, video, rekaman suara, hingga penulisan *caption* atau keterangan yang menjelaskan foto tidak dapat dipertanggung jawabkan. Menurut Subarkah munculnya akun anonim merupakan bagian dari pergeseran sumber informasi.³

Berdasarkan uraian di atas, banyak peneliti yang tertarik untuk mengkaji akun *Lambe Turah* secara ilmiah. Kurnia menganalisis akun anonim Instagram yang saat ini beralih peran sebagai akun gosip dengan teori *use and gratification*.⁴ Ananta dkk. melakukan penelitian untuk mengetahui motif dan kepuasan *followers Lambe Turah* dalam mendapatkan informasi

¹ Caroline Lego Muñoz and Terri L. Towner, "The Image Is the Message: Instagram Marketing and the 2016 Presidential Primary Season," *Journal of Political Marketing* 16, no. 3-4 (2017): 290-318, <https://doi.org/10.1080/15377857.2017.1334254>.

² Ari Kurnia, "Fenomena Akun Anonim Di Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Dan Ekonomi (Analisis Wacana Pada Akun Instagram Lambe Turah)," *Journal Communication Spectrum* 7, no. 2 (2018): 0-9, <https://doi.org/10.36782/jcs.v7i2.1780>.

³ F Zalfis, *Trik Membaca Karakter Orang Lain* (Yogyakarta: PT Suka Buku, 2014); Aryo Subarkah, "Twitter: Kawan, Sekaligus Lawan Bagi Redaksi Berita," *Jurnal Communication Spectrum* 3 (2013): 48-51.

⁴ Kurnia, "Fenomena Akun Anonim Di Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Dan Ekonomi (Analisis Wacana Pada Akun Instagram Lambe Turah)."

pada akun Instagram tersebut.⁵ Pertiwi mendeskripsikan makna ujaran kebencian dalam akun Instagram *Lambe Turah*.⁶ Nadhiran dan Niswaran mengkaji akun Instagram *Lambe Turah* sebagai pemicu kontroversi yang ditinjau dari perspektif hadis Nabi saw.⁷ Berdasarkan uraian di atas belum ada penelitian yang mengkaji akun *Lambe Turah* dari perspektif Al-Quran. Dalam penelitian ini dibahas secara holistik kedudukan akun anonim *Lambe Turah* sebagai media dengan menggunakan teori media industri Branston dan Gill Stafford. Analisa diperkaya dengan perspektif ayat ayat muamalah dalam Al-Qur'an sebagai pijakan sudut pandang menimbang kedudukan *Lambe Turah* sebagai media sumber informasi dan ekonomi dalam sudut pandang muamalah Islam.

Penelitian ini penting dilakukan karena masyarakat Indonesia, secara khusus, merupakan masyarakat Muslim yang juga menjadi *followers* paling banyak dari akun tersebut. Masyarakat perlu mengetahui identitas akun anonim *Lambe Turah* pada aspek media informasi dan sekaligus ekonomi yang secara impisit juga termasuk di dalamnya. Terdapat indikasi sikap provokatif melalui postingan atau konten yang dimuat oleh akun ini sehingga memicu terjadinya pergesekan antar *netizen* di Indonesia. Di sisi lain, akun ini juga digunakan sebagai media jual beli. Dengan demikian, teori industri Branston dan Roy Stafford serta ayat muamalah yang dijelaskan oleh mufasir dijadikan sebagai pijakan melihat identitas akun tersebut.

Oleh karena itu, artikel ini diproyeksikan untuk menjawab bagaimana teori industri yang dikemukakan oleh Branston dan Roy Stafford serta ayat muamalah di dalam Al-Qur'an memandang konten-konten yang dimuat oleh akun anonim *Lambe Turah*. Dengan demikian, hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi pijakan masyarakat luas untuk merespon secara positif akun *Lambe Turah* dan akun-akun lain sejenis.

B. METODE PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian, penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif. Data diperoleh melalui akun anonim *Lambe Turah* dan diperkuat dengan data sekunder melalui literatur yang relevan, baik dari artikel jurnal, buku, dan sumber lainnya. Pengumpulan data dilakukan dengan simak dan catat. Peneliti menyimak konten yang ditayangkan di akun *Lambe Turah*, lalu mencatat data-data yang diperlukan dalam tulisan ini. Analisis data yang digunakan adalah deskriptif-analitis. Peneliti mendeskripsikan data apa adanya yang ada di akun *Lambe Turah* lalu menganalisisnya menggunakan Teori industri dan ayat muamalah di dalam Al-Qur'an.

Dengan demikian, perspektif yang digunakan dalam penelitian ini adalah media sebagai Industri dalam perspektif teori Gill Branston dan Roy Stafford. Lebih khusus mengacu pada tiga aspek yakni mencakup media sebagai proses produksi pabrik (*Media Production as a Factory Process*), jenis media yang diproduksi (*Types of Activities*), dan manajemen organisasi media itu sendiri (*Organization of Production*). Pandangan umum tentang media adalah aktivitas hiburan, kreativitas dan kontroversial ini lebih dominan dibanding dengan hal-hal yang lain. Akan tetapi, yang terpenting, aktivitas media adalah proses komersial dan industri,

⁵ Gabrielle Twozzy Galih Ananta, Chory Angela Wijayanti, and Agusly Irawan Aritonang, "Motif Dan Kepuasan Followers Lambe Turah Dalam Mendapatkan Informasi Pada Akun @ Lambe_turah Di Instagram," *Jurnal E-Komunikasi* 7, no. 2 (2019): 1–10.

⁶ Afrilia Wahyuni Eka Pertiwi, "Makna Ujaran Kebencian Dalam Akun Instagram Lambe Turah," *Senasbasa* 4 (1), no. 4 (2020): 178–85.

⁷ Nadhiran and Riswana (2022)

baik oleh perusahaan besar maupun produsen kecil. Dalam pembahasan ini, peneliti mengeksplorasi beberapa alat analisis ekonomi dengan mengacu pada teori media Industri. Selain itu, peneliti juga menggunakan panafsiran ayat-ayat muamalah di dalam Al-Qur'an dari berbagai sumber kitab tafsir.

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisa Teori Industri Branston dan Gill Stafford

a. Produksi Media sebagai Proses Pabrik (*Media production as a Factory Process*)

Beberapa aktivitas media dapat dikaitkan dengan bentuk tradisional produksi pabrik. Mereka berbagi investasi dan terus memperbaiki permintaan konsumen agar produksi berkelanjutan dengan cara melakukan riset pasar untuk memastikan informasi terkini tentang kepuasan. Terdapat hal yang penting dari industri media yaitu membuat keputusan berdasarkan prinsip bisnis yang standar. Industri media berbeda dari kebanyakan bentuk manufaktur lainnya.⁸ Dalam pandangan Islam, aktivitas media dengan konten berorientasi bisnis, dapat menjadi peluang ekonomi yang dalam koridor tertentu dapat mendatangkan kemaslahatan.

Manusia memandang bahwa ekonomi adalah *subset* kehidupan yang tak terpisahkan dari kebutuhan hidup. Manusia merasa puas ketika segala kebutuhannya terpenuhi, baik dalam aspek materi maupun non materi. Dewasa ini, orang banyak berpusat pada aspek materi semata, seperti sandang, pangan, rumah, dan kekayaan lainnya.⁹ Dalam pandangan Islam, ekonomi bukan hanya fokus pada aspek materi semata, akan tetapi terintegrasi dengan nilai-nilai spiritual yang bersumber dari Tuhan Yang Maha Esa. Aktivitas bisnis apapun bentuknya menjadi sarana untuk mencapai karunia Allah SWT bukan sebaliknya (Q.S Al-Mulk/67:15), (Q.S.Al-Munafiqun/63:9). Apapun bentuk kreasi dalam berbisnis, kegiatan itu menjadi *support* bagi terwujudnya kemaslahatan (Q.S Al Baqaroh/2: 198). Kegiatan bisnis dilakukan dengan penuh tanggungjawab dengan kinerja sebaik-baiknya (Q.S An Nahl ayat 90).

Imam Ghazali dalam *Ihyā' 'Ulūmi al-Dīn*, memandang kegiatan ekonomi adalah amal kebaikan yang dianjurkan dalam Islam. Kegiatan ekonomi haruslah berorientasi pada kemaslahatan untuk mencapai sifat kebijaksanaan, kesederhanaan, dan keteguhan hati.¹⁰ Terdapat tiga tipikal manusia dalam menyikapi perekonomian: *Pertama*, orang yang kesehariannya disibukkan dengan urusan dunia saja sehingga lalai dengan akhirnya, golongan ini yang akan celaka. *Kedua*, orang yang sangat mementingkan tujuan-tujuan akhirat daripada tujuan dunia, golongan ini akan beruntung, dan *ketiga*, golongan pertengahan yakni mereka yang berlaku seimbang antara dunia dan akhirat.¹¹

b. Bentuk Produksi Media (*Types of Activities*)

Mengacu pada industri media sejak tahun 1990-an hingga sekarang setiap media produksi melibatkan proses industri yang berbeda: seperti produksi film televisi, koran, majalah dan rekaman musik. Pekerja pada industri ini duduk berkonsentrasi pada layar komputer dengan memainkan *mouse* dan menyeret file apakah berisi suara, gambar, atau

⁸ Branston Gill and Stafford Roy, *The Media Student's Book* (London: Routledge, 2003).

⁹ Tim Pusat Kajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) UII, *Ekonomi Islam* (Indonesia: Raja Grafindo Persada, 2008).

¹⁰ Muhammad Al Ghazali, "Ihya' Ulumuddin" (Bairut: Dar al Fikr, 2010).

¹¹ Muhammad Al Ghazali, "Ihya' Ulumuddin" (Bairut: Dar al Fikr, 2010).

teks.¹² Aktivitas ini merupakan bentuk usaha melalui karya industri media. Dalam kacamata Islam, apapun bentuk kreasi dalam usaha, kegiatan itu menjadi *support* bagi terwujudnya kemaslahatan dan ketaatan kepada Allah SWT. (QS. Al-Baqarah/2: 198), (QS At-Taubah 105). Dalam ekonomi, kegiatan produksi merupakan komponen yang utama, di mana produksi adalah objek materi yang menjadi garapan bagi berjalannya sistem perekonomian.

Syarif mengungkapkan bahwa dalam produksi ini mencangkup rantai yang panjang meliputi industri dan jasa. Keduanya menjadi faktor produksi dalam perekonomian. Karena jasa juga termasuk bagian dari faktor produksi, maka yang termasuk dari faktor produksi bukan hanya tanah, modal, tenaga kerja, dan perusahaan, tetapi perdagangan, transportasi, serta jasa-jasa yang lain bagian dari faktor produksi materi-materi produksi di atas sebagaimana dikatakan Chaudhry hanyalah hak guna pakai, manusia tidak dapat memusnahkan ataupun menciptakan. Dalam hal ini manusia hanya dapat mengubah bentuk materi yang telah ada serta menggunakannya. Pencipta dari materi pada hakikatnya Adalah Allah SWT.¹³ Oleh karena itu kegiatan produksi tidak mengesampingkan nilai-nilai ajaran agama yang menjadi petunjuk dari Allah SWT. Sebagaimana ungkapan Qardhawi bahwa ekonomi harus berlandaskan nilai moral yang bersumber dari agama yakni berupa ekonomi yang berketuhanan.¹⁴ Sebuah pandangan berbeda dari pandangan terhadap materi antara prinsip yang berlandaskan ajaran Islam dan prinsip materialitas.

Bagi yang berpandangan materialis pokok segala persoalan hanyalah materi, benda yang nampak di mata dan merupakan tenaga modal, maupun benda yang berupa tenaga manusia dan tenaga organisasi. Tidak tampak bagi mereka pada tenaga alam dan modal ada kuasa gaib yang maha kuasa. Pandangan terhadap materi bagi orang yang bertuhan, dengan keyakinan kuat bahwa di balik segalanya baik berupa materi maupun non materi di sana ada kekuatan gaib yang maha kuasa. Jika manusia berkuasa atas dua faktor tersebut, yakni tenaga manusia dan tenaga alam serta modal, ketika berhadapan dengan sang kuasa gaib, maka dia mengakui lemah. Ini adalah kesadaran atas kelemahan manusia yang tidak dapat menciptakan faktor produksi seperti air, udara, dan cahaya yang kesemuanya adalah syarat mutlak bagi produksi.¹⁵

c. Organisasi Media (*Organization of Production*)

Bagian penting dari sebuah organisasi produksi adalah struktur dari organisasi tersebut. Struktur memiliki signifikansi dalam menentukan bagaimana produk media diproduksi dan jenis produk apa yang muncul. Dua hal ini berpusat pada integrasi dan regulasi. Integrasi mengacu pada pertumbuhan organisasi melalui akuisisi organisasi lain dalam industri yang sama. Integrasi vertikal mengacu pada organisasi yang didirikan pada bagian dari rantai produksi yang memperoleh kendali bagian lain dari proses produksi. Contoh sebuah studio *Hollywood* yang dibeli oleh jaringan bioskop. Sebuah organisasi media yang terintegrasi akan mengontrol setiap aspek dari proses produksi. Dulu surat kabar diproduksi oleh perusahaan yang juga menyiapkan pohon untuk sebagai bahan bakunya.¹⁶

¹² Gill and Roy, *The Media Student's Book*.

¹³ Chaudry Muhammad Syarif, *Sistem Ekonomi Islam (Prinsip Dasar)*, Terj Suherman Rosyidi (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012).

¹⁴ Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, Terj Zainal Arifin (Jakarta: Gema Insani Press, 1997).

¹⁵ Abdullah Zaky Al Kaff, *Ekonomi Dalam Perspektif Islam* (Bandung: Pustaka Setia, 2002).

¹⁶ Gill and Roy, *The Media Student's Book*.

Integrasi horizontal mengacu pada organisasi media yang memperoleh kendali atas pesaing mereka dalam segmen proses produksi. Pada akhirnya, satu organisasi dapat mengendalikan sebagian besar pangsa pasar posisi monopoli. Setidaknya ada satu pesaing lain yang menciptakan *duopoly* atau sejumlah kecil pesaing dengan status yang kurang lebih sama menciptakan *oligopoli*. Sebagian besar industri media skala besar dalam bentuk apapun melakukan *oligopoli*.¹⁷

Kontrol akuisisi dalam industri media dan praktik *oligopoli* dapat dilakukan dengan dua cara: Pertama, organisasi media sektor publik dibiayai dan dikendalikan oleh publik yakni campur tangan pemerintah. Kedua, organisasi media dapat diatur oleh pemerintah atau pengawas sektor publik. Peraturan seringkali tidak hanya mencakup kepemilikan atau kendali monopoli dan transaksi keuangan, tetapi juga jangkauan dan kualitas produk (termasuk kualitas teknis) dan terkadang konten sensitif produk.¹⁸ Dari uraian ini dapat disimpulkan bahwa suatu organisasi bersaing untuk dapat mengendalikan mayoritas pangsa pasar. Adakalanya dilakukan melalui monopoli maupun *oligopoli*, maupun kerjasama antar industri media. Keterlibatan sektor publik (pemerintah) dibutuhkan sebagai kontrol pengawasan dalam aktivitas ini. Dalam pandangan Islam, kegiatan kerjasama dalam usaha harus saling *ta'awun* dalam aspek untuk mendatangkan kebaikan. Dalam hal ini persaingan dan kerjasama dilakukan dengan penuh amanah (QS. An-Nisa'/4: 58), tanggung jawab (QS. An-Nahl ayat 90), dan upaya sinergi dalam mewujudkan tujuan baik (QS. Al Maidah /5:2).

2. Analisis Akun Instagram *Lambe Turah* Perspektif Teori Industri dan Ayat Muamalah

Instagram adalah *platform* media sosial berbasis gambar yang sangat visual kini diambil alih oleh Facebook (sekarang disebut Meta).¹⁹ Selain pengguna dapat mengunggah foto, video dan *reels* Instagram juga dapat membagikan gambar kepada khalayak umum sebagai cerita (sementara) dengan batasan waktu 24 jam. Saat ini Instagram tidak hanya digunakan untuk alat komunikasi dan informasi saja, melainkan sudah merambah kebeberapa sektor terutama pemasaran. Salah satu pemasaran yang kerap terjadi di Instagram adalah penjualan, periklanan, branding, dan pelayanan jasa. Di Indonesia penggunaan Instagram berada pada *rank 3* sebagai pengguna paling aktif dan ada 62 juta kali setiap bulan digunakan sebagai media pemasaran.²⁰ Salah satu akun yang sangat aktif dengan pengikut mencapai jutaan adalah akun *Lambe Turah*.

Akun *Lambe Turah* adalah sebagai pengguna yang mana postingan foto atau video mengandung unsur gosip, pemberitaan, hiburan, penawaran produk dan jasa, maupun informasi yang rendah verifikasi. Sejak kemunculannya (2016) sebagai media gosip yang menyoroti seputar artis dan publik figur, kini berkembang sebagai sarana bisnis. Hingga awal Tahun 2023 pengikut akun ini mencapai 11,1 juta dengan lebih dari 14,6 ribu postingan dan telah meraup banyak keuntungan. Tema yang diangkatnya pun kini bukan hanya seputar gosip dunia hiburan saja, namun juga sosial dan politik.

¹⁷ Gill and Roy.

¹⁸ Gill and Roy.

¹⁹ Graham G. Scott et al., "'Thinstagram': Image Content and Observer Body Satisfaction Influence the When and Where of Eye Movements during Instagram Image Viewing," *Computers in Human Behavior* 138, no. August 2022 (2023): 1–12, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107464>.

²⁰ Muhamad Fitra Alfajri, Viranda Adhiazni, and Qurrotul Aini, "Pemanfaatan Social Media Analytics Pada Instagram Dalam Peningkatan," *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 8, no. 1 (2019): 34, <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.1.34-42>.

a. *Lambe Turah* sebagai Industri Media

Eksistensi *Lambe Turah* tidak lepas dari ramainya pengikut yang selalu melihat postingan atau konten-konten yang diproduksi. Tingginya pengikut *Lambe Turah* dibanding dengan akun-akun gosip lain seperti *Lambe Nyinyir*, *Tante Rempong*, *Lambe Corner*, *Lambe Lamis*, beserta akun media massa digital seperti Tirto.id, TribunNews, dan Kumparan, menunjukkan akun anonim *Lambe Turah* ini mendapat tempat tersendiri di mata masyarakat Indonesia sebagai akun yang dapat menyebarkan informasi dengan cepat dan terkini, khususnya yang berkaitan dengan kehidupan publik figur.²¹

Informasi yang disajikan oleh *Lambe Turah* menjadi konsentrasi utama bagi para *netizen* sebagai asupan untuk bergosip maupun pengetahuan tentang informasi terbaru, meskipun informasi yang disajikan lebih banyak tidak sesuai dengan kebutuhan informasi masyarakat. Namun banyaknya pengikut menunjukkan keberpihakan *netizen* yang menganggap bahwa kebutuhan informasi masyarakat telah ada dan tersalurkan melalui *Lambe Turah*. Di era modern saat ini berlimpahnya informasi di kalangan masyarakat menjadi bahan analisis sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Masyarakat cenderung tertarik pada isu tertentu dan media yang memiliki kredibilitas untuk dipercaya.²²

Selain informasi di atas *Lambe Turah* juga memanfaatkan ketenarannya dengan meng-*endorse* berbagaimacam produk, di antaranya adalah iklan kecantikan, iklan properti, makanan, tempat wisata dan masih banyak lainnya. Iklan dalam akun anonim instagram *Lambe Turah* ini menjadi sumber pundi-pundi yang mendatangkan rupiah.²³ Selain pendapatan dari *endorse* iklan, *Lambe Turah* juga menawarkan informasi berita berbayar untuk berlangganan kepada konsumennya. Berdasarkan uji coba yang dilakukan oleh peneliti untuk mendaftarkan diri di akun official @*lambe_turah* diketahui bahwa tarif yang ditawarkan untuk berlangganan berita dari *Lambe Turah* sebesar Rp. 75.000,00 per bulan. Bagi yang sudah mendaftarkan diri untuk berlangganan maka akan mendapatkan fasilitas berupa berita yang eksklusif dan fitur tertentu yang tidak didapatkan pada laman yang tidak berbayar.²⁴ Atta Halilintar berhasil membongkar pendapatan *Lambe Turah* melalui investigasinya yang ditayangkan di Youtube. Pertemuan Atta dengan salah satu admin *Lambe Turah* di sebuah hotel di Semarang mendapatkan informasi bahwa penghasilan *Lambe Turah* berkisar satu juta sampai dengan 500 juta dalam sebulannya.²⁵

Menurut Chaudhry Faktor produksi di antaranya meliputi jasa yang menjadi faktor produksi dalam perekonomian. Faktor produksi ini adalah hak guna pakai. Pada dasarnya yang menciptakan faktor produksi itu adalah Allah SWT.²⁶ Dalam mencari rezeki, Islam memberikan beberapa aturan di antaranya: Pertama, Hendaknya manusia mencari rizki diutamakan untuk mencukupi kebutuhan pribadi dan keluarganya. Kedua, dalam mencari

²¹ Nunung Prajarto, "Netizen Dan Infotainment: Studi Etnografi Virtual Pada Akun Instagram@ *Lambe_turah*," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 15, no. 1 (2018): 33-46.

²² Aisyah Abbas, "Persepsi Netizen Terhadap Pola Pemberitaan *Lambe Turah* Sebagai Strategi Komunikasi Dalam Perspektif Filsafat Sosial," *Jurnal Ranah Komunikasi* 2, no. 02 (2018).

²³ Pertiwi, "Makna Ujaran Kebencian Dalam Akun Instagram *Lambe Turah*."

²⁴ Rahmat Edi Irawan and Merry Fridha, "Critical Discourse Analysis of *Lambe Turah* Instagram Account as Post Truth Era Inauguration: A Critical Discourse Analysis of *Lambe Turah* Instagram Account on Second Nyonyah Edition," in *International Conference on Media and Communication Studies (ICOMACS 2018)* (Atlantis Press, 2018), 185-88.

²⁵ Nakita, "Penghasilan Capai Rp 500 Juta, Terkuak Admin Dan Sistem Kerja *Lambe Turah* Sebenarnya," *Tribun Jakarta*, 2019.

²⁶ Syarif, *Sistem Ekonomi Islam (Prinsip Dasar)*, Terj Suherman Rosyidi.

rezeki hendaknya memperhatikan cara yang halal dalam pemerolehannya, jangan sampai rizki yang dicari adalah barang-barang yang secara *syara'* telah ditetapkan keharamannya.²⁷ Menyebarkan informasi tanpa ada pertanggung jawaban dan hanya untuk memperoleh keuntungan semata tanpa melihat dampak yang ditimbulkan adalah perbuatan yang perlu dihindari karena bertentangan dengan nilai-nilai ajaran Islam. Al-Qur'an Surat Al-Hujurat ayat keenam menegaskan bahwa informasi yang tidak valid dapat merugikan orang lain dan diri sendiri. Allah SWT berfirman yang artinya: "Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu". Di dalam kitab tafsirnya, Imam al-Ṭabari menjelaskan bahwa ayat di atas menganjurkan manusia untuk menanggapi untuk membenarkan suatu informasi yang diterima. Manusia harus melakukan analisis dan *check and recheck* terhadap sebuah informasi, sehingga informasi yang didapat, diketahui sebagai informasi yang valid.²⁸

b. Karakter Media *Lambe Turah*

Setiap media produksi memiliki karakteristik dan media yang berbeda-beda: seperti produksi film televisi, koran, majalah, dan rekaman musik. *Lambe Turah* merupakan media industri yang memanfaatkan *platform* seperti Instagram, facebook, dan twitter. Contoh postingan yang terdapat pada akun *Lambe Turah*, antara lain: kabar bahagia dan kabar duka dari kalangan artis, politisi atau orang-orang tersohor, membagikan informasi yang sedang viral dan terkini, dan membagikan postingan yang mengandung iklan.²⁹ Produk yang diiklankan akun *Lambe Turah* mendapatkan jumlah *like* dan *comment* yang banyak, sehingga produk tersebut mendapatkan *exposure* dari pengguna instagram. Memberikan jasa untuk melayani produsen dalam memasarkan hasil produksinya merupakan aktivitas ekonomi yang baik selama tidak terdapat unsur yang dilarang, seperti penipuan dan sebagainya. Aktivitas *endorse* ini merupakan bentuk saling timbal balik yang menguntungkan dalam ekonomi.

Firman Allah SWT (QS. Al-Ankabut/29:69) yang artinya: "Dan orang-orang yang berjihad untuk (mencari keridhaan) kami, benar-benar akan kami tunjukkan kepada mereka jalan-jalan kami. dan Sesungguhnya Allah benar-benar beserta orang-orang yang berbuat baik". Dalam ayat 69 Surat Al-Ankabut ini, jihad dimaknai sebagai segala macam usaha untuk menegakkan agama Allah SWT termasuk juga memerangi orang kafir. Menurut Sulaiman ad-Darani jihad di sini bukan hanya memerangi orang kafir saja, melainkan dapat dimaknai mempertahankan agama, dan memberantas kezaliman. Adapun yang utama yakni menebarkan perbuatan makruf, melarang dari perbuatan munkar, dan menahan hawa nafsu dalam menaati perintah Allah SWT.³⁰ Akun *Lambe Turah* memberikan jasa *endorse*, namun konten utama yang disajikan bernuansa gosip (*Ghibah*), bahkan membuka privasi seseorang tanpa terlebih dahulu konfirmasi kepada yang bersangkutan. Beberapa kali akun *Lambe Turah* bermasalah dengan beberapa tokoh, seperti kasus pencemaran nama baik yang dialami keluarga Mario Teguh di laman akun Instagram *Lambe Turah*. Munculnya pemberitaan tentang Mario Teguh di akun *Lambe Turah* mengakibatkan motivator handal yang telah

²⁷ Agama Kementerian, "Al Qur'an Dan Tafsirnya," in *Jilid 12* (Jakarta: Sinergi Pustaka Indonesia, n.d.).

²⁸ Abu Ja'far Muhammad Ath-Thabari, *Tafsir Ath-Thabari* (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007).

²⁹ Christiany Juditha, "Hegemoni Di Media Sosial: Kasus Akun Gosip Instagram@ Lambe_Turah," *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik* 22, no. 1 (2018).

³⁰ Kementerian Agama RI, "Al Qur'an Dan Tafsirnya," in *Jilid 12* (Jakarta: Sinergi Pustaka Indonesia, 2011).

dipercayai publik selama bertahun-tahun kini menjadi abu. Majelis Ulama Indonesia telah memberikan respon terhadap penggunaan dunia *online* untuk kebutuhan media sosial pada Fatwa DSN MUI Nomor 24 tahun 2017. Isi fatwa ini kontras mengarah kepada penggunaan media sosial secara bijak agar lepas dari *hoax*, *bullying*, fitnah, ghibah dan namimah.³¹ Islam melarang melakukan bisnis dalam upaya bekerjasama dengan menyandang jasa yang tidak jelas, karena tidak diketahui persis pelaku jasa dalam transaksi akadnya. Karena perantara yang tidak sejalan dengan syariat akan membawa kerusakan serta memiliki potensi merusak agama dan akhlak, seluruhnya diharamkan dan begitupula haram untuk membantunya sebagaimana yang tertera di dalam Surat Al-Maidah ayat kedua.

c. *Lambe Turah* dalam Organisasi Media

Unsur yang tidak kalah pentingnya dalam pengelolaan bisnis media adalah struktur dari organisasi atau perusahaan. Struktur memiliki signifikansi dalam menentukan bagaimana produk media diproduksi dan jenis produk apa yang muncul. Dua hal ini berpusat pada integrasi dan regulasi. Integrasi mengacu pada pertumbuhan organisasi melalui akuisisi organisasi lain dalam industri yang sama. Integrasi vertikal mengacu pada organisasi yang didirikan di satu bagian dari rantai produksi yang memperoleh kendali bagian lain dari proses produksi.³²

Dari awal kemunculannya *Lambe Turah* didesain sebagai akun yang memproduksi informasi dan dikelola secara anonim. Anonim disini merujuk pada sifat ketidakjelasan identitas seseorang atau suatu pihak di media sosial. Aktivitas anonim dapat diamati maraknya akun anonim yang tidak jelas kepemilikannya. Melalui identitas anonim ini para pengguna media sosial merasa lebih leluasa untuk berinteraksi di dunia maya. Hal ini didukung dengan sifat media *online* yang di sisi lain dapat memberikan ruang bebas seseorang dari identitas yang dimilikinya di dunia nyata.³³

Penggunaan akun secara anonim dapat memicu kebebasan berekspresi yang tanpa batas. Hilangnya batasan dalam anonimitas dapat membuat seseorang hilang kendali. Hilangnya batasan ini disebut sebagai *disinhibition effect*.³⁴ Akibat yang ditimbulkan dari tidak adanya batasan ini menghasilkan keuntungan. Selain itu anonimitas menimbulkan kerugian atau *toxic disinhibition* yang dapat terjadi jika menjadikan seorang user berada dalam eksplorasi emosi diri yang gelap kemudian berakibat tindakan negatif seperti meluapkan kemarahan, kritikan kasar, ancaman dan perilaku *cybercrime* lainnya.³⁵ Tidak diketahui persis siapa pemilik utama maupun tim pengelola dari akun *Lambe Turah*. Interaksi di media sosial yang dilakukan oleh admin akun *Lambe Turah* selalu menggunakan nama samaran. Minceu menjadi nama samaran admin *Lambe Turah* untuk berkomunikasi dengan *netizen*. Belum diketahui secara pasti siapa pemilik akun anonim *Lambe Turah* ini. Ketika seorang mencoba menghubungi lewat *direct*

³¹ Subehan Khalik Umar, "Studi Kritis Terhadap Respon Majelis Ulama Indonesia (MUI) Tentang Pemanfaatan Media Sosial Dalam Bermuamalah," *Al Daulah : Jurnal Hukum Pidana Dan Ketatanegaraan* 7, no. 1 (2018): 39–50, <https://doi.org/10.24252/ad.v7i1.5463>.

³² Gill and Roy, *The Media Student's Book*.

³³ yunus Winusa And Muhammad Rayhan Bustam, "Pelanggaran Privasi Di Akun Instagram Lambe Turah Yang Diakibatkan Oleh Voyeurism (Pendekatan Psikoanalisis)," *Mahadaya: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Budaya* 1, no. 2 (2021): 257–64.

³⁴ John Suler, "The Psychology of Cyberspace: Cyber Psychology and Behavior. Diakses 17 Juli 2022," n.d.

³⁵ Suler.

message di Instagram untuk wawancara, satu syarat yang Minceu ajukan yaitu tidak boleh ada fotografer.³⁶

Setiap usaha harus sesuai dengan peraturan yang telah menjadi ketetapan yang berlaku, demikian agar tidak ada individu-individu yang dirugikan dalam bidang ini. Mentaati ketentuan umum dalam suatu negara adalah keharusan. Islam melarang seseorang mencari rizki dengan mengabaikan ketentuan-ketentuan umum yang telah menjadi undang-undang suatu Negara. Realitanya pelaku bisnis menjalankan bisnis dengan berbagai cara dan strategi masing-masing.³⁷ Di antara mereka ada yang bersikap jujur dan transparan, ada pula yang menyembunyikan kebohongan-kebohongan dengan melakukan penipuan.

Islam mengajarkan kepada kaum muslimin untuk berlaku konsekuen terhadap apa yang telah menjadi keputusannya. Sesuatu yang telah diputuskan harus dijalankan sesuai prosedur dan tidak menyalahi syariat. Keputusan untuk terjun dalam bidang ekonomi, mengharuskan setiap orang di dalamnya menjalankan segala aktivitas ekonomi dengan baik.³⁸ Amanah menjadi prinsip yang utama dalam bermuamalah. Rasulullah saw bersabda: “*Tidak beriman orang yang tidak memegang amanat, dan tidak ada agama bagi orang-orang yang tidak menepatijani*” (HR. Dailami).

Seseorang dalam mengupayakan pencapaian segala usahanya membutuhkan beberapa hal yang harus dijadikan sebagai landasan berusaha. Sikap tanggung jawab merupakan prinsip bagi seseorang dalam berekonomi. Sikap tanggung jawab menjadikan seseorang disegani dan dipercaya. Jalan curang sebagai upaya pemerolehan harta adalah kesesatan, sedangkan apabila mencari harta dengan menempuh cara yang baik, maka itu bagian dari ketakwaan. Oleh karenanya seorang pengusaha atau pekerja pada akhirnya harus bertanggung jawab atas semua pilihannya tersebut.³⁹ Allah SWT berfirman dalam Surat Al-Mudatsir ayat ke 38 yang artinya: “Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya”.

d. *Lambe Turah* dalam Perspektif Ayat Muamalah

Produksi merupakan komponen yang utama dalam ekonomi. Produksi menjadi objek yang menjalankan roda ekonomi. Karenanya komponen ini mencakup aspek yang panjang meliputi barang dan jasa. Jika mengkonsumsi berarti mengambil guna, maka produksi menaruh guna. Kedudukan manusia di sini hanya sebagai pengubah bentuk materi yang telah ada kemudian menggunakannya.⁴⁰ Hal ini karena pencipta materi pada hakikatnya adalah Allah SWT. Atas dasar ini prinsip ekonomi berlandaskan nilai-nilai ajaran agama sebagai tata nilai moralitas.⁴¹

Cara pandang orang beragama memiliki keyakinan bahwa di balik sesuatu yang material maupun nonmateri ada kekuatan yang maha kuasa (Allah SWT).⁴² Manusia memiliki kuasa terhadap komponen produksi materi dan non materi akan tetapi ketika dihadapkan dengan kuasa Allah SWT dia lemah. Ini merupakan kesadaran bahwa manusia tidak mampu

³⁶ Elen Inderasari, Ferdian Achسانی, and Bini Lestari, “Bahasa Sarkasme Netizen Dalam Komentar Akun Instragram ‘Lambe Turah,’” *Semantik* 8, no. 1 (2019): 37–49.

³⁷ Sayid Sabiq, *Unsur-Unsur Dinamika Dalam Islam* (Jakarta: PT Intermedia, 1981).

³⁸ Muhammad Faiz Al Math, *1100 Hadits Terpilih Sinar Ajaran Muhammad Terjemahan A Aziz Salim Basyarahil* (Jakarta: Gema Insani, 1991).

³⁹ Kementerian Agama Litbang dan Diklat, “Tafsir Tematik,” in *Jilid 2* (Jakarta: Kamil Pustaka, 2014).

⁴⁰ Tira Nur Fitria, “Kontribusi Ekonomi Islam Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 2, no. 03 (2016).

⁴¹ Agama Kementrian, “Al Qur’an Dan Tafsirnya.”

⁴² Kementerian Agama RI, “Al Qur’an Dan Tafsirnya.”

menciptakan faktor produksi seperti air, udara cahaya kesemuanya menjadi syarat mutlak dalam semua produksi.⁴³ Dengan faktor-faktor ini manusia dapat beraktivitas mengembangkan potensi produktifitasnya mencapai nilai ekonomis untuk memenuhi kebutuhan hidup. Dalam Al-Qur'an Surat Al-Jumu'ah, Allah SWT memerintahkan manusia untuk memanfaatkan produktivitas yang dimilikinya sebagai sarana mencukupi kebutuhan ekonomi, artinya "*Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung*". Wahbah Zuhaili mengartikan kata *fadlillāh* sebagai rizki yang Allah SWT limpahkan kepada hambanya berupa keuntungan dari hasil muamalat dan bekerja. Beliau menambahkan bahwa di tengahnya bermuamalat seperti berdagang dan bekerja jangan sampai melalaikan dari mengingat Allah SWT. Kebaikan baik di dunia maupun di akhirat merupakan karunia Allah SWT yang patut disyukuri.⁴⁴ Dalam Tafsir Kementerian Agama RI ayat di atas sebagai perintah Allah SWT terhadap umat muslim untuk bertebaran di muka bumi sebagai upaya mendapatkan rizki yang halal, sesudah melaksanakan apa yang bermanfaat untuk akhiratnya. Dalam berusaha, umat muslim hendaknya mengingat Allah sebanyak-banyaknya serta menghindari dari transaksi yang curang, menyeleweng, dan perbuatan dosa lainnya.⁴⁵

Sayyid Sabiq mengemukakan dua syarat yang harus dipegang teguh kaum muslimin dalam bekerja. Pertama, setiap usaha jangan sampai melupakan hak Allah dan mengesampingkan dari peraturan-peraturan yang baik. Kedua, setiap usaha harus sesuai dengan peraturan yang telah menjadi ketetapan yang berlaku, demikian agar tidak ada individu-individu yang dirugikan. Sayyid Sabiq menegaskan pekerjaan yang dikehendaki Islam adalah pekerjaan yang dapat membersihkan jiwa, meluruskan budi pekerti, memperluas lapangan kebajikan, mempererat hubungan kemanusiaan, menjaga kehidupan sosial, melindungi diri, kehormatan, harta, hati, dan pikiran.⁴⁶ Dengan demikian, dapat dijadikan acuan bahwa kerja yang baik adalah kerja yang mendapatkan hasil yang baik, dapat menambah kekayaan, dapat menjaga kehormatan individu, dan dapat mengantarkan bangsa kepada ketinggian dan kesejahteraan manusia.⁴⁷

Dari sudut pandang prinsip produksi dalam ajaran Islam sebagaimana disebutkan maka posisi *Lambe Turah* sebagai akun anonim di media sosial; (1) *Lambe Turah* sebagai media di samping kehadirannya menjadi jasa untuk menerbitkan informasi untuk memperoleh finansial bagi pengelolanya, (2) Keabsahan sebagai media yang mempublikasikan berita perlu mendapatkan evaluasi karena sumber berita anonim sehingga tidak memenuhi kriteria jurnalistik, dan (3) Informasi yang tidak jelas sumbernya bisa berupa *hoax* yang dapat memicu perselisihan sehingga dapat menjadi sumber kerenggangan sosial.⁴⁸

Dalam pandangan prinsip berekonomi sebagaimana yang tertuang di dalam Surat Al-Jumu'ah, upaya yang dilakukan *Lambe Turah* sebagai penyedia jasa belum berpedoman pada prinsip produksi sebagaimana diwacanakan Al-Qur'an. Hal ini bukan berarti *Lambe Turah* tidak bisa selaras dengan prinsip produksi sebagaimana menjadi landasan dalam ekonomi Islam. Keterbukaan *Lambe Turah* untuk melakukan perbaikan sistem sehingga berubah

⁴³ Al Kaff, *Ekonomi Dalam Perspektif Islam*.

⁴⁴ Wahbah Az Zuhaili, *Tafsir Al Munir* (Damaskus: Dar al Fikr, 2011).

⁴⁵ Agama Kementrian, "Al Qur'an Dan Tafsirnya."

⁴⁶ Sabiq, *Unsur-Unsur Dinamika Dalam Islam*.

⁴⁷ Sri Wigati, "Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Maliyah: Jurnal Hukum Bisnis Islam* 1, no. 1 (2011).

⁴⁸ Yusuf Al-Qaradhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam* (Gema Insani, 2022).

menjadi media jurnalisme yang legal dan profesional membawa peluang menjadi media produksi yang menghadirkan masalah sebagaimana menjadi prinsip dalam Islam.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian di atas, disimpulkan bahwa *Lambe Turah* merupakan akun yang paling *up to date* dalam memproduksi konten berisi gosip sehingga wajar jika pengikutnya lebih banyak dibandingkan dengan akun gosip yang lain. Akan tetapi, tidak semua konten yang diproduksi akurat dan memperoleh izin tayang oleh yang menjadi objek konten. Tidak jarang akun gosip ini menjadi sumber provokasi dan tersebarnya berita menyimpang yang membawa kontroversi di kalangan *netizen*. Produsen *Lambe Turah* cenderung tertutup kepada publik, hal ini menjadikan akun ini dipertanyakan kredibilitasnya sebagai media berita. Dalam pandangan Islam, upaya memperoleh keuntungan ekonomi jangan sampai membawa keburukan untuk diri sendiri bahkan orang lain. Asas untuk menciptakan kemaslahatan dari setiap aktivitas muamalah menjadi bagian penting yang diperjuangkan di samping keuntungan secara material. Menciptakan media yang mampu menyalurkan informasi dengan cepat kepada masyarakat seyogyanya tetap memperhatikan akurasi kebenaran isi berita dan kemaslahatannya (*tabayyun*). Sebagai produsen informasi yang diikuti jutaan orang perlu transparansi sehingga menunjukkan tanggung jawab atas pengelolaannya di mata publik. Untuk itu sementara ini, akun *Lambe Turah* belum memenuhi syarat sebagai akun bisnis proporsional dalam sudut pandang Ayat Muamalah.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih atas motivasi dan pembiayaan yang diberikan oleh LP2M Universitas PTIQ Jakarta dan Universitas Ma'arif Lampung, pada akhirnya penulis dapat melaksanakan dan mempublikasikan artikel hasil penelitian yang dilakukan.

Daftar Pustaka

- Abbas, Aisyah. "Persepsi Netizen Terhadap Pola Pemberitaan Lambe Turah Sebagai Strategi Komunikasi Dalam Perspektif Filsafat Sosial." *Jurnal Ranah Komunikasi* 2, no. 02 (2018). Agama Kementrian. "Al Qur'an Dan Tafsirnya." In *Jilid 12*. Jakarta: Sinergi Pustaka Indonesia, n.d.
- Al-Qaradhawi, Yusuf. *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*. Gema Insani, 2022.
- Alfajri, Muhamad Fitra, Viranda Adhiazni, and Qurrotul Aini. "Pemanfaatan Social Media Analytics Pada Instagram Dalam Peningkatan." *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 8, no. 1 (2019): 34. <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.1.34-42>.
- Ananta, Gabrielle Twozzy Galih, Chory Angela Wijayanti, and Agusly Irawan Aritonang. "Motif Dan Kepuasan Followers Lambe Turah Dalam Mendapatkan Informasi Pada Akun @ Lambe_turah Di Instagram." *Jurnal E-Komunikasi* 7, no. 2 (2019): 1–10.
- Ath-Thabari, Abu Ja'far Muhammad. *Tafsir Ath-Thabari*. Jakarta: Pustaka Azzam, 2007.
- Az Zuhaili, Wahbah. *Tafsir Al Munir*. Damaskus: Dar al Fikr, 2011.
- Fitria, Tira Nur. "Kontribusi Ekonomi Islam Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 2, no. 03 (2016).
- Ghozali, Muhammad Al. "Ihya" Ulumuddin." Bairut: Dar al Fikr, 2010.
- Gill, Branston, and Stafford Roy. *The Media Student's Book*. London: Routledge, 2003.
- Inderasari, Elen, Ferdian Achsani, and Bini Lestari. "Bahasa Sarkasme Netizen Dalam Komentar Akun Instragram 'Lambe Turah.'" *Semantik* 8, no. 1 (2019): 37–49.
- Irawan, Rahmat Edi, and Merry Fridha. "Critical Discourse Analysis of Lambe Turah Instagram

- Account as Post Truth Era Inauguration: A Critical Discourse Analysis of Lambe Turah Instagram Account on Second Nyonyah Edition." In *International Conference on Media and Communication Studies (ICOMACS 2018)*, 185–88. Atlantis Press, 2018.
- Juditha, Christiany. "Hegemoni Di Media Sosial: Kasus Akun Gosip Instagram@ Lambe_Turah." *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik* 22, no. 1 (2018).
- Kaff, Abdullah Zaky Al. *Ekonomi Dalam Perspektif Islam*. Bandung: Pustaka Setia, 2002.
- Kementerian Agama Litbang dan Diklat. "Tafsir Tematik." In *Jilid 2*. Jakarta: Kamil Pustaka, 2014.
- Kementerian Agama RI. "Al Qur'an Dan Tafsirnya." In *Jilid 12*. Jakarta: Sinergi Pustaka Indonesia, 2011.
- Kurnia, Ari. "Fenomena Akun Anonim Di Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Dan Ekonomi (Analisis Wacana Pada Akun Instagram Lambe Turah)." *Journal Communication Spectrum* 7, no. 2 (2018): 0–9. <https://doi.org/10.36782/jcs.v7i2.1780>.
- Math, Muhammad Faiz Al. *1100 Hadits Terpilih Sinar Ajaran Muhammad Terjemahan A Aziz Salim Basyarahil*. Jakarta: Gema Insani, 1991.
- Muñoz, Caroline Lego, and Terri L. Towner. "The Image Is the Message: Instagram Marketing and the 2016 Presidential Primary Season." *Journal of Political Marketing* 16, no. 3–4 (2017): 290–318. <https://doi.org/10.1080/15377857.2017.1334254>.
- Nadhiran, Hedhri, and Amanda Tria Riswana. "Tren Akun Instagram Lambe Turah Sebagai Pemicu Kontroversi Ditinjau Dari Perspektif Hadis." *Jurnal Riset Agama* 2, no. 3 (December 2022): 284–92. <https://doi.org/10.15575/JRA.V2I3.19914>.
- Nakita. "Penghasilan Capai Rp 500 Juta, Terkuak Admin Dan Sistem Kerja Lambe Turah Sebenarnya." *Tribun Jakarta*, 2019.
- Pertiwi, Afrilia Wahyuni Eka. "Makna Ujaran Kebencian Dalam Akun Instagram Lambe Turah." *Senasbasa* 4 (1), no. 4 (2020): 178–85.
- Prajarto, Nunung. "Netizen Dan Infotainment: Studi Etnografi Virtual Pada Akun Instagram@ Lambe_turah." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 15, no. 1 (2018): 33–46.
- Qardhawi, Yusuf. *Norma Dan Etika Ekonomi Islam, Terj Zainal Arifin*. Jakarta: Gema Insani Press, 1997.
- Sabiq, Sayid. *Unsur-Unsur Dinamika Dalam Islam*. Jakarta: PT Intermedia, 1981.
- Scott, Graham G., Zuzana Pinkosova, Eva Jardine, and Christopher J. Hand. "'Thinstagram': Image Content and Observer Body Satisfaction Influence the When and Where of Eye Movements during Instagram Image Viewing." *Computers in Human Behavior* 138, no. August 2022 (2023): 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107464>.
- Subarkah, Aryo. "Twitter: Kawan, Sekaligus Lawan Bagi Redaksi Berita." *Jurnal Communication Spectrum* 3 (2013): 48–51.
- Suler, John. "The Psychology of Cyberspace: Cyber Psychology and Behavior. Diakses 17 Juli 2022," n.d.
- Syarif, Chaudry Muhammad. *Sistem Ekonomi Islam (Prinsip Dasar), Terj Suherman Rosyidi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Tim Pusat Kajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) UII. *Ekonomi Islam*. Indonesia: Raja Grafindo Persada, 2008.
- Umar, Subehan Khalik. "Studi Kritis Terhadap Respon Majelis Ulama Indonesia (MUI) Tentang Pemanfaatan Media Sosial Dalam Bermuamalah." *Al Daulah: Jurnal Hukum Pidana Dan Ketatanegaraan* 7, no. 1 (2018): 39–50. <https://doi.org/10.24252/ad.v7i1.5463>.
- Wigati, Sri. "Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Maliyah: Jurnal Hukum Bisnis Islam* 1, no. 1 (2011).
- Winusa, Yunus, and Muhammad Rayhan Bustam. "Pelanggaran Privasi Di Akun Instagram Lambe Turah Yang Diakibatkan Oleh Voyeurism (Pendekatan Psikoanalisis)." *Mahadaya: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Budaya* 1, no. 2 (2021): 257–64.
- Zalfis, F. *Trik Membaca Karakter Orang Lain*. Yogyakarta: PT Suka Buku, 2014.

Bustanul Karim, Ika Ariyati, Eka Prasetiawati
Akun Instagram *Lambe...*