



Constitutio: Jurnal Riset Hukum Kenegaraan & Politik

P-ISSN: 2961-9238 / E-ISSN: 2961-8983

Volume 4, Nomor 2, Desember 2025

<https://ejournal.staindirundeng.ac.id/index.php/constitutio>

Praktik Promosi Pakaian Muslimah Oleh Selebgram Pada Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam

Novi Heryanti

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, Aceh, Indonesia

Email Konfirmasi: novi.heryanti@ar-raniry.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tinjauan hukum Islam terhadap praktik promosi busana muslimah pada selebgram wanita di media sosial instagram. Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (library research) dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Sumber data primer penelitian ini adalah 4 akun Instagram Selebgram wanita yaitu @agipalaydrus, @herlinkenza, @shellasaukia, dan @mutyalifyanareal, lalu sumber data sekunder penelitian ini adalah bahan kepustakaan yang berupa referensi-referensi untuk mendukung sumber data primer. Metode pengumpulan data penelitian ini adalah dengan observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Berdasarkan hasil penelitian dalam skripsi ini, Ada 2 bentuk promosi busana muslimah di media sosial Instagram oleh selebgram wanita, yang pertama, selebgram akan mempromosikan foto atau video produknya saja di akun sosial medianya, lalu selebgram akan dibayar sesuai kesepakatan. kedua, selebgram akan membuat dan memposting konten foto atau video dirinya sendiri dengan memakai produk, lalu selebgram akan dibayar sesuai kesepakatan. Tinjauan hukum Islam terhadap praktik promosi busana muslimah pada selebgram wanita di media sosial instagram terbagi menjadi dua kategori, yaitu tidak boleh, apabila foto/video selebgram memakai produk busana muslimah di unggah pada postingan instagram dengan riasan/dandanan yang berlebihan, menampakkan lekuk tubuh, dan berleenggak-leenggok dalam video. Boleh, apabila riasan/dandanan dan pose/gaya dalam postingan promosi tidak berlebihan, tidak menampakkan lekuk tubuh, dan tidak berleenggak-leenggok dalam video. Lebih baik lagi apabila hanya memposting produk busana muslimah di akun selebgram tanpa menampakkan wajah dan tubuhnya.

Kata kunci: *Praktik Promosi, Hukum Islam, Selebgram*

Pendahuluan

Keberhasilan dalam suatu masyarakat, baik individual maupun sosial, ditentukan oleh beberapa hal, termasuk di dalamnya adalah lingkungan sekitar, hanya dengan aturan, seseorang atau suatu kelompok dapat mencapai keberhasilan. Islam adalah agama yang komprehensif (*Rahhmatan lil'alam*) yang mengatur semua

aspek kehidupan manusia yang telah disampaikan oleh Rasulullah, Muhammad SAW. Salah satu bidang yang diatur adalah masalah aturan atau hukum, baik yang berlaku secara individual maupun sosial, atau lebih tepatnya Islam mengatur kehidupan bermasyarakat. Sistem ekonomi yang berbasis Islam menghendaki bahwa dalam hal pendistribusian harus berdasarkan dua sendi, yaitu sendi kebebasan dan sendi keadilan (Zulfa, 2014).

Muamalah merupakan salah satu bagian dari hukum Islam yang mengatur hubungan antar manusia dalam masyarakat berkenaan dengan kebendaan dan kewajiban. Masalah muamalah dalam bukunya Ismail Nawawi, Masduki membagi menjadi dua yaitu *Al-mu'amalah al-maddiyah* dan *Al-mu'amalah al-addabiyah*. Jumhur ulama menetapkan rukun jual beli ada 4, yaitu orang yang berakad, shighat (lafal ijab dan qabul), barang yang dibeli dan nilai tukar pengganti barang. Jual beli dianggap sah jika memenuhi syarat-syarat tertentu. Syarat-syarat tersebut ada yang berkaitan dengan orang yang melakukan akad, objek zakad maupun shighatnya (Gibtiah, 2016).

Pemasaran merupakan sebagian dari jual beli dimana seorang pedagang memasarkan produk yang dimilikinya untuk meningkatkan nilai jual produk. Iklan atau promosi merupakan sarana komunikasi terhadap produk yang disampaikan melalui berbagai media agar masyarakat tertarik untuk menyetujui dan mengikuti. Dalam praktek promosi dapat dilakukan dengan mendasarkan pada tujuan seperti: modifikasi tingkah laku, memberitahu, membujuk, dan mengingatkan. Dalam modifikasi tingkah laku biasanya orang-orang mencari kesenangan, mencari bantuan, memberikan pertolongan, memberikan informasi, mengemukakan ide dan pendapat. Kegiatan promosi dapat dilakukan melalui sarana internet, seperti memajang iklan produk pada halaman website dan blog. Namun saat ini, promosi lebih mudah dan efektif dengan memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Line, Telegram, Whatsapp, Twitter, Tiktok, Youtube dan Instagram, dikarenakan pada saat ini hampir 49% warga bumi memakai media sosial (Kartini, 2021).

Di Indonesia sendiri, salah satu media sosial yang paling banyak digunakan tahun 2021 sampai tahun 2022 dengan batasan umur pengguna 16-64 tahun adalah Instagram (Survei Global Web Index) (Tumanggor, 2018). Potensi Instagram sangat tinggi di Indonesia, Hal ini mendorong para pebisnis untuk menggunakan media daring (online) dalam mempromosikan bisnis masing-masing. (paragraph ini pecah dua)- Trend Media online sebagai ajang promosi, kalau bisa rujukan internasional.

Menjalankan praktik promosi sebagai bagian dari entitas bisnis memiliki panduan, khususnya dalam syariat Islam. Sepatutnya dalam menjalankan segala aktifitas perekonomian maka harus mengacu kepada tata cara berbisnis yang telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW (Rivai, 2012). Pada dasarnya, dalam bisnis terdapat nilai-nilai fundamental yang semestinya harus menjadi tujuan pencapaian. Motif berbisnis dalam Islam bukan hanya bertumpu pada motif bagaimana mencapai nilai

ekonomi berupa penghasilan semata, namun sebaiknya juga memperhatikan nilai moral dan etika dalam berbisnis. Mempromosikan produk harus dengan cara-cara yang etis dan sesuai dengan ajaran agama Islam.

Namun dibalik semua fitur Instagram dalam tersebut, banyak juga hal-hal yang mana menurut penulis tidak sesuai dengan syariat Islam, contohnya seperti promosi produk busana muslimah dengan menggunakan foto atau video selebgram wanita yang terkesan *tabarruj*, bahkan beberapa di antaranya tampil dengan memperlihatkan bentuk tubuh, sehingga dapat mengundang syahwat para ikhwan. Selebgram adalah kata singkatan dari selebriti Instagram (Pebria, 2018), yaitu sebutan yang identik dengan salah satu platform media sosial instagram. Sederhananya, para selebgram adalah orang-orang yang mendapatkan ketenaran di platform tersebut dengan berbagai alasan. selebgram wanita seringkali menerima *endorsement* produk busana muslimah. *Endorsement* berasal dari kata *endorse* dalam bahasa Inggris, yang berarti menyokong calon atau saran. Dengan kata lain, *endorsement* dapat diartikan sebagai dukungan atau sokongan. *Endorsement* biasanya menjadi hubungan kerja sama yang dibangun antara suatu merek atau toko dengan artis atau tokoh berpengaruh tertentu sebagai ajang promosi, dalam hal ini selebgram. (isi konten artikel)

Beberapa selebgram wanita seringkali tampil di postingan promosi produk busana muslimah milik bisnis pribadi maupun *endorse*, dengan penampilan dan pose bergaya yang menurut penulis tidak sesuai dengan syariat Islam. Diantaranya berpose dengan menonjolkan bentuk tubuh, memakai riasan wajah yang berlebihan, mengukir atau menggambar alis, cara memakai jilbab yang tidak sesuai syariat Islam seperti menampakkan rambut ataupun menampakkan bentuk dada, serta berlenggak-lenggok dalam postingan video promosi produk busana muslimah. Namun demikian, dimata *followers*-nya foto-foto promosi yang mereka posting terlihat keren dan wajar, terbukti dari banyaknya like di setiap foto maupun video di media sosial tersebut.

Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian *library research* (penelitian kepustakaan) yang bersifat Deskriptif Kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari beberapa akun Instagram selebgram ternama di Aceh, di antaranya Syarifah Mariah Algipthiah (@agipalaydrus), Herlin kenza (@herlinkenza), Shella Saukia (@shellasaukia), dan Mutya Lifyana (@mutyalifyanareal). Menggunakan metode pengumpulan data observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Lalu data tersebut diolah menggunakan metode editing, klasifikasi, interpretasi, dan sistematisasi. Data yang telah diperoleh selanjutnya akan dianalisa. Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian (ini menggunakan metode analisis kualitatif yaitu suatu prosedur penelitian yang

menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tulisan atau lisan orang-orang yang berperilaku yang dapat dimengerti. Metode berfikir dalam penulisan ini menggunakan metode bersifat induktif yaitu metode yang mempelajari suatu gejala yang khusus untuk mendapatkan kaidah-kaidah yang berlaku dilapangan yang lebih umum mengenai fenomena yang diselidiki (Wijaya et al, 2025).

Pembahasan

A. Etika Bisnis Promosi dalam hukum Islam

1. Trend Marketing Muslimah Selebgram di Media Sosial

Instagram adalah aplikasi berbagi foto yang bisa di temukan pada smartphone, atau handphone yang menggunakan sistem operasi Android, IOS untuk iPhone, Blackberry, dan Windows Phone. Instagram tidak hanya bisa digunakan untuk berbagi foto saja, akan tetapi bisa memanfaatkan fitur-fitur yang ada di Instagram untuk mempercantik foto atau video yang diambil, seperti menerapkan filter digital, dan memotong gambar atau video, dan dapat membagikannya. kata Instagram berasal dari gabungan dua kata, yaitu “insta” berasal dari kata “instan” seperti kamera polaroid yang pada zaman dahulu lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Kata “gram” ternyata berasal dari kata “telegram” yang pasti kita tau kalau telegram itu bisa mengirimkan informasi ke pada siapa saja dengan cepat. Kedua kata tersebut yaitu “insta” dan “gram” digabungkan menjadi “instagram”. Instagram selain digunakan sebagai aplikasi sosial media berbagi foto/video ini ternyata di gunakan oleh mereka pembisnis juga untuk menjual atau promosi produknya. Macam-macam fitur Instagram: Pengikut/Followers, Diikuti/ Following, Upload Foto, Kamera, Edit foto/video, caption, hashtag, lokasi, tandai, dan stories (Helianthusonfri, 2020).

Selebgram berasal dari kata “selebriti” dan “Instagram”. Mereka yang dikatakan sebagai selebgram, adalah orang yang memiliki banyak pengikut pada akun Instagram-nya, yang dapat digunakan untuk mempromosikan suatu produk atau merek (brand). Biasanya, seseorang bisa dikatakan selebgram jika telah memiliki minimal 20.000 followers. Hal yang membuat mereka didaulat menjadi selebgram adalah orisinilitas konten. Menjadi selebgram tentunya diiringi dengan masuknya penghasilan, yang berasal dari kegiatan mempromosikan produk atau brand. Atas penghasilan yang diterima ini, selebgram pun memiliki kewajiban untuk membayar pajak (Firmendo, 2022)

Selanjutnya, promosi di Instagram cukup efektif menarik pelanggan dan meningkatkan penjualan. Hal ini berdasarkan survey Instagram yang mengungkapkan 62% pengguna tertarik dengan suatu merek atau produk setelah melihatnya di *Stories* Instagram. cara promosi Instagram Anda mendatangkan keuntungan maksimal: Beralih ke akun Instagram Business API, Optimalkan profil untuk promosi, Posting Konten yang Menarik, Promosi silang posting Instagram di

jaringan lain, Manfaatkan tren, Beriklan dengan Instagram Ads, memanfaatkan hashtag, posting secara teratur di Instagram Stories, posting di waktu yang tepat, umumkan promosi penjualan, memberikan giveaway, bekerjasama dengan influencer, membagikan testimoni pelanggan, membangun interaksi dengan audiens, dan evaluasi secara berkala. Pihak Instagram tidak mematok biaya iklan. Namun, berdasarkan kabar pada tahun 2022, pemilik bisnis bisa memilih anggaran dana mulai dari Rp.10.000 sampai Rp.10.000.000 per hari. Apabila mengalokasikan dana Rp.10.000 per hari, maka total *audiens* yang bisa dijangkau 1.300 hingga 3.400 orang. Besaran dana yang dikeluarkan juga tergantung durasi tayangan iklan selama beberapa hari, mulai dari 1-30 hari (qontak.com).

Melakukan promosi di aplikasi instagram tidaklah sulit, banyak fitur yang dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan produk dagangan, diantaranya *Carousel Post* (unggah maksimal 10 foto dalam 1 kali posting), *Caption* (deskripsi singkat yang menjelaskan ilustrasi atau gambar yang di unggah), *Hashtag* (simbol fungsi '#' untuk memudahkan para calon konsumen untuk menemukan postingan), *Video Reels* (fitur video yang dapat menambahkan musik dan filter menarik), *Instagram Live* (fitur yang memudahkan kita untuk berinteraksi secara langsung atau live dengan audiens), *Instastory* (memungkinkan untuk mempromosikan bisnis dengan gambar dan video, durasi 1 instastory maksimal hanya 15 detik, dan hanya muncul selama 24 jam. Namun, berita bagus nya tidak ada batasan untuk mengunggah Instastory. *Highlights* (Tujuannya agar audiens atau calon konsumen masih bisa melihat postingan yang di unggah di Instastory walaupun lebih dari 24 jam), *Instagram Insights* (alat untuk mengukur keberhasilan promosi di Instagram) (Helianthusonfri, 2020).

2. Para Selebgram Model Busana Islami

Busana muslimah menjadi salah satu produk yang sering dijual menggunakan aplikasi Instagram sebagai sarana promosi. Rata-rata *online shop* yang ingin meningkatkan penjualan produknya akan menggunakan *endorse* artis atau selebgram untuk mengiklankan produknya. Berdasarkan hasil penelusuran penulis, banyak *online shop* memakai jasa *endorsement* selebgram ternama di Aceh, beberapa selebgram tersebut di antaranya: Syarifah Mariah Algipthiah dengan nama akun instagram @agipalaydrus, Herlin Kenza dengan nama akun @herlinkenza, Shella Saukia dengan nama akun @shellasaukia, Zsalsa Nadila dengan nama akun @zsalsadil, Mutya Lifyana dengan nama akun @mutyalifyanareal dan Afla Nadya dengan nama akun @aflanadya. Ada beberapa bentuk kegiatan promosi atau *endorsment* oleh selebgram di media sosial Instagram, yang pertama berdasarkan bentuk kerjasama, *Paid Promote* dan *Paid Endorse*. Lalu berdasarkan fitur, foto, story dan video. Kemudian berdasarkan waktu, jangka waktu sesuai kesepakatan.

Para selebgram wanita selalu tampil modis dan menarik dalam mempromosikan produk busana muslimah, seperti memakai riasan yang berlebihan, dan cara memakai jilbab yang salah yaitu menaikkan ujung jilbab ke bahu atau menampakkan bentuk payudara. Selain itu, dalam beberapa video promosi selebgram wanita di Instagram, terlihat mereka berlenggak-lenggok menampilkan model produk yang dipromosikan, yang mana dapat menimbulkan nafsu syahwat bagi laki-laki. Hal ini sangat bertentangan dengan esensi berpakaian muslimah dalam Islam maupun dalam aturan melakukan promosi dalam Islam.

A. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Promosi Busana Muslimah Pada Selebgram Wanita di Media Sosial Instagram

Berbagai macam jenis produk yang dipromosikan melalui media sosial Instagram, salah satunya adalah produk busana muslimah. Metode promosi yang seringkali dilakukan oleh penjual busana muslimah adalah dengan memposting foto atau video seorang model wanita yang mengenakan produknya. Metode ini terbukti sangat efektif untuk meningkatkan penjualan, karena dari perspektif visual lebih mudah dinilai bagus tidaknya suatu produk saat dipakai oleh model manusia. Namun, dalam metode tersebut terdapat banyak hal-hal yang beresiko melanggar ketentuan-ketentuan syar'i. Seperti tampak lekuk tubuh, tampak aurat, berlebihan dalam berpose/bergaya dan berlebihan dalam berhias.

Dalam Q.S An-Nur ayat 31 Allah berfirman:

وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَغْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَلْيَضْرِبْنَ بِخُمُرِهِنَّ عَلَى جُيُوبِهِنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا لِبُعُولَتِهِنَّ أَوْ آبَائِهِنَّ أَوْ أَبْنَاءِهِنَّ أَوْ بُعُولَتِهِنَّ أَوْ إِخْوَانِهِنَّ أَوْ بَنِي إِخْوَانِهِنَّ أَوْ بَنَاتٍ أَخَوَاتِهِنَّ أَوْ مَا مَلَكَتْ أَيْمَانُهُنَّ أَوْ التَّبِيعِينَ غَيْرَ أُولَى الْأَرْزَاقِ مِنَ الرِّجَالِ أَوْ الْوَلَدِ الَّذِينَ لَمْ يَظْهَرُوا عَلَى عَوْرَتِ النِّسَاءِ وَلَا يَضْرِبْنَ بِأَرْجُلِهِنَّ لِيُعْلَمَ مَا يُخْفِينَ مِنْ زِينَتِهِنَّ وَتُوبُوا إِلَى اللَّهِ جَمِيعًا أَيُّهَا الْمُؤْمِنُونَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ.

Artinya: "Katakanlah kepada wanita yang beriman: "Hendaklah mereka menahan pandangannya, dan kemaluannya, dan janganlah mereka menampakkan perhiasannya, kecuali yang (biasa) nampak dari padanya. Dan hendaklah mereka menutupkan kain kudung kedadanya, dan janganlah menampakkan perhiasannya kecuali kepada suami mereka, atau ayah mereka, atau ayah suami mereka, atau putera-putera mereka, atau putera-putera suami mereka, atau saudara-saudara laki-laki mereka, atau putera-putera saudara lelaki mereka, atau putera-putera saudara perempuan mereka, atau wanita-wanita islam, atau budak-budak yang mereka miliki, atau pelayan-pelayan laki-laki yang tidak mempunyai keinginan (terhadap wanita) atau anak-anak yang belum mengerti tentang aurat wanita. Dan janganlah mereka memukulkan kakinya agar diketahui perhiasan yang mereka sembunyikan. Dan bertaubatlah kamu sekalian kepada Allah, hai orang-orang yang beriman supaya kamu beruntung." (Q.S An-Nur: 31)

Tafsir ringkas Kemenag 2019:

Ayat di atas menjelaskan, seorang perempuan wajib untuk menahan pandangan dan kemaluannya, kemudian mereka juga diperintahkan untuk menutup kain kudung ke dada, yang hari ini adalah jilbab atau kerudung. Dada seorang perempuan tentu saja adalah aurat, untuk itu perlu ditutup dan jangan sampai terlihat. Hal ini karena secara natural akan membuat menarik dan memancing lawan jenis untuk memiliki hasrat bagi yang tidak mampu mengendalikannya.

Lalu dalam surat Al-Ahzab ayat 33:

وَقَرْنَ فِي بُيُوتِكُنَّ وَلَا تَبَرَّجْنَ تَبَرُّجَ الْجَاهِلِيَّةِ الْأُولَىٰ وَأَقِمْنَ الصَّلَاةَ وَآتِينَ الزَّكَاةَ وَأَطِعْنَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ ۖ

Artinya: “Tetaplah (tinggal) di rumah-rumahmu dan janganlah bertabarruj (dan bertingkah laku) seperti orang-orang jahiliah dahulu. . . .” (Q.S. Al-Ahzab: 33)

Tafsir ringkas Kemenag 2019:

Pada ayat ini, Allah memerintahkan supaya para istri Nabi tetap tinggal di rumah mereka masing-masing dan tidak keluar kecuali bila ada keperluan. Mereka dilarang bertabarruj dan bertingkah laku seperti orang-orang Jahiliah masa dahulu sebelum zaman Nabi Muhammad.

Kemudian didalam Surat Al-Azhab Ayat 59:

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِّأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيزٍ ۚ ذَٰلِكَ أَدْنَىٰ أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ ۚ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَّحِيمًا

Artinya: “Wahai Nabi (Muhammad), katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anak perempuanmu dan istri-istri orang mukmin supaya mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka. Yang demikian itu agar mereka lebih mudah untuk dikenali sehingga mereka tidak diganggu. Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.” (Q.S. Al-Ahzab: 59)

Tafsir ringkas Kemenag 2019:

Ayat ini menjelaskan bahwa wanita harus mengulurkan jilbab ke seluruh tubuh kecuali yang sulit untuk disembunyikan. Artinya adalah berkewajiban untuk menggunakan kain yang menutupi tubuh dan auratnya sehingga tidak terlihat bagi wanita. Untuk itu, bagaimanapun seorang muslimah yang sudah baligh harus menutupi auratnya dan tubuhnya. Hampir seluruh tubuh wanita cenderung memiliki keindahan dan dapat menarik hasrat seksual bagi lawan jenis.

Dalam Hadist Riwayat At-Tirmizi No.1173 (dishahihkan Al-Albani dalam Shahih At-Tirmidzi), Nabi Shallallahu'alaihi Wasallam ketika bersabda:

مَا تَرَكَتُ بَعْدِي فِتْنَةً أَضَرَّ عَلَى الرِّجَالِ مِنَ النِّسَاءِ

Artinya: “Tidaklah ada sepeninggalku fitnah (cobaan) yang paling berbahaya bagi lelaki selain fitnah (cobaan) terhadap wanita” (HR. Al Bukhari 5096, Muslim 2740).

Namun sebagian wanita Muslimah salah kaprah terhadap larangan mengupload foto, sehingga mereka beranggapan tidak apa-apa upload foto, jika berfoto

bersama suami, tidak apa-apa upload foto, jika berfoto bersama keluarga, tidak apa-apa upload foto, jika berfoto bersama teman-teman, tidak apa-apa upload foto, jika ketika berfoto menggunakan jilbab. Padahal dalam keadaan-keadaan tersebut di atas, faktor “dapat menimbulkan fitnah” tetap ada. Sehingga *illah* (alasan) pelarangan tersebut masih ada.

Lalu dalam Hadits riwayat At-Tirmidzi No. 1173, dishahihkan Al-Albani dalam Shahih At-Tirmidzi, Rasulullah *Shallallahu'alaihi Wasallam* bersabda:

المرأة عورة ، فإذا خرجت استشرفها الشيطان

Artinya: “Wanita adalah aurat. Jika ia keluar, setan memperindahkannya” (HR. At-Tirmidzi No. 1173, dishahihkan Al-Albani dalam Shahih At-Tirmidzi).

Hadits di atas juga disebutkan dalam artikel “*Majalah Islam Asy-Syariah (edisi 50: Wanita Adalah Aurat)*”, dijelaskan pada artikel tersebut bahwa Aurat berarti sesuatu yang membuat malu apabila terlihat oleh orang lain hingga perlu ditutupi dan dijaga dengan baik. Karena wanita adalah aurat, berarti mengundang malu apabila sampai terlihat lelaki yang bukan mahramnya. Tidak terlarang berjualan dan mempromosikan busana muslimah di media sosial, bahkan ini baik jika diniatkan untuk menyediakan busana muslimah bagi para muslimah yang ingin menutup auratnya dengan sempurna. Namun, tentu tidak menggunakan cara yang melanggar syariat (<https://muslim.or.id>). Islam melarang mereka untuk menebar pesona kepada pria manapun kecuali suami. Dengan kata lain, Islam mengharamkan setiap usaha kaum Hawa untuk menonjolkan dan menunjukkan sisi-sisi “menarik” pada diri mereka kepada pria asing. Jika *tabarruj*/memamerkan kecantikan saja dilarang, maka dalam Islam tidak ada ruang bagi kaum Hawa untuk mengkomersialkan kecantikan mereka. Mereka tidak boleh berkecimpung dalam profesi yang tidak memperkerjakan kemampuan dan keterampilan, tapi sekedar mengeksploitasi kecantikan dan kewanitaan. Dengan kata lain, mereka tidak boleh digaji karena keindahan rambut, tubuh, gaya, lenggak-lenggok, senyuman, wajah, pakaian, suara yang menggoda, dan sebagainya. Semua itu haram untuk dikomersialkan, dan haram hukumnya menyewa seluruh aset mereka yang seperti itu. Jika mereka tidak ingin memanfaatkan sisi kecantikan wanita dalam gambar itu, tentu mereka akan cukup menampilkan foto jilbab tanpa model yang berpose lengkap dengan senyumannya (Safitri, 2019).

Menurut Abdul Somad Batubara dalam channel YouTube Kunci Surga “*Buat Perempuan Jangan Meletakkan Foto di Medsos*”, tidak boleh meng-upload foto seorang perempuan di sosial media, karena itu akan menjadi konsumsi orang banyak. Dan bagi wanita yang fotonya tersebar di sosial media, itu akan menjadi dosa *jariyah* baginya. Ia menambahkan, kalau misalnya ada gambar ibu-ibu beramai-ramai, menutup aurat, pakaiannya longgar, tidak dengan pose yang memancing, yang seperti itu tidak memancing hawa nafsu. Maka tidak apa-apa, diperbolehkan. Dalam buku *Ketika Halal Bersamamu* oleh Ryna Widyasari (Widyasari, 2020), dosa *jariyah*

dalam konteks ini adalah dosa yang terus mengalir kepada pelakunya meskipun ia telah meninggal dunia. Dosa ini tergolong berbahaya karena akan terus mengalir sebelum sumber dosanya dihilangkan terlebih dahulu.

Ahmad Zainuddin Al-Banjary dalam dakwahnya pada channel YouTube Dandi Ismail, hukum perempuan yang menjadi model pakaian Syar'i yang kemudian foto atau videonya disebar di aplikasi Instagram (maupun medsos lainnya), haram hukumnya. Karena sesuai dengan firman Allah SWT dalam QS. Al Ahzab ayat 33:

وَقَرْنَ فِي بُيُوتِكُنَّ وَلَا تَبَرَّجْنَ تَبَرُّجَ الْجَاهِلِيَّةِ . . .

Artinya: *"Tetaplah (tinggal) di rumah-rumahmu dan janganlah berhias (dan bertingkah laku) seperti orang-orang jahiliah dahulu . . ."*

Kemudian haram hukumnya karena bertentangan dengan surat An-Nur Ayat 30:

... وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ . . .

Artinya: *" . . . Janganlah kalian para perempuan memperlihatkan kecantikannya (baik dari pakaian maupun kecantikannya) . . ."*

Diharamkan bagi perempuan menjadi foto model, yang foto atau videonya dimasukkan ke media sosial. Dan meskipun akun dari pemilik foto atau model tersebut adalah akun privat, maka tetap diharamkan karena seprivat-privatnya akun media sosial pasti bisa dilihat oleh para lelaki di zaman sekarang. Baik dilihat oleh suaminya atau dilihat oleh akun abal-abal, yang mana bisa jadi akun tersebut nama perempuan namun ternyata pemilik akun adalah laki-laki. Ini termasuk *Tabarruj* dan dosa besar. Perempuan yang menjadi foto model hukumnya dosa besar. Menurut Syafiq Riza Hasan Basalamah dalam dakwahnya pada channel YouTube Tanaashuh, perempuan ingin dipuji, perempuan suka disanjung, perempuan suka dengan penampilan, maka kadangkala yang sudah berhijab pun masih selfie. Di media sosial penggunaannya bukan cuma akhwat, yang menikmati medsos itu semua kalangan, jadi apabila foto wanita diposting di medsos maka akan dinikmati oleh laki-laki yang bukan mahramnya. Perihal foto di kalangan wanita sudah menjadi bala dan petaka yang mungkin sulit untuk dihindari. Maka kita berusaha untuk mengurangnya. Jika diperlukan dan tidak menghadirkan fitnah silahkan, namun apabila berkemungkinan menghadirkan fitnah atau syahwat lebih baik tinggalkan. Pandangan tersebut sesuai dengan tulisan dari Ustadz Yulian Purnama Hafidzahullah, Syaikh Sa'ad Asy Syatsri ditanya: *"Apa hukum wanita berhijab meng-upload foto mereka di media sosial?"* Beliau menjawab: *"Tidak boleh wanita menampakkan keindahan mereka. Ini merupakan ijma' ulama. Allah Ta'ala berfirman pada surat An-Nur ayat 31 yang telah tersebut pada paragraf sebelumnya, "Janganlah menampakkan perhiasannya kecuali kepada suami mereka, atau ayah mereka, atau ayah suami mereka..."*. Ayat ini menunjukkan bahwa wanita dilarang menampakkan keindahan mereka. Dan para ulama ijma' bahwa wanita tidak boleh mempercantik wajahnya di depan para lelaki non-mahram,

demikian juga tidak boleh melakukan demikian ketika ia pergi keluar rumah jika ada lelaki yang akan melihatnya, ini merupakan ijma' ulama.

Yahya Zainul Ma'arif atau biasa disebut Buya Yahya berpendapat dalam channel YouTube pribadinya, "yang dijual adalah produk, jadi tidak perlu memosting foto wanita yang memakai produk itu, karena akan menarik fitnah. Jika kita berbaikan dengan Allah (mengikuti suruhan dan menjauhi larangan-Nya), maka Allah akan menolong kita, yang menjadikan laku/laris itu adalah Allah. Banyak orang berdagang tidak melakukan promosi bisa laku besar, banyak juga orang berdagang dengan melakukan promosi bisa tidak laku, yang membuat laku adalah Allah. Boleh melakukan promosi, asalkan dengan cara yang benar menurut aturan Islam." Lalu Adi Hidayat dalam dakwahnya pada channel YouTube Audio Dakwah, berpendapat bahwa dilarang perempuan untuk sengaja menampakkan dirinya agar dilihat oleh orang-orang yang tidak berhak untuk dilihatnya karena termasuk kedalam perbuatan *tabarruj*. Sepakat para ulama, kebiasaan-kebiasaan orang jahiliyyah ketika ber-*tabarruj*, menampakkan yang paling indah. Dalam budaya orang arab dan bahkan mungkin kekinian, tidak akan terlihat tampak indah pada seseorang khususnya perempuan, yaitu selain paras wajahnya. Pada masa-masa jahiliyyah, jika seseorang perempuan keluar, dia nampak berhias ingin kelihatan bagaimana tampilan tubuhnya, terutama pada bagian kepalanya termasuk wajah dan area intim. Jadi perempuan-perempuan zaman sekarang yang sengaja menampakkan keindahan pada tubuhnya, baik riasan wajah maupun busananya dengan tujuan apapun pada khalayak umum, berarti mereka sama seperti perempuan-perempuan jahiliyyah pada masa itu. Jelas hukunya haram.

Jadi, jika memang dalam pelaksanaannya, model hijab bisa menjaga auratnya dalam berbusana dan menjaga sikap dalam berinteraksi dengan fotografer pria, tidak melanggar dan tidak bertentangan dengan semua syarat-syarat yang telah ditentukan oleh syariat Islam, maka diperbolehkan untuk melakukan kegiatan tersebut. Tetapi apabila dalam pelaksanaannya, model hijab tersebut justru sengaja menerima busana-busana yang ketat, berdandan secara berlebihan serta menerima endors yang tidak sesuai dengan syarat-syarat yang ada pada model hijab tersebut, dan tidak merasa risih ketika bercampur baur dengan yang bukan mahramnya, maka hal tersebut dilarang dalam agama Islam. Jika dilihat dari teori mashlahah mursalah, yaitu mewujudkan kebaikan atau menghindarkan keburukan bagi manusia, dalam kaitannya dengan kebaikan yang sesuai dengan syarat mashlahah mursalah yaitu kemashlahatan itu hendaklah kemashlahatan yang umum, bukan kemashlahatan yang khusus untuk perorangan. Maksudnya ialah bahwa suatu kejadian dapat melahirkan manfaat bagi kebanyakan orang tidak hanya mendatangkan manfaat bagi satu orang atau beberapa orang.

Beberapa contoh manfaat dalam aktivitas promosi busana muslimah pada selebgram wanita di media sosial instagram:

1. Menjangkau target pasar lebih luas dan memudahkan komunikasi dengan calon konsumen.
2. Salah satu bentuk syi'ar Islam agar perempuan muslimah terdorong untuk menggunakan busana muslimah.
3. Mengembangkan fashion hijab agar para wanita muslimah menyadari bahwa dengan hijab tidak membatasi wanita muslimah dalam berkarir/berkarya.

Sedangkan contoh kemudharatan yang timbul dari aktivitas promosi busana muslimah pada selebgram wanita di media sosial instagram ialah:

1. Mengundang perhatian banyak orang yang utama adalah laki-laki menjadi tertarik ketika model perempuan dalam postingan promosi tersebut mengenakan pakaian yang membentuk lekukan tubuh atau pakaian yang tipis yang akan menimbulkan syahwat laki-laki.
2. Ketika dalam proses foto shoot yang mana apabila selebgram tersebut bersama fotografer laki-laki yang bukan mahramnya tentu saja akan menimbulkan fitnah.
3. Model perempuan atau selebgram tersebut dengan sengaja berdandan semenarik mungkin agar orang-orang yang melihatnya menjadi tertarik kepadanya. Tentunya hal tersebut masuk dalam kategori melakukan tabarruj.

Menurut penulis, jika dilihat dari semua penjelasan diatas, maka promosi busana muslimah pada selebgram wanita di media sosial instagram ini lebih banyak kemudharatannya dibandingkan dengan kebaikannya bagi orang banyak.

Kesimpulan

Ada dua bentuk promosi busana muslimah di media sosial Instagram oleh selebgram wanita, yang pertama, selebgram akan mempromosikan foto atau video produknya saja di akun sosial medianya, lalu selebgram akan dibayar sesuai kesepakatan. Yang kedua, selebgram akan membuat dan memposting konten foto atau video dirinya sendiri dengan memakai produk, lalu selebgram akan dibayar sesuai kesepakatan.

Tinjauan hukum Islam terhadap praktik promosi busana muslimah pada selebgram wanita di media sosial instagram terbagi menjadi dua kategori, yaitu tidak boleh, apabila foto/video selebgram memakai produk busana muslimah di unggah pada postingan instagram dengan riasan/dandanan yang berlebihan, menampilkan lekuk tubuh, dan berlenggak-lenggok dalam video. Boleh, apabila riasan/dandanan dan pose/gaya dalam postingan promosi tidak berlebihan, tidak menampilkan lekuk tubuh, dan tidak berlenggak-lenggok dalam video. Lebih baik lagi apabila

hanya memposting produk busana muslimah di akun selebgram tanpa menampakkan wajah dan tubuhnya.

Daftar Pustaka

- Amiruddin Tumanggor, *Strategi Pemasaran dan Pemberdayaan UMKM pada masa Covid-19*, (Yogyakarta: K-Media, 2018).
- Angga Pebria, *Jangan Gagal Jadi Selebgram*, (Jakarta: Javapublish, 2018).
- Annisa Dwi Safitri, *Analisis Hukum Islam Terhadap Profesi Model Hijab (Studi Pada Mulei Hijab Lampung)*, Skripsi, (Lampung: Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019).
- Audio Dakwah, *Hukum Solek dan Berhias Diri. Trend atau Jahiliyah? - Ustadz Adi Hidayat LC MA* (video), Youtube, <https://www.youtube.com/watch?v=-mnYXxXjxqA>, di akses pada 31 Desember 2022 pukul 12:05 WIB.
- Buya Yahya, *Dosakah Mengupload Hasil Riasan Pengantin di Medsos? | Buya Yahya Menjawab* (video), Youtube, <https://www.youtube.com/watch?v=n4wxViM0Mt4>, di akses pada 31 Desember 2022 pukul 11:28 WIB.
- Dandi Ismail, *Hukum Wanita Menjadi Foto Model Pakaian. Ustadz Ahmad Zainuddin Al Banjary* (Video), Youtube, <https://www.youtube.com/watch?v=bHU0b7uW-10>, di akses pada 31 Desember 2022 pukul 10:26 WIB.
- Eva Zulfa, *Pengupahan Berkeadilan Menurut Hukum Islam*, (Ciputat: A-Empat, 2014).
- Gibtiah, *Fikih Kontemporer*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016).
- Hadits.id, *HR. Al Bukhari 5096, Muslim 2740*, <https://www.hadits.id/>, diakses pada 8 Januari 2023 pukul 16.27 WIB.
- Harisan Boni Firmando, *Sosiologi Kebudayaan: Dari Nilai Budaya Hingga Praktik Sosial*, (Yogyakarta: CV. Bintang Semesta Media, 2022).
- Helianthusonfri, J. (2020). *Instagram Marketing Untuk Pemula*. Elex Media Komputindo.
- Kemenag, *Qur'an Kemenag*, <https://quran.kemenag.go.id/>, diakses pada 8 Januari 2023 pukul 13.36 WIB.
- Kemenag, *Qur'an Kemenag*, <https://quran.kemenag.go.id/>, diakses pada 8 Januari 2023 pukul 17.09 WIB.

Kemenag, *Qur'an Kemenag*, <https://quran.kemenag.go.id/>, diakses pada 8 Januari 2023 pukul 13.48 WIB.

kuncisurga7546, *Buat Perempuan Jangan Meletakkan Foto di Medsos [Ust. Abdul Somad]*, (video), *Youtube*, <https://www.youtube.com/shorts/OmHjiQ7YztY>, di akses pada 31 Desember 2022 pukul 10:05 WIB.

Mekari Qontak, *15 Cara Promosi di Instagram yang Pasti Menguntungkan*, <https://qontak.com/blog/cara-promosi-di-instagram/>, diakses pada 7 Januari 2022 pukul 14.22 WIB.

Ryna Widyasari, *Ketika Halal Bersamamu*, (Jakarta: Ersada Media, 2020).

Tanaashuh, *Hukum Muslimah Menjadi Model Pakaian Syar'I* (Video), *Youtube*, <https://www.youtube.com/watch?v=CK6M BaTaz4A>, di akses pada 31 Desember 2022 pukul 10:55 WIB.

Veithzal Rivai, *Islamic Business and Economic Ethics* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012)

Yulian Purnama, *Salah Kaprah Masalah Upload Foto Wanita*, <https://muslim.or.id/45494-salah-kaprah-masalah-upload-foto-wanita.html>, diakses pada 30 Desember 2022 pukul 08.36 WIB.

Yulian Purnama, *Saudariku Jangan Upload Fotomu*, <https://muslim.or.id/39374-saudariku-jangan-upload-fotomu.html>, diakses pada 9 Januari 2023 pukul 11.13 WIB.

Yuni Kartini, *Media Sosial dan Produktivitas Kerja Generasi Millenial*, (Makassar: Guepedia, 2021).

Wijaya, M., Pratomo, B., Citta, A. B., & Efendi, S. (2025). *Metodologi Penelitian: Kombinasi Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Methods*. PT. Media Penerbit Indonesia.