ANALISIS AKAD JU'ALAH DALAM SISTEM IMBALAN DIGITAL BERBASIS *ATTENTION ECONOMY* PADA APLIKASI STREAMING MELOLO MICRO-DRAMA

TESIS

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Magister Ekonomi Syariah (M.E.)

Oleh:

ZAHROTUL JANNAH
NIM. 50424012

PASCASARJANA PROGRAM STUDI
MAGISTER EKONOMI SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI K.H. ABDURRAHMAN WAHID
PEKALONGAN
2026

ANALISIS AKAD JU'ALAH DALAM SISTEM IMBALAN DIGITAL BERBASIS *ATTENTION ECONOMY* PADA APLIKASI STREAMING MELOLO MICRO-DRAMA

TESIS

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Magister Ekonomi Syariah (M.E.)

Oleh:

ZAHROTUL JANNAH
NIM. 50424012

PASCASARJANA PROGRAM STUDI
MAGISTER EKONOMI SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI K.H. ABDURRAHMAN WAHID
PEKALONGAN
2026

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama	:	Zahrotul Jannah
NIM	:	50424012
Program Studi	:	Magister Ekonomi Syariah
Judul Tesis	:	ANALISIS AKAD JU'ALAH DALAM SISTEM IMBALAN DIGITAL BERBASIS *ATTENTION ECONOMY* PADA APLIKASI STREAMING MELOLO MICRO-DRAMA

Tesis ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian Tesis program Magister.

Jabatan	Nama	Tanda tangan	Tanggal
Pembimbing 1	Prof. Dr. Hj. Susminingsih, M. Ag.		10-7-2026
Pembimbing 2	Dr. H. AM. Muh. Khafidz Ma'shum, M. Ag.		14/7 2026

Pekalongan, Juli 2026

Mengetahui:
a.n. Direktur
Ketua Program Studi
Magister Ekonomi Syariah

Dr. Ali Muhtarom, M.H.I.
NIP. 198504052019031007

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
PASCASARJANA
Jalan Kusuma Bangsa Nomor 9 Pekalongan Kode Pos 51141 Telp. (0285) 412575
www.pps.uingusdur.ac.id email: pps@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Tesis dengan Judul "ANALISIS AKAD JUALAH DALAM SISTEM IMBALAN DIGITAL BERBASIS *ATTENTION ECONOMY* PADA APLIKASI STREAMING MELOLO MICRO-DRAMA" yang disusun oleh:

Nama : Zahrotul Jannah
NIM : 50424012
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Telah dipertahankan dalam Sidang Ujian Tesis Pascasarjana Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan pada tanggal 16 Juli 2026.

Jabatan	Nama	Tanda tangan	Tanggal
Ketua Sidang	Prof. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag 197101151998031005		17/7 2026
Sekretaris Sidang	Dr. Ahmad Taufiq, M.Pd.I 198603062019031003		17/7 2026
Penguji Utama	Dr. M. Ali Ghufron, M.Pd 198707232020121004		17/7 2026
Penguji Anggota	Dr. Ali Muhtarom, M.H.I 198504052019031007		17/7 2026

Mengetahui:
Direktur,

Prof. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag
NIP. 19710115 199803 1 005

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, tesis ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister), baik di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Pekalongan, Juli 2026
Yang membuat pernyataan,



Zahrotul Jannah
NIM. 50424012

PEDOMAN TRANSLITERASI

Berdasarkan surat keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor : 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1998.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif		
ب	ba’	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	sa'	Ś	s (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha’	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	ẓ	zet (dengan titik diatas)
ر	ra'	R	Er
ز	Z	Z	Zet
س	S	S	Es
ش	Sy	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	T	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El

م	M	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	ha’	Ha	Ha
ء	hamzah	~	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

II. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap yang disebabkan oleh *syaddah* ditulis rangkap.

Contoh : نزل = *nazzala*

بهنّ = *bihinna*

III. Vokal Pendek

Fathah (o`_) ditulis a, *kasrah* (o_) ditilis I, dan *dammah* (o _) ditulis u.

IV. Vokal Panjang

Bunyi a panjang ditulis a, bunyi I panjang ditulis i, bunyi u panjang ditulis u, masing-masing dengan tanda penghubung (~) diatasnya.

Contoh :

1. Fathah + alif ditulis a, seperti فلا ditulis*fala.*
2. Kasrah + ya’ mati ditulis I seperti :تفصيل, ditulis *tafsil.*
3. Dammah + wawu mati ditulis u, seperti أصول ,ditulis*usul.*

V. Vokal Rangkap

1. Fathah + ya’ mati ditulis ai الزهيلي ditulis *az-Zuhaili*
2. Fathah + wawu ditulis au الدولة ditulis *ad-Daulah*

VI. Ta’ Marbuthah di akhir kata

1. Bila dimatikan ditulis ha. Kata ini tidak diperlakukan terhadap arab yang sudah diserap kedalam bahasa Indonesia seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali bila dikendaki kata aslinya.
2. Bila disambung dengan kata lain (frase), ditulis h, contoh: بداية الهداية ditulis *bidayah al-hidayah.*

VII. Hamzah

1. Bila terletak diawal kata, maka ditulis berdasarkan bunyi vocal yang mengiringinya, seperti أن ditulis *anna*.
2. Bila terletak diakhir kata, maka ditulis dengan lambing apostrof,(,) seperti شيئ ditulis *syai,un*.
3. Bila terletak ditengah kata setelah vocal hidup, maka ditulis sesuai dengan bunyi vokalnya, seperti رباٮب ditulis *raba'ib*.
4. Bila terletak ditengah kata dan dimatikan, maka ditulis dengan lambing apostrof (,) seperti تاخذون ditulis *ta'khuzuna*.

VIII. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila ditulis huruf qamariyah ditulis al, seperti البقرة ditulis *al-Baqarah.*
2. Bila diikuti huruf syamsiyah, huruf 'I' diganti denganhuruf syamsiyah yang bersangkutan, seperti النساء ditulis *an-Nisa'*.

IX. Penulisan Kata-kata Sandang dalam Rangkaian Kalimat

Dapat ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dan menurut penulisannya, seperti : ذوي الفرود ditulis *zawi al-furud* atau أهل السنة ditulis *ahlu as-sunnah.*

MOTTO

“ manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya”

(Q.S An-Najm :39)

PERSEMBAHAN

Tesis ini ananda pesembahakan teruntuk....

1. Untuk bapak dan ibu yang selalu membimbing, selalu memberi kasih sayang, dukungan, baik materi maupun non materi, serta do’a tulus yang tiada henti dan takkan pernah padam sepanjang masa serta telah mengantarkan pada kondisi saat ini, semua itu akan terukir indah dalam relung hati ananda yang paling dalam
2. Keluarga besar Pengelola Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan banyak pengalaman dan menunjukkan arti hidup yang sebenarnya
3. Semua Sahabat-Sahabatku yang tidak mungkin aku sebutin satu persatu yang telah memberikan banyak dukungan dan bantuan dalam segala hal.
4. Bapak Ibu Dosen Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmu. Semoga ilmu yang engkau berikan bermanfaat di dunia dan di akhirat. Amin…
5. Almamaterku Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah menaungiku dalam mengarungi samudra ilmu yang maha luas

ABSTRAK

Zahrotul Jannah, NIM. 50424012. 2026. Analisis Akad Ju'alah Dalam Sistem Imbalan Digital Berbasis *Attention Economy* Pada Aplikasi Streaming Melolo Micro-Drama. Tesis Program Studi Magister Ekonomi Syariah, Pascasarjana Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing: (1) Prof. Dr. Hj. Susminingsih, M. Ag. (2) Dr. H. AM. Muh. Khafidz Ma'shum, M. Ag.

Kata Kunci: Akad Ju'alah, Attention Economy, Melolo Micro-Drama, Sistem Imbalan Digital, Perilaku Ekonomi, Perilaku Konsumsi.

Perkembangan ekonomi digital telah melahirkan berbagai platform berbasis *attention economy* yang memanfaatkan perhatian pengguna sebagai sumber nilai ekonomi. Salah satu platform tersebut adalah aplikasi streaming Melolo Micro-Drama yang menerapkan sistem imbalan digital (*digital reward system*) berupa pemberian koin kepada pengguna setelah menyelesaikan aktivitas tertentu. Sistem ini menimbulkan pertanyaan mengenai mekanisme pemberian reward, kesesuaiannya dengan akad ju'alah, serta implikasinya terhadap perilaku ekonomi dan perilaku konsumsi pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mekanisme perolehan reward pada aplikasi Melolo, menganalisis relevansinya dengan akad ju'alah, serta mengkaji implikasi sistem reward terhadap perilaku ekonomi dan perilaku konsumsi pengguna.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam terhadap sembilan pengguna aktif aplikasi Melolo, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña melalui proses kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Analisis penelitian didukung oleh *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Self-Determination Theory* (SDT), *Attention Economy Theory*, serta konsep akad ju'alah dalam ekonomi syariah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem reward Melolo diberikan setelah pengguna menyelesaikan aktivitas tertentu, seperti *daily check-in*, menonton drama, menonton iklan, menyelesaikan tugas harian, membuka *treasure box*, dan mengundang pengguna baru. Mekanisme tersebut secara substansial memiliki relevansi dengan akad ju'alah karena memenuhi unsur ja'il, maj'ul lah, 'amal, ju'l, dan sighat, meskipun masih diperlukan peningkatan transparansi pada mekanisme perhitungan reward untuk meminimalkan potensi *gharar*. Selain itu, sistem reward mendorong terbentuknya perilaku ekonomi berupa upaya memperoleh pendapatan tambahan melalui aktivitas digital serta memengaruhi perilaku konsumsi pengguna dalam memanfaatkan hasil reward untuk memenuhi berbagai kebutuhan sehari-hari.

ABSTRACT

Zahrotul Jannah, Student ID No. 50424012. 2026. Analysis of the Ju'alah Contract in an Attention Economy-Based Digital Reward System on the Melolo Micro-Drama Streaming Application. Master's Thesis, Master's Program in Islamic Economics, Postgraduate Program, K.H. Abdurrahman Wahid State Islamic University Pekalongan. Supervisors: (1) Prof. Dr. Hj. Susminingsih, M.Ag. (2) Dr. H. AM. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag.

Keywords: Ju'alah Contract, Attention Economy, Melolo Micro-Drama, Digital Reward System, Economic Behavior, Consumption Behavior.

The rapid development of the digital economy has given rise to various attention economy-based platforms that monetize users' attention as an economic resource. One such platform is the Melolo Micro-Drama streaming application, which implements a digital reward system by granting virtual coins to users upon completing specific activities. This mechanism raises important questions regarding the reward acquisition process, its conformity with the Ju'alah contract in Islamic economics, and its implications for users' economic and consumption behavior. Therefore, this study aims to analyze the reward acquisition mechanism in the Melolo application, examine its relevance to the Ju'alah contract, and investigate its implications for users' economic and consumption behavior.

This study employed a qualitative case study approach. Data were collected through observation, in-depth interviews with nine active Melolo users, and documentation. Data were analyzed using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldaña, including data condensation, data display, and conclusion drawing. The analysis was supported by the Theory of Planned Behavior (TPB), Self-Determination Theory (SDT), Attention Economy Theory, and the concept of the Ju'alah contract in Islamic economics.

The findings reveal that the Melolo reward system grants rewards only after users complete predetermined activities, including daily check-ins, watching micro-dramas, viewing advertisements, completing daily tasks, opening treasure boxes, and inviting new users through referral programs. Substantively, the reward mechanism is consistent with the principles of the Ju'alah contract because it fulfills the essential elements of ja'il (reward provider), maj'ul lah (reward recipient), 'amal (task), ju'l (reward), and sighat (agreement). However, improvements in reward calculation transparency are necessary to minimize the potential for gharar (uncertainty). Furthermore, the reward system encourages users to develop economic behavior by seeking additional income through digital activities while simultaneously influencing their consumption behavior, as the rewards are commonly utilized to purchase mobile credit, internet data packages, food, and other daily necessities.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur Alhamdulilláh terpanjatkan kehadirat Allah SWT yang telah dan senantiasa melimpahkan rahmat, inayah dan hidayah-Nya kepada kita semua. Shalawat teriring salam semoga senantiasa dan selalu terlimpahcurahkan kepada Junjungan Agung Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabat, tabi'in, tabi'it tabi'in dan para pengikut setia beliau hingga akhir zaman, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis ini dengan judul ***"Analisis Akad Ju'alah Dalam Sistem Imbalan Digital Berbasis Attention Economy Pada Aplikasi Streaming Melolo Micro-Drama"*** sebagai syarat untuk mendapat gelar Magister Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zarenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Bapak Prof. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag selaku Direktur Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Dr. Ali Muhtarom, M.H.I. selaku ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan..
4. Ibu Prof. Dr. Hj. Susminingsih, M. Ag.selaku Pembimbing I yang dengan penuh dedikasi telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan, dan buah pikirannya dalam tesis ini.
5. Bapak Dr. H. AM. Muh. Khafidz Ma'shum, M. Ag.selaku Pembimbing II yang dengan penuh dedikasi telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, dan arahannya dalam tesis ini.
6. Segenap Dosen dan Staf Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
7. Orang tua, saudara dan keluarga yang selalu mendoakan, dan atas segala kasih sayangnya.
8. Semua pihak yang telah membantu terwujudnya Tesis ini.

Kiranya tiada ungkapan yang paling indah yang dapat penulis haturkan selain iringan do'a Jazakumullahu Khoirol Jaza', semoga bantuan dukungan yang telah di berikan mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Amin.

Penulis menyadari tiada gading yang tak retak, begitupun kiranya Tesis ini masih jauh dari sempurna, sumbang pikir dan koreksi sangat bermanfaat dalam menyempurnakan Tesis ini.

Akhirnya penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pekalongan, 13 Juli 2026
Penulis,

Zahrotul Jannah
NIM. 50424012

DAFTAR ISI

COVER ..... **i**
PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **iii**
PENGESAHAN ..... **iv**
PERNYATAAN KEASLIAN ..... **v**
PEDOMAN TRANSLITERASI ..... **vii**
MOTO & PERSEMBAHAN ..... **ix**
ABSTRAK ..... **x**
ABSTRACT ..... **xi**
KATA PENGANTAR ..... **xii**
DAFTAR ISI ..... **xiv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Identifikasi Masalah 18
1.3 Pembatasan Masalah 19
1.4 Rumusan Masalah 21
1.5 Tujuan Penelitian 22
1.6 Manfaat Penelitian 22
1. Manfaat Teoretis 22
2. Manfaat Praktis 23
1.7 Sistematika Penulisan 24
BAB II LANDASAN TEORI **27**
2.1 Grand Theory (Theory of Planned Behavior) 27
2.2 Middle Theory (Self Determination Theory) 34
2.3 Applied Theory (Attention Theory & Akad Ju'alah) 41
2.4 Sintetis Kerangka Teoritis 56
2.5 Penelitian Terdahulu 59
2.6 Kerangka Berpikir 72
BAB III METODE PENELITIAN **75**
3.1 Desain Penelitian 75
3.2 Latar Penelitian 77
3.3 Teknis dan Instrumen Pengumpulan Data 80
3.4 Informan Penelitian 82
3.5 Teknik Pengumpulan Data 85

3.6 Teknik Keabsahan Data 88
3.7 TTeknik Analisis Data 90
3.8 Teknik Simpulan Data 94
BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN 98
4.1 Gambaran Umum Aplikasi Melolo Micro-Drama 98
4.2 Sistem Imbalan Digital dalam Ekosistem Platform 100
4.3 TKetentuan Reward pada Aplikasi Melolo 112
4.4 Profil Informan 115
BAB V TEMUAN HASIL PENELITIAN 118
5.1 Temuan Mekanisme Reward pada Aplikasi Melolo 118
5.2 Temuan Mekanisme Perolehan Imbalan Digital pada Aplikasi Melolo 122
5.3 Temuan Implikasi Sistem Reward pada Pengguna Melolo 126
BAB VI PEMBAHASAN 132
6.1 Pembahasan Mekanisme Reward pada Aplikasi Melolo 132
6.2 Pembahasan Sistem Reward Aplikasi Melolo dalam Perspektif Akad Ju'alah 136
6.3 TImplikasi Sistem Imbalan Digital Melolo terhadap Perilaku Pengguna dan Ekonomi Konsumsi 148
BAB VII KESIMPULAN 156
7.1 Kesimpulan 156
7.2 Saran 158

BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan mendasar terhadap cara masyarakat memproduksi, mendistribusikan, dan mengonsumsi informasi maupun hiburan (Segara et al., 2025). Transformasi tersebut tidak hanya melahirkan inovasi dalam bentuk media digital, tetapi juga mengubah mekanisme penciptaan nilai ekonomi di era digital (Kumala, 2021). Jika dalam ekonomi konvensional nilai ekonomi umumnya dihasilkan melalui proses produksi dan pertukaran barang atau jasa, maka dalam ekonomi digital nilai tersebut semakin banyak dibentuk melalui aktivitas pengguna di ruang digital, seperti perhatian (*attention*), interaksi, data perilaku, serta keterlibatan pengguna (*user engagement*) (Abdillah, 2024). Perubahan ini menunjukkan bahwa aktivitas yang sebelumnya dipandang sebagai perilaku konsumsi biasa kini dapat menjadi sumber daya ekonomi yang dikelola dan dimonetisasi oleh platform digital. Dengan demikian, perkembangan teknologi digital tidak hanya merepresentasikan kemajuan teknologi, tetapi juga menandai pergeseran paradigma ekonomi, ketika aktivitas dan keterlibatan pengguna memperoleh posisi strategis dalam model bisnis platform digital (Abdillah, 2024).

Pergeseran tersebut berkaitan dengan karakter ekonomi platform yang tidak semata-mata mempertemukan produsen dan konsumen, tetapi juga mengorganisasi interaksi, mengumpulkan data, membentuk pasar, serta

menentukan kondisi partisipasi melalui infrastruktur digital yang dikelola oleh perusahaan platform (Abdillah, 2024). Dalam konfigurasi semacam ini, aktivitas pengguna menghasilkan jejak data yang dapat digunakan untuk personalisasi layanan, pengembangan sistem rekomendasi, pengukuran keterlibatan, dan optimalisasi monetisasi (Agustian et al., 2025). Oleh karena itu, pengguna tidak hanya berkedudukan sebagai penerima layanan, tetapi juga menjadi bagian dari proses produksi nilai yang menopang keberlanjutan ekosistem platform.

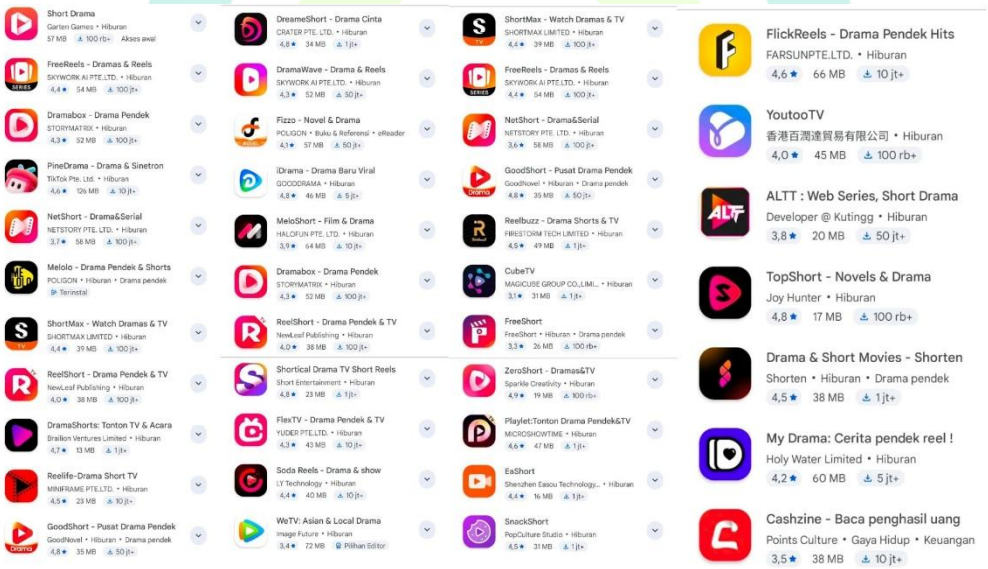
Perubahan mekanisme penciptaan nilai tersebut melahirkan suatu paradigma yang dikenal sebagai *attention economy*, yaitu suatu sistem ekonomi yang menempatkan perhatian manusia sebagai sumber daya yang memiliki nilai ekonomi (Ciampaglia et al., 2015). Dalam paradigma ini, kelangkaan utama tidak lagi semata-mata terletak pada informasi, melainkan pada kapasitas individu untuk memberikan perhatian di tengah melimpahnya arus informasi digital (Crogan & Kinsley, 2012). Gagasan tersebut berangkat dari argumentasi bahwa kelimpahan informasi secara konsekuensial menghasilkan kelangkaan perhatian, karena kemampuan manusia untuk memproses informasi tetap terbatas. Oleh sebab itu, perhatian menjadi sumber daya yang diperebutkan oleh berbagai aktor ekonomi digital.

Akibatnya, berbagai platform digital tidak hanya bersaing dalam menghasilkan konten, tetapi juga berlomba-lomba menarik, mempertahankan, dan mengarahkan perhatian pengguna melalui desain interaksi yang semakin

sistematis (Liang, 2022). Semakin intensif pengguna berinteraksi dengan suatu platform, semakin besar peluang platform untuk menghimpun data perilaku, mengoptimalkan rekomendasi, meningkatkan eksposur iklan, dan memperkuat proses monetisasi. Dalam konteks ini, perhatian pengguna tidak lagi dipahami sekadar sebagai aktivitas psikologis ketika mengonsumsi media, tetapi telah menjadi komponen strategis dalam model bisnis platform berbasis data dan keterlibatan (Pedersen et al., 2021).

Gambar 1.1

Berbagai Aplikasi Streaming Short-Drama di Google Playstore



Sumber: Google Playstore

Salah satu bentuk implementasi *attention economy* yang berkembang dalam industri hiburan digital adalah platform *short-drama* atau *vertical micro-drama* (Asyaddad et al., 2026). Berbeda dengan drama konvensional yang mengutamakan durasi panjang dan perkembangan alur secara bertahap, *short-drama* menyajikan episode berdurasi relatif singkat, ritme cerita cepat, konflik

padat, serta kesinambungan naratif yang dirancang untuk mendorong pengguna melanjutkan tontonan (Duan et al., 2025). Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa desain konten tidak hanya berkaitan dengan efisiensi penyampaian cerita, tetapi juga dengan upaya mempertahankan keterlibatan pengguna dalam lingkungan media digital yang kompetitif. Dalam kajian video pendek, keterlibatan pengguna dipengaruhi oleh kombinasi karakteristik konten, pola interaksi, dan mekanisme platform yang membentuk pengalaman konsumsi secara berulang (Asyaddad et al., 2026).

Karakteristik episode yang ringkas juga memungkinkan konten dikonsumsi dalam berbagai sela aktivitas sehari-hari, seperti waktu istirahat, perjalanan, atau sebelum tidur (Duan et al., 2025). Fleksibilitas tersebut menjadikan format video pendek kompatibel dengan pola konsumsi media melalui perangkat seluler. Akan tetapi, kemudahan konsumsi tidak dapat dipahami semata-mata sebagai persoalan durasi, sebab desain kesinambungan cerita, rekomendasi konten, dan kemudahan berpindah dari satu episode ke episode berikutnya turut membentuk pola keterlibatan pengguna (Tang & Wang, 2025). Dengan demikian, keberhasilan platform *short-drama* tidak hanya ditentukan oleh kualitas narasi, tetapi juga oleh kemampuannya mengorganisasi pengalaman pengguna agar konsumsi konten dapat berlangsung secara berulang.

Untuk mempertahankan perhatian pengguna sebagai sumber nilai ekonomi, platform digital mengembangkan berbagai mekanisme yang

dirancang untuk meningkatkan intensitas keterlibatan pengguna. Salah satu mekanisme utama yang digunakan adalah algoritma rekomendasi (*recommendation algorithm*) yang menganalisis berbagai sinyal perilaku, seperti riwayat tontonan, pola interaksi, preferensi konten, dan respons pengguna terhadap materi yang disajikan (Duan et al., 2025). Berdasarkan sinyal tersebut, sistem melakukan pemeringkatan dan penyajian konten yang diperkirakan relevan bagi pengguna. Dengan demikian, algoritma tidak hanya berfungsi sebagai teknologi penyaring informasi, tetapi juga berperan dalam mengorganisasi visibilitas dan pengalaman konsumsi media di dalam platform (Tang & Wang, 2025).

Dalam konteks ini, setiap aktivitas pengguna, termasuk menonton video, memberikan tanda suka (*like*), membagikan konten, atau menyelesaikan aktivitas tertentu, dapat menghasilkan jejak digital yang memiliki nilai bagi pengembangan sistem platform (Hanney & Hanney, 2026). Jejak tersebut memungkinkan perusahaan memahami pola perilaku, memperbaiki personalisasi, mengukur keterlibatan, dan mengoptimalkan strategi monetisasi. Oleh sebab itu, data perilaku pengguna tidak dapat dipandang sebagai residu teknis semata, tetapi menjadi bagian penting dari arsitektur ekonomi platform digital (Asyaddad et al., 2026)

Meskipun algoritma memiliki peran penting dalam mengelola distribusi perhatian, personalisasi konten saja belum tentu cukup untuk mempertahankan keterlibatan pengguna secara berkelanjutan. Oleh karena itu, berbagai platform

mengembangkan bentuk insentif dan elemen gamifikasi, seperti sistem *reward*, *daily mission*, *check-in*, bonus referal, poin digital, indikator progres, dan tugas tertentu yang dapat diselesaikan pengguna. Literatur gamifikasi menunjukkan bahwa elemen seperti poin, tujuan, umpan balik, dan penghargaan dapat memengaruhi pengalaman serta keterlibatan pengguna, meskipun efektivitasnya bersifat kontekstual dan tidak selalu seragam pada setiap pengguna maupun setiap jenis platform (Conaway & Garay, 2014).

Dalam perspektif *attention economy*, mekanisme tersebut tidak semata-mata dapat dibaca sebagai bentuk apresiasi terhadap pengguna, tetapi juga sebagai instrumen yang berpotensi membentuk pola keterlibatan (Crogan & Kinsley, 2012). Ketika imbalan dikaitkan dengan aktivitas tertentu, pengguna memperoleh dorongan tambahan untuk melakukan tindakan yang telah ditentukan oleh sistem. Namun demikian, hubungan antara *reward* dan perilaku tidak boleh dipahami secara deterministik, sebab keterlibatan pengguna juga dapat dipengaruhi oleh kualitas konten, kebutuhan hiburan, kebiasaan, konteks sosial, dan persepsi terhadap manfaat yang diterima. Karena itu, sistem *reward* perlu dianalisis sebagai salah satu mekanisme dalam konfigurasi yang lebih luas antara desain platform, motivasi pengguna, dan kepentingan ekonomi perusahaan digital (Dea et al., 2023).

Semakin tinggi intensitas aktivitas pengguna, semakin besar pula peluang terbentuknya lalu lintas digital, akumulasi data perilaku, eksposur iklan, dan berbagai bentuk monetisasi lainnya (Segara et al., 2025). Dalam

konfigurasi tersebut, sistem *reward* dapat merepresentasikan bentuk pertukaran ekonomi digital ketika pengguna menyerahkan waktu, perhatian, dan aktivitas tertentu, sedangkan platform memberikan imbalan berdasarkan mekanisme yang ditetapkannya (Kumala, 2021). Meskipun demikian, pertukaran tersebut tidak selalu berlangsung secara seimbang karena platform memiliki kontrol yang lebih besar terhadap desain sistem, aturan partisipasi, mekanisme perhitungan, dan perubahan ketentuan (Ciampaglia et al., 2015). Ketimpangan posisi ini merupakan salah satu karakter penting dalam ekonomi platform yang perlu dikaji secara kritis.

Perubahan bentuk pertukaran ekonomi dalam ekosistem platform digital tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara penyelenggara platform dan pengguna tidak selalu memadai apabila dipahami semata-mata sebagai hubungan antara penyedia layanan dan konsumen (Agustian et al., 2025). Dalam praktiknya, platform dapat menawarkan imbalan setelah pengguna menyelesaikan aktivitas atau target tertentu, sedangkan platform memperoleh manfaat dari peningkatan keterlibatan, perhatian, lalu lintas, maupun data perilaku pengguna. Hubungan timbal balik tersebut memperlihatkan adanya konfigurasi hak, kewajiban, aturan partisipasi, dan ekspektasi manfaat yang perlu dikaji tidak hanya dari sudut pandang strategi bisnis, tetapi juga dari perspektif hubungan ekonomi dan hukum (Pedersen et al., 2021).

Pola hubungan tersebut mengindikasikan bahwa mekanisme *reward* pada platform digital dapat menimbulkan persoalan mengenai kejelasan

aktivitas yang dipersyaratkan, kepastian imbalan, transparansi mekanisme, dan posisi para pihak (Santoso et al., 2026). Oleh karena itu, sistem *reward* tidak cukup dipahami hanya sebagai strategi pemasaran, tetapi juga relevan dikaji sebagai praktik muamalah kontemporer. Dalam ekonomi syariah, perkembangan bentuk transaksi baru pada dasarnya dimungkinkan selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah, sehingga substansi hubungan, kejelasan objek, kerelaan, keadilan, dan terbebasnya transaksi dari unsur terlarang menjadi aspek penting dalam penilaian hukum (Andriansyah et al., 2022).

Salah satu konsep dalam fikih muamalah yang memiliki karakteristik mendekati mekanisme pemberian imbalan atas pencapaian hasil tertentu adalah akad *Ju'alah*. Secara umum, *Ju'alah* merupakan komitmen pemberian imbalan tertentu kepada pihak yang berhasil mencapai hasil atau menyelesaikan pekerjaan yang ditentukan. Karakteristik pentingnya terletak pada keterkaitan antara hak memperoleh imbalan dan tercapainya hasil yang dipersyaratkan (Saepudin, 2018). Dalam konteks Indonesia, konsep tersebut memperoleh landasan normatif melalui Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad *Ju'alah* (DSN-MUI, 2007; az-Zuhaili, 2011).

Secara konseptual, pola tersebut tampak memiliki kemiripan dengan mekanisme *reward* pada platform digital ketika pengguna memperoleh imbalan setelah menyelesaikan aktivitas tertentu, seperti menonton konten

dalam durasi tertentu, melakukan *check-in* harian, menyelesaikan misi, atau mengundang pengguna baru (Hanney & Hanney, 2026). Akan tetapi, kesamaan bentuk tidak secara otomatis membuktikan kesamaan akad. Platform digital memiliki kompleksitas berupa aturan elektronik, sistem algoritmik, kemungkinan variasi pengalaman pengguna, perubahan ketentuan, dan struktur hubungan yang berbeda dari konstruksi *Ju'alah* klasik. Oleh sebab itu, kategorisasi syariah harus dilakukan melalui analisis terhadap rukun, syarat, objek pekerjaan, imbalan, kejelasan mekanisme, serta prinsip muamalah yang relevan, bukan hanya berdasarkan keberadaan *reward* (DSN-MUI, 2007; az-Zuhaili, 2011).

Hal ini sejalan dengan firman Allah Swt. dalam Q.S. Yusuf ayat 72:

قَالُوا نَفْقِدُ صُوَاعَ الْمَلِكِ وَلِمَنْ جَاءَ بِهِ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ

Artinya: *"Mereka menjawab, 'Kami kehilangan cawan raja, dan siapa yang dapat mengembalikannya akan memperoleh bahan makanan seberat beban unta dan aku jamin itu.'"* (Q.S. Yusuf [12]: 72).

Ayat tersebut sering dijadikan salah satu dasar normatif dalam pembahasan *Ju'alah* karena menggambarkan adanya janji pemberian imbalan kepada pihak yang berhasil mencapai hasil tertentu. Namun demikian, penggunaan ayat tersebut dalam konteks ekonomi digital tetap memerlukan kehati-hatian metodologis. Ayat tidak dapat digunakan secara langsung untuk melegitimasi seluruh sistem *reward* digital tanpa pemeriksaan terhadap struktur transaksi dan mekanisme aktualnya. Dengan kata lain, relevansi

normatif harus dibangun melalui analisis, bukan melalui analogi formal yang hanya bertumpu pada kesamaan adanya imbalan (Saepudin, 2018).

Dalam perspektif hukum Islam, perkembangan bentuk transaksi dan aktivitas ekonomi pada dasarnya bersifat dinamis. Kaidah *al-aṣlu fī al-muʿāmalāt al-ibāḥah* menegaskan bahwa pada prinsipnya muamalah diperbolehkan selama tidak terdapat dalil atau unsur yang menyebabkan larangan (Ramdhayant et al., 2026). Karena itu, sistem *reward* pada platform digital tidak dapat serta-merta dinilai berdasarkan bentuk teknologinya, tetapi harus dianalisis dari substansi hubungan para pihak, kejelasan mekanisme, kerelaan, keadilan, dan kemungkinan keberadaan unsur *gharar*, *maysir*, riba, maupun bentuk ketidakadilan lainnya (Al-bool, 2026).

Salah satu platform yang merepresentasikan karakteristik tersebut adalah Melolo Micro-Drama, yaitu aplikasi hiburan digital berbasis *vertical short-drama* yang mengintegrasikan penyajian konten singkat dengan mekanisme *reward* berbasis aktivitas pengguna. Berdasarkan uraian dalam dokumen penelitian, Melolo mengombinasikan aktivitas menonton dengan sejumlah mekanisme seperti *daily mission*, *check-in* harian, poin digital, dan program referal. Konfigurasi tersebut menunjukkan bahwa aktivitas menonton tidak hanya berada dalam ranah konsumsi hiburan, tetapi beririsan dengan mekanisme insentif yang dapat mendorong pengguna menjalankan aktivitas tertentu di dalam aplikasi.

Berbeda dengan platform streaming yang menempatkan langganan sebagai salah satu mekanisme utama akses konten, model Melolo yang dikaji dalam penelitian ini menunjukkan adanya hubungan antara konsumsi *short-drama* dan peluang memperoleh imbalan digital. Namun, secara akademik, hubungan tersebut tidak boleh langsung dipahami sebagai bukti bahwa seluruh pengguna memiliki motivasi yang sama atau seluruh akun mengalami mekanisme identik. Justru, kompleksitas pengalaman pengguna menjadi alasan penting bagi penelitian kualitatif untuk menelaah bagaimana mekanisme *reward* benar-benar dialami, dipahami, dan dimanfaatkan oleh informan penelitian.

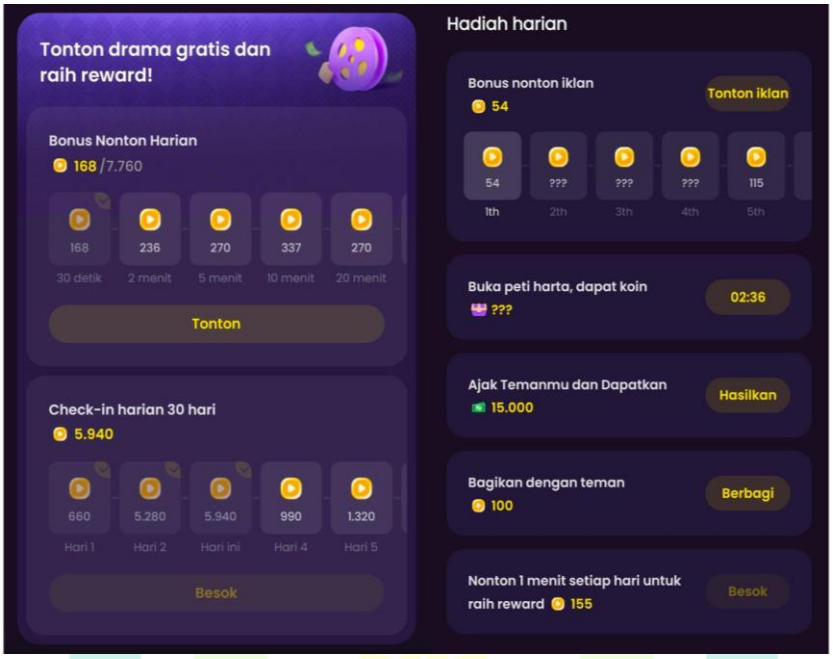
Perkembangan Melolo juga menunjukkan pertumbuhan sebagai salah satu platform *micro-drama* di kawasan Asia Tenggara. Berdasarkan data yang digunakan dalam naskah penelitian, laporan Overseas Idol tahun 2025 menyebut bahwa pada masa awal peluncurannya aplikasi ini mencapai lebih dari 670.000 pengguna aktif bulanan dengan pertumbuhan sekitar 193%, sementara Indonesia berkontribusi hampir 70% terhadap total unduhan. Data tersebut penting sebagai indikator perkembangan platform, tetapi perlu ditempatkan secara proporsional karena statistik dari sumber industri tidak selalu identik dengan data resmi perusahaan dan dapat berubah menurut periode pengukuran. Oleh sebab itu, angka tersebut lebih tepat digunakan untuk menunjukkan indikasi pertumbuhan dan relevansi fenomena, bukan sebagai ukuran permanen skala pengguna.

Kondisi tersebut menjadi semakin penting dikaji dalam konteks Indonesia karena perkembangan ekonomi digital berlangsung di tengah masyarakat dengan kebutuhan terhadap kepastian etis dan hukum dalam praktik muamalah kontemporer. Ekspansi transaksi dan interaksi berbasis platform menuntut ekonomi syariah untuk tidak berhenti pada pembahasan bentuk transaksi konvensional, tetapi juga mengembangkan kapasitas analitis terhadap hubungan ekonomi yang dimediasi oleh algoritma, data, dan ketentuan layanan elektronik. Dalam konteks ini, ekonomi syariah menghadapi tantangan untuk menjaga prinsip keadilan dan transparansi tanpa menutup ruang inovasi ekonomi digital (Kumala, 2021).

Melolo memungkinkan pengguna menikmati berbagai episode drama melalui aplikasi, sedangkan mekanisme *reward* memberikan peluang memperoleh koin digital setelah terpenuhinya aktivitas tertentu. Berdasarkan dokumentasi yang menjadi bagian penelitian, aktivitas tersebut mencakup antara lain durasi menonton, *check-in*, dan tugas tertentu, sementara koin yang diperoleh berada dalam mekanisme konversi dan penarikan sesuai ketentuan aplikasi. Karena mekanisme platform digital dapat berubah, deskripsi tersebut harus dipahami sebagai kondisi yang diamati dalam konteks dan periode penelitian, bukan sebagai karakter permanen seluruh akun Melolo.

Gambar 1.2

Berbagai Macam Reward di Aplikasi Melolo Micro-Drama



Sumber: Dokumentasi Peneliti

Meskipun secara konseptual mekanisme *reward* pada aplikasi Melolo memiliki karakteristik yang menyerupai akad *Ju'alah*, kesesuaian tersebut tidak dapat diasumsikan secara otomatis. Berbeda dengan konstruksi fikih yang menuntut terpenuhinya unsur dan persyaratan tertentu, sistem *reward* platform digital dijalankan melalui arsitektur aplikasi dan ketentuan layanan yang pada umumnya dirancang oleh penyelenggara platform. Kondisi tersebut menimbulkan persoalan mengenai kejelasan pekerjaan, transparansi perhitungan imbalan, kepastian hak pengguna, perubahan syarat, serta kecukupan informasi yang diterima pengguna. Karena itu, analisis akad harus bergerak melampaui kesamaan formal antara "tugas" dan "imbalan" menuju

pemeriksaan substantif atas struktur hubungan para pihak (Tang & Wang, 2025)

Persoalan tersebut menjadi semakin kritis karena platform memiliki kapasitas teknis dan informasional yang lebih besar daripada pengguna. Platform mengendalikan desain antarmuka, aturan partisipasi, sistem rekomendasi, dan mekanisme distribusi imbalan, sedangkan pengguna berinteraksi berdasarkan pilihan yang tersedia dalam sistem (Asyaddad et al., 2026). Ketimpangan informasi dan kontrol ini tidak otomatis membuktikan adanya ketidakadilan, tetapi menciptakan kebutuhan untuk menguji transparansi, kerelaan, dan proporsionalitas hubungan. Dalam kajian platform, asimetri kontrol merupakan isu penting karena aturan interaksi ditentukan melalui kombinasi tata kelola perusahaan dan infrastruktur algoritmik (Pedersen et al., 2021).

Berbagai penelitian terdahulu umumnya mengkaji sistem *reward* digital dari perspektif perilaku pengguna, gamifikasi, strategi peningkatan *user engagement*, maupun efektivitas desain platform. Studi Hamari et al. menunjukkan bahwa hasil gamifikasi sangat bergantung pada konteks implementasi dan karakter pengguna, sedangkan Sailer et al. menegaskan bahwa elemen desain gamifikasi dapat memengaruhi pemenuhan kebutuhan psikologis melalui mekanisme yang berbeda. Kajian Koivisto dan Hamari selanjutnya memperlihatkan bahwa penelitian gamifikasi berkembang luas,

tetapi tetap menghadapi persoalan heterogenitas desain dan hasil empiris (Hamari et al., 2014; Sailer et al., 2017; Koivisto & Hamari, 2019).

Sementara itu, kajian *attention economy* menempatkan perhatian sebagai sumber daya langka yang diperebutkan dan dikelola dalam lingkungan informasi yang melimpah. Perkembangan platform digital memperluas persoalan tersebut karena perhatian pengguna dapat dihubungkan dengan data, rekomendasi, iklan, dan mekanisme monetisasi. Namun, literatur *attention economy* tidak selalu secara khusus membahas struktur pemberian imbalan kepada pengguna dalam platform *short-drama*, terutama ketika imbalan tersebut dianalisis bersamaan dengan hubungan muamalah dan akad syariah (Pedersen et al., 2021).

Di sisi lain, kajian hukum ekonomi syariah telah membahas *Ju'alah* sebagai mekanisme pemberian imbalan atas tercapainya hasil tertentu, termasuk pengembangannya dalam transaksi kontemporer (Saepudin, 2018). Akan tetapi, penerapan konsep tersebut pada sistem *reward* berbasis perhatian menghadirkan persoalan yang lebih kompleks karena aktivitas pengguna berlangsung di dalam sistem algoritmik, sementara platform juga memperoleh manfaat dari keterlibatan dan data perilaku (Ciampaglia et al., 2015). Dengan demikian, persoalan penelitian tidak berhenti pada pertanyaan apakah terdapat tugas dan imbalan, tetapi juga mencakup bagaimana mekanisme itu bekerja, bagaimana pengguna memaknainya, serta sejauh mana unsur-unsur *Ju'alah* relevan terhadap praktik aktual.

Berdasarkan pemetaan tersebut, terdapat kesenjangan penelitian pada persilangan antara sistem *reward* digital, platform *short-drama*, ekonomi perhatian, perilaku pengguna, dan analisis akad *Ju'alah*. Penelitian gamifikasi cenderung menitikberatkan efektivitas elemen permainan terhadap keterlibatan, penelitian platform lebih banyak mengkaji data dan monetisasi, sedangkan penelitian ekonomi syariah umumnya menganalisis struktur akad dalam transaksi tertentu. Masih diperlukan penelitian yang mempertemukan dimensi-dimensi tersebut melalui pembacaan empiris terhadap pengalaman pengguna aplikasi *short-drama*. Kesenjangan ini bersifat konseptual sekaligus kontekstual karena objek yang diteliti merupakan sistem imbalan digital yang bekerja di dalam ekosistem hiburan berbasis perhatian.

Penelitian ini juga memiliki urgensi empiris karena mekanisme *reward* tidak selalu menghasilkan pengalaman yang seragam. Pengguna dapat memanfaatkan fitur yang berbeda, memiliki motivasi yang berbeda, dan menilai imbalan secara berbeda. Sebagian mungkin tertarik pada konten, sebagian memanfaatkan peluang koin, dan sebagian lainnya mengalami kombinasi keduanya. Oleh karena itu, pendekatan yang hanya melihat sistem dari sisi fitur teknis tidak cukup untuk menjelaskan bagaimana mekanisme tersebut bekerja dalam pengalaman nyata pengguna. Penelitian kualitatif diperlukan untuk menangkap variasi makna, praktik, dan pengalaman yang tidak selalu dapat direduksi menjadi hubungan variabel yang linear.

Dalam konteks penelitian ini, fokus terhadap pengguna Melolo di Kabupaten Pekalongan memberikan ruang untuk memahami sistem *reward* melalui pengalaman empiris pada konteks sosial tertentu. Pemilihan konteks lokal tidak dimaksudkan untuk menggeneralisasikan seluruh pengguna Melolo, tetapi untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai mekanisme, motivasi, aktivitas, persepsi, dan pemanfaatan imbalan oleh informan yang diteliti. Posisi tersebut sesuai dengan orientasi penelitian kualitatif yang menekankan kedalaman pemahaman dan keterikatan temuan pada konteks penelitian (Safarudin et al., 2023).

Atas dasar uraian tersebut, penelitian mengenai sistem imbalan digital pada aplikasi Melolo menjadi penting karena berada pada persilangan antara perkembangan ekonomi digital, perebutan perhatian pengguna, mekanisme insentif, perilaku penggunaan platform, dan prinsip hukum ekonomi syariah. Penelitian ini tidak berangkat dari asumsi bahwa sistem *reward* pasti meningkatkan loyalitas, tidak menganggap seluruh pengguna berorientasi ekonomi, dan tidak secara otomatis menyamakan setiap pemberian imbalan dengan akad *Ju'alah*. Sebaliknya, penelitian diarahkan untuk menguji mekanisme aktual dan pengalaman pengguna secara empiris sebelum melakukan analisis teoretis dan normatif.

Dengan fokus pada analisis implikasi sistem imbalan digital dalam aplikasi Melolo Micro-Drama terhadap aktivitas ekonomi pengguna, penelitian ini bertujuan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai

bagaimana mekanisme imbalan digital berkaitan dengan perilaku dan aktivitas ekonomi pengguna, serta menilai relevansinya dengan prinsip-prinsip fikih muamalah melalui pendekatan akad *Ju'alah*.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang menjadi dasar penelitian.

1. Perkembangan platform digital telah mengubah perhatian, waktu, interaksi, dan data perilaku pengguna menjadi sumber nilai ekonomi, tetapi hubungan antara aktivitas pengguna dan mekanisme penciptaan nilai platform belum selalu dipahami secara kritis.
2. Platform *short-drama* memiliki karakteristik konten singkat, konsumsi berulang, algoritma rekomendasi, dan desain keterlibatan yang berpotensi membentuk pola penggunaan berbeda dari platform streaming konvensional.
3. Sistem *reward* digital pada aplikasi Melolo menghubungkan aktivitas pengguna dengan perolehan koin atau imbalan, tetapi mekanisme aktual, tahapan perolehan, konversi, dan penarikan perlu dianalisis berdasarkan pengalaman empiris pengguna.
4. Tidak seluruh pengguna dapat diasumsikan memiliki motivasi yang sama dalam menggunakan Melolo karena aktivitas penggunaan dapat berkaitan dengan ketertarikan terhadap konten, kebutuhan hiburan, pengisian waktu luang, maupun keinginan memperoleh *reward*.

5. Sistem *reward* berpotensi berkaitan dengan penggunaan berulang, peningkatan intensitas aktivitas, atau durasi interaksi, tetapi hubungan tersebut tidak dapat langsung dinyatakan sebagai pengaruh kausal tanpa bukti empiris yang memadai.
6. Koin digital, konversi, penarikan, dan pemanfaatan hasil *reward* merupakan tahapan yang berbeda sehingga tidak dapat secara otomatis disamakan dengan pendapatan atau aktivitas konsumsi.
7. Mekanisme *reward* digital memiliki kemiripan formal dengan akad *Ju'alah* karena terdapat aktivitas dan imbalan, tetapi kesamaan tersebut belum membuktikan terpenuhinya rukun, syarat, kejelasan objek pekerjaan, dan prinsip-prinsip muamalah Islam.
8. Terdapat potensi persoalan transparansi, perubahan ketentuan, kejelasan imbalan, dan asimetri posisi antara platform dan pengguna yang memerlukan analisis lebih lanjut.
9. Kajian yang secara integratif menghubungkan sistem *reward* pada platform *short-drama*, *attention economy*, pengalaman pengguna, dan perspektif akad *Ju'alah* masih relatif terbatas.

1.3 Pembatasan Masalah

Agar penelitian memiliki fokus analitis yang jelas dan tidak berkembang terlalu luas, penelitian ini dibatasi pada sistem imbalan digital dalam aplikasi Melolo Micro-Drama sebagaimana dialami oleh informan penelitian di Kabupaten Pekalongan. Pembatasan tersebut penting karena penelitian kualitatif menuntut kedalaman pemahaman terhadap fenomena dalam konteks

tertentu dan tidak diarahkan untuk menghasilkan generalisasi statistik terhadap seluruh populasi pengguna aplikasi.

Pertama, penelitian dibatasi pada mekanisme perolehan imbalan digital yang ditemukan dalam konteks penelitian, termasuk aktivitas seperti *daily check-in*, bonus menonton, *watch ads*, *Treasure Box*, *referral*, *share*, konversi koin, dan penarikan *reward* sepanjang didukung oleh data wawancara, observasi, atau dokumentasi. Penelitian tidak mengasumsikan bahwa seluruh fitur tersedia secara identik pada setiap akun maupun setiap periode karena sistem platform digital dapat mengalami perubahan.

Kedua, penelitian dibatasi pada pengalaman informan pengguna Melolo yang menjadi subjek penelitian. Temuan penelitian tidak dimaksudkan untuk merepresentasikan seluruh pengguna Melolo di Indonesia maupun negara lain. Variasi pengalaman, motivasi, intensitas penggunaan, dan pemanfaatan *reward* diperlakukan sebagai bagian dari fenomena empiris, bukan sebagai penyimpangan yang harus dihilangkan.

Ketiga, penelitian menganalisis keterkaitan sistem imbalan digital dengan perilaku dan aktivitas ekonomi konsumsi pengguna berdasarkan bukti yang tersedia. Penelitian tidak menyamakan perolehan koin dengan pendapatan, tidak menyamakan konversi dengan penarikan, dan tidak menyimpulkan adanya aktivitas konsumsi apabila data hanya menunjukkan pengumpulan *reward*. Pembatasan tersebut diperlukan agar kesimpulan tetap proporsional terhadap bukti empiris.

Keempat, analisis hukum ekonomi syariah difokuskan pada relevansi akad *Ju'alah* terhadap mekanisme *reward* digital Melolo. Penelitian tidak secara otomatis menyatakan bahwa sistem tersebut memenuhi akad *Ju'alah* hanya karena terdapat tugas dan imbalan, tetapi mengkaji kesesuaiannya berdasarkan unsur, rukun, syarat, dan prinsip muamalah yang relevan (DSN-MUI, 2007; az-Zuhaili, 2011).

Kelima, penelitian tidak diarahkan untuk melakukan audit algoritma, membongkar kode sumber aplikasi, mengukur pendapatan perusahaan, atau menilai keseluruhan model bisnis Melolo. Pembahasan mengenai *attention economy* digunakan secara proporsional untuk memahami posisi perhatian dan keterlibatan pengguna dalam sistem platform digital, bukan untuk mengklaim eksploitasi atau manipulasi tanpa bukti empiris yang memadai.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan landasan teori yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme perolehan imbalan digital oleh pengguna aplikasi Melolo Micro-Drama?
2. Bagaimana relevansi sistem imbalan digital dalam aplikasi Melolo Micro-Drama ditinjau dari perspektif akad *Ju'alah*?
3. Bagaimana implikasi sistem imbalan digital dalam aplikasi Melolo Micro-Drama terhadap perilaku dan aktivitas ekonomi konsumsi pengguna?

1.5 Tujuan Penelitian

Berangkat dari rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis mekanisme perolehan imbalan digital oleh pengguna aplikasi Melolo Micro-Drama.
2. Untuk menganalisis relevansi sistem imbalan digital dalam aplikasi Melolo Micro-Drama ditinjau dari perspektif akad *Ju'alah*.
3. Untuk menganalisis implikasi sistem imbalan digital dalam aplikasi Melolo Micro-Drama terhadap perilaku dan aktivitas ekonomi konsumsi pengguna.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini secara umum terdiri atas dua aspek, yakni:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dalam pengembangan kajian ekonomi syariah, khususnya yang berkaitan dengan analisis praktik sistem imbalan digital dalam platform ekonomi digital. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi rujukan akademis dalam pengembangan konsep dan analisis akad syariah pada praktik ekonomi digital modern, terutama pada platform streaming berbasis aplikasi.

Secara lebih spesifik, penelitian ini diharapkan memperluas dialog antara kajian ekonomi platform, *attention economy*, perilaku

pengguna, dan fikih muamalah. Kontribusi tersebut penting karena perkembangan ekonomi digital menuntut kerangka analisis yang tidak hanya menjelaskan efisiensi teknologi, tetapi juga struktur pertukaran nilai, posisi pengguna, mekanisme imbalan, dan relevansi prinsip syariah terhadap bentuk hubungan ekonomi baru (Nieborg & Poell, 2018; Vallas & Schor, 2020).

Penelitian ini juga diharapkan memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian akad *Ju'alah* dalam konteks digital. Selama ini, pembahasan *Ju'alah* banyak bertumpu pada struktur pemberian imbalan atas pencapaian hasil tertentu, sedangkan platform digital menghadirkan kompleksitas tambahan berupa algoritma, aturan elektronik, data perilaku, dan kemungkinan perubahan mekanisme. Oleh sebab itu, penelitian ini dapat memperkaya pembacaan kontemporer terhadap penerapan prinsip akad dalam ekosistem platform (DSN-MUI, 2007; az-Zuhaili, 2011).

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan bagi pengelola platform digital, khususnya aplikasi streaming Melolo Micro-Drama, dalam merancang dan mengimplementasikan sistem imbalan digital yang sesuai dengan prinsip syariat Islam. Bagi pengguna, penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman yang lebih kritis mengenai mekanisme *reward*, hubungan

antara aktivitas dan imbalan, tahapan konversi dan penarikan, serta pentingnya membaca ketentuan platform secara cermat. Pemahaman tersebut relevan agar pengguna tidak secara sederhana menyamakan poin digital dengan pendapatan yang telah terealisasi.

Bagi akademisi dan peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan menjadi rujukan untuk mengembangkan penelitian mengenai platform *short-drama*, sistem *reward*, perilaku pengguna, *attention economy*, dan ekonomi syariah melalui konteks, pendekatan, maupun objek yang berbeda.

Bagi pemangku kepentingan yang berkaitan dengan pengembangan ekonomi syariah dan literasi digital, hasil penelitian ini diharapkan memberikan gambaran mengenai kompleksitas transaksi dan hubungan ekonomi dalam platform digital sehingga perumusan edukasi maupun kajian kebijakan dapat lebih responsif terhadap perkembangan teknologi.

1.7 Sistematika Penulisan

Struktur bagian ini saya sesuaikan sistematika penulisan dan menjelaskan fungsi setiap bab secara ringkas.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang penelitian, identifikasi masalah, pembatasan

masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

1.1 Latar Belakang

1.2 Identifikasi Masalah

1.3 Pembatasan Masalah

1.4 Rumusan Masalah

1.5 Tujuan Penelitian

1.6 Manfaat Penelitian

1.7 Sistematika Penulisan

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas teori-teori yang menjadi dasar analisis penelitian, penelitian terdahulu, kebaruan penelitian, serta kerangka berpikir. Teori yang digunakan mencakup *Theory of Planned Behavior* sebagai *grand theory*, *Self-Determination Theory* sebagai *middle range theory*, serta *Attention Economy* dan akad *Ju'alah* sebagai kerangka analisis terapan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan desain penelitian, latar penelitian, subjek atau informan penelitian, teknik dan instrumen pengumpulan data, teknik keabsahan data, teknik analisis data, dan teknik penyimpulan data.

BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN

Bab ini mendeskripsikan gambaran umum aplikasi Melolo Micro-Drama, sistem imbalan digital, profil informan penelitian, serta gambaran

penggunaan sistem *reward* oleh informan. Bab ini bersifat deskriptif dan belum diarahkan pada analisis teoretis.

BAB V TEMUAN HASIL PENELITIAN

Bab ini menyajikan temuan empiris yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Temuan disusun berdasarkan mekanisme sistem imbalan digital, motivasi informan, aktivitas memperoleh imbalan, persepsi terhadap sistem, pemanfaatan imbalan, keterkaitan sistem *reward* dengan perilaku penggunaan, serta temuan utama penelitian.

BAB VI PEMBAHASAN

Bab ini menganalisis temuan penelitian melalui kerangka *Theory of Planned Behavior*, *Self-Determination Theory*, *Attention Economy*, dan perspektif akad *Ju'alah*. Pembahasan dilakukan secara selektif berdasarkan relevansi teori terhadap temuan empiris dan tidak memaksakan seluruh teori pada setiap temuan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Grand Theory (*Theory of Planned Behavior*)

Berbagai penelitian mengenai perilaku pengguna dalam ekosistem digital menunjukkan bahwa aktivitas pengguna tidak berlangsung secara spontan, melainkan dipengaruhi oleh proses kognitif yang membentuk niat sebelum suatu perilaku dilakukan. Oleh karena itu, pemahaman terhadap perilaku pengguna menjadi fondasi penting dalam menjelaskan mengapa seseorang bersedia mengalokasikan perhatian, waktu, dan keterlibatannya pada suatu platform digital. Dalam konteks tersebut, *Theory of Planned Behavior (TPB)* yang dikembangkan oleh Ajzen merupakan salah satu teori perilaku yang paling banyak digunakan untuk menjelaskan terbentuknya niat dan perilaku individu dalam berbagai konteks, termasuk adopsi teknologi, media digital, dan perilaku konsumen.

Pemilihan TPB sebagai *grand theory* dalam penelitian ini didasarkan pada kemampuannya menjelaskan hubungan antara keyakinan individu, pembentukan niat, dan perilaku aktual dalam menggunakan aplikasi digital. Berbeda dengan teori adopsi teknologi yang lebih menitikberatkan pada aspek teknis, TPB memberikan ruang yang lebih luas untuk memahami bagaimana sikap, pengaruh sosial, dan persepsi kemampuan individu membentuk keputusan perilaku pengguna.

Meskipun demikian, sejumlah penelitian mengemukakan bahwa TPB belum sepenuhnya mampu menjelaskan perilaku digital yang bersifat berulang (*habitual engagement*) maupun perilaku yang dipengaruhi oleh mekanisme insentif platform. TPB cenderung menempatkan perilaku sebagai konsekuensi dari niat rasional, sedangkan dalam platform digital modern perilaku pengguna sering kali dibentuk melalui algoritma, gamifikasi, dan sistem reward yang bekerja secara terus-menerus.

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan teori yang dikembangkan oleh Ajzen (Bosnjak et al., 1841) sebagai penyempurnaan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang sebelumnya dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (Bosnjak et al., 1841). TPB menjelaskan bahwa perilaku seseorang tidak terjadi secara spontan, melainkan didahului oleh adanya niat (behavioral intention) yang dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Menurut Ajzen (Bosnjak et al., 1841), semakin positif sikap individu terhadap suatu perilaku, semakin besar dukungan sosial yang diterima, serta semakin tinggi keyakinan individu bahwa perilaku tersebut mudah dilakukan, maka semakin besar pula niat untuk melakukan perilaku tersebut. Dengan demikian, TPB menjadi salah satu teori perilaku yang paling banyak digunakan untuk menjelaskan proses pengambilan keputusan individu dalam berbagai konteks, termasuk perilaku konsumen.

Secara konseptual, TPB menjelaskan bahwa niat berperilaku merupakan prediktor utama munculnya suatu tindakan. Niat tersebut dibentuk oleh tiga konstruk utama. Pertama, *attitude toward behavior*, yaitu evaluasi individu terhadap suatu perilaku berdasarkan manfaat atau kerugian yang dipersepsikan. Dalam konteks pemasaran, sikap positif dapat terbentuk ketika konsumen merasa memperoleh manfaat, seperti reward yang menarik atau pelayanan yang memuaskan. Kedua, *subjective norm*, yaitu persepsi individu mengenai tekanan atau dukungan sosial dari orang-orang yang dianggap penting terhadap suatu perilaku. Dukungan dari keluarga, teman, atau lingkungan dapat memengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan suatu produk atau layanan. Ketiga, *perceived behavioral control*, yaitu persepsi individu mengenai kemudahan atau kemampuan dalam melakukan suatu perilaku, yang dipengaruhi oleh sumber daya, kesempatan, maupun hambatan yang dimiliki. Ketiga komponen tersebut secara bersama-sama membentuk niat konsumen untuk melakukan pembelian ulang, mempertahankan hubungan dengan perusahaan, atau menunjukkan loyalitas terhadap suatu merek.

Meskipun TPB telah banyak digunakan dalam penelitian perilaku konsumen, teori ini tidak terlepas dari berbagai kritik. Beberapa peneliti berpendapat bahwa TPB lebih menekankan proses pengambilan keputusan yang rasional sehingga kurang mampu menjelaskan perilaku yang dipengaruhi oleh emosi, kebiasaan, maupun faktor situasional. Sniehotta et al. (2014) mengemukakan bahwa hubungan antara niat dan perilaku tidak selalu konsisten karena terdapat kesenjangan antara *intention* dan *actual behavior*.

Selain itu, TPB dinilai belum sepenuhnya mampu menjelaskan perilaku yang bersifat spontan atau impulsif, yang sering terjadi dalam konteks konsumsi.

Dalam perkembangan penelitian pemasaran, beberapa peneliti kemudian mengembangkan TPB dengan menambahkan variabel lain, seperti kepercayaan (*trust*), kepuasan (*customer satisfaction*), kualitas layanan, nilai yang dirasakan (*perceived value*), maupun religiusitas agar kemampuan prediksi model menjadi lebih baik.

TPB memiliki beberapa keunggulan yang menjadikannya sebagai salah satu *grand theory* yang paling banyak digunakan dalam penelitian pemasaran. Pertama, teori ini memiliki struktur yang sederhana namun mampu menjelaskan proses terbentuknya perilaku secara sistematis melalui hubungan antara sikap, norma subjektif, persepsi kontrol, niat, dan perilaku. Kedua, TPB telah diuji secara empiris pada berbagai bidang, seperti kesehatan, pendidikan, kewirausahaan, teknologi informasi, hingga perilaku konsumen, sehingga memiliki validitas yang tinggi. Ketiga, teori ini bersifat fleksibel karena dapat dikombinasikan dengan berbagai variabel eksternal tanpa mengubah struktur utama teori. Fleksibilitas tersebut memungkinkan peneliti menambahkan faktor-faktor pemasaran, seperti reward, kualitas layanan, maupun kepuasan pelanggan untuk meningkatkan kemampuan model dalam menjelaskan perilaku konsumen.

Di samping kelebihannya, TPB juga memiliki beberapa keterbatasan. Teori ini mengasumsikan bahwa individu selalu bertindak secara rasional ketika mengambil keputusan, padahal perilaku konsumen sering kali

dipengaruhi oleh faktor emosional, kebiasaan, maupun kondisi lingkungan yang tidak dapat diprediksi. Selain itu, TPB lebih menitikberatkan pada niat sebagai prediktor perilaku sehingga kurang memperhatikan perubahan perilaku yang terjadi akibat pengalaman setelah pembelian. Dalam konteks loyalitas pelanggan, perilaku tidak hanya dipengaruhi oleh niat, tetapi juga oleh kepuasan, pengalaman layanan, hubungan emosional dengan merek, serta manfaat ekonomi yang diterima secara berkelanjutan. Oleh karena itu, banyak penelitian modern mengombinasikan TPB dengan variabel pemasaran lain agar mampu menjelaskan loyalitas pelanggan secara lebih komprehensif.

Theory of Planned Behavior dipilih sebagai *grand theory* dalam penelitian ini karena mampu menjelaskan mekanisme bagaimana pemberian reward dapat memengaruhi perilaku pelanggan hingga terbentuk loyalitas terhadap Melolo. Reward dipandang sebagai stimulus eksternal yang membentuk sikap positif pelanggan karena memberikan manfaat ekonomi maupun psikologis. Sikap positif tersebut kemudian meningkatkan niat pelanggan untuk melakukan pembelian ulang dan mempertahankan hubungan dengan Melolo.

Selain itu, keberadaan program reward juga dapat memperkuat persepsi pelanggan bahwa bertransaksi di Melolo memberikan keuntungan yang lebih besar dibandingkan alternatif lain, sehingga meningkatkan perceived behavioral control dalam mengambil keputusan pembelian. Meskipun penelitian ini tidak menguji secara langsung seluruh konstruk TPB, teori ini tetap menjadi landasan konseptual untuk menjelaskan bahwa faktor-faktor

pemasaran, termasuk reward, dapat memengaruhi proses psikologis konsumen yang pada akhirnya tercermin dalam loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, TPB dinilai relevan sebagai *grand theory* yang memberikan dasar teoritis dalam menjelaskan hubungan antara reward dan loyalitas pelanggan pada penelitian ini.

Dalam perspektif ekonomi syariah, perilaku manusia dalam melakukan suatu aktifitas juga dipengaruhi oleh niat dan tujuan yang melatarbelakangi tindakan tersebut. Islam memandang bahwa setiap tindakan manusia memiliki konsekuensi dan nilai sesuai dengan niat yang mendasarinya. Sebagaimana firman Allah swt. dalam Q.S. Ar-Ra'd ayat 11:

إِنَّ اللهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتّٰى يُغَيِّرُوْا مَا بِاَنْفُسِهِمْۗ

"Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah apa yang ada pada diri mereka."

Ayat tersebut menunjukkan bahwa perubahan perilaku manusia berawal dari dorongan, kesadaran, dan keputusan individu itu sendiri. Dalam konteks penelitian ini, penggunaan aplikasi Melolo serta keterlibatan pengguna dalam sistem *reward* digital menunjukkan adanya niat dan motivasi tertentu yang memengaruhi perilaku pengguna dalam melakukan aktivitas digital pada aplikasi tersebut. Selain itu, konsep perilaku dan niat dalam islam juga selaras dengan hadits Rasulullah saw:

إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّةِ، وَإِنَّمَا لِكُلِّ امْرِئٍ مَا نَوَى

"Sesungguhnya setiap amalan itu tergantung pada niatnya. Dan sesungguhnya setiap orang akan mendapatkan balasan sesuai dengan apa yang diniatkannya"

Hadits ini relevan dengan *Theory of Planned Behavior* karena menegaskan bahwa tindakan seseorang dipengaruhi oleh niat yang ada dalam dirinya. Dalam penelitian ini, niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi Melolo dapat dipengaruhi oleh persepsi manfaat, pengaruh sosial, maupun keyakinan bahwa aktivitas dalam aplikasi dapat memberikan keuntungan tertentu bagi pengguna.

Berdasarkan pembahasan tersebut, penelitian ini menempatkan *Theory of Planned Behavior* (TPB) sebagai *grand theory* yang berfungsi memberikan dasar konseptual dalam menjelaskan bagaimana stimulus pemasaran dapat memengaruhi perilaku konsumen. Penelitian ini tidak menguji secara empiris seluruh konstruk TPB, seperti *attitude toward behavior*, *subjective norm*, *perceived behavioral control*, maupun *behavioral intention*. Sebaliknya, TPB digunakan untuk menjelaskan bahwa perilaku loyal pelanggan tidak muncul secara spontan, tetapi merupakan hasil dari proses psikologis yang dipengaruhi oleh evaluasi konsumen terhadap manfaat yang diterima.

Dalam penelitian ini, reward dipandang sebagai faktor eksternal yang mampu membentuk persepsi positif pelanggan terhadap Melolo sehingga mendorong kecenderungan untuk melakukan pembelian ulang dan mempertahankan hubungan dengan perusahaan. Dengan demikian, penggunaan TPB sebagai *grand theory* memberikan justifikasi teoritis bahwa reward memiliki peran dalam memengaruhi perilaku loyal pelanggan, meskipun mekanisme internal yang dijelaskan TPB tidak diuji secara langsung dalam model penelitian.

2.2. Middle Theory (*Self Determination Theory*)

Middle range theory dalam penelitian ini menggunakan *Self-Determination Theory* (SDT) yang dikembangkan oleh Edward L. Deci dan Richard M. Ryan (1985). Teori ini dipilih karena mampu menjelaskan mekanisme psikologis yang mendasari muncul dan bertahannya motivasi individu dalam melakukan suatu perilaku. Berbeda dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menjelaskan pembentukan niat dan perilaku melalui aspek sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku, *Self-Determination Theory* berfokus pada kualitas motivasi yang mendorong individu untuk secara sukarela mempertahankan suatu perilaku. Dengan demikian, SDT memberikan penjelasan yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor psikologis yang menyebabkan seseorang tetap terlibat dalam suatu aktivitas meskipun aktivitas tersebut dilakukan secara berulang dalam jangka waktu yang panjang.

Dalam konteks penelitian ini, *Self-Determination Theory* digunakan untuk menjelaskan motivasi pengguna dalam menggunakan aplikasi short-drama Melolo, khususnya terkait bagaimana sistem reward digital memengaruhi keterlibatan pengguna selama berinteraksi dengan aplikasi. SDT memandang bahwa perilaku individu tidak hanya dipengaruhi oleh imbalan eksternal, tetapi juga oleh terpenuhinya tiga kebutuhan psikologis dasar (*basic psychological needs*), yaitu *autonomy*, *competence*, dan *relatedness*. *Autonomy* menggambarkan kebutuhan individu untuk memiliki kebebasan dalam menentukan tindakan yang dilakukan, *competence* menunjukkan kebutuhan

untuk merasa mampu dan berhasil menyelesaikan suatu aktivitas, sedangkan *relatedness* mencerminkan kebutuhan untuk merasa terhubung dan diterima dalam lingkungan sosialnya. Pemenuhan ketiga kebutuhan tersebut diyakini mampu meningkatkan kualitas motivasi sehingga individu terdorong untuk mempertahankan perilaku tertentu secara berkelanjutan.

Self-Determination Theory (SDT) merupakan teori motivasi yang dikembangkan oleh Edward L. Deci dan Richard M. Ryan (1985; 2000) untuk menjelaskan faktor-faktor psikologis yang mendorong individu melakukan dan mempertahankan suatu perilaku. Berbeda dengan teori motivasi yang menitikberatkan pada pemberian insentif eksternal, SDT menekankan bahwa kualitas motivasi seseorang dipengaruhi oleh sejauh mana lingkungan mampu memenuhi kebutuhan psikologis dasar individu. Menurut Deci dan Ryan (2000), perilaku akan cenderung berlangsung secara berkelanjutan apabila individu merasa memiliki kebebasan dalam bertindak (*autonomy*), merasa mampu menyelesaikan tugas yang dihadapi (*competence*), serta merasa memiliki hubungan sosial yang bermakna dengan lingkungan (*relatedness*). Dengan demikian, SDT tidak hanya menjelaskan alasan seseorang melakukan suatu tindakan, tetapi juga menguraikan bagaimana motivasi dapat dipertahankan dalam jangka panjang melalui pemenuhan kebutuhan psikologis tersebut.

Secara konseptual, SDT membedakan motivasi menjadi dua bentuk utama, yaitu motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik. Motivasi intrinsik

muncul ketika individu melakukan suatu aktivitas karena aktivitas tersebut memberikan kepuasan, kesenangan, atau tantangan yang berasal dari dirinya sendiri. Sebaliknya, motivasi ekstrinsik muncul karena adanya faktor di luar individu, seperti penghargaan, insentif, hukuman, atau tekanan sosial. Meskipun demikian, SDT tidak memandang motivasi ekstrinsik sebagai sesuatu yang selalu bersifat negatif. Deci dan Ryan menjelaskan bahwa motivasi ekstrinsik dapat mengalami proses internalisasi, yaitu perubahan dari motivasi yang semula didorong oleh imbalan eksternal menjadi motivasi yang diterima sebagai bagian dari nilai dan tujuan pribadi individu. Semakin tinggi tingkat internalisasi, semakin besar kemungkinan perilaku tersebut dipertahankan secara konsisten.

Selain membedakan jenis motivasi, SDT menjelaskan bahwa keberlangsungan perilaku dipengaruhi oleh terpenuhinya tiga kebutuhan psikologis dasar (*basic psychological needs*), yaitu *autonomy*, *competence*, dan *relatedness*. Ketiga kebutuhan tersebut saling melengkapi dalam membentuk kualitas motivasi individu. *Autonomy* mengacu pada kebutuhan individu untuk merasa memiliki kebebasan dalam menentukan pilihan dan mengendalikan tindakannya sendiri. Individu akan menunjukkan motivasi yang lebih tinggi ketika merasa bahwa perilaku yang dilakukan merupakan hasil keputusan pribadi, bukan semata-mata karena paksaan atau tekanan eksternal.

Competence merupakan kebutuhan untuk merasa mampu, efektif, dan berhasil dalam menyelesaikan suatu aktivitas. Perasaan berhasil setelah

menyelesaikan suatu tugas akan meningkatkan keyakinan diri sekaligus mendorong individu untuk mengulangi perilaku tersebut pada kesempatan berikutnya.

Relatedness mengacu pada kebutuhan untuk merasa diterima, dihargai, dan memiliki hubungan sosial yang positif dengan individu maupun kelompok lain. Lingkungan sosial yang mendukung akan memperkuat motivasi individu karena perilaku yang dilakukan memperoleh pengakuan dan dukungan dari orang-orang di sekitarnya.

Perkembangan teknologi digital mendorong penerapan SDT dalam berbagai penelitian mengenai perilaku pengguna aplikasi, media sosial, permainan daring (*online games*), hingga sistem *gamification*. Dalam konteks digital, kebutuhan psikologis pengguna tidak hanya dipenuhi melalui interaksi antarmanusia, tetapi juga melalui desain sistem aplikasi yang dirancang untuk meningkatkan pengalaman pengguna (*user experience*) dan mempertahankan keterlibatan (*user engagement*).

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa fitur seperti sistem poin, lencana (*badges*), level, tantangan harian (*daily tasks*), maupun program *reward* digital mampu meningkatkan persepsi kompetensi pengguna melalui rasa pencapaian setelah berhasil menyelesaikan suatu aktivitas. Di sisi lain, kebebasan memilih konten atau aktivitas tertentu memberikan pengalaman otonomi, sedangkan fitur komunitas, *referral*, ulasan pengguna, maupun interaksi melalui media sosial mendukung terbentuknya kebutuhan akan

keterhubungan sosial (*relatedness*). Oleh karena itu, SDT banyak digunakan untuk menjelaskan mengapa pengguna bersedia menghabiskan waktu secara berulang dalam suatu platform digital meskipun aktivitas tersebut tidak selalu menghasilkan manfaat ekonomi secara langsung.

Walaupun SDT telah banyak digunakan dalam penelitian perilaku konsumen dan sistem informasi, beberapa peneliti mengemukakan bahwa teori ini memiliki keterbatasan ketika diterapkan pada platform digital berbasis insentif. Salah satu perdebatan utama berkaitan dengan penggunaan *reward* eksternal. Deci, Koestner, dan Ryan (1999) menjelaskan bahwa pemberian penghargaan yang bersifat mengendalikan (*controlling rewards*) berpotensi menurunkan motivasi intrinsik apabila individu mulai melakukan aktivitas semata-mata untuk memperoleh imbalan. Sebaliknya, apabila *reward* dipersepsikan sebagai bentuk apresiasi terhadap kompetensi pengguna (*informational rewards*), maka penghargaan tersebut justru dapat memperkuat motivasi intrinsik.

Dalam konteks platform digital, temuan empiris juga menunjukkan bahwa efektivitas sistem *reward* sangat dipengaruhi oleh desain aplikasi. Program *reward* yang terlalu berorientasi pada insentif jangka pendek dapat meningkatkan penggunaan aplikasi dalam jangka pendek, tetapi belum tentu mampu membangun keterlibatan yang berkelanjutan apabila tidak diimbangi dengan pengalaman pengguna yang memuaskan. Dengan demikian, keberhasilan sistem *reward* tidak hanya ditentukan oleh besarnya penghargaan

yang diberikan, tetapi juga oleh kemampuan platform dalam memenuhi kebutuhan psikologis pengguna.

Self-Determination Theory memiliki beberapa keunggulan sebagai landasan teoritis dalam menjelaskan perilaku pengguna aplikasi digital. Pertama, SDT tidak hanya menjelaskan apakah seseorang termotivasi, tetapi juga mengidentifikasi kualitas motivasi yang mendasari suatu perilaku. Kedua, teori ini mampu menjelaskan hubungan antara desain sistem digital dengan keterlibatan pengguna melalui pemenuhan kebutuhan psikologis dasar. Ketiga, SDT telah banyak digunakan dalam penelitian mengenai *gamification*, *mobile application*, *digital marketing*, *online learning*, dan perilaku konsumen sehingga memiliki dukungan empiris yang kuat. Fleksibilitas tersebut menjadikan SDT relevan untuk menjelaskan perilaku pengguna pada berbagai platform digital, termasuk aplikasi hiburan berbasis *short-drama*.

Meskipun demikian, SDT juga memiliki beberapa keterbatasan. Teori ini lebih menitikberatkan pada aspek motivasi psikologis individu sehingga kurang memperhatikan pengaruh faktor eksternal lain, seperti karakteristik teknologi, kondisi ekonomi, atau strategi pemasaran perusahaan. Selain itu, pengukuran kebutuhan psikologis sering kali bersifat subjektif sehingga hasil penelitian dapat dipengaruhi oleh persepsi masing-masing responden. Dalam konteks aplikasi digital, perilaku pengguna juga dipengaruhi oleh faktor lain, seperti kualitas sistem, kemudahan penggunaan, harga, maupun kualitas konten, yang tidak secara langsung dijelaskan dalam SDT.

Dalam penelitian ini, Self-Determination Theory diposisikan sebagai *middle range theory* yang menjembatani hubungan antara *Theory of Planned Behavior (TPB)* sebagai *grand theory* dengan fenomena empiris penggunaan aplikasi Melolo. Jika TPB memberikan penjelasan mengenai proses terbentuknya niat dan perilaku pengguna secara umum, maka SDT digunakan untuk menjelaskan mekanisme psikologis yang mendasari keterlibatan pengguna dalam sistem *reward* digital. Program *reward* pada aplikasi Melolo dipandang sebagai bentuk motivasi ekstrinsik yang dapat mendorong pengguna untuk melakukan berbagai aktivitas, seperti menonton episode, menyelesaikan *daily task*, melakukan *check-in*, menonton iklan, maupun mengundang pengguna lain. Namun demikian, keterlibatan pengguna tidak hanya ditentukan oleh adanya insentif tersebut.

Pengguna juga terdorong oleh motivasi intrinsik berupa rasa penasaran terhadap alur cerita, kepuasan ketika menyelesaikan tantangan, serta pengalaman hiburan yang diperoleh selama menggunakan aplikasi. Dengan demikian, SDT memberikan penjelasan bahwa efektivitas sistem *reward* tidak hanya bergantung pada nilai penghargaan yang diberikan, tetapi juga pada kemampuannya memenuhi kebutuhan akan *autonomy*, *competence*, dan *relatedness*. Oleh karena itu, teori ini relevan digunakan sebagai *middle range theory* untuk menjelaskan bagaimana sistem *reward* digital dapat meningkatkan keterlibatan pengguna dan menjadi dasar terbentuknya perilaku loyal terhadap aplikasi Melolo.

2.3 Applied Theory (*Attention Theory & Akad Ju'alah*)

Applied theory dalam penelitian ini menggunakan konsep *attention economy* dan akad ju'alah sebagai dasar analisis dalam membaca sistem *reward* digital pada aplikasi *short-drama* Melolo. Pemilihan kedua teori tersebut didasarkan pada fokus penelitian yang menitikberatkan pada mekanisme pemanfaatan perhatian pengguna sebagai sumber nilai ekonomi platform serta hubungan pemberian imbalan antara platform dan pengguna aplikasi. Dalam konteks *attention economy*, perhatian pengguna dipahami sebagai komoditas digital yang memiliki nilai ekonomi. Platform digital seperti Melolo mempertahankan keterlibatan pengguna melalui sistem *reward, daily task, unlock episode, referral*, dan mekanisme menonton iklan agar pengguna terus berinteraksi dengan aplikasi. Dengan demikian, sistem *reward* tidak hanya berfungsi sebagai fitur tambahan, tetapi sebagai strategi platform dalam membangun *engagement* dan retensi pengguna dalam ekosistem digital.

Sementara itu, akad ju'alah digunakan untuk menganalisis mekanisme pemberian *reward* dalam aplikasi Melolo, di mana platform memberikan imbalan kepada pengguna setelah menyelesaikan tugas atau aktivitas tertentu. Kerangka ini digunakan untuk membaca kejelasan tugas, bentuk imbalan, serta hubungan antara platform sebagai pemberi imbalan (*ja'il*) dan pengguna sebagai pelaksana tugas (*maj'ul lah*) dalam sistem *reward* digital aplikasi. Dengan demikian, *attention economy* digunakan untuk membaca logika ekonomi digital dalam sistem *reward* Melolo, sedangkan akad ju'alah

digunakan untuk menganalisis mekanisme pemberian imbalan dalam perspektif ekonomi syariah.

2.3.1. *Attention Economy Theory*

Konsep *Attention Economy* berangkat dari pemikiran Herbert A. Simon (1971) yang menyatakan bahwa meningkatnya ketersediaan informasi justru menciptakan kelangkaan perhatian (*attention scarcity*). Menurut Simon, dalam masyarakat modern persoalan utama bukan lagi keterbatasan informasi, melainkan keterbatasan kapasitas kognitif manusia dalam memproses informasi yang tersedia. Semakin melimpah informasi yang diterima seseorang, semakin besar pula kompetisi untuk memperoleh perhatian individu tersebut. Dengan demikian, perhatian menjadi sumber daya yang terbatas (*scarce resource*) dan memiliki nilai strategis dalam proses komunikasi maupun aktivitas ekonomi.

Gagasan tersebut kemudian dikembangkan oleh Michael H. Goldhaber (1997) melalui konsep *attention economy* yang menempatkan perhatian sebagai bentuk kapital baru (*new currency*) dalam ekonomi digital. Goldhaber berpendapat bahwa perkembangan internet telah menggeser orientasi ekonomi dari produksi barang dan jasa menuju kompetisi untuk memperoleh perhatian pengguna. Dalam perspektif ini, keberhasilan suatu organisasi, media, maupun platform digital tidak lagi hanya diukur berdasarkan jumlah informasi yang diproduksi, tetapi juga berdasarkan kemampuannya menarik, mempertahankan, dan mengelola

perhatian audiens. Perhatian pengguna dipandang sebagai aset ekonomi karena menjadi dasar bagi terbentuknya lalu lintas pengguna (*traffic*), interaksi digital (*engagement*), serta berbagai aktivitas ekonomi lainnya.

Perkembangan berikutnya dikemukakan oleh Davenport dan Beck (2001) yang memperluas konsep *attention economy* ke dalam konteks manajemen bisnis dan pemasaran digital. Mereka menjelaskan bahwa perhatian merupakan sumber daya strategis yang harus dikelola sebagaimana perusahaan mengelola modal, tenaga kerja, maupun teknologi. Dalam lingkungan bisnis digital yang semakin kompetitif, organisasi dituntut mampu merancang berbagai strategi komunikasi, desain antarmuka (*user interface*), serta pengalaman pengguna (*user experience*) untuk memperoleh dan mempertahankan perhatian konsumen. Pandangan ini menunjukkan bahwa perhatian tidak hanya menjadi objek persaingan antarmedia, tetapi juga menjadi faktor penentu keberhasilan model bisnis digital.

Seiring berkembangnya teknologi digital, konsep *attention economy* mengalami perluasan pada berbagai platform berbasis algoritma, seperti media sosial, layanan *video streaming*, *mobile games*, hingga aplikasi hiburan digital. Dalam ekosistem tersebut, perhatian pengguna tidak lagi dipertahankan hanya melalui penyajian informasi, tetapi juga melalui pemanfaatan teknologi seperti algoritma rekomendasi, *personalized content*, *autoplay*, *infinite scrolling*,

notifikasi, *gamification*, dan sistem *reward* digital. Berbagai mekanisme tersebut dirancang untuk meningkatkan durasi penggunaan aplikasi, frekuensi interaksi, serta tingkat keterlibatan pengguna (*user engagement*), yang selanjutnya dikonversi menjadi nilai ekonomi melalui pendapatan iklan, pembelian dalam aplikasi (*in-app purchase*), maupun peningkatan nilai platform.

Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa *attention economy* telah bergeser dari sekadar konsep mengenai kelangkaan perhatian menjadi kerangka teoritis yang menjelaskan bagaimana perusahaan digital membangun model bisnis berbasis monetisasi perhatian pengguna. Dalam konteks platform hiburan digital, perhatian pengguna tidak hanya diposisikan sebagai respons psikologis terhadap konten, tetapi juga sebagai aset ekonomi yang dikelola melalui desain sistem dan arsitektur platform. Oleh karena itu, teori *attention economy* menjadi semakin relevan untuk menjelaskan dinamika industri digital kontemporer yang bergantung pada kemampuan platform dalam memperoleh, mempertahankan, dan mengoptimalkan perhatian pengguna sebagai sumber penciptaan nilai ekonomi.

Dalam penelitian ini, perkembangan konsep tersebut menjadi landasan untuk memahami mekanisme kerja aplikasi Melolo sebagai platform *short-drama* berbasis digital. Melolo tidak hanya menyediakan konten hiburan, tetapi juga menerapkan berbagai fitur seperti *daily task*,

reward digital, *unlock episode*, *referral*, dan aktivitas menonton iklan yang dirancang untuk mempertahankan perhatian pengguna secara berkelanjutan. Dengan demikian, teori *Attention Economy* digunakan sebagai kerangka analisis untuk menjelaskan bahwa sistem *reward* pada aplikasi Melolo tidak semata-mata berfungsi sebagai insentif bagi pengguna, melainkan merupakan bagian dari strategi ekonomi platform dalam mengelola perhatian sebagai sumber daya yang bernilai ekonomi.

Meskipun *Attention Economy* telah menjadi salah satu kerangka teoritis yang banyak digunakan untuk menjelaskan model bisnis platform digital, penerapannya masih menjadi perdebatan dalam literatur akademik. Sebagian peneliti memandang bahwa pemanfaatan perhatian pengguna merupakan konsekuensi yang wajar dari perkembangan ekonomi digital, karena perhatian telah menjadi sumber daya yang memiliki nilai ekonomi sebagaimana modal, tenaga kerja, dan informasi. Dalam perspektif ini, berbagai strategi seperti personalisasi konten, algoritma rekomendasi, sistem *reward*, maupun *gamification* dipandang sebagai bentuk inovasi yang bertujuan meningkatkan pengalaman pengguna (*user experience*) sekaligus menciptakan nilai bagi platform dan pengguna. Melalui mekanisme tersebut, pengguna memperoleh akses terhadap konten yang lebih relevan, sementara platform mampu mempertahankan keberlanjutan model bisnisnya melalui peningkatan *engagement*, *traffic*, dan pendapatan digital.

Di sisi lain, sejumlah akademisi mengkritik bahwa praktik *Attention Economy* berpotensi menggeser orientasi platform digital dari penyediaan layanan menjadi eksploitasi perhatian pengguna. Dalam pandangan ini, berbagai fitur seperti *infinite scrolling*, *autoplay*, notifikasi yang bersifat persuasif, algoritma rekomendasi, maupun sistem *reward* dirancang bukan semata-mata untuk meningkatkan kualitas pengalaman pengguna, tetapi juga untuk memperpanjang durasi penggunaan aplikasi dan meningkatkan peluang monetisasi. Akibatnya, perhatian pengguna diperlakukan sebagai komoditas ekonomi yang terus dioptimalkan melalui berbagai mekanisme desain perilaku (*behavioral design*). Kritik tersebut menimbulkan diskusi mengenai aspek etika dalam pengembangan platform digital, khususnya terkait transparansi algoritma, perlindungan otonomi pengguna, kesejahteraan digital (*digital well-being*), serta batas antara strategi pemasaran yang sah dan praktik manipulasi perilaku (*behavioral manipulation*).

Perdebatan tersebut menunjukkan bahwa *Attention Economy* tidak dapat dipahami hanya sebagai teori mengenai bagaimana platform memperoleh keuntungan dari perhatian pengguna, tetapi juga sebagai kerangka yang membuka ruang evaluasi terhadap implikasi sosial, psikologis, dan etis dari desain ekonomi digital. Oleh karena itu, analisis terhadap suatu platform digital perlu mempertimbangkan dua perspektif secara seimbang, yaitu perspektif ekonomi yang menempatkan perhatian sebagai aset strategis dalam menciptakan nilai bagi perusahaan, serta

perspektif etika yang menekankan pentingnya perlindungan terhadap kepentingan dan kesejahteraan pengguna dalam ekosistem digital.

Dalam konteks penelitian ini, perdebatan tersebut menjadi relevan untuk membaca mekanisme *reward* pada aplikasi Melolo secara lebih komprehensif. Penelitian ini tidak memosisikan sistem *reward* semata-mata sebagai bentuk eksploitasi perhatian pengguna ataupun sebagai strategi bisnis yang sepenuhnya menguntungkan pengguna. Sebaliknya, sistem *reward* dipahami sebagai instrumen ekonomi digital yang memiliki fungsi ganda, yaitu memberikan insentif kepada pengguna sekaligus meningkatkan keterlibatan (*engagement*) yang menjadi sumber nilai ekonomi bagi platform. Oleh karena itu, teori *Attention Economy* digunakan bukan untuk memberikan penilaian normatif terhadap praktik yang dilakukan Melolo, melainkan sebagai kerangka analisis untuk memahami bagaimana perhatian pengguna dikelola, dipertahankan, dan dikonversi menjadi nilai ekonomi melalui berbagai mekanisme *reward* yang diterapkan dalam aplikasi.

2.3.2. Teori Akad Ju'alah

Perkembangan model bisnis digital menghadirkan berbagai bentuk hubungan hukum antara penyedia platform dan pengguna yang tidak selalu dapat dijelaskan menggunakan akad-akad muamalah konvensional. Oleh karena itu, penentuan akad yang tepat menjadi penting agar analisis terhadap sistem *reward* digital memiliki dasar

konseptual yang jelas. Dalam literatur fikih muamalah, beberapa akad yang memiliki kemiripan dengan mekanisme pemberian *reward* antara lain ijarah, hibah, hadiah, dan ju'alah. Meskipun sama-sama melibatkan pemberian manfaat atau imbalan, masing-masing akad memiliki karakteristik, rukun, dan konsekuensi hukum yang berbeda sehingga tidak dapat diterapkan secara serta-merta pada seluruh praktik ekonomi digital.

Akad ijarah merupakan akad pemindahan manfaat atas suatu pekerjaan atau jasa dengan imbalan (*ujrah*) yang telah disepakati sejak awal (Jannati, 2022). Karakteristik utama ijarah adalah adanya hubungan kontraktual yang jelas mengenai jenis pekerjaan, besaran upah, jangka waktu pelaksanaan, serta kewajiban masing-masing pihak. Dalam sistem *reward* aplikasi Melolo, hubungan antara platform dan pengguna tidak menunjukkan karakteristik tersebut karena pengguna tidak dipekerjakan sebagai penyedia jasa ataupun tenaga kerja yang memperoleh upah tetap. Aktivitas seperti menonton drama, melakukan *check-in*, menyelesaikan *daily task*, atau mengundang pengguna lain merupakan aktivitas sukarela yang dilakukan sesuai pilihan pengguna tanpa adanya kewajiban kontraktual sebagaimana dalam akad ijara. Dengan demikian, mekanisme tersebut lebih menonjolkan pemberian imbalan berdasarkan pencapaian hasil daripada pembayaran jasa dalam hubungan ijarah.

Sementara itu, akad hibah dan hadiah pada dasarnya merupakan pemberian suatu manfaat atau harta secara sukarela tanpa adanya kewajiban bagi penerima untuk melaksanakan pekerjaan tertentu. Hibah maupun hadiah umumnya didasarkan pada unsur kemurahan hati (*tabarru'*) dan tidak mensyaratkan adanya prestasi yang harus dipenuhi sebelum pemberian dilakukan. Karakteristik tersebut berbeda dengan mekanisme *reward* pada aplikasi Melolo, karena pengguna hanya memperoleh imbalan apabila berhasil memenuhi syarat atau menyelesaikan aktivitas yang telah ditentukan oleh platform. Dengan demikian, pemberian *reward* dalam aplikasi tidak dapat dikategorikan sebagai hibah ataupun hadiah murni, karena terdapat hubungan kausal antara penyelesaian tugas dan pemberian imbalan.

Ju'alah secara etimologis berasal dari Bahasa Arab, yaitu kata *ja'ala* yang berarti menjadikan, menetapkan, atau memberikan suatu sebagai imbalan atas suatu pekerjaan. Secara terminologis, ju'alah merupakan komitmen atau janji dari pihak pemebri imbalan untuk memberikan sejumlah imbalan tertentu kepada pihak yang berhasil melaksanakan pekerjaan atau mencapai hasil sebagaimana yang telah ditentukan. Akad ini memberikan ruang bagi seseorang untuk menawarkan imbalan atas suatu pekerjaan yang hasilnya diharapkan dapat diwujudkan oleh pihak lain (Tamjis & Tunggak, 2015).

Menurut pengertian fikih muamalah, ju'alah merupakan akad pemberian imbalan atas keberhasilan menyelesaikan pekerjaan atau mencapai hasil tertentu, tanpa mengharuskan adanya hubungan kerja yang bersifat tetap antara pemberi imbalan dan pelaksana pekerjaan. Berbeda dengan ijarah yang menitikberatkan pada pembayaran atas manfaat jasa atau pekerjaan yang disepakati, ju'alah lebih menitikberatkan pada tercapainya hasil (natijah) yang menjadu tujuan pemberian imbalan atau hasul dipersyaratkan berhasil dipenuhi (Pasi, 2023).

Pengertian tersebut juga sejalan dengan Fatwa DSN-MUI Nomor 62/DAN-MUI/XII/2007 tentang akad ju'alah. Dalam fatwa tersebut, ju'alah didefinisikan sebagai janji atau komitmen untuk memberikan imblaan tertentu atas pencapaian hasil dari suatu pekerjaan yang telah ditentukan. Fatwa tersebut juga menjelaskan bahwa ja'il merupakan pihak yang menjanjikan imbalan, sedangkan maj'ul lah merupakan pihak yang melaksanakan pekerjaan atau tugas dalam akad ju'alah (Ali & Mahmudah, 2021). Definisi ini menunjukkan bahwa unsur utama ju'alah bukan sekedar adanya pemberian imbalan, melainkan adanya komitmen pemberian imbalan yang dikaitkan dengan pencapaian hasil pekerjaan tertentu.

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat dipahami bahwa ju'alah merupakan akad yang memberikan dasar hukum bagi pemberian imbalan

berdasarkan keberhasilan seseorang dalam menyelesaikan pekerjaan atau mencapai target yang ditawarkan oleh pihak pemberi imbalan. Karakteristik ini menjadikan ju'alah relevan untuk menjelaskan berbagai bentuk transaksi kontemporer yang menggunakan mekanisme *performance-based reward*, termasuk system pemberian imbalan pada platform digital.

Dasar hukum akad ju'alah dapat ditemukan dalam al-Qur'an, hadis Nabi SAW, serta ketentuan fikih muamalah yang dikembangkan oleh para ulama. Meskipun istilah ju'alah tidak disebutkan secara eksplisit sebagai nama suatu akad dalam al-Qur'an, praktik pemberian imbalan atas pencapaian hasil memperoleh landasan dari sejumlah dalil yang dijadikan rujukan oleh para ulama.

قَالُوا نَفْقِدُ صُوَاعَ الْمَلِكِ وَلِمَنْ جَاءَ بِهِ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ

> Artinya: *"Mereka menjawab, 'Kami kehilangan cawan raja, dan siapa yang dapat mengembalikannya akan memperoleh bahan makanan seberat beban unta dan aku jamin itu.'"* (Q.S. Yusuf [12]: 72).

Ayat tersebut menggambarkan adanya penawaran imbalan berupa bahan makanan seberat beban seekor unta kepada siapa pun yang berhasil menemukan dan mengembalikan piala raja yang hilang. Dalam konteks fikih muamalah, praktik tersebut dipahami sebagai salah satu landasan kebolehan ju'alah karena menunjukkan adanya penetapan imbalan oleh pihak pemberi imbalan atas keberhasilan seseorang dalam

mencapai hasil tertentu (Sumiati & Nuraeni, 2022). Dengan demikian, ayat tersebut memberikan gambaran mengenai prinsip dasar ju'alah, yaitu adanya pekerjaan atau hasil yang ditawarkan serta imbalan yang dijanjikan sebagai konsekuensi atas keberhasilan pelaksanaannya.

Selain Al-Qur'an, dasar hukum ju'alah juga merujuk pada hadis yang diriwayatkan oleh Imam al-Bukhari mengenai sekelompok sahabat Nabi Muhammad SAW yang memperoleh imbalan berupa sejumlah kambing setelah berhasil menyembuhkan seorang kepala kampung melalui ruqyah menggunakan Surah Al-Fatihah. Dalam peristiwa tersebut, penduduk kampung menjanjikan sejumlah kambing sebagai imbalan apabila salah seorang sahabat berhasil menyembuhkan kepala kampung yang tersengat binatang berbisa. Setelah kepala kampung tersebut sembuh, para sahabat menerima imbalan yang telah dijanjikan. Ketika peristiwa tersebut disampaikan kepada Rasulullah SAW, beliau membenarkan tindakan para sahabat tersebut. Riwayat ini menjadi salah satu landasan kebolehan ju'alah karena menunjukkan pengakuan Rasulullah SAW terhadap praktik pemberian imbalan yang didasarkan pada keberhasilan menyelesaikan suatu pekerjaan.

Dalam konteks hukum ekonomi syariah di Indonesia, ketentuan mengenai akad ju'alah secara khusus diatur dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad Ju'alah (Agustina et al., 2026). Fatwa tersebut memberikan pedoman mengenai pengertian,

ketentuan para pihak, objek pekerjaan, hasil pekerjaan, serta imbalan yang menjadi bagian dari akad ju'alah. Keberadaan fatwa ini menunjukkan bahwa ju'alah tidak hanya memiliki landasan dalam sumber hukum Islam, tetapi juga telah memperoleh pengaturan sebagai salah satu bentuk akad yang dapat diterapkan dalam kegiatan bisnis dan pelayanan jasa kontemporer.

Berdasarkan landasan tersebut, akad ju'alah pada dasarnya diperbolehkan sepanjang pelaksanaannya memenuhi ketentuan syariah. Pekerjaan yang menjadi objek akad harus merupakan pekerjaan yang dibolehkan, hasil yang dipersyaratkan harus jelas, dan imbalan yang dijanjikan harus diketahui oleh para pihak. Oleh karena itu, penerapan ju'alah dalam aktivitas ekonomi digital tetap harus memperhatikan prinsip kehalalan objek pekerjaan, kejelasan ketentuan, transparansi imbalan, serta pemenuhan hak pihak yang berhasil menyelesaikan pekerjaan.

Dalam pelaksanaannya, akad ju'alah memiliki sejumlah unsur dan ketentuan yang harus dipenuhi agar akad tersebut sah dan sesuai dengan prinsip syariah. Unsur-unsur tersebut mencakup rukun, syarat, serta karakteristik yang menjadi dasar dalam membentuk dan mengatur hubungan antara pemberi imbalan dengan pelaksana pekerjaan.

Rukun akad ju'alah terdiri atas lima unsur yang saling berkaitan, yaitu:

1. Ja'il, yaitu pihak yang menjanjikan atau menyediakan imbalan atas keberhasilan suatu pekerjaan.
2. Maj'ul lah, yaitu pihak yang melaksanakan pekerjaan atau berusaha mencapai hasil yang telah ditentukan.
3. 'Amal atau natijah, yaitu pekerjaan atau hasil yang menjadi objek akad dan harus dicapai oleh pelaksana.
4. Ju'l, yaitu imbalan atau kompensasi yang dijanjikan oleh pemberi imbalan kepada pelaksana pekerjaan.
5. Sighat, yaitu pernyataan penawaran atau komitmen pemberian imbalan yang menunjukkan adanya kesepakatan dalam akad.

Kelima unsur tersebut membentuk hubungan hukum dalam akad ju’alah, yaitu adanya penawaran pekerjaan dengan imbalan tertentu yang menjadi hak pelaksana apabila berhasil mencapai hasil yang dipersyaratkan (Tamjis & Tunggak, 2015).

Pelaksanaan akad ju’alah harus memenuhi beberapa persyaratan agar sesuai dengan prinsip syariah. Pertama, pihak pemberi imbalan (ja'il) harus memiliki kecakapan dan kewenangan hukum untuk melakukan tindakan akad. Kedua, pekerjaan yang ditawarkan harus merupakan aktivitas yang diperbolehkan menurut syariah dan memiliki manfaat yang dapat dibenarkan. Ketiga, hasil pekerjaan (natijah) harus ditentukan secara jelas agar pelaksana memahami target yang harus dicapai. Keempat, imbalan (ju'l) harus diketahui besarannya dan

memiliki nilai yang jelas sehingga tidak menimbulkan perselisihan. Kelima, pemberian imbalan dilakukan setelah pekerjaan berhasil diselesaikan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan (Tamjis & Tunggak, 2015).

Persyaratan tersebut sejalan dengan Fatwa DSN-MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad Ju'alah yang menekankan kejelasan pekerjaan, hasil, dan imbalan serta kewajiban pemberi imbalan untuk memenuhi kompensasi setelah hasil pekerjaan tercapai (Agustina et al., 2026).

Akad ju'alah memiliki beberapa karakteristik yang membedakannya dari akad muamalah lainnya. Pertama, berorientasi pada pencapaian hasil (*result-oriented*), sehingga hak atas imbalan muncul setelah pekerjaan berhasil diselesaikan. Kedua, bersifat fleksibel karena tidak mengharuskan adanya hubungan kerja tetap antara pemberi imbalan dan pelaksana pekerjaan. Ketiga, penawaran pekerjaan dapat ditujukan kepada individu tertentu maupun masyarakat secara umum, sehingga siapa pun yang memenuhi persyaratan berhak memperoleh imbalan. Keempat, imbalan bersifat bersyarat, yaitu diberikan berdasarkan keberhasilan mencapai target yang telah ditentukan. Kelima, ju'alah memungkinkan adanya ketidakpastian dalam proses pelaksanaan pekerjaan, tetapi hasil yang menjadi dasar pemberian imbalan tetap harus jelas.

Karakteristik tersebut menjadikan ju'alah dapat diterapkan pada berbagai aktivitas ekonomi kontemporer yang menggunakan mekanisme pemberian imbalan berdasarkan pencapaian target, seperti program referral, insentif berbasis misi, dan sistem reward pada platform digital.

2.4. Sintetis Kerangka Teoritis

Penelitian ini menggunakan pendekatan teoritis yang bersifat bertingkat (*multi-theoretical framework*) untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai mekanisme terbentuknya loyalitas pengguna pada aplikasi *short-drama* Melolo melalui sistem *reward* digital. Penggunaan beberapa teori tidak dimaksudkan sebagai teori yang berdiri sendiri, melainkan sebagai satu kesatuan kerangka konseptual yang saling melengkapi dalam menjelaskan fenomena penelitian dari perspektif perilaku, motivasi, ekonomi digital, dan ekonomi syariah.

Pada tingkat konseptual yang paling umum, *Theory of Planned Behavior (TPB)* digunakan sebagai *grand theory* karena mampu menjelaskan proses terbentuknya perilaku individu melalui sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) yang membentuk niat (*behavioral intention*) hingga akhirnya diwujudkan dalam perilaku aktual. Dalam konteks penelitian ini, TPB memberikan landasan bahwa loyalitas pelanggan terhadap aplikasi Melolo merupakan hasil dari proses psikologis yang diawali oleh evaluasi konsumen terhadap manfaat

yang diperoleh selama menggunakan aplikasi. Dengan demikian, TPB memberikan dasar konseptual mengenai bagaimana suatu stimulus pemasaran dapat memengaruhi kecenderungan perilaku konsumen.

Selanjutnya, *Self-Determination Theory (SDT)* diposisikan sebagai *middle range theory* yang menjelaskan mekanisme psikologis yang melatarbelakangi munculnya perilaku tersebut. Apabila TPB menjelaskan proses terbentuknya perilaku secara umum, maka SDT memberikan penjelasan yang lebih spesifik mengenai kualitas motivasi yang mendorong pengguna untuk mempertahankan penggunaan aplikasi. Melalui konsep *autonomy*, *competence*, dan *relatedness*, SDT menjelaskan bahwa efektivitas sistem *reward* tidak hanya ditentukan oleh besarnya imbalan yang diberikan, tetapi juga oleh kemampuan sistem tersebut dalam memenuhi kebutuhan psikologis pengguna sehingga mendorong motivasi intrinsik maupun ekstrinsik untuk tetap menggunakan aplikasi.

Pada tingkat yang lebih operasional, penelitian ini menggunakan *Attention Economy Theory* sebagai *applied theory* untuk menjelaskan strategi bisnis yang melandasi penerapan sistem *reward* digital pada platform Melolo. Teori ini memandang bahwa perhatian pengguna merupakan sumber daya ekonomi yang bernilai sehingga berbagai fitur aplikasi, seperti *daily task*, *reward, unlock episode*, *referral*, dan aktivitas menonton iklan, dirancang untuk mempertahankan perhatian dan meningkatkan keterlibatan pengguna (*user engagement*). Dengan demikian, *Attention Economy* memberikan

perspektif bahwa sistem *reward* tidak hanya berfungsi sebagai insentif bagi pengguna, tetapi juga sebagai mekanisme monetisasi perhatian yang mendukung keberlanjutan model bisnis platform digital.

Sementara itu, dari perspektif ekonomi syariah, penelitian ini menggunakan *akad ju'alah* sebagai *applied theory* untuk menganalisis kesesuaian mekanisme pemberian *reward* dengan prinsip-prinsip muamalah Islam. Akad ju'alah digunakan karena memiliki karakteristik pemberian imbalan atas keberhasilan menyelesaikan pekerjaan atau target tertentu, sehingga secara konseptual sesuai dengan mekanisme *reward* yang diterapkan pada aplikasi Melolo. Melalui pendekatan ini, penelitian tidak hanya menganalisis fungsi ekonomi dari sistem *reward*, tetapi juga menilai kejelasan akad, transparansi mekanisme pemberian imbalan, serta kesesuaiannya dengan prinsip keadilan dan kepastian hukum dalam ekonomi syariah.

Berdasarkan sintesis tersebut, keempat teori yang digunakan memiliki fungsi analitis yang berbeda namun saling melengkapi. *Theory of Planned Behavior* menjelaskan bagaimana perilaku loyal terbentuk, *Self-Determination Theory* menjelaskan motivasi psikologis yang mempertahankan perilaku tersebut, *Attention Economy Theory* menjelaskan strategi platform digital dalam membangun dan memonetisasi keterlibatan pengguna melalui sistem *reward*, sedangkan *akad ju'alah* memberikan landasan normatif untuk menilai kesesuaian mekanisme pemberian *reward* berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Integrasi keempat teori tersebut menghasilkan kerangka

konseptual yang utuh dalam menjelaskan hubungan antara sistem *reward* digital dan loyalitas pelanggan pada aplikasi Melolo.

2.5. Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian terdahulu yang membahas sistem *reward digital*, gamifikasi aplikasi, dan mekanisme pemberian imbalan dalam memberikan pijakan penting bagi penelitian ini. Berbagai studi menunjukkan bahwa sistem *reward* pada platform digital tidak hanya berfungsi sebagai strategi peningkatan keterlibatan pengguna, tetapi juga dapat dianalisis sebagai bentuk praktik muamalah modern yang berkaitan dengan akad, transparansi, dan keadilan dalam pemberian imbalan.

Sejumlah penelitian yang relevan dengan topik ini antara lain sebagai berikut:

1. Studi oleh Nurhanisa Ridwan: Penelitian ini mengkaji pengaruh penggunaan aplikasi *Wordwall* dan pemberian *reward* terhadap motivasi menghafal juz amma di SDN 88 Parepare. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi *Wordwall* memiliki hubungan sebesar 31,5% terhadap motivasi menghafal dan termasuk kategori rendah. Sementara itu, pemberian *reward* memiliki hubungan sebesar 64,1% dan termasuk kategori kuat. Hasil penelitian juga menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara penggunaan aplikasi *Wordwall* dan pemberian *reward* terhadap motivasi menghafal juz amma dengan kontribusi pengaruh sebesar 41,2%. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa sistem *reward* pada media digital mampu

meningkatkan motivasi dan keterlibatan pengguna dalam menyelesaikan aktivitas tertentu.

2. Studi oleh Rosfuzah Binti Roslan: Penelitian ini membahas faktor-faktor yang memengaruhi niat keberlanjutan penggunaan aplikasi *mobile e-quiz* berbasis gamifikasi di kalangan mahasiswa pendidikan tinggi Malaysia. Penelitian mengintegrasikan *Expectation Confirmation Model* (ECM) dan *Extended* UTAUT2 dengan tambahan variabel kepercayaan dan keterlibatan pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan, persepsi kegunaan, persepsi kenikmatan, dan kepercayaan menjadi faktor penting dalam membentuk niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi. Temuan tersebut menunjukkan bahwa sistem gamifikasi dan reward digital berperan dalam membangun engagement serta loyalitas pengguna terhadap platform digital.
3. Studi oleh Wahidin dan Safaruddin (2024): Penelitian ini menganalisis mekanisme pemberian imbalan pada program TikTok Affiliate dalam perspektif hukum ekonomi syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme *reward* dilakukan melalui promosi produk oleh kreator menggunakan tautan tertentu, kemudian kreator memperoleh komisi sebesar 10–30% setelah transaksi berhasil dilakukan. Penelitian menyimpulkan bahwa mekanisme tersebut sesuai dengan prinsip akad ju'alah karena memenuhi unsur kejelasan pekerjaan, transparansi imbalan, dan keadilan bagi pihak yang terlibat.

4. Studi oleh Anyu Zhang: Penelitian ini mengkaji hubungan antara gamifikasi dan *purchase intention* pada konteks pengguna di China dengan kepercayaan merek sebagai variabel mediasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gamifikasi memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat pembelian dan mampu meningkatkan keterlibatan pengguna. Selain itu, kepercayaan merek terbukti menjadi faktor mediasi yang memperkuat hubungan antara gamifikasi dan *purchase intention*. Temuan ini memperlihatkan bahwa elemen *reward* dan gamifikasi pada platform digital memiliki pengaruh terhadap perilaku pengguna serta aktivitas ekonomi digital.
5. Studi oleh Muhammad Shobirin dan Abdul Hafiz (2024): Penelitian ini membahas penukaran poin menjadi uang pada aplikasi TikTok dalam perspektif akad muamalah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas seperti mengundang pengguna baru, menonton video, mengunggah video, *live streaming*, dan *affiliate* dipahami sebagai bentuk pekerjaan atau misi tertentu yang menghasilkan *reward*. Penelitian menyimpulkan bahwa pemberian upah atau *reward* diperbolehkan selama aktivitas tersebut tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan dilakukan dengan tujuan yang baik.
6. Studi oleh Rubaiatul Fajariyah dan Noer Laili (2025): Penelitian ini menganalisis praktik pemberian imbalan pada aplikasi Snack Video berdasarkan perspektif hukum Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme *reward* pada aplikasi tersebut belum memenuhi beberapa prinsip akad, seperti transparansi, amanah, dan prinsip saling

menguntungkan. Oleh karena itu, praktik pemberian imbalan dinilai tidak sah menurut hukum Islam karena tidak memenuhi prinsip-prinsip akad secara utuh. Temuan ini menunjukkan pentingnya kejelasan mekanisme *reward* pada platform digital agar sesuai dengan prinsip syariah.

7. Studi oleh Annisa Rifka Aryani: Penelitian ini membahas diskon dan reward point OVO pada layanan Grab di Surakarta dalam perspektif hukum Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses registrasi akun telah memenuhi hukum perjanjian Islam. Namun, *reward point* yang diberikan tidak sepenuhnya memenuhi akad ju'alah dan lebih memiliki kesamaan dengan mekanisme diskon. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa *reward point* yang diberikan termasuk manfaat atas hutang yang mengandung unsur riba. Temuan ini memperlihatkan bahwa mekanisme *reward digital* dapat memiliki implikasi akad yang berbeda tergantung pada sistem dan bentuk transaksinya.
8. Studi oleh Izam Bahtiar Rahmika dan Musataklima (2023): Penelitian ini membahas fitur misi berhadiah pada aplikasi Hago dalam perspektif akad ju'alah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur seperti Pohon Uang dan Kebun Binatang termasuk praktik akad ju'alah yang diperbolehkan selama tidak melanggar ketentuan syariat dan aturan *developer*. Penelitian juga menjelaskan bahwa unsur *gharar* yang terdapat pada misi tersebut masih termasuk *al-gharar al-yasir* yang diperbolehkan. Namun, beberapa fitur lain dinilai mengandung unsur *maysir* apabila melibatkan penggunaan koin tertentu. Temuan tersebut menunjukkan bahwa analisis terhadap *reward*

digital perlu mempertimbangkan jenis aktivitas, mekanisme imbalan, dan potensi unsur yang bertentangan dengan prinsip syariah.

9. Studi oleh Xiang Li dan Yuan Sun (2024): Penelitian ini membahas monetisasi platform *short-video* dan pengaruh mekanisme *reward digital* terhadap keterlibatan pengguna pada aplikasi video pendek di China. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem *reward*, bonus pengguna, dan algoritma *engagement* berpengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan aplikasi serta loyalitas pengguna terhadap platform. Penelitian tersebut menegaskan bahwa perhatian dan aktivitas pengguna telah menjadi bagian dari model ekonomi digital modern, sehingga platform memanfaatkan berbagai bentuk *reward* untuk mempertahankan *traffic* dan *engagement* pengguna.
10. Studi oleh Jiaxin Wang (2025): Penelitian ini mengkaji perkembangan *micro-drama* sebagai bentuk baru konsumsi hiburan digital pada generasi muda di China. Hasil penelitian menunjukkan bahwa format video singkat, sistem episode cepat, dan fitur *reward digital* menjadi faktor utama yang meningkatkan ketertarikan pengguna terhadap platform *micro-drama*. Penelitian ini juga menjelaskan bahwa platform *short-drama* berkembang melalui model ekonomi perhatian (*attention economy*) yang memanfaatkan aktivitas pengguna sebagai sumber nilai ekonomi platform.
11. Studi oleh Ming Zhao dan Yue Chen (2023): Penelitian ini membahas pengaruh *gamification reward* terhadap *user engagement* pada aplikasi *mobile entertainment*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemberian

poin, *badge, daily mission*, dan sistem *achievement* mampu meningkatkan motivasi pengguna untuk terus menggunakan aplikasi. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa sistem *reward digital* tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga menjadi strategi ekonomi platform untuk mempertahankan aktivitas pengguna secara berkelanjutan.

12. Studi oleh Ahmed Al-Mutairi dan Fatimah Al-Zahra (2024): Penelitian ini membahas penerapan akad ju'alah pada sistem *reward* aplikasi *financial technology* berbasis syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem *reward digital* dapat dikategorikan sebagai akad ju'alah apabila memenuhi unsur kejelasan tugas, transparansi *reward*, dan tidak mengandung unsur *gharar* maupun *maysir*. Penelitian ini memperlihatkan bahwa akad ju'alah memiliki relevansi tinggi terhadap perkembangan ekonomi digital modern, termasuk pada aplikasi berbasis misi dan *reward*.
13. Studi oleh Emily Carter dan Ryan Mitchell (2023): Penelitian ini mengkaji pengaruh *digital reward system* terhadap *consumer engagement* pada *platform mobile entertainment*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *reward* berbasis aktivitas pengguna mampu meningkatkan durasi penggunaan aplikasi, loyalitas pengguna, serta kemungkinan pengguna melakukan transaksi digital pada platform. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa sistem *reward digital* menjadi bagian penting dalam strategi monetisasi aplikasi berbasis hiburan digital.
14. Studi oleh Liu Wen (2025): Penelitian ini membahas fenomena *vertical short-drama* platform di China sebagai bagian dari transformasi industri

hiburan digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model konsumsi cepat, sistem *unlock episode*, dan fitur *engagemen*t pengguna menjadi faktor utama pertumbuhan aplikasi *short-drama*. Penelitian ini juga menjelaskan bahwa platform *short-drama* mengembangkan berbagai strategi *reward* dan gamifikasi untuk meningkatkan retensi pengguna serta keuntungan platform digital.

15. Studi oleh Sarah Johnson dan Kevin Moore (2024): Penelitian ini menganalisis hubungan antara *gamification feature* dan *user retention* pada aplikasi *mobile* berbasis hiburan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur *reward* harian, misi pengguna, dan *achievement system* berpengaruh positif terhadap loyalitas dan keterlibatan pengguna aplikasi. Penelitian tersebut memperlihatkan bahwa sistem *reward digital* menjadi instrumen penting dalam mempertahankan aktivitas pengguna sekaligus mendukung model bisnis platform digital.

Tabel 2.1
Research Gap

No.	Peneliti Terdahulu	Fokus Penelitian	Temuan Utama	Research Gap
1.	Nurhanisa Ridwan	Pengaruh aplikasi Wordwall dan reward terhadap motivasi belajar	Reward memiliki pengaruh kuat terhadap motivasi menghafal juz amma dan meningkatkan keterlibatan pengguna	Tidak membahas mekanisme reward digital dalam perspektif akad ju'alah maupun ekonomi syariah
2.	Rosfuzah Binti Roslan	Faktor keberlanjutan penggunaan aplikasi e-quiz berbasis gamifikasi	Kepuasan, kepercayaan, dan persepsi kegunaan memengaruhi loyalitas pengguna aplikasi	Tidak mengkaji sistem reward sebagai praktik muamalah atau akad syariah
3.	Wahidin & Safaruddin (2024)	Mekanisme imbalan TikTok Affiliate dalam perspektif	Sistem komisi TikTok Affiliate dinilai sesuai dengan akad ju'alah karena memenuhi	Fokus penelitian pada affiliate marketing, bukan

		hukum ekonomi syariah	unsur kejelasan dan keadilan	reward aplikasi short-drama
4.	Anyu Zhang	Hubungan gamifikasi dan purchase intention	Gamifikasi meningkatkan keterlibatan pengguna dan niat pembelian melalui kepercayaan merek	Tidak membahas aspek hukum ekonomi syariah maupun akad ju'alah
5.	Muhammad Shobirin & Abdul Hafiz (2024)	Penukaran poin TikTok dalam perspektif akad muamalah	Reward pada TikTok dipahami sebagai upah atas penyelesaian misi tertentu	Tidak mengkaji platform short-drama maupun mekanisme reward berbasis tontonan
6.	Rubaiatul Fajariyah & Noer Laili (2025)	Analisis hukum Islam terhadap reward aplikasi Snack Video	Praktik reward dinilai belum memenuhi prinsip transparansi dan amanah akad	Tidak membahas akad ju'alah secara spesifik pada aplikasi short-drama
7.	Annisa Rifka Aryani	Reward point OVO pada layanan Grab perspektif hukum Islam	Reward point lebih menyerupai diskon dan mengandung unsur riba	Fokus penelitian pada fintech dan pembayaran digital, bukan aplikasi hiburan digital
8.	Izam Bahtiar Rahmika & Musataklima (2023)	Misi berhadiah fitur Mal Koin pada aplikasi Hago	Sebagian fitur Hago diperbolehkan sebagai akad ju'alah selama tidak melanggar syariat	Tidak membahas sistem reward pada aplikasi short-drama berbasis video
9.	Xiang Li & Yuan Sun (2024)	Monetisasi platform short-video dan reward digital	Reward digital meningkatkan engagement dan loyalitas pengguna platform	Tidak dianalisis menggunakan perspektif akad ju'alah
10.	Jiaxin Wang (2025)	Perkembangan micro-drama sebagai hiburan digital	Format video singkat dan reward digital meningkatkan ketertarikan pengguna	Tidak membahas kesesuaian reward dengan prinsip ekonomi syariah
11.	Ming Zhao & Yue Chen (2023)	Pengaruh gamification reward terhadap user engagement	Poin, badge, dan daily mission meningkatkan motivasi penggunaan aplikasi	Fokus pada perilaku pengguna, bukan analisis akad muamalah
12.	Ahmed Al-Mutairi &	Penerapan akad ju'alah pada reward fintech syariah	Reward digital dapat dikategorikan sebagai akad ju'alah jika	Tidak membahas aplikasi hiburan

	Fatimah Al-Zahra (2024)		memenuhi prinsip syariah	digital atau short-drama
13.	Emily Carter & Ryan Mitchell (2023)	Pengaruh digital reward system terhadap consumer engagement	Reward meningkatkan loyalitas pengguna dan transaksi digital	Tidak mengkaji aspek syariah atau hukum Islam
14.	Liu Wen (2025)	Fenomena vertical short-drama platform di China	Reward dan gamifikasi meningkatkan retensi pengguna platform short-drama	Tidak membahas mekanisme reward dari perspektif akad ju'alah
15.	Sarah Johnson & Kevin Moore (2024)	Gamification feature dan user retention aplikasi hiburan	Reward harian dan achievement system meningkatkan loyalitas pengguna	Tidak membahas sistem reward dalam perspektif ekonomi syariah maupun akad ju'alah

Kajian mengenai *reward digital* dan *gamifikasi* mengalami perkembangan yang pesat seiring dengan meningkatnya penggunaan platform digital dalam berbagai aspek kehidupan. Pada tahap awal, penelitian lebih banyak memfokuskan perhatian pada efektivitas sistem *reward* sebagai instrumen untuk meningkatkan motivasi, partisipasi, dan keterlibatan pengguna (*user engagement*). Seiring berkembangnya model bisnis platform digital, fokus penelitian bergeser pada bagaimana *reward* dimanfaatkan sebagai strategi untuk mempertahankan loyalitas pengguna, meningkatkan retensi, serta mendukung keberlanjutan ekonomi platform. Dalam perkembangan berikutnya, sebagian penelitian mulai mengkaji praktik *reward* digital dari perspektif hukum ekonomi syariah, khususnya melalui pendekatan akad ju'alah sebagai bentuk pemberian imbalan atas penyelesaian pekerjaan atau target tertentu. Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa kajian mengenai *reward* digital tidak lagi dipahami semata-mata sebagai strategi

pemasaran, tetapi juga sebagai fenomena ekonomi digital yang memiliki implikasi hukum dan etika.

Kelompok penelitian pertama menitikberatkan pada hubungan antara *reward, gamifikasi*, dan perilaku pengguna aplikasi. Penelitian Nurhanisa Ridwan menunjukkan bahwa pemberian *reward* mampu meningkatkan motivasi pengguna dalam aktivitas pembelajaran berbasis aplikasi. Hasil tersebut diperkuat oleh penelitian Rosfuzah Binti Roslan yang menemukan bahwa kepuasan, persepsi manfaat, dan pengalaman penggunaan berpengaruh terhadap keberlanjutan penggunaan aplikasi berbasis gamifikasi. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Anyu Zhang, Ming Zhao dan Yue Chen, serta Sarah Johnson dan Kevin Moore yang menunjukkan bahwa penerapan elemen gamifikasi, seperti *achievement, badge, daily mission*, dan sistem *reward*, berkontribusi terhadap peningkatan *user engagement*, loyalitas pengguna, dan niat untuk terus menggunakan aplikasi. Secara umum, penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa *reward* merupakan instrumen penting dalam membangun perilaku pengguna pada platform digital. Akan tetapi, fokus kajiannya masih didominasi oleh perspektif pemasaran dan perilaku konsumen, sehingga belum mengaitkan mekanisme *reward* dengan konsep akad dalam ekonomi syariah.

Perkembangan penelitian berikutnya mulai mengarahkan perhatian pada *reward digital* sebagai bagian dari model bisnis platform dalam ekosistem *Attention Economy*. Xiang Li dan Yuan Sun menjelaskan bahwa sistem *reward*

merupakan salah satu mekanisme utama dalam mempertahankan *traffic* dan *engagement* pengguna pada platform *short-video*. Temuan tersebut diperkuat oleh Jiaxin Wang dan Liu Wen yang menunjukkan bahwa perkembangan industri *short-drama* dan *vertical micro-drama* dipengaruhi oleh desain platform yang mengombinasikan format video berdurasi singkat, sistem *unlock episode*, serta *reward* digital untuk mempertahankan perhatian pengguna. Penelitian Emily Carter dan Ryan Mitchell juga menemukan bahwa sistem *reward* digital berkontribusi terhadap peningkatan loyalitas pengguna dan aktivitas transaksi dalam aplikasi hiburan digital. Temuan-temuan tersebut memperlihatkan bahwa *reward* tidak hanya berfungsi sebagai insentif bagi pengguna, tetapi juga menjadi bagian dari strategi platform dalam memperoleh, mempertahankan, dan memonetisasi perhatian pengguna sebagai sumber nilai ekonomi. Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut masih berorientasi pada perspektif bisnis dan ekonomi digital, tanpa mengaitkan mekanisme *reward* dengan prinsip-prinsip akad dalam ekonomi syariah.

Di sisi lain, penelitian dalam bidang *hukum ekonomi syariah* mulai memberikan perhatian terhadap praktik *reward* digital sebagai bentuk muamalah kontemporer. Wahidin dan Safaruddin (2024) menjelaskan bahwa mekanisme komisi pada program TikTok Affiliate dapat dikategorikan sebagai akad ju'alah karena memenuhi unsur kejelasan pekerjaan, transparansi imbalan, dan keadilan bagi para pihak. Muhammad Shobirin dan Abdul Hafiz (2024) juga menunjukkan bahwa aktivitas seperti menonton video, menyelesaikan misi, dan mengundang pengguna baru dapat dipahami sebagai bentuk

pekerjaan (*'amal*) yang menghasilkan imbalan dalam perspektif akad ju'alah. Temuan tersebut diperkuat oleh Ahmed Al-Mutairi dan Fatimah Al-Zahra (2024) yang menyatakan bahwa sistem *reward* digital dapat dikategorikan sebagai akad ju'alah selama memenuhi rukun dan syarat akad serta terbebas dari unsur gharar, maysir, maupun praktik yang bertentangan dengan prinsip syariah.

Meskipun demikian, beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa tidak seluruh praktik *reward* digital memenuhi prinsip-prinsip ekonomi syariah. Rubaiatul Fajariyah dan Noer Laili (2025) menemukan bahwa mekanisme *reward* pada aplikasi Snack Video belum sepenuhnya memenuhi prinsip transparansi, amanah, dan keadilan sehingga menimbulkan keraguan terhadap keabsahan akadnya. Annisa Rifka Aryani menunjukkan bahwa mekanisme *reward point* pada layanan OVO lebih menyerupai manfaat atas utang yang berpotensi mengandung unsur riba. Sementara itu, Izam Bahtiar Rahmika dan Musataklima (2023) menjelaskan bahwa beberapa fitur *reward* pada aplikasi Hago dapat dikategorikan sebagai akad ju'alah apabila memenuhi ketentuan syariah, namun sebagian fitur lainnya berpotensi mengandung unsur maysir karena melibatkan mekanisme permainan berbasis koin. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa penilaian terhadap sistem *reward* digital sangat bergantung pada karakteristik mekanisme yang diterapkan oleh masing-masing platform.

Berdasarkan telaah tersebut, dapat disimpulkan bahwa penelitian mengenai *reward* digital berkembang melalui dua kecenderungan utama. Pertama, penelitian dalam bidang pemasaran digital dan sistem informasi lebih banyak memandang *reward* sebagai strategi untuk meningkatkan motivasi, *engagement*, loyalitas, dan keberhasilan model bisnis platform digital. Kedua, penelitian dalam bidang hukum ekonomi syariah lebih menitikberatkan pada analisis kesesuaian mekanisme *reward* dengan prinsip-prinsip akad muamalah, khususnya akad ju'alah. Namun demikian, kedua kelompok penelitian tersebut masih berkembang secara terpisah sehingga belum menghasilkan analisis yang mengintegrasikan perspektif perilaku konsumen digital dengan perspektif hukum ekonomi syariah.

Selain itu, objek penelitian terdahulu masih didominasi oleh platform media sosial, affiliate marketing, fintech, permainan daring (*online games*), maupun aplikasi video pendek seperti TikTok, Snack Video, Hago, OVO, dan Grab. Sementara itu, penelitian mengenai platform *short-drama* yang menerapkan sistem *reward* digital masih relatif terbatas, padahal platform jenis ini memiliki karakteristik yang berbeda karena mengintegrasikan konsumsi hiburan, mekanisme *daily task*, sistem *unlock episode*, serta pemberian *reward* dalam satu ekosistem digital yang dirancang untuk mempertahankan perhatian pengguna. Karakteristik tersebut menjadikan platform *short-drama* sebagai fenomena baru yang memerlukan pendekatan analisis yang lebih komprehensif.

Berdasarkan hasil sintesis penelitian terdahulu, terdapat beberapa *research gap* yang menjadi dasar pelaksanaan penelitian ini. Pertama, belum banyak penelitian yang mengintegrasikan perspektif perilaku konsumen digital dengan perspektif hukum ekonomi syariah dalam menganalisis sistem *reward* digital. Kedua, penelitian mengenai *reward* pada platform *short-drama* masih sangat terbatas karena sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada media sosial, *affiliate marketing*, *fintech*, dan permainan daring. Ketiga, penelitian mengenai *short-drama* umumnya masih membahas aspek *user engagement*, perilaku konsumsi media, dan strategi monetisasi platform, tanpa mengaitkan mekanisme *reward* dengan akad ju'alah sebagai bentuk hubungan muamalah digital. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis mekanisme *reward* digital pada aplikasi Melolo secara komprehensif, baik dari perspektif perilaku pengguna, strategi ekonomi digital, maupun kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah.

2.6. Kerangka Berpikir

Fenomena penggunaan *reward digital* pada aplikasi Melolo menunjukkan bahwa aktivitas pengguna tidak hanya sebatas konsumsi hiburan digital, tetapi juga berkaitan dengan upaya memperoleh keuntungan ekonomi melalui sistem imbalan yang tersedia. Pengguna melakukan berbagai aktivitas digital dengan harapan memperoleh *reward* yang nantinya dapat dikumpulkan, ditukarkan, atau dimanfaatkan sebagai bentuk keuntungan ekonomi tertentu.

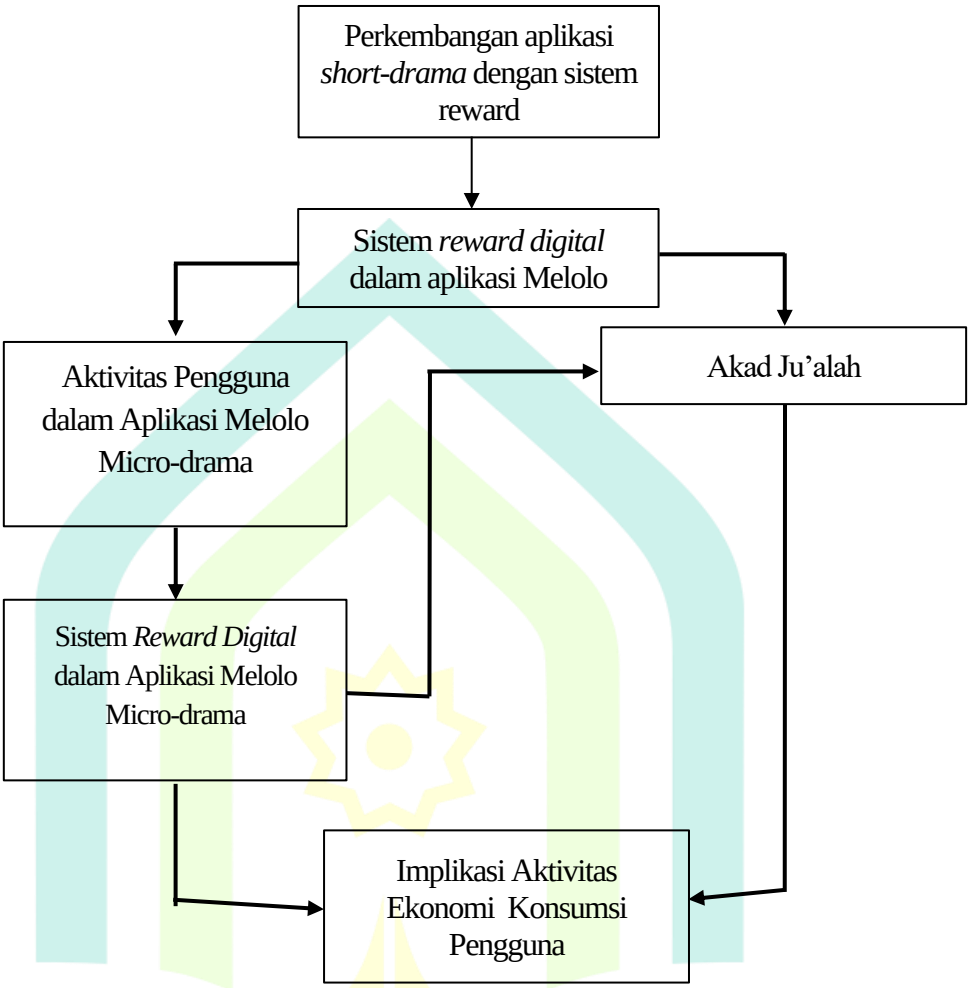
Kondisi ini memperlihatkan adanya hubungan antara penggunaan aplikasi digital dengan perilaku ekonomi pengguna dalam memanfaatkan peluang memperoleh *reward*.

Aktivitas ekonomi pengguna dalam sistem *reward digital* dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti ketertarikan terhadap *reward*, intensitas penggunaan aplikasi, kemudahan menyelesaikan tugas, serta dorongan untuk memperoleh manfaat ekonomi dari aktivitas digital yang dilakukan. Di sisi lain, sistem *reward digital* juga dapat dikaitkan dengan konsep akad Ju'alah dalam ekonomi syariah, yaitu pemberian imbalan atas pekerjaan atau aktivitas tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya. Dalam aplikasi Melolo, pengguna memperoleh *reward* setelah menyelesaikan aktivitas sesuai syarat dan ketentuan yang berlaku di dalam platform.

Penelitian ini secara khusus memfokuskan analisis pada aktivitas ekonomi pengguna dari hasil *reward digital* dalam aplikasi Melolo. Analisis dilakukan terhadap bentuk aktivitas pengguna dalam memperoleh *reward*, mekanisme pemberian *reward digital*, pemanfaatan *reward* oleh pengguna, serta keterkaitannya dengan konsep pemberian imbalan dalam akad Ju'alah. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai aktivitas ekonomi yang terbentuk melalui sistem *reward digital* pada aplikasi *short-drama* serta relevansinya dalam perspektif ekonomi syariah.

Gambar 2.1

Kerangka Berpikir



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain penelitian deskriptif dan strategi studi kasus (*case study*). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena aktivitas ekonomi pengguna dalam sistem *reward* digital pada aplikasi Melolo, termasuk bagaimana pengguna memaknai, merespons, dan memanfaatkan sistem *reward* yang diterapkan oleh platform. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai pengalaman, motivasi, perilaku, serta interaksi pengguna dengan sistem *reward*, yang tidak dapat dijelaskan secara memadai hanya melalui pendekatan kuantitatif.

Desain deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis mekanisme *reward* digital yang diterapkan pada aplikasi Melolo serta aktivitas ekonomi yang dilakukan pengguna dalam memperoleh dan memanfaatkan *reward* tersebut. Penelitian ini tidak diarahkan untuk menguji hubungan sebab-akibat antarvariabel, melainkan untuk mendeskripsikan dan menginterpretasikan fenomena berdasarkan pengalaman empiris para informan. Dengan demikian, penelitian ini berupaya memberikan gambaran yang utuh mengenai bagaimana sistem *reward* memengaruhi aktivitas ekonomi pengguna dalam konteks penggunaan aplikasi *short-drama*.

Strategi studi kasus dipilih karena penelitian berfokus pada satu objek penelitian secara spesifik, yaitu aplikasi Melolo sebagai platform *short-drama* yang menerapkan sistem *reward* digital. Pemilihan studi kasus memungkinkan peneliti mengeksplorasi fenomena secara mendalam sesuai dengan konteks nyata yang melatarbelakanginya. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengkaji karakteristik sistem *reward*, bentuk aktivitas yang dilakukan pengguna untuk memperoleh imbalan, mekanisme pemberian *reward*, serta pemanfaatan *reward* dalam aktivitas ekonomi pengguna secara lebih komprehensif.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang memperoleh data secara langsung dari sumber yang berkaitan dengan fenomena yang diteliti. Data dikumpulkan melalui interaksi langsung dengan pengguna aplikasi Melolo sebagai informan penelitian sehingga mampu menggambarkan pengalaman nyata mereka dalam mengikuti sistem *reward* digital. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi terhadap fitur-fitur aplikasi Melolo untuk memahami mekanisme pemberian *reward*, bentuk aktivitas yang harus dilakukan pengguna, serta proses pemanfaatan dan penukaran *reward* yang tersedia dalam aplikasi.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) dan observasi. Wawancara mendalam digunakan untuk menggali informasi mengenai alasan pengguna menggunakan aplikasi Melolo, motivasi mengikuti sistem *reward*, aktivitas yang dilakukan untuk memperoleh *reward*,

pengalaman selama menggunakan aplikasi, serta bentuk pemanfaatan *reward* dalam aktivitas ekonomi sehari-hari. Sementara itu, observasi dilakukan terhadap fitur-fitur aplikasi, seperti *daily check-in*, *daily tasks*, *reward* digital, *unlock episode*, *referral*, serta mekanisme penukaran *reward*. Kedua teknik tersebut saling melengkapi sehingga memungkinkan peneliti memperoleh data yang lebih kaya dan melakukan triangulasi untuk meningkatkan kredibilitas hasil penelitian.

Melalui pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif dan strategi studi kasus, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai aktivitas ekonomi pengguna dalam sistem *reward* digital pada aplikasi Melolo serta menganalisis kesesuaian mekanisme pemberian *reward* tersebut dengan konsep akad ju'alah dalam perspektif ekonomi syariah. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan praktik *reward* digital sebagai bagian dari strategi platform dalam membangun keterlibatan pengguna, tetapi juga menjelaskan implikasinya sebagai bentuk praktik muamalah kontemporer dalam ekosistem ekonomi digital.

3.2 Latar Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Pekalongan dengan melibatkan pengguna aplikasi Melolo yang berdomisili di beberapa wilayah di kabupaten tersebut sebagai informan penelitian. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposive, yaitu berdasarkan pertimbangan bahwa informan merupakan pengguna aplikasi Melolo yang telah menggunakan sistem *reward* digital

sehingga memiliki pengalaman dan pemahaman mengenai mekanisme *reward* yang diterapkan dalam aplikasi. Selain itu, lokasi penelitian dipilih karena memudahkan peneliti dalam memperoleh data secara langsung melalui wawancara mendalam dan observasi.

Objek penelitian ini adalah sistem *reward* digital pada aplikasi Melolo, yaitu mekanisme pemberian imbalan yang diterapkan oleh platform kepada pengguna setelah menyelesaikan aktivitas tertentu. Sistem tersebut mencakup berbagai bentuk aktivitas, seperti menonton *short-drama*, melakukan *daily check-in*, menyelesaikan *daily tasks*, menonton iklan, maupun mengundang pengguna lain (*referral*), yang selanjutnya memberikan kesempatan kepada pengguna untuk memperoleh berbagai bentuk *reward*. Sebagai bagian dari model bisnis platform digital, sistem *reward* tidak hanya berfungsi sebagai bentuk apresiasi kepada pengguna, tetapi juga menjadi strategi untuk meningkatkan keterlibatan dan mempertahankan aktivitas pengguna dalam ekosistem aplikasi.

Fokus penelitian ini diarahkan pada mekanisme sistem *reward* digital pada aplikasi Melolo. Penelitian mengkaji bentuk-bentuk *reward* yang diberikan kepada pengguna, aktivitas yang harus dilakukan untuk memperoleh *reward*, mekanisme pemberian dan penukaran *reward*, syarat dan ketentuan yang diterapkan oleh platform, serta pengalaman dan persepsi pengguna terhadap sistem *reward* tersebut. Selain itu, penelitian juga mengamati

bagaimana sistem *reward* memengaruhi pola penggunaan aplikasi dan membentuk interaksi antara pengguna dengan platform digital.

Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pengguna aplikasi Melolo sebagai sumber data utama untuk menggali pengalaman, persepsi, dan pemahaman mereka mengenai sistem *reward* digital. Selain itu, peneliti melakukan observasi terhadap fitur-fitur aplikasi yang berkaitan dengan sistem *reward*, meliputi mekanisme *daily check-in*, *daily tasks*, *reward* harian, *unlock episode*, *referral*, proses penukaran *reward*, serta syarat dan ketentuan yang berlaku dalam aplikasi. Penggunaan kedua teknik tersebut diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai implementasi sistem *reward* digital pada aplikasi Melolo.

Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2026 selama proses pengumpulan data lapangan berlangsung. Melalui penelitian ini diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang mendalam mengenai sistem *reward* digital pada aplikasi Melolo, baik dari aspek mekanisme pemberian *reward*, pengalaman pengguna dalam mengikuti sistem tersebut, maupun karakteristik implementasinya dalam platform *short-drama*. Temuan-temuan penelitian selanjutnya akan dianalisis menggunakan kerangka teoritis yang telah disusun dalam penelitian ini sehingga menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai fenomena *reward* digital pada aplikasi Melolo.

Temuan-temuan penelitian selanjutnya dianalisis menggunakan kerangka teoritis yang terdiri atas *Theory of Planned Behavior* (TPB) sebagai

grand theory, *Self-Determination Theory* (SDT) sebagai *middle range theory*, serta *Attention Economy Theory* dan akad ju'alah sebagai *applied theories*. Penggunaan keempat teori tersebut bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai sistem reward digital pada aplikasi Melolo dari perspektif perilaku pengguna, motivasi, strategi platform digital, dan ekonomi syariah.

3.3. Teknis dan Instrumen Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data kualitatif yang diperoleh dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Menurut Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), sumber data dalam penelitian kualitatif dapat berasal dari berbagai bentuk informasi, baik yang diperoleh secara langsung dari partisipan maupun dari dokumen atau sumber lain yang mendukung proses penelitian. Penggunaan berbagai sumber data dimaksudkan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif terhadap fenomena yang diteliti sekaligus meningkatkan kredibilitas hasil penelitian melalui proses triangulasi.

Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari pengguna aplikasi Melolo yang dipilih secara purposive berdasarkan pengalaman mereka menggunakan sistem *reward* digital pada aplikasi tersebut. Informan dipilih karena memiliki pengetahuan dan pengalaman yang relevan mengenai mekanisme *reward*, aktivitas yang dilakukan untuk memperoleh *reward*, serta persepsi mereka terhadap sistem *reward* yang diterapkan oleh aplikasi Melolo. Data primer diperoleh melalui wawancara

mendalam (*in-depth interview*) sehingga peneliti dapat menggali informasi mengenai pengalaman, motivasi, pemahaman, dan pandangan informan terhadap sistem *reward* digital secara lebih mendalam.

Selain wawancara, data primer juga diperoleh melalui observasi langsung terhadap aplikasi Melolo. Observasi dilakukan untuk mengamati berbagai fitur yang berkaitan dengan sistem *reward* digital, seperti mekanisme *daily check-in*, *daily tasks*, aktivitas menonton *short-drama*, sistem pengumpulan koin, *reward* harian, *referral*, proses penukaran *reward*, serta syarat dan ketentuan yang berlaku dalam aplikasi. Observasi ini bertujuan untuk memperoleh gambaran empiris mengenai implementasi sistem *reward* sehingga informasi yang diperoleh dari wawancara dapat dibandingkan dengan kondisi yang terdapat pada aplikasi.

Adapun sumber data sekunder diperoleh dari berbagai dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Dokumen tersebut meliputi tangkapan layar (*screenshot*) fitur-fitur aplikasi Melolo, syarat dan ketentuan penggunaan aplikasi, informasi mengenai mekanisme *reward*, riwayat aktivitas pengguna yang bersedia didokumentasikan, serta berbagai literatur ilmiah berupa buku, jurnal, artikel, dan dokumen pendukung lain yang relevan dengan sistem *reward* digital, perilaku pengguna, ekonomi digital, serta ekonomi syariah. Data sekunder digunakan untuk memperkuat analisis serta mendukung interpretasi terhadap data primer yang diperoleh selama penelitian berlangsung.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Ketiga teknik tersebut digunakan secara terpadu agar data yang diperoleh saling melengkapi sehingga mampu memberikan gambaran yang utuh mengenai sistem *reward* digital pada aplikasi Melolo. Melalui kombinasi berbagai sumber dan teknik pengumpulan data tersebut, diharapkan hasil penelitian memiliki tingkat kredibilitas yang lebih tinggi serta mampu menggambarkan fenomena penelitian secara komprehensif.

Untuk mendukung proses pengumpulan data, penelitian ini menggunakan beberapa instrumen, yaitu pedoman wawancara semi-terstruktur, lembar observasi, alat perekam suara, telepon genggam, serta dokumentasi pendukung. Pedoman wawancara digunakan sebagai acuan dalam menggali informasi yang berkaitan dengan fokus penelitian, namun tetap memberikan keleluasaan kepada informan untuk menjelaskan pengalaman dan pandangannya secara mendalam. Lembar observasi digunakan untuk mencatat hasil pengamatan terhadap implementasi sistem *reward* digital dalam aplikasi Melolo, sedangkan alat perekam suara dan dokumentasi digunakan untuk memastikan seluruh data yang diperoleh terdokumentasi secara lengkap dan akurat sehingga memudahkan proses analisis data.

3.4. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik penentuan informan berdasarkan pertimbangan tertentu

yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Menurut Creswell dan Poth (2018), dalam penelitian kualitatif informan dipilih karena memiliki pengalaman, pengetahuan, dan informasi yang relevan terhadap fenomena yang sedang diteliti. Oleh karena itu, pemilihan informan tidak didasarkan pada jumlah yang besar, melainkan pada kemampuan informan dalam memberikan data yang mendalam dan sesuai dengan fokus penelitian.

Informan penelitian ini merupakan pengguna aplikasi Melolo yang telah menggunakan fitur *reward* digital dan memiliki pengalaman mengikuti berbagai mekanisme yang diterapkan dalam aplikasi. Pengalaman tersebut menjadi dasar penting karena penelitian berfokus pada pemahaman mengenai implementasi sistem *reward* digital, sehingga diperlukan informan yang benar-benar memahami proses memperoleh *reward*, bentuk aktivitas yang harus dilakukan, serta pengalaman mereka selama menggunakan fitur tersebut.

Adapun kriteria informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengguna aplikasi Melolo yang telah mengunduh dan menggunakan aplikasi secara aktif.
2. Pernah menggunakan fitur *reward* digital yang tersedia dalam aplikasi Melolo.
3. Pernah melakukan aktivitas untuk memperoleh *reward*, seperti menonton *short-drama*, melakukan *daily check-in*, menyelesaikan *daily tasks*, menonton iklan, atau menggunakan fitur *referral*.

4. Bersedia menjadi informan dan memberikan informasi secara terbuka selama proses wawancara.

Pemilihan informan dilakukan hingga data yang diperoleh mencapai kejenuhan data (*data saturation*), yaitu kondisi ketika informasi yang diperoleh dari informan berikutnya tidak lagi menghasilkan temuan baru yang signifikan. Dengan demikian, jumlah informan dalam penelitian ini tidak ditentukan sejak awal, tetapi disesuaikan dengan kebutuhan penelitian dan kedalaman data yang diperoleh selama proses pengumpulan data.

Dalam penelitian ini, informan berperan sebagai sumber data utama yang memberikan informasi mengenai pengalaman menggunakan sistem *reward* digital pada aplikasi Melolo, persepsi terhadap mekanisme *reward* yang diterapkan, bentuk aktivitas yang dilakukan untuk memperoleh *reward*, serta pandangan mereka mengenai manfaat dan pengaruh sistem *reward* terhadap penggunaan aplikasi. Data yang diperoleh dari para informan kemudian dipadukan dengan hasil observasi terhadap fitur-fitur aplikasi dan studi dokumentasi sehingga menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai sistem *reward* digital pada aplikasi Melolo.

Pemilihan informan melalui teknik *purposive sampling* diharapkan mampu menghasilkan data yang kaya (*information-rich cases*) sehingga mendukung tujuan penelitian dalam mendeskripsikan dan menganalisis sistem *reward* digital pada aplikasi Melolo secara mendalam. Selanjutnya, data yang diperoleh dari para informan dianalisis menggunakan kerangka teoritis yang

telah ditetapkan dalam penelitian ini, yaitu *Theory of Planned Behavior (TPB)*, *Self-Determination Theory (SDT)*, *Attention Economy Theory*, dan akad ju'alah, sehingga diperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai fenomena *reward* digital pada aplikasi Melolo.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan tahapan penting dalam penelitian kualitatif karena menjadi dasar dalam memperoleh informasi yang mendalam mengenai fenomena yang diteliti. Menurut Creswell dan Poth (2018), penelitian kualitatif umumnya menggunakan berbagai teknik pengumpulan data, seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi, agar peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif terhadap fenomena yang dikaji. Sejalan dengan itu, Susanto et al. (2023) menyatakan bahwa wawancara dan observasi merupakan teknik yang efektif untuk menggali informasi secara mendalam serta memahami fenomena berdasarkan pengalaman dan konteks yang dialami oleh informan. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data, yaitu wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi.

Tahap awal pengumpulan data dilakukan dengan mengidentifikasi calon informan yang memenuhi kriteria penelitian, yaitu pengguna aplikasi Melolo yang telah menggunakan sistem *reward* digital dan memiliki pengalaman dalam mengikuti berbagai mekanisme yang tersedia pada aplikasi. Setelah informan ditentukan melalui teknik *purposive sampling*, peneliti

menghubungi informan untuk meminta kesediaan mengikuti proses wawancara serta menjelaskan tujuan penelitian, kerahasiaan data, dan mekanisme pelaksanaan wawancara.

Teknik utama yang digunakan adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan pendekatan semi-terstruktur. Pendekatan ini dipilih karena memberikan keleluasaan kepada peneliti untuk mengembangkan pertanyaan sesuai dengan jawaban informan, sehingga informasi yang diperoleh tidak hanya menjawab pertanyaan penelitian, tetapi juga mampu mengungkap pengalaman, persepsi, dan pemaknaan informan terhadap sistem *reward* digital pada aplikasi Melolo. Wawancara dilakukan secara langsung kepada pengguna aplikasi Melolo di beberapa wilayah Kabupaten Pekalongan dengan durasi sekitar 30–60 menit untuk setiap informan. Selama proses wawancara, peneliti menggunakan pedoman wawancara sebagai acuan agar pembahasan tetap sesuai dengan fokus penelitian, disertai pencatatan lapangan (*field notes*) dan perekaman suara atas persetujuan informan untuk menjaga keakuratan data.

Selain wawancara, penelitian ini juga menggunakan observasi langsung terhadap aplikasi Melolo. Observasi dilakukan dengan mengeksplorasi berbagai fitur yang berkaitan dengan sistem *reward* digital, seperti mekanisme *daily check-in*, *daily tasks*, aktivitas menonton *short-drama*, sistem pengumpulan koin, *reward* harian, *referral*, proses penukaran *reward*, serta syarat dan ketentuan yang berlaku dalam aplikasi. Melalui observasi tersebut, peneliti memperoleh gambaran empiris mengenai implementasi sistem *reward*

sehingga data yang diperoleh dari wawancara dapat dibandingkan dengan kondisi aktual yang terdapat pada platform. Observasi juga membantu peneliti memahami bagaimana mekanisme *reward* dirancang dan dioperasikan sebagai bagian dari strategi platform digital.

Untuk melengkapi data primer, penelitian ini menggunakan studi dokumentasi. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen yang relevan, seperti tangkapan layar (*screenshot*) fitur aplikasi, informasi mengenai mekanisme *reward*, syarat dan ketentuan penggunaan aplikasi, riwayat aktivitas yang bersedia didokumentasikan oleh informan, serta dokumen pendukung lainnya yang berkaitan dengan sistem *reward* digital pada aplikasi Melolo. Dokumen-dokumen tersebut berfungsi sebagai data pendukung yang membantu memverifikasi hasil wawancara dan observasi sehingga meningkatkan kredibilitas temuan penelitian.

Ketiga teknik pengumpulan data tersebut digunakan secara terpadu untuk memperoleh data yang kaya dan mendalam mengenai sistem *reward* digital pada aplikasi Melolo. Penerapan berbagai teknik pengumpulan data juga memungkinkan peneliti melakukan triangulasi teknik, yaitu membandingkan informasi yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dengan demikian, data yang dihasilkan diharapkan memiliki tingkat kredibilitas yang lebih tinggi dan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai implementasi sistem *reward* digital pada aplikasi Melolo.

Tabel 4.4

Ringkasan Sumber Data Penelitian

Sumber Data	Fokus Informasi	Bentuk Bukti	Fungsi
Wawancara	Pengalaman dan pemaknaan informan	Transkrip	Menggali pengalaman
Observasi	Mekanisme aplikasi	Catatan observasi	Memeriksa fitur
Dokumentasi	Tampilan dan ketentuan	Screenshot/dokumen	Bukti pendukung
Syarat dan Ketentuan	Aturan program	Dokumen aplikasi	Memeriksa ketentuan
Bukti Penarikan	Realisasi reward	Bukti aktual jika tersedia	Verifikasi

Sumber: Hasil Olah Peneliti, [2026]

3.6. Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan salah satu aspek penting dalam penelitian kualitatif untuk memastikan bahwa temuan penelitian memiliki tingkat kredibilitas yang tinggi. Menurut Creswell dan Poth (2018), kredibilitas data dalam penelitian kualitatif dapat ditingkatkan melalui berbagai strategi, salah satunya adalah triangulasi, yaitu proses membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber maupun berbagai teknik pengumpulan data. Sejalan dengan itu, Susanto et al. (2023) menjelaskan bahwa triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan berbagai sumber informasi, metode, peneliti, maupun teori sehingga hasil penelitian menjadi lebih valid dan dapat dipercaya.

Dalam penelitian ini, uji keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber dan triangulasi metode. Kedua teknik tersebut dipilih karena sesuai

dengan karakteristik penelitian yang menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi sebagai teknik utama pengumpulan data. Melalui penerapan triangulasi, peneliti berupaya memastikan bahwa informasi yang diperoleh tidak hanya berasal dari satu sumber atau satu metode, tetapi telah dikonfirmasi melalui berbagai data yang saling melengkapi.

a. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari beberapa informan yang merupakan pengguna aplikasi Melolo. Masing-masing informan memiliki pengalaman penggunaan yang berbeda sehingga memberikan perspektif yang beragam mengenai sistem *reward* digital yang diterapkan dalam aplikasi. Peneliti membandingkan kesesuaian informasi mengenai mekanisme memperoleh *reward*, bentuk aktivitas yang harus dilakukan pengguna, pengalaman selama mengikuti sistem *reward*, manfaat yang dirasakan, serta persepsi terhadap implementasi *reward* digital pada aplikasi Melolo. Perbandingan tersebut dilakukan untuk mengidentifikasi konsistensi maupun perbedaan informasi sehingga diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai fenomena yang diteliti.

b. Triangulasi Metode

Triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh melalui wawancara mendalam**,** observasi, dan studi dokumentasi.

Informasi yang diperoleh dari hasil wawancara diverifikasi melalui hasil observasi terhadap fitur-fitur aplikasi Melolo, seperti mekanisme *daily check-in*, *daily tasks*, sistem pengumpulan dan penukaran *reward*, serta syarat dan ketentuan yang berlaku dalam aplikasi. Selain itu, peneliti juga membandingkan hasil wawancara dan observasi dengan dokumen pendukung berupa tangkapan layar (*screenshot*) aplikasi, informasi resmi mengenai sistem *reward*, serta dokumentasi lain yang relevan. Melalui proses tersebut, data yang diperoleh dari satu teknik pengumpulan data dapat dikonfirmasi dan diperkuat oleh teknik lainnya sehingga meningkatkan keakuratan hasil penelitian.

Penerapan triangulasi sumber dan triangulasi metode dalam penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kredibilitas (credibility) temuan penelitian. Informasi yang diperoleh tidak hanya bergantung pada satu informan atau satu teknik pengumpulan data, tetapi telah melalui proses verifikasi dengan berbagai sumber dan metode yang saling melengkapi. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih akurat, komprehensif, dan dapat dipertanggungjawabkan mengenai sistem reward digital pada aplikasi Melolo.

3.7. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses sistematis untuk mengorganisasi, mengolah, menginterpretasikan, dan menarik makna dari data yang diperoleh

selama penelitian. Dalam penelitian kualitatif, proses analisis tidak dilakukan setelah seluruh data terkumpul, melainkan berlangsung secara terus-menerus sejak proses pengumpulan data hingga penelitian selesai. Miles, Huberman, dan Saldaña (2014) menjelaskan bahwa analisis data kualitatif terdiri atas tiga tahapan utama, yaitu kondensasi data **(***data condensation***)**, penyajian data **(***data display***)**, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan **(***drawing and verifying conclusions***)**. Ketiga tahapan tersebut digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis sistem *reward* digital pada aplikasi Melolo secara sistematis dan mendalam.

a. Kondensasi Data (*Data Condensation*)

Tahap pertama adalah melakukan kondensasi data, yaitu proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, serta mengorganisasi data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Seluruh hasil wawancara terlebih dahulu ditranskripsikan secara verbatim agar memudahkan proses analisis. Selanjutnya peneliti membaca kembali seluruh data secara berulang untuk mengidentifikasi informasi yang relevan dengan fokus penelitian.

Pada tahap ini peneliti memberikan kode (*coding*) terhadap informasi yang memiliki makna serupa. Proses pengodean dilakukan untuk memudahkan pengelompokan data ke dalam tema-tema yang berkaitan dengan sistem *reward* digital pada aplikasi Melolo, seperti mekanisme pemberian *reward*, bentuk aktivitas yang harus dilakukan pengguna,

pengalaman pengguna mengikuti sistem *reward*, persepsi terhadap manfaat *reward*, serta pengaruh sistem *reward* terhadap penggunaan aplikasi. Informasi yang tidak berkaitan dengan fokus penelitian tidak digunakan dalam proses analisis lebih lanjut.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Tahap berikutnya adalah menyajikan data yang telah dikondensasi dalam bentuk narasi deskriptif, matriks, tabel, maupun bagan sesuai kebutuhan penelitian. Penyajian data bertujuan memudahkan peneliti dalam melihat hubungan antar-temuan sehingga pola-pola yang muncul dapat dipahami secara lebih sistematis.

Dalam penelitian ini, data disajikan berdasarkan tema-tema utama yang diperoleh selama proses analisis, antara lain karakteristik sistem *reward* digital, mekanisme pemberian *reward*, pengalaman pengguna dalam mengikuti sistem *reward*, persepsi pengguna terhadap manfaat *reward*, serta implementasi sistem *reward* pada aplikasi Melolo. Penyajian data dilakukan dengan menyertakan kutipan-kutipan hasil wawancara yang relevan sebagai bukti empiris untuk memperkuat interpretasi peneliti.

c. Penarikan dan Verifikasi Kesimpulan (*Drawing and Verifying Conclusions*)

Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan yang dilakukan secara bertahap selama proses penelitian berlangsung. Kesimpulan yang diperoleh tidak hanya didasarkan pada satu sumber data, tetapi terlebih dahulu diverifikasi melalui hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga memiliki tingkat kredibilitas yang lebih tinggi.

Pada tahap ini peneliti menginterpretasikan seluruh temuan penelitian dengan mengaitkannya pada kerangka teoritis yang digunakan, yaitu *Theory of Planned Behavior* (TPB) untuk memahami perilaku pengguna dalam mengikuti sistem *reward, Self-Determination Theory* (SDT) untuk menjelaskan motivasi intrinsik dan ekstrinsik pengguna, *Attention Economy Theory* untuk menganalisis strategi platform dalam membangun keterlibatan pengguna melalui sistem *reward*, serta akad ju'alah untuk memberikan perspektif ekonomi syariah terhadap mekanisme pemberian *reward* yang diterapkan pada aplikasi Melolo. Interpretasi dilakukan secara komprehensif sehingga menghasilkan pemahaman yang utuh mengenai fenomena sistem *reward* digital pada aplikasi Melolo.

Proses analisis dilakukan secara iteratif, yaitu berlangsung secara berulang antara proses pengumpulan data, analisis, dan interpretasi. Selama proses penelitian, peneliti terus membandingkan hasil

wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memastikan konsistensi data serta memperdalam pemahaman terhadap fenomena yang diteliti. Pengumpulan data dihentikan ketika informasi yang diperoleh telah mencapai kejenuhan data **(***data saturation***)**, yaitu kondisi ketika wawancara maupun observasi tambahan tidak lagi menghasilkan informasi baru yang signifikan berkaitan dengan sistem *reward* digital pada aplikasi Melolo.

3.8. Teknik Simpulan Data

Tahap akhir dalam analisis data kualitatif adalah penyimpulan data (*drawing conclusions*) yang dilakukan secara sistematis berdasarkan seluruh data yang telah diperoleh selama penelitian. Menurut Miles, Huberman, dan Saldaña (2014)**,** proses analisis data kualitatif berlangsung secara interaktif melalui tiga komponen utama, yaitu kondensasi data **(***data condensation***),** penyajian data (*data display*), serta penarikan dan verifikasi kesimpulan (*drawing and verifying conclusions*). Ketiga komponen tersebut berlangsung secara berkesinambungan selama proses penelitian sehingga memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang mendalam terhadap fenomena yang diteliti.

a. Data Condensation (Kondensasi Data)

Kondensasi data merupakan proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, dan mengorganisasi data yang diperoleh melalui

wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pada tahap ini peneliti menyeleksi informasi yang relevan dengan fokus penelitian, kemudian mengelompokkannya berdasarkan tema-tema yang berkaitan dengan sistem *reward* digital pada aplikasi Melolo. Proses ini bertujuan untuk menyederhanakan data tanpa menghilangkan makna yang terkandung di dalamnya sehingga memudahkan peneliti dalam memahami pola dan karakteristik fenomena yang diteliti.

b. Data Display (Penyajian Data)

Setelah proses kondensasi selesai dilakukan, data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif, tabel, matriks, maupun bagan sesuai dengan kebutuhan analisis. Penyajian data bertujuan memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi hubungan antar-temuan, menemukan pola yang muncul, serta memahami keterkaitan antara berbagai informasi yang diperoleh selama penelitian. Dalam penelitian ini, penyajian data difokuskan pada tema-tema yang berkaitan dengan mekanisme sistem *reward* digital pada aplikasi Melolo, meliputi bentuk *reward*, aktivitas yang harus dilakukan pengguna, pengalaman pengguna dalam mengikuti sistem *reward*, persepsi terhadap manfaat *reward*, serta implementasi sistem *reward* dalam platform *short-drama*. Penyajian data juga dilengkapi dengan kutipan hasil wawancara dan hasil observasi sebagai bukti empiris yang mendukung interpretasi penelitian.

c. Drawing and Verifying Conclusions (Penarikan dan Verifikasi Kesimpulan)

Tahap terakhir adalah penarikan dan verifikasi kesimpulan. Kesimpulan disusun berdasarkan pola, hubungan, dan makna yang muncul dari data yang telah dikondensasi dan disajikan sebelumnya. Selama proses tersebut, peneliti terus melakukan verifikasi dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi melalui teknik triangulasi untuk memastikan bahwa kesimpulan yang dihasilkan benar-benar didukung oleh data yang valid dan konsisten.

Pada tahap ini, temuan penelitian diinterpretasikan menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) untuk memahami perilaku pengguna dalam mengikuti sistem *reward*, *Self-Determination Theory* (SDT) untuk menjelaskan motivasi intrinsik dan ekstrinsik pengguna, *Attention Economy Theory* untuk menganalisis strategi platform dalam membangun keterlibatan pengguna melalui sistem *reward*, serta akad ju'alah untuk memberikan perspektif ekonomi syariah terhadap mekanisme pemberian *reward* pada aplikasi Melolo. Dengan demikian, kesimpulan penelitian tidak hanya menggambarkan implementasi sistem *reward* digital pada aplikasi Melolo, tetapi juga memberikan interpretasi yang komprehensif berdasarkan kerangka teoritis yang digunakan dalam penelitian.

Melalui tahapan kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan tersebut, proses analisis dalam penelitian ini

dilakukan secara sistematis dan berkesinambungan. Pendekatan tersebut memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai sistem *reward* digital pada aplikasi Melolo, sekaligus menghasilkan temuan penelitian yang memiliki tingkat kredibilitas dan validitas yang tinggi.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Aplikasi Melolo Micro-Drama

Aplikasi MeLoLo merupakan platform hiburan digital berbasis drama pendek yang pertama kali diluncurkan secara resmi pada bulan November 2024 oleh perusahaan raksasa teknologi asal Tiongkok, ByteDance, yang juga dikenal sebagai pengembang TikTok. Pengembangan aplikasi ini dilakukan melalui anak perusahaan mereka bernama Poligon, yang berbasis di Singapura. MeLoLo didesain untuk menjadi platform tontonan cepat (fast entertainment) yang menyasar generasi muda, khususnya yang menyukai kisah-kisah dramatis dengan durasi singkat. Peluncuran awal MeLoLo difokuskan di kawasan Asia Tenggara, terutama Indonesia dan Filipina, sebagai pasar uji coba utama. Pilihan ini didasarkan pada tingginya tingkat konsumsi konten video pendek di kawasan tersebut dan antusiasme masyarakat terhadap drama bergenre romantis, konflik keluarga, balas dendam, hingga komedi romantis.

Sejak peluncuran awal, Melolo menunjukkan perkembangan pesat. Dalam Waktu kurang dari tiga bulan, aplikasi ini telah diunduh lebih dari 1,3 juta kali, di mana Indonesia menyumbang hampir 59% dari total pengguna awalnya. Hal ini menandakan bahwa konten pendek dengan narasi emosional sangat diterima baik oleh masyarakat Indonesia. Aplikasi ini menawarkan berbagai fitur unggulan, seperti pemutaran drama dalam kualitas HD, dukungan subtitle, serta sistem navigasi vertikal yang ramah pengguna. Genre yang ditampilkan sangat beragam, mulai dari romansa, thriller, fantasi, balas dendam, hingga kisah keluarga dramatis, yang semuanya dikemas dalam episode

pendek berdurasi sekitar 1–3 menit. Satu seri umumnya terdiri dari 50 hingga 100 episode pendek yang bisa ditonton secara maraton.

Salah satu kekuatan Melolo adalah kemampuannya dalam menyesuaikan algoritma rekomendasi konten berdasarkan perilaku pengguna, sehingga pengguna akan lebih sering disuguhi tayangan yang sesuai dengan preferensinya. Selain itu, Melolo juga menyediakan konten orisinal yang eksklusif, meskipun sebagian besar konten masih berupa adaptasi atau terjemahan dari drama-drama pendek Tiongkok. Dari sisi monetisasi, Melolo menawarkan tayangan gratis, namun diselingi oleh iklan yang cukup sering muncul, terutama setelah beberapa episode ditonton. Beberapa pengguna mengeluhkan gangguan iklan yang terlalu intens, yang menjadi salah satu tantangan bagi Melolo untuk meningkatkan pengalaman pengguna di masa depan. Per 30 Juni 2025, Melolo telah mencatat lebih dari 50 juta unduhan di platform Android dan menjadi salah satu aplikasi hiburan trending di Google Play dengan rating 4.5 dari lebih dari 160 ribu ulasan. Versi iOS dari aplikasi ini baru tersedia sejak 22 Januari 2025, dan langsung mendapatkan sambutan hangat dengan rating rata-rata 5.0 dari ribuan pengguna. Melolo tidak hanya hadir sebagai aplikasi biasa, tetapi juga sebagai bentuk eksperimen ByteDance dalam menguji kelayakan dan potensi format drama pendek di kancah global. Keberhasilan Melolo bisa membuka jalan bagi strategi integrasi konten short drama ke platform lain seperti TikTok atau platform streaming digital lainnya.

Ke depan, Melolo diprediksi akan semakin berkembang jika mampu mengatasi beberapa kelemahan, seperti minimnya konten lokal dan dominasi terjemahan dari drama asing, serta tingginya intensitas iklan. Pengembangan konten original yang lebih sesuai

dengan budaya lokal Indonesia dan penguatan kerja sama dengan kreator lokal bisa menjadi langkah strategis agar Melolo tidak hanya menjadi fenomena sesaat, tetapi bertahan sebagai salah satu pelopor hiburan pendek di era digital. Dengan strategi pemasaran yang agresif, pendekatan yang adaptif terhadap pasar lokal, dan kualitas konten yang terus ditingkatkan, Melolo berpotensi menjadi "TikTok-nya drama" di masa depan.

Gambar 4.1
Tampilan Utama Aplikasi Melolo



Sumber: Google Playstore, [2026]

4.2 Sistem Imbalan Digital dalam Ekosistem Platform

Sistem imbalan digital merupakan salah satu bentuk inovasi yang berkembang dalam berbagai aplikasi berbasis platform. Imbalan dapat diwujudkan dalam bentuk poin, koin, bonus, voucher, saldo, atau manfaat lain yang dikaitkan dengan tindakan tertentu. Dalam praktiknya, sistem tersebut

digunakan dalam berbagai konteks, mulai dari perdagangan elektronik, pendidikan, aplikasi layanan, hingga platform hiburan.

Perkembangan sistem imbalan memiliki keterkaitan dengan gamifikasi, yaitu penggunaan elemen yang menyerupai mekanisme permainan dalam konteks non-permainan. Elemen tersebut dapat berupa poin, target, progres, tugas, tantangan, dan *reward*. Dalam kajian Indonesia, Prasetyo (2025) menunjukkan bahwa gamifikasi banyak dikembangkan sebagai strategi untuk meningkatkan motivasi melalui struktur aktivitas, umpan balik, dan penghargaan.

Meskipun kajian gamifikasi banyak berkembang pada bidang pendidikan, prinsip umum mengenai poin dan penghargaan juga ditemukan dalam berbagai aplikasi digital. Namun, penelitian ini tidak menyatakan bahwa Melolo sepenuhnya merupakan aplikasi permainan. Melolo tetap merupakan aplikasi hiburan *micro-drama*, sedangkan unsur poin, tugas, bonus, dan reward ditempatkan sebagai fitur yang menyertai pengalaman penggunaan.

Dalam penelitian ini, sistem imbalan digital dipahami secara operasional sebagai mekanisme yang menghubungkan aktivitas tertentu dengan pemberian unit imbalan berdasarkan ketentuan aplikasi.

Sistem imbalan digital pada Melolo merupakan fokus utama penelitian. Berdasarkan hasil observasi dan dokumentasi penelitian, sistem tersebut terdiri atas beberapa aktivitas yang dapat dilakukan pengguna untuk memperoleh

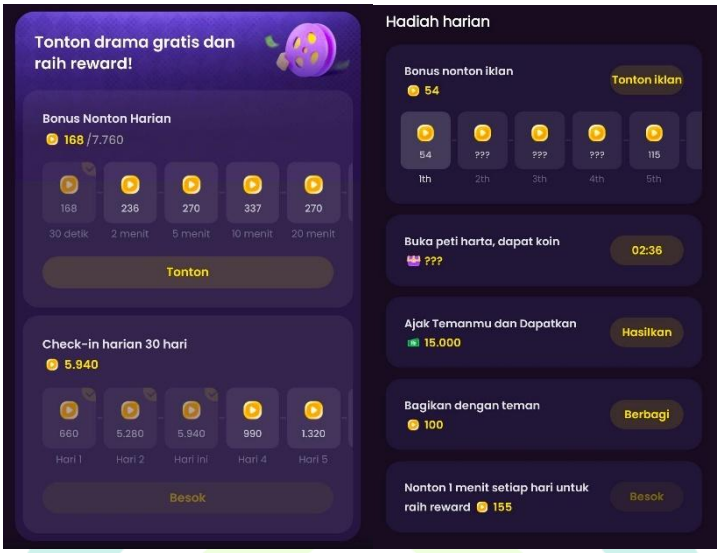
koin. Aktivitas yang teridentifikasi dalam data penelitian meliputi *daily check-in*, bonus menonton, *watch ads*, *Treasure Box*, *referral*, dan *share*. Koin yang terkumpul selanjutnya berada dalam mekanisme konversi dan, sesuai ketentuan yang diamati pada periode penelitian, dapat berhubungan dengan proses penarikan.

Berdasarkan pengamatan penelitian, hubungan aktivitas dan imbalan dapat digambarkan sebagai berikut:

aktivitas pengguna → verifikasi sistem → perolehan koin → akumulasi koin → konversi → pemenuhan ketentuan → penarikan → kemungkinan pemanfaatan.

Alur tersebut penting karena menunjukkan bahwa reward tidak dapat dipahami sebagai satu peristiwa tunggal. Pengguna yang memperoleh koin belum tentu telah mengonversi; pengguna yang memiliki saldo belum tentu menarik; dan pengguna yang berhasil menarik belum tentu menggunakan hasil tersebut untuk aktivitas konsumsi.

Gambar 4.2
Halaman Reward Aplikasi Melolo



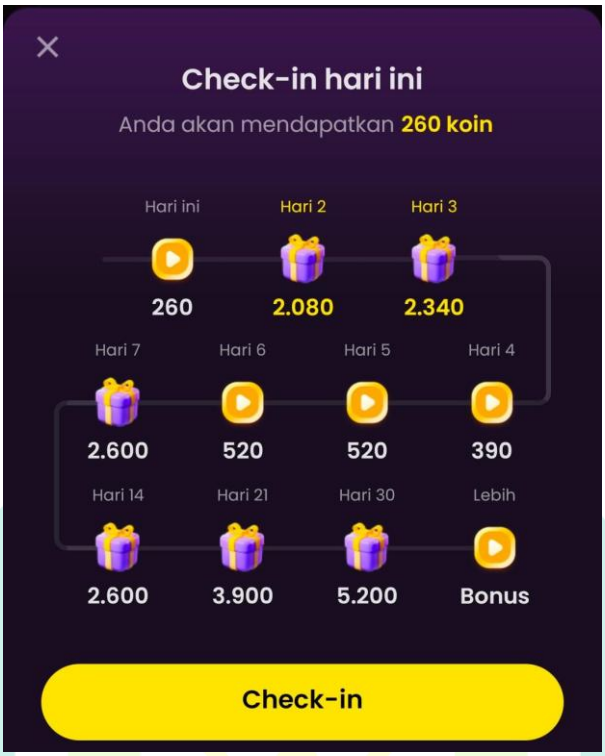
Sumber: Dokumentasi Peneliti, [2026]

4.2.1 *Daily Check-In*

Daily check-in merupakan aktivitas klaim harian yang tersedia dalam sistem reward. Berdasarkan observasi penelitian, pengguna perlu membuka bagian tertentu dalam aplikasi dan melakukan klaim untuk memperoleh imbalan yang tersedia.

Secara umum, mekanisme tugas berulang merupakan salah satu karakter yang ditemukan dalam sistem gamifikasi digital. Prasetyo (2025) menjelaskan bahwa struktur aktivitas yang berulang dan penghargaan dapat digunakan untuk membangun kesinambungan partisipasi.

Gambar 4.3
Tampilan Daily Check-In



Sumber: Dokumentasi Peneliti, [2026]

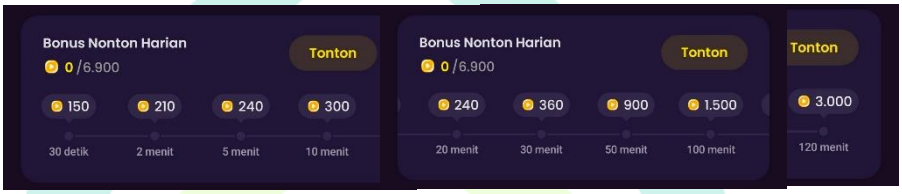
4.2.2 Bonus Menonton

Bonus menonton merupakan aktivitas yang menghubungkan durasi penggunaan tertentu dengan kesempatan memperoleh koin. Berdasarkan dokumentasi penelitian, aplikasi menampilkan beberapa tahapan waktu dan nilai imbalan yang terkait dengan pencapaian aktivitas. Sistem ini menunjukkan bahwa menonton dapat memiliki dua posisi, yaitu sebagai konsumsi konten hiburan dan sebagai aktivitas yang tercatat dalam mekanisme reward.

Pembedaan tersebut penting karena tidak seluruh tindakan menonton memiliki motif identik. Dalam kajian media digital Indonesia,

karakter video pendek dipahami sebagai format yang memudahkan konsumsi konten secara fleksibel, sedangkan pengalaman pengguna tetap bergantung pada kebutuhan dan preferensi audiens (Fatimah et al., 2025). Oleh sebab itu, penelitian ini tidak menganggap bahwa seluruh durasi menonton semata-mata ditujukan untuk mengejar reward.

Gambar 4.4
Tampilan Bonus Menonton Berdasarkan Durasi



Sumber: Dokumentasi Peneliti, [2026]

4.2.3 *Watch Ads*

Watch ads merupakan aktivitas menonton iklan yang dikaitkan dengan kesempatan memperoleh tambahan koin. Aktivitas ini perlu dibedakan dari menonton drama karena objek perhatian pengguna berbeda. Pada aktivitas drama, pengguna mengakses konten naratif; pada *watch ads*, pengguna berinteraksi dengan materi iklan yang ditampilkan melalui sistem.

Keberadaan imbalan dalam aktivitas digital secara umum dapat menjadi bagian dari mekanisme yang menghubungkan tindakan pengguna dengan manfaat tertentu. Kajian gamifikasi Indonesia menunjukkan bahwa poin dan reward dapat berfungsi sebagai bentuk umpan balik setelah pengguna menyelesaikan aktivitas (Prasetyo, 2025).

Gambar 4.5
Tampilan Watch Ads



Sumber: Dokumentasi Peneliti, [2026]

4.2.4 *Treasure Box*

Treasure Box merupakan fitur tambahan yang memberikan kesempatan kepada pengguna untuk memperoleh koin melalui mekanisme klaim tertentu. Berdasarkan data penelitian, fitur tersebut dapat berkaitan dengan interval waktu dan, pada pengalaman tertentu, tindakan tambahan seperti menonton iklan.

Karakter ini menunjukkan adanya variasi jalur perolehan reward. Dalam sistem digital, variasi elemen penghargaan dapat digunakan untuk menyediakan bentuk interaksi yang berbeda. Prasetyo (2025) menunjukkan bahwa desain gamifikasi umumnya bekerja melalui kombinasi elemen, sehingga pengalaman pengguna tidak hanya dibentuk oleh satu bentuk penghargaan.

Gambar 4.6
Tampilan Treasure Box



Sumber: Dokumentasi Peneliti, [2026]

4.2.5 *Referral*

Referral merupakan mekanisme yang menghubungkan aktivitas pengguna dengan upaya mengundang pihak lain. Berdasarkan dokumentasi penelitian, fitur ini tersedia sebagai salah satu jalur memperoleh reward. Namun, keberadaan menu tidak membuktikan bahwa seluruh informan menggunakan fitur tersebut. Secara umum, mekanisme rujukan dalam platform digital memperluas aktivitas pengguna dari ruang individual menuju jaringan sosial.

Gambar 4.7
Tampilan Referral



Sumber: Dokumentasi Peneliti, [2026]

4.2.6 *Share*

Fitur *share* memungkinkan pengguna membagikan informasi atau konten melalui saluran yang tersedia. Dalam konteks sistem reward, aktivitas tersebut hanya dapat dinyatakan menghasilkan imbalan apabila dokumentasi penelitian benar-benar menunjukkan hubungan antara tindakan berbagi dan pemberian reward. Prinsip kehati-hatian tersebut penting karena keberadaan tombol *share* tidak otomatis identik dengan aktivitas berbayar. Oleh karena itu, penelitian membedakan antara fitur tersedia, fitur digunakan, dan fitur menghasilkan reward.

4.2.7 Mekanisme Konversi Koin menjadi Saldo Rupiah

Koin merupakan unit imbalan digital yang digunakan dalam sistem Melolo. Berdasarkan hasil dokumentasi penelitian, koin yang berhasil dikumpulkan pengguna dapat dikonversikan menjadi nilai rupiah dengan rasio 10 koin setara dengan Rp1 pada kondisi akun dan

periode penelitian yang diamati. Mekanisme ini menunjukkan bahwa koin dan uang tunai memiliki status yang berbeda. Koin yang dimiliki pengguna belum dapat dianggap sebagai dana yang siap digunakan untuk bertransaksi, karena masih harus melalui proses konversi ke dalam bentuk rupiah. Dengan demikian, proses konversi menjadi tahapan yang menghubungkan akumulasi aktivitas pengguna di dalam aplikasi dengan kemungkinan diperolehnya manfaat finansial.

Seluruh reward yang diperoleh dari berbagai aktivitas dalam aplikasi akan tersimpan terlebih dahulu dalam bentuk saldo koin digital. Koin tersebut tidak dapat digunakan secara langsung sebagai alat pembayaran, melainkan harus dikonversikan melalui menu yang telah disediakan oleh aplikasi. Berdasarkan pengamatan penelitian, pengguna perlu melakukan tindakan tertentu untuk memeriksa dan mengubah saldo koin menjadi nilai rupiah sesuai dengan rasio konversi yang berlaku. Besarnya nilai rupiah yang diterima pengguna bergantung pada jumlah koin yang berhasil dikumpulkan.

Mekanisme ini sejalan dengan perkembangan ekonomi digital di Indonesia yang ditandai oleh meningkatnya penggunaan teknologi digital dalam sistem pembayaran dan transaksi elektronik. Bank Indonesia (2024) menjelaskan bahwa ekonomi dan keuangan digital berkembang melalui integrasi teknologi, sistem pembayaran, dan berbagai layanan berbasis elektronik. Meskipun demikian, keberadaan koin digital dalam

aplikasi Melolo tidak serta-merta dapat dikategorikan sebagai uang elektronik, karena statusnya masih merupakan reward internal platform yang baru memiliki nilai ekonomi setelah melalui mekanisme konversi yang ditetapkan oleh penyelenggara aplikasi.

Gambar 4.7

Tampilan Konversi Koin Menjadi Saldo Rupiah



Sumber: Dokumentasi Peneliti, [2026]

4.2.8 Penarikan Koin (*Withdraw*)

Setelah melalui tahap konversi dan memenuhi ketentuan yang ditetapkan oleh aplikasi, saldo hasil reward dapat memasuki proses penarikan (*withdraw*). Berdasarkan hasil observasi penelitian, pada periode pengamatan tersedia pilihan penarikan sebesar Rp10.000 dan Rp50.000 melalui dompet digital DANA. Penarikan dilakukan sesuai jadwal yang telah ditentukan oleh sistem aplikasi, yaitu pada hari Jumat. Karena kebijakan platform dapat berubah sewaktu-waktu, informasi tersebut merupakan gambaran mekanisme yang berlaku pada saat penelitian dilakukan.

Proses penarikan ini menunjukkan bahwa reward digital yang semula hanya berupa saldo koin di dalam aplikasi dapat direalisasikan menjadi nilai ekonomi yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna. Setelah saldo dikonversikan ke dalam bentuk rupiah dan memenuhi batas minimal penarikan, dana dapat dicairkan ke dompet digital yang didukung oleh platform. Dengan demikian, terdapat tahapan yang jelas mulai dari perolehan reward, konversi nilai, hingga pencairan dana ke luar aplikasi.

Penggunaan dompet digital dalam mekanisme penarikan juga mencerminkan keterhubungan antara platform hiburan digital dengan infrastruktur sistem pembayaran elektronik di Indonesia. Perkembangan masyarakat menuju *cashless society* telah mendorong semakin luasnya penggunaan dompet digital dalam berbagai aktivitas transaksi. Rahmatika et al. (2024) menjelaskan bahwa peningkatan penggunaan transaksi non-tunai dipengaruhi oleh kemudahan layanan digital serta perubahan perilaku masyarakat dalam memanfaatkan teknologi keuangan.

Gambar 4.8
Tampilan Menu Penarikan Reward melalui DANA



Sumber: Dokumentasi Peneliti, [2026]

4.3. Ketentuan Reward pada Aplikasi Melolo

Selain menyediakan berbagai mekanisme perolehan imbalan, aplikasi Melolo juga menetapkan sejumlah ketentuan yang mengatur pelaksanaan program reward. Ketentuan tersebut menjadi dasar operasional dalam proses pemberian, pengumpulan, konversi, hingga pencairan reward yang diperoleh pengguna. Seluruh aturan disampaikan melalui halaman *Terms and Conditions* pada aplikasi dan bersifat mengikat bagi setiap pengguna yang mengikuti Program Tugas (*Task Program*).

Program reward Melolo hanya dapat diikuti oleh pengguna yang telah memiliki akun dan masuk (*login*) ke dalam aplikasi. Berdasarkan ketentuan yang berlaku, program ini diperuntukkan bagi pengguna yang berusia minimal

18 tahun dan merupakan warga negara atau penduduk sah di negara yang menjadi wilayah operasional Melolo, yaitu Indonesia, Vietnam, Thailand, dan Filipina. Dengan mengikuti program tersebut, pengguna dianggap telah menyetujui seluruh syarat dan ketentuan yang ditetapkan oleh pihak Melolo.

Dalam sistem reward Melolo, pengguna memperoleh imbalan melalui penyelesaian berbagai aktivitas yang telah ditentukan oleh aplikasi. Aktivitas tersebut meliputi *daily check-in*, penyelesaian tugas harian (*daily task*), menonton serial mini sesuai durasi yang dipersyaratkan, menonton iklan (*watch ads*), membuka *treasure box*, serta mengikuti program *referral*. Ketersediaan tugas beserta jumlah reward yang diberikan dapat berubah sewaktu-waktu sesuai dengan kebijakan platform.

Melolo juga membedakan mekanisme reward bagi pengguna baru dan pengguna reguler. Pengguna baru memperoleh serangkaian tugas khusus selama tujuh hari pertama setelah mendaftar, seperti hadiah *check-in* tujuh hari, hadiah menonton serial dalam durasi tertentu, serta bonus penyelesaian tugas awal. Setelah periode tersebut berakhir, pengguna akan mengikuti sistem tugas harian yang berlaku bagi seluruh pengguna aplikasi.

Pada mekanisme *daily check-in*, Melolo menerapkan sistem siklus selama 30 hari. Pengguna diwajibkan melakukan *check-in* setiap hari untuk mempertahankan progres yang telah dicapai. Apabila pengguna tidak melakukan *check-in* selama satu hari, maka siklus akan diulang kembali dari

hari pertama sehingga progres sebelumnya tidak dapat dilanjutkan. Ketentuan ini mendorong pengguna untuk membuka aplikasi secara konsisten setiap hari.

Reward yang diperoleh pengguna disimpan dalam bentuk koin digital (*coins*). Berdasarkan ketentuan program, rasio konversi yang berlaku di Indonesia adalah 10 koin setara dengan Rp1. Dengan demikian, seluruh aktivitas yang menghasilkan koin akan diakumulasikan terlebih dahulu sebelum dikonversikan menjadi nilai rupiah. Selain ditukarkan menjadi uang, koin juga dapat digunakan untuk memperoleh barang virtual tertentu yang tersedia di dalam aplikasi sesuai kebijakan platform.

Proses pencairan reward dilakukan melalui fitur *withdraw*. Pengguna hanya dapat mengajukan penarikan apabila telah memenuhi batas minimum penarikan (*minimum withdrawal*) yang ditetapkan oleh sistem pada halaman program. Setelah pengguna memenuhi persyaratan tersebut, reward yang telah dikonversikan ke dalam nilai rupiah akan diproses dan dikirimkan ke akun pembayaran atau dompet digital yang telah didaftarkan pengguna. Pada saat proses pembayaran pertama, Melolo melakukan verifikasi identitas dan usia pengguna untuk memastikan bahwa penerima reward telah memenuhi persyaratan yang berlaku.

Melolo juga menetapkan sejumlah ketentuan yang dapat menyebabkan reward tidak diberikan atau dibatalkan. Pengguna tidak berhak memperoleh reward apabila menggunakan akun yang melanggar kebijakan platform, menggunakan aplikasi dengan versi yang tidak sesuai, melakukan aktivitas

yang terindikasi sebagai kecurangan (*fraud*), atau tidak memenuhi persyaratan tugas sebagaimana ditetapkan dalam halaman program. Selain itu, Melolo memiliki hak untuk mengurangi, membatalkan, maupun menghapus saldo reward apabila ditemukan pelanggaran terhadap syarat dan ketentuan penggunaan aplikasi.

Ketentuan lain yang turut diatur adalah masa berlaku reward. Apabila akun pengguna tidak aktif selama 30 hari berturut-turut dan saldo reward masih berada di bawah ambang batas yang ditentukan oleh platform, maka reward yang telah terkumpul dapat dinyatakan kedaluwarsa setelah pengguna memperoleh pemberitahuan dari pihak Melolo. Setelah melewati batas waktu tersebut, saldo reward dapat dikembalikan menjadi nol sesuai kebijakan platform. Secara umum, seluruh ketentuan reward pada aplikasi Melolo menunjukkan bahwa sistem pemberian imbalan tidak hanya mengatur cara memperoleh reward, tetapi juga mengatur persyaratan kepesertaan, mekanisme akumulasi koin, proses konversi ke nilai rupiah, tata cara penarikan dana, serta kondisi-kondisi yang menyebabkan reward dapat dibatalkan. Dengan adanya ketentuan tersebut, mekanisme reward pada aplikasi Melolo memiliki prosedur operasional yang jelas sebagai bagian dari sistem yang diterapkan oleh platform.

4.4 Profil Informan

Penelitian ini melibatkan 11 informan yang merupakan pengguna aktif aplikasi Melolo Micro-Drama. Pemilihan informan dilakukan secara purposive dengan

mempertimbangkan pengalaman menggunakan aplikasi Melolo sehingga mampu memberikan informasi yang relevan mengenai mekanisme sistem imbalan digital dan perilaku penggunaan aplikasi. Karakteristik informan meliputi usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan lama menggunakan aplikasi Melolo.

Tabel 4.1 Karakteristik Informan Penelitian

No	Informan	Umur	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Lama Menggunakan Melolo
1	Hatma Aura Rahmah	25 tahun	Perempuan	Mahasiswa	6 bulan
2	Yunita Dwi Setyowati	34 tahun	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	2 bulan
3	Muchamad Iqbal	31 tahun	Laki-laki	Pedagang	2 bulan
4	Diska Risqiyani	38 tahun	Perempuan	Guru	2 bulan
5	Rahmatul Fatihah	18 tahun	Perempuan	Belum bekerja	1 tahun
6	Syafa'atul Azizah	34 tahun	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	8 bulan
7	Witri Agustina	26 tahun	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	5 bulan
8	Qonitatul Izza	18 tahun	Perempuan	Fresh Graduate (belum bekerja)	5 bulan
9	Melisa Mariana	26 tahun	Perempuan	Karyawan	3 bulan
10	Lili Fatichatul	29 tahun	Perempuan	Guru	3 bulan
11	Zahirotul Wirda	26 tahun	Perempuan	Guru	2 tahun

Sumber: Data wawancara diolah (2026).

Berdasarkan Tabel 4.4, informan penelitian berjumlah 11 orang dengan rentang usia 18 hingga 38 tahun. Sebagian besar informan berada pada kelompok usia produktif, yaitu 25–34 tahun. Kelompok usia tersebut merupakan kelompok yang aktif menggunakan media digital dan memiliki intensitas penggunaan aplikasi hiburan berbasis internet yang relatif tinggi.

Ditinjau dari jenis kelamin, penelitian ini didominasi oleh informan perempuan sebanyak 10 orang (90,9%), sedangkan informan laki-laki sebanyak 1 orang (9,1%). Dominasi pengguna perempuan menunjukkan bahwa aplikasi Melolo lebih banyak diminati oleh perempuan, terutama karena konten micro-drama yang menjadi daya tarik utama aplikasi.

Berdasarkan pekerjaan, informan memiliki latar belakang yang beragam, terdiri atas mahasiswa, ibu rumah tangga, guru, pedagang, karyawan, serta fresh graduate yang belum bekerja. Keberagaman profesi tersebut memberikan gambaran bahwa aplikasi Melolo digunakan oleh berbagai kalangan, baik yang masih menempuh pendidikan, bekerja, maupun mengelola rumah tangga.

Sementara itu, berdasarkan lama menggunakan aplikasi Melolo, informan telah menggunakan aplikasi dalam rentang waktu 2 bulan hingga 5 tahun. Mayoritas informan telah menggunakan aplikasi selama 2–8 bulan, sedangkan beberapa informan telah menggunakan Melolo selama 1 tahun, 2 tahun, bahkan 5 tahun. Variasi pengalaman penggunaan ini memberikan informasi yang cukup untuk memahami mekanisme sistem imbalan digital, pola penggunaan aplikasi, serta persepsi pengguna terhadap sistem reward yang diterapkan Melolo.

BAB V

TEMUAN HASIL PENELITIAN

5.1 Temuan Mekanisme Reward pada Aplikasi Melolo

Berdasarkan hasil observasi terhadap aplikasi Melolo serta wawancara mendalam dengan para informan, ditemukan bahwa mekanisme reward merupakan salah satu bagian yang paling sering dimanfaatkan selama penggunaan aplikasi. Berbagai fitur yang disediakan, seperti *daily check-in*, *daily task*, *watch ads*, *treasure box*, dan *referral*, dimanfaatkan oleh informan untuk memperoleh tambahan koin yang selanjutnya dikumpulkan hingga dapat ditukarkan menjadi uang melalui fitur *withdraw*. Temuan ini menunjukkan bahwa aktivitas pengguna tidak hanya berorientasi pada konsumsi konten hiburan, tetapi juga pada upaya memperoleh reward yang tersedia dalam aplikasi.

5.1.1 Kebiasaan Melakukan *Daily Check-in*

Hasil wawancara menunjukkan bahwa hampir seluruh informan menjadikan *daily check-in* sebagai aktivitas pertama ketika membuka aplikasi Melolo. Aktivitas tersebut dipandang sebagai cara yang paling mudah untuk memperoleh tambahan koin karena hanya memerlukan proses klaim melalui menu yang telah disediakan. Selain itu, informan menyadari bahwa apabila *check-in* harian terlewat, siklus hadiah akan kembali ke hari pertama sehingga kesempatan memperoleh reward yang lebih besar menjadi berkurang.

Seorang informan menjelaskan:

"Kalau buka Melolo ya check-in sek. Soalnya kalau lupa sehari nanti mulai lagi dari awal lagi. Kan sayang kalau udah jalan beberapa hari terus putus." (Informan 3)

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh informan lain.

"tiap hari check-in. Walaupun rewardnya kecil, lama-lama kalau dikumpulkan lumayan juga." (Informan 7)

Hasil observasi peneliti terhadap halaman *Daily Check-in* juga menunjukkan bahwa sistem menerapkan siklus hadiah selama 30 hari. Apabila pengguna tidak melakukan *check-in* dalam satu hari, progres akan kembali ke hari pertama sesuai ketentuan yang berlaku pada aplikasi. Kondisi tersebut mendorong pengguna untuk membuka aplikasi secara rutin agar tidak kehilangan progres reward yang telah diperoleh.

5.1.2 Penyelesaian *Daily Task* untuk Memperoleh Reward

Selain *daily check-in*, seluruh informan menyatakan bahwa mereka berusaha menyelesaikan tugas harian (*daily task*) yang tersedia setiap hari. Tugas tersebut meliputi aktivitas menonton serial mini dengan durasi tertentu serta menyelesaikan target-target yang telah ditetapkan oleh aplikasi. Menurut informan, penyelesaian seluruh tugas harian menjadi cara utama untuk meningkatkan jumlah koin yang diperoleh.

Salah satu informan menyampaikan:

"baru buka aplikasi, saya langsung klaim reward daily check-in. lumayan tiap hari rewardnya nambah." (Informan 5)

Informan lain mengungkapkan bahwa penyelesaian tugas harian telah menjadi kebiasaan setiap kali menggunakan aplikasi.

"daily check-in kayak reward wajib." (Informan 1)

Temuan ini menunjukkan bahwa keberadaan tugas harian menjadi salah satu aktivitas yang secara konsisten dilakukan oleh pengguna dalam memperoleh reward.

5.1.3 Menonton Hingga Target Durasi

Hasil penelitian juga menemukan bahwa durasi menonton tidak sepenuhnya ditentukan oleh ketertarikan terhadap cerita, tetapi juga dipengaruhi oleh target reward yang ditetapkan aplikasi. Informan menyatakan bahwa mereka sering melanjutkan aktivitas menonton hingga mencapai batas waktu tertentu agar seluruh hadiah pada *daily task* dapat diperoleh.

"Kadang sebenarnya sudah mau berhenti nonton, tapi masih kurang beberapa menit buat dapat reward berikutnya, jadi saya lanjut dulu." (Informan 8)

Berdasarkan observasi peneliti, aplikasi memang menampilkan beberapa *checkpoint* durasi menonton yang masing-masing memberikan tambahan reward setelah berhasil dicapai.

5.1.4 Pemanfaatan Treasure Box

Fitur *Treasure Box* juga dimanfaatkan oleh sebagian besar informan sebagai sumber tambahan reward. Setelah waktu tunggu atau syarat tertentu terpenuhi, informan segera membuka kotak hadiah untuk memperoleh bonus koin.

Sebagaimana diungkapkan oleh salah seorang informan:

"kan nunggu cuman 3 menit ya, jadi pas nunggu sambil nonton dramanya." (Informan 2)

Informan lain menyatakan:

"hampir nggak pernah ngelewatin Peti Harta sih, soale seru pas nungguin boxnya kebuka." (Informan 9)

Hasil observasi menunjukkan bahwa fitur tersebut memang tersedia secara berkala sebagai bonus tambahan di luar tugas harian sehingga menjadi salah satu sumber akumulasi reward pengguna.

5.1.5 Penggunaan Program Referral

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan program *referral* tidak dilakukan secara merata oleh seluruh informan. Sebagian informan aktif membagikan kode undangan kepada teman maupun anggota keluarga, sedangkan sebagian lainnya tidak memanfaatkan fitur tersebut karena merasa sulit memperoleh pengguna baru.

Salah satu informan menjelaskan:

"Saya pernah bagikan kode referral ke teman-teman lewat WhatsApp." (Informan 6)

Sebaliknya, informan lain menyatakan:

"Saya tidak pernah pakai referral, mba. Saya fokuse ke reward harian aja." (Informan 10)

Dengan demikian, dibandingkan fitur *daily check-in* maupun *daily task*, penggunaan *referral* menunjukkan variasi yang lebih besar di antara para informan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme reward pada aplikasi Melolo dimanfaatkan pengguna melalui berbagai aktivitas yang telah disediakan oleh platform. Aktivitas yang paling konsisten dilakukan adalah *daily check-in* dan penyelesaian *daily task*, diikuti dengan pencapaian target durasi menonton serta pemanfaatan *treasure box*. Sementara itu, penggunaan program *referral* cenderung bergantung pada kondisi dan preferensi masing-masing pengguna. Temuan-temuan tersebut menggambarkan pola pemanfaatan sistem reward oleh pengguna dan menjadi dasar bagi analisis lebih lanjut pada bab berikutnya.

5.2 Temuan Mekanisme Perolehan Imbalan Digital pada Aplikasi Melolo

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan para informan, diperoleh sejumlah temuan mengenai pemahaman pengguna terhadap mekanisme pemberian reward pada aplikasi Melolo. Temuan tersebut berkaitan dengan cara pengguna memahami hubungan antara penyelesaian

tugas yang diberikan aplikasi dengan reward yang diterima setelah tugas tersebut berhasil diselesaikan. Seluruh data pada bagian ini disajikan sebagaimana diperoleh di lapangan tanpa dilakukan analisis menggunakan perspektif akad *Ju'alah*.

5.2.1 Pemahaman Pengguna terhadap Hubungan Tugas dan Reward

Sebagian besar informan menyatakan bahwa reward hanya akan diberikan apabila tugas yang ditentukan oleh aplikasi telah diselesaikan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Informan memahami bahwa setiap aktivitas, seperti *daily check-in*, menonton serial hingga durasi tertentu, maupun penyelesaian tugas harian lainnya, memiliki reward yang berbeda-beda dan hanya dapat diklaim setelah seluruh persyaratan dipenuhi.

Salah seorang informan menyampaikan:

"Kalau tugasnya belum selesai ya hadiahnya belum bisa diambil. Harus selesai dulu baru muncul tombol klaim." (Informan 2)

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh informan lain.

"Saya tahu reward itu memang diberikan setelah targetnya tercapai. Misalnya harus nonton sampai sekian menit dulu." (Informan 6)

Berdasarkan hasil observasi peneliti, aplikasi Melolo juga menampilkan indikator penyelesaian tugas serta tombol klaim reward yang baru dapat diakses setelah persyaratan tugas terpenuhi.

5.2.2 Pemahaman terhadap Ketentuan Withdraw

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar informan memahami adanya ketentuan batas minimal penarikan (*minimum withdrawal*) sebelum reward dapat dicairkan. Informan mengetahui bahwa reward yang diperoleh harus diakumulasikan terlebih dahulu hingga mencapai nominal tertentu sesuai dengan ketentuan aplikasi.

Seorang informan menjelaskan:

"iya, seminggu sekali baru bisa dicairin. Seringnya sih yang Rp.10.000 an." (Informan 4)

Informan lain juga menyatakan bahwa prosedur penarikan relatif mudah dipahami karena informasi mengenai nominal penarikan telah tersedia pada halaman reward.

"sama sih, saya juga Rp. 10.000 an. Itu juga nunggunya lumayan lama mba." (Informan 8)

5.2.3 Persepsi terhadap Perhitungan Reward

Selain memahami mekanisme pemberian reward, beberapa informan juga menyampaikan pandangannya mengenai proses perhitungan reward yang diterapkan aplikasi. Sebagian informan menilai bahwa jumlah reward yang diterima telah sesuai dengan tugas yang diselesaikan karena informasi jumlah koin ditampilkan sebelum tugas dikerjakan. Namun demikian, beberapa informan lainnya mengaku belum sepenuhnya memahami bagaimana sistem menentukan besaran reward

yang diterima, terutama ketika terjadi perubahan jumlah reward pada tugas tertentu.

Sebagaimana diungkapkan oleh salah seorang informan:

"Kadang jumlah koinnya berubah-rubah apalagi pas di reward nonton harian. kadang 120 menit bisa 6000 an koin kadang Cuma 3000 koin kadang juga 4000 koin. Saya kurang tahu kenapa bisa beda." (Informan 5)

Informan lain juga menyampaikan:

"Reward-nya emang jelas, cuman nominal e tiap hari ternyata berubah-ubah." (Informan 9)

Hasil observasi peneliti menunjukkan bahwa aplikasi Melolo mencantumkan jumlah reward pada masing-masing tugas. Namun demikian, aplikasi juga memberikan keterangan bahwa ketersediaan tugas maupun besaran reward dapat berubah sewaktu-waktu sesuai dengan kebijakan platform.

5.2.4 Persepsi terhadap Kejelasan Aturan Reward

Temuan penelitian menunjukkan adanya variasi persepsi mengenai kejelasan aturan program reward. Sebagian informan menilai bahwa ketentuan yang berkaitan dengan penyelesaian tugas dan proses penarikan telah disampaikan secara jelas melalui halaman program sehingga mudah dipahami.

Di sisi lain, terdapat informan yang mengaku tidak pernah membaca secara lengkap syarat dan ketentuan penggunaan aplikasi. Informasi mengenai reward lebih banyak dipahami melalui pengalaman menggunakan aplikasi dibandingkan membaca dokumen ketentuan yang tersedia.

Salah seorang informan menyatakan:

"Saya sama sekali nggak pernah baca syarat dan ketentuannya Mbak. Biasanya langsung pakai aplikasinya saja. Focus ke reward tok" (Informan 1)

Informan lain mengungkapkan:

"Kalau aturan dasarnya saya tahu, tapi kalau ketentuan lengkapnya belum pernah saya baca." (Informan 7)

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar informan memahami hubungan antara penyelesaian tugas dengan pemberian reward, mengetahui adanya batas minimum penarikan, serta memahami bahwa reward diperoleh setelah memenuhi persyaratan yang ditentukan aplikasi. Di sisi lain, ditemukan pula adanya variasi pemahaman mengenai mekanisme perhitungan reward dan tingkat keterbacaan terhadap syarat dan ketentuan yang disediakan oleh platform. Temuan-temuan tersebut menjadi dasar bagi analisis mengenai kesesuaian mekanisme reward dengan konsep akad *Ju'alah* pada bab selanjutnya.

5.3 Temuan Implikasi Sistem Reward pada Pengguna Melolo

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti, ditemukan bahwa keberadaan sistem reward pada aplikasi Melolo memunculkan sejumlah implikasi terhadap pola penggunaan aplikasi oleh para informan. Implikasi tersebut terlihat pada frekuensi membuka aplikasi, durasi penggunaan, keterlibatan dalam program referral, serta pemanfaatan reward yang berhasil diperoleh. Temuan pada bagian ini disajikan berdasarkan pengalaman yang disampaikan oleh informan tanpa dilakukan interpretasi teoritis.

5.3.1 Peningkatan Frekuensi Membuka Aplikasi

Sebagian besar informan menyatakan bahwa mereka membuka aplikasi Melolo hampir setiap hari. Aktivitas tersebut umumnya dilakukan untuk melakukan *daily check-in*, memeriksa tugas harian yang tersedia, maupun mengklaim reward yang telah diperoleh.

Salah seorang informan menyampaikan:

"Kalau sekarang hampir tiap hari buka Melolo. Minimal buat klaim reward check-in." (Informan 3)

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh informan lain.

"Dulu nggak setiap hari mbak, sekarang sering karena suka klaim rewardnya." (Informan 8)

Berdasarkan hasil observasi, fitur *daily check-in* dan tugas harian memang mengharuskan pengguna membuka aplikasi secara berkala agar tidak kehilangan kesempatan memperoleh reward yang tersedia.

5.3.2 Bertambahnya Durasi Menonton

Selain meningkatkan frekuensi penggunaan aplikasi, hasil penelitian juga menunjukkan adanya peningkatan durasi menonton pada sebagian informan. Beberapa informan mengaku tetap melanjutkan aktivitas menonton hingga target tertentu tercapai agar dapat memperoleh reward yang tersedia pada tugas harian.

Seorang informan menjelaskan:

"Kadang sebenarnya sudah selesai nonton, tapi karena target menitnya belum tercapai jadi saya lanjut dulu." (Informan 5)

Informan lain menyatakan:

"Biasanya saya lihat dulu target waktunya. Kalau masih kurang sedikit ya diteruskan sampai selesai." (Informan 1)

Temuan ini menunjukkan bahwa durasi penggunaan aplikasi pada beberapa informan tidak hanya ditentukan oleh ketertarikan terhadap konten drama, tetapi juga berkaitan dengan penyelesaian target yang tersedia dalam sistem reward.

5.3.3 Keterlibatan dalam Program Referral

Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian informan pernah membagikan kode atau tautan referral kepada teman, anggota keluarga, maupun rekan kerja. Tujuannya adalah agar pengguna baru dapat

bergabung menggunakan kode tersebut sehingga pemberi referral memperoleh bonus reward dari aplikasi.

Salah satu informan menyatakan:

"Saya pernah kirim kode referral ke grup WhatsApp keluarga. Siapa tahu ada yang mau coba." (Informan 6)

Informan lainnya menjelaskan:

"Beberapa kali saya bagikan ke teman karena ada bonus tambahan kalau ada yang daftar." (Informan 9)

Namun demikian, tidak seluruh informan memanfaatkan fitur referral. Beberapa informan mengaku tidak pernah membagikan kode undangan karena merasa tidak memiliki banyak calon pengguna yang dapat diajak bergabung.

5.3.4 Pemanfaatan Reward untuk Kebutuhan Sehari-hari

Temuan penelitian menunjukkan bahwa reward yang berhasil ditarik melalui fitur *withdraw* umumnya digunakan untuk kebutuhan sehari-hari. Meskipun nominal yang diperoleh relatif terbatas, informan menilai reward tersebut tetap memiliki manfaat ekonomi.

Salah seorang informan menjelaskan:

"Kalau sudah cair biasanya saya pakai buat nambah-nambah beli pulsa atau paket data." (Informan 2)

Pernyataan lain menunjukkan penggunaan yang berbeda.

"Pernah tak pake buat tambahan beli jajanan lewat DANA, Mbak." (Informan 7)

Informan lainnya menyatakan bahwa reward digunakan sebagai tambahan saldo dompet digital untuk berbagai kebutuhan kecil.

"Nominalnya emang nggak besar Mbak, tapi lumayan loh buat tambahan saldo DANA." (Informan 4)

Berdasarkan hasil wawancara, penggunaan reward lebih banyak diarahkan pada kebutuhan konsumsi harian dengan nominal relatif kecil dibandingkan untuk kebutuhan yang bersifat jangka panjang.

5.3.5 Reward sebagai Tambahan Penghasilan

Sebagian informan memandang reward yang diperoleh dari Melolo sebagai uang tambahan yang dapat dimanfaatkan ketika berhasil dikumpulkan dalam jumlah tertentu. Meskipun tidak dianggap sebagai sumber pendapatan utama, reward tetap memiliki nilai ekonomi bagi pengguna.

Salah seorang informan menyampaikan:

"Bukan penghasilan utama sih, tapi kalau sudah terkumpul lumayan buat tambahan." (Informan 10)

Informan lain juga mengungkapkan:

"Saya anggap bonus saja. Kalau ada ya dipakai, kalau tidak ada juga tidak masalah." (Informan 5)

Temuan tersebut menunjukkan bahwa reward pada aplikasi Melolo dipersepsikan sebagai pendapatan tambahan yang dapat dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan tertentu sesuai dengan kondisi masing-masing pengguna.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem reward pada aplikasi Melolo berkaitan dengan meningkatnya frekuensi membuka aplikasi, bertambahnya durasi menonton, keterlibatan sebagian pengguna dalam program referral, serta munculnya pemanfaatan reward untuk berbagai kebutuhan sehari-hari. Selain itu, reward juga dipandang sebagai tambahan pendapatan dalam jumlah terbatas yang memiliki nilai ekonomi bagi para pengguna. Temuan-temuan tersebut menjadi dasar untuk menganalisis implikasi sistem reward dalam perspektif Theory of Planned Behavior, Self-Determination Theory, Attention Economy, dan akad Ju'alah pada bab berikutnya.

BAB VI

PEMBAHASAN

6.1 Pembahasan Mekanisme Reward pada Aplikasi Melolo

6.1.1 *Daily Check-in* sebagai Strategi Mempertahankan Perhatian Pengguna

Berdasarkan hasil penelitian, hampir seluruh informan menjadikan fitur *daily check-in* sebagai aktivitas pertama ketika membuka aplikasi Melolo. Meskipun reward yang diberikan relatif kecil, informan tetap melakukan *check-in* setiap hari karena khawatir kehilangan progres hadiah apabila melewatkan satu hari. Temuan ini menunjukkan bahwa nilai ekonomi reward bukan satu-satunya faktor yang mendorong perilaku pengguna, melainkan adanya mekanisme sistem yang membentuk rutinitas penggunaan aplikasi.

Dalam perspektif Attention Economy, mekanisme *daily check-in* tidak dapat dipahami hanya sebagai fitur pemberian hadiah. Herbert Simon menjelaskan bahwa dalam lingkungan yang dipenuhi informasi, perhatian manusia menjadi sumber daya yang langka sehingga berbagai platform digital berusaha memperoleh dan mempertahankannya. Perhatian pengguna kemudian berubah menjadi aset ekonomi yang bernilai bagi platform karena berkaitan dengan peningkatan aktivitas pengguna, peluang monetisasi, dan pendapatan dari iklan maupun transaksi digital.

Pada aplikasi Melolo, reward harian berfungsi sebagai mekanisme yang mendorong pengguna kembali membuka aplikasi setiap hari. Semakin sering pengguna membuka aplikasi, semakin besar peluang mereka untuk melanjutkan menonton drama, menyelesaikan tugas harian, atau berinteraksi dengan fitur lain yang menghasilkan pendapatan bagi platform. Dengan demikian, fungsi utama *daily check-in* bukan sekadar memberikan insentif kepada pengguna, tetapi juga membangun pola kunjungan harian (*daily active users*) yang menjadi indikator penting dalam keberhasilan platform digital.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Rosfuzah Binti Roslan yang menunjukkan bahwa kepuasan, persepsi manfaat, dan keterlibatan pengguna memengaruhi niat untuk terus menggunakan aplikasi berbasis gamifikasi. Reward harian tidak hanya dipersepsikan sebagai hadiah, tetapi menjadi bagian dari pengalaman pengguna yang mendorong keberlanjutan penggunaan aplikasi. Demikian pula, penelitian mengenai aspek gamifikasi pada aplikasi seluler menemukan bahwa elemen seperti *achievement*, *recognition*, dan *enjoyment* berpengaruh terhadap sikap, kepuasan, dan niat penggunaan berkelanjutan.

Apabila dianalisis menggunakan *Self-Determination Theory* (SDT), reward pada *daily check-in* merupakan bentuk motivasi ekstrinsik. Pengguna pada awalnya membuka aplikasi untuk memperoleh koin, bukan semata-mata karena ingin menikmati konten.

Namun, seiring dengan frekuensi penggunaan yang berulang, perilaku tersebut dapat mengalami proses internalisasi sehingga aktivitas membuka aplikasi menjadi sebuah kebiasaan. Dalam konteks ini, reward berfungsi sebagai pemicu awal terbentuknya perilaku yang kemudian dipertahankan melalui rutinitas penggunaan.

Hasil penelitian ini juga memperlihatkan bahwa mekanisme *daily check-in* pada Melolo memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan aplikasi pembelajaran yang dikaji Nurhanisa Ridwan. Pada aplikasi pembelajaran, reward diarahkan untuk meningkatkan motivasi menyelesaikan aktivitas belajar. Sementara itu, pada Melolo, reward diarahkan untuk mempertahankan frekuensi kunjungan pengguna terhadap platform hiburan. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa fungsi reward sangat dipengaruhi oleh tujuan bisnis platform yang mengimplementasikannya.

Berdasarkan analisis tersebut, peneliti berpendapat bahwa *daily check-in* pada Melolo merupakan strategi pengelolaan perhatian (*attention management strategy*) yang memanfaatkan insentif ekonomi dalam bentuk reward digital untuk membangun kebiasaan penggunaan aplikasi. Dengan demikian, reward tidak hanya berfungsi sebagai bentuk apresiasi kepada pengguna, tetapi juga sebagai instrumen yang mengubah perhatian pengguna menjadi sumber nilai ekonomi bagi platform.

6.1.2 *Watch Ads* sebagai Monetisasi Perhatian Pengguna

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar informan bersedia menonton iklan hingga selesai karena adanya tambahan reward yang diberikan setelah iklan berakhir. Meskipun beberapa informan menganggap iklan mengganggu pengalaman menonton, mereka tetap menyelesaikan tayangan iklan karena ingin memperoleh tambahan koin. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan pengguna untuk menonton iklan lebih banyak didorong oleh adanya insentif dibandingkan ketertarikan terhadap isi iklan itu sendiri.

Dalam perspektif *Attention Economy*, iklan digital pada platform seperti Melolo bukan sekadar media promosi, melainkan mekanisme monetisasi perhatian pengguna. Semakin lama pengguna memperhatikan iklan, semakin besar nilai ekonomi yang dapat dihasilkan platform dari pengiklan. Oleh karena itu, reward diberikan sebagai kompensasi agar pengguna bersedia mengalokasikan perhatian mereka kepada konten iklan.

Dari sudut pandang *Self-Determination Theory*, perilaku tersebut mencerminkan dominasi motivasi ekstrinsik. Pengguna tidak menonton iklan karena kebutuhan intrinsik, tetapi karena adanya konsekuensi berupa tambahan reward. Penelitian mengenai gamifikasi juga menunjukkan bahwa sistem poin dan penghargaan efektif meningkatkan

keterlibatan jangka pendek, meskipun perlu dirancang secara seimbang agar tidak mengurangi motivasi intrinsik pengguna.

Penelitian ini memperlihatkan bahwa pada Melolo, perhatian pengguna menjadi komoditas yang dipertukarkan. Pengguna memperoleh koin sebagai kompensasi atas waktu dan perhatian yang diberikan kepada iklan, sedangkan platform memperoleh keuntungan ekonomi melalui meningkatnya jumlah tayangan iklan. Dengan demikian, hubungan antara platform dan pengguna bersifat saling menguntungkan, tetapi tetap menempatkan perhatian pengguna sebagai sumber daya utama yang diperdagangkan dalam ekosistem digital.

6.2 Pembahasan Sistem Reward Aplikasi Melolo dalam Perspektif Akad Ju'alah

Akad *ju'alah* merupakan salah satu akad tabarru' dalam fikih muamalah yang didasarkan pada janji pemberian imbalan kepada pihak yang berhasil menyelesaikan suatu pekerjaan tertentu. Berbeda dengan akad *ijarah* yang menitikberatkan pada proses penyewaan jasa, akad *ju'alah* menempatkan hasil pekerjaan sebagai dasar lahirnya hak atas imbalan. Oleh karena itu, imbalan dalam akad *ju'alah* baru menjadi hak penerima setelah pekerjaan yang dipersyaratkan berhasil diselesaikan. Karakteristik tersebut menyebabkan akad *ju'alah* banyak digunakan sebagai landasan dalam berbagai praktik ekonomi modern, termasuk sistem reward digital pada aplikasi berbasis internet. Prinsip ini juga telah diakomodasi dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad Ju'alah yang menjelaskan bahwa *ju'alah* adalah

janji atau komitmen untuk memberikan imbalan atas tercapainya hasil pekerjaan tertentu.

Landasan normatif mengenai akad *ju'alah* dapat ditemukan dalam firman Allah SWT pada kisah Nabi Yusuf AS.

قَالُوا نَفْقِدُ صُوَاعَ الْمَلِكِ وَلِمَنْ جَاءَ بِهِ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ

"...Barang siapa yang dapat mengembalikannya, maka ia akan memperoleh bahan makanan seberat beban unta dan aku menjamin terhadapnya." (QS. Yusuf [12]:72).

Ayat tersebut menjelaskan adanya janji pemberian imbalan kepada siapa saja yang berhasil menemukan piala raja yang hilang. Para fuqaha menjadikan ayat ini sebagai salah satu dasar legitimasi akad *ju'alah* karena terdapat unsur janji pemberian hadiah yang dikaitkan dengan keberhasilan menyelesaikan suatu pekerjaan. Wahbah az-Zuhaili menjelaskan bahwa ayat tersebut menunjukkan kebolehan seseorang menjanjikan imbalan kepada pihak lain atas suatu hasil pekerjaan yang belum tentu diketahui siapa pelaksananya. Dengan demikian, hak memperoleh imbalan lahir setelah hasil pekerjaan benar-benar tercapai.

Selain Al-Qur'an, dasar hukum *ju'alah* juga berasal dari hadis riwayat al-Bukhari dan Muslim mengenai sekelompok sahabat yang meruqyah seorang kepala suku yang tersengat binatang berbisa. Setelah kepala suku tersebut sembuh, para sahabat memperoleh hadiah berupa kambing. Rasulullah SAW kemudian bersabda:

إِنَّ أَحَقَّ مَا أَخَذْتُمْ عَلَيْهِ أَجْرًا كِتَابُ اللهِ

"Sesungguhnya upah yang paling berhak kalian ambil adalah upah karena Kitab Allah." (HR. al-Bukhari No. 5737; Muslim No. 2201).

Hadis tersebut menjadi dasar utama kebolehan menerima imbalan setelah suatu pekerjaan berhasil diselesaikan. Para ulama menjelaskan bahwa hadis ini merupakan dalil eksplisit mengenai kebolehan akad *ju'alah*, karena pemberian upah dilakukan setelah hasil pekerjaan tercapai, bukan sebelum pekerjaan dilaksanakan.

Berdasarkan landasan normatif tersebut, sistem reward pada aplikasi Melolo dianalisis berdasarkan rukun dan syarat akad *ju'alah*, yaitu *ja'il*, *maj'ul lah*, *ju'l*, *'amal*, *sighat*, serta kemungkinan adanya unsur *gharar*.

6.2.1 Analisis Ja'il (Pemberi Imbalan)

Dalam akad *ju'alah*, ja'il merupakan pihak yang menjanjikan suatu imbalan kepada siapa saja yang mampu menyelesaikan pekerjaan sebagaimana telah ditentukan. Wahbah az-Zuhaili menjelaskan bahwa *ja'il* harus memiliki kewenangan terhadap objek imbalan dan mampu memenuhi janji yang telah ditetapkannya sehingga tidak menimbulkan ketidakpastian bagi pihak pelaksana pekerjaan (Az-Zuhaili, 2011).

Berdasarkan hasil observasi penelitian, posisi *ja'il* dalam aplikasi Melolo ditempati oleh Poligon Pte. Ltd. sebagai pengelola platform. Perusahaan menetapkan berbagai jenis misi, besaran reward, rasio konversi koin, syarat penarikan saldo, hingga jadwal pembayaran.

Seluruh ketentuan tersebut telah diinformasikan melalui halaman Program dan Syarat serta Ketentuan aplikasi sebelum pengguna melaksanakan tugas.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa seluruh informan memahami bahwa reward berasal dari platform dan bukan dari sesama pengguna. Mereka juga mengetahui bahwa besaran reward telah ditentukan terlebih dahulu sebelum tugas dilaksanakan. Dengan demikian, unsur *ja'il* dalam sistem reward Melolo telah terpenuhi karena terdapat pihak yang secara jelas menjanjikan imbalan atas pekerjaan tertentu.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Afriani dan Saepudin yang menjelaskan bahwa akad *ju'alah* merupakan komitmen pemberian imbalan kepada siapa pun yang berhasil menyelesaikan pekerjaan sebagaimana telah ditentukan oleh pemberi hadiah (Afriani & Saepudin, 2024). Penelitian Shobirin dan Hafiz juga menunjukkan bahwa mekanisme komisi pada TikTok Affiliate memenuhi unsur *ja'il* karena platform terlebih dahulu menetapkan besaran komisi sebelum promosi dilakukan (Shobirin & Hafiz, 2024).

Meskipun demikian, penelitian ini menemukan karakteristik yang berbeda dibandingkan konsep *ju'alah* klasik. Dalam praktik fikih klasik, *ja'il* biasanya merupakan individu yang secara langsung menawarkan hadiah kepada masyarakat. Sebaliknya, pada Melolo fungsi tersebut dijalankan oleh sistem digital melalui algoritma yang bekerja secara otomatis. Dengan kata lain, hubungan hukum tidak lagi dibangun melalui komunikasi langsung, melainkan

melalui sistem elektronik yang telah diprogram sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak menghilangkan keberadaan *ja'il*, tetapi mengubah bentuk implementasinya.

6.2.2 Analisis Maj'ul Lah (Penerima Imbalan)

Pada Melolo, *maj'ul lah* adalah pengguna aplikasi yang secara sukarela melaksanakan tugas-tugas seperti *daily check-in*, menonton drama hingga durasi tertentu, membuka *treasure box*, menyaksikan iklan, atau mengundang pengguna baru. Berdasarkan hasil wawancara, seluruh informan memahami bahwa reward hanya akan diberikan setelah tugas berhasil diselesaikan.

Kondisi tersebut sesuai dengan karakteristik *ju'alah* sebagaimana dijelaskan dalam hadis ruqyah dan Fatwa DSN-MUI No. 62/DSN-MUI/XII/2007, yaitu hak atas imbalan muncul setelah tercapainya hasil pekerjaan. Penelitian Rahmika dan Musataklima (2023) mengenai fitur misi berhadiah pada aplikasi Hago juga menunjukkan bahwa pengguna berperan sebagai *maj'ul lah* karena mereka memperoleh imbalan setelah menyelesaikan misi yang telah ditentukan. Analisis ini memperlihatkan adanya transformasi konsep *maj'ul lah* dari fikih klasik menuju ekonomi digital. Pada masa klasik, pekerjaan yang dilakukan biasanya berupa aktivitas fisik seperti menemukan barang hilang atau menyampaikan informasi tertentu. Sebaliknya, dalam aplikasi Melolo pekerjaan berupa aktivitas digital yang menghasilkan perhatian (*attention*), data perilaku,

dan peningkatan keterlibatan (*engagement*) pengguna yang bernilai ekonomi bagi platform.

Namun demikian, pada Melolo pekerjaan yang dilakukan pengguna tidak hanya menghasilkan manfaat langsung bagi pemberi imbalan, tetapi juga menghasilkan data perilaku, durasi penggunaan, dan peningkatan *engagement* yang menjadi aset ekonomi platform. Dengan demikian, posisi *maj'ul lah* pada ekonomi digital memiliki nilai strategis yang lebih kompleks dibandingkan konsep *ju'alah* konvensional.

6.2.3 Analisis Ju'l (Imbalan)

Pada Melolo, *ju'l* berupa koin digital yang memiliki nilai ekonomi dan dapat dikonversi menjadi uang tunai sesuai rasio yang ditentukan platform. Pengguna mengetahui besaran reward sebelum melaksanakan tugas sehingga objek imbalan telah memenuhi prinsip *ma'lum* (diketahui).

Namun, syarat dan ketentuan Melolo juga memberikan kewenangan kepada platform untuk mengubah besaran reward, jenis tugas, maupun kebijakan program sewaktu-waktu. Dari perspektif fikih, klausul tersebut tidak otomatis membatalkan akad, selama perubahan tidak diberlakukan secara retroaktif terhadap pekerjaan yang telah selesai. Apabila platform mengurangi atau menghapus reward setelah pengguna menyelesaikan tugas sesuai ketentuan yang berlaku saat itu, maka tindakan tersebut berpotensi bertentangan dengan prinsip

pemenuhan akad (*awfū bil-'uqūd*) sebagaimana diperintahkan Allah SWT dalam QS. Al-Mā'idah [5]:1.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۚ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرُمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Menurut Ibn Qudamah, syarat utama *ju'l* adalah ma'lum (diketahui), halal, dan dapat diserahkan kepada penerima setelah pekerjaan selesai. Ketidakjelasan mengenai jenis maupun jumlah imbalan berpotensi menimbulkan sengketa sehingga bertentangan dengan tujuan akad (*Al-Mughni*, Juz V).

Hasil observasi menunjukkan bahwa Melolo menetapkan rasio konversi 10 koin = Rp1, besaran reward untuk setiap misi, nominal minimum penarikan, serta metode pembayaran melalui dompet digital. Hal tersebut menunjukkan bahwa objek imbalan pada dasarnya telah diketahui pengguna sebelum pekerjaan dilakukan.

Namun demikian, penelitian ini menemukan bahwa platform memiliki kewenangan mengubah nilai reward sesuai kebijakan perusahaan. Dari perspektif fikih, perubahan tersebut tidak membatalkan akad apabila diberlakukan untuk tugas yang akan datang. Sebaliknya, apabila perubahan dilakukan terhadap pekerjaan yang telah selesai tanpa persetujuan pengguna, maka hal tersebut dapat bertentangan dengan

prinsip keadilan (*al-'adl*) dan kepastian akad sebagaimana ditekankan dalam Fatwa DSN-MUI No. 62/DSN-MUI/XII/2007

Di sinilah penelitian ini memberikan kritik terhadap praktik *ju'alah* digital. Kejelasan nominal reward saja belum cukup; stabilitas dan konsistensi kebijakan juga menjadi bagian dari perlindungan hak pengguna. Oleh karena itu, transparansi algoritma dan kepastian kebijakan merupakan bentuk aktualisasi nilai keadilan (*al-'adl*) dalam akad *ju'alah* kontemporer.

6.2.4. Sintesis Penelitian Terdahulu dalam Analisis Akad Ju'alah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mekanisme reward pada aplikasi Melolo memiliki karakteristik yang secara umum sejalan dengan konsep akad *ju'alah*, yaitu adanya pihak yang menjanjikan imbalan, pekerjaan yang harus diselesaikan terlebih dahulu, serta pemberian reward setelah pekerjaan berhasil dilakukan. Temuan tersebut memiliki kesesuaian dengan penelitian Wahidin dan Safaruddin (2024) yang menyimpulkan bahwa mekanisme komisi pada program TikTok Affiliate memenuhi karakteristik akad *ju'alah* karena pekerjaan yang harus dilakukan telah ditentukan secara jelas, besaran komisi diketahui sebelum pelaksanaan pekerjaan, dan imbalan diberikan setelah transaksi yang menjadi syarat berhasil diselesaikan. Dengan demikian, aspek kejelasan pekerjaan (*'amal*) dan kepastian imbalan (*ju'l*) menjadi indikator penting dalam menilai kesesuaian suatu sistem reward digital dengan prinsip *ju'alah*.

Temuan penelitian ini juga memperkuat hasil penelitian Muhammad Shobirin dan Abdul Hafiz (2024) yang menjelaskan bahwa aktivitas digital seperti menonton video, menyelesaikan misi, maupun mengundang pengguna baru dapat diposisikan sebagai bentuk pekerjaan (*'amal*) dalam akad *ju'alah*. Pada aplikasi Melolo, aktivitas *daily check-in*, menonton episode hingga durasi tertentu, membuka *treasure box*, menyaksikan iklan, dan mengundang pengguna baru merupakan pekerjaan yang memiliki indikator penyelesaian yang jelas sehingga pengguna baru memperoleh reward setelah seluruh syarat tersebut dipenuhi. Dengan demikian, pekerjaan yang menjadi objek akad tidak lagi terbatas pada aktivitas fisik sebagaimana dalam fikih klasik, tetapi telah berkembang menjadi aktivitas digital yang menghasilkan nilai ekonomi bagi penyelenggara platform.

Hasil penelitian Ahmed Al-Mutairi dan Fatimah Al-Zahra (2024) juga mendukung temuan tersebut dengan menyatakan bahwa sistem reward digital dapat dikategorikan sebagai akad *ju'alah* apabila memenuhi rukun dan syarat akad serta tidak mengandung unsur *gharar*, *maysir*, maupun praktik yang bertentangan dengan prinsip syariah. Berdasarkan hasil observasi terhadap aplikasi Melolo, unsur *ja'il*, *maj'ul lah*, *ju'l*, *'amal*, dan *sighat* pada dasarnya telah dapat diidentifikasi. Platform bertindak sebagai pihak yang menjanjikan reward, pengguna sebagai pelaksana pekerjaan, reward berupa koin digital yang memiliki nilai ekonomi, pekerjaan berupa penyelesaian misi digital, sedangkan

sighat diwujudkan melalui persetujuan elektronik terhadap syarat dan ketentuan aplikasi.

Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan beberapa aspek yang memerlukan perhatian kritis. Ketentuan penggunaan Melolo memberikan kewenangan kepada platform untuk mengubah besaran reward, jenis tugas, maupun mekanisme program sewaktu-waktu sesuai kebijakan perusahaan. Dari perspektif hukum kontrak digital, klausul tersebut merupakan hal yang lazim karena memberikan fleksibilitas kepada penyelenggara platform. Akan tetapi, dari perspektif akad *ju'alah*, perubahan tersebut harus tetap memperhatikan prinsip kepastian hukum (*legal certainty*) dan keadilan (*al-'adl*), terutama apabila perubahan dilakukan terhadap pekerjaan yang telah diselesaikan oleh pengguna. Oleh karena itu, transparansi dalam perubahan kebijakan menjadi faktor penting agar akad tetap memenuhi prinsip syariah.

Temuan tersebut menunjukkan adanya perbedaan dengan penelitian Rubaiatul Fajariyah dan Noer Laili (2025) mengenai aplikasi Snack Video. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa mekanisme reward belum memenuhi prinsip transparansi, amanah, dan saling menguntungkan sehingga menimbulkan keraguan terhadap keabsahan akadnya. Pada Melolo, berdasarkan temuan penelitian ini, mekanisme tugas, besaran reward, dan prosedur penarikan telah diinformasikan kepada pengguna melalui halaman Program dan syarat serta ketentuan

aplikasi. Namun demikian, adanya klausul perubahan kebijakan secara sepihak menunjukkan bahwa transparansi masih menjadi aspek yang perlu diperkuat agar tidak menimbulkan ketidakpastian di kemudian hari.

Penelitian ini juga berbeda dengan temuan Annisa Rifka Aryani yang menilai bahwa reward point pada layanan OVO lebih menyerupai manfaat atas utang (*qardh*) sehingga berpotensi mengandung unsur riba. Reward pada Melolo tidak lahir karena adanya transaksi pinjam-meminjam ataupun kewajiban finansial pengguna kepada platform, melainkan muncul sebagai kompensasi atas penyelesaian pekerjaan tertentu. Oleh karena itu, karakteristik akad pada Melolo lebih dekat dengan *ju'alah* daripada *qardh*, sehingga isu utama yang perlu dikaji bukanlah potensi riba, melainkan kejelasan akad, transparansi mekanisme reward, dan terpenuhinya hak pengguna.

Selanjutnya, penelitian Izam Bahtiar Rahmika dan Musataklima (2023) memberikan perspektif bahwa tidak semua fitur reward dalam aplikasi digital dapat secara otomatis dikategorikan sebagai akad *ju'alah*. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa beberapa fitur pada aplikasi Hago memenuhi karakteristik *ju'alah*, sedangkan fitur lain berpotensi mengandung unsur *maysir* karena bergantung pada mekanisme permainan berbasis peluang. Berdasarkan hasil penelitian terhadap Melolo, peneliti tidak menemukan mekanisme reward yang ditentukan oleh unsur keberuntungan. Reward diperoleh setelah pengguna

menyelesaikan tugas dengan indikator yang telah ditentukan, seperti durasi menonton atau jumlah aktivitas tertentu. Dengan demikian, unsur spekulatif relatif kecil dibandingkan aplikasi yang menggunakan mekanisme undian atau permainan berbasis peluang.

Berdasarkan keseluruhan analisis tersebut, penelitian ini menyimpulkan bahwa sistem reward pada aplikasi Melolo secara substantif lebih dekat dengan karakteristik akad *ju'alah* dibandingkan bentuk akad muamalah lainnya. Akan tetapi, implementasi *ju'alah* pada platform digital menunjukkan perkembangan yang berbeda dengan konsep klasik. Apabila dalam praktik fikih tradisional pekerjaan menghasilkan manfaat yang bersifat fisik, pada Melolo pekerjaan pengguna menghasilkan perhatian (*attention*), data perilaku, durasi penggunaan, dan keterlibatan (*engagement*) yang kemudian dikonversi menjadi nilai ekonomi bagi platform. Dengan demikian, penelitian ini memperluas kajian *ju'alah* ke dalam konteks *attention economy*, yaitu bahwa perhatian pengguna dapat menjadi hasil (*natijah al-'amal*) yang bernilai ekonomi dan menjadi objek manfaat bagi *ja'il*. Oleh karena itu, analisis keabsahan akad *ju'alah* pada platform digital tidak cukup hanya menilai terpenuhinya rukun dan syarat akad, tetapi juga harus mempertimbangkan transparansi algoritma, konsistensi kebijakan reward, perlindungan hak pengguna, serta keseimbangan manfaat antara penyelenggara platform dan pengguna sebagai implementasi prinsip keadilan dalam ekonomi syariah.

Akad ju'alah pada aplikasi Melolo secara substansial memenuhi rukun dan syarat akad sebagaimana dijelaskan dalam fikih muamalah. Akan tetapi, implementasinya berada dalam ekosistem *attention economy* sehingga objek manfaat yang diperoleh *ja'il* tidak lagi berupa hasil pekerjaan secara fisik, melainkan akumulasi perhatian pengguna yang dikonversi menjadi nilai ekonomi melalui peningkatan *engagement*, *watch time*, dan monetisasi platform. Temuan ini memperluas pemahaman mengenai penerapan akad ju'alah dalam ekonomi digital, yaitu bahwa perhatian (*attention*) dapat menjadi hasil (*'amal*) yang memiliki nilai ekonomi tanpa mengubah substansi akad, selama prinsip transparansi, keadilan, dan kepastian imbalan tetap terjaga.

6.3 Implikasi Sistem Imbalan Digital Melolo terhadap Perilaku Pengguna dan Ekonomi Konsumsi

6.3.1 Analisis Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB)

Theory of Planned Behavior (Ajzen) menjelaskan bahwa perilaku seseorang terbentuk melalui proses yang diawali oleh sikap terhadap suatu tindakan (*attitude*), pengaruh lingkungan sosial (*subjective norm*), dan persepsi terhadap kemudahan melakukan tindakan tersebut (*perceived behavioral control*). Ketiga faktor tersebut membentuk niat berperilaku (*behavioral intention*) yang pada akhirnya diwujudkan dalam perilaku nyata (*behavior*). Model TPB banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku pengguna media digital karena mampu

menggambarkan proses psikologis sebelum seseorang memutuskan menggunakan suatu platform secara berulang.

a. *Attitude* (Sikap)

Berdasarkan hasil wawancara, hampir seluruh informan memandang sistem reward Melolo sebagai sesuatu yang memberikan manfaat ekonomi. Meskipun nilai reward yang diperoleh relatif kecil, pengguna tetap menganggap aktivitas menonton drama menjadi lebih bernilai karena menghasilkan tambahan pendapatan. Persepsi tersebut membentuk evaluasi positif terhadap aplikasi sehingga aktivitas yang sebelumnya hanya bertujuan memperoleh hiburan berubah menjadi aktivitas yang juga dipandang mampu memberikan manfaat finansial.

Temuan ini menunjukkan bahwa reward digital tidak hanya berfungsi sebagai insentif ekonomi, tetapi juga membentuk sikap positif terhadap penggunaan aplikasi. Semakin besar manfaat yang dirasakan pengguna, semakin tinggi kecenderungan mereka mempertahankan penggunaan aplikasi secara berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan berbagai penelitian TPB yang menunjukkan bahwa sikap positif terhadap suatu media digital meningkatkan intensitas penggunaan dan niat untuk terus menggunakannya.

b. *Subjective Norm* (Norma Subjektif)

Selain dipengaruhi oleh persepsi pribadi, penggunaan Melolo juga dipengaruhi oleh lingkungan sosial. Beberapa informan

mengetahui aplikasi tersebut melalui teman, keluarga, komunitas media sosial, maupun konten yang membahas aplikasi penghasil uang. Informasi tersebut membentuk persepsi bahwa penggunaan Melolo merupakan aktivitas yang wajar dan bahkan menguntungkan.

Norma subjektif dalam penelitian ini tidak hanya berasal dari hubungan interpersonal, tetapi juga dibentuk oleh ekosistem media digital. Paparan konten mengenai reward, testimoni keberhasilan melakukan *withdraw*, serta diskusi pengguna di media sosial memperkuat keyakinan bahwa aktivitas tersebut layak dicoba. Dengan demikian, lingkungan sosial berfungsi sebagai faktor yang memperkuat keputusan pengguna untuk mulai menggunakan maupun mempertahankan penggunaan aplikasi. Kondisi ini sejalan dengan penelitian TPB yang menunjukkan bahwa norma subjektif merupakan salah satu determinan penting dalam membentuk niat menggunakan platform digital.

c. *Perceived Behavioral Control* (Kontrol Perilaku)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna menilai mekanisme Melolo relatif mudah dipahami. Aktivitas seperti check-in harian, menonton drama, membuka *treasure box*, menonton iklan, maupun mengumpulkan koin tidak memerlukan kemampuan teknis yang rumit. Kemudahan tersebut meningkatkan keyakinan pengguna

bahwa mereka mampu memperoleh reward apabila mengikuti seluruh mekanisme aplikasi.

Dalam perspektif TPB, persepsi mengenai kemudahan melakukan suatu aktivitas akan meningkatkan keyakinan individu untuk melaksanakan perilaku tersebut. Semakin sederhana prosedur memperoleh reward, semakin tinggi pula kemungkinan pengguna mengulang aktivitas tersebut setiap hari. Oleh karena itu, desain antarmuka yang sederhana dan sistem reward yang mudah diakses menjadi faktor penting dalam mempertahankan partisipasi pengguna.

d. *Behavioral Intention* (Niat Berperilaku)

Sikap positif, dorongan sosial, dan persepsi kemudahan secara bersama-sama membentuk niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar informan menyatakan tetap membuka aplikasi setiap hari meskipun jumlah reward yang diperoleh tidak selalu besar.

Temuan ini menunjukkan bahwa niat menggunakan aplikasi tidak hanya didasarkan pada besarnya keuntungan finansial, tetapi juga pada harapan bahwa akumulasi reward dalam jangka panjang tetap memberikan manfaat ekonomi. Dengan kata lain, reward digital berhasil menciptakan ekspektasi yang mendorong pengguna mempertahankan aktivitasnya secara konsisten.

e. *Behavior* (Perilaku Aktual)

Niat tersebut kemudian diwujudkan dalam perilaku nyata berupa membuka aplikasi setiap hari, meningkatkan durasi menonton drama, menyelesaikan seluruh tugas harian, mengumpulkan reward, hingga melakukan penarikan dana (*withdraw*). Aktivitas tersebut menunjukkan bahwa sistem reward berhasil mengubah pola penggunaan aplikasi menjadi perilaku yang lebih rutin dan terstruktur.

Dalam konteks penelitian ini, reward digital tidak hanya memengaruhi keputusan awal menggunakan aplikasi, tetapi juga membentuk kebiasaan digital (*habit formation*) melalui aktivitas yang dilakukan secara berulang setiap hari. Oleh karena itu, perilaku pengguna Melolo dapat dipahami sebagai hasil dari interaksi antara faktor psikologis, sosial, dan desain sistem reward yang dirancang platform.

6.3.2 Analisis Berdasarkan *Self-Determination Theory* (SDT)

Self-Determination Theory menjelaskan bahwa motivasi manusia berkembang dari motivasi ekstrinsik menuju motivasi yang lebih terinternalisasi apabila suatu aktivitas dilakukan secara terus-menerus dan mampu memenuhi kebutuhan psikologis individu.

Pada tahap awal penggunaan Melolo, motivasi pengguna didominasi oleh motivasi ekstrinsik, yaitu keinginan memperoleh uang melalui reward digital. Seluruh aktivitas yang dilakukan mulai dari

check-in, menonton drama, hingga menyelesaikan tugas berorientasi pada perolehan koin yang dapat dikonversi menjadi rupiah. Dalam tahap ini, reward menjadi faktor utama yang mendorong perilaku pengguna.

Namun, hasil wawancara menunjukkan bahwa setelah aplikasi digunakan secara berulang, sebagian pengguna mulai menganggap aktivitas tersebut sebagai bagian dari rutinitas harian. Pengguna membuka aplikasi setiap hari tanpa harus selalu mempertimbangkan besarnya reward yang diperoleh. Hal ini menunjukkan adanya proses internalisasi motivasi, yaitu ketika perilaku yang awalnya didorong oleh faktor eksternal berkembang menjadi kebiasaan yang dilakukan secara sukarela.

Fenomena tersebut menggambarkan bahwa sistem reward Melolo tidak hanya berfungsi sebagai pemicu awal perilaku, tetapi juga berperan dalam membentuk kebiasaan digital (*habit formation*). Dengan demikian, motivasi pengguna mengalami transformasi dari orientasi memperoleh imbalan menjadi keterikatan terhadap aktivitas penggunaan aplikasi itu sendiri.

6.3.3 Analisis Berdasarkan *Attention Economy*

Dalam perspektif *Attention Economy*, perhatian pengguna merupakan sumber daya ekonomi yang memiliki nilai komersial bagi platform digital. Platform tidak hanya bersaing menyediakan konten, tetapi juga berusaha mempertahankan perhatian pengguna selama

mungkin karena semakin lama perhatian diberikan, semakin besar peluang memperoleh pendapatan dari iklan, promosi, serta aktivitas ekonomi digital lainnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berbagai fitur reward pada Melolo, seperti check-in harian, bonus durasi menonton, *treasure box*, dan tugas harian, mendorong pengguna untuk kembali membuka aplikasi setiap hari. Sistem ini menciptakan pola penggunaan yang berulang sehingga perhatian pengguna terus berada dalam ekosistem platform.

Selain itu, format micro-drama dengan durasi pendek, alur cepat, dan episode yang saling menggantung (*cliffhanger*) memperbesar kemungkinan pengguna terus melanjutkan tontonan. Karakteristik ini sejalan dengan penelitian mengenai micro-drama yang menunjukkan bahwa platform sengaja merancang konten agar mampu mempertahankan perhatian pengguna melalui episode singkat, ritme cepat, dan rekomendasi algoritmik.

Dengan demikian, reward digital dalam aplikasi Melolo memiliki fungsi ganda. Di satu sisi, reward memberikan manfaat ekonomi kepada pengguna melalui akumulasi koin yang dapat dicairkan menjadi uang. Di sisi lain, reward menjadi instrumen strategis platform untuk memperpanjang durasi penggunaan aplikasi, meningkatkan keterlibatan (*engagement*), serta mengoptimalkan monetisasi melalui perhatian pengguna. Dalam konteks ini, perhatian (*attention*) tidak lagi sekadar

perilaku menonton, melainkan telah menjadi komoditas ekonomi yang menghasilkan nilai bagi platform digital.

BAB VII

KESIMPULAN

7.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Akad Ju'alah dalam Sistem Imbalan Digital Berbasis *Attention Economy* pada Aplikasi Melolo Micro-Drama, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Mekanisme Perolehan Reward pada Aplikasi Melolo

Sistem imbalan digital pada aplikasi Melolo dilaksanakan melalui mekanisme pemberian reward dalam bentuk koin kepada pengguna setelah menyelesaikan aktivitas tertentu yang telah ditetapkan oleh platform. Aktivitas tersebut meliputi *daily check-in*, menonton drama dalam durasi tertentu, menonton iklan (*watch ads*), menyelesaikan *daily task*, membuka *treasure box*, serta mengundang pengguna baru melalui program *referral*. Reward yang diperoleh akan terakumulasi dalam akun pengguna dan dapat dikonversi menjadi uang setelah memenuhi ketentuan minimum penarikan (*withdraw*). Temuan penelitian menunjukkan bahwa sistem reward Melolo menerapkan mekanisme berbasis kinerja (*performance-based reward*), di mana imbalan hanya diberikan setelah pengguna berhasil menyelesaikan aktivitas yang dipersyaratkan oleh aplikasi.

2. Relevansi Sistem Reward Melolo dengan Akad Ju'alah

Berdasarkan analisis terhadap rukun dan prinsip akad ju'alah, sistem reward Melolo memiliki relevansi yang kuat dengan konsep akad ju'alah

dalam ekonomi syariah. Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya pihak pemberi imbalan (*ja'il*), pengguna sebagai penerima imbalan (*maj'ul lah*), aktivitas yang menjadi objek pekerjaan (*'amal*), imbalan dalam bentuk koin (*ju'l*), serta adanya kesepakatan melalui syarat dan ketentuan aplikasi (*sighat*). Reward diberikan setelah pengguna berhasil menyelesaikan aktivitas yang ditentukan sehingga secara substansial mencerminkan karakteristik akad ju'alah. Meskipun demikian, penelitian juga menemukan bahwa aspek transparansi mengenai mekanisme perhitungan reward dan ketentuan teknis tertentu masih perlu ditingkatkan agar implementasi sistem reward semakin selaras dengan prinsip kejelasan (*transparency*), keadilan (*'adl*), dan terhindar dari potensi *gharar* dalam transaksi syariah.

3. Implikasi Sistem Reward terhadap Perilaku Ekonomi dan Perilaku Konsumsi

Sistem reward Melolo memberikan implikasi terhadap perubahan perilaku ekonomi pengguna. Reward digital mendorong pengguna melakukan aktivitas secara rutin sebagai upaya memperoleh tambahan pendapatan melalui platform digital. Dari perspektif *Theory of Planned Behavior* (TPB)**,** reward membentuk sikap positif terhadap aplikasi, diperkuat oleh pengaruh lingkungan sosial dan persepsi kemudahan penggunaan sehingga memunculkan niat untuk menggunakan aplikasi secara berulang. Selanjutnya, *Self-Determination Theory* (SDT) menjelaskan bahwa motivasi pengguna berkembang dari motivasi ekstrinsik

berupa keinginan memperoleh reward menjadi kebiasaan menggunakan aplikasi secara rutin. Sementara itu, dari perspektif *Attention Economy*, sistem reward berhasil mempertahankan perhatian pengguna melalui aktivitas yang dilakukan secara berulang sehingga meningkatkan *engagement* dan memberikan nilai ekonomi bagi platform. Reward yang berhasil dicairkan kemudian digunakan untuk memenuhi berbagai kebutuhan seperti pembelian pulsa, paket data, makanan, maupun kebutuhan sehari-hari, sehingga tidak hanya memengaruhi perilaku ekonomi dalam memperoleh pendapatan tambahan tetapi juga membentuk perilaku konsumsi pengguna.

7.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut.

1. Bagi Pengelola Aplikasi Melolo

   Pengelola aplikasi Melolo disarankan untuk meningkatkan transparansi sistem reward, khususnya mengenai mekanisme perhitungan koin, syarat penarikan (*withdraw*), dan perubahan kebijakan reward agar pengguna memperoleh informasi yang jelas serta mengurangi potensi terjadinya ketidakpastian (*gharar*). Selain itu, pengelola perlu menjaga konsistensi pemberian reward sesuai dengan ketentuan yang telah diumumkan guna meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap platform.

2. Bagi Pengguna Aplikasi Melolo

Pengguna diharapkan menggunakan aplikasi Melolo secara proporsional dengan tetap memperhatikan keseimbangan antara aktivitas digital dan aktivitas produktif lainnya. Reward yang diperoleh sebaiknya diposisikan sebagai pendapatan tambahan dan dimanfaatkan untuk kebutuhan yang bermanfaat, sehingga penggunaan aplikasi tidak mengganggu pekerjaan utama, pendidikan, maupun kehidupan sosial pengguna.

3. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan memperluas objek kajian dengan membandingkan sistem reward pada berbagai platform digital lainnya, seperti TikTok Lite, SnackVideo, atau aplikasi berbasis *play-to-earn*. Selain itu, penelitian dapat menggunakan pendekatan kuantitatif atau *mixed methods* untuk menguji hubungan antara sistem reward, motivasi pengguna, perilaku ekonomi, dan perilaku konsumsi secara lebih komprehensif. Kajian lanjutan juga dapat mengembangkan analisis terhadap akad-akad syariah lainnya, seperti ijarah, wakalah, atau ju'alah dalam konteks ekonomi digital yang terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50*(2), 179–211. DOI Ajzen 1991

Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies, 2*(4), 314–324. DOI Ajzen 2020

Al-Faizin, A. W., et al. (2024). Studi komparasi akad ijarah dan ju'alah serta aplikasi keduanya dalam ekonomi modern. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 10*(3), 3386–3392. DOI artikel Al-Faizin dkk.

Bayer, J. B., Triệu, P., & Ellison, N. B. (2020). Social media elements, ecologies, and effects. *Annual Review of Psychology, 71*, 471–497. DOI Bayer, Triệu, dan Ellison

Berger, J., & Milkman, K. L. (2012). What makes online content viral? *Journal of Marketing Research, 49*(2), 192–205. DOI Berger dan Milkman

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology, 3*(2), 77–101. DOI Braun dan Clarke 2006

Braun, V., & Clarke, V. (2021). One size fits all? What counts as quality practice in (reflexive) thematic analysis? *Qualitative Research in Psychology, 18*(3), 328–352. DOI Braun dan Clarke 2021

Braun, V., & Clarke, V. (2022). *Thematic analysis: A practical guide*. SAGE Publications.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.

Deci, E. L., Koestner, R., & Ryan, R. M. (1999). A meta-analytic review of experiments examining the effects of extrinsic rewards on intrinsic motivation. *Psychological Bulletin, 125*(6), 627–668. DOI Deci, Koestner, dan Ryan

Deci, E. L., Olafsen, A. H., & Ryan, R. M. (2017). Self-determination theory in work organizations: The state of a science. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior, 4*, 19–43. DOI Deci, Olafsen, dan Ryan

Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., & Nacke, L. (2011). From game design elements to gamefulness: Defining "gamification." In *Proceedings of the*

15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments (pp. 9–15). Association for Computing Machinery. DOI Deterding dkk.

Fogg, B. J. (2009). A behavior model for persuasive design. In *Proceedings of the 4th International Conference on Persuasive Technology*. Association for Computing Machinery. DOI Fogg Behavior Model

Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms. In T. Gillespie, P. J. Boczkowski, & K. A. Foot (Eds.), *Media technologies: Essays on communication, materiality, and society* (pp. 167–194). MIT Press.

Hamari, J. (2013). Transforming homo economicus into homo ludens: A field experiment on gamification in a utilitarian peer-to-peer trading service. *Electronic Commerce Research and Applications, 12*(4), 236–245. DOI Hamari 2013

Hamari, J., Koivisto, J., & Sarsa, H. (2014). Does gamification work? A literature review of empirical studies on gamification. In *2014 47th Hawaii International Conference on System Sciences* (pp. 3025–3034). IEEE. DOI Hamari, Koivisto, dan Sarsa

Koivisto, J., & Hamari, J. (2019). The rise of motivational information systems: A review of gamification research. *International Journal of Information Management, 45*, 191–210. DOI Koivisto dan Hamari

Kuckartz, U., & Rädiker, S. (2023). *Qualitative content analysis: Methods, practice and software* (2nd ed.). SAGE Publications.

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE Publications.

Mekler, E. D., Brühlmann, F., Tuch, A. N., & Opwis, K. (2017). Towards understanding the effects of individual gamification elements on intrinsic motivation and performance. *Computers in Human Behavior, 71*, 525–534. DOI Mekler dkk.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.

Nieborg, D. B., & Poell, T. (2018). The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New Media & Society, 20*(11), 4275–4292. DOI Nieborg dan Poell

O'Donnell, C. (2014). Getting played: Gamification and the rise of algorithmic surveillance. *Surveillance & Society, 12*(3), 349–359. DOI O'Donnell

Poell, T., Nieborg, D., & van Dijck, J. (2019). Platformisation. *Internet Policy Review, 8*(4). DOI Poell, Nieborg, dan van Dijck

Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions. *Contemporary Educational Psychology, 25*(1), 54–67. DOI Ryan dan Deci 2000

Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2020). Intrinsic and extrinsic motivation from a self-determination theory perspective: Definitions, theory, practices, and future directions. *Contemporary Educational Psychology, 61*, 101860. DOI Ryan dan Deci 2020

Saldaña, J. (2021). *The coding manual for qualitative researchers* (4th ed.). SAGE Publications.

Seaborn, K., & Fels, D. I. (2015). Gamification in theory and action: A survey. *International Journal of Human-Computer Studies, 74*, 14–31. DOI Seaborn dan Fels

Sniehotta, F. F., Presseau, J., & Araújo-Soares, V. (2014). Time to retire the theory of planned behaviour. *Health Psychology Review, 8*(1), 1–7. DOI Sniehotta dkk.

Tafesse, W. (2021). The effect of app store strategy on app rating: The moderating role of hedonic and utilitarian mobile apps. *International Journal of Information Management, 57*, 102299. DOI Tafesse

van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press. Oxford University Press — The Platform Society

Wu, T. (2016). *The attention merchants: The epic scramble to get inside our heads*. Alfred A. Knopf.

Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications.

Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. PublicAffairs.

Abdillah, F. (2024). Dampak Ekonomi Digital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Journal Of Business, Economics, And Finance, 2*(1), 27–35.

Agustian, D., Annisa, F. A., & Novrian, N. (2025). Monetisasi Media Digital Oleh SCM: Model Bisnis Berbayar di Platform Vidio. *Jurnal Ilmu Multidisplin Nusantara, 1*(4), 186–194.

Agustina, K., Saepudin, E., Istianah, & Makhrus. (2026). Analisis Kesesuaian Mekanisme Perolehan Koin Shopee dan Kupon Bonus TikTok Shop Dalam Perspektif Akad Ju ' alah. *AICONOMIA: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, *5*(1), 56–75.

Al-bool, S. M. M. (2026). Paid Online Surveys in the Digital Economy : Jurisprudential Classification and Islamic Legal Ruling. *Justicia Islamica: Jurnal Kajian Hukum Dan Sosial*, *23*(2), 505–536.

Ali, M., & Mahmudah. (2021). Analisis Transaksi Jasa Joki Rank Mobile Legend Melalui Sosial Media Perspektif Fatwa Dsn Nomor 62 Dsn-Mui / Xii / 2007 Tentang Ju ' alah Pendahuluan Peran manusia dalam agama Islam merupakan sebagai khilafah di bumi . Pandangan Rumusan Masalah Adapun per. *Rechtenstudent Journal*, *2*(62), 122–131.

Andriansyah, M., Winarsih, T., & Fikri, A. (2022). Praktik Jasa Convert Pulsa Jadi Uang Pandangan Hukum Islam (Study di Instagram Master Voucher). *ASAS Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, *14*(1).

Asyaddad, A. D., Fadillah, M. R. I., & Prasetyo, I. J. (2026). Platformization of Vertical Drama : Discourse and Power in the Audiovisuals of TikTok Mini Drama. *Al-Tsiqoh: Ekonomi Dan Dakwah Islam*, *11*(3), 537–559.

Bosnjak, M., Ajzen, I., & Schmidt, P. (1841). The Theory of Planned Behavior : Selected Recent Advances and Applications. *Europe's Journal of Psychology*, *16*(April 2020), 352–356.

Ciampaglia, G. L., Flammini, A., & Menczer, F. (2015). The production of information in the attention economy. *COMPUTATIONAL SCIENCE INFORMATION TECHNOLOGY COMPLEX NETWORKS*, *5*(9452), 1–6. https://doi.org/10.1038/srep09452

Conaway, R., & Garay, M. C. (2014). Gamification and service marketing. *Springer Plus*, *3*(653), 1–11.

Crogan, P., & Kinsley, S. (2012). PAYING ATTENTION : TOWARDS A CRITIQUE OF THE ATTENTION ECONOMY. *Culture Machine*, *13*(1997), 1–29.

Dea, R., Gesta, A., Marliana, R., Qodri, B. M., Anshori, M. I., & Madura, U. T. (2023). Kompensasi dan Imbalan Digital : Membangun Sistem Kinerja , Bonus , dan Pendekatan Fleksibel untuk Penghargaan Karyawan di Era Digital. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, *1*(4), 130–143.

Duan, L., Ma, Y., He, H., Li, S., Song, Y., & Wu, Z. (2025). The Siege Effect : Exploring the Characteristics of Youth Consumption Behavior and Its Influencing Factors in the Chinese Short Drama Market. *Theoretical Economics Letters*, *15*(2), 551–577. https://doi.org/10.4236/tel.2025.152030

Hanney, R., & Hanney, R. (2026). New directions in vertical storytelling : creative shifts in micro-drama for mobile audiences micro-drama for mobile audiences. *Media Practice and Education*, *1136*, 1–19. https://doi.org/10.1080/25741136.2026.2705748

Jannati, M. (2022). Penerapan Al Ijarah Dalam Bermuamalah. *Ecopreneur : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, *3*(2), 117–128.

Kumala, S. L. (2021). Perkembangan Ekonomi Berbasis Digital di Indonesia. *JOURNAL OF ECONOMICS AND REGIONAL SCIENCE*, *1*(2), 109–117.

Liang, M. (2022). The end of social media ? How data attraction model in the algorithmic media reshapes the attention economy. *Media, Culture & Society*, *44*(6), 1110–1131. https://doi.org/10.1177/01634437221077168

Pasi, I. R. (2023). PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK DALAM MENINGKATKAN PENGHASILAN MAHASISWA BERDASARKAN AKAD JU'ALAH. *Tansiq : Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, *6*(1), 54–73.

Pedersen, M. A., Albris, K., & Seaver, N. (2021). The Political Economy of Attention. *Annual Reviews*, *50*, 309–325.

Ramdhayant, S., Saeful, A., Ulpah, M., Agustus, V. N., E-commerce, E. B., Ramdhayant, S., Saeful, A., Ulpah, M., Ilmu, I., Qur, A.-, & Indonesia, I. B. (2026). IMPLEMENTASI KAIDAH AL-AṢLU FĪ AL-MUʿĀMALĀT AL-IBĀḤAH DALAM TRANSAKSI EKONOMI BERBASIS E-COMMERCE. *Syar'ie*, *9*(2), 139–155.

Saepudin, A. (2018). Implementasi akad ju'alah dalam lembaga keuangan syariah. *EKSISBANK*, *2*(1), 59–63.

Safarudin, R., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian Kualitatif. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, *3*(2), 9680–9694.

Santoso, F., Artha, B., Ekonomi, F., & Mataram, U. W. (2026). PAIN OF PAYING DAN KEUANGAN DIGITAL : SUATU STUDI. *AL-MUQADDIMAH – Journal Of Educational and Religious Perspectives*, *2*(1), 13–20.

Segara, K. G., Irwan, M., & Nasution, P. (2025). Perkembangan Teknologi Informasi di Indonesia : Tantangan dan Peluang. *Jurnal Sains Student Research*, *3*(1), 21–33.

Sumiati, & Nuraeni, N. (2022). AKAD IJARAH DAN JUALAH DALAM PERSPEKTIF FIQH PERBANDINGAN PADA KEGIATAN BANK SYARIAH DI INDONESIA. *El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, *4*, 185–197.

Tamjis, M. F., & Tunggak, B. (2015). Konsep akad al- ju'alah dalam perusahaan multi-level marketing (mlm) patuh syariah. *International Journal of Islamic and Civilizational Studies*, *01*(Mlm), 37–47.

Tang, W., & Wang, Y. (2025). ReelShort as a New Template of International Short-drama Business : Platformisation , Glocalisation , and De-Westernised Practices. *Global Media and China*, *0*(0), 1–28. https://doi.org/10.1177/20594364251366414

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Zahrotul Jannah

Tempat Tgl Lahir : Pekalongan, 1 November 1998

Alamat : Pododadi, Kec. Karanganyar, Kab. Pekalongan

Telpon/WA : 082125124601

E-mail: : jzahrotul75@gmail.com

Pendidikan :

S1 : UIN Gusdur Pekalongan 2023

SLTA : MA Hasbullah Karanganyar 2019

SLTP : MTs Darussalam Batang 2014

SD : MII Subah Batang 2011

Pengalaman Kerja: Guru SD N Karangdowo Kedungwuni

Karya Ilmiah : -

Skripsi : Strategi Penyaluran dana ZIS BAZNAS Kabupaten Pekalongan melalui Program Bantuan Pendidikan

Artikel : 1. Pencegahan Stunting pada Anak dalam Perspektif Islam di Kabupaten Pekalongan

2. *Green Digital Marketing: Strategy for Environmentally Conscious SMEs*

Pekalongan, 10 Juli 2026

Zahrotul Jannah
NIM. 50424012

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
PERPUSTAKAAN
Jalan Pahlawan Km. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
www.perpustakaan.uingusdur.ac.id email: perpustakaan@uingusdur.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Zahrotul Jannah
NIM : 50424012
Jurusan/Prodi : Magister Ekonomi Syari'ah
E-mail address : Jzahrotul75@gmail.com
No. Hp : 082125124601

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☐ Tugas Akhir ☐ Skripsi ☑ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

ANALISIS AKAD JU'ALAH DALAM SISTEM IMBALAN DIGITAL BERBASIS ATTENTION ECONOMY PADA APLIKASI STREAMING MELOLO MICRO-DRAMA

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selam a tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 14 November 2026



(Zahrotul Jannah)