



Kekaburan Status Hukum Akun Media Sosial sebagai Harta Wakaf

Muhammad Zasmin

Universitas Sumatera Utara, Indonesia

Email : mhdzasmin@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah melahirkan bentuk-bentuk kekayaan baru berupa aset digital, salah satunya akun media sosial yang memiliki nilai ekonomi melalui sistem monetisasi konten. Kondisi tersebut memunculkan persoalan hukum mengenai kedudukan akun media sosial sebagai objek wakaf dalam perspektif hukum Islam Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis status hukum akun media sosial sebagai harta wakaf serta mengkaji bentuk kekaburan norma yang menyebabkan belum adanya kepastian hukum terhadap wakaf akun media sosial di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Data penelitian diperoleh melalui studi kepustakaan dengan menelaah peraturan perundang-undangan, doktrin hukum, jurnal ilmiah, serta berbagai sumber hukum yang berkaitan dengan wakaf dan aset digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun media sosial memiliki unsur manfaat ekonomi dan keberlanjutan manfaat yang mendekati karakteristik harta (*al-mal*) dalam hukum Islam. Akan tetapi, status kepemilikan akun media sosial masih bersifat relatif karena tunduk pada kebijakan platform digital sehingga menimbulkan kekaburan status hukum sebagai harta wakaf. Penelitian ini menyimpulkan bahwa regulasi wakaf Indonesia belum mampu mengakomodasi perkembangan aset digital secara komprehensif sehingga diperlukan reinterpretasi konsep harta wakaf serta pembaruan regulasi untuk memberikan kepastian hukum terhadap wakaf aset digital di era masyarakat virtual.

Kata kunci: *Akun Media Sosial, Aset Digital, Wakaf Digital.*

The Ambiguity of the Legal Status of Social Media Accounts as Waqf Property

Abstract

The development of digital technology has created new forms of wealth in the form of digital assets, one of which is social media accounts that possess economic value through content monetization systems. This condition raises legal issues regarding the position of social media accounts as waqf objects within the perspective of Indonesian Islamic law. This study aims to analyze the legal status of social media accounts as waqf property and to examine the ambiguity of legal norms that cause the absence of legal certainty concerning social media account waqf practices in Indonesia. This research employs normative legal research using statutory and conceptual approaches. The research data were obtained through library research by examining laws and regulations, legal doctrines, scientific journals, and various legal sources related to waqf and digital assets. The findings reveal that social media accounts possess economic benefits and sustainable utility that resemble the characteristics of al-mal (property) in Islamic law. However, the ownership status of social media accounts

remains relative because it is subject to digital platform policies, thereby creating ambiguity regarding their legal status as waqf property. This study concludes that Indonesian waqf regulations have not comprehensively accommodated the development of digital assets, thus requiring a reinterpretation of the concept of waqf property and regulatory reform to provide legal certainty for digital asset waqf practices in the era of virtual society.

Keywords: Social Media Accounts, Digital Assets, Digital Waqf.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat memahami konsep harta, kepemilikan, dan nilai ekonomi. Media sosial tidak lagi semata-mata berfungsi sebagai sarana komunikasi, melainkan telah berkembang menjadi aset digital yang memiliki nilai ekonomi melalui monetisasi konten, *endorsement*, afiliasi, iklan, hingga aktivitas perdagangan digital. Dalam konteks Indonesia, tingginya penggunaan media sosial memperlihatkan bahwa ruang digital telah menjadi bagian penting dari kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat. DataReportal mencatat bahwa penggunaan internet dan media sosial di Indonesia terus menjadi bagian dominan dalam aktivitas digital masyarakat, sehingga media sosial tidak dapat lagi dipandang hanya sebagai ruang interaksi, tetapi juga sebagai ruang produksi nilai ekonomi (Kemp, 2025). Kondisi ini menimbulkan pertanyaan hukum baru mengenai kedudukan akun media sosial sebagai objek bernilai ekonomi, khususnya apabila dikaitkan dengan kemungkinan akun tersebut dijadikan sebagai harta wakaf.

Dalam hukum positif Indonesia, wakaf diatur melalui Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004 tentang Wakaf. Undang-undang tersebut mendefinisikan wakaf sebagai perbuatan hukum wakif untuk memisahkan dan/atau menyerahkan sebagian harta benda miliknya agar dimanfaatkan selamanya atau untuk jangka waktu tertentu sesuai kepentingannya bagi keperluan ibadah dan/atau kesejahteraan umum menurut syariah. Selain itu, harta benda wakaf didefinisikan sebagai harta benda yang memiliki daya tahan lama dan/atau manfaat jangka panjang serta mempunyai nilai ekonomi menurut syariah. Ketentuan tersebut menunjukkan bahwa hukum wakaf Indonesia sebenarnya membuka ruang terhadap objek wakaf yang memiliki nilai ekonomi dan manfaat jangka panjang. Namun, regulasi tersebut belum secara tegas menyebutkan akun media sosial sebagai salah satu bentuk harta benda wakaf.

Pengaturan lebih lanjut mengenai objek wakaf terdapat dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2006 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004 tentang Wakaf. Peraturan ini mengatur harta benda wakaf dalam bentuk benda tidak bergerak dan benda bergerak, termasuk uang, logam mulia, surat berharga, kendaraan, hak kekayaan intelektual, hak sewa, serta benda bergerak lain sesuai ketentuan syariah dan peraturan perundang-undangan. Meskipun terdapat perluasan terhadap benda bergerak tidak berwujud, akun media sosial tetap belum memperoleh kedudukan normatif yang jelas. Inilah yang melahirkan persoalan utama penelitian, yaitu adanya kekaburan status hukum akun media sosial sebagai harta wakaf.

Kekaburan tersebut semakin tampak karena akun media sosial memiliki karakter hukum yang berbeda dengan harta konvensional. Akun media sosial memang dapat menghasilkan manfaat ekonomi, tetapi keberadaannya sangat bergantung pada kebijakan platform digital. Pemilik akun tidak selalu memiliki kekuasaan absolut terhadap akun tersebut karena platform dapat membatasi, menangguhkan, atau menghapus akun berdasarkan ketentuan layanan. Google, misalnya, menyediakan mekanisme *Inactive Account Manager* yang memungkinkan pengguna mengatur akses data ketika akun tidak aktif, tetapi mekanisme tersebut lebih berkaitan dengan akses data, bukan pengalihan kepemilikan akun sebagai objek wakaf (Google, 2026). Meta juga memiliki kebijakan memorialisasi akun untuk pengguna yang telah meninggal, tetapi kebijakan tersebut lebih diarahkan pada perlindungan akun memorial dan bukan pada pengalihan akun sebagai aset ekonomi wakaf (Meta, 2026). Dengan demikian, terdapat benturan antara konsep kepemilikan harta dalam

hukum wakaf dan realitas kepemilikan akun yang tunduk pada kontrak digital privat milik platform.

Penelitian terdahulu yang paling dekat dengan isu ini adalah kajian mengenai wakaf konten YouTube sebagai wakaf produktif. Supriadi dkk., menjelaskan bahwa konten YouTube dapat diposisikan sebagai instrumen wakaf produktif karena pendapatan dari konten tersebut dapat dialokasikan bagi kemaslahatan umat (Supriadi dkk., 2021: 237–250). Akan tetapi, penelitian tersebut lebih menitikberatkan pada pemanfaatan konten YouTube sebagai instrumen produktif, bukan pada status hukum akun media sosial sebagai harta wakaf. Dengan kata lain, penelitian tersebut belum menjawab apakah akun media sosial itu sendiri dapat dikualifikasikan sebagai harta wakaf secara yuridis.

Kajian lain dilakukan oleh Umam yang membahas problematika wakaf produktif akun TikTok dalam perspektif *fiqh* wakaf dan Undang-Undang Hak Cipta. Penelitian tersebut menyatakan bahwa belum terdapat ketentuan khusus mengenai sistematika wakaf akun media sosial dan terdapat potensi persoalan dengan rezim hak cipta (Umam, 2023: 7–8). Meskipun kajian tersebut sudah mendekati objek akun media sosial, fokus utamanya masih berada pada akun TikTok sebagai wakaf produktif dan hubungannya dengan hak cipta. Sementara itu, penelitian ini diarahkan secara lebih mendasar pada kekaburan status hukum akun media sosial sebagai harta wakaf, terutama dalam hubungan antara nilai ekonomi, kepemilikan digital, manfaat jangka panjang, dan penguasaan hukum atas akun.

Penelitian Asnawi dkk., juga menunjukkan bahwa aset digital mulai menjadi perhatian dalam diskursus wakaf kontemporer. Mereka menjelaskan bahwa aset digital memiliki nilai ekonomi dan sosial sehingga perlu dikaji dalam perspektif hukum Islam, meskipun terdapat keterbatasan literatur mengenai wakaf digital, khususnya pada kajian yang lebih spesifik (Asnawi dkk., 2024: 111–124). Temuan tersebut memperkuat urgensi penelitian ini karena akun media sosial merupakan bagian dari perkembangan aset digital, tetapi memiliki karakter yang lebih kompleks dibandingkan aset digital biasa. Akun media sosial tidak hanya mengandung konten, tetapi juga identitas digital, data pribadi, relasi pengikut, reputasi virtual, algoritma, dan potensi monetisasi.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting dilakukan karena hukum wakaf Indonesia belum memberikan kepastian mengenai apakah akun media sosial dapat dikategorikan sebagai harta wakaf. Persoalan ini tidak hanya menyangkut kemungkinan ekonomi dari akun media sosial, tetapi juga menyangkut kepemilikan, penguasaan, pengalihan, akses pasca kematian, dan keberlanjutan manfaat akun. Oleh karena itu, alternatif solusi yang dapat ditawarkan adalah melakukan rekonstruksi konseptual terhadap makna harta wakaf dalam konteks digital. Solusi yang dipilih dalam penelitian ini adalah menganalisis akun media sosial melalui pendekatan hukum wakaf Indonesia dan konsep harta dalam hukum Islam, sehingga dapat diketahui apakah akun media sosial memenuhi unsur sebagai harta benda wakaf atau justru membutuhkan pengaturan khusus dalam hukum wakaf nasional.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kekaburan status hukum akun media sosial sebagai harta wakaf dalam sistem hukum Indonesia. Penelitian ini juga bertujuan menjelaskan batasan yuridis mengenai kepemilikan, nilai ekonomi, manfaat jangka panjang, serta penguasaan akun media sosial sebagai objek wakaf kontemporer. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi pengembangan hukum wakaf dalam menghadapi transformasi digital. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pembentuk kebijakan, Badan Wakaf Indonesia, akademisi, dan masyarakat dalam merumuskan arah pengaturan wakaf atas aset digital pada masa mendatang.

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Penelitian hukum normatif merupakan penelitian yang dilakukan dengan menelaah norma

hukum, asas hukum, doktrin hukum, serta konsep-konsep hukum yang berkaitan dengan isu yang diteliti. Menurut Peter Mahmud Marzuki, penelitian hukum normatif bertujuan untuk menemukan aturan hukum, prinsip hukum, maupun doktrin hukum dalam menjawab persoalan hukum yang dihadapi (Marzuki, 2021: 35). Dalam penelitian ini, pendekatan perundang-undangan digunakan untuk mengkaji berbagai regulasi yang berkaitan dengan wakaf dan aset digital, sedangkan pendekatan konseptual digunakan untuk menganalisis konsep harta (*al-mal*), kepemilikan digital, serta kedudukan akun media sosial dalam perspektif hukum Islam dan hukum positif Indonesia.

Sifat penelitian ini adalah deskriptif-analitis, yaitu penelitian yang bertujuan menggambarkan sekaligus menganalisis secara sistematis permasalahan hukum mengenai status akun media sosial sebagai harta wakaf. Penelitian dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*) dengan menelaah berbagai bahan hukum yang memiliki relevansi terhadap objek penelitian. Menurut Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, penelitian kepustakaan dalam penelitian hukum dilakukan terhadap data sekunder yang terdiri atas bahan hukum primer, sekunder, dan tersier (Soekanto & Mamudji, 2018: 13).

Bahan hukum primer dalam penelitian ini terdiri atas peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan wakaf dan aset digital, yaitu Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004 tentang Wakaf, Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2006 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Wakaf, Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan dokumen kebijakan resmi platform digital seperti Google dan Meta yang berkaitan dengan pengelolaan akun pengguna dan akses akun pasca kematian pemilik.

Bahan hukum sekunder berupa buku, jurnal ilmiah, artikel akademik, hasil penelitian terdahulu, dan doktrin hukum yang berkaitan dengan hukum wakaf, hukum siber, aset digital, dan kepemilikan virtual dalam hukum Islam. Adapun bahan hukum tersier berupa kamus hukum, ensiklopedia, dan sumber penunjang lain yang relevan dengan penelitian.

Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi dokumentasi dan studi kepustakaan dengan cara mengidentifikasi, membaca, mencatat, menginventarisasi, serta mengklasifikasikan bahan hukum sesuai dengan kebutuhan penelitian. Penelusuran bahan hukum dilakukan melalui *database* jurnal ilmiah, *repository* perguruan tinggi, situs resmi pemerintah, serta dokumen kebijakan platform digital yang berkaitan dengan objek penelitian.

Teknik analisis bahan hukum dilakukan secara kualitatif dengan metode interpretasi hukum. Analisis dilakukan melalui penafsiran sistematis terhadap peraturan perundang-undangan dan doktrin hukum yang berkaitan dengan wakaf serta aset digital. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan interpretasi konseptual untuk memahami kedudukan akun media sosial sebagai bentuk aset digital dalam perspektif hukum Islam dan hukum positif Indonesia. Hasil analisis kemudian disusun secara deduktif dengan menarik kesimpulan dari ketentuan hukum yang bersifat umum menuju permasalahan khusus mengenai status hukum akun media sosial sebagai harta wakaf.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan teknologi digital telah melahirkan bentuk-bentuk kekayaan baru yang sebelumnya tidak dikenal dalam sistem hukum konvensional. Salah satu bentuk kekayaan digital tersebut adalah akun media sosial yang memiliki nilai ekonomi melalui monetisasi konten, kerja sama komersial, hingga sistem afiliasi digital. Dalam praktiknya, akun media sosial tidak lagi dipandang sekadar sebagai sarana komunikasi virtual, tetapi juga sebagai aset digital yang mampu menghasilkan manfaat ekonomi secara berkelanjutan. Kondisi tersebut memunculkan persoalan hukum baru mengenai apakah akun media sosial dapat dikategorikan sebagai harta (*al-mal*) dalam perspektif hukum Islam dan hukum positif Indonesia.

Dalam hukum wakaf Indonesia, objek wakaf harus memenuhi unsur memiliki nilai manfaat, dapat dimiliki secara sah, dan dapat dimanfaatkan untuk kepentingan ibadah atau

kesejahteraan umum. Ketentuan tersebut tercermin dalam Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004 tentang Wakaf yang menjelaskan bahwa harta benda wakaf merupakan harta yang memiliki daya tahan lama dan/atau manfaat jangka panjang serta mempunyai nilai ekonomi menurut syariah. Akan tetapi, regulasi tersebut belum secara eksplisit mengatur akun media sosial sebagai objek wakaf. Akibatnya, muncul kekaburan norma mengenai kedudukan akun media sosial dalam sistem hukum wakaf nasional.

Secara konseptual, akun media sosial memiliki karakteristik yang berbeda dengan objek wakaf konvensional. Akun media sosial merupakan aset digital yang keberadaannya bergantung pada sistem elektronik dan kebijakan platform digital. Pengguna akun tidak memiliki kepemilikan absolut karena perusahaan platform memiliki kewenangan untuk membatasi, menangguhkan, bahkan menghapus akun berdasarkan ketentuan layanan (*terms of service*). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kepemilikan akun media sosial bersifat relatif dan tidak sepenuhnya berada di bawah penguasaan pengguna.

Meskipun demikian, akun media sosial memiliki nilai ekonomi nyata. Fenomena kreator digital menunjukkan bahwa akun media sosial mampu menghasilkan pendapatan melalui monetisasi iklan, sponsor, *paid promote*, hingga afiliasi digital. Bahkan dalam beberapa kasus, akun media sosial diperjualbelikan karena memiliki jumlah pengikut dan tingkat interaksi yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa akun media sosial telah memenuhi unsur nilai manfaat ekonomi yang dalam hukum Islam menjadi salah satu karakteristik harta (*al-mal*).

Untuk melihat karakteristik akun media sosial sebagai aset digital, berikut disajikan tabel analisis karakteristik akun media sosial dalam perspektif hukum wakaf.

Tabel 1. Karakteristik Akun Media Sosial sebagai Aset Digital dalam Perspektif Wakaf

No.	Aspek Penilaian	Keterangan
1.	Nilai Ekonomi	Memiliki nilai ekonomi melalui monetisasi konten
2.	Manfaat	Dapat memberikan manfaat keberlanjutan
3.	Kepemilikan	Bersifat relatif dan tunduk pada platform digital
4.	Penguasaan	Tidak sepenuhnya berada dalam kekuasaan pengguna
5.	Keberlanjutan	Bergantung pada sistem dan kebijakan platform
6.	Pengalihan	Tidak seluruh platform memperbolehkan pengalihan akun

Berdasarkan tabel tersebut, terlihat bahwa akun media sosial memiliki beberapa unsur yang menyerupai karakteristik harta wakaf, terutama dari aspek nilai ekonomi dan manfaat berkelanjutan. Namun demikian, persoalan utama terletak pada aspek kepemilikan dan penguasaan akun yang tidak sepenuhnya berada di tangan pengguna. Dalam hukum Islam, kepemilikan merupakan unsur penting dalam pelaksanaan wakaf karena wakif harus memiliki hak penuh atas harta yang akan diwakafkan. Wahbah az-Zuhaili menjelaskan bahwa harta (*al-mal*) dalam perspektif *fiqh* harus dapat dimiliki dan dikuasai secara sah oleh pemiliknya (Az-Zuhaili, 1985: 40). Apabila dikaitkan dengan akun media sosial, maka unsur penguasaan tersebut menjadi problematis karena akun tetap berada di bawah kontrol platform digital.

Selain persoalan kepemilikan, penelitian ini juga menemukan bahwa belum terdapat pengaturan khusus mengenai pengalihan akun media sosial sebagai objek wakaf. Google melalui kebijakan *Inactive Account Manager* hanya memberikan akses pengelolaan akun kepada pihak tertentu ketika akun tidak aktif, tetapi tidak mengatur perpindahan kepemilikan akun sebagai harta wakaf (Google, 2026). Demikian pula Meta melalui kebijakan memorialisasi akun hanya mengatur pengelolaan akun pengguna yang telah meninggal tanpa memberikan kepastian mengenai status ekonominya (Meta, 2026). Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa hubungan hukum antara pengguna dan platform digital lebih bersifat kontraktual dibanding kepemilikan absolut.

Persoalan ini menunjukkan adanya benturan antara konsep kepemilikan dalam hukum wakaf dan sistem kepemilikan digital modern. Dalam hukum wakaf, harta wakaf

harus memiliki kepastian kepemilikan dan keberlanjutan manfaat. Akan tetapi, akun media sosial memiliki sifat virtual dan sangat bergantung pada kebijakan perusahaan platform. Dengan demikian, akun media sosial belum sepenuhnya memenuhi unsur kepastian hukum sebagai harta wakaf.

Di sisi lain, perkembangan masyarakat digital menuntut adanya reinterpretasi terhadap konsep harta dalam hukum Islam kontemporer. Sejumlah penelitian mengenai wakaf digital menunjukkan bahwa perkembangan teknologi telah melahirkan bentuk-bentuk harta baru yang sebelumnya tidak dikenal dalam *fiqh* klasik. Penelitian Ahmad Khotibul Umam menunjukkan bahwa akun TikTok dapat dimanfaatkan sebagai instrumen wakaf produktif melalui monetisasi konten digital, meskipun regulasi hukumnya masih belum jelas (Umam, 2023: 7–8). Penelitian Asnawi dkk., juga menjelaskan bahwa aset digital mulai berkembang sebagai bagian dari objek ekonomi modern yang membutuhkan konstruksi hukum baru dalam sistem wakaf Indonesia (Asnawi dkk., 2024: 111–124).

Temuan tersebut menunjukkan bahwa kekaburan status hukum akun media sosial sebagai harta wakaf disebabkan oleh ketidaksiapan regulasi wakaf nasional dalam menghadapi perkembangan aset digital. Regulasi wakaf Indonesia masih berorientasi pada objek konvensional, sedangkan perkembangan teknologi telah melahirkan bentuk kekayaan virtual yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Oleh karena itu, diperlukan pembaruan hukum wakaf melalui reinterpretasi konsep harta wakaf dan pembentukan regulasi yang mampu mengakomodasi perkembangan aset digital di era masyarakat virtual.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akun media sosial memiliki unsur manfaat ekonomi dan keberlanjutan manfaat yang mendekati karakteristik harta wakaf. Akan tetapi, aspek kepemilikan dan penguasaan akun yang bergantung pada platform digital menyebabkan akun media sosial belum memiliki kepastian hukum sebagai objek wakaf dalam sistem hukum Indonesia. Kondisi tersebut menjadi dasar munculnya kekaburan status hukum akun media sosial sebagai harta wakaf.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa akun media sosial pada dasarnya memiliki karakteristik yang mendekati unsur harta (*al-mal*) dalam hukum Islam karena memiliki nilai ekonomi, manfaat berkelanjutan, serta dapat dimanfaatkan untuk kepentingan sosial dan ekonomi. Perkembangan monetisasi konten digital menunjukkan bahwa akun media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi virtual, tetapi juga telah berkembang menjadi aset digital bernilai ekonomi tinggi dalam masyarakat modern. Kondisi tersebut membuka kemungkinan akun media sosial untuk dikonstruksikan sebagai objek wakaf kontemporer.

Namun demikian, penelitian ini menemukan bahwa status hukum akun media sosial sebagai harta wakaf masih berada dalam kondisi kabur (*vague norm*) karena belum terdapat pengaturan eksplisit dalam sistem hukum wakaf Indonesia. Kekaburan tersebut terutama terletak pada aspek kepemilikan dan penguasaan akun media sosial yang tidak sepenuhnya berada di tangan pengguna, melainkan tunduk pada kebijakan dan ketentuan platform digital. Akibatnya, akun media sosial belum sepenuhnya memenuhi unsur kepastian kepemilikan yang menjadi syarat penting dalam pelaksanaan wakaf menurut hukum Islam.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa regulasi wakaf nasional masih berorientasi pada objek wakaf konvensional sehingga belum mampu mengakomodasi perkembangan aset digital dalam masyarakat virtual. Oleh karena itu, diperlukan reinterpretasi terhadap konsep harta wakaf dalam hukum Islam kontemporer agar mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi dan transformasi ekonomi digital. Selain itu, diperlukan pembaruan regulasi wakaf di Indonesia yang secara khusus mengatur kedudukan aset digital, termasuk akun media sosial, guna memberikan kepastian hukum terhadap praktik wakaf berbasis teknologi digital di masa mendatang.

Sebagai langkah lanjutan, penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji secara lebih mendalam mengenai mekanisme pengelolaan, pengalihan, dan pengawasan wakaf

aset digital, khususnya yang berkaitan dengan akun media sosial monetisasi. Penelitian lanjutan juga penting dilakukan untuk mengkaji hubungan antara hukum wakaf, hak kekayaan intelektual, perlindungan data pribadi, dan kebijakan platform digital dalam rangka membentuk sistem hukum wakaf digital yang adaptif terhadap perkembangan masyarakat modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Asnawi, A., Rachmad, D., & Afifah, K. (2024). Penerapan Konsep Wakaf Aset Digital di Indonesia. *Bukhori: Kajian Ekonomi dan Keuangan Islam*, 3(2), 111–124. <https://penerbitgoodwood.com/index.php/Bukhori/article/view/3037>
- Az-Zuhaili, W. (1985). *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*. Damaskus: Dar al-Fikr.
- Google. (2026). *Inactive Account Manager*. Google Account Help. <https://support.google.com/accounts/answer/3036546?hl=en>
- Kemp, S. (2025). *Digital 2025: Indonesia*. DataReportal. <https://datareportal.com/digital-in-indonesia>
- Marzuki, P. M. (2021). *Penelitian Hukum (Edisi revisi)*. Jakarta: Kencana.
- Meta. (2026). *Memorialization Policy*. Meta Transparency Center. <https://transparency.meta.com/policies/community-standards/memorialization/>
- Republik Indonesia. (2004). *Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004 tentang Wakaf*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Republik Indonesia. (2006). *Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2006 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004 tentang Wakaf*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Republik Indonesia. (2014). *Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Republik Indonesia. (2022). *Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Soekanto, S., & Mamudji, S. (2018). *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Supriadi, S., Purwanto, M. R., & Soleh, A. (2021). Wakaf Konten Youtube sebagai Wakaf Produktif di Era 5.0 dalam Perspektif Maqashid Syariah. *At-Thullab: Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 3(1), 237–258. <https://journal.uii.ac.id/thullab/article/view/18025>
- Umam, A. K. (2023). Analisis Problematika Wakaf Produktif Akun TikTok Perspektif Fiqh Wakaf dan UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta [Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang]. <http://etheses.uin-malang.ac.id/57767/>