

Pemilihan Kerjaya Sebagai Pempengaruh Media Sosial Dalam Kalangan Anak Muda Di Malaysia: Sorotan Awal Dari Perspektif Islam

Career Choice as a Social Media Influencer Among Young People in Malaysia: Initial Highlights from an Islamic Perspective

Nur Syahidah Abdul Jalil*

Pusat Kajian Ekonomi dan Kemasyarakatan, Institut Kefahaman Islam Malaysia No.2,
Langgak Tunku, Off Jalan Tuanku Abdul Halim, 50480 Kuala Lumpur, Malaysia

*Penulis Koresponden: nursyahidah@ikim.gov.my

Received: 28 October 2024; **Revised:** 25 February 2025 **Accepted:** 06 May 2025; **Published:** 16 May 2025

To cite this article (APA): Abdul Jalil, N. S. (2025). Pemilihan Kerjaya Sebagai Pempengaruh Media Sosial Dalam Kalangan Anak Muda Di Malaysia: Sorotan Awal Dari Perspektif Islam. *Perspektif Jurnal Sains Sosial Dan Kemanusiaan*, 17(1), 141-151. <https://doi.org/10.37134/perspektif.vol17.1.9.2025>

To link to this article: <https://doi.org/10.37134/perspektif.vol17.1.9.2025>

Abstrak

Pekerjaan sebagai pempengaruh media sosial dilihat semakin mendapat tempat dalam kalangan anak muda di Malaysia. Kecenderungan untuk memilih kerjaya ini juga mendatangkan kebimbangan masyarakat apabila anak muda tidak lagi menunjukkan minat untuk menyambung pelajaran mereka. Makalah ini membincangkan faktor-faktor yang menyumbang kepada pemilihan kerjaya sebagai pempengaruh media sosial dalam kalangan anak muda; impak daripada pemilihan tersebut; serta, pandangan Islam mengenai pekerjaan pempengaruh media sosial. Kaedah kualitatif digunakan untuk mendapatkan data sekunder dan analisis dokumen yang terdiri daripada laporan agensi kerajaan, artikel jurnal dan akhbar yang berkaitan. Didapati bahawa terdapat empat faktor utama yang mendorong anak muda untuk memilih kerjaya sebagai pempengaruh media sosial iaitu; permintaan pasaran, pendapatan lumayan, fleksibiliti dan keinginan hidup seperti pempengaruh sedia ada. Islam secara umumnya melihat asas kepada pekerjaan pempengaruh media sosial ialah khidmat iklan. Oleh itu, ia hendaklah mengikut prinsip-prinsip syariah dan etika yang digariskan. Kecenderungan pemilihan kerjaya ini selari dengan perkembangan teknologi dan industri semasa. Oleh itu, kawal selia industri perlu ditambah baik selain meneroka aspek latihan dan persijilan yang berkaitan untuk memberi nilai tambah kepada pemegang taruh.

Kata kunci: pemilihan kerjaya, anak muda, belia, pempengaruh media sosial, pekerjaan

Abstract

Jobs as social media influencers are increasingly gaining attention among youth in Malaysia. The tendency to choose this career has also caused concern as the youth show no longer interest in continuing their studies. This paper discusses the factors that contribute to the choice of a career as a social media influencer among the youth; the impacts of the choice; and the Islamic perspective of the job. Qualitative methods are used to obtain secondary data and document analysis from the government agency reports, journal articles and related newspapers. It is found that four main factors that motivate the youth to choose social media influencer as a career namely; market demand, lucrative income, flexibility and desire to live like existing influencers. Islam generally views the basis of social media influencer job is an advertising service, thus, it must follow the outlined principles of shariah and ethics. This career choice trend is in line with current technological and industrial developments. Therefore, industry regulation needs to be improved as well as exploring related training and certification to provide added value to stakeholders.

Keywords: career choices, young people, youth, social media influencers, jobs

PENGENALAN

Dunia pada hari ini tidak sama dengan dunia pada 50 tahun yang lalu. Pengetahuan dan kemahiran baharu sentiasa berkembang dari semasa ke semasa. Kini, individu juga tidak hanya bersaing sesama sendiri untuk kelangsungan hidup, tetapi harus bersaing dengan teknologi untuk mendapat tempat dalam pekerjaan. Inilah di antara cabaran yang dihadapi oleh generasi baharu anak muda.

Anak muda dalam penjelasan yang mudah ialah mereka yang belum sampai kepada usia tua yakni mereka yang masih remaja, mentah dan disebut sebagai generasi baru (DBP, t.t). Golongan ini berada dalam tempoh peralihan di antara zaman kanak-kanak dengan dewasa. Adakalanya terma anak muda dengan belia digunakan secara bertukar ganti jika ia dirujuk kepada definisi belia itu sendiri. Di peringkat global, belia dirujuk sebagai mereka yang berumur di antara 15-24 tahun (UNDESA, t.t). Malaysia pula mendefinisikan belia sebagai “individu yang berumur di antara 15 tahun dan sebelum mencapai umur 30 tahun” dan dikelaskan kepada tiga peringkat umur iaitu: belia awal (15-18 tahun); belia pertengahan (19-24 tahun); dan belia akhir (25-30 tahun) (IYRES, 2023).

Bagi belia pertengahan, sekurang-kurangnya di Malaysia, pemilihan pekerjaan menjadi salah satu daripada keputusan yang besar dalam hidup yang perlu dilakukan. Ini kerana golongan ini telahpun mencapai usia dewasa dari sudut undang-undang dan telah tamat persekolahan di peringkat menengah. Mereka perlu membuat keputusan sama ada untuk melanjutkan pelajaran atau terus menyertai sektor pekerjaan. Dengan ledakan teknologi semasa, anak muda turut mempunyai lebih banyak faktor pertimbangan dalam membuat keputusan tersebut.

Wujud trend anak muda di Malaysia ketika ini yang tidak menyambung pengajian selepas tamat persekolahan. Kementerian Pendidikan Malaysia misalnya mendapati 48.7% daripada pelajar lepasan Sijil Pelajaran Malaysia pada sesi persekolahan 2021 memilih untuk tidak melanjutkan pelajaran atas beberapa faktor termasuklah tertarik dengan pekerjaan dalam segmen ekonomi gig yang dirasakan dapat memberi pendapatan dan persekitaran kerja yang lebih fleksibel (Kementerian Ekonomi, 2023).

Dalam satu kajian yang dijalankan oleh Pusat Penyelidikan Undian Universiti UCSI pada 2023 pula mendapati bahawa 51% daripada 1,000 responden lepasan SPM berusia 18 hingga 20 tahun mahu melanjutkan pelajaran, 39% memilih untuk mencari kerja manakala baki 10% tidak mempunyai perancangan. Bagi yang tidak melanjutkan pelajaran kerana mencari kerja, kerjaya sebagai pempengaruh (*influencer*) dan rakan sekutu (*affiliate*) menjadi pilihan paling tinggi iaitu sebanyak 34%. Manakala terlibat dalam sektor e-hailing dan memulakan perniagaan sendiri mencatatkan peratusan sebanyak 26% dan 22% (UCSI Poll Research Centre, 2023).

Beberapa laporan akhbar tempatan turut menzahirkan kebimbangan masyarakat tentang trend anak muda yang dilihat tidak menyambung pengajian dan terlibat dalam kegiatan pempengaruh di media sosial. Laporan tersebut antara lain menyenaraikan andaian tentang kehidupan mewah dan glamor (Nazwa, 2023; Anon, 2023), fleksibiliti dan tidak mahu bekerja dalam tekanan menjadi antara sebab mengapa anak muda memilih kerjaya sebagai pempengaruh (The Merdeka Times, 2022).

Perkembangan dalam pemilihan kerjaya sebagai pempengaruh ini menimbulkan persoalan tentang sejauh mana faktor-faktor tertentu mempengaruhi pemilihan kerjaya sebagai pempengaruh media sosial dalam kalangan anak muda; impak daripada pemilihan tersebut; dan apakah pandangan Islam terhadap kerjaya sebagai pempengaruh media sosial. Oleh itu, makalah ini bertujuan untuk melihat dengan lebih mendalam faktor-faktor yang menyumbang kepada pemilihan kerjaya sebagai pempengaruh media sosial dalam kalangan anak muda; impak di atas pemilihan kerjaya ini; serta menyoroti pandangan Islam mengenai kerjaya sebagai pempengaruh media sosial.

SOROTAN LITERATUR

Pemilihan pekerjaan dalam kalangan anak muda

Kerja umumnya merujuk kepada sesuatu yang dilakukan atau perbuatan. Manakala pekerjaan pula ialah sesuatu yang diusahakan (berterusan) kerana mencari nafkah (DBP, t.t). Institute Labour Organisation (ILO) (2019) telah mendefinisikan kerja sebagai apa-apa aktiviti yang dilakukan oleh individu tanpa mengira jantina dan umur untuk menghasilkan barangan atau perkhidmatan untuk kegunaan orang lain atau diri sendiri. Manakala pekerjaan pula ialah sebarang aktiviti menghasilkan barangan atau perkhidmatan bagi mendapat bayaran atau keuntungan.

Walaupun demikian, tidak semua yang dikatakan sebagai pekerjaan itu memenuhi definisi pekerjaan sebagaimana yang diperuntukkan oleh undang-undang dan peraturan sesebuah negara dan masyarakat sekalipun ia menghasilkan keuntungan. Pekerjaan berkaitan jenayah misalnya tidak boleh dikenali sebagai satu “pekerjaan” secara rasmi kerana menyebabkan kerugian kepada masyarakat dan negara. Begitu juga, kanak-kanak di bawah umur tidak boleh dipertanggungjawabkan dengan pekerjaan seperti orang dewasa.

Dalam proses membuat pilihan pekerjaan, anak muda didapati sering berasa tidak pasti tentang waktu untuk membuat keputusan mengenai kerjaya. Hal ini berlaku kerana anak muda menghadapi keresahan untuk membuat keputusan kerjaya disebabkan mahu membuat keputusan yang betul bermula daripada peringkat awal; dan anak muda mempunyai kecenderungan untuk membina imej diri dengan merujuk kepada apa yang dipersembahkan oleh media sebagai satu nilai (Safta, 2015).

Kajian Safta (2015) mendapati terdapat empat laluan yang dijalani oleh anak muda yang menganggap sekolah sebagai satu proses orientasi kerjaya. Pertama ialah laluan linear (*linear path*) di mana anak muda mengetahui jalan yang akan mereka ikuti, namun tidak mengetahui secara tepat halangan yang akan ditempuhi. Mereka bagaimanapun dikatakan boleh mengatasi halangan melalui bimbingan untuk mencapai cita-cita. Kedua ialah laluan fleksibel (*flexible path*), di mana anak muda terbuka kepada perubahan arah kerjaya berdasarkan halangan yang ada.

Ketiga ialah laluan tidak teratur (*chaotic path*) di mana anak muda tidak mempunyai idea yang jelas tentang apa yang mereka mahu lakukan. Keadaan ini disumbangkan oleh rasa kurang percaya kepada diri sendiri, kurang kematangan, kurang maklumat dan rasa takut tidak memenuhi keperluan yang diperlukan. Mereka juga dikatakan sering berasa gagal termasuklah ketika memilih opsyen pendidikan yang tidak selari dengan minat. Keempat ialah laluan eklektik (*eclectic paths*), yang mana golongan muda ini meminati semua mata pelajaran dan mereka berjaya dalam kesemuanya. Bagaimanapun mereka dikatakan menghadapi kesukaran dalam memilih dan melepaskan opsyen yang ada. Golongan ini dikatakan kurang keyakinan diri disebabkan tekanan keluarga untuk mencapai prestasi cemerlang tersebut.

Di peringkat tertiar, faktor terpenting yang mempengaruhi pemilihan kerjaya pelajar sarjana muda ialah peluang kerjaya itu sendiri menurut Chiew et al., (2023); Muhamad Khalil et al., (2021). Peluang kerjaya yang dimaksudkan itu termasuklah anggapan bahawa pelajar boleh mendapat pulangan daripada pelaburan pendidikan bertahun-tahun. Oleh itu, individu akan memilih kerjaya yang paling popular dan mempunyai jaminan permintaan dalam pasaran (Chiew et al., t.t). Muhamad Khalil et al., (2021) pula berpendapat, faktor peluang pekerjaan menjadi penentu kerana kerana laluan kerjaya adalah proses jangka panjang dan pelajar memilih kerjaya yang paling diminati dan mempunyai permintaan yang stabil dalam pasaran.

Kajian oleh Ganesan et al. (2018) pula mendapati bahawa gaji adalah faktor terpenting yang mempengaruhi pemilihan kerjaya. Bahkan satu dapatan menarik oleh Khadijah & Lai (2022) yang mendapati bahawa faktor gaji menjadi unsur yang penting dalam memilih pekerjaan tidak kira apa jua keadaan ekonomi dan negara tersebut walaupun dilanda wabak yang berbahaya seperti COVID-19.

Bagaimanapun, Wong et al. (2019) dalam Muhamad Khalil et al., (2021) berpendapat, walaupun terdapat pelbagai kajian dijalankan ke atas faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan kerjaya, tiada bukti yang jelas faktor yang paling menonjol dalam kajian tentang perkara tersebut di Malaysia.

Pemilihan Kerjaya Sebagai Pempengaruh Media Sosial

Dalam satu kaji selidik oleh firma penasihat bebas, Kepios, terdapat seramai 28.68 juta pengguna aktif media sosial di Malaysia pada Januari 2024 (DataReportal, 2024). Di peringkat global pula, angka ini mencapai 5.07 bilion pengguna pada April 2024 (DataReportal, 2024). Walaupun data yang diperoleh tidak semestinya mewakili individu secara unik kerana seorang itu boleh mempunyai lebih dari satu akaun dan terdapat akaun yang mewakili entiti bukan manusia, tetapi ia menunjukkan capaian medium rangkaian media sosial yang sangat luas.

Dengan capaian pengguna yang ramai ini, tidak hairanlah rangkaian media sosial digunakan sebagai satu strategi pemasaran digital untuk mempromosi produk mahupun perkhidmatan. Impak penggunaan begini telah membawa kepada penggunaan pempengaruh sebagai satu bentuk pemasaran dalam menyampaikan mesej tentang barangan dan perkhidmatan kepada pengguna (Noorazlin & Murni, 2021). Perkara ini turut diperkatakan Li et al., (2024) yang mendapati pempengaruh media sosial mempunyai pengaruh yang besar terhadap sikap dan tingkah laku khalayak dalam talian mereka. Maka tidak hairanlah jika golongan ini boleh memberi impak kepada pembelian individu melalui kuasa dan hubungan dengan pelanggan sasaran (Marini, 2023).

Menurut Marini (2023), pempengaruh media sosial (PMS) ialah “orang yang berpengaruh dan arus perdana dalam rangkaian media sosial, yang mempromosikan produk dan perkhidmatan sesuatu jenama.” Mereka adalah “individu yang mempunyai pengikut yang ramai di media sosial dan memberikan pengaruh yang signifikan ke atas khalayak mereka melalui kandungan yang menarik.” (Engel et al., 2024).

Berbeza dengan selebriti atau figura awam yang lain dikenali menerusi media tradisional, golongan ini terdiri daripada individu biasa yang kemudiannya menjadi selebriti dalam talian dengan membuat hantaran atau kandungan digital dalam media sosial (Noorazlin & Murni, 2021). Bagaimanapun, ada dalam kalangan selebriti yang menggunakan media sosial untuk membuat hantaran dan kandungan bagi tujuan promosi kepada khalayak dalam talian sebagaimana PMS. Menurut Liyana et al., (2021), produk, jenama dan kempen sosial dewasa ini kerap menggunakan selebriti untuk tujuan pengiklanan. Selebriti juga menggunakan teknologi laman media sosial secara terkawal mengenai jenama peribadi mereka dan memberi maklum balas terhadap komen yang diberikan oleh pengikut (Liyana et. al, 2021).

Berdasarkan perbincangan artikel ini, dapat dirumuskan empat faktor utama pemilihan kerjaya sebagai PMS dalam kalangan anak muda yang dikenal pasti. Faktor pertama ialah permintaan kepada penggunaan PMS dalam aspek promosi. Perkara ini telah mewujudkan peluang pekerjaan dan bekalan tenaga kerja sebagai PMS. Pekerjaan PMS umumnya tidak memerlukan individu untuk mempunyai sijil akademik atau kelayakan khusus seumpama yang diperlukan dalam pekerjaan konvensional yang lain, khususnya jika mereka bekerja atau bergerak sendiri. Sebaliknya, akses kepada media sosial dan jumlah pengikut yang menjadi kriteria utama dalam perjalanan kerjaya seseorang pempengaruh.

Pempengaruh nano ialah mereka yang mempunyai pengikut di antara 1-10 ribu; pempengaruh mikro mempunyai pengikut di antara 10-100 ribu; pempengaruh makro mempunyai pengikut di antara 100,000-1 juta; manakala pempengaruh mega pula mempunyai pengikut melebihi 1 juta orang (Li et al., 2024).

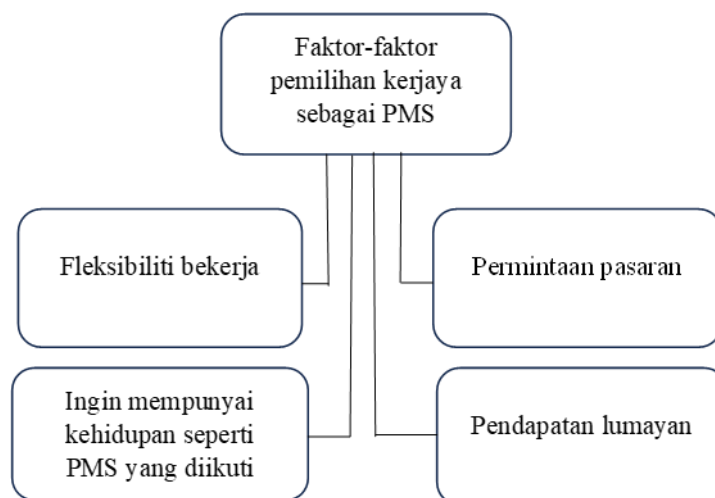
Dari segi kos, perbelanjaan untuk penggunaan pempengaruh mencecah \$4.14 bilion pada 2022 dan Forbes (2024) menjangkakan masa depan yang cerah untuk pemasaran melalui pempengaruh. Purata minimum bayaran bagi sebuah video YouTube dengan 1 juta tontonan ialah sebanyak \$2,500.

Pempengaruh di Instagram dengan lebih sejuta pengikut pula memperoleh purata harga minimum \$1,200 bagi satu hantaran pada 2021 manakala pempengaruh mega TikTok dengan lebih sejuta pengikut, memperoleh purata harga minimum \$1,034 setiap bagi setiap video (Wong, 2023). Oleh itu, pekerjaan sebagai pempengaruh dianggap sebagai cabang kerjaya yang boleh mendatangkan pendapatan lumayan (Marini, 2023).

Melihat kepada realiti semasa pada ketika ini, belia awal (15-19 tahun) menerima gaji penengah sebanyak RM1490, belia pertengahan (19-24 tahun) sebanyak RM1531 dan belia akhir (25-29) sebanyak RM1971 (Jabatan Perangkaan Malaysia, 2023b). Keadaan ini menunjukkan bahawa gaji penengah yang diterima oleh anak muda kategori umur belia adalah rendah, bahkan lebih rendah daripada Pendapatan Garis Kemiskinan (PGK) 2022 yang ditetapkan pada kadar RM2,589 sebulan bagi sebuah isi rumah (Jabatan Perangkaan Malaysia, 2023a). Maka tidak hairanlah jika andaian pendapatan lumayan menjadi faktor yang mendorong anak muda di Malaysia untuk menjadi seorang PMS.

Faktor fleksibiliti juga yang dikatakan antara sebab mendorong anak muda di Malaysia untuk memilih kerjaya sebagai PMS (Nazwa, 2023; Anon, 2023). PMS yang mempunyai fleksibiliti seperti yang bekerja sendiri menentukan matlamat pekerjaan, sasaran pengikut, kandungan paparan media sosial, jam dan lokasi bekerja. Dengan kelebihan seperti jumlah pengikut, PMS boleh mempunyai lebih kuasa untuk berunding dengan pihak-pihak yang ingin menggunakan perkhidmatan mereka.

Faktor seterusnya ialah kecenderungan untuk mengikut gaya hidup individu yang menjadi ikutan. Perkara ini turut diperkatakan dalam Safta (2015) tentang anak muda yang membina imej diri dengan merujuk kepada media. Dalam teori interaksi parasosial, individu mempunyai ilusi hubungan peribadi dengan personaliti media disebabkan oleh perbuatan melihat paparan media secara terus menerus. Menurut Sadida & Suryanto (2022), interaksi parasosial menjadi salah satu cara kepada remaja membentuk identiti diri dan ekspektasi hubungan dalam dunia nyata. Dalam erti kata yang lain, individu mahu mempunyai pengalaman gaya hidup seorang PMS yang mereka ikuti.



Rajah 1: Rumusan Faktor-faktor Pemilihan Kerjaya Sebagai Pempengaruh Media Sosial Berdasarkan Perbincangan

METODOLOGI

Kajian ini menggunakan kaedah kualitatif iaitu melalui dapatan daripada sumber sekunder. Kaedah menganalisis dokumen digunakan untuk menyemak dan menilai dokumen sama ada yang bercetak atau yang berbentuk elektronik ke atas bahan-bahan seperti artikel jurnal, laporan kajian, laporan statistik, buku dan laporan akhbar. Tujuannya adalah melihat perspektif, tafsiran dan penilaian tentang topik khusus yang dikaji oleh penulis-penulis yang berkaitan dalam karya mereka dan seterusnya membina pandangan tentang topik tersebut (Germann Community College, 2009; Pacific Luthern University,

t.t). Bagi kajian ini, fokus analisis dokumen tertumpu kepada artikel jurnal tentang faktor pemilihan kerjaya anak muda dan aspek penentu kepada pemilihan kerjaya sebagai PMS. Selain itu, Laporan Survei Sektor Informal dan Pekerjaan Informal 2021 juga diteliti bagi melihat ciri sepunya di antara PMS dengan pekerjaan dalam sektor informal dan Laporan Survei Gaji & Upah, Malaysia, 2022 untuk melihat trend berkaitan pekerjaan anak muda. Kajian ini turut menggunakan kaedah kajian kepustakaan bagi menghimpun segala informasi dan maklumat yang bersesuaian dengan topik yang dikaji. Maklumat-maklumat yang diperlukan ini diperoleh daripada buku-buku ilmiah, artikel jurnal yang berkaitan, dokumen dari agensi kerajaan, laporan akhbar, hasil penyelidikan termasuk dari sumber-sumber elektronik.

HASIL KAJIAN DAN PERBINCANGAN

Pempengaruh Media Sosial dalam Islam

Islam melihat bekerja sebagai perbuatan berusaha memperoleh harta dengan cara yang halal (Al-Sarakhsi, 2022). Ini adalah berdasarkan firman Allah SWT dalam al-Quran yang bermaksud, "...dan carilah limpah kurniaan Allah, serta ingatilah Allah sebanyak-banyaknya..." (Surah al-Jumu'ah, 62: 10). Ayat ini juga menunjukkan pekerjaan termasuk dalam menunaikan tanggungjawab agama ataupun ibadah iaitu mencari nafkah atau sara diri dan juga mengharap keberkatan daripada Allah SWT. Imam al-Shaybānī dalam kitabnya Kitab al-Kasb menukilkan bahawa, "mencari sara hidup adalah fardu, sebagaimana mencari ilmu itu fardu" (Al-Sarakhsi, 2022, 14).

Berdasarkan definisi-definisi PMS dalam perbincangan sebelumnya, didapati bahawa asas kepada pekerjaan PMS adalah memberi khidmat promosi atau pengiklan akan sesuatu barangan atau perkhidmatan. Umumnya, khidmat sebagai pengiklan ini dilihat memenuhi matlamat pekerjaan iaitu mendapat upah daripada usaha untuk mencari sara diri selagi mana caranya tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah.

Seterusnya, ciri-ciri utama dalam pekerjaan PMS dilihat dalam prinsip maqasid syariah pemeliharaan agama, nyawa, akal, keturunan dan harta. Maqasid syariah ialah tujuan yang hendak dicapai oleh syarak dalam setiap hukum (Khairil et al., 2021). Oleh itu, ciri-ciri bagi setiap pekerjaan yang dilakukan seorang Muslim seharusnya tidak melanggar prinsip ini.

Dalam konteks kerjaya sebagai PMS, seorang Muslim hendaklah pertama, memastikan pekerjaannya berlandaskan prinsip syariah seperti tidak menjebakkan diri dalam kegiatan yang berunsur syirik, riba, judi, arak dan syubhah. Firman Allah SWT yang bermaksud, "Wahai orang yang beriman! Sesungguhnya arak, judi, pemujaan berhala dan bertenung nasib dengan anak-anak panah adalah perkara keji yang termasuk perbuatan syaitan. Oleh itu, hendaklah kamu menjauhinya agar kamu berjaya" (Surah al-Mā'idah, 5: 90).

Sekiranya individu terlibat dalam pekerjaan yang bersifat syubhah, hendaklah dia terus berusaha mencari pekerjaan yang halal dan lebih baik (Pejabat Mufti Wilayah, 2016). Ini adalah berdasarkan hadis Nabi SAW yang bermaksud:

Perkara yang halal telah jelas dan yang haram jelas pula. Antara keduanya ada beberapa perkara yang diragukan, yang tidak diketahui (hukumnya) oleh kebanyakan orang. Barangsiapa menjauhi perkara-perkara yang diragukan itu, bererti dia memelihara agama dan kesopannya. Barangsiapa mengerjakan perkara yang diragukan, sama dengan gembala yang menggembalakan ternaknya di pinggir jurang, dikhuatirkan dia jatuh ke dalamnya. (Sahih Bukhari, Hadis no. 0043)

Ciri pertama ini adalah selari dengan prinsip pemeliharaan agama dalam maqasid syariah di mana individu mematuhi larangan yang disebut dalam al-Quran dan hadis.

Kedua, individu hendaklah memperaku bahawa kerjaya sebagai PMS adalah pekerjaan yang dilakukannya untuk tujuan menyara diri, sekalipun ia mungkin dilakukan secara informal. Oleh yang demikian, individu tersebut harus mengisytiharkan dirinya bekerja sekiranya maklumat pekerjaan diperlukan oleh pihak berkuasa. Dalam kata lain, individu tidak boleh berselindung di sebalik status pekerjaan informal dengan membuat perakuan bahawa dirinya tidak bekerja dan tidak mempunyai pendapatan bagi tujuan mengelakkan diri daripada peraturan pekerjaan. Sebaliknya, individu tersebut perlu mengeluarkan zakat apabila cukup haul dan nisabnya, membayar cukai pendapatan apabila memenuhi syarat dan berdaftar kepada mana-mana agensi penyeliaan kerajaan sekiranya diperlukan sebagaimana pekerja-pekerja lain.

Ciri kedua ini adalah selari dengan prinsip pemeliharaan agama iaitu tidak melanggar peraturan yang ditetapkan pemerintah yang sah. Ciri kedua ini turut memenuhi prinsip memelihara harta iaitu mengeluarkan zakat yang berfungsi untuk menyuci dan menyuburkan harta.

Ketiga, individu hendaklah berpegang kepada prinsip dan etika pekerjaan yang baik. Kegiatan PMS didasari oleh kepercayaan dalam penyampaian khususnya secara verbal. *Word-of-mouth* atau kaedah dari mulut ke mulut ini merupakan salah satu kaedah tertua dalam berkongsi pandangan tentang sesuatu barangan atau perkhidmatan serta berkemungkinan paling mempengaruhi tingkah laku pengguna, disebabkan oleh kebolehppercayaan dan kredibiliti penyampai (Noorazlin & Murni, 2021).

Oleh yang demikian, etika penyampaian setiap hantaran atau kandungan adalah tanggungjawab besar yang perlu dipikul oleh PMS. Dalam hal ini, seorang PMS tidak boleh menggunakan daya tarikan seksual, rayuan emosi, rayuan ketakutan, keterangan palsu atau rayuan penyelidikan pseudo, atau menyumbang kepada kebodohan mental atau menggalakkan keborosan/ berlebihan-lebihan sebagai strategi promosi (Noorazlin & Murni, 2021). Mereka hendaklah menyampaikan perkara yang benar dan menghindarkan diri daripada membuat hantaran atau kandungan berunsur palsu, tipu daya, berbaur fitnah, jelik dan melaga-laga masyarakat.

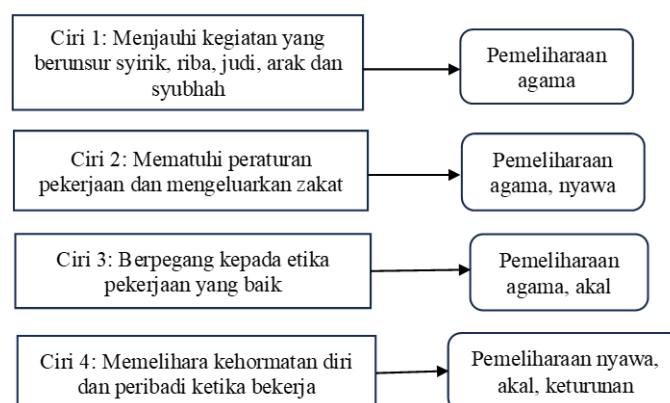
Wahbah al-Zuhayli juga menggariskan di antara ciri-ciri akhlak yang baik adalah: benar dan jelas dalam pertuturan; beramanah; bersemangat dan bercita-cita tinggi; memelihara lidah; dan membersihkan diri dari hasad dengki dan dendam (Yalawee et al., 2011). Tipu daya akan merugikan khalayak media sosial dan bakal pembeli sesuatu barangan dan perkhidmatan yang dipromosi. Sedangkan, perbuatan berbohong adalah dilarang, bahkan menjadi tanda-tanda seorang yang munafik. Dalam satu hadis daripada Abu Hurairah RA, katanya Nabi SAW. bersabda: "Tanda-tanda munafik ada tiga: apabila berkata, dia dusta; apabila berjanji, dia mungkir; apabila dipercaya, dia khianat." (Sahih Bukhari, Hadis no. 0027).

Ciri ketiga ini menepati prinsip pemeliharaan agama iaitu dengan tidak melakukan perkara yang dilarang seperti menipu. Selain itu, ia juga menepati prinsip pemeliharaan akal apabila promosi dilakukan tanpa perlu membuat helah (tipu daya) atau memperbodohkan pemikiran individu sebaliknya menggunakan huraian yang tepat lagi benar.

Keempat ialah memelihara kehormatan diri dan peribadi ketika bekerja. Sememangnya seorang PMS harus sentiasa kreatif dalam penyampaian dan mencipta kandungan bagi memenuhi matlamat pemasaran. Bagaimanapun, sebagai umat Islam, perkara-perkara yang bukan untuk tontotan umum seperti keintiman suami isteri, perhubungan tanpa batasan, aib individu dan sebagainya hendaklah dielakkan. Dalam satu hadis dari Abu Hurairah RA, Nabi Muhammad SAW bersabda, "Iman mempunyai lebih dari pada enam puluh cabang. Adapun malu adalah salah satu cabang dari iman." (Sahih Bukhari. Hadis no. 0007).

Kreativiti tidak boleh menjadi jalan kepada individu untuk meninggalkan kehidupan agama dan kesopanan mereka. Tambahan lagi kerana pengaruh pada ketika ini tidak mempunyai kod set prinsip etika sebagai panduan dalam melaksanakan tugas mereka sebagaimana pengamal dalam industri media sedia ada. Sebaliknya, mereka mengambil panduan daripada industri berbeza dan pengalaman peribadi untuk membangunkan rangka kerja etika mereka (Noorazlin & Murni, 2021) yang tersendiri.

Menurut JAKIM (2021), prinsip pemeliharaan nyawa termasuklah memelihara maruah manakala pemeliharaan keturunan pula untuk membentuk masyarakat yang sihat, produktif dan berkesan (mengelak perlakuan zina dan lain-lain). Oleh itu, ciri keempat ini memenuhi prinsip pemeliharaan nyawa iaitu maruah diri, pemeliharaan keturunan dan pemeliharaan akal iaitu mencipta kandungan kreatif yang baik bagi tujuan promosi.



Rajah 2: Empat Ciri Utama PMS berdasarkan prinsip maqasid syariah

Impak Pemilihan Kerjaya Sebagai PMS

Berdasarkan Rajah 1, faktor permintaan kepada penggunaan PMS dijangka akan terus meningkat berdasarkan trend pekerjaan di Malaysia. Melihat kepada keadaan semasa, pada 2022, pekerja paling ramai bekerja dalam sektor perkhidmatan dan jualan iaitu 24.4%. Dari segi kategori umur pula, ketiga-tiga peringkat kumpulan umur belia menunjukkan paling ramai bekerja dalam sektor perkhidmatan dan jualan berbanding sektor yang lain (Jabatan Perangkaan Malaysia, 2023c).

Seterusnya, faktor fleksibiliti bagi individu yang memilih kerjaya sebagai PMS dilihat mempunyai persamaan dengan ciri yang terdapat dalam sektor dan pekerjaan informal. Umumnya, pekerjaan informal merujuk kepada pekerja yang tidak mempunyai akses kepada sekurang-kurangnya satu skim keselamatan sosial atau faedah pekerjaan seperti dana pencen, insurans kesihatan asas; insurans kecederaan, faedah hilang upaya, cuti tahunan berbayar, cuti sakit berbayar, cuti bersalin berbayar dan insurans pengangguran. Manakala sektor informal pula mempunyai tiga ciri utama iaitu: sekurang-kurangnya satu barangan atau perkhidmatan untuk jualan; pertubuhannya tidak berdaftar dengan mana-mana badan profesional dan pihak berkuasa, dan, saiz pekerja kurang dari 10 orang dan tidak berdaftar di bawah perundangan yang ditetapkan (Jabatan Perangkaan Malaysia, 2021).

Pada 2021, pekerja informal Malaysia mencapai 3.5 juta orang (termasuk sektor pertanian) atau 23.24% daripada mereka yang bekerja (Jabatan Perangkaan Malaysia, 2021). Oleh itu, peningkatan pekerjaan sebagai PMS dijangka akan meningkatkan jumlah pekerja informal. Oleh kerana sektor dan pekerja informal tidak berdaftar di bawah sebarang agensi pihak berkuasa, aspek pengenaan cukai pendapatan mungkin akan menjadi satu isu, berbanding mereka yang mempunyai slip gaji yang lebih mudah diselia.

Dalam sektor informal juga, bekerja sendiri mendominasi sebanyak 72%. Mereka yang menjadi pekerja perkhidmatan dan jualan juga menguasai sektor ini sebanyak 65%. Sebanyak 61.3% daripada pekerja dalam sektor informal ini juga mempunyai taraf pendidikan pada tahap sekolah

menengah (Jabatan Perangkaan Malaysia, 2021). Indikator-indikator ini dilihat selari dengan kajian awal dan laporan yang menyebut tentang kecenderungan anak muda untuk tidak menyambung pelajaran dan memilih kerjaya sebagai PMS.

Selain itu, pemilihan pekerjaan sebagai PMS juga akan meningkatkan risiko dalam pekerjaan. Bagi kumpulan pekerja dalam kategori informal, mereka terdedah kepada risiko ketiadaan manfaat dalam pekerjaan khususnya apabila ditimpa musibah seperti kemalangan atau hilang pekerjaan sebagaimana pekerja informal yang lainnya. Selain daripada risiko-risiko tersebut, golongan PMS juga adalah kumpulan yang terdedah apabila melibatkan pengintipan dalam talian (Fox, Coupland & Hart, 2024), pengintipan di luar talian, pembulian siber dan sebagainya. Mereka juga terdedah kepada risiko disaman oleh pihak-pihak tertentu di atas hantaran atau kandungan yang dimuat naik dalam talian.

Bekalan PMS dalam sesebuah pasaran akan meningkatkan persaingan dalam industri tersebut. Keadaan ini berlaku kerana ketika ini PMS dilihat mempunyai ciri-ciri "*free entry and exit*" seumpama dalam pasaran persaingan sempurna iaitu tiada halangan untuk masuk dan keluar dalam industri walaupun rangkaian media sosial mungkin meletakkan syarat-syarat penggunaan seperti had umur minimum. Persaingan begini akan memberi khalayak media sosial pilihan PMS yang banyak dan pelbagai untuk diikuti. Seterusnya, perkara tersebut menjadi cabaran kepada PMS dalam mengekalkan jumlah pengikut dan menetapkan harga perkhidmatan mereka.

LANGKAH KEHADAPAN

Kelonggaran dari sudut prasyarat pekerjaan, pengawalseliaan undang-undang dan peningkatan trend perdagangan dan perkhidmatan dalam talian dilihat akan terus menjadi tarikan kepada individu untuk memilih pekerjaan sebagai PMS. Menurut pihak kerajaan, rangka kawal selia dalam segmen media sosial ketika ini mempunyai kelompongan dalam undang-undang sedia ada (Hasimi, 2024; Azib, 2023). Oleh itu, kawal selia yang lebih komprehensif dalam sektor ini perlu dibangunkan atau ditambahbaik segera bukan sahaja untuk mengiktiraf perkerjaan PMS, tetapi juga untuk meningkatkan kesedaran tentang keselamatan penggunaan media sosial dan meningkatkan pendapatan negara.

Kehidupan semasa masyarakat pada hari ini yang semakin menuju ke arah fleksibiliti dan penggunaan teknologi yang lebih meluas dilihat akan terus mendorong anak muda untuk menjadikan ia sebagai penanda aras ketika memilih pekerjaan. Oleh itu, pihak-pihak yang berkepentingan boleh meneroka aspek latihan dan persijilan sebagai PMS untuk memberi golongan ini nilai tambah dalam kemahiran selain mendorong pendidikan berterusan.

Asas pekerjaan sebagai PMS boleh dikatakan sebagai khidmat pengiklanan dalam talian. Oleh itu, seorang PMS Muslim harus mengikuti prinsip-prinsip pengiklanan Islam yang menyokong pengguna untuk mempunyai maklumat sebanyak mungkin tentang barangan atau perkhidmatan dan membuat pilihan termaklum (Mohd Helmi, 2009). Anak muda Muslim yang memilih PMS sebagai kerjaya juga harus memastikan kegiatan pekerjaan mereka memenuhi matlamat syariah seperti dalam Rajah 2.

KESIMPULAN

Berdasarkan pemerhatian awal, terdapat trend kecenderungan anak muda untuk memilih pekerjaan sebagai PMS disebabkan faktor-faktor seperti fleksibiliti, pendapatan lumayan, permintaan pasaran dan ingin merasai pengalaman figura yang diikuti. Faktor-faktor ini juga dilihat menyamai beberapa kondisi guna tenaga dalam sektor dan pekerjaan informal semasa iaitu, bekerja sendiri (fleksibiliti) dan taraf pendidikan sehingga sekolah menengah sahaja. Melihat kepada asas pekerjaan PMS iaitu khidmat pengiklanan, pekerjaan ini secara umumnya memenuhi konsep sara diri dalam Islam. Bagaimanapun, sebagai seorang Muslim, individu yang memilih kerjaya sebagai PMS perlu berlandaskan syarak dengan mematuhi prinsip-prinsip maqasid syariah dan etika Islami dalam kegiatan pekerjaan mereka. Pada akhirnya, mengambil kira kecenderungan peningkatan pemilihan pekerjaan sebagai PMS dalam

kalangan anak muda, aspek kawal selia dan perundangan berkaitan perlu ditambah baik untuk menjamin kebajikan semua pihak dan meningkatkan pendapatan semasa. Selain itu, aspek latihan dan persijilan perlu diteroka bagi menambah nilai pemegang taruh industri ini dan memastikan kelangsungan pendidikan kepada anak muda.

PENGHARGAAN

Penulis merakamkan jutaan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam kajian ini secara langsung atau tidak langsung.

Konflik Kepentingan: Tiada konflik kepentingan dalam kajian ini.

RUJUKAN

- Academic Center for Excellence, Germanna Community College. (t.t). Writing a Literary Analysis Paper. <https://www.germanna.edu/wp-content/uploads/tutoring/handouts/Literary-Analysis.pdf>
- Al-Sarakhsi. (2022). *Sharḥ Kitāb al-Kasb li'l Shaybānī (Adab Menyara Hidup)* (Amru Sazali, terj.). Kuala Lumpur: Kafilah Buku Sdn. Bhd. & Halaqah Muamalah.
- Anon. (2023, May 3). Fenomena pilih jadi mempengaruhi membimbangkan. *Sinar Harian*. <https://www.astroawani.com/berita-malaysia/fenomena-pilih-jadi-pempengaruh-membimbangkan-417821>
- Azib, Z. (2023, Februari 4). Malaysia perlu wujudkan akta regulasi platform media sosial–Fahmi. *Astro Awani*. <https://www.astroawani.com/berita-malaysia/malaysia-perlu-wujudkan-akta-regulasi-platform-media-sosial---fahmi-456783>
- Chiew, D.H., Jong, B.C., Low, T.L. & Tan, M.H. *The Factors That Affect The Career Choices of The Young Generation In Private Universities In Malaysia*. Final Year Project, UTAR. http://eprints.utar.edu.my/5545/1/fyp_BA_2023_CDH.pdf
- DataReportal. (2024). *Digital Malaysia: 2024*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-malaysia>
- Dewan Bahasa dan Pustaka. (t.t). *Belia*. Dicapai pada 19 Mac 2025. <https://prpm.dbp.gov.my/Cari1?keyword=belia>
- Dewan Bahasa dan Pustaka. (t.t). Dicapai pada 19 Mac 2025. <https://prpm.dbp.gov.my/Cari1?keyword=muda> *Muda*.
- Dewan Bahasa dan Pustaka. (t.t). *Kerja*. Dicapai pada 19 Mac 2025. <https://prpm.dbp.gov.my/Cari1?keyword=kerja>
- Engel, E., Gell, S., Heiss, R. & Karsay, K. (2024). Social media influencers and adolescents' health: A scoping review of the research field. *Social Science & Medicine*, 340: 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2023.116387>
- Fox, W., Coupland, S., & Hart, S. (2024). Online stalking of Instagram influencers. *Journal of Threat Assessment and Management*. Advance. <https://doi.org/10.1037/tam0000226>
- Ganesan, J., Koh, S.K. & Goh, C. (2018). Factors influencing career choice among undergraduates. *Sci. Int. (Lahore)*, 30(6), 905-908. <http://www.sci-int.com/pdf/636808317653155181.pdf>
- Hasimi, M. (2024, Mac 13). Kelompongan undang-undang penggunaan media sosial diteliti–Fahmi. *Astro Awani*. <https://www.astroawani.com/berita-malaysia/kelompongan-undang-undang-penggunaan-media-sosial-diteliti---fahmi-462179>
- Institut Penyelidikan Pembangunan Belia Malaysia (IYRES). (2023). *Garis Panduan Menangani Isu Kesihatan Mental Belia Malaysia*. Putrajaya: IYRES.
- International Labour Organization (ILO). (2019). Work and Employment are not Synonyms. <https://ilostat.ilo.org/blog/work-and-employment-are-not-synonyms/#:~:text=Work%20and%20employment%20may%20be,work%20and%20unpaid%20trainee%20work>
- Jabatan Kemajuan Agama Islam Malaysia. (2021). Huraian Aplikasi 5 Prinsip Maqasid Syariah Dalam Tabir Urus. <https://www.islam.gov.my/ms/bahagian-maqasid-syariah/huraian-aplikasi-5-prinsip-maqasid-syariah-dalam-tabir-urus>
- Jabatan Perangkaan Malaysia. (2022). *Laporan Survei Sektor Informal dan Pekerjaan Informal*. Jabatan Perangkaan Malaysia: Putrajaya.

- Jabatan Perangkaan Malaysia. (2023a). *Kemiskinan di Malaysia, 2022*. Putrajaya: Jabatan Perangkaan Malaysia.
- Jabatan Perangkaan Malaysia. (2023b). *Laporan Survei Gaji & Upah, Malaysia, 2022*. Putrajaya: Jabatan Perangkaan Malaysia.
- Jabatan Perangkaan Malaysia. (2023c). *Laporan Survei Tenaga Buruh, Malaysia, 2022*. Putrajaya: Jabatan Perangkaan Malaysia.
- Kementerian Ekonomi. (2023). *Kertas Putih Cadangan Dasar Gaji Progresif*.
https://www.ekonomi.gov.my/sites/default/files/2023-11/KERTAS%20PUTIH%20CADANGAN%20DASAR%20GAJI%20PROGRESIF_0.pdf
- Khadijah An-Najibah, A.S. & Lai, W.S. (2022). Faktor yang mempengaruhi pemilihan kerjaya dalam kalangan graduan ketika pandemik COVID-19. *Jurnal Personalita Pelajar*, 25(1): 9-21.
https://journalarticle.ukm.my/20700/1/Artikel-2_Lai-Wei-Sieng_FEP.pdf
- Khairil, A., Mohd Soberi, A. & Mualimin, M. S. (2021). Maqasid Syariah menurut Imam Al-Ghazali dan aplikasinya dalam penyusunan kompilasi hukum Islam di Indonesia. *Malaysian Journal of Syariah and Law* Vol. 9, No.2, pp. 75 - 87 | DECEMBER 2021
<https://mjsl.usim.edu.my/index.php/jurnalmjssl/article/download/315/205/1579>
- Li, W., F. Zhao, J. M. Lee, J. Park, F. Septianto, Y. Seo. (2024). How micro- (vs. mega-) influencers generate word of mouth in the digital economy age: The moderating role of mindset. *Journal of Business Research*, 171: 1-5. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114387>
- Liyana, M. R., Mohd Azul, M. S. & Mohd Nur Shahizan, A. (2021). Selebriti dan pemasaran digital: kepentingan penglibatan selebriti di laman media sosial Instagram. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 6 (11): 51-65. DOI: <https://doi.org/10.47405/mjssh.v6i11.1120>
- Marini, S. (2023). Hubungan antara minat kerjaya mempengaruhi dan hubungannya terhadap motivasi belajar. *International Conference on Business Studies and Education (ICBE)*, 38-43. <https://www.icbe.my/wp-content/uploads/2023/10/6-1.pdf>
- Mohd Helmi, A.R. (2009). Pengiklanan islami: penjaan konsep dan pelaksanaan. *Jurnal Melayu*, 4: 59-72.
<https://journalarticle.ukm.my/3009/1/1-Karim.pdf>
- Muhamad Khalil, O., Maliza Delima, K.Z., & Muhammad Hafiz, A. (2021). Factors influencing career choice among final semester undergraduate students of a business management faculty in a malaysian public university. *International Journal of Academic Research in Progressive Education and Development* 10 (2): 361-373.
- Nazwa, A.R. (2023, April 7). Kehidupan mewah pikat ramai lepasan SPM jadi mempengaruhi. *Bernama*.
<https://www.bernama.com/bm/bfokus/news.php?semasa&id=2179704>.
- Noorazlin Ani & Murni Yusoff. (2021). Roles of social media influencer marketing from the perspective of Islamic advertising principles. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 24 (6S).
<https://www.abacademies.org/articles/roles-of-social-media-influencer-marketing-from-the-perspective-of-islamic-advertising-principles-13485.html>
- Pacific Lutheran University. (t.t). *Literature Analysis*. <https://www.plu.edu/writingcenter/literatureanalysis/>
- Pejabat Mufti Wilayah Persekutuan. (2016). Al-Kafi #432: Tuntutan Kerja Halal.
<https://www.muftiwp.gov.my/ms/artikel/al-kafi-li-al-fatawi/1315-al-kafi-432-tuntutan-kerja-halal>
- Pejabat Mufti Wilayah Persekutuan. (2018a). Al-Kafi #664: Gambar Suami Isteri Bercumbu di Media Sosial.
<https://muftiwp.gov.my/ms/artikel/al-kafi-li-al-fatawi/2186-al-kafi-664-gambar-suami-isteri-bercumbu-di-media-sosial>
- Sadida, Q & Suryanto. (2022). Interaksi parasosial pada remaja: Sebuah tinjauan literatur sistematis. *Berajah Journal: Jurnal Pembelajaran dan Pengembangan Diri*, 2 (3): 679-688.
<https://doi.org/10.47353/bj.v2i3.146>
- Safta, C.G. (2015). Career decisions—a test of courage, responsibility and self confidence in teenagers. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 203: 341–347. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.08.305>
- UCSI Poll Research Centre. (2023). *SPM Leavers Prefers Social Media Affiliate/Influencer as Occupation*. <https://www.ucsipoll.org.my/poll-finding/spm-leavers-prefers-social-media-affiliateinfluencer-occupation>
- United Nations Department of Economic and Social Affairs (UNDESA). (t.t). Definition of Youth.
<https://www.un.org/esa/socdev/documents/youth/fact-sheets/youth-definition.pdf>
- Wong, B.J.D. (2023, May 18). Top social media statistics and trends of 2024. *Forbes*. <https://www.forbes.com/advisor/business/social-media-statistics/>
- Yalawae, A., Mustafa 'Afifi, A.H. & Wan Abdul Fattah, W.I. (2021). Akidah: peranan dan kepentingannya dalam memelihara keharmonian rumah tangga. *Jurnal Usuluddin*, 33: 1-18.