

**TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP KONTEN DAKWAH  
YANG DISPONSORI IKLAN-IKLAN BERNUANSA MUDHARAT  
(STUDI KASUS PADA APLIKASI YOUTUBE)**

**SKRIPSI**



**OLEH :**

**MEGAWATLETSOIN**  
**NIM: 170101029**

**JURUSAN HUKUM EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) AMBON**

**2021**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawa ini

Nama : Megawati Letsoin

Nim : 170101029

Fakultas/Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam/Hukum Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil penelitian atau karya sendiri, jika di kemudian hari terbukti bahwa skripsi tersebut merupakan duplikasi, tiruan, atau plagiat dan di bantu orang lain secara keseluruhan, maka skripsi dengan gelar yang di peroleh batal demi hukum.

Ambon, 03 Juni 2021



## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul "*Tinjauan Hukum Islam terhadap Konten Dakwah Yang Disponsori Iklan-Iklan Bernuansa Mudharat (Studi Kasus Pada Aplikasi Youtube)*". Yang disusun oleh saudari **Megawati Letsoin**, NIM.170101029, Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Ambon, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang Munaqasyah yang diselenggarakan pada tanggal 03 Juni 2021 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (SH) di Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Jurusan Hukum Ekonomi Syariah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk proses selanjutnya.

Ambon, 03 Juni 2021

22 Syawal 1442 H

### DEWAN MUNAQASYAH

Ketua Sidang	:	Evy Savitri Gani, MH	(.....)
Sekretaris Sidang	:	Abd. Haji Amahoru, M.P.Fis	(.....)
Penguji I	:	Dr. Ahmad Lhontor, MH	(.....)
Penguji II	:	M. Sarfan B. Putuhena, MH	(.....)
Pembimbing I	:	Dr. Hasbollah Toisuta, M.Ag	(.....)
Pembimbing II	:	M. Umar Kelibia, M.SI	(.....)

Diketahui Oleh :

YDekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam  
IAIN Ambon



## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul "*Tinjauan Hukum Islam terhadap Konten Dakwah Yang Disponsori Iklan-Iklan Bernuansa Mudharat (Studi Kasus Pada Aplikasi Youtube)*". Yang disusun oleh saudari **Megawati Letsoin**, NIM.170101029, Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Ambon, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang Munaqasyah yang diselenggarakan pada tanggal 03 Juni 2021 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (SH) di Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Jurusan Hukum Ekonomi Syariah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk proses selanjutnya.


Ambon, 03 Juni 2021

22 Syawal 1442 H

### DEWAN MUNAQASYAH

Ketua Sidang	:	Evy Savitri Gani, MH	(.....)
Sekretaris Sidang	:	Abd. Haji Amahoru, M.P.Fis	(.....)
Penguji I	:	Dr. Ahmad Lhontor, MH	(.....)
Penguji II	:	M. Sarfan B. Putuhena, MH	(.....)
Pembimbing I	:	Dr. Hasbollah Toisuta, M.Ag	(.....)
Pembimbing II	:	M. Umar Kelibia, M.SI	(.....)

Diketahui Oleh :

 Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam  
IAIN Ambon



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

### A. Transliterasi Arab latin

#### 1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	S	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	T	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	Zet (dengan titik di bawa)
ع	'ain	'	Apastrof terbalik
غ	Gain	G	Ge

ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamza	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda ( )

Jika ia terletak di tengah atau akhir, maka ditulis dengan tanda ( ‘ ).

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoflong dan vokal rangkap atau diflong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut.

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>Fathah</i>	A	A
ا	<i>Kasrah</i>	I	I
ا	<i>Dammah</i>	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اي	Fathah dan ya	Ai	a dan i
اؤ	Fathah dan wau	Au	a dan u

### 3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
ا   ... ا ...	<i>Fathah dan alif</i> <i>atau ya</i>	a	a dan garis di atas
ي	<i>Kasrah dan ya</i>	i	i dan garis di atas
و	<i>Dammah dan wau</i>	u	u dan garis di atas

### 4. Ta Marbutah

*Transliterasi* untuk *ta marbutah* ada dua, yaitu: *ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, yang transliterasinya adalah [t] sedangkan *ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun transliterasinya adalah [h].



Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sedang al- serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu transliterasinya dengan [h].

#### 5. Syaddah (tasydid)

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid* (ّ), dalam transliterasinya ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Jika huruf ya ber-*tasydid* di akhir sebuah kata da didahului oleh huruf *kasrah* (ya), maka ditransliterasikan seperti huruf *maddah* (i).

#### 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf alif lam (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al; baik ketika ia di ikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langung yang mengikutinya,. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

#### 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

#### 8. Penulisan kata bahasa Arab yang lazim di tulis dalam bahasa Indonesia.



Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam Bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan telah menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan Bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata Al-Qur'an (dari *Al-Qur'an*), al-hamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh : Fizilaal Al-Qur'an dan Al-Sunnah qabl al-tadwin

#### 9. Lafal al-jaalah (Allah)

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf *jar* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaafilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Adapun *taamarbuutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz aljalaalah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. contoh : *hum fi rahmatillaah*

#### 10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ajaran Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap

huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh: *Wa ma muhammadun illaa rasul*

*Inna awwala baitin wudi" alinnasi lallazii bi bakkata mubarakan*

*Syahru ramadan al-lazii unzila fih al-Qur'an*

Nazir al-Din al-Tusi

Abu Nasr al- Farabi

Al-Gazali

Al-Munqiz min al-Dalal

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata ibnu (anak dari) dan Abu (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

<p>Abu Al-Wafid Mummad Ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abu Al-Walid Muhammad (bukan : rusyd, abu al-walid Muhammad ibnu)</p> <p>Nasr Hamid Abu Zaid, ditulis menjadi: Abu Zaid, Nasr Hamid (bukan: Zaid, Nasr Hamid Abu)</p>
--

## B. Daftar singkatan

Beberapa singkatan yang dilakukan adalah :

Swt. = subhanallahu wata'ala

Saw. = sallallahu ,alaihi wasallam

r.a = radiallahu ,anhu

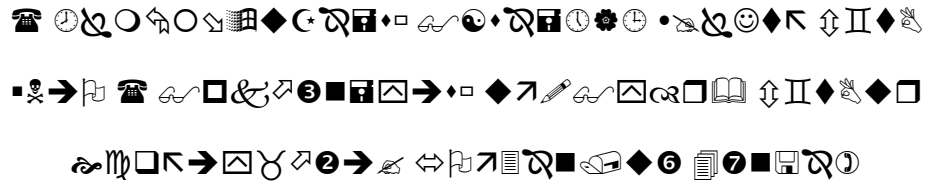
H = Hijriah

M = Masehi

QS.../...4 = QS Al-Baqarah/2:4 atau QS Al-Imran/3:4

HR = Hadis Riwayat.

## MOTTO



*“barang siapa mengerjakan kebajikan, maka itu untuk dirinya sendiri sendiri,  
dan barang siapa mengerjakan kejahatan, maka itu akan menimpa dirinya  
sendiri; kemudian kepada Tuhamu kamu dikembalikan.”*

*“Seburuk apapun dirimu tetaplah berbuat baik walaupun baikmu tidak seperti  
mereka, dan jadilah dirimu sendiri walaupun dirimu tidak seperti mereka yang  
menilaimu, karna kamu sendiri yang bisa merubah dirimu bukan orang lain”.*

*\*MegaRamly\**

## PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur kepada Allah Swt dan dengan segenap ketulusan hati, serta sholawat dan salam tercurahkan pada baginda Rasulullah Saw. skripsi ini penulis mempersembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya, ayah terhebat Ramli Letsoin (Alm), ibu tercinta Rewi Letsoin, atas segala pengorbanan tanpa ada rasa menyerah, sabar yang tak ada rasa mengeluh, cinta dan kasih sayang yang tak ada rasa menghiyanati, serta do'a yang tak bisa ditandingi, terima kasih sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik dan lancar, semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat, kasih sayang, kesehatan serta mengangkat derajat keduanya.
2. Nenek tercinta Bastel Boiratan, yang selama ini memberikan nasehat dan cinta kasih yang tulus, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
3. Kakak terhebat Nursina Letsoin dan Adik-adik tercinta (Aminrais Letsoin, Watanda Letsoin, Shaleh Letsoin, Alan letsoin, Ferdi Rahardi Letsoin) terima kasih atas motifasi, dukungan, pengertian serta kasih dan cinta yang di berikan kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat di selesaikan.

Ambon, 03 Juni 2021

Penulis

**Megawati Letsoin**  
**NIM : 170101029**

## KATA PENGANTAR



Puji syukur kadahirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul: **TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP KONTEN DAKWAH YANG DISPONSORI IKAN-IKLAN BERNUANSA MUDHARAT (STUDI KASUS PADA APLIKASI YOUTUBE)**. Sholawat serta salam tercurahkan pada baginda Nabi Muhammad SAW, manusia mulia yang menjadi uswatun hasanah, yang tak ada manusia yang lebih mulia diantara beliau.

Penulisan skripsi dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai Serjana Hukum (SH) pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ambon yaitu tugas akhir penelitian, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka dari itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Dr. Zainail Abidin Rahawarin, M.SI, Sebagai Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ambon, beserta wakil-wakil Rektor IAIN Ambon. Prof. Dr. La Jamaa, M. HI, Sebagai Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga IAIN Ambon, Dr. Husein Wattimena, M. SI., Sebagai Wakil Rektor II bidang Administrasi Umum Perencanaan Dan Keuangan IAIN Ambon, juga Kepada Dr. Faqih Seknun, M. Pd. I., Sebagai Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama IAIN Ambon.

2. Dr. Djumadi, M.HI, Sebagai Dekan Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam IAIN Ambon., Nasaruddin Umar, MH, Sebagai Wakil Dekan I Bidang Akademik dan Pengembangan Mahasiswa. Dr. Roswati Nurdin, M.HI, Sebagai Wakil Dekan II Bidang Administrasi umum dan Perencanaan Keuangan, dan Dr. Ahmad Lonthor, MH, Selaku Wakil Dekan III bidang kemahasiswaan.
3. Evy Savitri Gani, M.H, dan M. Umar Kelibia, M.SI, sebagai Ketua Program Studi dan Sekertaris Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (HESY) Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Ambon. Bapak dan Ibu Dosen, Asisten Dosen, yang telah membekali penulis dengan segala pengetahuan selama mengikuti kuliah, serta bapak dan ibu pegawai, staf Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Ambon yang telah melayani penulis dalam proses perkuliahan sehingga penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Hasbollah Toisuta, M.Ag, selaku pembimbing I dan M. Umar Kelibia, M.SI selaku pembimbing II yang telah membimbing dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Ahmad Lonthor, MH, dan M. Sarfan Basry Putuhena, MH. Selaku penguji I dan penguji II yang telah mengoreksi dan memberi saran-sarannya dalam perbaikan isi skripsi ini.
6. Keluarga besar penulis, yang selalu memberikan jalan dan dorongan selama penelitian berlangsung terkhusus paman (Ali Idrus Letsoin, Moksen Letsoin, Julah Rumagorong, Josan Kelirey, Rudi Boiratan, Trisno Fidmatan, Musai Boiratan) dan bibi (Baharia Boiratan, Sahara Boiratan,



Emilia Boiratan, Sahaja Boiratan) penulis yang turut memberikan semangat dan perhatian selama ini.

7. Saudara-saudariku tersayang, Haryanto Rumagorong, Harmoko Rumagorong, Sudarmono Boiratan, Harhab Rumagorong, Rajawali Rumagorong, Juleha Boiratan, Awat Boiratan, Terima kasih selama ini selalu memberikan semangat serta motivasi dan dukungan hingga penulis menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
8. Sahabatku tercinta Afira Boiratan, Dahlia Seknun, Dadi Almohdar, terima kasih atas persahabatan yang insya Allah ke jannah ini. Dan terima kasih atas nasehat dan support selama ini.
9. Patnert terbaik Arfan Rumagorong terima kasih atas semua yang telah diberikan selama ini, nasehat, sabar, dan iklasmu yang bisa membuat penulis hingga berada pada titik ini.
10. Teruntuk teman seangkatan Hesy 17, terkhusus Syarifah Rumasukun, Siti Syarbanun Sopalatu, Fitri Dahlan, Milda Hidayati Kurnia, Erni Latukau, Riski Alhakiki.terima kasih atas dukungan serta semangat tanpa ada kata menyerah dalam proses awal kuliah hingga Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
11. Kepada teman-teman Prodi Hukum Ekonomi Syariah, yang turut memberikan motivasi dan semangat dalam penelitian dan penulisan skripsi ini. Dan keluarga teman-teman yang tidak sempat penulis menyebut nama satu persatu.

Penulis menyadari bahawa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sengatlah penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>TRANSLITERASI ARAB LATIN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>xi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>xii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xvii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Dan Batasan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Kegunaan Penelitian.....	12
E. Pengertian Judul .....	12
F. Garis-garis Besar Isi Skripsi .....	15
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>17</b>
A. Tinjauan Hukum Islam.....	17
1. Pengertian Hukum Islam.....	17
2. Sumber Hukum Islam .....	19
B. Dakwah .....	22
1. Pengertian Dakwah .....	22
2. Tujuan Dakwah .....	23
3. Media Dakwah .....	25
C. Sponsor/Jenis Iklan .....	28
D. Mudhorat .....	30
E. Youtube .....	32
1. Pengertian Youtube .....	32
2. Sejarah Perkembangan Youtube .....	33
3. Youtube Sebagai Media Dakwah.....	34
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN.....</b>	<b>37</b>
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	37
B. Sumber Data.....	39
1. Data Primer .....	39
2. Data Sekunder .....	40
C. Teknik Pengumpulan Data.....	40

1. Observasi.....	40
2. Wawancara.....	41
3. Dokumentasi .....	41
D. Teknik Analisis data.....	42
E. Informan Penelitian.....	
<b>BAB IV TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP KONTEN DAKWAH YANG DISPONSORI IKLAN-IKLAN BERNUANSA MUDHARAT.....</b>	<b>43</b>
A. Tinjauan umum tentang <i>Youtube, Youtuber</i> dan <i>Google Adsense</i> .....	43
B. Mekanisme persetujuan aplikasi <i>youtube</i> terhadap konten dakwah yang disponsori iklan-iklan bernuansa mudharat .....	47
C. Tinjauan hukum hukum Islam terhadap konten dakwah yang disponsri iklan-iklan bernuansa mudharat pada aplikasi <i>youtube</i> .....	61
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>69</b>
A. Kesimpulan .....	69
B. Saran.....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

## ABSTRAK

**Nama : Megawati Letsoin**

**Nim : 170101029**

**Judul : Tinjauan Hukum Islam Terhadap Konten Dakwah Yang Disponsori Iklan-Iklan Bernuansa Mudharat (Studi Kasus Pada Aplikasi Youtube)**

---

Pokok masalah penelitian ini adalah tinjauan hukum islam terhadap konten dakwah yang disponsori iklan-iklan bernuansa mudharat pada aplikasi youtube. Skripsi ini bertujuan untuk meneliti tentang (1) Bagaimana mekanisme persetujuan aplikasi youtube terhadap konten dakwah yang disponsori iklan-iklan bernuansa mudharat, (2) Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap konten dakwah yang disponsori iklan-iklan bernuansa mudharat pada aplikasi youtube.

Jenis penelitian skripsi ini adalah *feld research* (Penelitian Lapangan), dengan mengumpulkan data dari sejumlah wawancara dengan pihak terkait. Penelitian ini menggunakan pendekatan teologi normatif (*syar'i*). Penyusunan skripsi ini menggunakan data primer yang terdiri dari bahan hukum dan bahan hukum sekunder, data di kumpulkan melalui studi lapangan. Data yang terkumpul di analisis dengan metode analisis deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persetujuan aplikasi youtube terhadap konten dakwah yang disponsori iklan-iklan bernuansa mudharat, dalam Pemasangan iklan pada laman pembuat konten dakwah tentu merupakan skema yang dalam Islam masuk kategori *shirkah*, namun dalam kerjasama muncul ketidakjelasan pada akad tersebut. Sedangkan dalam prespektif hukum Islam yaitu, tindakan yang masih belum sesuai dengan prinsi-prinsip syari'ah, Sebab masih adanya hal yang mengandung unsur *gharar* pada spesifikasi pemilihan iklan yang akan dipasang atau ditayangkan didalam konten video. Serta dalam kerjasama sudah diketahui iklan yang disajikan maka hukumnya makru karena mencampur baurkan yang hak dan yang batil.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dakwah merupakan salah satu pilar pokok bagi terpeliharanya eksistensi Islam di muka bumi, karena peran dakwah yang demikian pentingnya bagi kehidupan umat muslim, Al-Qur'an sendiri bahkan menganjurkan adanya komunitas sosial dalam berdakwah, dimana setiap komunitas muslim hendaknya memiliki sekelompok orang yang secara spesifik berprofesi sebagai para ahli dakwah (da'i) untuk menyampaikan dakwah Islam dan menjelaskan fungsi amar ma'ruf (perintah kebaikan) dan nahi mungkar (mencegah kejahatan dan keburukan) di tengah masyarakat yang kontradiksi sangat tampak di Indonesia sebagai negara yang dihuni oleh masyarakat mayoritas Islam, idealnya Indonesia mampu menjadi sebuah negara yang makmur dan penuh kedamaian.

Namun kenyatannya, kedamaian dan kesejahteraan belum terwujud, bahkan persoalan-persoalan negatif menyangkut moralitas yang tersaji, kasus-kasus besar seperti, pembunuhan, pemerkosaan, pengusuran, bahkan terorisme selalu menjadi ancaman. Ironisnya, banyak dari pelaku-pelaku di atas adalah orang Islam yang pada dasarnya adalah pembawa kedamaian.

Pada hakekatnya dakwah tidak hanya sekedar menyampaikan seperangkat nilai normatif doktrinal, tetapi dalam penyampaian pesannya, da'i harus

menyesuaikan dengan kondisi yang dihadapi oleh masyarakat saat ini agar tidak terpuruk dalam kemaksiatan. Namun kenyataannya kondisi masyarakat tak berubah, masih banyak kejahatan dan ketidakpuasan hidup. Dakwah merupakan suatu proses transformasi nilai-nilai Islam yang bertumpuk pada amar ma'ruf nahi mungkar yang diaktualisasikan dalam tataran praktis artinya diwujudkan dengan gerakan rill yang langsung bersentuhan dengan berbagai persoalan yang dihadapi masyarakat, baik dalam konteks politik, sosial, budaya maupun ekonomi, sehingga terwujudlah Islam sebagai agama rahmatan lil a'lamin.

Usaha untuk menyebarkan Islam merupakan tugas suci bagi setiap muslim, dalam rangka pengabdian kepada Allah SWT sebagai kewajiban setiap umat muslim, berarti dakwah itu menjadi tanggung jawab bersama, bukan tanggung jawab sebagian orang atau kelompok orang, sehingga diharapkan dakwah dapat berjalan lebih lancar, lebih umum, lebih menyeluruh, tidak terkait dengan tempat dan waktu yang bersifat *formalis* dan *seremonial*, dakwah akan berjalan dengan gerakan langkah dan dinamika kehidupan manusia.<sup>1</sup>

Seperti dalam firman Allah SWT dalam surah Ali 'Imran ayat 104:



<sup>1</sup> <http://Skripsi.jumiantoWalisongo.Ac.Id/6414/2/Bab2.Pdf>. Diakses pada tanggal 06 januari 2021, pukul 14:50 WIT.



Terjemahnya:

Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyuru kepada kebajikan, menyuru kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang mungkar merekalah orang-orang yang beruntung. (Ali 'Imran, ayat 104).<sup>2</sup>

Dari firman Allah SWT di atas dapat diambil pengertian bahwa tugas dakwah ini mewajibkan untuk umat Islam di manapun ketika akan melakukan dakwah, setelah masing-masing berusaha memperbaiki diri sendiri, agar memikirkan nasib orang lain dan bertanggung jawab untuk memperbaiki dirinya menuju ke jalan agama Allah SWT. Amar ma'ruf berarti menyuru dan mendorong orang-orang untuk melakukan perbuatan baik yang diperintahkan oleh Allah SWT. Sedangkan nahi mungkar berarti mencegah atau menghalangi timbulnya perbuatan yang terlarang oleh agama Islam.

Penyampaian pesan dakwah identik dengan penggunaan alat bantu atau media-media yang merupakan salah satu unsur penting dalam proses dakwah. Keberadaan media akan membantu dan mempermudah da'i dalam mencapai tujuan dakwahnya. Penggunaan media sebagai sarana dakwah juga tidak dibatasi selama tidak bertentangan dengan kaidah-kaidah Islam. Penggunaan media juga harus menyesuaikan kondisi pada perubahan zaman. Adapun bentuk media itu sendiri sangat beragam di antaranya media dakwah dalam bentuk cetak, media elektronik, maupun dalam bentuk seni budaya baik berupa lisan, tulisan, lukisan, ataupun

---

<sup>2</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Mushaf dan Terjemahnya*, (Bandung, PT Syaamil Cipta Media, 2007), h. 63.

perbuatan. Bahwasanya segala sesuatu yang dapat mempermudah sampainya pesan dakwah kepada sasaran dakwah dapat digolongkan sebagai media dakwah.<sup>3</sup>

Era globalisasi adalah suatu kenyataan yang sudah memengaruhi perilaku dan kehidupan individu dan komunitas masyarakat kita. Secara literal globalisasi bermakna “proses mendunia”. Disebabkan hal itu manusia masa depan akan lebih merasa sebagai warga dunia, bukan hanya warga negara tertentu saja. Proses ini dipacu oleh kemajuan teknologi komunikasi dan transportasi.

Pada saat yang sama manusia pun menghadapi tantangan berat agar tidak menghambat diri terhadap ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek) dan perubahan-perubahan yang diakibatkannya. Perubahan mendasar dari kemajuan iptek, antara lain terjadinya globalisasi, profesionalisasi, individualisasi, materialisasi dan bahkan sekularisasi.

Hal di atas menunjukkan bahwa kemajuan iptek dan era globalisasi ibarat pisau bermata dua. Pada satu sisi dapat dipandang sebagai kemajuan peradaban umat manusia, namun pada sisi lain berakses pada dehumanisasi. Tegasnya kemajuan tersebut termaksud di dalamnya kemajuan teknologi dan informasi menawarkan rahmat dan laknat serta madu dan racun. Dakwah sebagai agen perubahan sosial (*agent of change*) sesuai dengan isyarat Al-Qur'an dituntun untuk memanfaatkan nilai rahmat dari era global dan menimalisasi laknat yang mungkin ditimbulkan.

---

<sup>3</sup> <http://Skripsi.jumiantoWalisongo.Ac.Id/6414/2/Bab2.Pdf>. Diakses pada tanggal 06 januari 2021, pukul 14:50 WIT.

Dakwah tidak identik dengan pidato atau khitbah, melainkan semua usaha untuk melakukan perubahan ke arah yang lebih baik berdasarkan tuntutan Al-Qur'an dan Sunnah. Dilihat dari sisi hukum berdakwah merupakan kewajiban atas setiap pribadi muslim, baik laki-laki maupun perempuan. Kewajiban tersebut sesuai dengan kemampuan dan keahlian masing-masing.

Dakwah dipahami sebagai gerakan yang menganut asas *amar ma'ruf nahi mungkar*. Selain itu terdapat definisi dakwah yang sejalan dengan konsep globalisasi. Definisi tersebut dikemukakan oleh Syaikh Ali Mahfudz, bahwa dakwah adalah dorongan manusia untuk berbuat baik dan mengikuti petunjuk serta melaksanakan *amar ma'ruf nahi mungkar* guna kemaslahatan manusia dunia dan akhirat. Sebagaimana telah disebutkan di atas bahwa globalisasi mengandung arti mendunia. Oleh sebab itu, dakwah diharapkan mampu mengubah dunia sesuai dengan nilai-nilai yang dicita-citakan Islam.<sup>4</sup>

Seiring perkembangan di era globalisasi ini dakwah juga mulai berkembang baik dalam penyampaiannya maupun medianya. Internet menjadi salah satu contoh dari pemanfaatan media dakwah. Jumlah pengguna yang mencapai puluhan bahkan ratusan juta membuat internet menjadi suatu budaya baru dan telah menjadi suatu kebutuhan diberbagai negara. Di Indonesia sendiri jumlah pengguna internet semakin meningkat dengan peningkatan dengan peningkatan yang cukup besar.

---

<sup>4</sup> H. Abdullah, *Ilmu Dakwah: Kajian Ontology, Epistemology, Aksiologi Dan Aplikasi Dakwah*, (Depok, Rajawali Pers, 2018), h. 213-215.

Peran *new media* dan *social media* dalam dakwah sangat penting. Dakwah tidak hanya dilakukan di masjid tetapi juga dilakukan di internet. Internet sudah sangat akrab dengan masyarakat, khususnya masyarakat perkotaan, karena informasi sudah menjadi kebutuhan pokok yang dapat diakses melalui *handphone*. Masyarakat yang sibuk dengan aktifitas kesehariannya, mereka tidak terlalu banyak waktu menonton televisi dan membaca koran untuk mendapatkan informasi. Bahkan kebutuhan masyarakat akan informasi di internet dari bangun tidur hingga tidur lagi. Dengan kemudahan itu, maka saat ini informasi bisa didapatkan tanpa harus terikat ruang dan waktu. Hal ini adalah kesempatan emas bagi da'i untuk memanfaatkannya sebagai media dakwah. Selain berdakwah lewat dunia nyata, da'i juga diperlukan dakwah lewat dunia maya sebagai pendukung dakwah di dunia nyata, karena lewat mengingat berdakwah lewat dunia nyata sangat terikat dari ruang dan waktu.

Dari dunia maya, fasilitas berikut yang sangat layak dijadikan sebagai media dakwah, yaitu blog, email, instagram, facebook, mailing list atau lebih dikenal dengan milis, forum diskusi dan wekipedia, selain itu youtube juga sangat penting untuk dimanfaatkan oleh para da'i untuk berdakwah.

Youtube merupakan salah satu jaringan sosial yang subur di dunia. *Youtube* mempunyai jutaan pengguna dengan macam-macam latar belakang pendidikan, profesi, pekerjaan, kasta, dan lain-lain. Dari pengusaha papan bawah dan atas, birokrat sampai kalangan-kalangan paling elitpun bisa ditemukan di sini. Dari

kalangan anak-anak hingga orang tua, dari kalangan terpelajar hingga awam. Dari artis, selebriti hingga ustaz akan ditemukan di sini.

Berdakwah menggunakan *youtube* mempunyai ragam bentuk manfaat. Walaupun oleh sebagian orang, *youtube* dianggap lebih banyak mudharatnya bahkan mereka mengatakan bahwa *youtube* adalah salah satu sumber dari kesesatan di dunia maya, akan tetapi sebagai umat Islam, harus memanfaatkannya untuk kepentingan dakwah. Misalnya saling bertukar pesan-pesan dakwah yang ringan dan mudah dipahami dan mudah dilaksanakan, saling mengingatkan kepada amalan-amalan kebaikan, mengundang untuk mengikuti acara-acara keagamaan yang terdekat. Jadi pada dasarnya kemajuan teknologi seperti *youtube* misalnya bersifat netral, maka penggunaannya yang sangat menentukan ke arah mana ia gunakan, baik atau buruk sepenuhnya tergantung di tangan penggunanya.

Pertimbangan utama untuk menjadikan *youtube* sebagai media dakwah tentu saja berkaitan erat dengan posisi *youtube* itu sendiri sebagai jaringan sosial yang terkemuka dan paling diminati di seluruh dunia. Memanfaatkannya sebagai media dakwah tentunya juga merupakan bagian dari proses kulturasi dakwah, yaitu dakwah yang mempertimbangkan potensi dan kecenderungan kultural masyarakat. Karena sejatinya dakwah harus memasuki ranah kultur sebagai kecenderungan masyarakat maka memilih *youtube* sebagai media dakwah merupakan suatu keharusan bagi da'i,

sekaligus juga menolak asumsi utama kalau para da'i merupakan kelompok yang anti terhadap teknologi.<sup>5</sup>

Seiring berjalannya waktu berkembang juga situs-situs yang ada di internet. Seperti situs sosial media yang baru-baru ini sering digunakan oleh berbagai kalangan. Hal ini pun membuat jutaan orang yang dibuat terlena akan fitur yang ada. Pengguna sosial media yang bijak akan dapat membatasi keterkenaan itu.

Dalam hal ini peran dakwah sangat dibutuhkan mengingat fungsi dakwah adalah untuk mengajak kebaikan. Dakwah seharusnya ikut memberi pedoman serta tuntunan menuju arah corak ideal dalam pemanfaatan komunikasi massa. Komunikasi massa adalah suatu proses dimana media menyebarkan pesan ke publik secara luas.

Perkembangan arus informasi dan teknologi secara pesat media yang sangat begitu aktif, diawali dengan penyebaran informasi melalui media cetak, kemudian menjadi teknologi praktis dan efisien seperti telepon genggam. Secara tidak langsung, dakwah juga harus mengikuti, menyesuaikan serta terus mengembangkan perubahan-perubahan yang terjadi tanpa meninggalkan tradisi lama. Terlebih lagi ditambah kondisi masyarakat sekarang hampir setiap individu mempunyai teknologi telepon genggam serta sarana melalui jaringan internet.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> *Ibid*, h. 159-161.

<sup>6</sup>

Sekarang begitu banyak media yang lahir di masyarakat dengan berbagai bentuk jenisnya, sehingga iklan pun berkembang dengan pesat. Pengguna jasa media untuk periklanan lebih mudah memilih media mana yang digunakan atas pertimbangan segmen dan anggaran yang tersedia. Akhir-akhir ini iklan semakin tidak dapat dibatasi penyebarannya, karena jangkauan suatu media semakin luas. Contohnya, kebiasaan masyarakat menggunakan internet untuk media periklanan. Melalui internet seseorang atau perusahaan dapat beriklan tanpa dibatasi wilayah oleh negara atau bangsa. Sebuah perusahaan cukup membuka *website* di internet atau memasang iklannya di *e-commerce*, maka iklan perusahaan itu dapat dilihat oleh semua orang di seluruh dunia.<sup>7</sup>

Namun dalam praktiknya, para youtuber sering melakukan peraturan yang disepakati, seperti membuat dan mengunggah video yang melanggar hak cipta, membuat dan mengunggah video tentang kekerasan dan atau ketelanjangan. Kelemahan lain yaitu *youtube partner program* berhak mengeluarkan *banned* atau mengeluarkan youtube apabila dicurigai melakukan kecurangan. Iklan yang ditampilkan oleh *youtube partner program* bersifat acak sehingga iklan yang di tampilkan bersifat umum, dari iklan penjualan buku sampai pada penjualan minuman keras, pornografi, judi, kredit, atau sebagainya yang di larang dalam Islam.<sup>8</sup>


---

<sup>7</sup> Eva Arifin, *Teknik Konseling Di Media Massa*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 90.

<sup>8</sup> [http://:Skripsi Siti Rosidah, \(Tinjauan Hukum Islam Terhadap Akad Penghasilan Dalam Sistem Monetasi Youtube\) pdf](http://:Skripsi Siti Rosidah, (Tinjauan Hukum Islam Terhadap Akad Penghasilan Dalam Sistem Monetasi Youtube) pdf), diakses pada tanggal 08 februari 2021, pukul 19:00 WIT.



Contoh iklan



**TikTok**  
Daftar TikTok untuk mencoba efek ini

iklan 2 of 2:00s

**TikTok**  
iklan ★★★★★ G... **DOWNLOAD**

**CETAR: Ceramah Tarawih, Sosialisasi Islam dan Hak Pemberi Hidayah**  
11 rb x ditonton · 8 bulan lalu

145 12 Bagikan Download Simpan

**Pikiran Rakyat**  
223 rb subscriber **SUBSCRIBE**



**Getcontact**  
iklan ★★★★★ G... **DOWNLOAD**

**Intip Yuk Fakta Tentang "Kampung Madina" Di Indonesia**  
1,8 jt x ditonton · 1 tahun lalu

26 rb 1,8 rb Bagikan Download Simpan

**Update Pro**  
881 rb subscriber **SUBSCRIBE**




**#abdisuardin #kaumrebahan #videomotivasi**  
**Pesan untuk Kaum Rebahan || Video Motivasi || Pikiranku**

1,3 jt x ditonton · 1 tahun lalu

81 rb 841 Bagikan Download Simpan

**Abdi Suardin**  
846 rb subscriber **SUBSCRIBE**



**#abdisuardin #kaumrebahan #videomotivasi**  
**Pesan untuk Kaum Rebahan || Video Motivasi || Pikiranku**

1,3 jt x ditonton · 1 tahun lalu

81 rb 841 Bagikan Download Simpan

**Abdi Suardin**  
846 rb subscriber **SUBSCRIBE**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis mengangkat judul **“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Konten Dakwah Yang Disponsori Iklan-Iklan Bernuansa Mudharat (Studi Kasus Pada Aplikasi Youtube)”**.

## **B. Rumusan dan Batasan Masalah**

1. Rumusan masalah
  - a. Bagaimana mekanisme persetujuan aplikasi youtube terhadap konten dakwah yang disponsori iklan-iklan bernuansa mudharat ?
  - b. Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap konten dakwah yang disponsori iklan-iklan bernuansa mudharat pada aplikasi youtube ?
2. Batasan Masalah

Untuk menghindari perluasan pembahasan dalam penelitian ini yang tidak terarah dan supaya berhubungan antara masalah yang diteliti, maka dengan pembahasan Tinjauan Hukum Islam Terhadap Konten Dakwah yang Disponsori Iklan-Iklan Bernuansa Mudharat pada Aplikasi Youtube.

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui konten dakwah yang disponsori iklan-iklan yang bernuansa mudharat pada aplikasi youtube.
2. Untuk mengetahui tinjauan hukum Islam terhadap konten dakwah yang disponsori iklan-iklan bernuansa mudharat pada aplikasi youtube.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi nilai guna pada berbagai pihak, yaitu:

1. Secara Teoristis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam membatasi sponsor iklan-iklan yang bernuansa mudharat terhadap konten dakwah pada aplikasi youtube

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambahkan pengetahuan peneliti tentang ilmu dakwah dan pemanfaatan teknologi internet media youtube serta pembatasan sponsor iklan-iklan bernuansa mudharat pada media youtube sebagai media dakwah. Diharapkan bisa menjadi bermanfaat bagi pembaca terutama bagi pengguna teknologi media informasi youtube agar memanfaatkannya sebagai sumber informasi dakwah Islam.

#### **E. Pengertian Judul**

Dalam pembahasan proposal skripsi yang berjudul Tinjauan Hukum Islam Terhadap Konten Dakwah yang Disponsori Iklan-Iklan Bernuansa Mudharat pada Aplikasi Youtube perlu menjelaskan agar tidak keluar dari jalur yang ditentukan.

Hal ini dimaksud untuk mendapatkan gambaran dari penelitian dan menghindari terjadinya kesalahpahaman untuk itu penulis akan menjelsakan tentang judul tersebut.

## 1. Tinjauan Hukum Islam

Hukum Islam adalah peraturan-peraturan yang dirumuskan berdasarkan wahyu Allah SWT dan sunnah Rasul-Nya tentang tingkah laku mukallaf yang diakui dan diyakini berlaku mengikat bagi semua pemeluk Islam.<sup>9</sup>

## 2. Konten Dakwah

Konten (*content*) adalah pesan (*message*) atau informasi (*information*) yang disajikan melalui sebuah media, utamanya media online. Dakwah Islam sebagai upaya mengajak umat dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah tuhan untuk kemaslahatan di dunia dan di akhirat.

Menurut pendapat M. Arifin, dakwah mengandung arti sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah dan sebagiannya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha memengaruhi orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar supaya timbul dalam diri suatu pengertian

---

<sup>9</sup> Renny Supriyatni, *Pengantar Hukum Islam Dasar-Dasar Dan Aktualisasinya Dalam Hukum Positif*, Bandung: widya Padjadjaran, 2011, h. 10.

kesadaran, sikap penghayatan serta pengamalan, terhadap ajaran agama sebagai *massage* yang disampaikan kepadanya tanpa ada unsur-unsur paksaan.<sup>10</sup>

### 3. Iklan

Iklan adalah bagian penting dari serangkaian kegiatan mempromosikan produk (informasi yang berisi pesan untuk membujuk orang lain, agar tertarik pada barang atau jasa yang ditawarkan). Iklan tak hanya untuk masalah komersial. Tetapi juga dapat berisi ajakan kepada para pembaca dan pendengar untuk melakukan atau meniru hal-hal yang baik dan buruk. Iklan biasanya dipromosikan melalui televisi, radio, majalah, dan media sosial, salah satunya adalah media youtube.<sup>11</sup>

### 4. Mudharat

Mudharat secara etimologi adalah bersal dari kalimat “al-Dharar” yang berarti sesuatu yang turun tanpa ada yang dapat menahannya. Al-dharar adalah membahayakan orang lain secara mutlak, sedangkan al-dhirar adalah membahayakan orang lain dengan cara yang tidak disyariatkan.<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> M. Arifin, *Psikologi Dakwah: Suatu Pengantar Studi* (Jakarta: Bumi Aksara, 1991), h. 6.

<sup>11</sup> Burhan Bungin, *Imaji Media Massa*, (Yogyakarta: Jendela, 2001), h. 92-95.

<sup>12</sup> Ali Ahmad Al-Nadwi, *Al-Qawaid al-Fiqhiyyah* (Damaskus; Dār al-Qalam, 1994), h. 287.

## 5. Youtube

Youtube adalah saluran portal website yang menyediakan layanan video sharing. Youtube merupakan salah satu bentuk media sosial yang memungkinkan pengguna mengunggah, menonton dan berbagi video.<sup>13</sup>

Di era millennium ini hampir semua orang sudah mengenal *youtube*. Apalagi dengan kemajuan teknologi dan kemudahan dalam mengaksesnya masyarakat menjadi lebih praktis dalam memenuhi kebutuhan hiburan bahkan rohani. Didalam media *youtube* sendiri banyak fitur-fitur yang di gunakan.

## F. Garis-Garis Besar Isi Skripsi

Untuk mempermudah dan memahami isi skripsi ini. Penulis akan memaparkan sistematika skripsi sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan, bab ini membahas tentang latar belakang masalah, mengurai rumusan masalah tentang masalah-masalah yang diteliti, tujuan dan kegunaan penelitian, penegasan istilah, teknik penelitian, teknik pengumpulan data, dan sistematika penulisan.

Bab II : Berisi tentang kajian pustaka, dalam bab ini akan menjelaskan tentang kajian pustaka yang merupakan landasan teoritik pada penelitian ini. Landasan teori

---

<sup>13</sup> Asdani Kindarto, *Belajar Sendiri YouTube*, ( Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2018), h. 1-2.

merupakan salah satu telah yang dijadikan rujukan dalam pengembangan teori penelitian ini.

Bab III : Merupakan bab yang menjelaskan tentang metodologi penelitian yaitu jenis penelitian, lokasi penelitian sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data.

Bab IV : Paparan data dan hasil penelitian meliputi gambaran umum tentang tinjauan hukum islam terhadap konten dakwah yang disponsori iklan-iklan yang benuansa mudharat pada aplikasi youtube.

Bab V : Penutup berisi: kesimpulan penelitian dan saran.



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Tinjauan hukum Islam

##### 1. Pengertian hukum Islam

Hukum Islam adalah hukum yang diyakini memiliki keterkaitan dengan sumber dan ajaran Islam, yaitu hukum amalia berupa interaksi sesama manusia, selain jinayat (pidana Islam).<sup>1</sup> Namun demikian, tidak tertutup kemungkinan untuk digunakan dalam pidana Islam, yang juga akan diterapkan dalam kehidupan masyarakat Islam, baik local maupun nasional.

Dalam Kamus Hukum dijelaskan, bahwa hukum Islam (Indonesia) atau hukum syara' ialah peraturan-peraturan dan ketentuan-ketentuan yang berkenaan dengan kehidupan berdasarkan Al-Qur'an.<sup>2</sup>

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa hukum Islam ialah peraturan dan ketentuan yang berkenaan dengan kehidupan berdasarkan Al-Qur'an dan Hadis.<sup>3</sup> Artinya, hukum Islam merupakan produk fiqh Indonesia. Pengertian hukum Islam atau hukum syara' menurut istilah ulama ushul adalah doktrin (khitab)

---

<sup>1</sup> Amrullah Ahmad Dkk., *Dimensi Hukum Islam Dalam Sistem Hukum Nasional* (Cet. I; Jakarta: Gema Insani Press, 1996), h. 53

<sup>2</sup> Sudarsono, *Kamus Hukum*, Edisi Baru (Cet. II; Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1999), h. 169.

<sup>3</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi III (Cet I; Jakarta: Balai Pustaka, 2001), h. 411.

syari' yang bersangkutan dengan perbuatan orang-orang mukallaf secara perintah atau diperintahkan memilih atau berupa ketetapan (taqrir).<sup>4</sup>

Menurut Prof. Dr. T.M. Hasbi Ash-Shiddieqy, hukum Islam adalah bagian dari fiqh karena ilmu fiqh merupakan suatu kumpulan ilmu yang sangat luas pembahasannya, yang mengumpul berbagai ragam jenis hukum Islam dalam mengatur kehidupan untuk keperluan seseorang golongan dan masyarakat secara umum.<sup>5</sup> kemudian dalam Ensiklopedia Hukum Islam, ulama ushul fiqh mendefinisikannya dengan tuntutan Allah Swt, yang berkaitan dengan perbuatan orang mukallaf, baik berupa tuntutan, pemilihan atau menjadikan sesuatu menjadi sebab, syarat, penghalang, sah, batal, rukhsah (keringanan) atau azimah (perbuatan).<sup>6</sup>

Berbagai pengertian tentang hukum Islam tersebut, maka dapat dipahami bahwa hukum Islam merupakan istilah yang dikembangkan dan dibakukan di Indonesia. Dengan demikian hukum Islam di Indonesia adalah peraturan-peraturan yang diambil dari wahyu dan diformulasikan ke dalam lima produk pemikiran hukum yaitu fiqh, fatwah ulama, keputusan pengadilan, dan undang-undang serta sosiologi hukum yang dipedomani dan diberlakukan bagi umat Islam di Indonesia.

---

<sup>4</sup> Abdul Wahhab Khallaf, *Ilmu Ushul Al-Fiqh*, Diterjemahkan Oleh Noer Iskandar Al-Barsany dan Moh. Tolchan Mansoer Dengan Judul, *Kaidah-Kaidah Hukum Islam* (Cet. III; PT Raja Grafindo Persada, 1993), h.153.

<sup>5</sup> Teungku Muhammad Hasbi Ash-Shiddieqy, *Pengantar Hukum Islam*, Edisi II (Cet. I; Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra, 1997), h. 9.

<sup>6</sup> Abdul Azis Dahlan, El Al., *Ensiklopedia Hukum Islam*, Jilid II (Cet. V; Jakarta: Ichtiar Baru Van Hoeven, 2001), h. 572.

Hukum Islam di Indonesia merupakan hasil dari ijtihad ulama yang melahirkan kitab fiqh yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadis, sehingga dipedomani oleh para peneliti dan penulis tentang hukum Islam tersebut, diformulasikan dalam satu kitab atau buku yang rujukan dalam mengambil keputusan atau kebijakan dalam lembaga-lembaga peradilan dan instansi lainnya.<sup>7</sup>

## 2. Sumber hukum Islam

Sumber hukum Islam adalah asal (tempat pengambilan) hukm Islam. Dalam keputusan hukum Islam di tanah air, hukum Islam kadang-kadang disebut dalil hukum Islam. Sumber hukum Islam adalah (a) Al-Qur'an, (b) As-Sunnah (Al-Hadits), serta (c) akal pikiran atau Ra'yu manusia yang memenuhi syarat untuk berijtihad karena pengetahuannya dan pengalamannya dengan mempergunakan berbagai jalan (metode) atau cara, diantaranya adalah, (1) ijma', (2) qiyas, (3) istidal, (4) al-masalih al-mursalah, (5) istihsab dan (6) urf.<sup>8</sup>

### a. Al-Qur'an

Al-Qur'an adalah sumber hukum Islam pertama dan utama. Ia memuat kaidah-kaidah hukum fundamental yang perlu dikaji dengan teliti dan dikembangkan lebih lanjut. Al-Qur'an adalah kitab suci yang memuat wahyu dari Allah SWT yang original yang disampaikan oleh malaikat jibril kepada Nabi Muhammad SAW

---

<sup>7</sup> Upardin, *Materi Hukum Islam*, (Cet. I; Makassar: Alauddin University Press, 2011), h. 24.

<sup>8</sup> Muhammad Daud Ali, *Hukum Islam, Pengantar Ilmu Hukum Dan Tata Hukum Islam Di Indonesia*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), h.73.

sebagai Rasul-Nya sedikit demi sedikit selama 22 tahun 2 bulan 22 hari. Untuk menjadi pedoman atau petunjuk bagi umat manusia dalam menjalani kehidupannya di dunia ini sehingga mencapai kesejahteraan dan kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

b. As-Sunnah (Al-Hadits)

As-Sunnah dalam bahasa Arab berarti tradisi, kebiasaan, adat istiadat. Dalam terminologi Islam berarti perbuatan dan keizinan Nabi Shallahu alaihi wasallam berupa perkataan ataupun perbuatan taqirir yang mempunyai kaidah dengan hukum. Pengertian inilah yang dimaksud untuk kata As-Sunnah dalam hadis Nabi Shallahu alaihi wasallam, “sungguh telah ku tingalkan untukmu dua perkara yang kamu tidak akan sesat selama kamu berpegang kepada keduanya, yaitu kitab Allah dan Sunnah Rasul-Nya”.<sup>9</sup>

As-Sunnah merupakan sumber huku islam yang kedua, berupa perkataan, perbuatan, dan sikap diam Nabi Shallahu alaihi wasallam yang tercatat dalam kitab hadist, ia merupakan penafsiran serta penjelasan otentik tentang Al-Qur’an.<sup>10</sup>

c. Akal pikiran (al-Ra’yu atau Ijtihad)

Akal pikiran manusia akan memenuhi syarat untuk berijtihad yang menjadi sumber hukum Islam yang ketiga ini dalam kepustakaan disebut ar ra-yu atau ijtihad

---

<sup>9</sup> Zainuddin Ali, *Hukum Islam*, (Cet. IV; Jakarta: Sinar Grafika, 2013), h. 32

<sup>10</sup> Muhammad Daud Ali, *Hukum Islam, Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Islam di Indonesia*, h. 97.

saja. Secara harfiah ra'yu berarti pendapat dalam pertimbangan. Dasar hukum untuk mempergunakan akal pikiran atau ra'yu untuk berijtihad dalam mengembangkan hukum Islam adalah Al-Qur'an surat An-Nisa ayat 59, perkataan ijtihad dalam bahasa Arab berasal dari kata jahada berarti bersungguh-sungguh atau mencurahkan segala daya dalam berusaha. Dalam hubungannya dengan hukum ijtihad adalah usaha atau ikhtiar yang sungguh-sungguh dengan mempergunakan sagemampuan yang ada dilakukan oleh orang (ahli hukum) yang memenuhi syarat untuk merumuskan garis hukum yang belum jelas atau tidak ada ketentuan di dalam Al-Qur'an dan Sunnah Nabi SAW.<sup>11</sup>

Ada beberapa metode yang digunakan dalam berijtihad yaitu (a) ijma atau kesesuaian pendapat, (b) qiyas atau menyamakan hukum, (c) istislah atau menarik kesimpulan dari dua hal yang berlainan, (d) al-masalah al-mursalah menemukan hukum berdasarkan pertimbangan kemaslahatan dalam masyarakat, (e) istihsan atau menentukan hukum dengan jalan menimbang demi keadilan dan kepentingan sosial, (f) istihsab atau menetapkan hukum sesuai dengan kejadian yang sama di masa lampau dan (g) adat istiadat (urf) yang tidak bertentangan dengan hukum Islam.

---

<sup>11</sup> Muhammad Daud Ali, *Hukum Islam, Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Islam di Indonesia*, h. 116.

## B. Dakwah

### 1. Pengertian dakwah

Ditinjauan dari segi bahasa “Da’wah” berarti panggilan, seruan atau ajakan. Bentuk perkataan tersebut dalam bahasa Arab disebut mashdar. Sedangkan bentuk kata kerja (fi’il)nya adalah berarti, memanggil, menyeru atau mengajak. Dalam pengertian istilah dakwah diartikan sebagai berikut.

Prof. Dr. Toha Yahya Umar menyatakan bahwa dakwah Islam sebagai upaya mengajak umat dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan di dunia dan di akhirat.<sup>12</sup>

Menurut Hamka dalam penjelasan Umi Hayati dakwah adalah semua seruan panggilan untuk menganut suatu pendirian yang ada dasarnya berkonotasi positif dengan inti pokok terletak pada aktivitas yang memerintahkan amar ma’ruf nahi mungkar.<sup>13</sup>

Menurut pendapat Syekh Ali Mahfudz dakwah adalah mengajak manusia untuk mengerjakan kebaikan dan mengikuti petunjuk, menyuruh mereka berbuat baik dan melarang mereka dari perbuatan jelek agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Rajawali, 2012), h. 1.

<sup>13</sup> Umi Hayati, *Nilai-Nilai Dakwah Aktivitas Ibadah Dan Perilaku Sosial INJECT: Interdisciplinay Journal Of Comunicatioan*, (Vol.2, No.2, 2017), h. 175-192.

<sup>14</sup> Munzier Suparta, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2003), h. 7.

Dakwah memiliki tujuan dan fungsi yang bersifat sosial yang menghasilkan kehidupan damai, sejahtera, bahagia, dan selamat. Hal ini dapat dipahami sebab dakwah akan merentangkan jalan menuju kehidupan Islami yaitu damai, selamat, bahagia, dan sejahtera, dengan Islam selaku penyerahan diri secara mutlak kepada-Nya, dan memeluk Islam sebagai agama (peraturan hidup dari Tuhan) pula, dengan terlebih dahulu beriman atau percaya kepada-Nya. Jika tujuan itu tercapai maka hal itu merupakan dakwah yang didambakan, terutama dalam konteks sosial sehingga dakwah dapat efektif.<sup>15</sup>

Berdasarkan ulasan di atas, dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah suatu usaha atau aktivitas mengajak manusia untuk melakukan kebaikan. Melaksanakan amar ma'ruf menjahui nahi mungkar agar kehidupan manusia lebih baik, damai, sejahtera, bahagia dunia di akhirat dan mendapatkan ridho-Nya Allah SWT.

## 2. Tujuan dakwah

Kegiatan dakwah Islam tentunya mempunyai tujuan. Secara hakiki dakwah mempunyai tujuan menyampaikan kebenaran ajaran yang ada dalam Al-Qur'an dan al-Hadits dan mengajak manusia untuk mengamalkannya.<sup>16</sup>

Nilai idealis atau cita-cita mulia yang hendak dicapai dalam aktivitas dakwah adalah tujuan dakwah. Tujuan dakwah harus diketahui oleh setiap juru dakwah

---

<sup>15</sup> Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 24.

<sup>16</sup> Syamsudin, *Pengantar Sosiologi Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2016), h. 11.

karena seseorang yang melakukan aktivitas dakwah pada dasarnya harus mengetahui tujuan apa yang dilakukannya itu.<sup>17</sup>

Jelas tujuan dakwah Islam adalah menanamkan ajaran Islam, sehingga mereka mempercayai dan mengamalkan ajarannya dalam kehidupan sehari-hari. Dari sini pada gilirannya akan terwujud kedamaian dan kebahagiaan lahir dan batin, baik dalam kehidupan di dunia maupun di akhirat nanti. Tujuan dakwah, sebagaimana disebutkan di atas, sejalan dengan tujuan agama Islam itu sendiri. Penjelasan Sayyid Sabiq yang dikutip Surianor mengatakan, tujuan yang hendak dicapai oleh risalah Islam ialah membersihkan dan menyucikan jiwa, dengan jalan mengenal Allah serta beribadah kepadaNya, dengan mengokohkan hubungan antara manusia serta menegakkannya di atas dasar kasih sayang, persamaan dan keadilan, hingga dengan demikian tercapailah kebahagiaan manusia baik di dunia maupun di akhirat.<sup>18</sup>

Tujuan dakwah adalah terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan hidup manusia di dunia dan di akhirat yang di ridhai oleh Allah.<sup>19</sup>

Berdasarkan ulasan di atas dapat disimpulkan bahwa dakwah agar hasil akhir yang ingin dicapai baik atau diperoleh keseluruhan kegiatan dakwah dan terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan umat di dunia dan di akhirat dan diridhai Allah.

---

<sup>17</sup> Amin Samsul Munir, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2009), h. 58.

<sup>18</sup> Surianor, *Efektivitas Komunikasi Dakwah Melalui Radio Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol.14, No.27, h. 32.

<sup>19</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2009), h. 60.



### 3. Media dakwah

#### a. Pengertian media dakwah

Kata media berasal dari bahasa latin, media yang merupakan bentuk jamak dari medium secara etimologi yang berarti perantara. Wilbur mendefinisikan media sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan dalam pengajaran. Secara lebih spesifik yang dimaksud dengan media adalah alat-alat fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku film, video, kaset, slide, dan sebagainya.<sup>20</sup>

Media dakwah merupakan sebuah alat yang digunakan individu untuk menyampaikan pesan dakwah dengan tujuan dan maksud tertentu. Pesan dakwah disini berupa ajakan kepada seluruh umat manusia agar menjalankan perintah Allah dan menjahui larangan-Nya.<sup>21</sup>

Media dakwah yaitu peralatan atau perantara yang digunakan untuk berkomunikasi berinteraksi atau menyampaikan pesan dakwah dari subjek dakwah (da'i) ke objek dakwah (mad'u).

#### b. Macam-macam media dakwah

Media dakwah adalah alat yang digunakan untuk perantara dakwah. Maka ada berbagai macam media yang dapat digunakan dalam berdakwah. Media dakwah yang dapat digunakan untuk berdakwah dikelompokkan pada:

---

<sup>20</sup> Amin Samsul Munir, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2009), h. 112-113.

<sup>21</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h. 26.

### 1). Media visual

Media visual yang di maksud adalah bahan-bahan atau alat yang dapat dioprasikan untuk kepentingan dakwah melalui indra penglihatan. Media visual yang dapat dimanfaatkan untuk berdakwah film slide, tranparasi, overhead, proyektor, gambar, foto, dan lain sebagainya.<sup>22</sup>

### 2). Media audio

Media audio dalam berdakwah adalah alat-alat yang dapat diporsikan sebagai sarana penunjang kegiatan dakwah yang ditangkap melalui indra pendengaran. Media audio ini cukup tinggi efektifitasnya dalam penyebaran informasi, seperti radio, tape recorder.<sup>23</sup>

### 3). Media audio visual

Media audio visual adalah media penyampaian informasi yang dapat menampilkan unsur gambar dan suara secara bersamaan pada saat mengkomunikasikan pesan dan informasi. Seperti televisi, film atau sinetron, dan video. Media audio visual sangat efektif untuk digunakan sebagai media penyampaian pesan-pesan dakwah karena kemampuannya yang dapat menjangkau daerah sangat luas.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> *Luc, Cit.*, h. 116.

<sup>23</sup> *Luc, Cit.*, h. 118.

<sup>24</sup> *Luc, Cit.*, h. 120.

#### 4). Media cetak

Media cetak adalah media untuk menyampaikan informasi melalui tulisan yang tercetak, seperti buku, surat kabar, dan majalah. Dakwah melalui media cetak cukup tepat dan cepat beredar ke berbagai penjuru.<sup>25</sup>

#### 5). Internet

Internet berasal dari kepanjangan *International Connection Networking* berarti global atau seluruh dunia, connection berarti hubungan komunikasi, dan networking berarti jaringan. Dengan demikian internet adalah suatu sistem jaringan komunikasi yang terhubung seluruh dunia. Media yang menggunakan internet salah satunya media sosial. Dakwah melalui internet lebih simpel dan efisien dan mudah di jangkau oleh berbagai khalayak.<sup>26</sup>

Media yang sering digunakan zaman modern yaitu seperti televisi, internet salah satunya media *youtube*, surat kabar, majalah, radio, rekaman. Media massa memiliki banyak kekuatan yang membuatnya sangat penting dan strategi dalam dakwah, terutama untuk pencitraan dan pembentukan perilaku islami dalam masyarakat.<sup>27</sup>

---

<sup>25</sup> *Luc, Cit.*, h. 122.

<sup>26</sup> Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), h. 420.

<sup>27</sup> Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 129.

## C. Sponsor

### 1. Pengertian Sponsor

Sponsor merupakan orang atau perusahaan yang mengusahakan (melapori, memprakarsai, mengusulkan, menyelenggarakan) suatu kegiatan atau iklan berupa siaran, pertunjukan, dan sebagainya.<sup>28</sup>

2. Iklan adalah bagian penting dari serangkaian kegiatan mempromosikan produk (informasi yang berisi pesan untuk membujuk orang lain, agar tertarik pada barang atau jasa yang ditawarkan). Iklan tak hanya untuk masalah komersial. Tetapi juga dapat berisi ajakan kepada orang lain untuk melakukan atau meniru hal-hal yang baik dan buruk. Iklan biasanya dipromosikan melalui televisi, radio, majalah, dan media sosial, salah satunya adalah aplikasi *youtube*.<sup>29</sup>

### 3. Jenis-jenis iklan

a. *Nin-skippoblem in-stream ads* adalah iklan video yang dapat muncul di awal, di tengah, atau di akhir video. Durasi iklan video ini antara 15-20 detik, dan para penonton harus menonton iklan tersebut sebelum dapat menonton video utama, yaitu tidak dapat di-*skip* (ditawarkan) seperti jenis iklan lainnya. Iklan jenis ini dijual berdasarkan CPM (*cost peer mille*) yaitu biaya per seribu tampilan yang dikenakan kepada pemasang iklan.

---

<sup>28</sup> Eva Arifin, *Teknik Konseling Di Media Massa*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 269.

<sup>29</sup> Burhan Bungin, *Imaji Media Massa*, (Yogyakarta: Jenderal, 2001), 92-95.

Jenis iklan ini dapat menghasilkan nilai lebih tinggi dibandingkan format iklan lainnya di *youtube*. Namun karena durasi yang sedikit lebih lama, iklan ini memiliki resiko pengabaian yang tinggi, yang akan menyebabkan penurunan jumlah penayangan video dan waktu menonton.<sup>30</sup>

b. *The View in-stream ads*

Iklan ini muncul sebagai iklan sebelum video utama dimainkan atau di tengah tayangan video utama sedang dimainkan, berdurasi pendek atau panjang di dalam tayangan video *youtube*. Penonton memiliki pilihan untuk menonton iklan lengkap atau dapat di-*skip* (diloncati/diabaikan) setelah menontonnya selama beberapa detik.<sup>31</sup>

Dalam hal ini pemasang iklan, hanya ditagih jika pemirsa nonton selama 30 detik atau menonton keseluruhan iklan. Tidak ada panjang maksimum untuk iklan ini. Dengan adanya iklan ini, penonton dapat mengabaikan, namun jika belum di-*skip* oleh penonton selama 30 detik, maka pemasang iklan akan mendapatkan bayaran besar dari iklan ini.

c. *Overlay in-video ads*

*Overlay in-video ads* merupakan iklan hamparan transparan atau disebut *banner* yang muncul dalam porsi yang lebih sedikit dari video utama.

*Benner* tersebut dapat berbentuk gambar maupun teks yang ditulis di dalam

---

<sup>30</sup> Jubilee Enterprise, *Google AdSense untuk Pemula*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2008), h. 6.

<sup>31</sup> Jubilee Enterprise, *Kitab YouTuber*, Op. Cit., h. 22.

box hitam semi transparan. Iklan ini biasanya muncul pada titik 15 detik, yang dapat ditutup oleh penonton jika diinginkan, dan iklan ini akan otomatis diminimalkan jika penonton tidak melakukan apa pun. Iklan ini paling banyak dihitung berdasarkan yang diklik pengunjung atau penonton.

d. *Display ads*

Ini adalah jenis iklan yang menghasilkan pendapatan renda, karena memang hanya sedikit munculnya. Biasanya dijalankan diseluruh area situs kecuali di beranda. Iklan tersebut tersedia dalam bentuk iklan berukuran 300x250pxl yang muncul di sebelah kanan video unggulan atau di atas daftar video yang disarankan. Iklan tersebut dapat muncul sebagai penggiring iklan yang muncul di dalam video atau sebagai iklan yang berdiri sendiri.<sup>32</sup>

#### **D. Mudharat**

Mudharat secara etimologi adalah berasal dari kalimat “*Al-Dharar*” yang berarti sesuatu yang turun tanpa ada yang dapat menahannya. *Al-Dharar* adalah membahayakan orang lain secara mutlak, sedangkan *al-dhirar* adalah membahayakan orang lain dengan cara yang tidak disyariatkan.<sup>33</sup>

Al-Ustadz Yasim bn ‘Abdul Qadir Jawas

Dari Abu Sa’id Sa’d bin Malik bin Sinan al-Khudri ra. Rasulullah Saw bersabda.

“Tidak boleh ada bahaya dan tidak boleh membahayakan orang lain.”

---

<sup>32</sup> Deny Setyawan, *Rahasia Mendapat Dollar dari YouTube*, (Jakarta:PT. Elex Media Komputindo, 2016), h. 6-7.

<sup>33</sup> Ali Ahmad Al-Qawaid al-Fiqhiyyah, (Demaskus; Dar al-Qalam, 1994), h. 287.

Dala riwayat Al-Hakim dan Al-Baihaki ada tambahan.

“Barang siapa yang membahayakan orang lain, maka Allah akan membalas bahaya kepadanya dan barang siapa menyusahkan atau menyulitkan orang lain, maka Allah akan menyulitkannya.”

Pengertian *ad-Dharar* dan *ad-dhirar* para Ulama berbeda pendapat tentang makna antara kata *adh-dharar* dan *adh-dhirar*. Diantara mereka ada yang mengatakan, makna kedua kata tersebut sama (diucapkan dua kali) untuk menguatkan. Namun pendapat yang terkenal yaitu antara kedua kata tersebut terdapat perbedaan makna.

*Dharar* (bahaya) adalah lawan dari manfaat. Makna hadits tersebut tidak boleh ada bahaya dan tidak boleh menimbulkan mudharat (bahaya) tanpa alasan yang dibenarkan dalam syariat. Ada juga yang mengatakan, *dharar* ialah memudharatkan orang lain yang tidak pernah melakukan hal sama padanya, sedangkan *dhirar* ialah membuat kemudharatan terhadap orang lain yang pernah melakukan hal yang sama padanya (membalas-red) dengan cara yang tidak diperbolehkan.

Hadis ini menjelaskan kaidah

a. لا ضَرَرَ وَلَا ضِرَارَ

Yang telah dikabulkan oleh Ulama. Para ahli fiqih meng-qiyas-kan semua perkara-perkara yang berbahaya dengan kaidah ini, terutama masalah-masalah

kotemporer yang tidak ada pada zaman Nabi Saw, misalnya, narkoba dan rokok keduanya dihukumi haram karena masuk dalam kaidah ini. Sebab hal tersebut berbahaya dan membahayakan orang lain.

Dalam masih banyak contoh lain yang dapat diambil dari kaidah ini. Karena itu, Imam Abu Dawud rahimahullah mengatakan bahwa hadits ini termasuk salah satu hadits yang menjadi poros hukum-hukum fiqih.

Kesimpulannya, Rasulullah Saw menolak *dharar* (mudharat/bahaya) tanpa alasan yang benar. Adapun menimpakan mudharat kepada seseorang dengan cara yang benar, maka itu tidak termasuk yang dilarang dalam hadits di atas. Misalnya, seseorang yang melanggar hukum-hukum Allah Azza wa jalla, lalu dihukum sesuai dengan kejahatannya: atau seseorang menzalimi orang lain, lalu orang yang dizhalimi menuntut balas dengan adil. Karena yang dimaksud dalam hadits di atas ialah menimbulkan mudharat dengan cara yang tidak benar.

## **E. Youtube**

### **1. Pengertian Youtube**

Youtube merupakan sebuah media sosial yang berisikan kumpulan video-video seperti videoklip, film pendek, serial televisi, trailer film, video blog, video tutorial dan masih banyak lagi. Pengguna youtube dapat dengan bebas mengakses video baik itu yang di unggah sendiri maupun video yang di unggah oleh berbagai pihak.



Di era millennium ini hampir semua orang sudah mengenal youtube. Apalagi dengan kemajuan teknologi dan kemudahan dalam mengaksesnya masyarakat menjadi lebih praktik dalam memenuhi kebutuhan hiburan bahkan rohani. Di dalam media youtube sendiri banyak fitur-fitur yang digunakan.

## 2. Sejarah Perkembangan youtube

Youtube didirikan pada tahun 2005 tanggal 14 februari oleh tiga orang mantan karyawan paypal, yaitu chad hurley, steve chen dan jawed karim. Pada awalnya youtube berdiri sendiri, kantor pusat youtube terletak bersama sebuah restoran ternama yaitu pizza dan restoran jepang di san mateo di California.

Perkembangan media youtube sangat pesat pada tahun 2006, pada tahun itu media youtube telah berhasil menjadi media terpopuler sehingga dapat memberikan beranekaragam manfaat. Berawal hanya mengupload atau mengunggah video sederhana sekarang dapat digunakan untuk live streaming dan berkembang sebagai media untuk berdakwah dan masih banyak lagi manfaatnya.

Youtube mudah digunakan dan dapat diikuti oleh oleh semua kalangan. Mulai dari anak kecil hingga orang dewasa dapat dengan mudah mempelajari dan mengakses youtube.

Dari ulasan di atas, dapat disimpulkan bahwa dalam perkembangan media youtube sebagai media untuk mengunggah video dalam berbagai tahapan dimulai dari

berdirinya youtube sampai berkembangnya youtube dan dimanfaatkan sebagai media dakwah Islam dalam berbagai kalangan pengguna di dalam masyarakat.

### 3. Youtube Sebagai Media Dakwah

Yang mendukung sosialisasi sekaligus sebagai media informasi, baik sifatnya yang terbatas maupun tak terbatas.<sup>34</sup>

Pada era globalisasi seperti ini banyak kalangan masyarakat menggunakan media sosial untuk komunikasi untuk mencari informasi, dan mendapatkan informasi. Media sosial yang populer dan sering digunakan adalah media sosial seperti whatsapp, instagram, facebook, path, line, twitter, youtube, dan lain sebagainya.

Menurut Micheal Cross dalam penjelasan Umi Aflaha bahwa media sosial merupakan suatu term yang mendeskripsikan beragam teknologi yang digunakan untuk mengikat orang-orang ke dalam kolaborasi, saling tukar informasi, dan berinteraksi lewat pesan yang berbasis web.<sup>35</sup>

Masyarakat sekarang berkomunikasi tidak hanya dengan tatap mata dan bertemu, namun di zaman modernisasi telah berubah semua gaya hidup masyarakat dengan memberi fasilitas yang mudah. Seperti halnya dulu seseorang kalau mau berkomunikasi dengan orang lain sangat begitu sulit namun sekarang menjadi lebih

---

<sup>34</sup> Umi Aflaha, *Kaos Hadis Sebagai Media Dakwah dan Komunikasi Alternatif*, (INJECT: Interdisciplinay Journal Of Communicatioan, Vol.2, No.2, Desember 2017), h. 254.

<sup>35</sup> *Ibid*, h. 254.

mudah berkomunikasi dengan orang lain dan kita juga lebih mudah mendapatkan informasi dunia luar lewat media sosial seperti media youtube.

Media dakwah adalah sarana yang digunakan dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Disebutkan Deddy Mulyana bahwa media bisa merujuk pada alat maupu bentuk pesan, baik verbal maupun nonverbal, seperti cahaya dan suara.<sup>36</sup>

Media youtube dimanfaatkan pengguna media untuk melihat berbagai macam konten video, dapat digunakan oleh pengguna untuk live streaming media youtube juga seperti media televisi. Tetapi media youtube lebih mudah diakses dan lebih banyak konten video yang disajikan serta dapat menjadi media dakwah dalam bentuk video ceramah.

Berdasarkan ulasan di atas, dapat disimpulkan bahwa media youtube adalah salah satu media yang dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan berbagai macam informasi dan mendapatkan informasi. Media youtube juga dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah, dengan menggunakan media youtube juga mempermudah dalam penyampiannya.

---

<sup>36</sup> Acep Aripudin, *Pengembangan Metode Dakwah: Respons Da'I Terhadap Dinamika Kehidupan di Kaki Ceremai*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), h. 13.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang mencoba memahami fenomena dalam setting konteks naturalnya (bukan di dalam laboratorium) peneliti tidak berusaha untuk memanipulasi fenomena yang diamati.<sup>1</sup>

Metode penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawanya adalah eksperimen) dimana peneliti sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan) analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.<sup>2</sup>

Pendekatan yang dilakukan untuk menyelesaikan penelitian ini adalah pendekatan perkembangan (developmental studies). Penelitian perkembangan (developmental studies) merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mencoba mengetahui perkembangan subjek. Jenis-jenis penelitian yang sudah dikemukakan tidak menyangkut bagaimana sesuatu perkembangan dari waktu ke waktu. Penelitian

---

<sup>1</sup> Samiaji Saroso *Penelitian Kualitatif: Dasar-Dasar*, (Jakarta Barat: PT Indeks, 2012), h. 6.

<sup>2</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 13-14.

kasus hanya mempermasalahkan kejadian sekarang dan ditinjau dari masa silam tanpa membicarakan perkembangan kejadian dari waktu ke waktu.<sup>3</sup>

Dari ulasan diatas, maka penelitian ini menggunakan penelitian lapangan tanpa menggunakan prosedur statistik. Melalui pendekatan perkembangan (developmental studies). Dalam hal ini peneliti akan mengadakan penelitian langsung oleh para tokoh-tokoh yang mempunyai kompetensi sesuai dengan judul yang diangkat oleh peneliti, agar memperoleh data-data yang lengkap dan akurat mengenai pendapat mereka tentang konten dakwah yang disponsori iklan-iklan bernuansa mudharat.

## **B. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada media (youtube) dengan cara mengamati konten yang disajikan dalam channel youtube tersebut, serta para tokoh MUI, Dosen, dan Youtuber. Yang punya kompetensi terhadap judul yang diambil oleh peneliti yaitu: Tinjauan Hukum Islam Terhadap Konten Dakwah Yang Disponsori Iklan-Iklan Bernuansa Mudharat.

## **C. Sumber Data**

Menurut Lofland dan Lofland sumber data yang utama di dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Arikunto, Suharsimi, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2016), h. 239.

<sup>4</sup> Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002), h. 112.

Untuk mempermudah jenis sumber data peneliti membagi sumber data menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

#### 1. Data primer

Peneliti memperoleh sumber data primer berasal dari jawaban yang ditanyakan langsung kepada para tokoh yaitu MUI, Dosen, dan *Youtuber*, mengenai Tinjauan Hukum Islam Terhadap Konten Dakwah Yang Disponsori Iklan-iklan Bernuansa *Mudharat*, melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

#### 2. Data sekunder

Sumber data sekunder adalah data penelitian yang didapatkan secara tidak langsung melalui media perantara berbentuk catatan maupun laporan data dokumentasi oleh lembaga tertentu yang dipublikasikan.<sup>5</sup>

Sumber data sekunder berbanding terbalik dengan data primer data sekunder dapat diperoleh dari buku, jurnal, artikel, majalah atau koran, serta hasil penelitian lainnya. Sumber data sekunder dalam penelitian ini yaitu berupa foto, catatan, dan informasi mengenai penelitian.

### **D. Teknik pengumpulan data**

Dalam penelitian ini peneliti perlu melakukan teknik pengumpulan data agar memperoleh data yang relevan, seperti:

#### a. Observasi

---

<sup>5</sup> Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation Dan Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 138.

Observasi merupakan “pemilihan, pengubahan, pencatatan, dan pengodean serangkaian perilaku dan suasana yang berkenaan dengan organisme in situ, sesuai dengan tujuan-tujuan empiris”.<sup>6</sup>

Peneliti akan melakukan observasi langsung pada konten dakwah dalam channel youtube dan para tokoh yaitu MUI, Dosen, dan *Youtuber*. Terhadap Tinjauan Hukum Islam Terhadap Konten Dakwah Yang Disponsori Iklan-iklan Bernuansa *Mudharat*. Yang nantinya peneliti akan memperoleh data tersebut.

#### b. Wawancara

Wawancara adalah suatu kegiatan tanya jawab antara pewawancara (interivew) dengan yang diwawancarai (interviewer) tentang masalah yang di teliti, dimana pewawancara bermaksud memperoleh persepsi, sikap, dan pola pikir dari yang di wawancarai yang relevan dengan masalah yang diteliti. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara dan observasi dengan semua pihak yang terkait didalam penelitian.<sup>7</sup>

Wawancara ini digunakan dalam mengumpulkan data melalui beberapa informan penelitian yang peneliti pilih beberapa para tokoh yaitu MUI, Dosen, dan *Youtuber*.

---

<sup>6</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, 2014), h. 84.

<sup>7</sup> Masruhan, *Metodologi Penelitian Hukum*, (Surabaya: Hilal Pustaka, 2013), h. 93.

### c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi. Teknik ini di gunakan peneliti untuk melakukan penelitian dengan mencari data dan informasi berupa: buku, dokumen, *e-book*, artikel-artikel, dan *webvideo*.

#### 1.1 Informan penelitian

NO	NAMA	STATUS
1	Prof. Dr. La Jamaa, M. HI	Akademisi IAIN Ambon
2	Dr. Muhammad Rahanjantel	Ketua MUI Kota Ambon dan Badan Wakaf Indonesia (BWI)
3	Ustadz Zulkifli Rumkel, S.H	Kreator Muslim
4	Suhardin, S.Pd	Kreator Muslim
5	Jali Syah Kabalmay	Kreator Muslim

### E. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang



akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 244.

## BAB IV

### TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP KONTEN DAKWAH YANG DISPONSORI IKLAN-IKLAN BERNUASA MUDHARAT

#### A. Tinjauan Umum *Youtube*, *Youtuber*, dan *AdSense*

##### 1. Sejarah dan Gambaran Umum *youtube* dan *youtuber*

Menurut Baksoro, *Youtube* merupakan situs video yang menyediakan berbagai informasi berupa gambar bergerak dan bisa diandalkan. Situs ini memang disediakan bagi mereka yang ingin melakukan pencarian informasi video dan menontonnya langsung. Secara perorangan pribadi maupun kelompok bisa berpartisipasi mengunggah video ke server *youtube* dan membaginya ke seluruh dunia.<sup>1</sup> Secara umum *youtube* adalah sebuah situs web berbagai video yang dibuat oleh tiga mantan karyawan paypal pada februari 2005, ketiga pegawai paypal itu adalah Chad Hurly, Steve Chen, dan Jawed Karim. Hurly merupakan alumnus designdi University Indiana Pennsylvania, sedangkan Chen dan Karim alumnus ilmu komputer di Unifersity Illionis UIbana-Champaign. Nama domain *youtube.com* sendiri diaktifkan pada 15 februari 2005, dan pada bulan-bulan berikutnya *youtube* mulai dibangun. Mereka bertiga mempublikasikan preview dari website tersebut pada Mei 2005 atau 6 bulan sebelum lauching secara resmi (*youtube*). Situs web ini

---

<sup>1</sup> Baskoro, Adi. *Panduan Praktis Searching di Internet*, (Jakarta: PT TransMedia, 2009), h. 15.

memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagai video. Perusahaan ini berkantor pusat di San Bruno, California, dan memakai teknologi *adobe flash video* dan *HTML5* untuk menampilkan berbagai penampilan berbagai macam konten video buatan pengguna/kreator, termaksud klip film, klip TV, dan video musik. Selain itu konten amatir seperti blog video, video orisinal pendek, dan video pendidikan juga ada dalam situs ini. Lalu pada bulan Oktober 2006, *youtube, LLC* dibeli oleh *google* dengan nilai UUS1,65 miliar dalam bentuk saham resmi beroperasi sebagai untuk perusahaan *Google Inc.*<sup>2</sup>

Setelah popularitas internet melejit pada awal tahun 2000-an, banyak sekali bisnis-bisnis internet yang bermunculan, semuanya menawarkan kemudahan yang bersifat cepat dan efisien dalam berbisnis, hal ini bisa mendapatkan penghasilan tanpa batas, salah satunya adalah sebuah fenomena *youtube*. Fenomena *youtube* ini memunculkan pekerjaan-pekerjaan baru seperti biasa disebut *Youtuber*. *Youtuber* sendiri adalah seorang pembuat konten video yang membagikan video tersebut secara online melalui platform *youtube* dan orang-orang seperti ini secara otomatis telah terlibat dan bergabung bersama *youtube partner*.<sup>3</sup> Disisi lain *Youtuber* memanfaatkan platform *Youtube* sebagai wadah untuk berekspresi ajang menampilkan kreatifitas, berbagai ilmu maupun informasi dengan cara yang menghibur dan menyalurkannya dengan mudah keseluruh tempat ataupun negara.

---

<sup>2</sup> <https://id.wikipedia.org/wiki/YouTube>. diakses pada tanggal 07 maret 2021, pukul 14:32 WIT

<sup>3</sup> <https://www.matahaya.com/2018/01/apa-itu-vlogger-bedakah-dengan-youtuber.html>. Diakses pada tanggal 07 maret 2021, pukul 21:14 WIT.

Selain digunakan sebagai wadah kreatifitas dan berekspresi, bukan rahasia umum lagi jika *youtube* juga dimanfaatkan sebagai peluang media dakwah dan bisnis yang menghasilkan uang secara online dengan sangat cepat dan mudah, cukup dengan cara bermitra dengan pihak *Google AdSense*. Namun sebelum melakukan kerjasama dengan pihak *Google AdSense*, *youtube* tersebut harus mendaftarkan videonya ke dalam *Google AdSense*, terlebih dahulu dan harus melakukan beberapa syarat yang harus dipenuhi sebelum mendaftar ke *Google AdSense*, setelah mendaftar dan mengikuti syarat yang telah ditentukan, maka *youtuber* tersebut bisa menghasilkan uang sebanyak-banyaknya sesuai dengan banyaknya pengunjung atau *viewers* (penonton) yang didapatkan.<sup>4</sup>

## 2. Sejarah dan gambaran umum *AdSense*

*AdSense* adalah program kerjasama periklanan melalui media internet yang diselenggarakan oleh *Google*.<sup>5</sup> Program ini didirikan setelah *Google* mengakuisisi *pyra labs* pada bulan Februari 2003. Sebulan berikutnya tepat tanggal 4 Maret 2003, *chairman Google* dan CEO, Erick Schmidt, mengumumkan layanan iklan konten bertarget yang disebut *AdSense*. Untuk mendukung program *AdSense*. Pada tanggal 23 April 2003 atau sebulan kemudian *Google* mengakuisisi *Applied Semantics* yang teknologinya mendukung layanan *AdSense*.

---

<sup>4</sup> *Ibid.*

<sup>5</sup> Jefferly Helianthusonfri, *Passive Income dari Google AdSense*, (Jakarta: PT.Elex Media, 2018), h. 1.

Sejak *AdSense* didirikan, unit *AdSense for content* hanya mendukung bahasa Inggris dan beberapa negara-negara di Eropa, Timur Tengah dan Asia Timur, serta negara Asia Tenggara yaitu bahasa Thailand. Namun akhirnya pada tanggal 1 Februari 2021 *Google* secara resmi mengumumkan bahwa bahasa Indonesia kini didukung untuk menampilkan unit iklan *AdSense for content*, setelah sebelumnya bahasa Indonesia hanya didukung unit *AdSense for Search* saja. Kini *AdSense for Content* mendukung 36 bahasa negara di dunia.

Lalu pada tanggal 7 November 2012 *Google* mengumumkan telah memperbarui aplikasi permohonan *AdSense* bagi *publisher* baru yang mendaftar *AdSense* melalui *youtube*, *Blogger* dan *Hubpages*, sejak saat itu akun *AdSense* dibedakan menjadi dua macam, yaitu akun *AdSense Hosted* dan akun *AdSense non Hosted*.<sup>6</sup> Yang dimaksud *hosted* adalah penempatan iklan *AdSense* di *website* yang menjadi situs partner resmi *Google*. Untuk menggunakan akun *Hosted* ini pengguna hanya bisa mendaftar lewat *youtube* atau *Blogger*. Dan iklannya pun hanya bisa ditampilkan di *youtube* atau *Blogger*, dan *Huspages*. Jadi tidak akan tayang di platform lain. Sedangkan akun *non Hosted* merupakan pemasangan iklan di situs yang bukan partner resmi *Google*. Atau bisa juga disebut dengan *website* yang tidak

---

<sup>6</sup> <https://id.wikipedia.org/wiki/AdSense>. Diakses pada tanggal 10 maret 2021, pukul 12:05 WIT.

dihosting oleh *Google* dan partnernya. Untuk iklannya bisa ditampilkan dimana saja, sehingga semakin banyak orang melihatnya.<sup>7</sup>

Dari pemasangan iklan tersebut pemilik konten akan mendapatkan pemasukan atau komisi berupa pembagian keuntungan dari *Google* untuk setiap iklan yang diklik dan ditonton oleh penonton (*viewers*).<sup>8</sup> Untuk metode komisi yang digunakan, yang pertama *Google AdSense* menggunakan metode PPC (*pay per Click*) bayar per klik atau yang berarti komisi akan dihitung dari setiap iklan yang diklik oleh pengunjung konten. Lalu yang kedua, menggunakan metode RPM (*Revenue per Thousand Impressions*) atau pendapat perseribu impresi yang berarti komisi akan dihitung dari setiap iklan yang tayang tiap 1.000 tonton. RPM yang diperoleh biasanya diperoleh antara S0.13 sampai dengan S0.30, hal ini tergantung dari wilayah, jenis konten iklan dan jumlah *subscriber*.<sup>9</sup>

## **B. Mekanisme persetujuan aplikasi *youtube* terhadap konten dakwah yang disponsori iklan-iklan bernuansa *mudharat***

Perkembangan zaman seperti sekarang ini, orang-orang lebih sering menggunakan *handphone*, media *youtube* yang ada dalam *handphone* dapat dimanfaatkan oleh penggunanya yang memiliki untuk melihat video melalui konten

---

<sup>7</sup> <http://internetmarketing.co.id/perbedaan-akun-adsense-hosted-dan-non-hosted/>. Diakses pada tanggal 10 maret 2021, pukul 15.11 WIT

<sup>8</sup> <https://id.wikipedia.org/wiki/AdSense>. Diakses pada tanggal 20 maret 2021, pukul 08:02 WIT.

<sup>9</sup> <https://www.anakkost.tv/kalkulator-youtube-adsense/>. Diakses pada tanggal 20 maret 2021, pukul 09:30 WIT

dakwah di *youtube* dari pada berpergian mengikuti kajian-kajian islam. Buka media *youtube* otomatis di beranda ada konten video tentang dakwah.

Seperti yang diungkapkan oleh kreator muslim, Jali syah sebagai berikut :

*Menurut saya selaku generasi milineal muslim sudah sepatutnya katong juga harus sama-sama berkontribusi atau berpartisipasi dalam hal dakwah, sementara saat ini katong liat youtube itu sangat diminati banyak orang, jadi katong sebagai generasi muslim harus mengambil bagian yakni menjadi garden terdepan dalam hal memberikan / menyiarkan hal-hal yang baik contoh seperti pontingan dakwah, sudah menjadi hal yang wajib untuk katong sebagai muslim mengingatkan saudara-saudara lain di luar sana.<sup>10</sup>*

Senada dengan yang diungkapkan oleh Ustad Zulkifli sebagai berikut :

*Secara ana pribadi walaupun media youtube itu milik orang-orang yahudi namun kita sebagai kreator muslim memanfaatkannya dengan baik sesuai dengan kemampuan serta ide kreatif kita, dan menyampaikan dakwah melalui youtube adalah salah satu cara yang baik untuk mengalihkan orang-orang dari hal yang buruk ke pada hal yang baik.<sup>11</sup>*

Penerapan akad pada umumnya adalah bertemunya kedua belah pihak untuk melakukan suatu transaksi yang kemudian disepakati secara bersama-sama dalam

---

<sup>10</sup> Jali Syah Kabalmay, Wawancara, Ambon 5 Mei 2021, pukul 13:41 WIT.

<sup>11</sup> Zulkifli Rumkel, S.H, Wawancara, Ambon 29 April 2021, pukul 10:25 WIT.

satu majelis. Namun, untuk praktik kerjasama yang dilakukan antara *youtube* dengan *AdSense* terjalin dengan lokasi yang berbeda, sehingga mampu mengandalkan media *teks messenger* berbasis web.

a. Monetisasi channel *youtube*.

Monetisasi adalah mengubah konten video pada platform *youtube* agar yang awalnya sebagai media hiburan saja bisa berubah fungsi menjadi media dakwah dan alat penghasilan keuntungan. Sistem monitesasi sudah banyak dilakukan oleh para *youtuber* muda hingga dewasa untuk mencari penghasilan secara cepat dan mudah dengan hanya bermodalkan konten video saja. Langkah pertama yang harus dilakukan terlebih dahulu adalah menghubungkan akun *AdSense* yang telah dibuat dengan program *youtube partner* terlebih dahulu.

b. Syarat khusus utama yang harus dilakukan

adalah terlebih dahulu mengumpulkan penonton (*viewers*) serta pengikut (*subscriber*). Pada awalnya, *channel youtube* yang dimiliki oleh narasumber memiliki jumlah sebanyak seribu dua ratus *subscriber*, namun kini kian berkembang menjadi tiga ribu *subscriber* lebih dan mendapat sekitar dua ratus dua puluh ribu lebih jam tayang. Setelah mendapat *viewers* dan *subscriber* banyak, narasumber



mulai bergabung dengan *Google AdSense* dan membuat sebuah akun. Berikut langkah-langkahnya yaitu sebagai berikut.<sup>12</sup>

1. Mematuhi semua kebijakan monetisasi *youtube*.
2. Tinggal di negara atau wilayah tempat program *partner youtube* tersedia.
3. Memiliki lebih dari 4.000 jam waktu tonton public dalam 12 bulan terakhir.
4. Memiliki setidaknya minimal 1.000 *subscriber*.
5. Memiliki akun *Google AdSense* yang bisa ditautkan.
6. Jika telah memenuhi syarat di atas, selanjutnya adalah masuk ke *creator studio* dengan menggunakan saluran channel yang sudah dimiliki.
7. Masuk ke menu *channel* dan pilih ikon status fitur.
8. Cari fitur monetisasi dan klik aktifkan.



Seperti halnya diungkapkan oleh Ustadz Zulkifli :

<sup>12</sup> Jefferly Helianthusonfri, *Passive Income dari Google AdSense*, (Jakarta: PT.Elex Media, 2018), h. 1.

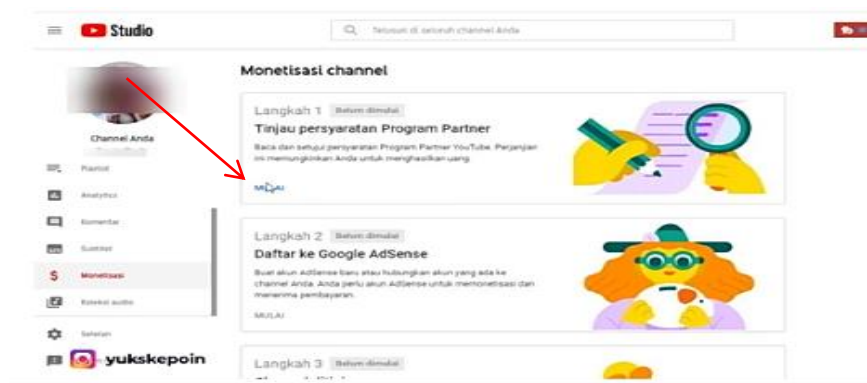
*Dalam proses penayangan iklan pada konten youtube maka youtuber tersebut harus memenuhi beberapa syarat yaitu sudah memiliki seribu pengikut dan empat ribu jam tayang dalam setahun.<sup>13</sup>*

Sama halnya yang diungkapkan oleh Jali Syah :

*Sebelum iklan ditampilkan pada konten youtube maka harus menotikasikan youtube dan memenuhi syarat agar iklan itu di tampilkan, yaitu harus punya subscriber sebanyak seribu dan viewers sebanyak empat ribu jam tayang dalam 12 bulan terakhir.<sup>14</sup>*

Jika semua langkah di atas telah dilakukan, selanjutnya adalah melakukan empat prosedur akhir untuk mengajukan monetisasi, yaitu sebagai berikut:

1. Masuk **Kreator Studio**, lalu masuk ke menu **Channel**
2. Di bagian **Monetasi**, klik tombol **Aktifkan**



<sup>13</sup> Zulkifli Rumkel, Wawancara, Ambon 5 Mei 2021, pukul 13:41 WIT

<sup>14</sup> Jali Syah Kabalmay, Wawancara, Ambon 29 April 2021, pukul 1:25 WIT.

3. Ikuti langkah-langkah pengajuan *Monetasi*. Baca dan pahami persyaratan yang disampaikan *Youtube*. Jika setuju, beri keterangan *Setuju*. Selanjutnya klik, **Setuju persyaratan**.



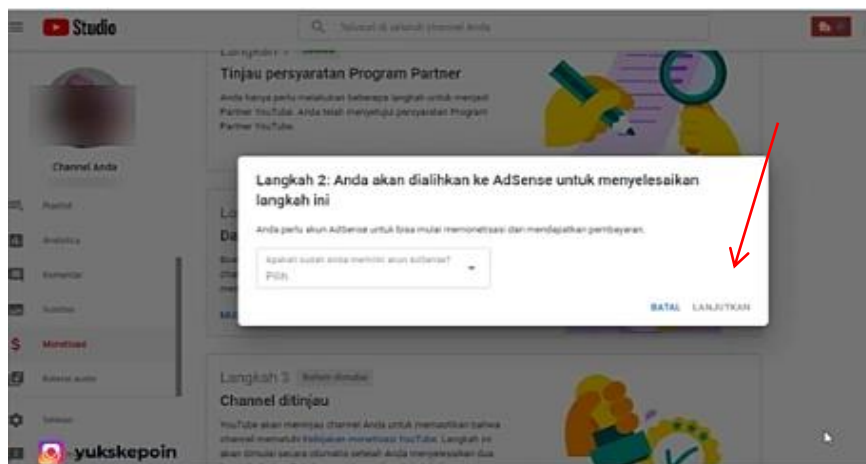
Setiap orang dapat mengirim pengajuan untuk bergabung dengan YPP, tetapi Anda harus memenuhi beberapa pedoman kami. Checklist ini dimaksudkan untuk memandu Anda melewati proses pengajuan.

- a. Pastikan channel Anda mengikuti kebijakan dan pedoman kami. Ketika mengajukan diri, Anda akan melewati proses peninjauan standar untuk melihat apakah channel Anda memenuhi kebijakan dan pedoman kami atau tidak. Hanya channel yang memenuhi kebijakan dan pedoman kami yang akan diterima dalam program ini. Kami juga akan terus memeriksa *channel* dalam program untuk melihat apakah channel tersebut terus memenuhi kebijakan dan pedoman kami atau tidak.
- b. Pastikan Anda hanya memiliki 1 akun *AdSense*. Setelah mengikuti program, Anda akan memerlukan akun *AdSense* untuk mendapatkan bayaran. Jika Anda sudah

memiliki akun *AdSense*, gunakan akun yang sudah disetujui. Anda dapat menautkan *channel* sebanyak mungkin ke satu akun *AdSense*. Jika Anda belum memiliki akun *AdSense*, Anda dapat membuatnya saat mendaftar di *Program Partner Youtube* (YPP).

- c. Pastikan Anda memiliki minimal 1.000 subscriber dan 4.000 jam waktu tonton publik. Saat kami menilai channel untuk mendapatkan akses ke *Program Partner Youtube*, kami membutuhkan konteks. Ketika Anda mencapai jumlah minimum ini, biasanya berarti Anda memiliki lebih banyak konten. Jumlah minimum membantu kami membuat keputusan yang lebih tepat terkait apakah channel Anda memenuhi kebijakan dan pedoman kami atau tidak.

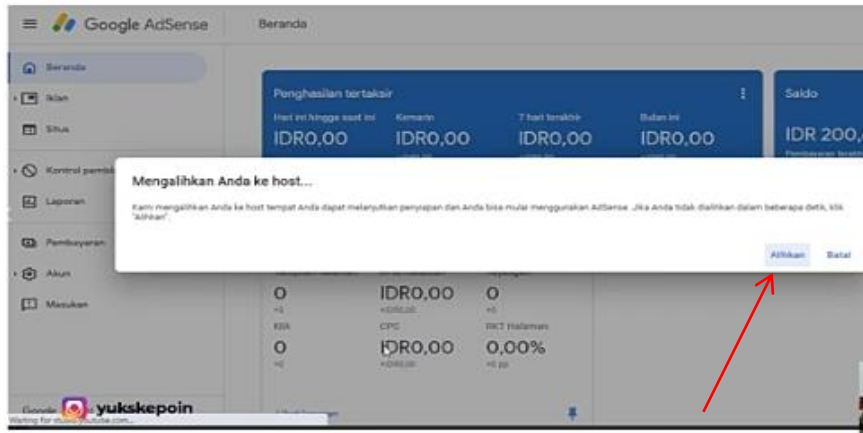
4. Lalu langkah selanjutnya, mengaitkan *Channel* dengan akun *Google AdSense*



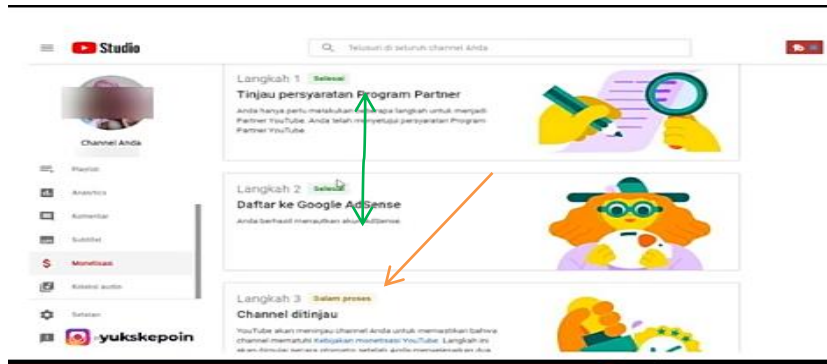
5. Selanjutnya, akan muncul perintah untuk menautkan saluran *Youtube* dengan akun *AdSense*. Tentukan bahasa yang dipakai pada video-video yang ada di *Channel Youtube*. Jika sudah, klik **Setujui Pengaitan**.



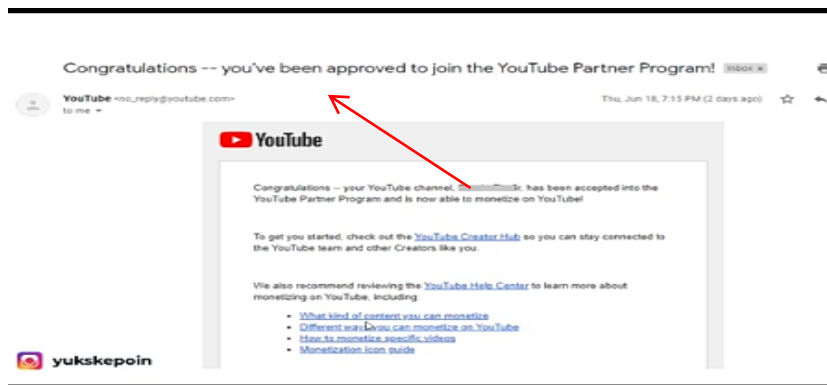
6. Sekarang Channel YouTube dan akun AdSense sudah terhubung



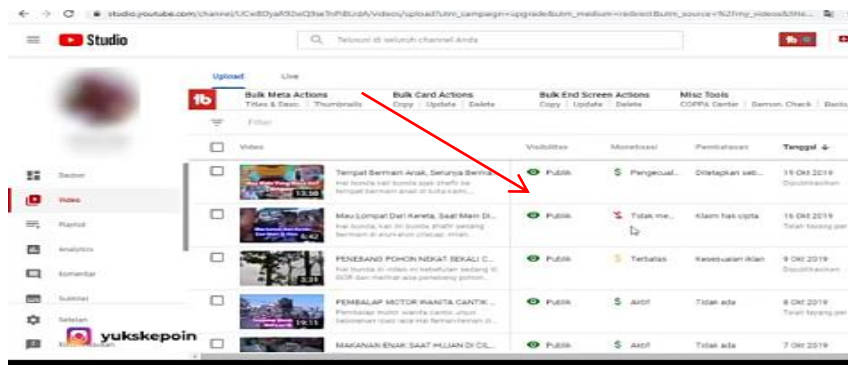
7. Selanjutnya adalah menunggu pemberitahuan yang akan di kirim ke e-mail yang digunakan untuk mendaftar pada sebelumnya.



8. Sekarang *Channel Youtube* dan akun *AdSense* sudah terhubung.



9. Pengajuan *Monetasi* akan *di-review* oleh *Youtube*. Nantinya, akan ada pemberitahuan *via e-mail* mengenai pengajuan diterima atau tidak. Lalu, cek video di bagian pengelola video jika monetisasi sudah aktif maka dollarnya berwarna hijau.



Bagi *youtuber* atau kreator muslim sendiri, ketika melakukan proses pengajuan monetisasi kepada pihak *youtube* seperti langkah-langkah di atas, membutuhkan waktu kurang lebih selama satu bulan untuk menunggu mendapatkan konfirmasi sebagai tanda telah disetujuinya *channel youtube* tersebut dari pihak *youtube partner*. Setelah resmi disetujui, *youtuber* bisa memasang iklan yang akan ditampilkan didalam video milik *youtuber* atau kreator muslim.

Yang perlu digaris-bawahi ketika hendak mengunggah video, tidak diperkenankan menggunakan lagu *backsound* yang memiliki hak cipta, karena jika menggunakan *backsound* lagu yang memiliki hak cipta maka video tersebut tidak dapat dimonetisasi sehingga mengakibatkan tidak mendapatkan penghasilan apapun. Untuk itu dianjurkan menggunakan *becksound* lagu no copyright agar tidak terkena pelanggaran hak cipta.

Untuk jenis atau isi iklan yang akan dipasang didalam konten video telah diunggah, kreator youtube tidak bisa memilih jenis iklan apa yang akan ditampilkan, hal ini sudah tertulis didalam isi kebijakan dan peraturan *Google AdSense* tersendiri.

*Google* secara otomatis menayangkan iklan yang ditargetkan ke konten dengan melakukan beberapa cara sebagai berikut.<sup>15</sup>

1. Penargetan kontekstual

Teknologi yang dipakai menggunakan sejumlah faktor seperti analisis kata kunci, frekuensi kata, ukuran font, dan struktur link web secara keseluruhan, untuk menentukan tema halaman dan kecocokan iklan *Google* dengan tepat ke masing-masing halaman.

2. Penargetan penetapan

Dengan penargetan penetapan, pengiklan memilih penempatan iklan tertentu, atau sebagian situs penayang, yang digunakan sebagai tempat menjalankan iklannya. Iklan yang bertarget penempatan mungkin tidak terlalu relevan dengan konten halaman, namun dipilih oleh pengiklan yang menemukan kecocokan antara minat pengguna dengan penawar.

3. Penargetan yang dipersonalisasi

Iklan hasil personalisasi memungkinkan pengiklan menjangkau pengguna berdasarkan minat, demografi dan kriteria lainnya.

Menurut sistem yang digunakan, pemasang iklan *Google AdSense* memiliki database iklan. Baik secara gambar, teks, maupun video yang akan ditampilkan di dalam isi konten. Iklan akan muncul secara otomatis ditempat yang telah dipasang

---

<sup>15</sup> <https://support.google.com/adsense/answer/9713>. Diakses pada tanggal 10 Mei 2021, pukul 15:30 WIT.



oleh kreator. Sistem *AdSense* mengklarifikasi iklan secara otomatis menggunakan teknologi robot. Teknologi yang digunakan sudah berupaya sebaik mungkin untuk memfilter beberapa iklan tertentu yang masuk dalam kategori iklan berisu sensitive untuk tayang secara bebas, namun pihak *AdSense* tidak menjamin bahwa semua iklan yang terkait berisu sensitif bisa meyeluruh faktor seperti kemampuan mengklarifikasikan iklan berdasarkan konten tertentu dan ketersediaan iklan *Google* yang relevan.<sup>16</sup>

Suhardin mengatakan :

*Dalam penayangan iklan pada konten vodeo bersifat umum dan tidak bisa dipastikan maka akan berpengaruh pada beberapa pihak atau sumber salah satunya adalah konten dakwah itu sendiri.*<sup>17</sup>

Ustadz zulkifli mengatakan :

*Setiap dalam penayangan iklan tidak ada jaminan agar iklan yang ditampilkan sesuai dengan keinginan atau target karna iklan bersifat umum dan bebas maka kita harus membuka pengaturan dalam aplikasi youtube agar menolak iklan-iklan tak sesuai dengan konten. contoh salah satu akun youtube yaitu Taqwa Squab, dengan subscribe 37,6 ribu, mereka tidak mendapatkan iklan karena mereka sengaja membuat pengaturan untuk menolak iklan. dengan alasan kembali pada tujuan dakwah itu sendiri.*<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup> [https://support.google.com/adsense/answer/10196?hl=id&ref\\_topic=1628432](https://support.google.com/adsense/answer/10196?hl=id&ref_topic=1628432). Diakses pada tanggal 10 Mei 2021, pukul 09:22 WIT.

<sup>17</sup> Suhardin S.Pd.I, Wawancara, Ambon 25 April 2021, pukul 17:26 WIT.

<sup>18</sup> Zulkifli Rumkel, Wawancara, Ambon 5 Mei 2021, pukul 13:41 WIT.

Senada dengan Jali Syah :

*Untuk iklan sendiri adalah salah satu yang menjanjikan penghasilan yang akan didapat, dan iklan ini banyak sekali terdapat pada video-video yang ada pada youtube mulai dari yang halal sampai yang haram dan orang banyak mendapatkan keuntungan dari iklan-iklan seperti itu. Namun iklan bersifat umum dan bebas maka sepatutnya untuk kreator muslim agar sebelum membukakan cela untuk ditampilkan iklan harus memfilter agar melindungi konten dari iklan-iklan yang bertentangan dengan dakwah itu sendiri.<sup>19</sup>*

Iklan *AdSense* yang dimaksud dalam kategori iklan berisu sensitif terdapat beberapa macam. Salah satunya adalah yang pertama, iklan yang menampilkan bagian tubuh wanita yang tersingkap secara signifikan. Biasanya iklan ini terdapat pada iklan vulgar. Yang kedua, iklan mengenai konten yang berisi perjudian, hal ini biasanya terdapat di dalam iklan game kasino atau judi online. Para pelaku yang memainkannya akan membuat sebuah taruhan, bisa demi barang yang bernilai seperti uang maupun hadiah. Yang ketiga, iklan tentang mempromosi prosedur perubahan bentuk tubuh manusia seperti penggunaan tatto pada kulit, pemasangan rambut palsu dan sebagainya.<sup>20</sup>

Jika pengguna melihat ada beberapa iklan yang tidak sesuai, pengguna bisa memakai opsi pusat peninjau iklan untuk perbaikan atau filterisasi (penyaringan). Cara ini memang tidak bisa menjamin secara penuh bahwa iklan tidak akan muncul

---

<sup>19</sup> Jali Syah Kabalmay, Wawancara, Ambon 29 April 2021, pukul 10:25 WIT.

<sup>20</sup> [https://support.google.com/adsense/answer/10196?hl=id&ref\\_topic=1628432](https://support.google.com/adsense/answer/10196?hl=id&ref_topic=1628432), Diakses pada tanggal 11 Mei 2021, Pukul 22:25 WIT.

lagi, namu hanya sebagai salah satu cara untuk mengurangi dan lebih mengantisipasi masalah iklan sensitif yang akan muncul.<sup>21</sup>

Ustadz Zulkifli mengatakan:

*Dalam hal penayangan iklan baik yang melakukan perjanjian maupun tidak akan ada muncul iklan-iklan yang tak diinginkan. Karna iklan bersifat umum dan bebas serta tidak ada jaminan dalam hal iklan maka seorang kreator muslim harus melakukan pengaturan pada aplikasi youtube itu sendiri agar menolak iklan-iklan seperti itu, walaupun tidak secara keseluruhan namun ada usaha untuk membatasi iklan-iklan yang seperti itu untuk ditampilkan.*<sup>22</sup>

Senada dengan Jali :

*Saya perna mengalami hal seperti ini yaitu saat nonton video ada muncul iklan yang bertolak belakang dengan dakwah itu sendiri, karna dalam penayangan iklan baik yang melakukan perjanjian maupun tidak akan ada saja iklan-iklan tersebut, namun kita sebagai kreator muslim suda menjadi hal yang wajib untuk memfilter atau mengarsirkan akun youtube dari iklan-iklan tersebut. Walaupun cara itu tidak secara menyeluh untuk menghalang iklan-iklan yang nanti akan ditampilkan namun kita sudah berusaha untuk melindungi konten yang kita sajikan yaitu konten dakwah itu sendiri.*<sup>23</sup>

Suhardin mengatakan :

*Saat menonton video dan muncul iklan-iklan seperti itu maka hal pertama yang dilakukan adalah diskip akan tetapi dalam hal ini ada iklan yang tidak*

---

<sup>21</sup>[https://support.google.com/adsense/answer/3016445?hl=id&ref\\_topic=23390](https://support.google.com/adsense/answer/3016445?hl=id&ref_topic=23390), Diakses pada tanggal 11 Mei 2021, Pukul 00:27 WIT.

<sup>22</sup> Zulkifli Rumkel S.H, wawancara, Ambon 5 Mei 2021, pukul 13:41 WIT.

<sup>23</sup> Jali Syah Kabalmay, Wawancara, Ambon 29 April 2021, pukul 10:25 WIT.

*bisa diskip maka sebelum dalam penayangan konten dan iklan haruslah menghadang atau menolak iklan-iklan tersebut, karna dalam hal ini hanya orang-orang yang pintar dalam hal IT untuk membuat pengaturan sendiri.namun sudah menjadi tugas kita sebagai da'i maka kita mengutamakan tujuan dakwah itu sendiri.*<sup>24</sup>

Dari apa yang diungkapkan oleh *youtuber* atau kreator muslim di atas dapat dilihat bahwa dalam mekanisme persetujuan aplikasi youtube terhadap konten dakwah yang disponsori iklan-iklan bernuansa mudharat yaitu yang pertama memberikan kemudahan pada *youtuber* atau kreator muslim dalam hal dakwah serta penonton, namun dalam hal iklan baik yang melakukan perjanjian maupun tidak iklan yang disajikan mengandung unsur ketidakjelasan yaitu iklan yang ditampilkan bersifat umum dan bebas serta berefek pada konten dakwah, walaupun ada cara dalam aplikasi youtube itu sendiri agar memfilter atau menghalangi serta menolak iklan-iklan tersebut, namun hal itupun tak menjamin secara keseluruhan.

### **C. Tinjauan hukum Islam terhadap konten dakwah yang disponsori iklan-iklan bernuansa *mudharat*.**

Kongsi, kemitraan atau kerjasama dalam bahasa Arab disebut dengan *musharakah* yang merupakan kesepakatan saling bekerja sama antara para pemodal untuk menghubungkan modal, melalui usaha bersama dan pengelolaan bersama dalam suatu hubungan kemitraan. Bagi hasil ditentukan sesuai dengan kesepakatan

---

<sup>24</sup> Suhardi S.Pd.I, Wawancara, Ambon 25 April 2021, pukul 17:26 WIT.

(biasanya ditentukan berdasarkan jumlah modal yang diberikan dan peran serta masing-masing pihak.<sup>25</sup>

Pada umumnya, kerjasama yang dilakukan adalah dengan menggabungkan modal berupa dana yang sama-sama dimiliki untuk dikelola secara kolektif yang kemudian keuntungan serta kerugiannya pun juga ditanggung secara kolektif pula. Namun pada fenomena yang terjadi antara *AdSense* dengan *youtuber* bukan dengan menggabungkan modal berupa dana, melainkan menggunakan asset yang dimiliki oleh masing-masing pihak.

Bila dilihat secara jelas, *AdSense* memiliki program untuk menyediakan layanan periklanan bagi para pengiklan yang bersedia menggunakan jasanya. Sedangkan dipihak *youtuber* mereka memiliki asset berupa akun *youtube* dengan klasifikasi minimal 1.000 *subscriber* dan dengan minimal 4.000 jam tayang pada konten yang mereka unggah di akunnya.

Dalam konteks di sini, pembuat konten dengan pihak program *AdSense* merupakan dua belah pihak yang berstatus sebagai ‘aqidain atau sebagai pihak yang sama-sama melakukan kontrak kerjasama dalam perkongsian periklanan. Sedangkan yang menjadi objek akad (ma’qud ‘alaih) di sini adalah iklan yang ditampilkan pada konten tersebut. Sehingga bila ditinjau dari dari kacamata rukun perkongsian (shirkah) maka bentuk skema usaha *Advertising* oleh *AdSense* dengan pembuat konten sudah mencukupi dari seluruh unsur rukun tersebut.

---

<sup>25</sup> Abdullah Saeed, *Bank Islam Dan Bunga*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), h. 106.

Sperti yang diungkapkan oleh, Prof. Dr. Laa jamaah.

*Menurut saya akad yang dilaksanakan oleh orang yang menyediakan konten dakwah dan konten iklan tersebut hukumnya boleh apabila dari kedua belah pihak sama-sama suka karna dasar dalam suatu kesepakatan yaitu keridhoan.<sup>26</sup>*

Senada dengan yang diungkapkan oleh Dr. moh, Rahanyamtel :

*Menurut saya dalam suatu kontrak kerjasama hal pertama yang harus dipenuhi yaitu kesedian kedua belah pihak atau sama-sama suka, serta memenuhi rukun dalam suatu kesepakatan tersebut maka hukumnya boleh.<sup>27</sup>*

Tindakan semacam ini bisa disebut dengan kongsi atau kerjasama pihak yang menyediakan layanan periklanan yang akan ditampilkan, yakni *AdSense* dan di sisi yang lainnya ada pihak yang bersedia menyediakan ruang iklan tersebut ditampilkan, yakni pemilik konten *youtube* atau *youtuber*.

Para pihak yang melakukan kerjasama disyaratkan memiliki kepantasan dalam melakukan transaksi yaitu berakal cerdas, dan baliqh.

- a. Masing-masing pihak yang berkongsi memiliki kewenangan melakukan tindak hukum atas nama perkongsian dengan izin pihak lain. Segala tindakan tersebut baik hasil maupun resikonya ditanggung bersama.
- b. Sistem pembagian keuntungan harus ditetapkan secara jelas baik dari segi presentase maupun periodenya.

---

<sup>26</sup> Prof. Dr. Laa Jamaah. M.H.I, wawancara, Ambon 26 April 2021, pukul 14:00 WIT.

<sup>27</sup> Dr. Muhammad Rahanjamtel, Wawancara, Ambon 7 Mei 2021, pukul 09:00 WIT.

- c. Sebelum melakukan pembagian, seluruh keuntungan merupakan keuntungan bersama. Tidak boleh sejumlah keuntungan tertentu yang dihasilkan salah satu pihak dipindah sebagai keuntungan sendiri.

Dalam Islam, praktik kongsi atau kerjasama disebut dengan *musharakah*, atau juga bisa disebut dengan *shirkah*.

“*shirkah* merupakan kata yang berasal dari kata *isytirak* yang berarti perkongsian, diartikan demikian, karena *shirkah* merupakan perkongsian dalam hak untuk menjalankan modal”.<sup>28</sup>

Skema yang dijalankan antara *AdSense* dengan pembuat konten, alias *youtuber* masuk dalam kategori *Shirkah al-abdan*, yaitu dua orang yang berserikat untuk menerima dan bertanggung jawab terhadap suatu pekerjaan, atas dasar upah yang diperoleh dibagi bersama sesuai kesepakatan. *Shirkah* ini boleh dilakukan menurut ulama’ Malikiya, Hanafiyah, Hanabilah, dan Zaidiyah karena tujuan akad ini adalah mendapatkan keuntungan.<sup>29</sup>

Meski modal yang dijalankan dalam skema *AdSense* bukanlah modal berupa uang namun sebuah asset yang dimiliki masing-masing pihak tentu bisa terbilang cukup untuk menjalankan bentuk kerjasama. Sebab bila merujuk pada Kompilasi Hukum Islam tentang skema *Shirkah* dalam Kompilasi Hukum Islam Syari’ah

---

<sup>28</sup> Harun, *Fiqh Muamalah*, (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017), h. 178.

<sup>29</sup> Rozalinda, *Fiqh Ekonomi Syari’ah: Prinsip dan Implementasinya pada Sektor Keuangan Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), h. 194.

(KHIS) pasal 20 didefinisikan sebagai kerja sama antara dua orang atau lebih dalam permodalan, ketrampilan, atau kepercayaan dalam suatu usaha tertentu dengan pembagian keuntungan berdasarkan nisbah yang disepakati oleh pihak-pihak yang berserikat.<sup>30</sup>

Kemudian, konsep keepakatanya adalah setelah mengajukan form monetisasi tersebut disetujui oleh pihak *AdSense*. Dari sini tentu akad yang dilakukan tidak secara langsung melainkan terpisah.

Dalam konteks skema *AdSense* ini, kedua belah pihak saling mempercayakan masing-masing tugas yang diberikan.

Dengan ketentuan yang sudah dibuat pada awal konsep kerjasama antara pembuat konten dengan *Google AdSense*. Pembuat konten, selaku pihak yang bersedia membuka ruang iklan yang akan ditampilkan oleh *AdSense* tentu akan mendapatkan komisi sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Komisi ini bisa didapatkan dari dua macam yaitu RPM (Revenue per Thousand Impression) dan biaya per- klik.

Dari sini, setiap konten yang sudah diunggah oleh pembuat konten akan terpasang iklan dengan peletakan yang berbeda-beda sesuai dengan kehendak pembuat konten iklan. Setelah konten tersebut terpasang pada konten yang diunggahnya, maka setiap pengunjung atau penonton yang melihat isi konten di

---

<sup>30</sup> Pusat Pengkajian Hukum Islam Dan Masyarakat Madani, Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (Jakarta: Kencana Prenada Group, 2009), h. 21.



*youtube* yang diunggah oleh pembuat konten tersebut akan dapat melihat iklan yang dipasang.

Prof. Dr. Laa Jamaah mengatakan:

*Apabila dalam sebuah kerjasama yang dilakukan oleh youtuber dengan AdSense serta dalam akad tidak dijelaskan jenis iklan yang akan ditampilkan maka orang yang memasang iklan tersebut berdosa, namun dalam akad sudah dijelaskan atau terperinci jenis iklan yang akan ditampilkan namun youtuber tetap menerima kerjasama tersebut maka ia berdosa atau nilai dakwah itu berkurang serta akan menjadi makru karena ia mencampur-adukan yang hak dan yang batil.<sup>31</sup>*

Senada dengan yang diungkapkan oleh: Dr. Moh rahanjamtel:

*Apabilah sebuah kontrak kerjasama sudah dijelaskan iklan-iklan yang akan disajikan tetapi pemilik konten dakwah tersebut menerima maka hukumnya makru mendekati haram dengan alasan tidak boleh seseorang mencampur baurkan yang hak dan yang batil.<sup>32</sup>*

Akan tetapi iklan-iklan yang tidak seharusnya ditayangkan karena mengandung unsur-unsur yang mengarah pada pornografi, judi, tiktokan vulgar, dan lain sebagainya, tentu hal ini bukanlah wewenang dari pembuat konten dakwah untuk memilih iklan mana yang akan ditampilkan atau tidak, maka dari itu tentu perlu adanya tindakan yang preventif dari pembuat konten untuk mampu memperhatikan

---

<sup>31</sup> Prof. Dr. Laa Jamaah. M.H.I, wawancara, Ambon 26 April 2021, pukul 14:00 WIT.

<sup>32</sup> Dr. Muhammad Rahanjamtel, Wawancara, Ambon 7 Mei 2021, pukul 09:00 WIT.

iklan-iklan mana saja yang seharusnya diperbolehkan di dalam konten yang diunggahnya.

Tentu konten iklan yang ditampilkan seharusnya dapat diperinci spesifikasinya. Dengan begitu iklan-iklan yang megandung unsur-unsur yang dilarang dalam Islam dapat terhindarkan. Sebagai contoh apabila iklan-iklan tersebut berkaitan dengan hal-hal yang mengarah pada perjudian, bisnis spekulasi atau bahkan mengandung unsur-unsur pornografi.

Ketidakjelasan macam ini dalam Islam disebut dengan *Gharar*, meski akan yang dilakukan telah disepakati, namun terdapat hal yang tidak jelas pada objek pekerjaan yang seharusnya dilakukan. Maka akan memberikan dampak bagi salah satu pihak. Dan *Gharar* semacam ketidakjelasan dalam spesifikasi penampilan iklan tentu akan membawa dampak mudharat bagi salah satu pihak. Dalam suatu kaidah fiqih dinyatakan

“tidaklah diperbolehkan untuk membahayakan atau mengundang bahaya”

Dari pemaparan di atas maka dari kerjasama yang dilaksanakan oleh pemilik konten dakwah dan konten iklan hukumnya boleh apabila kesediaan kedua belah pihak dalam melakukan kerjasama serta keridhoan tidak ada kata paksaan, namun dalam kerjasama apabila tidak dijelaskan iklan yang akan disajikan dalam akad maka pemilik konten dakwah boleh dimaafkan namun dalam akad dijelaskan iklan secara

terperinci dan diketahui oleh *youtuber* tersebut tetapi ia melanjutkan akad maka hukumnya makru mendekati haram.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari beberapa pemaparan penelitian yang sudah penulis lakukan di bab sebelumnya. Maka penulis berkesimpulan sebagai berikut:

1. Pemasangan iklan pada laman pembuat konten dakwah tentu merupakan skema yang dalam Islam masuk kategori *shirkah*, hal ini mampu memberikan keuntungan yang prospektif antara kedua belah pihak yang melakukan sebuah kerjasama, namun dalam kerjasama yang dilakukan ada muncul ketidakjelasan pada objek pekerjaan yaitu pemasangan iklan bersifat umum dan bebas.
2. Praktik yang dilakukan antara pembuat konten untuk menyediakan ruang iklan yang ditampilkan oleh *AdSense* adalah tindakan yang masih belum sesuai dengan prinsi-prinsip syari'ah. Sebab masih adanya hal yang mengandung unsur *gharar* pada spesifikasi pemilihan iklan yang akan dipasang atau ditayangkan di dalam konten video. Serta dalam kontrak kerjasama yang dilakukan untuk pemasangan iklan pada laman video dakwah tidak dijelaskan iklan yang ditampilkakan maka kerjasama antara *youtuber* dan *youtube partner program* hukumnya mubah atau boleh. Namun sebaliknya sebelum melakukan kerjasama dan sudah dijelaskan iklan apa saja yang akan ditayangkan maka hukumnya makru.

## **B. Saran**

Adapun saran-saran yang dapat diberikan melalui penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dalam pemasangan iklan selama tidak mengandung unsur-unsur yang mengarah pada hal-hal yang tidak diperbolehkan maka sah-sah saja. Tetapi dalam pemasangan tersebut, pembuat konten dakwah tidak memiliki wewenang untuk memilih iklan mana yang boleh ditampilkan, maka perlu diperhatikan kembali bagaimana tindakan yang harus dilakukan oleh pembuat konten dakwah.
2. Untuk penyedia iklan seperti *AdSense* seharusnya mampu memberikan spesifikasi yang ditunjukkan kepada pembuat konten dakwah yang bekerjasama dengannya agar pembuat konten dakwah mampu lebih selektif memilih iklan yang diinginkannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Acep Aripudin, 2011, *Pengembangan Metode Dakwah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ali Ahmad Al-Nadwi, 1994, *Al-Qawaid al-Fiqhiyyah* Damaskus; Dār al-Qalam.
- Ali Zainuddin, 2013 *Hukum Islam*, Cet. IV; Jakarta: Sinar Grafika.
- Ali Daud Muhammad, 2007, *Hukum Islam, Pengantar Ilmu Hukum Dan Tata Hukum Islam Di Indonesia*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Aflaha Umi, 2017, *Kaos Hadis Sebagai Media Dakwah dan Komunikasi Alternatif*, *INJECT: Interdisciplinay Journal Of Comunicatioan*, Vol.2, No.2.
- Ahmad Amrullah, 1996, *Dimensi Hukum Islam Dalam Sistem Hukum Nasional*, Jakarta: Gema Insani Press
- Arifin Anwar, 2011, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Asdani Kindarto, 2018, *Belajar Sendiri YouTube*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo,
- Aziz Moh Ali, 2016, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Prenadamedia Group.
- Burhan Bungin, 2001, *Imaji Media Massa*, Yogyakarta: Jendela.
- Deny Setyawan, 2016, *Rahasia Mendapat Dollar dari YouTube*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

- Dahlan Azis Abdul, El Al, 2001, *Ensiklopedia Hukum Islam*, Jilid II Cet. V; Jakarta: Ichtiar Baru Van Hoeven
- Departemen Agama RI, 2007, *Al-Qur'an Mushaf dan Terjemahnya*, Bandung, PT Syaamil Cipta Media.
- Departemen Pendidikan Nasional, 2001, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi III Cet I; Jakarta: Balai Pustaka.
- Eva Arifin, 2010, *Teknik Konseling Di Media Massa*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- H. Abdullah, 2018, *Ilmu Dakwah: Kajian Ontology, Epistemology, Aksiologi Dan Aplikasi Dakwah*, Depok, Rajawali Pers.
- Hayati Umi, 2017 *Nilai-Nilai Dakwah Aktivitas Ibadah Dan Perilaku Sosial INJECT: Interdisciplinay Journal Of Communicatioan*, Vol.2, No.2.
- Ilaihi Wahyu, 2010, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Khallaf Wahhab Abdul, 1993, *Ilmu Ushul Al-Fiqh*, Diterjemahkan Oleh Noer Iskandar Al-Barsany dan Moh. Tolchan Mansoer Dengan Judul, *Kaidah-Kaidah Hukum Islam*, Cet. III; PT Raja Grafindo Persada
- M. Arifin, 1991, *Psikologi Dakwah: Suatu Pengantar Studi* Jakarta: Bumi Aksara.
- Renny Supriyatni, 2011, *Pengantar Hukum Islam Dasar-Dasar Dan Aktualisasinya Dalam Hukum Positif*, Bandung: widya Padjadjaran.
- Samsul Munir Amin, 2009, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Sinar Grafika Offset
- Saputra Wahidin, 2012, *Pengantar Ilmu Dakwah*, Jakarta: Rajawali.
- Suparta Munzier, 2011, *Metode Dakwah*, Jakarta: Kencana.
- Sudarsono, 1999, *Kamus Hukum*, Edisi Baru, Jakarta: PT. Rineka Cipta.



Surianor, *Efektivitas Komunikasi Dakwah Melalui Radio Jurnal Ilmu Dakwah*,

Vol.14, No.27.

Syamsudin, 2016, *Pengantar Sosiologi Dakwah*, Jakarta: Kencana.

Upardin, *Materi Hukum Islam*, 2011, Cet. I; Makassar: Alauddin University Press.

<http://Skripsi.jumiantoWalisongo.Ac.Id/6414/2/Bab2.Pdf>, diakses pada tanggal 06 januari 2021, pukul 14:50 WIT

[http://Skripsi.YogiRidhoFirdaus.com/DakwahMelaluiKontenVideoCeramahDalamMediaYoutube\) pdf](http://Skripsi.YogiRidhoFirdaus.com/DakwahMelaluiKontenVideoCeramahDalamMediaYoutube.pdf), diakses pada tanggal 06 januari 2021, pukul 22:30 WIT.

[http://Skripsi.SitiRosidah.com/TinjauanHukumIslamTerhadapAkadPenghasilanDalamSistemMonetasiYoutube\) pdf](http://Skripsi.SitiRosidah.com/TinjauanHukumIslamTerhadapAkadPenghasilanDalamSistemMonetasiYoutube.pdf), diakses pada tanggal 08 februari 2021, pukul 19:00 WIT.

<https://drummerfan.wordpress.com/2010/03/25/perbedaan-mekanisme-proses-tinjauan-analisis-dan-evaluasi/> diakses tgl 06-02-2021, pukul 22:04 WIT.

## LAMPIRAN WAWANCARA



Wawancara dengan akademisi: Bapak Prof. Dr. La Jamaa M.H.I



Wawancara dengan MUI : Bapak Dr. Moh. Rahanjamtel



Wawancara dengan youtuber : Jali Syah Kabalmay



Wawancara dengan youtuber : Ustad Zulkifli Rumkel. S.H



**KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) AMBON  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jl. Dr. H. Tarmizi Taher Kebun Cengkeh Batu Merah Atas- Ambon 97128  
813 Fax. (0911) 344315 E-mail: [iain\\_ambon07@yahoo.com](mailto:iain_ambon07@yahoo.com)

Nomor : B- 171/In.09/2/2.a/TL.00/04/2021  
Lamp : 1 (satu) Eksamplar  
Perihal : Izin Penelitian

Ambon, 22 April 2021

Kepada Yth :

**Tokoh Agama Islam di Kota Ambon**

Di  
Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, disampaikan bahwa mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ambon:

Nama : Mega Wati Letsoin  
NIM : 170101029  
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah  
Semester : VIII ( Delapan )

Dalam waktu dekat akan menyelesaikan penulisan skripsi sebagai syarat memperoleh gelar sarjana dengan judul:

**Tinjauan Hukum Islam Terhadap Konten Dakwah yang Disponsori Iklan-Iklan Bernuansa Mudharat (Studi Kasus pada Aplikasi Youtube)**

Sehubungan dengan hal tersebut, maka kami memohon kepada Bapak, kiranya dapat mengizinkan mahasiswa yang bersangkutan untuk mengadakan penelitian/wawancara dan bapak sebagai salah satu informan dari tanggal 23 April 2021 s/d tanggal 23 Mei 2021.

Demikian, atas kerja sama yang baik, kami sampaikan terima kasih.

Wassalam,

An. Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik

Dr. Nasaruddin Umar, M.H  
NIP. 198009232009011011

Tembusan, disampaikan kepada Yth :

1. Mahasiswa
2. Arsip



**KEMENTERIAN AGAMA RI**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) AMBON**  
**FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jl. Dr. H. Tarmizi Taher Kebun Cengkeh Batu Merah Atas- Ambon 97128  
813 Fax. (0911) 344315 E-mail: [iain\\_ambon07@yahoo.com](mailto:iain_ambon07@yahoo.com)

Nomor : B- 172/In.09/2/2.a/TL.00/04/2021  
Lamp : 1 (satu) Eksamplar  
Perihal : Izin Penelitian

Ambon, 22 April 2021

Kepada Yth :

**Tokoh Penceramah di Kota Ambon**

Di

Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, disampaikan bahwa mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ambon:

Nama : Mega Wati Letsoin  
NIM : 170101029  
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah  
Semester : VIII ( Delapan )

Dalam waktu dekat akan menyelesaikan penulisan skripsi sebagai syarat memperoleh gelar sarjana dengan judul:

**Tinjauan Hukum Islam Terhadap Konten Dakwah yang Disponsori Iklan-Iklan Bernuansa Mudharat (Studi Kasus pada Aplikasi Youtube)**

Sehubungan dengan hal tersebut, maka kami memohon kepada Bapak, kiranya dapat mengizinkan mahasiswa yang bersangkutan untuk mengadakan penelitian/wawancara dan bapak sebagai salah satu informan dari tanggal 23 April 2021 s/d tanggal 23 Mei 2021.

Demikian, atas kerja sama yang baik, kami sampaikan terima kasih.

Wassalam,

An. Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik



Dr. Nasaruddin Umar, M.H  
NIP. 198009232009011011

Tembusan, disampaikan kepada Yth :

1. Mahasiswa
2. Arsip



SURAT KETERANGAN BUKTI WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, dengan surat ini menerangkan bahwa dari surat Institut Agama Negeri (IAIN) Ambon pada tanggal 23 April 2021 Nomor B- 171/In.09/2/2.a/TL.00/04/2021. Bahwa :

**Nama** : Megawati Letsoin

**Nim** : 170101029

**Prodi/Fakultas** : Hukum Ekonomi Syariah

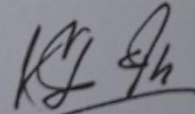
**Judul Skripsi** : Tinjauan Hukum Islam Terhadap Konten Dakwah Yang Disponsori iklan-iklan Bernuansa Mudharat (Studi Kasus Pada Aplikasi Youtube)

Telah selesai melakukan kegiatan wawancara/penelitian dengan saya, waktu penelitian sejak tanggal 23 April s/d tanggal 23 Mei 2021.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sesuai kepentingannya.

Ambon, 7 Mei 2021

Akademisi IAIN Ambon



Prof. Dr. Laa Jamaa, M. H. I

## SURAT KETERANGAN BUKTI WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, dengan surat ini menerangkan bahwa dari surat Institut Agama Negeri (IAIN) Ambon pada tanggal 23 April 2021 Nomor B- 171/ln.09/2/2.a/TL.00/04/2021. Bahwa :

**Nama** : Megawati Letsoin

**Nim** : 170101029

**Prodi/Fakultas** : Hukum Ekonomi Syariah

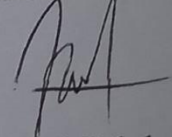
**Judul Skripsi** : Tinjauan Hukum Islam Terhadap Konten Dakwah Yang Disponsori iklan-iklan Bernuansa Mudharat (Studi Kasus Pada Aplikasi Youtube)

Telah selesai melakukan kegiatan wawancara/penelitian dengan saya, waktu penelitian sejak tanggal 23 April s/d tanggal 23 Mei 2021.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sesuai kepentingannya.

Ambon, 29 Mei 2021

Kreator Muslim



Jali Syah Kabalmay

## SURAT KETERANGAN BUKTI WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, dengan surat ini menerangkan bahwa dari surat Institut Agama Negeri (IAIN) Ambon pada tanggal 23 April 2021 Nomor B- 171/ln.09/2/2.a/TL.00/04/2021. Bahwa :

**Nama : Megawati Letsoin**

**Nim : 170101029**

**Prodi/Fakultas : Hukum Ekonomi Syariah**

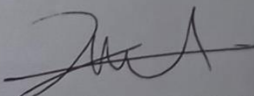
**Judul Skripsi : Tinjauan Hukum Islam Terhadap Konten Dakwah Yang Disponsori iklan-iklan Bernuansa Mudharat (Studi Kasus Pada Aplikasi Youtube)**

Telah selesai melakukan kegiatan wawancara/penelitian dengan saya, waktu penelitian sejak tanggal 23 April s/d tanggal 23 Mei 2021.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sesuai kepentingannya.

Ambon, 5 Mei 2021

Kreator Muslim

  
Zulkifli Rumkel. S. H