

SKRIPSI

**ANALISIS KONTEN YOUTUBER DITINJAU DARI
ETIKA BISNIS ISLAM**
(Studi Kasus *YouTuber* di Banda Aceh)



Disusun Oleh:

RAFIQAH NURHALIZA
NIM: 150602180

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2019 M / 1440 H**

SKRIPSI

ANALISIS KONTEN YOUTUBER DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus *YouTuber* di Banda Aceh)



Disusun Oleh:

**RAFIQAH NURHALIZA
NIM: 150602180**

**جامعة الرانيري
AR - RANIRY**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2019 M / 1440 H**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Rafiqah Nurhaliza
NIM : 150602180
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 5 Juli 2019

Yang Menyatakan



Rafiqah Nurhaliza

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**ANALISIS KONTEN *YOUTUBER* DIINJAU DARI ETIKA BISNIS
ISLAM (Studi Kasus *YouTuber* di Banda Aceh)**

Disusun Oleh:

Rafiqah Nurhaliza
NIM: 150602180

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah
memenuhi syarat penyelesaian studi pada
Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I



Muhammad Arifin, Ph.D
NIP: 19741015 200604 1 002

Pembimbing II



Cut Elfida, S.H.I., MA
NIDN: 20012128901

Mengetahui,
Ketua Prodi,



Dr. Nilam Sari, M.Ag.
NIP: 19710317 200801 2 007

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Analisi Konten *YouTuber* Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus *YouTuber* di Banda Aceh)

Rafiqah Nurhaliza

NIM: 150602180

Telah Disidangkan Oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam bidang Ekonomi Syariah

Pada Hari/Tanggal : Selasa, 16 Juli 2019
21 Dzulqa'idah 1440 sH

Banda Aceh
Tim Penilai Seminar Hasil Skripsi

Ketua

Sekretaris

Muhammad Arifin, Ph.D
NIP: 19741015 200604 1 002

Cut Elifida, S.H.I., MA
NIDN: 2012128901

Penguji I

Penguji II

Fakhrurrazi, SE., MM
NIP: 19760525201312 1 002

Abrar Amri, SE., M.Si
NIDN: 0122078601

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Dr. Zaki Fuad, M. Ag.
NIP: 19640314 199203 1 003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN
Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Rafiqah Nurhaliza
NIM : 150602180
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail : rafiqahnurhaliza13@gmail.com

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

☐ Tugas Akhir ☐ KKKU ☐ Skripsi (tulis jenis karya ilmiah)

Yang berjudul:

Analisi Konten *YouTuber* Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus *YouTuber* di Banda Aceh)

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut. UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

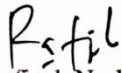
Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 20 Juli 2019

Mengetahui

Penulis

Pembimbing I

Pembimbing II


Rafiqah Nurhaliza
NIM: 150602180


Muhammad Arifin, Ph.D
NIP: 19741015 200604 1 002


Cut Elfida, S.H.I., MA
NIDN: 2012128901

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan alam Nabi Besar Muhammad SAW, keluarga dan para sahabatnya. Akhirnya, peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Analisis Penghasilan *YouTuber* Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus *YouTuber* di Banda Aceh)”

Suatu kebahagiaan bagi Peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun penyusunan skripsi ini untuk memenuhi sebagian tugas dan syarat guna untuk memperoleh gelar sarjana dalam Program Studi Ekonomi Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Penyusun skripsi dapat terselesaikan karena adanya bimbingan, dukungan, partisipasi dan arahan semua pihak. Ucapan peneliti yang tak terhingga kepada:

1. Dr. Zaki Fuad Chalil, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Nilam Sari, M.Ag dan Cut Dian Fitri, SE, Ak., M.si selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah.
3. Muhammad Arifin, M.Ag., Ph.D dan Hafidhah, SE., M.Si., Ak, CA selaku ketua Laboratorium dan Dosen Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Muhammad Arifin, M.Ag Ph.D selaku dosen pembimbing I, dan Cut Elfida, S.HI.,MA, Selaku dosen pembimbing II, yang telah

meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing peneliti selama pengerjaan skripsi berlangsung, terima kasih peneliti sebesar-besarnya yang tak terhingga atas wawasan dan ilmu pengetahuan yang diberikannya kepada peneliti sangat luar biasa merupakan bekal dan modal yang sangat berharga bagi peneliti.

5. Dr. Zaki Fuad Chalil, M.Ag selaku Penasehat Akademik (PA) yang selalu memberi dukungan dan motivasi dalam meraih ilmu yang berkah dan bermanfaat. Terima kasih sebesar-besarnya yang tak terhingga atas segala ilmu dan waktu yang diluangkan untuk menyalurkan ilmu kepada peneliti, beserta seluruh Dosen Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Ar-raniry, yang namanya tidak dapat Peneliti sebutkan satu persatu, terima kasih atas bimbingannya selama ini sehingga membentuk Peneliti menjadi seorang sarjana Ekonomi Syariah, insya Allah akan bermanfaat bagi orang sekitar dan menjadi pencerahan ilmu dalam menghadapi krisis global.
6. Persembahan teristimewa teruntuk Ayanda tercinta Azhari H. Ibrahim, dan untuk Ibunda tersayang Nur'aini dan Asmarani, Selaku orang tua yang sangat peneliti cintai dan banggakan, yang selama ini rela berkorban demi sibuah hati untuk menggapai kesuksesan. Rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada Papa Almarhum H. Hasan Basri yang semasa hidupnya selalu peneliti untuk mencari ilmu setinggi-tingginya dan tiada kenal lelah untuk selalu mencurahkan doa-doa terindah dan memotivasi peneliti dalam memberikan dukungan yang sebesar-besarnya agar menjadi seorang pribadi yang bermanfaat bagi orang lain. Peneliti sangat beruntung, bahagia dan bersyukur bisa memiliki orang tua seperti mereka. Terima kasih papa jasamu sangat luar biasa. Untuk adikku tersayang Siti Putri

Nazira, yang senantiasa memberi motivasi dan memberi support kepada peneliti dalam segala situasi dan kondisi.

7. Kakak leting terbaik kak Radhita Phonna dan kak Ita Mulyana yang sudah bersedia mengajari dan membantu peneliti agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu dan terima kasih kepada Yudi Reza Putra yang telah memberikan dukungan kepada peneliti dan kepada Desi Malinda telah banyak membantu serta kepada sahabat-sahabat lainnya yang tidak bisa peneliti sebutkan satu-satu.

Peneliti menyadari dalam penulisan dan penelitian skripsi ini sangat banyak kesalahan dan kekeliruan. Peneliti mengharapkan kritika dan saran dari berbagai pihak yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga Allah senantiasa melimpahkan rahmat, keberkahan dan karunia-Nya kepada kita semua, Aamiin Ya Rabbal 'Alamin.

Banda Aceh, 5 Juli 2019

Penulis

Rafiqah Nurhaliza

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	Gh
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sh	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

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

b. Vokal Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
َ ي	<i>Fatḥah</i> dan ya	Ai
َ و	<i>Fatḥah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haula*

3. *Maddah*

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
اَ ي	<i>Fatḥah</i> dan <i>alif</i> atau ya	Ā
اِ ي	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
اُ ي	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَقُولُ : *yaqūlu*

4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

- a. *Ta marbutah* (ة) hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fatḥah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

- b. *Ta marbutah* (ة) mati

Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta

bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-aṭfāl/ rauḍatul aṭfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/*
al-Madīnatul Munawwarah

طَلْحَةُ : *Ṭalḥah*

**Catatan:
Modifikasi**

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr, Beirut, bukan Bayrut dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama : Rafiqah Nurhaliza
NIM : 150602180
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul : Analisis Penghasilan *YouTuber* Ditinjau Dari
Etika Bisnis Islam (Studi Kasus *YouTuber* di
Banda Aceh)
TebPembimbing I : Muhammad Arifin, M.Ag., Ph.D
Pembimbing II : Cut Elfida, S.HI.,MA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *YouTuber* memperoleh penghasilan dari *YouTube* dan bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap penghasilan *YouTuber*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melakukan wawancara dengan *YouTuber* yang sudah berpenghasilan dari *YouTube*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa cara *YouTuber* untuk memperoleh penghasilan dari *YouTube* harus memenuhi ketentuan dan kebijakan dari *YouTube* serta menampilkan konten yang menarik untuk ditonton, semakin banyak yang menonton maka semakin banyak penghasilan yang diterima oleh *YouTuber*. Dalam mencari penghasilan *YouTuber* sudah memenuhi prinsip etika bisnis Islam dengan tidak menayangkan konten yang tidak baik serta tidak menampilkan konten *reupload*. *YouTube* pula sudah memenuhi prinsip etika bisnis Islam dengan memberikan penghasilan tepat waktu.

Kata Kunci: *Penghasilan, YouTube, YouTuber, Prinsip Etika Bisnis Islam.*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL KEASLIAN	
HALAMAN JUDUL KEASLIAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN TRANSLITERASI	x
ABSTRAK	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR ISTILAH	xx
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Pembahasan	9
 BAB II LANDASAN TEORI.....	 11
2.1 Konsep Etika Bisnis Islam.....	11
2.1.1 Definisi Etika Bisnis Islam.....	12

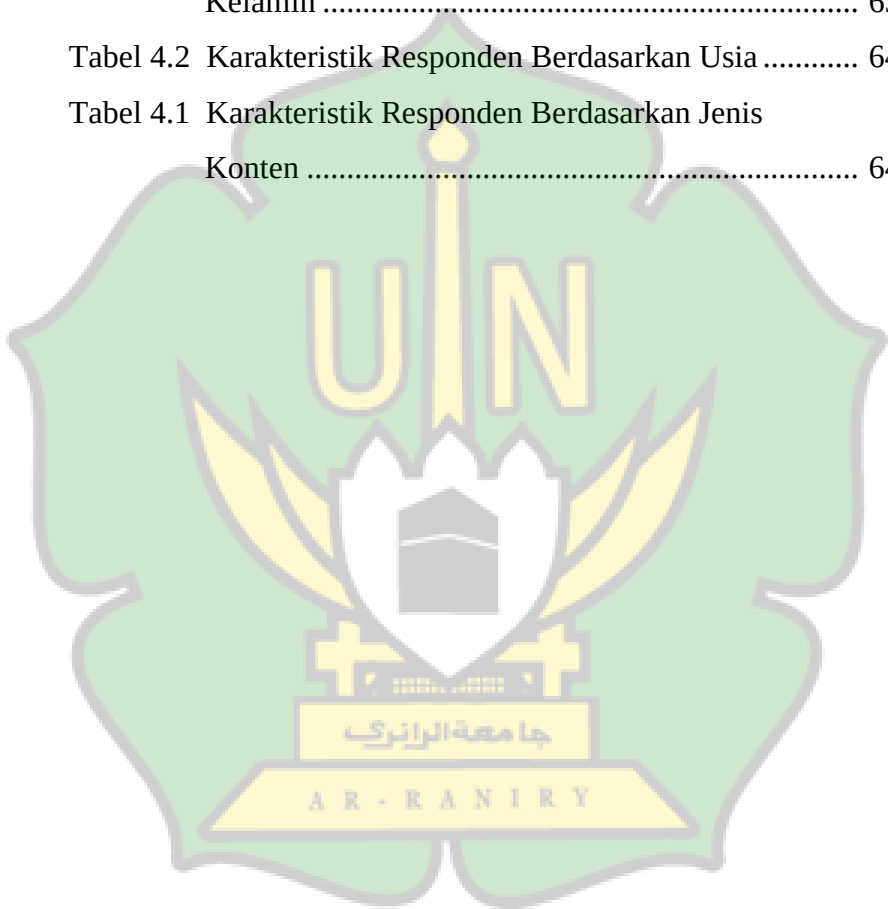
2.1.2 Prinsip Etika Bisnis Islam	13
2.1.3 Tujuan Bisnis Islam.....	21
2.1.4 Etika Profesi Sebagai <i>YouTuber</i>	23
2.2 <i>YouTube</i>	24
2.2.1 Profesi <i>YouTuber</i>	25
2.2.2 Perkembangan <i>YouTube</i> di Indonesia	25
2.3 <i>YouTuber</i>	29
2.3.1 Pengertian <i>YouTuber</i>	29
2.3.2 <i>Google AdSense</i>	30
2.4 Kajian Kepustakaan.....	33
2.5 Kerangka Penelitian.....	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	45
3.1 Metode Penelitian.....	45
3.1.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	45
3.1.2 Lokasi Penelitian	46
3.1.3 Sumber Data	46
3.1.4 Informan Penelitian	47
3.1.5 Teknik Pengumpulan Data	48
3.1.6 Metode Analisis Data	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Gambaran Umum <i>YouTube</i>	51
4.1.1 Sejarah Singkat <i>YouTube</i>	51
4.1.2 Misi <i>YouTube</i>	54
4.1.3 Kebijakan dan Keamanan <i>YouTube</i>	55

4.2	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	60
4.2.1	Karakteristik Responden	63
4.3	Deskripsi Penghasilan <i>YouTuber</i>	65
4.4	Penghasilan <i>YouTuber</i> Ditinjau dari Etika Bisnis Islam ...	76
BAB V Penutup.....		101
5.1	Kesimpulan.....	101
5.2	Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA		104
LAMPIRAN		109



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kajian Kepustakaan.....	34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Konten	64



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>YouTube</i>	24
Gambar 2.2 Skema Kerangka Penelitian.....	42



DAFTAR ISTILAH

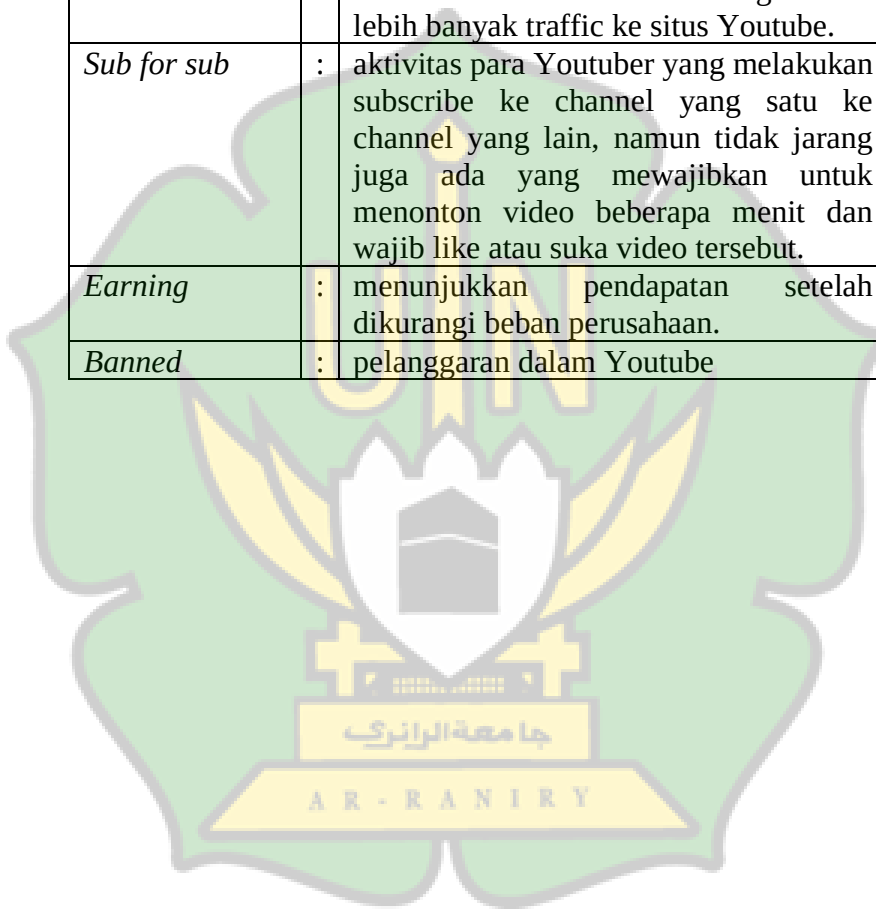
<i>Stakeholders</i>	:	suatu masyarakat, kelompok, komunitas ataupun individu manusia yang memiliki hubungan dan kepentingan terhadap suatu organisasi atau perusahaan.
<i>Advertising</i>	:	usaha yang bergerak di bidang periklanan dan tidak akan pernah lepas dari ide, karena untuk membuat iklan membutuhkan ide yang bagus dan kreatif.
<i>Subscriber</i>	:	kata lain dari pelanggan, atau pengikut, yaitu penonton yang cenderung untuk berinteraksi dengan sebuah channel, dan meononton video pada sebuah channel dengan rutin.
<i>Youtuber</i>	:	creator video di Youtube.
<i>Viewer</i>	:	penonton pada Youtube
<i>Passionpreneur</i>	:	seseorang yang berkarya, berinovasi, berbisnis, dan mengembangkan karir berdasarkan passion atau apa yang dicintainya, dan menghasilkan pendapatan dari komersialisasi passionnya itu.
<i>Channel</i>	:	brand/nama saluran yang berisi konten video di Youtube
<i>Angel Investor</i>	:	disebut malaikat investor, yaitu individu kaya raya yang memberikan modal untuk perusahaan rintisan atau sedang bertumbuh, biasanya dengan imbalan obligasi konversi atau ekuitas kepemilikan.
<i>Monetisasi (monotize)</i>	:	mengelola suatu blog atau website yang semula hanya sebagai ajang

		mengunggah video dan berekspresi menjadi media untuk mencari uang.
<i>Konten kreator</i>	:	sebuah profesi untuk membuat suatu konten, baik berupa tulisan, gambar, video, suara, ataupun gabungan dari dua atau lebih materi.
<i>Cyberbullying</i>	:	intimidasi dunia maya atau penindasan di dunia maya, atau segala bentuk kekerasan yang dialami anak atau remaja dandilakukan teman seusia mereka melalui dunia maya atau internet.
<i>Spam</i>	:	penggunaan perangkat elektronik untuk mengirimkan pesan secara bertubi-tubi tanpa dikehendaki oleh penerimanya.
<i>Googling</i>	:	sebuah aktivitas yang dilakukan orang untuk mencari data atau apapun menggunakan Google
<i>Cost Per Mille (CPM)</i>	:	juga disebut biaya, atau pengukuran yang biasa digunakan dalam iklan.
<i>Live Streaming</i>	:	istilah yang mengacu pada konten yang disiarkan langsung melalui media internet
<i>Reaction</i>	:	klip dari seseorang pada sesuatu yang lain. Umumnya video reaction memperlihatkan reaksi.
<i>Copyright</i>	:	suatu karya atau konten yang dimiliki oleh pembuat secara eksklusif atau bisa dibilang secara legal, copyright bisa juga disebut Hak Cipta berupa karya
<i>Royalty</i>	:	sejumlah uang yang merupakan hak ekonomi pencipta atau pemegang hak cipta yang dibayarkan, atau uang jasa yang dibayarkan oleh Youtuber kepada Youtuber pemilik video asli untuk setiap video yang di ambil untuk diunggah pada Youtube.

<i>Good standing</i>	:	perubahan pada reputasi akun menjadi lebih baik
<i>Free Royalty</i>	:	hak kekayaan intelektual lainnya dapat digunakan tanpa perlu membayar royalti atau biaya lisensi untuk setiap penggunaan.
<i>Google Adsense</i>	:	program kerja sama periklanan melalui media internet yang diselenggarakan oleh Google
<i>Vlogging</i>	:	merupakan suatu bentuk kegiatan blogging dengan menggunakan medium video di atas penggunaan teks atau audio, atau disebut video blog.
<i>Simplifikasi</i>	:	penyederhanaan
<i>Website</i>	:	halaman informasi yang disediakan melalui jalur internet sehingga bisa diakses di seluruh dunia selama terkoneksi dengan jaringan internet
<i>Upload</i>	:	sering disebut unggah, atau suatu cara untuk mengirimkan file dari komputer pribadi ke sebuah sistem server dan file atau data akan di publikasikan di internet.
<i>Reupload</i>	:	video yang didapatkan dari download dari Youtube, atau dari sumber internet kemudian diolah lalu diupload kembali ke Youtube. Video milik orang lain yang diambil baik dengan izin dan tanpa izin dari pemilik aslinya.
<i>Thumbnail</i>	:	video memungkinkan penonton untuk melihat gambaran singkat tentang video anda selagi mereka melihat-lihat video di Youtube.
<i>Affiliasi</i>	:	Salah satu cara mengembangkan bisnis dengan cara memanfaatkan sosialisasi yang secara terarah dilakukan oleh

		individu, badan usaha atau organisasi dan kedua belah pihak akan mendapatkan keuntungan seperti yang sudah disepakati bersama.
<i>Banner</i>	:	Hal pertama di profil yang dilihat oleh penonton.
<i>Pay Per Click (PPC)</i>	:	bayar per klik, yaitu sebuah metode kerja sama periklanan di internet yang berarti pemilik situs akan dibayar atas setiap klik dari pengunjung situs pada link iklan yang terpasang di situs web atau blog miliknya.
<i>Publisher</i>	:	penerbit iklan di website/blog, atau seorang yang bersedia mempromosikan suatu produk atau jasa dari pemilik produk yang telah bekerja sama dengan suatu layanan online yang disebut advertiser.
<i>HTML 5</i>	:	sebuah teknologi inti dari internet
<i>PayPal</i>	:	sistem pembayaran secara elektronik yang menggantikan transaksi konvensional berupa cek dan transfer uang
<i>Partner program</i>	:	membantu Youtuber meningkatkan pendapatan dan pelanggan (<i>subscriber</i>)
<i>Sequoia capital</i>	:	merupakan sebuah firma kapital bersama dan telah mendanai perusahaan besar salah satunya Apple
<i>National Broadcasting Company (NBC)</i>	:	jaringan televisi Amerika Serikat
<i>Multichannel network (MCN)</i>	:	penyedia layanan pihak ketiga yang berafiliasi dengan beberapa channel Youtube untuk menawarkan layanan seperti pengembangan penonton, pemrograman konten, kolaborasi kreator,

		pengelolaan hak digital, monetisasi, dan/atau penjualan.
<i>Gaming</i>	:	konten yang berisi Game
<i>Backsound</i>	:	suara latar pada video Youtube.
<i>Tools</i>	:	untuk meningkatkan waktu menonton, menarik subscribers dan mengarahkan lebih banyak traffic ke situs Youtube.
<i>Sub for sub</i>	:	aktivitas para Youtuber yang melakukan subscribe ke channel yang satu ke channel yang lain, namun tidak jarang juga ada yang mewajibkan untuk menonton video beberapa menit dan wajib like atau suka video tersebut.
<i>Earning</i>	:	menunjukkan pendapatan setelah dikurangi beban perusahaan.
<i>Banned</i>	:	pelanggaran dalam Youtube



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman menuntut perubahan di segala aspek kehidupan, pesatnya kemajuan teknologi dan informasi tidak bisa dipungkiri. Inovasi-inovasi baru terus dilahirkan guna mempermudah pekerjaan manusia. Dalam bidang teknologi dan informasi ditandai dengan adanya jaringan internet yang saat ini telah tersebar ke seluruh penjuru dunia. Internet adalah jaringan komunikasi global yang terbuka dengan menghubungkan ribuan jaringan komputer, melalui sambungan telepon umum maupun pribadi. Banyak informasi yang kita terima dalam dunia internet, bahkan kejadian apapun yang sedang populer saat ini bisa dinikmati langsung hanya dengan membaca atau menonton di internet lewat komputer maupun *gadget*. Pengguna internet dari hari ke hari semakin meningkat, bahkan internet kini dimanfaatkan sebagai media dalam dunia bisnis.

Bisnis di era modern mengalami perkembangan yang signifikan mulai dari media yang digunakan dalam berbisnis maupun sesuatu yang diperdagangkan. Dahulu bisnis hanya dilakukan secara tatap muka, akan tetapi saat ini mulai muncul bisnis dengan media di dunia maya yang disebut bisnis internet (*online*). Semakin maju bisnis internet, maka semakin banyak hal

yang bisa kita ketahui hanya dengan duduk di depan komputer maupun *gadget*.

Mesin pencari internet paling populer di *web* adalah *Google* yang berbasis di Amerika Serikat. Setidaknya ada dua ratus juta permintaan pencarian setiap hari melalui situsnya. *Google* mengajari kita untuk mencari kesempatan. Bisnis bisa dibangun dalam kebutuhan untuk menyaring: situs perdagangan yang menemukan barang dagangan terbaik, situs berita yang membaca sehingga kita tidak perlu melakukannya, dan layanan hiburan yang mengumpulkan opini-opini kritis masyarakat kolektif. Internet menghapuskan kelangkaan dan menciptakan kelimpahan kesempatan (Jarvis, 2009:57).

Sementara salah satu contoh bisnis di internet yang gratis adalah program *afiliasi* pada *Google Adsense*. Program ini merupakan program *adversiting* yang dilakukan oleh *Google* yang bekerjasama dengan para pemilik *YouTube* di mana iklan dari *Google* dapat ditampilkan dalam bentuk *banner*. Di dalam program ini, seseorang terafiliasi dengan *Google* di dalam program *Google Adsense* dapat berpenghasilan dengan gaji dollar sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh perusahaan *google*. *Google Adsense* adalah program *afiliasi* untuk bisnis internet yang sangat populer di dunia *online* saat ini. Semua orang bisa berpartisipasi menjadi pengiklan bagi *Google* dengan syarat mudah dan cepat, cukup dengan menempatkan iklan-iklan *Google* di situs mereka. Dengan metode komisi *Pay Per Click* (PPC), *Google* memberikan metode

penghasilan uang jauh lebih sederhana dan sangat mudah. Berbeda dengan *affiliasi* lainnya, yang mengharuskan *publisher* menjual sesuatu baru mendapatkan komisi.

Google Adsense telah membawa revolusi baru dalam bisnis internet, program ini telah menghasilkan jutawan *online* tanpa harus mencari investor-investor besar seperti yang biasa dilakukan perusahaan-perusahaan *dot.com* (Asyar, 2009: 3). Keberhasilan dalam berbisnis *online* ini sangat bergantung pada peranan iklan atau promosi dalam memperkenalkan produk yang akan dijual dan dipasarkan, dahulu iklan atau promosi dalam bentuk tulisan atau gambar yang muncul di halaman muka situs-situs *website*, namun sekarang telah berubah ke dalam bentuk iklan video, salah satunya dengan memanfaatkan fasilitas video *sharing YouTube*, hal tersebut seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan perangkatnya seperti gadget.

YouTube merupakan sebuah *web video sharing* yang mana pengguna bisa mengupload, menonton, dan berbagi video kepada pengguna lainnya. *YouTube* tidak hanya dapat dimanfaatkan untuk mencari hiburan, mencari informasi maupun pengetahuan, tetapi juga dapat sebagai media bisnis untuk menghasilkan uang. Individu atau sekelompok orang yang aktif bekerja dengan mengunggah video produksi mereka di *YouTube* disebut *Youtuber* (Fathianto, 2016). *Youtuber* bekerja sama dengan *Google Adsense* yang merupakan program *advertising* untuk mendapatkan penghasilan dengan cara menampilkan iklan dari *Google* ke dalam

video-video mereka. *Google Adsense* memberikan metode penghasilan uang jauh lebih sederhana dan sangat mudah. *Google Adsense* telah membawa perubahan baru dalam bisnis internet, membuka peluang kerja yang cukup besar dalam program ini telah menghasilkan jutawan secara *online* tanpa harus mencari investor-investor besar seperti yang biasa dilakukan perusahaan-perusahaan (Rusdianto, 2010:25).

Banyak orang yang sukses bekerja menjadi *YouTuber* dan mereka mampu menghasilkan ribuan dolar bahkan ratusan ribu dolar per bulan dari *YouTube*, salah satunya adalah *PewDiePie* (nama asli: Felix Arvid Ulf Kjellberg). Perkiraan pendapatan *PewDiePie* dari *channel YouTube*-nya mencapai 15 juta dolar AS per tahun, lebih besar dari tahun lalu sebesar 12 juta dolar AS atau sekitar 159 miliar rupiah (Putra, 2015). Jumlah *subscriber* (pelanggan), penonton, dan tayangan iklan memiliki pengaruh sangat besar terhadap penghasilan seorang *YouTuber*. Tidak hanya keuntungan finansial yang didapatkan, tetapi juga popularitas. Hal tersebut bisa terjadi karena *YouTube* berbasis internet yang tidak memiliki batas waktu dan wilayah, sehingga hasil karya yang berupa video dapat dilihat diseluruh dunia. Semakin bertambah terkenal *YouTuber* tersebut maka semakin banyak pula pekerjaan yang dapat *YouTuber* lakukan seperti halnya menjadi selebritis, penulis, pembicara yang tentunya akan menambah lagi penghasilan.

Penghasilan yang dihasilkan melalui *YouTube*, kini masyarakat mulai tertarik untuk menjadi seorang *YouTuber*. *YouTuber*, baik individu, kelompok, komunitas, hingga perusahaan besar, memproduksi video-video uniknya sendiri, khusus untuk ditampilkan di *YouTube*, dan sebagian dari mereka berhasil meraih kesuksesan dan menjadikan *YouTube* sebagai sumber mata pencaharian. Dengan membuat video sesuai *passion* mereka, *YouTube* membantu mereka menjadi *passionpreneur* (Dahlan, 2015:48). Namun untuk menjadi mitra tidak sembarangan mengupload video, tentu ada berbagai kebijakan yang ditetapkan, jika melanggar akun tersebut dapat dihentikan.

Mencari penghasilan dengan menggunakan media sosial berupa *YouTube* juga merupakan salah satu bentuk muamalah. Prinsip-prinsip muamalah yang telah diatur dalam hukum Islam tertuang dan terangkum dalam kaidah dan prinsip-prinsip dasar fikih muamalah. Kaidah paling dasar dan paling utama yang menjadi landasan kegiatan muamalah adalah kaidah yang sangat terkenal dan disepakati oleh empat mazhab:

الأَصْلُ فِي الْأَشْيَاءِ إِلَّا بِأَحَدٍ حَتَّى يَدُلَّ الدَّلِيلُ عَلَى التَّحْرِيمِ

Artinya: “*Hukum asal dari sesuatu (muamalah) adalah mubah sampai ada dalil yang melarangnya (memakruhkannya atau mengharamkannya)*”

Berdasarkan pemaparan di atas, prinsip ini menjadi kesepakatan di kalangan ulama. Prinsip ini memberikan kebebasan yang sangat luas kepada manusia untuk mengembangkan model muamalah. Namun demikian, kebebasan ini bukan kebebasan yang tanpa batas, akan tetapi kebebasan yang terbatas oleh aturan syara' yang telah ditetapkan dalam Al-Quran, Al-Sunnah dan ijtihad ulama. Kebebasan dalam bermuamalah jangan sampai menimbulkan kezaliman, terjerumus ke dalam praktik ribawi, gharar, maisir, dan tindakan-tindakan lain yang dapat merugikan para pihak yang terlibat dalam transaksi muamalah (Mustofa, 2016:32).

Salah satu tindakan yang dapat merugikan pihak lain dalam memanfaatkan *YouTube* untuk memperoleh penghasilan adalah seperti melakukan pembajakan terhadap hak cipta. Di Indonesia termasuk ke dalam salah satu negara tingkat pembajakan terjadi terutama pada produk atau hak cipta cukup tinggi. Pembajakan terjadi terutama pada produk-produk yang mudah dibajak seperti DVD, VCD, perangkat lunak, dan lain-lain. Karena biaya untuk membajak produk-produk tersebut lebih kecil dan lebih mudah dibandingkan dengan produk aslinya. Selain itu, peminat produk-produk itu juga banyak. Sehingga ini memberikan kesempatan yang menguntungkan bagi para pembajak. Dalam melakukan transaksi ekonomi dalam fikih muamalah adanya aturan-aturan yang harus diperhatikan, sebagaimana yang terdapat dalam Al-Quran Surah A-Baqarah ayat 188:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ

أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: *“Dan janganlah sebagian kamu memakan harta sebagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang batil, dan (janganlah) kamu menyuap dengan harta itu kepada para hakim, dengan maksud supaya kamu dapat memakan sebagian harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui.”*

Ayat di atas melarang seorang muslim untuk memakan harta orang lain dengan jalan yang batil seperti menipu, mencuri, memalsukan, dan sebagainya. Sedangkan pembajakan bisa disamakan dengan perbuatan memalsukan. Perbuatan pembajakan tersebut tentu merugikan pemilik hak cipta dan menimbulkan kerugian materi dan non-materi. Kerugian materi tentu saja berupa tidak maksimalnya keuntungan yang diperoleh. Karena kerugian tersebut, Islam melarang untuk melakukan pembajakan terhadap hak cipta orang lain. Karena itu sama saja dengan memakan harta orang lain dengan jalan yang batil (Ramdan, 2013: 105).

Mengambil keuntungan dari hasil jerih payah orang lain secara ilegal dengan mengopi atau perbuatan lainnya, lalu dikomersilkan oleh pelaku bukan hanya merugikan secara materiel, tetapi juga akan berefek pada semakin mundurnya perkembangan baik itu teknologi maupun seni, dan budaya yang diciptakan oleh para pencipta karena tidak mengembangkan lagi penemuannya.

Berdasarkan pemikiran tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan kajian lebih lanjut dengan judul “**Analisis Penghasilan *YouTuber* Ditinjau dari Etika Bisnis Islam**”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, penulis mengambil permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah *YouTuber* memperoleh penghasilan dari *YouTube*?
2. Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap penghasilan *YouTuber*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana *YouTuber* memperoleh penghasilan dari *YouTube*
2. Untuk mengetahui bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap penghasilan *YouTuber*

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini diharapkan untuk:

1. Bagi penulis, penelitian ini bermanfaat dalam menambah ilmu pengetahuan, dan persyaratan tugas akhir.

2. Bagi pembaca, dapat dijadikan sebagai referensi bacaan untuk meneliti topik yang serupa serta dapat menambah wawasan.
3. Bagi akademisi, bermanfaat untuk menambah pengetahuan khususnya di bidang bisnis digital, sekaligus menjadi referensi ilmiah.
4. Bagi masyarakat umum, dapat mengetahui bahwa mencari penghasilan bisa dengan berbagai cara tidak harus menjadi seorang karyawan namun terpenting tetap mengedepankan etika bisnis Islam.

1.5 Sistematika Penulisan

Skripsi ini dalam penulisannya akan dibagi menjadi 5 (lima) bab, dan masing-masing bab akan dibagi lagi menjadi sub-sub bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

yang berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

yang berisi tentang teori yang relevan dengan topik yang akan dibahas diantaranya yaitu konsep etika bisnis Islam, prinsip etika bisnis Islam, dan tujuan bisnis Islam. Selanjutnya membahas tentang temuan

penelitian terkait atau yang mendekati dengan tema penelitian, dan kerangka penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

yang memuat tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, sumber data, Informan Penelitian, teknik pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

yang berisi tentang gambaran umum *YouTube* yaitu sejarah singkat *YouTube*, Misi *YouTube*, Kebijakan dan Keamanan *YouTube*, Gambaran Umum Lokasi Penelitian, Karakteristik Responden dan Hasil Analisis Penelitian.

BAB V PENUTUP

yang memuat tentang kesimpulan uraian atau penjelasan beserta saran.