

**SKRIPSI**

**KONTEN KREATIF *YOUTUBE* SEBAGAI SUMBER  
PENGHASILAN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM  
(Studi Kasus *YouTuber* Lampung)**

Oleh :  
**DESNAWATI**  
**NPM. 1804041037**



**Program Studi Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1443H/2022 M**

**KONTEN KREATIF *YOUTUBE* SEBAGAI SUMBER PENGHASILAN  
DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM  
(Studi Kasus *YouTuber* Lampung)**

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi ( S.E.)**

Oleh :  
**DESNAWATI**  
**1804041037**

**Pembimbing : Nizaruddin, S.Ag.,M.H.**

**Program Studi Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGRI (IAIN) METRO  
1443H/ 2022 M**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan. Ki. Hajar Dewantara 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax. (0725) 47296

---

NOTA DINAS

Nomor : -  
Lampiran : 1 (satu) berkas  
Perihal : **Pengajuan Permohonan untuk Dimunaqosyah**

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro  
Di-

Tempat

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Setelah membaca dan mengadakan bimbingan serta perbaikan  
seperlunya, maka skripsi penelitian yang disusun oleh :

Nama : DESNAWATI  
NPM : 1804041037  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : KONTEN KREATIF *YOUTUBE* SEBAGAI SUMBER  
PENGHASILAN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM  
(Studi Kasus *YouTuber* Lampung)

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islma Institut Agama Islam Negeri Metro untuk dimunaqosyahkan.  
Demikian harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Metro, April 2022  
Dosen Pembimbing

Nizaruddin, S.Ag., MH  
NIP. 197403021999031001

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Proposal : KONTEN KREATIF *YOUTUBE* SEBAGAI SUMBER  
PENGHASILAN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS  
ISLAM (Studi Kasus Youtuber Lampung)

Nama : Desnawati

NPM : 1804041037

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)

## MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis Islam Institut Islam Negeri Metro.

Metro, April 2022  
Dosen Pembimbing



**Nizaruddin, S.Ag., MH**  
NIP. 197403021999031001



**KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15A Ringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metro.univ.ac.id E-mail: iainmetro@metro.univ.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**

No: B-2005 / 10-20-3 / D / PP-00-9 / 06 / 2022

Skripsi dengan Judul: KONTEN KREATIF *YOUTUBE* SEBAGAI SUMBER PENGHASILAN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus *YouTuber* Lampung), disusun oleh : Desnawati, NPM: 1804041037, Jurusan: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Jum'at/03 Juni 2022

**TIM PENGUJI MUNAQOSYAH:**

Ketua/Moderator : Nizaruddin, S.Ag., M.H

Penguji I : Hermanita, M.M

Penguji II : Dharma Setyawan, M.A

Sekretaris : Yudhistira Ardana M.E.K



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



## ABSTRAK

# KONTEN KREATIF *YOUTUBE* SEBAGAI SUMBER PENGHASILAN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus *YouTuber* Lampung)

Oleh:  
**DESNAWATI**  
**NPM. 1804041037**

*YouTube* merupakan media situs berbagi atau *media sharing*. Situs ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, dan berbagi video, saat ini *YouTube* telah memiliki lebih dari satu milyar pengguna yang merupakan hampir sepertiga semua pengguna internet. Dunia kreatifitas di Indonesia sekarang semakin berkembang, terutama berkembangnya kreatifitas dalam membuat konten-konten pada *YouTube*. *YouTube* juga bukan hanya sebuah situs saja, melainkan dengan *YouTube*, seseorang dapat menghasilkan uang.

Berdasarkan latar belakang diatas maka yang menjadi fokus penelitian ini adalah bagaimana konten kreatif *YouTube* sebagai sumber penghasilan ditinjau dari etika bisnis Islam. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui tentang Konten Kreatif *YouTube* Sebagai Sumber Penghasilan Ditinjau dari Etika Bisnis Islam. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan ini dilakukan dengan meneliti secara langsung permasalahan yang ada di lapangan agar mendapatkan hasil yang di inginkan secara maksimal. Yang dimaksud dalam penelitian lapangan yaitu 3 orang para *YouTuber* yang berasal dari Lampung. Untuk memperoleh data-data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara (*interview*) dan dokumentasi. Adapun sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer meliputi 3 orang *YouTuber* yang berasal dari Lampung dan sumber data sekunder meliputi karya ilmiah, jurnal, buku, dan dokumen-dokumen lainnya yang berkaitan dengan judul yang akan diteliti.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan maka penulis menyimpulkan bahwa konten kreatif *YouTube* sebagai sumber penghasilan ditinjau dari Etika Bisnis Islam yang para *YouTuber* berasal dari Lampung ada yang sesuai dan ada yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam dan pada 5 prinsip etika bisnis Islam ada yang selaras dan ada yang tidak. Hal ini dikarenakan melihat dari konten kreatif yang dijadikan acuan sebagai sumber penghasilan.

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Desnawati  
NPM : 1804041037  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 21 April 2022  
Yang menyatakan,



**Desnawati**  
NPM. 1804041037

## MOTTO

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ  
لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

**Artinya:** "Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan. karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh nyata bagimu" (Al-Baqarah : 168)<sup>1</sup>

“Saya selalu senang dan tenang, karena 2 hal;

Pertama, ajalku sudah Allah tentukan

Kedua, rezekiku telah Allah tetapkan”

(*Ibnu Qayyim Al Jauziyyah*)

---

<sup>1</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: PT Kumudasmoro Grafindo, 1994), 41



## **PERSEMBAHAN**

Dengan memohon ridho Allah SWT, di bawah naungan dan hidayah-Nya serta dengan cinta dan kasih sayang, tugas akhir ini penulis persembahkan kepada:

1. Teruntuk kedua orang tuaku, Ayahanda Sidi Pranoto, S.Pd. dan Ibunda Irawati yang senantiasa menemani, mendampingi dengan do'a, selalu memberikan motivasi, semangat, dan mendukung disetiap langkahku sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini.
2. Untuk Kakaku Ade Septiawati, S.Pd. yang selalu membantu, memberi semangat, dan telah mendoakan saya dalam menyelesaikan penelitian agar dapat wisuda tepat waktu dan dengan nilai yang baik.
3. Para sahabat dan teman-teman Desnaw semuanya, yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu namanya, terimakasih atas doa, serta dukungan yang telah di berikan kepada saya dalam menyelesaikan penelitian ini.
4. Rekan-rekan Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2018 yang selalu ada, dan menjadi mitra di perkuliahan dalam menempuh pendidikan S1.
5. Almamater tercinta IAIN Metro Lampung.

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillahirobbil'alamin Puji Syukur kehadiran Allah SWT, atas taufik dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul Konten Kreatif *YouTube* Sebagai Sumber Penghasilan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus *YouTuber* Lampung). Skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan S1 Ekonomi Syariah (ESy) IAIN Metro guna memperoleh gelar sarjana ekonomi (S.E). Tak lupa pula kita kirim shalawat serta salam kepada junjungan Nabiullah Muhammad SAW. Nabi yang menjadi panutan bagi kita semua.

Dalam upaya penyelesaian skripsi, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih atas bantuan yang telah menyediakan waktu dan bimbingannya yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memotivasi peneliti kepada :

1. Ibu Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag.PIA selaku Rektor IAIN Metro.
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dharma Setyawan, MA, selaku ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Bapak Nizaruddin, S.Ag.,M.H selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dalam mengarahkan yang sangat berharga kepada peneliti.
5. Serta seluruh staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Dengan demikian kritik dan saran sangat diharapkan bagi peneliti guna sebagai perbaikan skripsi ini, semoga hasil penelitian yang ditulis dalam bentuk skripsi ini akan bermanfaat bagi semua pihak dan kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Ekonomi Syari' ah.

Metro, 21 April 2022  
Peneliti,



**Desnawati**  
NPM. 1804041037

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
D. Penelitian Relevan .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>14</b>
A. Konten Kreatif YouTube .....	14
1. Pengertian Konten Kreatif .....	14
2. Definisi <i>YouTube</i> .....	15
3. Definisi <i>YouTuber</i> .....	17
B. Sumber Penghasilan.....	22
C. Etika Bisnis Islam .....	28
1. Pengertian Etika Bisnis Islam .....	28
2. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam.....	31
3. Prinsip - Prinsip Dasar Etika Bisnis Islam.....	33

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
A. Jenis dan Sifat Penelitian .....	40
B. Sumber Data.....	41
C. Teknik Pengumpulan Data.....	43
D. Teknis Analisis Data .....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>47</b>
A. Profil <i>YouTuber</i> Lampung .....	47
1. Agil Setia Wulandari (Agil SWD).....	47
2. Khoirul Anwar (Khana TV).....	49
3. Syaiful Amri (Amerigo Project) .....	51
B. Mekanisme Membuat Konten Kreatif <i>YouTuber</i> .....	53
C. Mekanisme Sumber Penghasilan ( <i>Monetisasi</i> ) <i>YouTuber</i> .....	62
D. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Konten Kreatif <i>YouTuber</i> Sebagai Sumber Penghasilan .....	66
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>75</b>
A. Kesimpulan .....	75
B. Saran .....	77

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN - LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1. Daftar Nama dan Penghasilan YouTuber Lampung .....	2

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
1. Tampilan <i>YouTuber</i> Agil <i>Social Blade</i> .....	46
2. Tampilan <i>YouTuber</i> Khoirul Anwar di <i>Social Blade</i> .....	48
3. Tampilan <i>YouTuber</i> Syaiful Amri di <i>Social Blade</i> .....	50
4. Estimasi Pendapatan <i>YouTuber</i> Khoirul Anwar .....	62
5. Estimasi Pendapatan <i>YouTuber</i> Syaiful Amri .....	64

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Surat Keterangan Bimbingan Skripsi
2. Surat Izin Prasurey
3. Alat Pengumpul Data
4. Surat Keterangan Lulus Plagiasi
5. Surat Research
6. Surat Tugas
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Formulir Konsultasi Bimbingan
9. Foto Dokumentasi
10. Riwayat Hidup



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan suatu proses yang terjadi dalam kehidupan semua manusia sehari-hari antar individu dengan individu yang lainnya, sampai dengan menggunakan media yang dikenal dengan komunikasi massa. Media sosial bisa diakses kapan saja dan dimanapun dan memiliki sumber tanpa batas dan membuat posisinya lebih mendominasi. Misalnya, media televisi yang menyampaikan audio-visual mulai bersaing dengan kehadiran yaitu *YouTube*. Banyak masyarakat terutama anak-anak milenial maupun anak yang usianya masih dini sudah lebih banyak menghabiskan waktu hingga berjam-jam hanya untuk menonton media sosial salah satunya *YouTube*, alasannya dikarenakan konten dalam media *YouTube* yang ingin mereka tonton dapat dicari semuanya tanpa batasan dibandingkan media televisi.

Riset terbaru mengungkapkan bahwa *YouTube* menjadi media sosial yang paling digemari di Indonesia dibandingkan *platform* lain. *YouTube* unggul atas *WhatsApp*, *Instagram*, *Facebook*, hingga *Twitter*. Menurut riset agensi marketing *We Are Social* dan perusahaan aplikasi manajemen medsos *Hootsuite*, *YouTube* menjadi medsos yang paling banyak digunakan dalam sebulan. *YouTube* digunakan oleh 93,8% dari total keseluruhan pengguna internet Indonesia.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Bill Clinton, "Pengguna Medsos di Indonesia Habiskan 25 Jam Per Bulan untuk Nonton YouTube," dalam *www.kompas.com* di unduh pada 09 Agustus 2021.

Dilihat dari gaya hidup masyarakat khususnya bagi anak milenial saat ini pekerjaan zaman sekarang kian lama semakin pesat, kecanggihan teknologi dan informasi sudah menyebar di berbagai bidang kehidupan manusia dan memasuki industri kreatif dan inovatif. Lalu, industri kreatif yang dijadikan bisnis berskala dunia dan sangat digemari di Indonesia yaitu *YouTube*.

*YouTube* merupakan media situs berbagi atau *media sharing*. Situs ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, dan berbagi video, saat ini *YouTube* telah memiliki lebih dari satu milyar pengguna yang merupakan hampir sepertiga semua pengguna internet. *YouTube* juga bukan hanya sebuah situs saja, melainkan dengan *YouTube*, seseorang dapat menghasilkan uang. Dengan perkembangannya yang pesat ini, makin banyak orang membuat akun *YouTube* untuk dijadikan bisnis sebagai sumber penghasilan bagi mereka seorang para *Youtuber*.

Tabel dibawah ini saya sajikan daftar beberapa *Youtuber* yang berasal dari Lampung.<sup>2</sup>

Tabel 1  
Daftar Nama dan Penghasilan Youtuber Lampung

No	Nama Channel Youtuber	Rata-rata Penghasilan/Bulan	Grade	Subcriber
1.	Ibaf Fabi	\$501-\$8K	B	2,5 M
2.	Khana TV (Muhammad Irul)	\$14-\$225	B-	335K
3.	Agil SWD	\$30-\$487	B	22,7K
4.	Amerigo Project (Saiful)	\$25-\$406	B	526K
5.	Teman Solder (Taufik Hidayat)	\$3 - \$47	C+	1,59K

<sup>2</sup> <https://socialblade.com> , diunduh pada 13 Oktober 2021, Pukul 12.04 WIB

Tabel diatas memaparkan mengenai daftar nama *YouTuber* yang berada di Lampung terkait Konten Kreatif *YouTuber* Sebagai Sumber Penghasilan yang dilihat dari Pandangan Etika Bisnis Islam, bahwasannya para *YouTuber* Lampung kebanyakan berasal dari kalangan anak muda atau anak milenial. Dunia kreatifitas di Indonesia sekarang semakin berkembang, terutama berkembangnya kreatifitas dalam membuat konten-konten pada *YouTube*. Kreatifitas merupakan interaksi antara individu dan lingkungannya, maupun kemampuan untuk membuat kombinasi baru berdasarkan data, informasi, maupun unsur-unsur yang sudah ada atau sudah dikenal sebelumnya. Dalam arti yaitu pengalaman yang sudah diperoleh selama hidupnya baik didalam lingkungan masyarakat, sekolah maupun keluarga. Para kreator dalam membuat konten *YouTube* harus memiliki kekreatifitasan karena kreatifitas merupakan kunci utama dalam pembuatan konten. Sedangkan yang dimaksud dengan *conten creator* (konten kreatif) merupakan profesi yang membuat suatu konten berupa tulisan, suara, video, gambar maupun gabungan antara dua atau lebih, yang konten tersebut dibuat untuk media seperti *YouTube*, *Instagram*, *Twitter* dan media sosial lainnya yang ada.

Dalam konten kreatif *YouTube* menjadi sebuah profesi yang sangat diminati oleh banyak masyarakat terutama anak-anak milenial karena dalam membuat konten kreatif para *YouTuber* dapat menampilkan sebuah konten yang menurutnya sesuai dengan kepribadian diri mereka dan sekaligus sebagai *role model* (teladan) bagi anak muda lainnya. Konten-konten kreatif dalam media *Youtube* yang dibuat oleh kalangan masyarakat terutama anak muda

yaitu seperti membuat konten seperti *beuty blogger* (kecantikan), *prank*, *video gaming*, *talkshow* (bicara bercakap-cakap didepan kamera), dan *review* merupakan ulasan dari *unboxing* barang atau produk yang sudah di coba oleh diri kita dan kita membagikanya dengan cara mereview dan mengunggahnya di *YouTube*.

Konten-konten kreatif yang dimaksud hal ini adalah konten yang dibuat oleh para *YouTuber* khususnya di Lampung, yaitu konten yang isinya memberi manfaat positif dan keberkahan bagi para penontonya, lalu konten kreatif yang mereka buat masih dalam aturan etika bisnis dalam Islam agar tidak memberi hal-hal negatif kepada para *viewers* yang berkunjung ke *channel* para *YouTuber*.

Menjadi seorang *YouTuber* tidak sulit dan modalnya tidak terlalu banyak, jika seorang memiliki alat perekam seperti *Smartphone*, maka dengan dibantu internet berkecepatan tinggi, setiap orang dapat menjadi seorang *YouTuber*, selain itu hal yang paling utama adalah memiliki kreativitas dan inovatif untuk menciptakan episode terbaru setiap harinya didalam akun *YouTube* mereka, agar para pengunjung tidak pernah bosan melihat konten-konten yang mereka buat setiap episodenya, sehingga hal ini sebagai strategi untuk menarik *Subscribe dan Like* pada akunnya. Para *YouTuber* memanfaatkan *YouTube* untuk mendapatkan penghasilan, baik secara langsung yang didapat dari *YouTube* maupun dari pihak lain. Karena banyak masyarakat sekarang ini terutama anak milenial yang ingin terjun dan menjadi

seorang *YouTuber* karena jika seseorang itu sudah menjadi *YouTuber* yang terkenal mereka akan mendapatkan penghasilan yang dibidang cukup besar.

Hasil Prasurvey dilapangan saya sedikit mewawancarai seorang *YouTuber* wanita asal Lampung yang bernama Agil Setia Wulandari yang beralamat di Metro Kibang Lampung Timur, Agil mengatakan hasil yang ia peroleh selama menjadi seorang *YouTuber* sebesar Rp.3.000.000-5.000.000,-/bulan. Konten kreatif yang ia buat di *channelnya* seperti tutorial hijab, *beuty vlogger*, maupun *daily makeup*. Selama Agil terjun di dunia *YouTube* sudah sekitar 208 video yang ia *upload* ke *channel YouTube* milik dirinya. Video konten kreatif miliknya yang mendapat jumlah viewers terbanyak dengan total 1,1 juta kali penonton yaitu dengan judul tentang "Tahapan - Tahapan *Makeup* Pemula Wajib Tonton", menurutnya konten yang dia buat ini sangat bermanfaat dan positif bagi masyarakat terutama anak-anak milenial yang baru saja ingin memulai *makeup*.<sup>3</sup>

*YouTuber* lainnya yang bernama Muhammad Irul dengan *channel* Khana TV, ia mengatakan bahwa hasil yang ia peroleh sebesar Rp.3.000.000-5.000.000,-/bulan. Konten - konten kreatif yang ia buat seperti *prank*, *social experiment* dan *reaction*. Selama ia menjadi seorang *YouTuber* sudah ada 150 video yang ia *upload* ke dalam *channelnya*. Video terakhir yang ia *upload* berjudul "Prank Nekat Baperin Cewek Imut!! Endingnya Sampe Dapet Pelukan Guys!!" dalam video ini mendapat 4,6 ribu kali ditonton.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Hasil Wawancara dengan Agil, seorang *YouTuber* Asal Lampung, pada tanggal 15 Juli 2021, Pukul 13.00 WIB.

<sup>4</sup> Hasil Wawancara dengan M. Irul, seorang *YouTuber* Asal Lampung, pada tanggal 17 Juli 2021, Pukul 15.00 WIB.

Dua contoh *YouTuber* asal Lampung dari penjelasan diatas konten kreatif yang mereka upload semuanya memang kreatif dan yang mereka buat muncul dari pikiran-pikiran dan inovasi mereka, tetapi konten kreatif yang dibuat seharusnya bisa sesuai dengan aturan-aturan etika bisnis islam dan tidak keluar dari norma-norma islam, yang nantinya juga akan mendapatkan *feedback* yang positif.

Menjadi seorang *YouTuber* terkenal tidak harus dalam hitungan bulan maupun tahun, bahkan dalam jangka 1 tahun banyak *YouTuber* yang sudah mulai terkenal dan disukai banyak masyarakat, itu semua tergantung isi konten yang mereka buat dalam kekreatifan dan inovatif mereka dalam membuat isi konten pada channel *YouTube* milik mereka sendiri.

Membuat konten kreatif di *YouTube* tujuan utamanya adalah untuk mencari penghasilan, dalam hal ini dapat dikaitkan dengan bisnis. Bisnis merupakan suatu kegiatan ataupun bentuk usaha yang dilakukan oleh makhluk ciptaan Allah SWT yang paling sempurna adalah seorang "*manusia*" untuk mencari rezeki dan untuk mengetahui tujuan dan arah usaha yang mereka lakukan.<sup>5</sup> Etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat yang membedakan moral baik ataupun buruk dan ilmu yang bersifat normatif yang berperan untuk menentukan apa yang harus dilakukan dan tidak dilakukan oleh suatu individu.<sup>6</sup> Sedangkan Etika Bisnis Islam yaitu yang didalamnya di tambahkan dalam aturan-aturan halal-haram agar dalam menjalnlkan suatu usahanya ada batasan yang diperbolehkan dalam Islam.

---

<sup>5</sup> Iwan Aprianto dkk, *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam*, (Yogyakarta : CV Budi Utama, 2020), 4.

<sup>6</sup> Rafik Issa B, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2004), 3.

Allah SWT berfirman:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu." (QS. An-Nisa: 29)<sup>7</sup>

Melihat beberapa definisi etika dan bisnis serta didasarkan pada firman Allah SWT diatas, maka yang dimaksud dengan etika bisnis Islam adalah suatu penerapan perilaku, sifat, ataupun akhlak dalam menjalankan suatu bisnis untuk mencari keuntungan namun dalam hal ini tidak keluar dari perilaku, moral atau norma-norma yang diajarkan oleh Islam dalam menjalankan bisnis Islam tersebut.

Bisnis dalam Islam memiliki empat tujuan yang utama yaitu:<sup>8</sup>

1. *Target hasil*, berupa *profit*-materi dan *benefit*-nonmateri. Dalam tujuan ini yang dicapai tidak hanya untuk mencari *profit* (*qimah madiyah* atau nilai materi) setinggi-tingginya, tetapi juga harus dapat memberi *benefit* (keuntungan dan manfaat) nonmateri kepada orang lain atau lingkungan masyarakat berupa kepedulian sosial misalnya bersedekah dan lainnya.
2. *Pertumbuhan*, jika *profit* materi maupun non materi sudah di peroleh, hendaklah menjaga pertumbuhan agar selalu meningkat dan selalu dalam koridor syariah.
3. *Keberlangsungan*, Target yang sudah dijaga pertumbuhannya harus selalu di control setiap tahunnya agar usahanya dapat exis dalam turun waktu yang lama.
4. *Keberkahan*, semua tujuan yang sudah dicapai tidak akan berarti apa-apa jika didalamnya tidak ada keberkahan. Keberkahan ini akan menjadi bukti bahwa bisnis yang dilakukan seseorang muslim telah mendapatkan ridhaillahi ari Allah SWT, dan bernilai ibadah.

<sup>7</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: PT Kumudasmoro Grafindo, 1994), 122

<sup>8</sup> Norvadewi, "Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip Dan Landasan Normatif)" AL-TIJARY, Vol. 01, No. 01, Desember 2015, 43.

Selain itu didalam etika bisnis juga memberika manfaat bagi seseorang yang melakukan bisnis maupun usahanya berupa moralitas yang artinya etika bisnis itu sendiri dapat membimbing tingkah laku manusia agar dapat mengelolah bisnis yang mereka lakukan menjadi lebih baik, selain moralitas yaitu adanya untuk mendorong, mengajak manusia untuk bersikap kritis dan rasional, dan sebagai arahan masyarakat untuk berkembang menjadi masyarkat yang tertib, teratur yang selalu menaati nilai maupun norma-norma agama dalam berbisnis.

Hal inilah yang menjadi bagian yang menarik bagi peneliti karena dimasa pandemi Covid-19 terutama di Indonesia menjadi perhatian bagi masyarakat yang beralih kedunia online. Konten-konten dalam hal positif dan negatif mulai bermunculan di media sosial terutama media *YouTube*. Di satu sisi menunjukkan kreativitasan dalam hal positif tanpa batas, tetapi disisi lain diantaranya tidak lagi memikirkan edukasi dan etika yang baik. Kini sebagian orang rela melakukan apa saja demi memperoleh ketenaran, *like* (suka), dan *subscribers* (langganan) yang banyak di media sosial demi mendapatkan keuntungan *financial*. Karena kemudian hal ini ditarik kesimpulan bahwa dalam konten kreatif yang ditawarkan menjadi sumber penghasilan bagi para pemilik akun *Youtuber*, jika dikaitkan dengan Etika Bisnis Islam konten kreatif tersebut memiliki kesesuaian atau tidak. Maka dari itu peneliti akan mengedepankan dan memfokuskan untuk meneliti bagaimana **Konten Kreatif Youtube Sebagai Sumber Penghasilan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam.**



## **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di kemukakan oleh peneliti diatas, untuk memudahkan pembahasan maka pertanyaan peneliti ini yaitu : Bagaimana Konten Kreatif *YouTube* sebagai Sumber Penghasilan Ditinjau dari Etika Bisnis Islam ?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penyusunan dan penelitian ini adalah sebagai berikut : Untuk mengetahui tentang Konten Kreatif *YouTube* Sebagai Sumber Penghasilan Ditinjau dari Etika Bisnis Islam.

### **2. Manfaat Penelitian**

#### **a. Secara Teoritis**

Penelitian ini memberikan informasi yang bersifat pengetahuan dan wawasan tambahan refrensi akademis yang berkaitan dengan jurusan ekonomi syariah, yang terkait dengan konten kreatif *YouTube* sebagai penghasilan yang ditinjau dari Etika Bisnis Islam.

#### **b. Secara Praktis**

- 1) Penelitian ini diharapkan dijadikan sebagai sumber pendamping bagi pembaca dan peneliti.
- 2) Diharapkan dalam penelitian ini dapat dijadikan sumber refrensi yang sangat berguna bagi masyarakat yang bekerja sebagai *Youtuber* dan berpenghasilan dari *YouTube* agar pelaksanaan

kerja mereka tersebut dapat sesuai dengan aturan-aturan dalam Etika Bisnis Islam.

#### **D. Penelitian Relevan**

Penelitian Relevan merupakan penelitian yang dapat dijadikan tolak ukur perbedaan dan persamaan dalam penelitian tersebut. Merupakan berbagai referensi yang berhubungan dengan penelitian yang akan dibahas yang dapat berguna untuk menghindari terjadinya pengulangan penelitian terhadap pokok permasalahan yang sama. Dalam penelusuran penelitian yang kajiannya berhubungan dengan tema Konten Kreatif *YouTuber* Sebagai Sumber Penghasilan yang Ditinjau dari Etika Bisnis Islam pada *YouTuber* Lampung yang dibahas dalam penelitian ini, oleh karena itu penelitian relevan dapat dipaparkan dalam penelitian sebelumnya sebagai berikut yaitu :

1. Penelitian skripsi yang dilakukan oleh Siti Rosidah seorang mahasiswa jurusan hukum ekonomi syariah fakultas syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung tahun 2019 yang berjudul tentang Tinjauan Hukum Islam Terhadap Akad Penghasilan Dalam Sistem Monetasi *YouTube*. Dalam penelitiannya ia menggunakan metode Penelitian Kepustakaan (library research), dan bersifat deskriptif analisis, yang sumber-sumbernya diambil melalui buku-buku, jurnal yang berkaitan dengan hukum Islam mengenai akad bisnis dalam Islam, serta dari AlQur'an dan Hadits. Dalam Penelitian tersebut membahas cara menghasilkan uang dari *YouTube* yang disebut dengan sistem Monetasi, yang mengharuskan para *YouTuber* melakukan perjanjian dan kerja sama dengan pihak *YouTuber Partner*

*Program* (YPP) dengan cara menyetujui segala peraturan yang dibuat dengan meng-klik kata setuju. Namun dalam praktiknya banyak *Youtuber* yang melakukan pelanggaran komunitas *YouTube* yang telah disepakati saat awal melakukan perjanjian seperti yang telah dijelaskan diatas yakni seperti, melanggar hak cipta, membuat dan mengunggah video yang berisi kekerasan atau ketelanjangan, serta melakukan *subscribe* spam, dan pihak *YouTube* akan melakukan berbagai teguran seperti tidak dapat mengunggah video, dan aktivitas lain di *YouTube* dalam jangka waktu tertentu, bahkan pihak *YouTube* tidak segan-segan menghapus *Channel YouTube* yang tetap melakukan pelanggaran. Dan hukum Islam terhadap sistem Monetasi *YouTube* antara *Youtuber* dan pihak *YouTube Partner Program*, yaitu tidak dibolehkan jika *Youtuber* melakukan pelanggaran komunitas *YouTube*, dan syariat Islam seperti melakukan melanggar hak cipta, membuat dan mengunggah video yang berisi kekerasan atau ketelanjangan, serta melakukan *subscribe* spam, dan penghasilan yang didapat pun menjadi haram.<sup>9</sup>

Dalam penelitian di atas mempunyai kesamaan yaitu membahas tentang youtube, sama halnya dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan namun yang membedakan dalam penelitian sebelumnya yaitu yang membahas kerjasama antara pihak Youtuber dan pihak *Youtube Partner Program* sedangkan penelitian yang peneliti lakukan saat ini membahas tentang Konten Kreatif *YouTube* Sebagai Sumber Penghasilan

---

<sup>9</sup> Siti Rosidah, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Akad Penghasilan dalam Sistem Monetasi Youtube*, (Lampung: UIN Raden Intan Lampung Fakultas Syari'ah, 2019)

yang Ditinjau dari Etika Bisnis Islam sehingga perilaku yang dilakukan para *YouTube* berpengaruh kepada etika berbisnis, yang baik dalam Islam karena pelopornya anak-anak milenial.

2. Penelitian Skripsi yang dilakukan oleh Husnun Azizah mahasiswi jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Bisnis Islam IAIN Metro Tahun 2020 yang berjudul Konten Kreatif *YouTube* Sebagai Sumber Penghasilan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Studi Kasus *YouTuber* Kota Metro. Dalam Penelitiannya ini termasuk jenis penelitian *Field Research* yaitu penelitian lapangan. Adapun sumber data primer dalam skripsi ini adalah 3 orang *YouTuber* Kota Metro. Dan sumber data sekunder dalam skripsi ini di peroleh dari buku, skripsi, jurnal, artikel maupun situs yang terkait dengan penelitian ini. Dalam penelitiannya membahas Konten Kreatif *YouTube* sebagai Sumber Penghasilan Ditinjau dari Etika Bisnis Islam yang *YouTuber* berasal dari Kota Metro ada yang sesuai dan ada yang tidak dengan etika bisnis Islam. Hal ini dikarenakan melihat dari konten kreatif yang jadikan sebagai acuan untuk menonton, seperti pada *channel YouTube* Sidiq dan Fabi yang memiliki konsep dan atura-aturan dalam proses pembuatan videonya. Seorang *YouTuber* yang bernama Fabi yang sejak awal sudah terdidik nilai-nilai Islam dari keluarganya. Sedangkan konten *YouTube* Dicky yang sudah dari awal tidak sesuai dengan prinsip

tauhid, adil, keseimbangan, tanggung jawab, kebebasan dan kejujuran serta kebenaran.<sup>10</sup>

Dalam penelitian di atas mempunyai kesamaan yaitu membahas tentang *YouTube*. Persamaan dalam penelitian ini terletak pada kajian bahasa dimana sama-sama akan mengkaji Konten Kreatif *YouTube* Sebagai Sumber Penghasilan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam. Selain itu adapun perbedaan dalam penelitian yaitu terletak pada study kasusnya, yang dipergunakan oleh peneliti sebelumnya yaitu study kasus oleh *Youtuber* yang bertempat tinggal di Kota Metro yaitu 3 orang *Youtuber* yang bernama IbaF Fabi, Dicky Dermawan dan Muhammad Shidiq.

---

<sup>10</sup> Husnun Azizah, *Konten Kreatif Youtube Sebagai Sumber Penghasilan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Studi Kasus Youtuber Kota Metro*, (Lampung: IAIN Metro Lampung Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam 2020)

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Konten Kreatif *YouTube*

##### 1. Pengertian Konten Kreatif

Pengertian konten menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah suatu informasi yang tersedia melalui media ataupun produk elektronik.<sup>1</sup> Secara harfiah konten dalam bahasa Inggris yaitu "*content*". Dalam kamus besar bahasa Inggris *content* memiliki arti yaitu isi, daya, muatan, dan kadar.

Pengertian konten (*content*) dapat diartikan sebagai suatu isi struktur muatan informasi yang terdapat dalam halaman situs atau informasi yang tersedia melalui media ataupun produk elektronik. Penyampaian konten tersebut dapat dilakukan melalui berbagai media meliputi internet, televisi, media cetak, audio, atau maupun acara langsung yang disampaikan seperti pertunjukan di atas panggung. Hal ini digunakan untuk mengidentifikasi beragam format maupun *genre* (aliran) informasi sebagai komponen nilai tambah media.<sup>2</sup>

Kreatif diartikan sebagai suatu kemampuan seseorang maupun sekelompok orang yang memungkinkan mereka menemukan pendekatan-pendekatan atau terobosan baru dalam menghadapi situasi atau masalah

---

<sup>1</sup> Refrensi : <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/konten>, Diunduh Pada Kamis 24 Juni 2021 Pukul 12:18 WIB

<sup>2</sup> Hanid Dzikri Juniawan, *Analisis Produksi Konten MR. Kece Di Opini.id*, (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta : 2020), 23.

tertentu, yang biasanya tercermin dalam pemecahan masalah dengan cara baru dan unik yang berbeda dan lebih baik dari sebelumnya.<sup>3</sup>

Konten kreatif adalah bentuk sajian informasi yang berisi hal-hal yang diciptakan dengan menggunakan berbagai macam pendekatan baik yang belum pernah ada sebelumnya atau hal lama dengan pendekatan maupun terobosan baru dengan cara yang unik, yang didalamnya dapat berupa hiburan, berita atau informasi lain namun dikemas lagi mengikuti perkembangan sekarang dan disajikan secara orisinal melalui media baru. Konten kreatif tersebut dapat berupa artikel, video maupun multimedia yang diunggah di Internet. Internet adalah sebuah system komunikasi global yang menghubungkan suatu media elektronik dengan media elektronik lainnya.<sup>4</sup>

## 2. Definisi *YouTube*

*YouTube* adalah sebuah portal website yang menyediakan layanan *video sharing* (berbagi video).<sup>5</sup> *YouTube* merupakan sebuah video online dan yang paling utama dari kegunaan *YouTube* adalah sebagai media untuk mencari, melihat dan berbagi video yang asli dari segala penjuru dunia melalui suatu web. Lalu Kehadiran *YouTube* membawa pengaruh luar biasa terhadap masyarakat, khususnya bagi masyarakat terutama anak-anak milenial yang memiliki gairah di bidang pembuatan video,

---

<sup>3</sup> Amanda FP, dkk. "Analisi Konten Kreatif Pada Fanpage Facebook Cadbury Dairy Milk Tahun 2016". Jurnal Epigram, Vol. 14 No. 2 (2 Oktober 2017), 134.

<sup>4</sup> Aditya Jatiagung Nirwana, *Media Baru : Lahan Bagi Pencipta Konten Kreatif*, (Universitas Mercu Buana Yogyakarta : 2016), 4.

<sup>5</sup> Asdani Kindarto dan SmitDev Community, *Belajar Sendiri YouTube*, (Jakarta : PT. Elex Media Komputindo, 2008), 1.

mulai dari film pendek, dokumenter, hingga video dengan konten yang menarik.<sup>6</sup>

*YouTube* memang belum lama berada di dunia internet karena pertama kali didirikan pada tahun 2005 sebagai sebuah projek audiovisual untuk berbagi video amatir oleh tiga sekawan mantan karyawan *PayPal* yang merupakan perusahaan pembayaran transaksi melalui internet, ketiga pendiri tersebut yaitu, Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Hingga saat ini, *YouTube* dapat diakses dalam tujuh puluh enam bahasa oleh penonton berusia 18-34 tahun di 88 negara. Lalu dalam setiap harinya, *YouTube* dapat menjangkau 95% populasi internet dunia dan menghasilkan miliaran kali penayangan, setara dengan durasi tonton sebanyak ratusan juta jam. Masuknya *YouTube* ke dalam Indonesia pada tahun 2012 menjadikan Indonesia sebagai sebuah negara ke-46 di dunia yang resmi memiliki domain negaranya sendiri yaitu *youtube.co.id*.<sup>7</sup>

Adapun kelebihan *YouTube* sebagai media bisnis, diantaranya yaitu:<sup>8</sup>

- a. Informatif karena *YouTube* itu sendiri dapat memberikan informasi yang sifatnya menerangkan terkait perkembangan ilmu dan teknologi yang bersifat *edukatif* (mendidik), *stimulatif* (mendorong), *informatif* (informasi), dan *persuasif* (meyakinkan)
- b. *Cost Effective* (hemat biaya) karena *YouTube* itu sendiri dapat diakses secara gratis bagi para pengguna *YouTube*
- c. *YouTube* dapat dikatakan potensial karena situs *YouTube* ini sangat populer di semua kalangan.

---

<sup>6</sup> Grace Erta Annastasia, *Pengaruh Konten Prank Dalam Youtube Terhadap Sikap Negatif Mahasiswa Universitas Sumatera Utara*, (Universitas Sumatera Utara : 2020), 20.

<sup>7</sup> Yessi Nurita Labas dan Daisy Indira Yasmine, "*Komodifikasi di Era Masyarakat Jejaring: Studi Kasus YouTube Indonesia*". *Jurnal Pemikiran Sosiologi*. Vol. 4 No. 2, Agustus 2017, 107.

<sup>8</sup> Husnun Azizah, *Konten Kreatif Youtube Sebagai Sumber Penghasilan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Studi Kasus Youtuber Kota Metro*, (Lampung: IAIN Metro Lampung Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam, 2020), 14.



- d. Didalam *YouTube* juga terdapat fitur yang sangat praktis dan lengkap karena *YouTube* dapat digunakan dengan mudah oleh semua kalangan dan juga terdapat fasilitas editing video.
- e. *Shareable* maksud dari kata ini karena link *YouTube* dapat dibagi diberbagai situs lainnya oleh penggunanya yang akan membagikan link tersebut.

Dilihat dari beberapa kelebihan dan kepopuleran *YouTube* sebagai media bisnis banyak orang ingin menjadi *YouTuber* untuk memperoleh ketenaran bahkan untuk menghasilkan uang hingga ratusan juta dalam setiap bualannya. Seperti beberapa *YouTuber* dikalangan artis Indonesia yang sudah banyak menghasilkan uang diantaranya adalah Atta Halilintar, Rafi Ahmad, Baim Paula, Andre Taulany, Deddy Corbuzier dan masih banyak lagi lainnya bahkan tidak hanya dikalangan artis saja, sudah banyak anak-anak milenial yang sudah memanfaatkan *YouTube* sebagai media bisnis yang menghasilkan uang.

### 3. Definisi *YouTuber*

Istilah *YouTuber* akhir-akhir ini sangat populer di Indonesia. *YouTuber* adalah seseorang yang mengunggah, memproduksi, atau tampil di video yang ada di situs berbagai video *YouTube*.<sup>9</sup> *YouTuber* merupakan sebutan bagi para pemilik akun *YouTube* yang aktif mengunggah video di *YouTube* tersebut. *YouTuber* dapat berbentuk orang pribadi atau individu, kelompok ataupun perusahaan besar yang menggunakan *YouTube* sebagai media untuk memperkenalkan dirinya baik barang atau jasa yang diperjual belikan. Tidak sedikit *YouTuber*

---

<sup>9</sup> Jefferly Helianthusonfri, *Yuk Jadi YouTuber* (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2018), 2.

yang menyebut dirinya sebagai *influencer marketing* yang bekerja pada bidang memasarkan suatu barang atau jasa di media sosial khususnya *YouTube*. Syarat menjadi seorang *influencer marketing* menurut IDN Times adalah minimal memiliki *followers* aktif sejumlah 3000 sudah dapat dikatakan sebagai seorang *influencer marketing*.<sup>10</sup> Dalam *influencer marketing* didalamnya ada yang disebut yaitu syariah marketing yang sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan value dari suatu inisiator kepada stakeholders-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.<sup>11</sup> *YouTuber* juga dapat dikatakan sebagai para pengguna atau seseorang yang menggunakan media digital yaitu media *YouTube* secara rutin dan mengunggahnya berbagai konten video yang mereka buat yang berisi seperti konten cerita pribadi mereka sendiri, analisis sosial dan politik, prank, budaya, maupun konten dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Alasan dan tujuan untuk menjadi seorang *YouTuber* sangatlah berbeda-beda, pada umumnya seseorang ingin menjadi *YouTuber* adalah untuk mendapatkan uang dan harta kekayaan. Karena *YouTube* adalah sebuah profesi pekerjaan di era modern ini yang sangat diminati oleh banyak masyarakat terutama anak-anak milenial.

---

<sup>10</sup> Refrensi : Rosa Folia, Ingin Jadi Influencer Marketing? Begini syarat dan hitung-hitungannya . <https://news.idntimes.com>., Diunduh Pada Senin 07 Juni 2022 Pukul 17:45 WIB

<sup>11</sup> Hermawan Kertajaya dan Muhammad Sula, Syariah Marketing, (Jakarta: PT Pustaka Mizan, 2006), h. 27.

Beberapa alasan dan tujuan lainnya seseorang ingin menjadi *YouTuber*, diantaranya seperti:<sup>12</sup>

- a. *YouTuber* ingin tenar dan terkenal, selain ingin mendapatkan uang sebagai seorang *YouTuber* ingin tenar dan dikenal banyak orang bagaikan seorang artis dunia maya.
- b. Mengisi waktu luang, bagi para pekerja di dunia nyata dan memiliki sisa waktu luang di sela pekerjaannya. Dari pada dimanfaatkan untuk hal-hal yang tidak berguna, mungkin mereka akan berusaha untuk mendapatkan penghasilan dengan cara menjadi *YouTuber* yang akan mengunggah dan membuat konten-konten kreatif dan inovatif mereka yang nantinya akan di upload ke channel *YouTube* mereka sendiri.
- c. Wadah berekspresi dan pamer skill ke seluruh dunia, *YouTube* mengembalikan kekuasaan berekspresi di tangan seseorang siapapun itu, bukan hanya perusahaan- perusahaan besar saja. Karena buat seseorang *YouTuber* upload video seperti apapun bisa dianggap karya. *Passion* (bagian penting) dan bakat yang selama ini terpendam, tertahan, dan bahkan tidak tahu bagaimana cara menyalurkannya. kini bisa disalurkan ke *YouTube*, yang bahkan tidak hanya dapat disalurkan ke Indonesia saja melainkan ke seluruh dunia.

Adapun langkah-langkah yang harus dilakukan jika ingin menjadi *YouTuber* antara lain yaitu :

#### 1) Menentukan Tema Video atau Ide untuk *Channel YouTube*

Sebelum menjadi seorang *YouTuber* profesional dengan membuat video yang nantinya akan di unggah kedalam situs *YouTube*, hal yang paling utama harus dilakukan adalah membuat tema yang nantinya akan dibuat untuk di upload ke *Channel YouTube* masing-masing. Tema ataupun ide bisa datang dari keahlian, pengalaman pribadi, inspirasi dari idola, video blog, video campuran, video tingkah laku binatang, video tutorial (tutorial *makeup* dan berhijab) video musik dan video game.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Tuty Mutiah, "Trend Youtuber Generasi Millennial Dalam Pengembangan Kreativitas". Global Komunika. Vol. 1 No. 1 , Juli 2020, 38.

<sup>13</sup> Jubilee Enterprise, *Kitab Youtuber* (Jakarta : PT. Elex Media Komputindo, 2018), 2.

## 2) Membuat Channel

Channel *YouTube* pada dasarnya adalah “rumah” untuk para *Youtuber* di *YouTube*. Jika para penonton *YouTube* melakukan *subscribe* (langganan), mereka dapat melihat seluruh video yang ada di *channel YouTube* tersebut, dapat melihat informasi-informasi lainnya. Membuat *Channel YouTube* sangatlah mudah, seseorang hanya perlu mempunyai akun di *Google*. Jika seseorang mempunyai akun e-mail di *Google*, maka ia sudah mempunyai akun di *Google*.

Setelah membuat *channel* langsung tentukan nama *channel* yang relevan dengan topik pembahasan yang anda idekan sebelumnya, membuat nama *channel* juga harus bersifat sederhana, mudah diingat oleh para calon *viewer* (pengunjung), dan tegas. *Viewer* merupakan penonton video *YouTube* tersebut.

## 3) Membuat Video yang Bermanfaat

Mebuat video yang bermanfaat yang dimaksud adalah yang dibutuhkan dan bisa berguna untuk orang lain yang menonton konten kita. *Channel YouTube* yang bermanfaat juga merupakan salah satu faktor penentu kesuksesan sebuah *YouTube* channel yang kita buat di masa depan. Kita bisa mengamati *channel-channel* besar yang memiliki *subscribe* (langganan) jutaan, kebanyakan video yang

mereka buat adalah video yang mendukungi dan menambah wawasan kepada *viewer* (para pelanggan).<sup>14</sup>

#### 4) Promosi

Promosikan video maupun konten *YouTube* yang sudah kita buat, publikasikan atau kita share ke media sosial lainnya seperti kita *share* atau kita bagikan ke Instagram, Twitter, Whatsaap, Facebook, dan media lainnya yang anda punya agar para calon *viewer* banyak yang *subscribe* dan mengetahui channel kita yang sudah kita buat.

#### 5) Kembangkan *Channel YouTube*

Agar dapat hasil yang lebih memuaskan, maka *YouTuber*, harus mengembangkan *Channel YouTube*-nya, dengan cara melakukan optimalisasi, bahkan juga dapat me-monetasi *Channel YouTube* tersebut. Setelah *Channel YouTube* telah dimonetisasi oleh pihak *YouTube*, selanjutnya mengoptimisasikan *Channel YouTube* nya dengan membuat konsep *Thubmnail*, judul video yang sesuai dengan para *subscriber*, membuat jangka waktu setiap update video terbaru, dan mengikuti sebagian saran dari *subscriber* nya.<sup>15</sup> *Subscriber* merupakan seseorang yang memiliki akun *Youtube* dan mereka berlangganan pada *Channel YouTube* kita, yang artinya pada saat kita memiliki video baru yang sudah di unggah di *Channel YouTube* video tersebut akan mengabari para *subscriber* kita jika kita memiliki video baru yg sudah diunggah dan siap di tonton.

---

<sup>14</sup> Dedik Kurniawan, *Step-By-Step Menajdi Youtuber* (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2021), 13.

<sup>15</sup> Jefferly Helianthusonfri, *Yuk Jadi.*, 4.

Dapat disimpulkan bahwasanya konten kreatif *YouTube* adalah sebuah informasi berupa video yang diciptakan oleh seseorang yang disebut creator untuk membuat atau menciptakan sesuatu yang baru ataupun yang sudah ada atau hal lama dengan pendekatan maupun terobosan baru dengan cara yang unik yang nantinya akan di unggah di *YouTube channel* para *YouTuber*.

## **B. Sumber Penghasilan**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kata sumber berarti asal. Sedangkan penghasilan yaitu sesuatu yang menghasilkan (membuat, mengadakan, dan sebagainya) oleh usaha.<sup>16</sup> Istilah sumber penghasilan dalam *YouTube* adalah *Monetise*. *Monetisasi* merupakan cara untuk menghasilkan uang dari *YouTube*, dapat dengan menampilkan iklan, menerima sponsor dari pihak lain, menjual produk sendiri, dan lain sebagainya. Untuk bisa menghasilkan uang dari *YouTube* seseorang harus mempunyai video untuk diunggah ke *YouTube*. Video yang original atau tidak melanggar peraturan hak cipta berpeluang untuk dapat diikuti dalam program periklanan dalam *YouTube*, yaitu dengan di *monetisasi*.

*Monetisasi* video *YouTube* berarti mengizinkan *YouTube* atau *Google* untuk memuatkan iklan pada video yang telah diunggah dan sebagai timbal baliknya akan mendapatkan bagi hasil dari iklan itu sendiri, dengan pembagian 45% untuk *YouTube* dan 55% untuk *YouTuber*. Kriteria monetisasi

---

<sup>16</sup> Refrensi : <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/konten>, Diunduh Pada Senin 05 July 2021 Pukul 14:20 WIB

video adalah *channel YouTube* harus sudah bergabung dengan Program Partner *YouTube*.

Video yang harus memenuhi persyaratan minimum agar dapat dimonetisasi seperti:<sup>17</sup>

1. Konten yang sudah dibuat oleh seorang *YouTube* harus ramah bagi pengiklan.
2. Seseorang itu sendiri yang membuat konten tersebut atau telah mendapatkan izin untuk menggunakannya secara komersial yang artinya sesuatu yang memiliki nilai niaga atau jual-beli yang tinggi.
3. Dapat memberikan dokumentasi yang membuktikan kepemilikan hak komersial atas semua konten audio dan video.
4. Konten kreator dan *Youtuber* harus mampu memenuhi persyaratan kelayakan minimum yang ditentukan oleh *YouTube*, yaitu salah satunya berupa, memiliki lebih dari 1.000 *subscriber* pada akun *channel* milik konten kreator dan *Youtuber*, kebijakan untuk memonetisasi konten melalui *YouTube Partner Program* (YPP) ini telah diresmikan pada tahun 2018.<sup>18</sup> Dalam arti *YouTube Partner Program* (YPP) merupakan suatu pihak untuk melakukan perjanjian ataupun kerja sama agar video anda dalam *YouTube* dapat di monetisasi.
5. Harus menaati pedoman terhadap komunitas *YouTube*

Pedoman komunitas kami dirancang untuk memastikan komunitas tetap terlindungi. Pedoman ini mengemukakan hal-hal yang diizinkan dan tidak diizinkan di *YouTube*, dan berlaku bagi semua jenis konten di platform kami, termasuk video, komentar, link, dan thumbnail. Menurut pedoman komunitas *YouTube* adapun hal-hal yang tidak boleh ditampilkan di video *YouTube* seperti :<sup>19</sup>

- a. Spam & praktik penipuan yaitu seperti interkasi palsu, peniruan identitas, dan link dalam konten.
- b. Didalam konten terkandung konten sensitif dalam arti mengandung pelecehan dan *cyberbullying* (perilaku berulang untuk menakuti), konten resiko atau berbahaya, ujaran kebencian, organisasi kejahatan yang melakukan kekerasan, konten kekerasan atau vulgar, dan kebijakan misinformasi tentang COVID-19.
- c. Konten sensitif meliputi konten ketelanjangan dan seksual, bunuh diri dan menyakiti diri sendiri dan keselamatan anak berupa video yang menampilkan anak di bawah umur melakukan aktivitas berbahaya, seperti, adegan aksi fisik, menggunakan senjata atau bahan peledak,

---

<sup>17</sup> Ulfa Dwi Solikhah, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengguna Menjadikan Youtube Sebagai Sumber Penghasilan dalam Persepsi Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta," (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII, 2018), 15.

<sup>18</sup> Himmatul Ulya, "Komodifikasi Pekerja Pada Youtuber Pemula Dan Underrated dalam Studi Kasus Youtube Indonesia". Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 8, No. 2, Desember 2019, 2.

<sup>19</sup> Refrensi: <https://www.youtube.com/howyoutubeworks/policies/community-guidelines/>, Diunduh pada Senin 12 Juni 2021 Pukul 10:47 WIB

atau menggunakan zat yang dikendalikan peredarannya, seperti alkohol atau nikotin.

- d. Barang yang diatur oleh undang-undang seperti konten yang menampilkan senjata api dan penjualan barang ilegal atau yang diatur peredarannya.

Dapat dipahami bahwa sumber penghasilan *YouTube* adalah suatu penghasilan atau menghasilkan dari usahanya dengan cara monetisasi yaitu menghasilkan uang dari *YouTube* penghasilan ini bisa berupa tampilan iklan, menjual produk kita sendiri, menerima sponsor dan lain sebagainya. Dari monetisasi video seseorang akan sangat berpeluang untuk menghasilkan uang. Semakin banyak orang yang melihat video dan iklan yang ditampilkan, maka semakin besar kesempatan video tersebut menghasilkan uang.

Ada dua macam *YouTube Partner Program* (YPP) antara lain yaitu *Google AdSense* dan MCN (*Multi Channel Network*).

### **1. *Google AdSense***

*Google AdSense* merupakan salah satu program periklanan online yang dimiliki oleh *Google Inc* dengan sistem *Pay-Per-Click* (pembayaran per klik) ataupun *AdSense for Search* (pencarian untuk periklanan). Program periklanan online ini menawarkan kepada setiap individu yang memiliki website ataupun blog untuk menampilkan iklan *AdSense* pada web atau blog mereka dan jika ada pengunjung yang akan mengklik iklan tersebut, maka bagi pemilik web ataupun blog tersebut akan mendapatkan



uang dengan tarif yang berbeda-beda.<sup>20</sup> Oleh karena itu syarat untuk menghasilkan uang dari *Google AdSense* syaratnya kita harus memiliki *website* ataupun *blog*.

*AdSense* dalam *YouTube* kan didapatkan jika sudah memenuhi syarat 1.000 *subscriber* dan 4.000 jam selama satu tahun terakhir tayang maka *Google AdSense* akan mengkonfirmasi kepada *YouTuber* dan memasang iklan di *Channel YouTube* mereka tersebut. Ada beberapa cara untuk mendapatkan pembayaran *Google AdSense*, yaitu dapat melalui Transfer Dana Elektronik (EFT), Cek, *Western Union Quick Cash*, Transfer bank, dan Rapida. Lebih dianjurkan memakai *Western Union* (WU) alasannya dikarenakan kecepatan dan kemudahan. Layanan pembayaran melalui *Western Union* (WU) fokus pada jasa pengiriman atau penerimaan uang secara cepat (*real time online*) lintas negara atau dalam satu negara. Jadi dalam beberapa menit, uang akan diterima lebih cepat. Dengan fasilitas *Western Union Quick Cash* pada beberapa bank di Indonesia misalnya bank Mandiri, BNI, BRI dan lainnya yang ada di Indonesia akan semakin memudahkan melakukan transaksi dengan aman seperti transaksi di bank pada umumnya. Siklus pembayaran *AdSense* adalah bulanan. Estimasi penghasilan yang diperoleh akan dikumpulkan sepanjang satu bulan, lalu pada awal bulan berikutnya, penghasilan akan diselesaikan dan diposting ke saldo di halaman transaksi. Jika saldo melebihi syarat minimum pembayaran yaitu \$100 atau Rp. 1.300.000,-

---

<sup>20</sup> Dedik Kurniawan, *Step By Step Google AdSense* (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2020), 2

dan tidak memiliki penangguhan pembayaran, maka akan menerima pembayaran pada atau sekitar tanggal 21-25 dalam bulan tersebut. Setelah itu, pembayaran akan dikirim untuk penghasilan *YouTuber* dan kredit lainnya pada saldo rekening *YouTuber*.<sup>21</sup>

Ada dua faktor utama penentu penghasilan dari *YouTube AdSense* yaitu CPM (*Cost per Mille*) dan PPC (*Pay per Click*) yang dijelaskan sebagai berikut :

- a) CPM (*Cost per Mille*) adalah bayaran per 1.000 tayangan. CPM *YouTuber* Indonesia biasanya berkisar di Rp. 6.500,- sampai Rp.7.500,- (per 1.000 tayangan).
- b) PPC (*Pay per Click*) adalah bayaran per klik iklan, dan ini sangat bervariasi namun biasanya berkisar di Rp. 5.000 – Rp. 12.000 (per klik iklan).

## 2. MCN (*Multi Channel Network*)

MCN singkatan dari *Multi Channel Network* adalah sebuah perusahaan yang bekerja dengan platform media sosial konten video seperti *YouTube* perusahaan tersebut menawarkan sebuah jasa, dan kepengurusan dalam area - area yang sudah disediakan seperti produk, programming, manajemen hak digital, pengembangan channel dan salah satunya me-monetisasi video di *YouTube*. MCN ini adalah sebuah network *YouTube* yang berdiri sendiri yang menyediakan produk dan jasa layanan pihak ketiga yang membantu menawarkan para

---

<sup>21</sup> Alfi Karomah, dkk. "Pengaturan Kerjasama Antara Google AdSense Dengan Youtuber Kota Medan Perspektif Wahbah Zuhaili," *Islamic Business Law Review*, Vol 1, No. 1 Tahun 2019, 101-102.

kreator konten dan untuk dapat membantu sebuah channel *YouTube* dalam urusan back-end di *YouTube*.<sup>22</sup>

Seseorang yang bergabung dalam MCN harus sangat memahami kontrak yang diterbitkan oleh pihak MCN yang mengikat secara hukum misalnya lama durasi yang akan dikontrak, cara mengkahiri kontrak, pendapatan dan pembiayaan, teguran dan penghapusan.

Selain *Google AdSense* dan MCN (*Multi Chennel Network*) ada juga sistem *Affiliate Link*.

### 3. *Affiliate Link*

Sumber penghasilan yang diperoleh para *YouTuber* selain *Google AdSense* dan MCN adalah sistem *Affiliate Link*. Sistem *Affiliate Link* atau yang disebut juga *Affiliate Marketing* merupakan kegiatan menghasilkan komisi dengan cara mempromosikan produk orang ataupun perusahaan lain. Hal ini yang dimaksud misalnya anda tidak memiliki produk yang akan dijual, lalu anda dapat membantu memasarkan produk dari pihak orang atau perusahaan yang memiliki barang. Selanjutnya, minggu depan produk yang anda pasarkan laku karena upaya anda dalam mempromosikan. Dengan demikian, anda akan mendapatkan komisi penjualan dari pihak pemilik barang ataupun perusahaan pemilik barang.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> Catleya Indah Lestari dan Irwansyah " Kolaborasi Produksi Konten *YouTube* melalui *Multi-Channel Network* : Studi pada Kreator Sandy SS dengan Collab Asia," Jurnal Riset Komunikasi, Vol 4, N0. 1 Februari 2021, 146.

<sup>23</sup> Jefferly Helianthusonfri, *Affiliate Marketing Modal dengkul* (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2016), 8.

Seorang affiliate akan mendapatkan uang dari internet dengan cara menjualkan produk dengan imbalan berupa komisi yang biasanya dihitung berdasarkan presentasi dari harga jual produk tersebut. Selain presentase, biasanya juga berupa komisi dalam jumlah yang tetap. Komisi ini akan diberikan setiap terjadi penjualan produk yang dihasilkan oleh affiliate tersebut.

### **C. Etika Bisnis Islam**

#### **1. Definisi Etika Bisnis Islam**

Kata etika berasal dari kata Yunani yaitu *Ethos*, yang memiliki beberapa arti yaitu: norma-norma, nilai-nilai, kaidah-kaidah maupun ukuran dalam tingkah laku manusia yang baik. Menurut beberapa ahli pengertian etika yaitu :

Menurut O. P. Simorangkir, etika merupakan sebagai pandangan manusia dalam berperilaku menurut ukuran yang baik. Lalu menurut Sidi Gajalba dalam sistem filosofat etika merupakan teori tentang tingkah laku perbuatan manusia dipandang dari segi baik dan buruk, sejauh yang dapat ditentukan oleh akal.<sup>24</sup>

Al-Ghazali dalam bukunya *Ihya 'Ulumuddin* menjelaskan pengertian 'khuluq' (etika) adalah suatu sifat yang tetap dalam jiwa, yang daripadanya timbul perbuatan-perbuatan dengan mudah, dengan tidak membutuhkan pikiran. Dengan demikian etika bisnis dalam syariah Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam,

---

<sup>24</sup> Nihayatul Masykuroh, *Etika Bisnis Islam* (Banten : Media Karya, 2020), 6.

sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.<sup>25</sup>

Etika dalam kehidupan manusia apalagi di zaman modern seperti ini sangat berpengaruh didalam kehidupan manusia. karena didalam etika itu sendiri membantu manusia untuk mengambil sikap atau tindakan dalam menjalani hidupnya sehari-hari agar dapat bertindak lebih tepat. Etika juga merupakan suatu kedudukan yang sangat penting bagi manusia, masyarakat maupun anggota suatu bangsa dimana segala tindakan atau tingkah laku manusia memiliki akhlak dan norma-norma yang baik.

Adapun pengertian bisnis dalam ilmu ekonomi adalah suatu organisasi ataupun sekelompok orang yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba ataupun keuntungan didalam kehidupan sehari-hari. Secara historis kata bisnis dari bahasa Inggris *business*, dari kata dasar busy yang berarti "sibuk" dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat. Dalam artian, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan dengan cara mengelolah sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien.<sup>26</sup>

Dalam Islam istilah bisnis dalam Al-Quran yaitu *Al-Tijarah* dan dalam bahasa arab *Tijaraha*, berawal dari kata dasar *t-j-r*, *Tajara*, *Tajranwatijarata*, yang bermakna berdagang atau berniaga. Menurut Ar-

---

<sup>25</sup> Erly Juliyani, "Etika Bisnis Dalam Persepektif Islam" Jurnal Ummul Qura, Vol VII, No.1 Maret 2016, 64.

<sup>26</sup> Nihayatul Masykuroh, *Etika Bisnis Islam.*, 8

*Raghib Al-Ashfahani* dalam *Al-Mufradat Fi Gharib Al-Quran, At-Tijarah* bermakna pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan. Bisnis secara Islam pada dasarnya sama dengan bisnis secara umum, hanya saja harus tunduk dan patuh atas dasar ajaran *Al-Quran, As-Sunnah, Al-Ijma dan Qiyas (Ijtihad)* serta memperhatikan batasan-batasan yang tertuang dalam sumber-sumber tersebut yang dibatasi dengan adanya halal dan haram agar didalam pelaksanaannya tidak merugikan salah satu pihak dan memperoleh *profit* (keuntungan) dilakukan dengan cara yang baik.<sup>27</sup>

Jadi dalam penjelasan diatas dapat dipahami bahwa etika bisnis Islam adalah sebuah pedoman tingkah laku, norma maupun akhlak manusia dalam mengambil keputusan bisnis dalam melakukan penjualan barang maupun jasa kepada pembeli, dengan tujuan untuk menghasilkan laba ataupun keuntungan sesuai dengan ajaran Islam dalam pedoman *Al-Qur'an dan Hadist*.

Pelaksanaan dan segala usaha yang dikakukan dalam meraih tujuan-tujuan bisni, bisnis dalam Islam bertujuan untuk mencapai empat hal utama. Bisnis yang nonislam hanya memikirkan untuk meraih segala tujuan bisnis dan mendapatkan keuntungan tanpa melibatkan halal-haramnya bisnis yang mereka lakukan.

Bisnis dalam islam bertujuan untuk mencapai empat hal utama yaitu :

- a. Target hasil *profit* materi dan *benefit* non materi, hal yang dimaksud bahwa bisnis tidak hanya untuk mencari profit (nilai materi) setinggi-tingginya, tetapi juga harus dapat memperoleh (keuntungan dan manfaat) dan benefit adalah tidak semata-mata memberikan manfaat kebendaan tetapi juga dapat bersifat nonmateri.

---

<sup>27</sup> Erly Juliyani, *Etika Bisnis Dalam Persepektif Islam*, 65.

- b. Permbuhan artinya terus meningkat jika profit materi dan benefit telah diraih, bisnis tersebut harus menjaga pertumbuhan agar selalu meningkat. Upaya peningkatan ini juga harus dalam koridor syari'ah bukan menghalalkan segala cara.
- c. Keberlangsungan, target yang telah dicapai dengan pertumbuhan setiap tahunnya harus dijaga keberlangsungannya agar tetap eksis dalam kurun waktu yang lama.
- d. Keberkahan, semua tujuan yang telah dicapai tidak akan berarti apaapa jika tidak ada keberkahan di dalamnya. Maka islam menempatkan berkah sebagai tujuan inti, karena ia merupakan bentuk dari diterimanya segala aktivitas manusia dan keberkahan ini menjadi bukti telah mendapat ridha oleh Allah SWT.<sup>28</sup>

Sebagai makhluk hidup yang diciptakan Allah SWT di muka bumi ini, dan beragama Islam kita diberikan aturan-aturan atau syari'at dalam berperilaku bahkan mencari rezeki diiringi dengan kebenaran atau manfaat untuk orang lain. Melakukan bisnis dengan jujur demi mencari keridhoan Allah SWT untuk dunia dan akhirat. Sebagian masyarakat dalam bisnis tentunya tunduk pada etika, aturan, norma-norma, dan adab yang ada di masyarakat.

## 2. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam ada dua hukum yang mengacu hal tersebut yaitu pada *Al-Qu'ran* dan *As-Sunnah*. Maka dalam etika bisnis Islam yang menyangkut tingkah laku, akhlak, ataupun norma-norma manusia maupun masyarakat atau individu dalam menjalankan kegiatan bisnis sehari-hari yang dilakukan tidak lepas dari aturan hukum Islam untuk memperoleh hasil atau keuntungan yang baik maupun halal dan terhindar dari keharaman, yang bagaimana tetera pada sumber tersebut.

---

<sup>28</sup> Muhammad Ismail Yusanto dan Muhamma Karebet Widjajakusuma, *menggagas Bisnis Islam*, (Gema Insani, Jakarta, 2002), 21

Allah SWT berfirman:

وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ  
عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Artinya : "Dan katakanlah, 'Bekerjalah kalian, maka Allah dan Rasul-Nya Serta orang orang mukmin akan melihat pekerjaan kalian itu dan kalian akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kalian apa yang telah kalian kerjakan.'"(QS. At-Taubah: 105)<sup>29</sup>

Dalam penjelasan surat At-Taubah ayat 105 diatas bahwa Al-Qur'an mengajak umat manusia untuk melakukan pekerjaan yang baik dan manusia senantiasa untuk mempercayai dan mengamalkan tuntunan-tuntunannya dalam segala aspek kehidupan seperti didalam dunia bisnis yaitu jual beli, untung rugi, dan sebagainya. Dalam konteks Al-Qur'an yang menjanjikan.

Allah SWT berfirman:

إِنَّ اللَّهَ اشْتَرَىٰ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ أَنفُسَهُمْ وَأَمْوَالَهُمْ بِأَنَّ لَهُمُ الْجَنَّةَ  
يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَيَقْتُلُونَ وَيُقْتَلُونَ وَعَدًّا عَلَيْهِ حَقًّا فِي  
التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ وَالْقُرْآنِ وَمَنْ أَوْفَىٰ بِعَهْدِهِ مِنَ اللَّهِ فَاسْتَبْشِرُوا  
بِبَيْعِكُمُ الَّذِي بَايَعْتُمْ بِهِ ۚ وَذَلِكَ هُوَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ ﴿١٠٥﴾

Artinya : "Sesungguhnya Allah telah membeli dari orang-orang mukmin, diri dan harta mereka dengan memberikan surga untuk mereka. Mereka berperang pada jalan Allah, lalu mereka membunuh atau terbunuh.(Itu telah menjadi) janji yang benar dari Allah di dalam Taurat, Injil, dan Al-Qur'an. Dan siapakah yang lebih menepati janjinya (selain) daripada

<sup>29</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: PT Kumudasmoro Grafindo, 1994), 298



*Allah? Maka bergembiralah dengan jual beli yang telah kalian lakukan itu, dan itulah kemenangan yang besar.”(QS. At-Taubah: 111)<sup>30</sup>*

Pada ayat diatas dijelaskan bahwa Al-Qur'an hanya melakukan kegiatan yang menguntungkan semata yang diperoleh dari jalan yang halal, dan di dalam Al-Qur'an dijelaskan hanya menerima dan menawarkan satu bursa yang tidak mengenal kerugian dan penipuan.

### **3. Prinsi - Prinsip Dasar Etika Bisnis Islam**

Membangun kultur bisnis yang sehat, idealnya dimulai dari perumusan etika yang akan digunakan sebagai norma perilaku sebelum aturan (hukum) perilaku dibuat dan dilaksanakan. Sebagai kontrol terhadap individu pelaku dalam bisnis yaitu melalui penerapan kebiasaan atau budaya moral atas pemahaman dan penghayatan nilai-nilai dalam prinsip moral sebagai inti kekuatan suatu perusahaan dengan mengutamakan kejujuran, bertanggung jawab, disiplin, berperilaku tanpa diskriminasi.<sup>31</sup> Oleh karena itu semua manusia diberi kebebasan yang harus memperhatikan keesaan Tuhan (*Tauhid*), prinsip keseimbangan (*adil*), kehendakan bebas, pertanggung jawaban dan ihsan. Adapun penjelasan dari kelima prinsip dalam etika bisnis islam adalah sebagai berikut :

#### **a. Ketuhanan (*Tauhid*)**

Prinsip *tauhid* atau ketuhanan adalah suatu prinsi yang sangat kuat dikarenakan menyangkut perpaduan yang kuat sebab seluruh umat manusia disatukan kepada keesaan Allah SWT. Dalam prinsip

---

<sup>30</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: PT Kumudasmoro Grafindo, 1994), 299

<sup>31</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha* (Bandung : CV. Alfabeta, 2013), 36.

ketuhanan meyakini bahwa segala sesuatu aktivitas manusia terutama dalam aktivitas ekonomi senantiasa diawasi dan diperhatikan oleh Allah SWT sehingga akan menghindari dari sifat tidak terpuji dalam hal berbisnis.

Atas prinsip ketuhanan (*Tauhid*) dalam melakukan aktivitas maupun entitas bisnisnya tidak melakukan paling tidak ada tiga hal yaitu :<sup>32</sup>

- 1) Dikriminasi terhadap pekerja, penjual, pembeli, mitra kerja ataupun sekelompok orang atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin ataupun agama.

Allah SWT berfirman:

يٰٓأَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ

لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَىٰكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾

Artinya : " Wahai manusia sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki - laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa - bangsa dan bersuku - suku supaya kamu saling mengenal, sesungguhnya yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling bertaqwa. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal." (QS. Al-Hujurat: 13)<sup>33</sup>

- 2) Allah lah yang semestinya ditakuti dan dicintai. Pada hal ini dalam melakukan bisnisnya sebaiknya harus mengingngat Allah SWT dalam keadaan apapun.

Allah SWT berfirman:

لَا شَرِيكَ لَهُ ۗ وَبِذَلِكَ أُمِرْتُ وَأَنَا أَوَّلُ الْمَسْمُومِينَ ﴿١٦٣﴾

Artinya : "Tiada sekutu bagi-Nya; dan demikian itulah yang diperintahkan kepadaku dan aku adalah orang yang pertamata-tama menyerahkan diri (kepada Allah)." (Qs. Al- An'aam: 163)<sup>34</sup>

<sup>32</sup> Norvadewi, "Bisnis Dalam Perspektif Islam.", 38.

<sup>33</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: PT Kumudasmoro Grafindo, 1994), 298

<sup>34</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: PT Kumudasmoro Grafindo, 1994), 216

- 3) memiliki sifat keserakahan, dan selalu menimbu atau keserakahan, karena hakikatnya kekayaan semua yang kita miliki hanya titipan Allah SWT.

Allah SWT berfirman:

الْمَالُ وَالْبَنُونَ زِينَةُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَالْبَاقِيَاتُ الصَّالِحَاتُ خَيْرٌ

عِنْدَ رَبِّكَ ثَوَابًا وَخَيْرٌ أَمَلًا ﴿٤٦﴾

Artinya : "Harta dan anak-anak adalah perhiasan kehidupan dunia tetapi amalan-amalan yang kekal lagi saleh adalah lebih baik pahalanya di sisi Tuhanmu serta lebih baik untuk menjadi harapan." (QS. Al Kahfi: 46)<sup>35</sup>

Tauhid merupakan konsep serba eksklusif dan serba inklusif.

Pada tingkat absolut ia membedakan khalik dengan makhluk, memerlukan penyerahan tanpa syarat kepada kehendak-Nya, tetapi pada eksistensi manusia memberikan suatu prinsip perpaduan yang kuat sebab seluruh umat manusia dipersatukan dalam ketaatan kepada Allah semata. Konsep tauhid merupakan dimensi vertikal Islam sekaligus horizontal yang memadukan segi politik, sosial ekonomi kehidupan manusia menjadi kebulatan yang homogen yang konsisten dari dalam dan luas sekaligus terpadu dengan alam luas. Dari konsepsi ini, maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini maka pengusaha muslim dalam melakukan aktivitas maupun entitas bisnisnya tidak akan melakukan paling tidak tiga hal prinsip yang dijelaskan diatas.

---

<sup>35</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: PT Kumudasmoro Grafindo, 1994), 450

b. Keseimbangan (*adil*)

Prinsip keseimbangan atau adil adalah berarti terciptanya keadaan dalam sebuah kerja atau bisnis dimana tidak ada satu pihak pun yang merasa dirugikan karna saling rhido. Karena didalam dunia kerja kita harus bersikap adil kepada seseorang individu ataupun sekelompok walaupun kita tidak menyukai seseorang disalah satu partner kerja kita dan menjauhi dari sifat yang memilih-milih diantara satu dengan yang lain.

Allah Swt berfirman:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا كُوْنُوْا قَوّٰمِيْنَ لِلّٰهِ شُهَدَآءَ بِالْقِسْطِ ۗ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلٰٓى اَلَّا تَعْدِلُوْٓا ۗ اَعْدِلُوْٓا هُوَ اَقْرَبُ لِلتَّقْوٰى ۗ وَاتَّقُوا اللّٰهَ ۗ اِنَّ اللّٰهَ خَبِيْرٌۢ بِمَا تَعْمَلُوْنَ ﴿٨﴾

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adilah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan." ( QS. Al Maidah: 8)<sup>36</sup>

Dalam kandungan Qur'an surah Al- Maidah ayat 8 menjelaskan bahwa berlaku adil tidak hanya kepada sesama umat islam, tetapi juga kepada siapa saja walaupun kepada orang-orang yang tidak disukai, selain itu Allah memerintahkan kepada orang mukmin agar melaksanakan amal dan pekerjaan mereka dengan cermat, jujur, dan

<sup>36</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: PT Kumudasmoro Grafindo, 1994), 159

ikhlas karena Allah SWT, baik pekerjaan yang bertalian dengan urusan kehidupan duniawi. Karena hanya dengan demikianlah mereka bisa sukses dan memperoleh hasil; balasan yang mereka harapkan. Selanjutnya dalam persaksian mereka harus adil menerangkan apa yang sebenarnya, tanpa memandang siapa orangnya, sekalipun akan menguntungkan lawan dan merugikan sahabat dan kerabatnya sendiri.

c. Kehendakan Bebas

Prinsip kehendakan bebas dalam etika bisnis Islam mencerminkan bahwa setiap muslim memiliki kebebasan untuk mengambil semua tindakan yang diperlukan untuk memperoleh kemaslahtan yang berasal dari sumber daya yang ada untuk dikelola dan dimanfaatkan demi mencapai kesejahteraan hidup dengan tetap memperhatikan nilai-nilai Islam dengan baik. Manusia diberi kebebasan untuk menjalankan kehidupan mereka tetapi dalam arti kebebasan itu tersebut harus selalu dituntun kepada Allah SWT.

Penerapan konsep kehendakan bebas dalam etika bisnis, berdasarkan konsep kehendakan bebas, manusia memiliki kebebasan untuk membuat kontrak dan menepatinya ataupun mengingkarinya. Seseorang muslim yang telah menyerahkan hidupnya pada kehendak Allah SWT, akan menepati semua kontrak yang telah dibuatnya. Dalam prinsip ini kehendakan bebas yang dituntut oleh hukum Allah SWT harus dipiliah agar dapat bertindak secara etis.

d. Pertanggung Jawaban

Pertanggung jawab yang dimaksud dalam hal ini adalah apabila kita bertindak atau tingkah laku kita dalam melakukan atau menjalankan bisnis harus bisa di pertanggung jawabkan terutama kepada Allah SWT, dan kepada sesama manusia. Tanggung jawab yang dilakukan bisa dalam hal transaksi jual beli, melakukan perjanjian kepada sekelompok orang ataupun individu yang melakukan kegiatan bisnis tersebut.

Islam adalah agama yang adil, jika seseorang tidak bertanggung jawab terhadap tindakanya seperti seseorang belum mencapai usia dewasa, mengalami gangguan kejiwaan, dan berbuat sesuatu ketika sedang tidur.

Penerapan konsep tanggung jawab dalam etika bisnis yaitu apabila seseorang pengusaha Muslim berperilaku secara tidak etis, dalam hal ini mereka tidak bisa menyalahkan tindakanya ataupun persoalan tekanan dalam bisnis. Mereka harus memikul tanggung jawab tertinggi atas tindakannya sendiri. Karena konsep ini sangat berkaitan secara erat dengan prinsip-prinsip kesatuan, keseimbangan, dan kehendakan bebas. Semua kewajiban harus dilaksanakan.<sup>37</sup>

e. Kebajikan (*Ihsan*)

*Ihsan* merupakan kebajikan ataupun kebaikan sesama orang lain sebagai niat atau tindakan yang menguntungkan orang lain lebih

---

<sup>37</sup> Rafik Issa B, *Etika Bisnis Islam*, 42

dibandingkan orang yang melakukan tindakan tersebut dan dilakukan tanpa kewajiban apapun. Sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Pemberian manfaat kepada orang lain berdasarkan hak orang lain tersebut. Prinsip ini dilakukan agar pelaku bisnis tidak ragu-ragu dalam melakukan kegiatan ekonomi. Dengan menerapkan prinsip *ihsan* kita dapat memberikan yang terbaik yang mampu kita berikan. Dalam aktivitas ekonomi kita dapat memberika pelayanan yang maksimal (*service xcellent*) kepada konsumen.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Sifat Penelitian**

##### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian lapangan (*Field Research*). Penelitian lapangan atau yang disebut dengan *Field Research* adalah studi atau penelitian yang dilakukan terhadap realisasi kehidupan sosial masyarakat secara langsung atau ketempat yang akan diteliti secara langsung.<sup>1</sup> Dimana suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala objektif yang terjadi di lokasi tersebut.

Maka dalam mengumpulkan data-data yang digunakan sebagai pedoman penulisan karya ilmiah ini mengambil dari lokasi yang bersangkutan dengan permasalahan yang timbul dari penelitian tersebut, yaitu para *YouTuber-YouTuber* yang tinggal di Provinsi Lampung.

##### 2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang digunakan bersifat Kualitatif, yang dalam penelitian kualitatif ini menghasilkan proses data deskriptif. Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang paling dasar yang ditunjuk untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena yang bersifat alamiah ataupun rekayasa manusia. Dalam penelitian ini juga mengkaji bentuk aktivitas, karakteristik,

---

<sup>1</sup> Abdurahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 96.



perubahahan, hubungan, kesamaan dan perbedaanya dengan fenomena lain atau berkaitan dengan pengkajian fenomena secara lebih rinci atau membedakannya dengan fenomena yang lain.

Maka dalam penelitian ini peneliti tidak memberikan perlakuan manipulasi atau perubahan, tetapi menggambarkan suatu kondisi apa adanya ataupun fakta-fakta yang ada yang berkaitan dengan konten kreatif *YouTube* sebagai sumber penghasilan tersebut ditinjau dari etika bisnis Islam.

## **B. Sumber Data**

Dalam penelitian ini, menggunakan dua sumber data yang diperoleh untuk membantu peneliti dalam mengumpulkan data maupun informasi yang terkait dengan pokok permasalahan baik dari membaca maupun mengutip dari berbagai sumber. Dua teknik penyusunannya meliputi sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data tersebut diantaranya yaitu :

### **1. Data primer**

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumbernya, lalu dicatat dan diamati untuk pertama kalinya dan hasilnya digunakan langsung oleh peneliti itu sendiri untuk memecahkan persoalan yang akan dicari jawabannya.<sup>2</sup> Dalam penelitian ini yang dimaksud peneliti mencari informasi dan respon yang

---

<sup>2</sup> Anak Agung P. A dan Anik Yuesti, *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif dan Kualitatif* (Bali : CV. Noah Aletheia, 2019), 63.

dapat memberikan informasi mengenai fakta yang akan dikaji dalam suatu penelitian yang didapatkan dari teknik purposive sampling.

Teknik *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel data dengan sumber data dalam pertimbangan tertentu, yang artinya dalam penelitian ini unsur yang di pertimbangkan adalah orang yang paling berpengaruh dalam penelitian serta orang yang dianggap paling tahu tentang apa peneliti yang diharapkan sehingga dapat menghasilkan sumber maupun informasi secara akurat.

Dalam penentuan sampel yang dimaksud yaitu pada saat peneliti terjun kedalam lapangan secara langsung, lalu seorang peneliti memilih orang tertentu untuk diteliti agar bisa memberikan data yang diperlukan kepada peneliti, selanjutnya berdasarkan data atau informasi yang diperoleh peneliti dapat menetapkan sampel ke yang lainnya guna untuk memberikan data yang lebih lengkap lagi, dalam hal ini beberapa *YouTuber* asal Lampung, yaitu Agil Swd, Irul, dan Saiful.

## 2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh oleh peneliti secara tidak langsung artinya peneliti memperoleh data ataupun informasi melalui media perantara yang dicatat oleh pihak lain. Dalam data sekunder ini menjadi sumber data pendukung yang akan memperkuat data primer, sumber data sekunder dapat diperoleh melalui beberapa sumber meliputi karya ilmiah, jurnal, buku, dan dokumen-dokumen lainnya yang berkaitan dengan judul yang akan diteliti.

### C. Teknik Pengumpulan Data

Dalam teknik pengumpulan data agar mendapatkan informasi secara kualitatif yang digunakan peneliti dalam penelitian karya ilmiah ini adalah dengan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Adapun penjelasan dari instrumen tersebut adalah :

#### 1. Teknik wawancara (*interview*)

Teknik wawancara atau interview adalah salah satu teknik yang dapat digunakan peneliti untuk menumpulkan data dalam penelitiannya. Wawancara (*interview*) adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara (*interviewer*) dan sumber informasi atau orang yang akan di wawancarai (*interviewee*) yang dilakukan melalui komunikasi secara langsung, atau dapat disebut juga bahwa wawancara merupakan percakapan tatap muka (*face to face*) antara wawancara dan sumber informasi, dimana pewawancara menanyakan langsung kepada objek yang di teliti yang telah dirancang sebelumnya.<sup>3</sup>

Wawancara dalam penelitian kualitatif ini terdiri dari 3 bentuk yaitu wawancara terstruktur, wawancara semi struktur, dan wawancara tidak struktur. Bentuk dalam penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur (*Structured Interview*). Wawancara terstruktur wawancara yang sudah ditentukan langsung oleh peneliti terkait masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan dalam proses wawancara. Dalam penelitian ini peneliti dapat menggunakan alat bantu seperi

---

<sup>3</sup> Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan Penelitian Gabungan* (Jakarta : Kencana, 2017), 152.

kamera, tap recorder, dan lain-lain. Dalam wawancara ini ditunjukkan secara mendalam kepada 3 youtuber yaitu Agil Setia Wulandari, Muhammad Irul, dan Saiful.

## 2. Teknik Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, gambar maupun elektronik. Dokumen-dokumen yang akan dihimpun dipilih sesuai dengan tujuan dan fokus kepada masalah yang akan peneliti lakukan.

Maka pengumpulan dokumentasi dalam penelitian ini dapat peneliti lakukan dengan cara menggunakan foto, laporan maupun catatan yang memiliki keterkaitan dengan penelitian. Dokumen tersebut diantaranya foto proses wawancara terhadap *YouTuber* dan *screenshoot* (tangkapan layar) *YouTube channel* para *YouTuber*, dan jurnal-jurnal lainnya.

## D. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menggunakan metode analisis data kualitatif. Analisis data merupakan proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Analisis data kualitatif berkaitan dengan data berupa kata atau kalimat yang dihasilkan dari objek penelitian serta berkaitan dengan kejadian yang melingkupi sebuah objek penelitian. Analisis data kualitatif dilakukan secara

induktif, yaitu penelitian kualitatif tidak dimulai dari deduksi teori tetapi dimulai dari fakta empiris. Peneliti terjun ke lapangan, mempelajari, menganalisis, menafsirkan dan menarik kesimpulan dari fenomena yang ada di lapangan. Peneliti dihadapkan kepada data yang diperoleh dari lapangan. Dari data tersebut, peneliti harus menganalisis sehingga menemukan makna yang kemudian makna itulah menjadi hasil penelitian.<sup>4</sup>

Metode dalam analisis ini akan memaparkan sebuah informasi secara fakta yang akurat dimana yang dimaksud nantinya memberikan informasi persoalan atau fakta yang kongkrit tentang Konten Kreatif *YouTube* dan Sumber Penghasilan yang di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam. Adapun proses analisis data tersebut, diantaranya :<sup>5</sup>

#### 1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya polanya dan membuang membuang yang tidak perlu. Reduksi data bisa dilakukan dengan jalan melakukan abstraksi. Abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman yang inti, proses dan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap berada dalam data penelitian. Dengan kata lain proses reduksi data ini dilakukan oleh peneliti secara terus menerus saat melakukan penelitian untuk menghasilkan catatan-catatan inti dari data menghasilkan catatan-catatan inti dari data yang di yang diperoleh dari hasil penggalian data.

---

<sup>4</sup> Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta : Literasi Media Publishing, 2015), 98.

<sup>5</sup> *Ibid.*, 99-100.

## 2. Penyajian data

Penyajian data dilakukan untuk dapat melihat gambaran keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari gambaran keseluruhan. Pada tahap ini peneliti berusaha mengklasifikasikan dan menyajikan data sesuai dengan pokok permasalahan yang diawali dengan pengkodean pada setiap subpokok permasalahan.

## 3. Kesimpulan atau Verifikasi

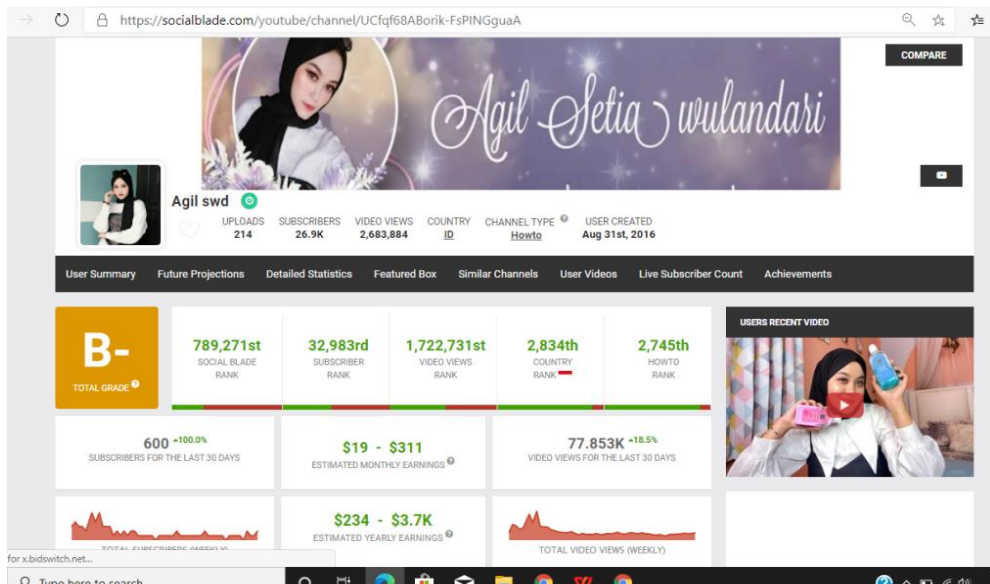
Kesimpulan atau verifikasi adalah tahap akhir dalam proses analisa data. Pada bagian ini peneliti mengutarakan kesimpulan dari bagian ini peneliti mengutarakan kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh. Kegiatan ini dimaksudkan untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan. Penarikan kesimpulan bisa dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan dari subyek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Profil *YouTuber* Lampung

##### 1. Agil Setia Wulandari (Agil SWD)



Gambar 1 Tampilan *YouTuber* Agil Social Blade<sup>1</sup>

Agil Setia Wulandari yang biasa di panggil Agil ini merupakan seorang *YouTuber* yang beralamat di Metro Kibang. Letaknya di Kabupaten Lampung Timur. Agil memiliki *Channel YouTube* yang bernama Agil SWD. Agil bersekolah di SDN 2 Metro Kibang, SMPN 1 Metro Kibang, tetapi saat duduk di bangku SMA Agil bersekolah di SMAN 2 Metro, hingga sekarang Agil masih berkuliah di semester tingkat akhir tepatnya di IAIN Metro.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> <https://socialblade.com/>, Diunduh Pada Jum'at 01 April 2022 Pukul 15:00 WIB

<sup>2</sup> Hasil Wawancara dengan Agil Setia Wulandari, seorang *YouTuber* Asal Lampung, pada tanggal 30 Maret 2022, Pukul 13.00 WIB.

Agil Setia Wulandari merupakan anak perempuan terakhir dari 3 bersaudara, memiliki kakak pertama laki-laki yang sudah berkeluarga dan memiliki kakak perempuan kedua yang saat ini bekerja di sebuah *Store* (toko) kosmetik kecantikan. Ibu dan Ayah Agil seorang petani yang memiliki sawah sendiri yang dapat dilihat lumayan sangat luas. Dilihat dari perekonomian keluarga Agil sudah mencukupi.<sup>3</sup>

Sejak kecil Agil sudah menunjukkan multitalentanya yang dimiliki dirinya, dapat dibilang Agil bisa menghasilkan uang dengan suara merdunya, Agil selalu mendapat *Job* (pekerjaan) untuk membaca Al-Qur'an di tempat hajatan ataupun acara yasinan kaum wanita dan sebagainya. Agil seorang wanita yang cukup cantik hingga saat ini Agil dijuluki sebagai *selebgram* karena memiliki *Followers* atau pengikut di salah satu sosial media Instagram yang cukup banyak, selain itu Agil juga seorang MUA atau yang disebut *Makeup Artis* dan mempunyai usaha tempat penyewaan dekorasi maupun kostum adat pengantin yang dibantu oleh kakak perempuannya. Agil seorang perempuan yang memang sudah cukup keren untuk menghasilkan uang dan membuka usaha sendiri di era zaman sekarang ini dan diumur mudanya.<sup>4</sup>

Awal Agil memulai membuat *Channel YouTube* atau bergabung di akun *YouTube* pada 31 Agustus 2016, tetapi pada tahun 2016 hingga 2017 Agil belum terlalu aktif dan belum memulai meng-*upload* video di *Channelnya*, yang melatar belakangi Agil memilih *YouTube* sebagai sumber penghasilan yaitu menurutnya membuat *Channel YouTube* salah satu hobi

---

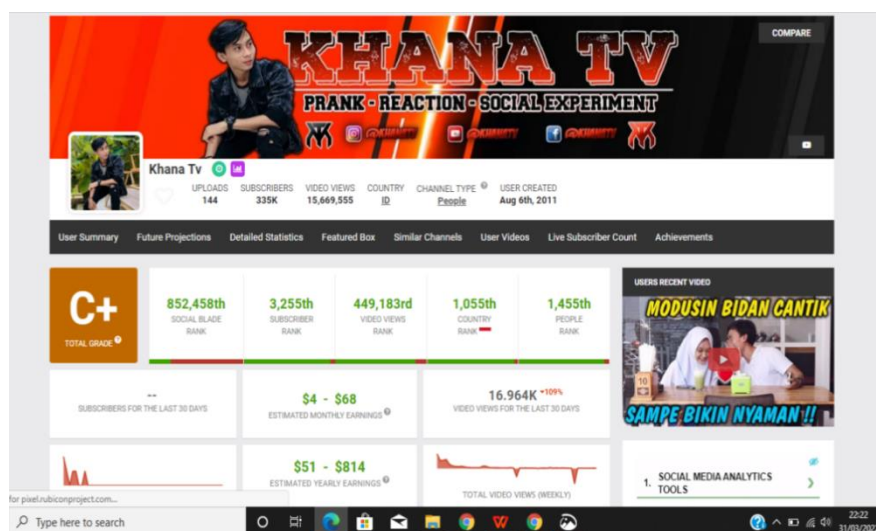
<sup>3</sup> *Ibid.*,

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



yang ia sukai, Agil selalu aktif didepan kamera, selain itu yang memotivasi Agil untuk membuat *Channel YouTube* dan berkonten adalah dorongan dari teman-teman SMA nya dahulu, karena banyak teman-teman Agil terutama kaum hawa yang meminta Agil untuk membuat tutorial memakai hijab, tutorial *makeup* dan lain sebagainya, sehingga dari sinilah Agil memulai aktif di bidang *YouTube*. Agil berpikir bahwa berkonten di *YouTube* dapat di jadikan pekerjaan sampingan dan tidak sama sekali mengganggu waktu belajar dan pekerjaan ia selama ini, karena menurutnya berkonten di *YouTube* waktunya sangat menyesuaikan terhadap dirinya dan tidak ada tekanan dari pihak *YouTube* sehingga dalam membuat konten dapat dikerjakan dimana saja dan dapat menghasilkan uang yang kerjanya menurut dia hobi yang terbayar dan santai.<sup>5</sup>

## 2. Khoirul Anwar (Khana TV)



Gambar 2 Tampilan *Youtuber* Khoirul Anwar di *Social Blade*<sup>6</sup>

<sup>5</sup> *Ibid.*,

<sup>6</sup> <https://socialblade.com/>, Diunduh Pada Kamis 31 Maret 2022 Pukul 13:00 WIB

*YouTuber* yang bernama Khoirul Anwar ini merupakan salah satu *YouTuber* asli penduduk Kota Metro yang beralamat di 15a Kecamatan Metro Timur tetapi semenjak sudah mendapatkan penghasilan dari usaha konten yang ia buat Irul sudah mampu membeli perumahan di daerah Magelangan tempatnya di Kelurahan Ganjar Asri Kecamatan Metro Barat. Khoirul Anwar bisa dipanggil Irul ini berasal dari keluarga sederhana, Irul ini memiliki 2 adik perempuan yang masih duduk di SMA dan adik laki-laki terakhirnya masih duduk dibangku SD.

Riwayat pekerjaan yang dilakukan Irul selama ini memang sudah cukup banyak pengalaman. Irul juga pernah merantau selama satu tahun di Jakarta yaitu bekerja di salah satu hotel Jakarta tepatnya di daerah dekat Universitas Trisakti dengan modal percaya dirinya tanpa ada *basic* sedikitpun di perhotelan Irul mampu masuk dan bekerja di salah satu hotel Jakarta tersebut selama 1 tahun. Selain itu Irul juga pernah bekerja di salah satu tempat *Service Computer* di karenakan *skill* dan bekal yang ia dapat selama mengambil jurusan teknik komputer di SMK N 3 Metro.<sup>7</sup>

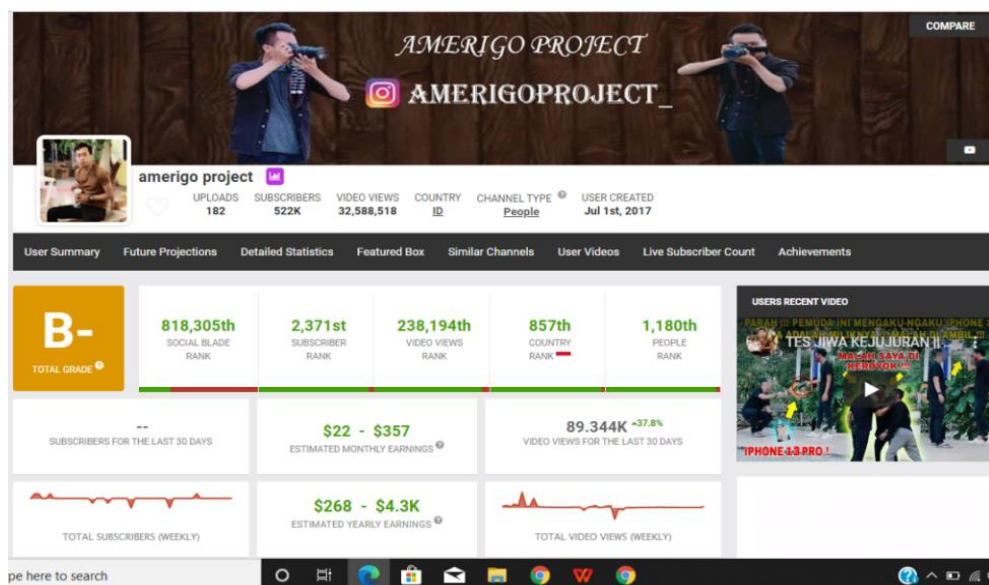
Awal mula bergabung dan mulai membuat *Channel* di *YouTube* pada tanggal 6 Agustus 2016, lalu Irul mulai mengupload video ke *Channel* nya pertama kali pada awal Januari 2019. Alasan Irul tertarik ingin membuat *Channel YouTube* sebagai sumber penghasilan karena Irul sering menonton *Channel YouTube* asal Jogjakarta yaitu yang bernama Bram Dermawan yang akhirnya Irul membuat konten pertamanya tentan *Social Experiment* yaitu

---

<sup>7</sup> Hasil Wawancara dengan M. Khoirul Anwar, seorang *YouTuber* Asal Lampung, pada tanggal 18 Maret 2022, Pukul 13.00 WIB.

eksperimen dengan mengambil contoh sampel dari manusia ataupun lingkungan sosial. Yang melatar belakangi Irul membuat konten adalah yang utama hobi selain hobi ternyata Irul juga ingin membantu perekonomian keluarganya karena Irul merupakan anak pertama di keluarganya yang harus membantu orang tuanya untuk membiayai sekolah atau kebutuhan lain adiknya maka dengan ia bergabung dengan *YouTube* dapat mendapatkan penghasilan yang menurutnya dengan mudah dan bekerja tanpa ada tekanan.<sup>8</sup>

### 3. Syaiful Amri (Amerigo Project)



Gambar 3 Tampilan *YouTuber* Syaiful Amri di *Social Blade*<sup>9</sup>

Syaiful Amri adalah seorang *YouTuber* yang berasal dari Metro. Syaiful Amri biasa dipanggil dengan nama Syaiful. Lahir pada tanggal 4 Juni 1995, ia merupakan anak tunggal. Syaiful tinggal di alamat 15b Barat bersama kedua orang tuanya. Syaiful memiliki 2 rumah di Metro dan di Yogyakarta, rencananya akhir tahun 2022 Syaiful dan kedua orang tuanya

<sup>8</sup> Ibid.,

<sup>9</sup> <https://socialblade.com/>, Diunduh Pada Jum'at 01 April 2022 Pukul 17:00 WIB

akan pindah ke Yogyakarta, dan mencari kerja disana dan melanjutkan hobi membuat konten *YouTube*.<sup>10</sup> Selama ini Syaiful menempuh pendidikan SD, SMP dan SMK 2 Muhammadiyah di Metro, setelah lulus dari SMK Syaiful melanjutkan kuliah dan merantau di salah satu Universitas Swasta di Bekasi dan mengambil program studi *IT* (Informasi Teknologi). Selama di Bekasi ia kuliah dan bekerja sebagai *Part Tim Job* atau bisa disebut juga kerja paruh waktu yang tidak mengganggu selam jam perkuliahan.

Syaiful memulai membuat *Channel YouTube* pada tanggal 1 Juli 2017, yang menurutnya pada tahun 2017 ia belum terlalu aktif memulai berkonten di *Channel YouTube* nya karena alasnya masih kuliah dan bekerja dan belum memiliki ide-ide dalam membuat konten. Setelah masuk awal bulan di tahun 2018 Syaiful memulai pembuatan *Channel YouTube*nya. Syaiful mulai aktif dalam pembuatan konten-konten yang akan di *Upload* (unggah) di *Channel YouTube*nya yang ia miliki. *Channel YouTube* Syaiful ini bernama Amerigo Project. Alasan Syaiful memilih *YouTube* sebagai konten kreatif yang menghasilkan sumber penghasilan diakarenakan menurutnya itu adalah suatu hobi yang ada di diri Saiful banget dan termasuk salah satu hobi yang dibayar sama halnya seperti Agil dan Irul.<sup>11</sup>

Selain itu yang memotivasi Syaiful dalam membuat konten *YouTube* adalah kedua orangtuanya dan salah satu motivator dari *Youtuber* lainnya yang sudah cukup terkenal seperti konten-konten *prank*, *social experiment* dan lain sebagainya yang dimiliki salah satu *Youtuber* cukup

---

<sup>10</sup> Hasil Wawancara dengan Syaiful Amri, seorang *Youtuber* Asal Lampung, pada tanggal 31 Maret 2022, Pukul 13.00 WIB

<sup>11</sup> *Ibid.*,

terkenal yaitu Yudis Pradana. Zaman itu menurutnya pekerjaan sebagai *YouTuber* merupakan bisnis yang sangat menjanjikan akhirnya Syaiful mulai menjadi *YouTuber* dan sering aktif membuat konten agar dapat penghasilan yang cukup lumayan besar.. Bermodalkan kamera *Handphone* yang ia miliki dan alat seadanya, konten pertam Syaiful yaitu tentang Prank dan *Social Experiment*.<sup>12</sup>

## **B. Mekanisme membuat Konten Kreatif *YouTUBE***

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada para konten kreator atau *YouTuber* Lampung, di ketahui bahwa mekanisme membuat konten kreatif *YouTUBE* tersebut berbeda-beda, baik kriteria dalam pembuatan konten dan apa saja konten-konten yang dibuat oleh para kreator atau *YouTuber* Lampung, yaitu :

### 1. Agil Setia Wulandari (Agil SWD)

Terciptanya konten kreatif di *Channel YouTube* Agil SWD adalah saat Agil duduk dibangku SMA banyak teman-teman dari Agil meminta tutorial hijab karena memang Agil lebih memfokuskan isi kontennya berisi tentang *Beuty Vlogger* (video kecantikan), alasan utama ia memilih konten tersebut adalah ia ingin mengubah khususnya wanita untuk mengenal *fashion* (panampilan) agar terkesan lebih *fashionable* di jaman sekarang ini, dan memberikan sesuatu manfaat positif kepada masyarakat melalui konten yang ia buat saat masyarakat menonton konten dan merasa terhibur akan *YouTube Channel* miliknya.

---

<sup>12</sup> *Ibid.*,

Mekanisme awal dalam berproses pembentukan konten *YouTube* Agil hanya menggunakan alat biasa dan sederhana seperti *Smartphone* android yang ia miliki, tetapi selama *Channel YouTube* Agil mulai di Monetisasi oleh pihak *YouTube* ia sekarang mampu membeli alat yang bisa dibilang lebih baik, resolusi gambar lebih terlihat jernih dan alat-alat yang sangat berkualitas. Alat - alat tersebut seperti kamera Fuji, Tripod, *Ring Light* (Ring pencahayaan), Hp Iphone 11 dan alat-alat lain yang sudah menurutnya canggih.<sup>13</sup>

Awal Agil menjadi viral dan menggugah video yaitu tentang “TAHAPAN-TAHAPAN MAKEUP PEMULA WAJIB TONTON!!” pada konten ini Agil mendapatkan 1 juta penonton. Mekanisme pembuat konten ini sangat sederhana Agil hanya menggunakan HP, tripod untuk menyanggah HPnya dan *Ring Light* agar membantu dalam pencahayaan saat membuat konten agar terlihat lebih terang dan tidak gelap. Agil selalu membuat konten dirumah sendiri, biasanya Agil membuat konten di kamar pribadinya yang memang dikhususkan untuk membuat konten *YouTube*, yang menurut para penonton kamar tersebut sangat estetis dan sangat bagus untuk dijadikan *background* atau latar belakang saat ia membuat konten.<sup>14</sup>

Sekarang sudah banyak konten yang di *upload* di *Channel* milik Agil, sudah ada 214 video yang ia *upload* selama terjun di dunia per *YouTube*-an. Hingga sekarang ini Agil masih sangat rajin dalam

---

<sup>13</sup> Hasil Wawancara dengan Agil Setia Wulandari, seorang YouTuber Asal Lampung, pada tanggal 30 Maret 2022, Pukul 13.00 WIB.

<sup>14</sup> Ibid.,

berkonten, jadwal mengupload tidak tentu kadang menurutnya seminggu bisa 2 kali atau 1 kali karena melihat dari kesibukan Agil juga memiliki usaha MUA (*Makeup Artis*) dan Dekorasi pernikahan (*Wedding*). Selain itu dalam konten Agil hanya membuat konten *YouTube* dan berfokus ke konten *Beauty Vlogger* yaitu konten yang berhubungan tentang kecantikan seperti tutorial hijab, tutorial *Makeup* dan kecantikan lainnya dalam bentuk video, konten yang ia tuju atau sasaran utamanya yaitu kaum hawa (wanita) yang sudah mulai mengenal kecantikan atau *Makeup* kurang lebihnya ditunjukkan untuk para wanita di usia 17 tahun.<sup>15</sup>

Kriteria dalam pembuatan konten *YouTube* Agil hanya butuh dan memerlukan beberapa alat make up yang ia punya, selain itu Agil juga harus berhati-hati dalam *me-review* produk kecantikan yang ia infokan ke penonton (*viewers*) lainnya agar yang mengikuti caranya dan membeli produk dari sarannya tidak ada dampak negatif bagi penggunaannya misal produk yang ia *review* atau ringkas sudah ber BPOM atau halal dalam Islam.<sup>16</sup>

Mekanisme pembuatan konten pada *YouTube* Agil awalnya Agil harus memiliki gagasan atau ide yang sedang *Tranding* atau *Booming* yang sedang diperbincangkan di jaman sekarang oleh perempuan-perempuan, misalnya tentang gaya hijab bagi wanita muslim dengan jilbab pashmina, sehingga dengan adanya ide tersebut

---

<sup>15</sup> *Ibid.*,

<sup>16</sup> *Ibid.*,

Agil membuat tutorial gaya berhijab dengan bahan jilbab Pashmina yang berbeda dari yang lainnya. Selain hijab ada juga tutorial ber-*makeup* Agil membuat tatacara bermakeup dan banyak jenis-jenis yang dibuatnya seperti Makeup kondangan, pernikahan dan bahkan Makeup saat ingin pergi kuliah atau kerja. Selain adanya tutorial hijab dan Makeup Agil juga sering mengupload tentang OOTD (Outfit Of The Day) yang berarti pakaian yang dipakai hari ini atau sehar-hari oleh kaum wanita muslim khususnya, jadi Agil semacam mereview produk-produk pakaian yang cocok dipakai oleh wanita muslim pada zaman millennial sekarang ini dan tidak lupa juga Agil menginfokan toko mana ia membeli pakaian tersebut, dalam kata lain ini termasuk endorse yang ditunjuk oleh Agil.

Strategi yang Agil lakukan agar menarik banyak Subscriber dan Viewers yaitu dengan cara yang sama yang dilakukan oleh para *YouTuber* lainnya. Seperti halmnya saat agil membuat video saat pembuka agil berkata “Hello guys sebelum nonton jangan lupa subscriber, like and komen ya guys happy watching”, biasanya Agil menggunakan kalimat tersebut untuk mengajak para *viewers*-nya untuk meng-*like* dan komen. Selain itu Agil juga tidak lupa untuk meng-*share link* kontennya kedia sosial terutama Instagram, yang memang Instagram Agil memiliki 19 ribu *Followers* (pengikut) dengan cara ini *Subscriber* dan *Viewers* saat Agil meng-*upload* konten ke *Channel*



*YouTube* miliknya akan bertambah dan juga akan meningkatkan penghasilan.<sup>17</sup>

## 2. Khoirul Anwar (Khana TV)

Awal terciptanya Konten Kreatif *YouTube* pada *channel* *YouTubanya* karena pada saat itu ia tertarik karena salah satu seorang *Youtuber* dari Yogyakarta bernama Bram Dermawan yang membuat konten tentang sosial *Experiment* atau gombalan yang akhirnya Irul memulai dengan membuat konten sosial *Experiment* yang belum ada isi konten seperti itu menurutnya. *Channel YouTube* Irul ini mulai bergabung pada tanggal 6 Agustus 2016 dan memulai meng-*upload* konten pada bulan Januari tahun 2019.<sup>18</sup>

Dalam mekanisme pembuatan konten kreatif *YouTube*, *YouTubers* Irul tidak berjalan sendiri, dibantu oleh beberapa tim dan tim tersebut merupakan teman-teman dari *YouTubers* Irul itu sendiri. Selain itu, mekanisme pembuatan konten kreatif *YouTube* Irul ini juga tidak terlepas dari sebuah ide atau gagasan yang ia miliki setiap ia berkonten yang videonya akan di *upload* ke Channel miliknya.

Konten *YouTube* Irul yang dibuat bermacam-macam seperti konten *prank* yaitu salah satu bentuk konten komedi atau dengan membuat konten lelucon untuk menghibur *Subscriber* supaya merasa penonton merasa terhibur dan tertawa lepas, sehingga para *Subscriber*

---

<sup>17</sup> *Ibid.*,

<sup>18</sup> Hasil Wawancara dengan Agil Setia Wulandari, seorang *Youtuber* Asal Lampung, pada tanggal 30 Maret 2022, Pukul 13.00 WIB.

tertarik dengan konten kreatif *YouTubers* Irul. Selain konten *Prank* yang dibuat, *YouTubers* Irul juga membuat konten *Social Experiment* yaitu sebuah percobaan yang ingin melihat bagaimana sifat-sifat seseorang itu jika diberikan sebuah permasalahan. *YouTubers* Irul juga membuat konten *Vlog* atau yang disebut *Video Blogging* adalah sebuah blog dimana terdapat konten berupa video di dalamnya dan nantinya akan diunggah melalui situs *Channel* di *YouTube*. Berbagai macam konten *YouTubers* Irul yang dibuat, ada kriteria tersendiri bagi *YouTubers* Irul yaitu pada kriteria komedi atau terhibur, agar penonton atau *Subscriber*nya merasa terhibur dengan konten yang dibuatnya.

Pada postingan yang di unggah di *Channel YouTube* Khana TV ada beberapa konten yang viral ia membuat konten social experiment yang viral yaitu “AWALNYA TAKUT DAN KAGET KARENA GEMBEL INI!! TAPI TIBA-TIBA MEREKA TERHARU MELIHATNYA”. Pada konten ini berisi tentang seseorang gembel yang dengan fasih bisa membaca Al-Qur’an dan orang-orang sekitar yang melihatnya menjadi terharu. Pada konten ini ia berhasil mendapat 6 juta *viewers* (penonton).<sup>19</sup>

Hingga sekarang Irul sering mengunggah video ke *Channel YouTube*nya ada 142 video yang sudah ia *upload* ke *Channel* nya, tetapi semakin kesini Irul meng-*upload* video konten tentang *prank* percintaan ada beberapa konten seperti “GOMBALIN CEWEK IMUT SAMPAI

---

<sup>19</sup> Hasil Wawancara dengan M. Khoirul Anwar, seorang *YouTuber* Asal Lampung, pada tanggal 18 Maret 2022, Pukul 13.00 WIB.

DAPET PELUKAN” dan uploadan terbaru di awal tahun 2022 yaitu tentang “KENALAN SAMA UKHTI MANIS!! MINTA DIHALALIN MAASZEEH!”. Konten tersebut juga sudah mendapat 6 ribu penonton.

Sebelum viral semua alat-alat masih meminjan mulai dari kamera, *microphone* atau penangkap suara dan lain sebagainya. Setiap objek atau sasaran dari pranknya atau *Social Experimen* nya pasti perempuan-perempuan cantik dan *Good Looking* (Penampilan atu paras bagus) dan orang-orang yang sedang nongkrong berdua di tempat umum yaitu kafe di Metro seperti warung viral, fatness dan Taman Kota sering sekali menjadi tempat *YouTuber* Irul untuk membuat Prank *YouTube* nya. Setiap bertemu teman-temannya pasti dia meminjam *Smartphone* dan membuka *Channel* akun *YouTubanya* lalu meng-*Subscribe* sendiri, otomatis setiap *Upload* terbaru akan masuk ke notifikasi akun *YouTube* temannya. Setelah viral dan di Monetisasi oleh *YouTube*, barulah *YouTuber* Irul menekuni secara serius bisnis *YouTubanya*. Membeli kamera dslr, membuat team *YouTube* yang terdiri dari 3 orang (*cameraman*, *editor*, *leader* atau Subjek, yaitu *YouTuber* Irul sendiri), team *cameramen* dan, *leader* selalu ikut dalam pembuatan bahan mentah dari videonya. sedangkan *editor* yang melakukan *finishing* akhir, membuat bahan mentah menjadi video yang menarik untuk di tonton. merapikan isi konten, membuat *Thubmnaill* yang menarik, mengatur jangka waktu *Upload* setiap minggunya.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> *Ibid.*,

*YouTuber* Irul menargetkan modal setiap pembuatan 1 konten video dengan budget Rp.100.000-Rp.250.000,- untuk di dalam Lampung biaya ini dipakai saat Irul berkonten dengan seseorang untk membeli bensin kendaraan team dan membayar jajan atau makanan di kafe saat ia berkonten di kafe tersebut. Irul juga sering berkolaborasi dengan selebgram-selebgram cantik Lampung dan membuat *Thumbnail* khusus, sehingga orang merasa terhibur dengan isi konten yang ia buat selama ini.

Strategi yang digunakan Irul untuk meningkatkan *subscribernya* yaitu dengan cara membagikan link konten yang ia buat ke sosial media seperti Instagram, Facebook, Twitter dan Whatsaap, selain membagikan link ke sosial media Irul juga meminta bantuan kepada teman-temanya seperti selebgram untuk membantu dan mengajak meng-*subscriber Channel YouTubanya* sehingga stategi yang digunakan ini dapat meningkatkan *subscriber* dan penghasilan pada konten yang ia bentuk.

### 3. Saiful Amri (Amerigo Project)

Mekanisme pembuatan *YouTube* pada *Channel* Saiful yaitu amerogo Project sebenarnya tidak jauh beda pada *YouTuber* Irul seperti konten yang ia buat yaitu konten yang pernah Saiful buat dan menjadi viral yaitu “PILIH AL-QUR’AN , HP ATAU UANG ??? SOSIAL EKSPERIMEN KE ORANG YANG MEMBUTUHKAN ! PILIHANNYA MALAH..!!”. Pada video atau konten ini berisikan tentang sosial eksperimen yaitu saat Saiful memberi pilihan kepada orang-orang yaitu pilihan memilih Al-Qur’an, Hp atau uang dan tidak

disangka-sangka pada konten sosial experimennya ini kebanyakan orang memilih Al-Qur'an, dan banyak komenan positif pada konten tersebut hingga 9 ribu yang berkomen dikolom komentarnya. Setelah sekian banyak upload baru didalam postingannya ini sudah mendapatkan 2 juta dalam 3 hari.<sup>21</sup>

Ide dan Kreatifitas sangat di gunakan dalam proses pembuatan konten. Selalu di ending video di selipkan pesan atau nilai sosial untuk dijadikan nilai edukasi sebagai kaca mata Subscriber dari Channel YouTubanya. Sudah banyak ini konten yang banyak mendapat komentar positif dan itu di jadikan YouTube Saiful sebagai tambahan dasar pemikiran untuk membuat konten-konten selanjutnya. Saiful dalam membuat konten hanya berfokus kedalam konten tentang Social Experiment dan prank sudah banyak konten video yang ia upload hingga sekarang.<sup>22</sup>

Konyen yang di Upload pada seminggu lalu saiful meng-upload tentang "TES JIWA KEJUJURAN, PEMUDA INI MENGAKU-NGAKU IPHONE 13 SAYA ADALAH MILIKNYA ! MALAH DIAMBIL", konten ini dalam seminggu sudah mendapat 3 ribu penonton.

Kriteria dalam Saiful berkonten yaitu awalnya Saiful memiliki 3 orang temanya untuk membantu ia dalam berkonten yaitu sebagai subjek, editing dan kameramen. Tetapi lambat laun berjalan hingga sekarang

---

<sup>21</sup> Hasil Wawancara dengan Agil Setia Wulandari, seorang YouTuber Asal Lampung, pada tanggal 30 Maret 2022, Pukul 13.00 WIB.

<sup>22</sup> *Ibid.*,

kadang Saiful hanya berproses sendiri bahkan kadang ia mengediting dan finishing dengan kekreatifan ia sendiri. Karena YouTuber Saiful menjadikan YouTube sebagai hobi jadi tidak ada standar dalam jangka waktu penayangan, semua konten terkonsep dan di edit langsung oleh Saiful. Sasaran utamanya biasanya seseorang wanita atau laki-laki yang sedang nongkrong di tempat umum seperti Taman Kota, kebanyakan ia membuat konten di tempat tersebut dengan bermodalam kamera yang disembunyiin di sela-sela atau semak-semak pepohonan agar tidak terlihat oleh sasarannya jadi seolah-olah video atau konten yang ia buat ini nyata tanpa ada editan atau percakapan yang dibuat sebelumnya.<sup>23</sup>

Strategi yang Saiful gunakan agar menarik Subscribe pada kontennya yaitu pada saat berkonten di awal video atau akhir video ia tidak lupa selalu berkata untuk meng-subscribe, like bahkan komen, Saiful juga meminta bantuan teman-temannya untuk meng-share link video konten yang baru ia buat ke sosial media yang ada, sehingga hal ini menurutnya dapat menarik seseorang untuk meng-subscribe Channel YouTube miliknya.

### **C. Mekanisme Sumber Penghasilan (*Monetisasi*) *YouTube***

*YouTubers* Irul memiliki ketentuan dalam sumber penghasilan dari konten kreatif *YouTube* yang dibuatnya, sebelum menghasilkan uang pada Januari 2019 dimana *YouTubers* Irul memulai *upload* awal mengajukan persyaratan terlebih dahulu untuk bergabung ke *YouTuber* seperti *Subscriber*

---

<sup>23</sup> *Ibid.*,

dan jam tayang, dan memenuhi waktu semua itu dalam waktu 3 bulan dan apa yang diproduksi dalam pembuatan konten kreatif *YouTube* ada hasilnya. Tidak semudah dengan langsung *upload* dan menghasilkan penghasilan, menunggu persyaratan dari pihak *YouTube* yang akan memonetisasi baru bisa menghasilkan penghasilan, seperti 100.000 *subscriber* dan 4.000 jam tayang, dan sekitar jangka waktu 3 bulan baru bisa menghasilkan penghasilan.



Gambar 4 Estimasi Pendapatan *YouTuber* Khoirul Anwar

Estimasi pendapatan ataupun penghasilan *YouTuber* Irul dalam 1 bulan *Subscriber* naik dari yang awalnya hanya 3.000-100.000 lebih dalam waktu 1 bulan menghasilkan 40.000.000,- dengan salah satu konten kreatif *YouTube* yang sedang trending atau teratas (*Viral*). Namun, dalam konten kreatif *YouTube* biasa hanya standar sekitar 1.000.000,- sampai dengan 3000.000,- per bulan. Pada gamabar diatas adalah estimasi pendapatan yang

dilihat sepanjang waktu artinya pendapatan yang ia dapat selama memulai berkonten hingga sekarang ini sudah mampu menghasilkan 77.328.579,-.

Strategi dari membuat konten sekreatif mungkin, banyak konten yang membuat namun dalam *YouTubers* ada namanya ATM (Amati Tiru dan Modifikasi) yang selalu diterapkan adalah bagaimana caranya atau *Subscriber* itu harus mencari yang fresh banget, dan sebisa mungkin konten kreator lain itu melihat atau mengamati konten kreatif *YouTubers* Irul, sehingga konten akan naik. Dalam konten kreatif *YouTubers* Irul juga melihat seperti marketingnya dalam arti konten kreatif *Youtube* ini yang menonton banyak laki-laki atau perempuan, dan lebih suka konten yang mana seperti komedi, prank atau *Social Experiment*.<sup>24</sup>

Sama halnya dengan dengan *YouTubers* Agil, dalam monetisasi menentukan sumber penghasilan konten *YouTube* yang dibuat biasanya harus mempunyai syarat seperti, akun harus sudah terverifikasi, mempunyai 1000 *subscriber*, 4000 jam tayang selama 12 bulan terakhir (minimal 1 tahun), dan tidak boleh melakukan *Copyright* atau hak cipta seperti mencuri konten *YouTube* orang lain. Salah satu sumber penghasilan yang didapat *YouTubers* Agil adalah ada pada *Channel* tentang tutorial makeup atau kecantikan, dan channel itu sangat menghasilkan, sumber penghasilan dengan penonton 100.000 *viewers* dan awal mulai dari itu banyak *endorse* yang masuk ke *YouTubers* Agil penghasilan *Endorse* ini diluar penghasilan dari pihak

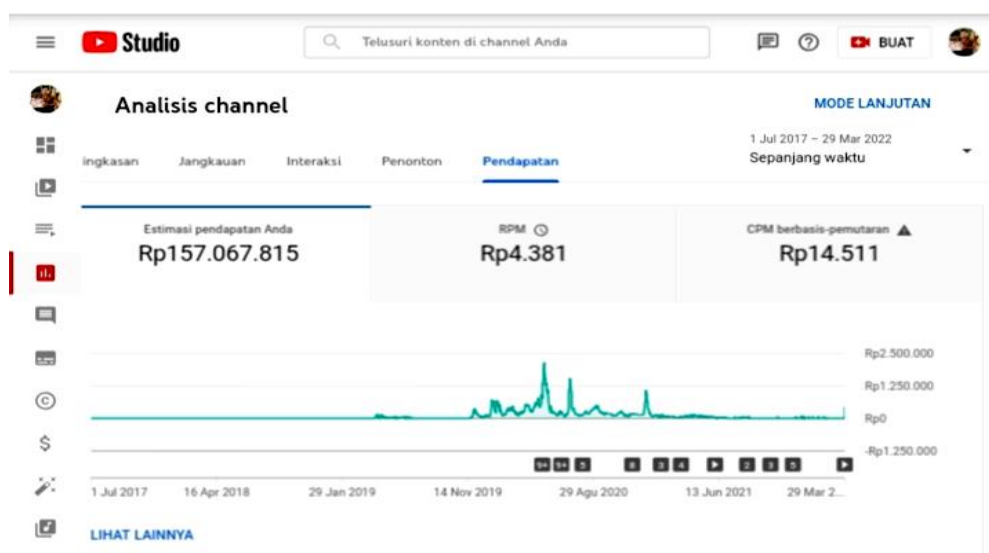
---

<sup>24</sup> Hasil Wawancara dengan M. Khoirul Anwar, seorang *YouTuber* Asal Lampung, pada tanggal 18 Maret 2022, Pukul 13.00 WIB.



*YouTube*, jadi penghasilan endorse secara langsung dibayarkan dari perusahaan yang meminta Agil untuk mempromosikan suatu produknya.<sup>25</sup>

Sama halnya dengan dengan *YouTuber* Saiful, pada masa *YouTubers* Saiful ini saat untuk di monetisasi pada *YouTube* nya dalam menentukan sumber penghasilan konten *YouTube* yang dibuat biasanya harus mempunyai syarat seperti, akun harus sudah terverifikasi, mempunyai 1000 *Subscriber*, 4000 jam tayang selama 12 bulan terakhir (minimal 1 tahun), dan tidak boleh melakukan *Copyright* atau hak cipta seperti mencuri konten *youtube* orang lain. Sumber penghasilan yang dihasilkan dari konten *YouTubers* Saiful ini tergantung dari *viewer* dan *Subscriber* yang ia miliki semakin banyak *viewers* dan *Subscriber* semakin banyak juga penghasilan yang ia dapatkan .



Gambar 5 Estimasi Pendapatan *YouTuber* Syaiful Amri

<sup>25</sup> Hasil Wawancara dengan Agil Setia Wulandari, seorang *YouTuber* Asal Lampung, pada tanggal 30 Maret 2022, Pukul 13.00 WIB.

Gambar di atas merupakan grafik catatan *Dashbor YouTubers* Saiful. Penghitungan sumber penghasilan ini dari pervideo, namun di akumulasikan dari setiap video, baik video baru atau lama. Jadi, disetiap video yang *Views* sedikit pun akan tetap mendapatkan sumber penghasilan. Untuk sumber penghasilan setiap perbulan berbeda-beda, seperti minimalnya 1,3 juta dan maksimalnya tidak terbatas. Pada saat konten *YouTube* yang pernah viral, lalu konten *YouTube* yang kedua atau yang baru dibuat lagi penonton akan menonton dan juga mengangkat konten *YouTube* yang sebelumnya. Sumber penghasilan yang dihasilkan paling banyak 27.000.000 dalam waktu perbulan, untuk perbulan selanjutnya hanya 9.000.000-13.000.000 juta. Namun, ketika konten *YouTube* tidak dipublish dengan jangka waktu yang lama sumber penghasilan hanya akan mencapai 3.000.000 perbulan.<sup>26</sup>

#### **D. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Konten Kreatif *YouTube* Sebagai Sumber Penghasilan**

Berdasarkan hasil peneliti tadi atas jika ditinjau dari etika bisnis Islam dengan prinsip etika bisnis Islam, yaitu *pertama* : prinsip *tauhid* yaitu yang kita ketahui merupakan sebagai pengakuan, penghayatan dan pemahaman atas kebenaran bahwa Tidak Ada Tuhan Selain Allah SWT yang pantas untuk disembah, ditaati, dicintai. Tauhid menjadi fondasi dari sikap dan perilaku dan dijadikan sebagai tujuan hidup seseorang, karena memang hakikat tauhid adalah keimanan kepada Allah SWT dengan mengajukan

---

<sup>26</sup> Hasil Wawancara dengan Syaiful Amri, seorang YouTuber Asal Lampung, pada tanggal 31 Maret 2022, Pukul 13.00 WIB

pembenaran dalam hati (*tashdīqun bil qalbi*), pernyataan dan deklarasi komitmen kepada nilai-nilai ketuhanan secara lisan (*ikrârun billisâni*) segenap perilaku kehidupan kesehariannya (*af'âlun bil arkâni*). Oleh karena itu segala aktivitas manusia harus dibingkai kerangka dengan Allah SWT serta mempertanggung jawabkan segala perbuatan manusia, termasuk aktifitas ekonomi dan bisnis.<sup>27</sup> Pada konten *YouTube* Irul niatnya menghibur tanpa menjatuhkan martabat seorang perempuan, walaupun dalam semua konten objek prank mayoritas perempuan ada yang pakainya terbuka ada beberapa tindakan atau kontak fisik yang di lakukan seperti, berjabat tangan, duduk bersampingan, bertatapan dan bahkan mecubit pipi perempuan di tempat umum bahkan ada yang memakai hijab tidak menjaga jarak antara laki-laki dan perempuan.<sup>28</sup>

Berbeda dengan *Youtuber* Saiful walaupun kebanyakan *Social Experiment* dan *Prank* Saiful juga bersama seseorang perempuan yang dari pakainya terluar terbuka atau seksi didepan umum yang dipertontonkan oleh orang-orang yang lalu lalang di jalan tersebut.<sup>29</sup>

Allah SWT berfirman:

يَتَأْتِيهَا النَّبِيُّ قُلًّا لِأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلِيبِهِنَّ ذَلِكَ أَدْنَىٰ أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذِنَنَّ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا ﴿٦٥﴾

<sup>27</sup> Susminingsih, *Etika Bisnis Islam*, (Jawa Tengah : PT. Nasya Expanding Management, 2020) h. 1

<sup>28</sup> Hasil Wawancara dengan M. Khoirul Anwar, seorang *Youtuber* Asal Lampung, pada tanggal 18 Maret 2022, Pukul 13.00 WIB.

<sup>29</sup> Hasil Wawancara dengan Syaiful Amri, seorang *Youtuber* Asal Lampung, pada tanggal 31 Maret 2022, Pukul 13.00 WIB

Artinya: :”Wahai Nabi! Katakanlah kepada kepada istri-istrimu anak-anak perempuanmu dan istri-istri orang mukmin, ”hendaklah mereka menutupkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka“. Yang demikian itu agar mereka mudah di kenali, sehingga mereka tidak di ganggu. Dan Allah maha pengampu, maha penyayang”.(Al-Ahzab: 59).<sup>30</sup>

Pengamalan firman Allah dalam Surat Al-ahzab ini di terapkan pada konten *YouTuber* Saiful, pada awal mulai lahir akun *YouTubenya*, mereka mengajak salah satu perempuan di Kota Metro untuk membantu menaikkan rating viewers karena memiliki paras yang cantik, pakaian sexy dan ketat. Namun sekarang isi konten tersebut sudah tidak dapat ditemukan karena telah di private oleh Saiful.<sup>31</sup>

Berbeda dengan Agil dalam membuat konten *YouTubenya* Agil kebanyakan membuat konten hal-hal positif bagi orang lain dan mencontohkan hal-hal baik seperti tutorial memakai hijab modern dan mempercantik kaum wanita dengan ber-*Makeup*.<sup>32</sup>

**Kedua**, prinsip keadilan yang mengajarkan manusia dalam setiap melakukan kegiatan termasuk berbisnis harus adil, baik adil bagi dirinya maupun adil bagi orang lain. Jadi bisa di katakan bahwa prinsip ini mengajarkan bahwa dalam melakukan suatu tindakan bisnis harus memikirkan keadilan bagi orang di lingkungannya, tidak boleh memikirkan keuntungan diri sendiri sementara ada pihak-pihak yang lain di rugikan. Seperti konten Irul tujuan dari konten prank dia adalah menghibur orang lain,

---

<sup>30</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: PT Kumudasmoro Grafindo, 1994), 678

<sup>31</sup> Hasil Wawancara dengan Syaiful Amri, seorang *YouTuber* Asal Lampung, pada tanggal 31 Maret 2022, Pukul 13.00 WIB

<sup>32</sup> Hasil Wawancara dengan Agil Setia Wulandari, seorang *YouTuber* Asal Lampung, pada tanggal 30 Maret 2022, Pukul 13.00 WIB.

tetapi dalam membuat konten apakah diantara Irul dan tokoh pemerannya dalam membuat konten seperti tempat membuat konten di kafe, yaitu persetujuan antara dua pihak tidak merasa keberatan jika tempatnya dipakai untuk membuat *YouTube* walaupun di kafe tersebut banyak orang lain yang sedang berkunjung ke kafe tersebut jadi tidak akan merasa terganggu ketika Irul sedang membuat konten di kafe tersebut. Keadilan yang dilihat dari *AdSense* Irul dan para tim yang membantunya dalam pembaguan hasil yang sudah di bicarakan di awal sebelum membuat konten dan dari pihak Irul tidak ada rasa paling ngebos semua daalam membantu pembuatan konten semuanya sama dan disamaratakan.<sup>33</sup>

Pada konten *YouTube* Saiful yang dapat dilihat kebanyakan tentang tes jiwa kejujuran, dalam konten yang dibuat seperti orang yang mengaku-ngaku soal Iphone 13 Pro bahwa milik orang tersebut, disini dapat dilihat ternyata beberapa orang masih banyak yang tidak jujur dan mengakui yang bukan haknya. Dalam melakukan pembuatan konten sasaran utama Saiful adalah orang-orang di tempat umum tanpa ada izin ke orang yang akan di rekam tanpa sepengetahuan orang tersebut, sehingga waktu Saifung mengupload konten tersebut wajah orangnya di blur sehingga wajah oarang tersebut tidak dilihat oleh orangg atau viewers yang menonton di *Channel YouTube* Saiful.<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup> Hasil Wawancara dengan M. Khoirul Anwar, seorang *Youtuber* Asal Lampung, pada tanggal 18 Maret 2022, Pukul 13.00 WIB.

<sup>34</sup> Hasil Wawancara dengan Syaiful Amri, seorang *Youtuber* Asal Lampung, pada tanggal 31 Maret 2022, Pukul 13.00 WIB.

Konten *YouTube* Agi yaitu konten tentang *Beauty Vlogger*, Tutorial, Mukbang dan *Room Tour* dalam kontennya memberi informasi yang bermanfaat dan ditunjukkan untuk wanita, agar wanita-wanita di dunia terutama Lampung dapat merawat dirinya agar terlihat lebih cantik.<sup>35</sup>

**Ketiga**, prinsip tanggung jawab yaitu mengajarkan bahwasanya dalam setiap kegiatan manusia termasuk berbisnis ada pertanggung jawaban masing-masing, baik kepada Allah SWT, diri sendiri, orang terdekatnya. Dari ketiga *Youtuber* ini sama-sama bertanggung jawab untuk perekonomian keluarganya. Hanya cara kerjanya yang berbeda. Hasil penghasilan dari Konten *YouTube* Irul, dapat digunakan untuk mencukupi kebutuhannya sendiri dan keluarganya dikarenakan ia anak pertama ia sekarang sudah membeli seperti perumahan yang terletak di Metro Barat dan alat-alat keperluan *YouTube* lainnya. Penghasilannya juga dapat di pertanggung jawabkan untuk membayar teamnya secara berkecukupan tanpa kurang, bahkan sekarang menjadi tulang punggung keluarganya untuk ayah dan ibunya. Mempertanggung jawabkan masa depan untuk dirinya dan keluarganya seperti membuka bisnis kecil-kecilan.

*Youtuber* Agil juga bertanggung jawab untuk kebutuhan perekonomian keluarganya seperti sekarang Agil sudah mampu membeli Iphone 11 Pro yang kualitas untuk merekam video lebih jernih dan resolusi gambar yang tinggi dan membeli kamera Fuji yang fungsinya untuk membuat Vlog, dan ia sekarang juga sudah mampu membantu orang tuanya terhadap

---

<sup>35</sup> Hasil Wawancara dengan Agil Setia Wulandari, seorang *Youtuber* Asal Lampung, pada tanggal 30 Maret 2022, Pukul 13.00 WIB.

biaya kuliahnya, alat dan bahan yang digunakan dalam membuat konten seperti alat make up dapat dibeli dari penghasilan *YouTube* yang ia buat selama ini walaupun dapat dilihat penghasilan yang dia dapat masih kurang besar dibanding dari penghasilan Irul dan Saiful.<sup>36</sup>

Konten Saiful prinsip tanggung jawabnya sudah diterapkan seperti pada awal ia dibantu oleh temanya dalam membuat konten, dalam hal kameramen, editing dan sebagai subjeknya, saiful sudah memberikan penghasilan tersebut kepada timnya dengan hasil yang rata dan sesuai perjanjian awal. Selam pembuatan konten yang ia buat seperti merekam orang didepan umum secara diam-diam dan tanpa pengetahuan orang tersebut, sehingga jika saat di upload ada salah satu pihak yang merasa di rugikan Saiful siap bertanggung jawab atas semua yang ia lakukan. Penghasilan yang ia peroleh untuk membantu perekonomian keluarganya dan ia sudah dapat membeli kendaraan mobil untuk kebutuhan keluarganya dan dirinya sendiri.

***Keempat***, prinsip kebebasan atau kehendak bebas karena manusia sebagai khalifah di muka bumi sampai batas-batas tertentu mempunyai kehendak bebas untuk mengarahkan kehidupannya kepada tujuan yang akan dicapainya, sedangkan dalam bisnis manusia mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian atau tidak, melaksanakan bentuk aktivitas bisnis tertentu, berkreasi mengembangkan potensi bisnis yang ada. Namun perlu dipahami bahwa pada tingkat tertentu, manusia diberikan kehendak bebas

---

<sup>36</sup> *Ibid.*,

untuk mengendalikan kehidupannya sendiri, tapi tidak boleh mengabaikan kenyataan bahwa ia sepenuhnya dituntut oleh hukum Allah SWT.<sup>37</sup>

Berdasarkan pengertian diatas bisnis yang di jalankan oleh para *YouTube* merupakan kebebasan masing-masing individu dan hak yang dimiliki dari para *Youtuber* masing-masing, mau sukses apapun konten *Youtubenya* hasil akhirnya tetap Allah SWT yang menentukan di akhirlatnya.

Prinsip kebebasan tersebut pada *Youtuber* Irul, pada awalnya ia memilih bekerja di Perhotelan Jakarta selama setahun, tetapi setelah itu Irul kembali ke Lampung khususnya di Kota Metro tempat asal ia lahir, dan ia memutuskan untuk membuat konten-konten *YouTube* sehingga konten yang ia buat sudah di monetasi sehingga membantu perekonomian keluarganya. Tetapi baru-baru ini Irul juga sedang belajar tentang Trading yang dapat menghasilkan uang, lalu jasa yang ia milik selama belajar Trading balik di ajarkan ke kawanya yang berniat belajar Trading, dari jasa yang ia berikan itu ada diberikan secara gratis dan berbaya, pada hal ini Irul berhak bebas memilih pekerjaan apapun tapi dilihat apakah trading yang ia lakukan ini sesuai tidak dengan syariat Islam.

Saiful yaitu saat membuat konten ia memilih konten-konten seperti prank. *Sosial Experiment* dan sebagainya dengan memamerkan barang-barang mewah seperti mobil sport dan iphone 13 yang pada dasarnya barang-barang yang ia miliki sekarang hanyalah titipan Allah SWT.

---

<sup>37</sup> Norvadewi, "Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip Dan Landasan Normatif" AL-TIJARY, Vol. 01, No. 01, Desember 2015, 42.



Konten yang dimiliki Agil pada awalnya dorongan dari teman temanya yang memintanya untuk memberikan informasi tentang kecantikan, tutorial dan sebagainya, dengan hal-hal yang positif bagi masyarakat luas khususnya pada kaum perempuan. Yang dijelaskan didalam Al- Qur'an

Allah SWT berfirman :

مَنْ يَشْفَعْ شَفَاعَةً حَسَنَةً يَكُنْ لَهُ نَصِيبٌ مِّنْهَا ۖ وَمَنْ يَشْفَعْ شَفَاعَةً سَيِّئَةً يَكُنْ لَهُ كِفْلٌ مِّنْهَا ۗ وَكَانَ اللَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ مُّقِيمًا ﴿٨٥﴾

Artinya : “Barang siapa yang memberikan hasil yang baik, niscaya ia akan memperoleh bagian (pahala) darinya. Dan barang siapa yang memberikan hasil yang buruk, niscaya ia akan memikul bagian (dosa) daripadanya. Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu. (QS. An Nisa: 85).<sup>38</sup>

**Kelima**, kejujuran dan kebenaran merupakan prinsip terakhir dalam etika bisnis islam. Setiap kegiatan sekecil apapun terlebih melibatkan pihak lain untuk selalu jujur. Jujur kepada dirinya sendiri maupun orang lain dan dikatakan benar apabila kegiatan yang dilakukan dapat benar terlihat dan terasa baik pada orang lain.

Konten *YouTube* Irul mayoritas terlihat seperti tidak setingan dan banyak komentar-komentar para *viewersnya*. Namun jika dilihat sesungguhnya konten yang ia buat sebenarnya mayoritas adanya setingan dan perjanjian di kedua pihak.

Konten Agil tentang *Beuty Vlogger* contohnya seperti *mereview* produk-produk kecantikan yang ia jadikan konten agar orang-orang yang melihatnya dapat merasa tertarik dan mau mencoba produk yang di review

---

<sup>38</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: PT Kumudasmoro Grafindo, 1994), 133

Agil dalam hal ini Agil memberikan informasi tentang produk tersebut dengan berkata jujur dan memberikan informasi bahwasanya produk yang ia *review* sudah halal atau ber BPOM dan tidak menimbulkan efek samping atau negatif bagi pengguna produk tersebut.

*YouTuber* Saiful memiliki *Subscribe* yang terbilang cukup banyak dan penghasilannya sudah banyak walaupun masih banyak *YouTuber* lain yang lebih tinggi. Tetapi dalam pembuatan konten yang dibuat ia seolah-olah ingin memberikan dan ngeprank orang-orang di tempat umum padahal itu bagi salah satu pihak hanya sebuah konten dan pihak tersebut ada yang merasa dirugikan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan pada bab sebelumnya, maka penulis menyimpulkan bahwa Konten Kreatif *YouTube* sebagai Sumber Penghasilan Ditinjau dari Etika Bisnis Islam yang *YouTuber* berasal dari Lampung, pada konten *Channel* dari 3 *YouTuber* yaitu Irul, Agil dan Saiful ada yang sesuai dan ada yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam.

Hal ini dikarenakan melihat dari konten kreatif yang dijadikan sebagai acuan untuk menonton. Para *YouTuber* yang berasal dari Lampung dalam membuat konten ada yang sesuai dan tidak dalam 5 prinsip dasar etika bisnis dan islam. Prinsip pertama *Tauhid YouTuber* Irul dan dan Saiful yang memiliki konsep dan atura-aturan dalam proses pembuatan videonya tetapi ada beberapa konten yang mereka upload didalam *Channel* mereka tidak sesuai dengan prinsip ketauhidan yang keluar dari norma-norma Islam. Seperti yang dilakukan oleh Irul yaitu awal menciptakan konten pertamanya tentang Social Experimen yang bertema Agama dan Al-Qur'an tetapi lambat laun hingga sekarang konten yang dibuat oleh Irul tidak lagi sesuai dengan etika bisnis islam yaitu saat irul berkonten ngegombalin cewek hingga ia mendapat pelukan dan bersentuhan seperti mencubit pipi cewek yang ia gombalkan dari hal ini tidak boleh dilakukan karena keduanya memang bukan muhrimnya. Begitu juga pada konten Saiful ada beberapa konten atau

tindakan yang dilakukan saiful masih keluar dari norma-norma beretika. sedangkan pada *YouTuber* Agil selalu memperhatikan prinsip Tauhid dan membuat kontennya selalu dalam hal-hal positif. Prinsip kedua *Keadilan* konten yang dibuat oleh Agil, Irul dan Saiful dalam prinsip ini sudah memenuhi prinsip karena mereka selalu bersikap adil dan baik bagi dirinya dan orang lain. Ketiga prinsip *tanggung jawab*, dari ketiga *YouTuber* yang berasal dari lampung sama-sama sudah bertanggung jawab dalam hal yang mereka lakukan, seperti pendapatan yang mereka hasilkan dari berkonten tujuannya sama yaitu untuk membantu perekonomian keluarganya. Keempat prinsip *kebebasan* dalam prinsip ini Irul dan Saiful dalam berkonten mereka memiliki kebebasan untuk memilih konten apa yang mereka buat seperti halnya Irul awalnya ia bekerja di Hotel tetapi sekarang Irul lebih memilih terjual ke dunia *YouTube* sebagai sumber penghasilan. Kelima Prinsip *Kejujuran*, dalam prinsip dari tiga *YouTuber* memang belum menerapkan prinsip kejujuran, dilihat dari konten Irul dan Saiful mereka membuat konten *Prank* dan *Social Experiment* yang dilihat para *viewers* mereka konten yang mereka buat seolah-olah benar dan nyata, tetapi dibalik itu semua konten yang selama ini dibuat hanya setingan belaka, selanjutnya *YouTuber* Agil dalam mereview barang yang di *upload* di akun YouTubenya ada beberapa konten yang memang ia tidak berkata jujur seperti berkata membagus-baguskan produk yang di tawakan, padahal kadang ada produknya tidak sesuai dari perkataannya. Sedangkan konten *YouTube Agil* yang dari awal sudah melihat aturan-aturan dalam berbisnis yang di diterapkan pada konten

*YouTube* yang ia buat yaitu selalu memberikan konten-konten dalam hal positif seperti tutorial berhijab yaitu untuk mengajarkan para perempuan muslim di seluruh dunia terutam Lampung tentang Fashion muslim yang milenial bahkan modern.

## **B. Saran**

1. Apabila ingin menjadi seorang pembisnis, hendaklah memahami dan menerapkan etika bisnis Islam dengan sebaik-baiknya, sehingga isi konten tersebut sesuai dan diberkahi Allah SWT dan tidak keluar dari jalur Agama yang selam ini di terpkan dan dipelajari didalm hidupnya.
2. Pemilik Konten Kreatif *YouTube* atau *Youtuber* yang ada di Lampung ini hendaknya merubah dan memperbaiki isi konten yang tidak sesuai mulai dari Thumbnail, isi konten, hingga pemeran.
3. Bagi para *Subscriber Channel YouTube* ini hendaknya berfikir cerdas, muatan atau isi konten apa yang dijadikan sebagai nilai edukasi untuk diri sendiri yang bermanfaat dan tidak meninggalkan citra dari nilai ajaran Islam.

## DAFTAR PUSTAKA

------. *Step-By-Step Menjadi Youtuber*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2021

------. *Yuk Jadi YouTuber*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2018

Amanda FP., dkk . *Analisi Konten Kreatif Pada Fanpage Facebook Cadbury Dairy Milk*. Tahun 2016. Jurnal Epigram, Vol. 14 No. 2 Tanggal 2 Oktober 201

Annastasia, Grace Erta. *Pengaruh Konten Prank Dalam Youtube Terhadap Sikap Negatif Mahasiswa*. Universitas Sumatera Utara. Universitas Sumatera Utara : 2020

Aprianto, Iwan., dkk. *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020

Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*. Bandung: CV. Alfabeta, 2013

Azizah, Husnun, "*Konten Kreatif Youtube Sebagai Sumber Penghasilan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Studi Kasus Youtuber Kota Metro*." Lampung: IAIN Metro Lampung Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam 2020

B Issa, Rafik. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004

Clinton, Bill. "*Pengguna Medsos di Indonesia Habiskan 25 Jam Per Bulan untuk Nonton YouTube*", dalam [www.kompas.com](http://www.kompas.com) di unduh pada 09 Agustus 2021.

Enterprise, Jubilee. *Kitab Youtuber*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2018

Fathoni, Abdurahmat. *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2011

Helianthusonfri, Jefferly. *Affiliate Marketing Modal dengkul*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2016

Hermawan Kertajaya dan Muhammad Sula. *Syariah Marketing*. Jakarta: PT Pustaka Mizan, 2006

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/konten>, Diunduh Pada Kamis 24 Juni 2021 Pukul 12:18 WIB

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/konten>. Diunduh Pada Senin 05 Juli 2021 Pukul 14:20 WIB

<https://news.idntimes.com>., Diunduh Pada Senin 07 Juni 2022 Pukul 17:45 WIB

<https://socialblade.com/>, diunduh pada 03 Juli 2021

<https://www.youtube.com/howyoutubeworks/policies/community-guidelines/>,

Diunduh Pada Jum'at 01 April 2022 Pukul 15:00 WIB

Juliyani, Erly. *Etika Bisnis Dalam Persepektif Islam*. Jurnal Ummul Qura, Vol VII, No.1 Maret 2016

Juniawan, Hanid Dzikri. *Analisis Produksi Konten MR. Kece Di Opini.id*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: 2020

Karomah, Alfi., dkk. *"Pengaturan Kerjasama Antara Google Adsense Dengan Youtuber Kota Medan Perspektif Wahbah Zuhaili"*. Islamic Business Law Review, Vol 1, No. 1 Tahun 201

Kindarto, Asdani., Community, SmitDev. *Belajar Sendiri YouTube*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2008

Kurniawan, Dedik. *Step By Step Google AdSense*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2020

Labas, Yessi Nurita., Yasmine, Daisy Indira. *"Komodifikasi di Era Masyarakat Jejaring: Studi Kasus YouTube Indonesia."* Jurnal Pemikiran Sosiologi. Vol. 4 No. 2, Agustus 2017

Lestari., Indah, Catleya., Irwansyah. *"Kolaborasi Produksi Konten YouTube melalui Multi-Channel Network: Studi pada Kreator Sandy SS dengan Collab Asia"*. Jurnal Riset Komunikasi, Vol 4, NO. 1 Februari 2021

Mutiah, Tuty. *"Trend Youtuber Generasi Millennial Dalam Pengembangan Kreativitas"*. Global Komunika. Vol. 1 No. 1, Juli 2020

Nirwana, Aditya Jatiagung. *Media Baru: Lahan Bagi Pencipta Konten Kreatif*. Universitas Mercu Buana Yogyakarta : 2016

Norvadewi. *"Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip Dan Landasan Normatif)"*. AL-TIJARY, Vol. 01, No. 01, Desember 2015

P. A Agung, Anak., Yuesti, Anik. *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif dan Kualitatif*. Bali: CV. Noah Aletheia, 2019

Rosidah, Siti. *"Tinjauan Hukum Islam Terhadap Akad Penghasilan dalam Sistem Monetasi Youtube"*. Lampung: UIN Raden Intan Lampung Fakultas Syari'ah, 2019

Siyoto, Sandu., Sodik M. Ali. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Literasi Media Publishing, 2015

Solikhah, Ulfa Dwi. *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengguna Menjadikan Youtube Sebagai Sumber Penghasilan dalam Persepsi Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII, 2018

Susminingsih. *Etika Bisnis Islam*. Jawa Tengah : PT. Nasya Expanding Management, 2020

Ulya, Himmatul. "*Komodifikasi Pekerja Pada Youtuber Pemula Dan Underrated dalam Studi Kasus Youtube Indonesia*". *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 8, No. 2

Yusanto, Muhammad Ismail., Widjajakusuma Muhamma Karebet, *menggagas Bisnis Islam*. Jakarta: Gema Insani, 2002



# LAMPIRAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. K. Hajar Dewantara 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: [iaim@metrouniv.ac.id](mailto:iaim@metrouniv.ac.id)

Nomor : B-B-2727/In.28.3/D.1/TL.00/9/2021 Metro, 13 September 2021  
Lampiran : -  
Perihal : PEMBIMBING SKRIPSI

Kepada Yth.,  
Nizaruddin, S.Ag., M.H.  
Di-  
Tempat

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dalam rangka menyelesaikan studinya, maka kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing mahasiswa dibawah ini:

Nama : Desnawati  
NPM : 1804041037  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah (ESy)  
Judul : Konten Kreatif Youtube Sebagai Sumber Penghasilan Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam (Study Kasus Youtuber Lampung)

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Dosen Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal sampai dengan penulisan skripsi, dengan tugas untuk mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi skripsi Bab I s.d Bab IV
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK Pembimbing Skripsi ditetapkan oleh Fakultas
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah/skripsi yang ditetapkan oleh IAIN Metro
4. Banyaknya halaman skripsi antara 60 s.d 120 halaman dengan ketentuan sebagai berikut:
  - a. Pendahuluan  $\pm$  1/6 bagian
  - b. Isi  $\pm$  2/3 bagian
  - c. Penutup  $\pm$  1/6 bagian

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Wakil Dekan Bidang Akademik  
dan Kelembagaan

Siti Zulaikha

8/17/2021

IZIN PRASURVEY



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : 2318/In.28/J/TL.01/08/2021  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN PRASURVEY**

Kepada Yth.,  
AGIL SETIA WULANDARI DAN  
IRUL YOUTUBER LAMPUNG  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi, mohon kiranya Saudara berkenan memberikan izin kepada mahasiswa kami, atas nama :

Nama : **DESAWATI**  
NPM : 1804041037  
Semester : 7 (Tujuh)  
Jurusan : Ekonomi Syari'ah  
Judul : **KONTEN KREATIF YOUTUBE SEBAGAI SUMBER  
PENGHASILAN DI TINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM  
(STUDY KASUS YOUTUBER LAMPUNG)**

untuk melakukan prasurvey di YOUTUBER LAMPUNG, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi.

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya prasurvey tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 09 Agustus 2021  
Ketua Jurusan,



**Dharma Setyawan MA**  
NIP 19880529 201503 1 005



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: [www.febi.metrouniv.ac.id](http://www.febi.metrouniv.ac.id); *e-mail*: [febi.iaim@metrouniv.ac.id](mailto:febi.iaim@metrouniv.ac.id)

Nomor : B-0865/In.28/D.1/TL.00/03/2022  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
YOUTUBER LAMPUNG YOUTUBER  
LAMPUNG  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-0866/In.28/D.1/TL.01/03/2022,  
tanggal 24 Maret 2022 atas nama saudara:

Nama : **DESNAWATI**  
NPM : [1804041037](#)  
Semester : 8 (Delapan)  
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di YOUTUBER LAMPUNG, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "KONTEN KREATIF YOUTUBE SEBAGAI SUMBER PENGHASILAN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS YOUTUBER LAMPUNG)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 24 Maret 2022  
Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



**Siti Zulaikha S.Ag, MH**  
NIP [19720611 199803 2 001](#)

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)  
KONTEN KREATIF *YOUTUBE* SEBAGAI SUMBER PENGHASILAN  
DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM  
(Studi Kasus *YouTuber Lampung*)

**A. Wawancara kepada *YouTuber* Kota Metro**

1. Sejak kapan memulai bisnis *YouTube*?
2. Mengapa memilih *YouTube* sebagai sumber penghasilan?
3. Bagaimana mekanisme membuat konten *YouTube*?
4. Konten *YouTube* apa saja yang dibuat ?
5. Apakah ada kriteria dalam pembuatan konten *YouTube*?
6. Bagaimana ketentuan sumber penghasilan (*monetasi*) dari *YouTube*?
7. Berapa penghasilan yang diperoleh dari konten *YouTube* perbulan/tahun?
8. Apa saja strategi yang digunakan untuk menarik *Subscribe* pada konten *YouTube*?

**B. Dokumentasi**

1. Profil *YouTuber* Lampung

Metro, Januari 2022

Penulis



Desnawati

NPM. 1804041037

Mengetahui  
Dosen Pembimbing



Nizaruddin, S.Ag., MH  
NIP. 197403021999031001

**KONTEN KREATIF *YOUTUBE* SEBAGAI SUMBER  
PENGHASILAN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM  
(Studi Kasus *YouTuber* Lampung)**

**Outline**

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

NOTA DINAS

ABSTRAK

HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

**BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah

B. Pertanyaan Penelitian

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

2. Manfaat Penelitian

D. Penelitian Relevan



## **BAB II LANDASAN TEORI**

### **A. Konten Kreatif *YouTube***

1. Pengertian Konten Kreatif
2. Definisi *YouTube*
3. Definisi *YouTuber*

### **B. Sumber Penghasilan**

1. *Google Adsense*
2. MCN (*Multi Channel Network*)
3. *Affiliate Link*

### **C. Etika Bisnis Islam**

1. Definisi Etika Bisnis Islam
2. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam
3. Prinsip – Prinsip Dasar Etika Bisnis Islam

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. Jenis dan Sifat Penelitian**

1. Jenis Penelitian
2. Sifat Penelitian

### **B. Sumber Data**

1. Data Primer
2. Data Sekunder

### **C. Teknik Pengumpulan Data**

1. Teknik Wawancara (*Interview*)
2. Teknik Dokumentasi

### **D. Teknik Analisa Data**

1. Redukasi Data
2. Penyajian Data
3. Kesimpulan dan Verifikasi

*Handwritten signature*

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**A. Profil *YouTuber* Lampung**

1. Agil Setia Wulandari
2. Khairul Anwar
3. Syaiful Amri

**B. Mekanisme membuat Konten Kreatif *YouTube***

**C. Mekanisme Sumber Penghasilan (*Monetisasi*) *YouTuber***

**D. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Konten Kreatif *YouTube* sebagai Sumber Penghasilan**

**BAB IV PENUTUP**

- A. Kesimpulan
- B. Saran

**DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN-LAMPIRAN  
DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Metro, November 2021  
Mahasiswa Yang Bersangkutan



**Desnawati**  
NPM. 1804041037

Mengetahui  
Dosen Pembimbing



**Nizaruddin, S.Ag., MH**  
NIP. 197403021999031001





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: [www.febi.metrouniv.ac.id](http://www.febi.metrouniv.ac.id); e-mail: [febi.iain@metrouniv.ac.id](mailto:febi.iain@metrouniv.ac.id)

**SURAT TUGAS**

Nomor: B-0866/In.28/D.1/TL.01/03/2022

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **DESAWATI**  
NPM : 1804041037  
Semester : 8 (Delapan)  
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di YOUTUBER LAMPUNG, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "KONTEN KREATIF YOUTUBE SEBAGAI SUMBER PENGHASILAN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS YOUTUBER LAMPUNG)".
  2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro  
Pada Tanggal : 24 Maret 2022

Mengetahui,  
Pejabat Setempat

  
Agil Setiawan Wulandari

Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



**Siti Zulaikha S.Ag, MH**  
NIP 19720611 199803 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail, febi.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT TUGAS**

Nomor: B-0866/In.28/D.1/TL.01/03/2022

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:


Nama : **DESAWATI**  
NPM : 1804041037  
Semester : 8 (Delapan)  
Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di YOUTUBER LAMPUNG, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "KONTEN KREATIF YOUTUBE SEBAGAI SUMBER PENGHASILAN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS YOUTUBER LAMPUNG)".
  2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro  
Pada Tanggal : 24 Maret 2022

Mengetahui,  
Pejabat Setempat

  
Hibatul Anwar

Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



**Siti Zulaikha S.Ag, MH**  
NIP 197206111998032001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: [www.febi.metrouniv.ac.id](http://www.febi.metrouniv.ac.id); e-mail: [febi.iain@metrouniv.ac.id](mailto:febi.iain@metrouniv.ac.id)

**SURAT TUGAS**

Nomor: B-0866/In.28/D.1/TL.01/03/2022

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:


Nama : **DESNAWATI**  
NPM : 1804041037  
Semester : 8 (Delapan)  
Jurusan : Ekonomi Syaria<sup>h</sup>

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di YOUTUBER LAMPUNG, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "KONTEN KREATIF YOUTUBE SEBAGAI SUMBER PENGHASILAN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS YOUTUBER LAMPUNG)".
  2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

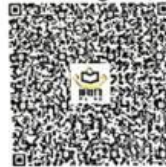
Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro  
Pada Tanggal : 24 Maret 2022

Mengetahui,  
Pejabat Setempat

  
SYAIFUL AMRI

Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



**Siti Zulaikha S.Ag, MH**  
NIP 19720611 199803 2 001



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI SYARIAH

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id), website: [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Desnawati                      Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI  
NPM : 1804041037                      Semester / TA : VII / 2021

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 11/11 21	Acc outline lampus Bab I s/d III	

Dosen Pembimbing

Nizaruddin, S.Ag., MH  
Nip. 197403021999031001

Mahasiswa Ybs,

Desnawati  
NPM. 1804041037



**KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI SYARIAH**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id), website: [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Desnawati                      Jurusan/Fakultas    :ESy / FEBI  
NPM : 1804041037                   Semester / TA        : VII / 2021

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 27/ 12 21	Acc Bab 1 & II Lanjut APD	

Dosen Pembimbing

Nizaruddin, S.Ag., MH  
Nip. 197403021999031001

Mahasiswa Ybs,

Desnawati  
NPM. 1804041037



**KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI SYARIAH**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id), website: [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Desnawati                      Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI  
NPM : 1804041037                      Semester / TA : VII / 2021

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu 12/22 1	Acc Skripsi lainnya penelitian	

Dosen Pembimbing

Nizaruddin, S.Ag., MH  
Nip. 197403021999031001

Mahasiswa Ybs,

Desnawati  
NPM. 1804041037



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id), website: [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Desnawati

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI

NPM : 1804041037

Semester / TA : VIII / 2022

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 14/ 4 2022	Masih banyak kesalahan? dalam penulisan. - Kesimpulannya belum menjawab pertanyaan dan tujuan penelitian	

Dosen Pembimbing

Nizaruddin, S.Ag., MH  
Nip. 197403021999031001

Mahasiswa Ybs,

Desnawati  
NPM. 1804041037



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id), website: [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Desnawati Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI  
NPM : 1804041037 Semester / TA : VIII / 2022

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 14/4 2022	APD belum terjawab semua, lihat kembali dan pertanyaan di APD harus ada jawaban di bab IV. Analisa yang harus di pertajam lagi	

Dosen Pembimbing

Nizaruddin, S.Ag., MII  
Nip. 197403021999031001

Mahasiswa Ybs,

Desnawati  
NPM. 1804041037





KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id), website: [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Desnawati  
NPM : 1804041037

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI  
Semester / TA : VIII / 2022

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu 20/ 4 2022	lengkapi dari awal sampai Akhir	

Dosen Pembimbing

Nizaruddin, S.Ag., MH  
Nip. 197403021999031001

Mahasiswa Ybs,

Desnawati  
NPM. 1804041037



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id), website: [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Desnawati

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI

NPM : 1804041037

Semester / TA : VIII / 2022

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Jum'at 22/4/22	Acc utbk di Munaswogahkan.	

Dosen Pembimbing

**Nizaruddin, S.Ag., MH**  
Nip. 197403021999031001

Mahasiswa Ybs,

**Desnawati**  
NPM. 1804041037

## LAMPIRAN - LAMPIRAN

### 1. Wawancara dengan *YouTuber* Khoirul Anwar (Khana TV)



### 2. Wawancara dengan *YouTuber* Agil Setia Wulandari (Agil SWD)



3. Wawancara dengan *YouTuber* Saiful Amri (Amerigo Project)



## RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Desnawati biasa di panggil Desnaw, lahir di Metro 03 Desember 1998. Tinggal bersama orangtua di Yosodadi kec. Metro Timur Kota Metro Lampung. Anak ke-2 dari 2 bersaudara.

Peneliti menyelesaikan pendidikan formalnya di SD Negeri 4 Metro Timur pada tahun 2006-2011, kemudian lanjut ke jenjang SMP yaitu di SMP Negeri 4 Metro pada tahun 2011 dan selesai pada tahun 2014 kemudian lanjut ke jenjang yang lebih tinggi yaitu SMA negeri 1 Metro pada tahun 2014

sampai tahun 2017. Pada tahun 2018 peneliti terdaftar sebagai mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syariah melalui Seleksi jalur UM-MANDIRI Perguruan Tinggi Negeri

Selama pendidikan di perguruan tinggi, peneliti mengikuti aktivitas kegiatan di luar kampus seperti, Fasilitator MYLS (*Metro Youth Leadership Summit*). Selain itu kegiatan didalam kampus seperti BESE (*Business Epicenter Syariah Economy*) IAIN Metro sebagai pengurus bidang PSDA dan HMI (Himpunan Mahasiswa Islam) sebagai anggota.