

Menjembatani Teknologi dan Syariah: Tinjauan Hukum Islam atas Monetisasi YouTube AdSense

Muhammad Raihan Amu

Institut Agama Islam Negeri Manado, Indonesia, Jl. Dr. S.H. Sarundajang
Kompleks Ringroad I Manado, Kelurahan Malendeng, Kecamatan Paal Dua, Kota
Manado, Sulawesi Utara 95128

Email: muhammad.amu@iain-manado.ac.id

Nurlaila Isima

Institut Agama Islam Negeri Manado, Indonesia, Jl. Dr. S.H. Sarundajang
Kompleks Ringroad I Manado, Kelurahan Malendeng, Kecamatan Paal Dua, Kota
Manado, Sulawesi Utara 95128

Email: nurlaila.isima@iain-manado.ac.id

ABSTRACT

The development of digital platforms such as YouTube has created new opportunities for individuals to generate income through content monetization. However, for Muslim content creators, this practice raises questions about its compatibility with Sharia principles. This study aims to analyze the income generated from Google AdSense through YouTube from the perspective of Islamic economic law. Using a qualitative research approach based on literature review, this study examines the working mechanism of AdSense, identifies emerging Sharia issues, and evaluates its compliance with Islamic economic principles. The findings indicate that the collaboration between YouTubers and Google AdSense can be categorized under the contracts of syirkah abdan and ju'alah, which are fundamentally permissible in Islam. However, several Sharia concerns need to be addressed, particularly regarding ad content and revenue-sharing transparency. Contemporary scholars generally permit this practice, provided it is carried out cautiously and in alignment with Sharia principles. The study concludes that YouTube monetization through Google AdSense can be a legitimate opportunity for Muslim content creators, as long as it is conducted with full awareness of Sharia principles. Implementation recommendations include focusing on halal and beneficial content, active monitoring of ads, transparency with the audience, income diversification, and ongoing education on technological developments and their implications for Islamic economic law.

Keywords: *Islamic Economic Law; YouTube; Google AdSense; Content Monetization; SyirkahContract.*

ABSTRAK

Perkembangan platform digital seperti YouTube telah membuka peluang baru bagi individu untuk menghasilkan pendapatan melalui monetisasi konten. Namun, bagi content creator Muslim, praktik ini menimbulkan pertanyaan tentang kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penghasilan dari Google AdSense melalui YouTube dalam perspektif hukum ekonomi syariah. Menggunakan metode penelitian kepustakaan dengan pendekatan kualitatif, studi ini mengkaji mekanisme kerja AdSense, mengidentifikasi isu-isu syariah yang muncul, dan mengevaluasi kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kerjasama antara YouTuber dan Google AdSense dapat dikategorikan dalam akad syirkah abdan dan ju'alah, yang pada dasarnya diperbolehkan dalam Islam. Namun, beberapa isu syariah perlu diperhatikan, terutama terkait konten iklan dan transparansi pembagian hasil. Pandangan ulama kontemporer cenderung membolehkan praktik ini dengan syarat dilakukan secara hati-hati dan memperhatikan prinsip-prinsip syariah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa monetisasi YouTube melalui Google AdSense dapat menjadi peluang yang sah bagi content creator Muslim, selama dilakukan dengan kesadaran penuh terhadap prinsip-prinsip syariah. Rekomendasi implementasi meliputi fokus pada konten halal dan bermanfaat, pengawasan aktif terhadap iklan, transparansi kepada audiens, diversifikasi pendapatan, dan edukasi berkelanjutan tentang perkembangan teknologi dan implikasinya terhadap hukum ekonomi syariah.

Kata kunci: Hukum Ekonomi Syariah; YouTube; Google AdSense; Monetisasi Konten; Akad Syirkah.

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, internet telah menjadi bagian integral dari kehidupan manusia modern. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menciptakan berbagai peluang baru dalam dunia bisnis dan ekonomi, termasuk munculnya platform-platform digital yang memungkinkan individu untuk menghasilkan pendapatan secara online. Salah satu fenomena yang menarik perhatian dalam konteks ini adalah monetisasi konten melalui YouTube dan penggunaan Google AdSense sebagai sumber penghasilan bagi para pembuat konten atau content creator (Rohman & Husna, 2017).

YouTube, sebagai salah satu platform berbagi video terbesar di dunia, telah menjadi wadah bagi jutaan orang untuk mengekspresikan kreativitas mereka dan berbagi informasi dengan audiens global. Seiring dengan popularitasnya yang terus meningkat, YouTube juga telah berkembang menjadi platform yang menawarkan peluang penghasilan bagi para pembuat konten melalui berbagai mekanisme, termasuk Program Mitra YouTube (YouTube Partner Program) dan integrasi dengan Google AdSense (Helianthusonfri, 2019).

Google AdSense, sebuah program periklanan yang dikembangkan oleh Google, memungkinkan pemilik situs web dan pembuat konten YouTube untuk menempatkan iklan di halaman mereka dan menghasilkan pendapatan berdasarkan jumlah klik atau tayangan iklan. Sistem ini telah menciptakan ekosistem ekonomi digital yang unik, di mana pembuat konten dapat menghasilkan pendapatan dari karya kreatif mereka tanpa harus bergantung pada metode monetisasi tradisional (Firdiansyah, 2022).

Namun, di balik potensi penghasilan yang menjanjikan, muncul berbagai pertanyaan dan perdebatan terkait aspek etika dan hukum dari praktik monetisasi konten melalui AdSense, terutama dalam konteks hukum ekonomi syariah. Bagi umat Muslim yang berpartisipasi dalam ekonomi digital sebagai pembuat konten atau YouTuber, penting untuk memastikan bahwa praktik monetisasi mereka sejalan dengan prinsip-prinsip syariah (Nur Arbaien & Nurhasanah, 2023).

Salah satu isu utama yang muncul adalah terkait dengan jenis iklan yang ditampilkan melalui AdSense. Mengingat sistem AdSense yang sebagian besar bersifat otomatis dalam penempatan iklan, ada kemungkinan munculnya iklan yang tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam atau bahkan mengandung unsur yang dilarang dalam syariah, seperti promosi produk haram, perjudian, atau konten yang tidak senonoh (Musthafa et al., 2021). Hal ini menimbulkan dilema etis bagi content creator Muslim yang ingin memanfaatkan platform YouTube sebagai sumber penghasilan namun tetap menjaga integritas moral dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah.

Selain itu, aspek akad atau perjanjian antara content creator dengan YouTube dan Google AdSense juga menjadi fokus analisis dari perspektif hukum ekonomi syariah. Penting untuk memahami bagaimana hubungan kontraktual ini

dapat dikategorikan dalam kerangka akad syariah, apakah termasuk dalam akad syirkah (kemitraan), ijarah (sewa), atau ju'alah (sayembara) (Luthfi et al., 2021). Pemahaman yang tepat tentang jenis akad ini akan membantu menentukan hak dan kewajiban masing-masing pihak serta memastikan bahwa transaksi tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam.

Lebih lanjut, persoalan transparansi dan keadilan dalam pembagian hasil antara content creator dengan platform juga menjadi isu penting. Sistem bagi hasil dalam AdSense harus dievaluasi untuk memastikan tidak ada unsur gharar (ketidakpastian) atau zhulm (kezaliman) yang dapat membatalkan akad menurut hukum Islam (Nur Mahlil et al., 2021). Hal ini termasuk kejelasan mengenai perhitungan pendapatan, mekanisme pembayaran, dan hak-hak content creator dalam konteks kerjasama dengan platform digital.

Di sisi lain, potensi AdSense sebagai sumber penghasilan yang halal dan produktif juga perlu dipertimbangkan. Dalam konteks ekonomi syariah, kegiatan yang menghasilkan manfaat dan tidak mengandung unsur-unsur yang dilarang pada dasarnya diperbolehkan. YouTube dan AdSense dapat dilihat sebagai sarana untuk menyebarkan informasi yang bermanfaat, mendidik masyarakat, dan bahkan berdakwah, selama konten yang dihasilkan sejalan dengan nilai-nilai Islam (Supriono, 2019).

Perkembangan teknologi dan munculnya platform digital seperti YouTube telah membuka peluang baru bagi individu untuk berpartisipasi dalam ekonomi digital. Namun, bagi umat Muslim, penting untuk memastikan bahwa partisipasi dalam ekonomi digital ini tetap sejalan dengan prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu, diperlukan kajian mendalam tentang aspek hukum ekonomi syariah terkait penghasilan dari AdSense di YouTube.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penghasilan dari Google AdSense melalui platform YouTube dalam perspektif hukum ekonomi syariah. Fokus utama penelitian adalah untuk memahami mekanisme kerja AdSense, mengidentifikasi isu-isu syariah yang mungkin muncul, dan mengevaluasi kesesuaian praktik ini dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Analisis akan mencakup aspek akad, transparansi transaksi, keadilan dalam pembagian hasil, serta potensi munculnya unsur-unsur yang dilarang dalam syariah seperti riba, gharar, dan maysir.

Selain itu, penelitian ini juga akan mengeksplorasi pandangan ulama kontemporer dan lembaga fatwa terkait isu monetisasi konten digital dan penggunaan platform periklanan online seperti AdSense. Hal ini penting untuk memberikan konteks dan pemahaman yang lebih komprehensif tentang bagaimana prinsip-prinsip syariah dapat diterapkan dalam konteks ekonomi digital yang terus berkembang.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis bagi content creator Muslim yang ingin memanfaatkan YouTube dan AdSense sebagai

sumber penghasilan, sekaligus menjaga kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. Lebih lanjut, penelitian ini juga bertujuan untuk berkontribusi pada diskusi akademis tentang perkembangan fiqh muamalah dalam menghadapi tantangan era digital, serta memberikan masukan bagi pengembangan regulasi dan standar syariah dalam industri ekonomi kreatif digital.

Dengan memahami aspek-aspek syariah dari penghasilan AdSense di YouTube, diharapkan para content creator Muslim dapat membuat keputusan yang lebih informasi tentang partisipasi mereka dalam ekonomi digital, sementara platform seperti YouTube dan Google dapat mempertimbangkan pengembangan fitur atau kebijakan yang lebih akomodatif terhadap kebutuhan pengguna Muslim. Pada akhirnya, penelitian ini bertujuan untuk mendorong perkembangan ekonomi digital yang tidak hanya inovatif dan produktif, tetapi juga sejalan dengan nilai-nilai etika dan spiritualitas Islam.

METODE

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (*library research*), yang dipilih karena kesesuaiannya dengan tujuan penelitian untuk menganalisis dan memahami fenomena penghasilan Google AdSense melalui YouTube dalam perspektif hukum ekonomi syariah. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menghimpun informasi dari berbagai sumber literatur yang relevan, termasuk buku-buku, artikel jurnal, dan sumber-sumber online yang terkait dengan topik penelitian (Hennink et al., 2020; Sugiyono, 2010, 2019). Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis: data primer dan data sekunder. Data primer merujuk pada sumber-sumber utama yang secara langsung membahas tentang hukum ekonomi syariah, Google AdSense, dan monetisasi YouTube, termasuk buku-buku fiqh muamalah, fatwa-fatwa ulama kontemporer, dan dokumen resmi dari Google AdSense dan YouTube. Sementara itu, data sekunder mencakup berbagai literatur pendukung seperti artikel jurnal, skripsi, situs web resmi, dan forum online yang membahas topik terkait, yang memberikan perspektif tambahan dan memperkaya analisis (Soekanto, 2007; Soekanto, 2004).

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode dokumentasi, yang dipilih karena kemampuannya dalam menyelidiki data historis dan menganalisis dokumen-dokumen yang relevan dengan topik penelitian (Saekan, 2010). Proses pengumpulan data meliputi identifikasi sumber-sumber yang relevan, pembacaan dan pencatatan informasi, kategorisasi dan pengorganisasian data, serta verifikasi data untuk memastikan keakuratan dan relevansi dengan tujuan penelitian. Analisis data menggunakan pendekatan analisis konten kualitatif, yang melibatkan tahap reduksi data, penyajian data, interpretasi data, dan penarikan kesimpulan. Dalam proses ini, data yang telah dikumpulkan disaring, diorganisir, dan diinterpretasikan menggunakan kerangka teoretis hukum ekonomi syariah untuk menganalisis kesesuaian praktik penghasilan Google AdSense melalui YouTube dengan prinsip-prinsip muamalah Islam.

Untuk memastikan validitas dan reliabilitas penelitian, beberapa strategi diterapkan, termasuk triangulasi sumber, peer review, dan audit trail. Meskipun penelitian ini bersifat kepustakaan dan tidak melibatkan subjek manusia secara langsung, pertimbangan etis tetap diperhatikan, meliputi integritas akademik, objektivitas, dan transparansi. Peneliti mengakui beberapa limitasi penelitian, termasuk fokus yang terbatas pada perspektif syariah, dinamika teknologi yang cepat berubah, dan keterbatasan akses terhadap informasi internal platform digital.

Signifikansi penelitian ini terletak pada kontribusinya dalam memperkaya literatur tentang aplikasi hukum ekonomi syariah dalam konteks ekonomi digital, memberikan panduan praktis bagi content creator Muslim, dan menyediakan insights bagi pengembangan kebijakan dan regulasi yang lebih akomodatif terhadap prinsip-prinsip syariah dalam industri ekonomi kreatif digital. Melalui pendekatan metodologis yang komprehensif ini, penelitian bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang isu-isu syariah yang muncul dalam praktik monetisasi konten digital, serta berkontribusi pada diskusi akademis dan praktis tentang integrasi prinsip-prinsip syariah dalam ekonomi digital yang terus berkembang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mekanisme Kerja Google AdSense pada YouTube

Google AdSense merupakan program periklanan yang memungkinkan pemilik konten, termasuk YouTuber, untuk menampilkan iklan di video mereka dan menghasilkan pendapatan. Sistem ini bekerja berdasarkan prinsip Pay Per Click (PPC), di mana pengiklan membayar setiap kali iklan mereka diklik oleh penonton (Firdiansyah, 2022). Mekanisme ini menciptakan ekosistem yang saling menguntungkan antara pengiklan, platform (YouTube), dan pembuat konten.

Untuk dapat berpartisipasi dalam program monetisasi YouTube, content creator harus memenuhi beberapa persyaratan, termasuk memiliki minimal 1.000 subscriber dan 4.000 jam tayang dalam 12 bulan terakhir (Helianthusonfri, 2019). Persyaratan ini menunjukkan bahwa YouTube berusaha memastikan bahwa hanya konten yang memiliki engagement yang signifikan yang dapat dimonetisasi, yang dapat dilihat sebagai upaya untuk menjaga kualitas konten dan melindungi kepentingan pengiklan.

Setelah memenuhi persyaratan, YouTuber dapat mengaktifkan monetisasi pada akun mereka dan mulai menampilkan iklan di video mereka. YouTube menawarkan berbagai format iklan, termasuk iklan display, overlay, dan video, yang memberikan fleksibilitas bagi pengiklan dan potensi pendapatan yang beragam bagi content creator (Kholipah, 2020).

Mekanisme Google AdSense pada YouTube merupakan manifestasi brilian dari model bisnis berbasis internet yang mengintegrasikan kepentingan multiple stakeholders dalam satu platform. Sistem Pay Per Click (PPC) yang

diterapkan menciptakan situasi win-win-win bagi pengiklan, content creator, dan YouTube sebagai platform. Pengiklan mendapatkan exposure yang tepat sasaran, content creator memperoleh kompensasi atas kreativitas mereka, dan YouTube mendapatkan bagian dari revenue sharing.

Namun, di balik kesuksesan sistem ini, terdapat beberapa aspek kritis yang perlu diperhatikan. Pertama, persyaratan monetisasi yang ditetapkan YouTube - 1.000 subscriber dan 4.000 jam tayang dalam 12 bulan - meskipun bertujuan menjaga kualitas konten, juga dapat dilihat sebagai barrier to entry yang cukup tinggi bagi kreator pemula. Hal ini berpotensi menciptakan kesenjangan digital antara kreator yang sudah mapan dan pendatang baru, yang mungkin memiliki konten berkualitas namun kesulitan meraih exposure awal.

Lebih lanjut, sistem ini secara tidak langsung mendorong kreator untuk fokus pada metrics engagement, yang tidak selalu berkorelasi dengan kualitas konten. Terdapat risiko bahwa kreator akan lebih memprioritaskan konten viral atau sensasional dibandingkan konten edukatif atau substantif yang mungkin tidak se-"clickbait" konten lainnya. Ini menimbulkan pertanyaan etis tentang bagaimana kita mendefinisikan dan menghargai 'nilai' dalam ekosistem konten digital.

Di sisi lain, fleksibilitas format iklan yang ditawarkan YouTube memang memberikan ruang kreativitas bagi pengiklan dan potensi pendapatan yang lebih besar bagi kreator. Namun, hal ini juga dapat mengarah pada over-commercialization konten, di mana batas antara konten asli dan materi promosi menjadi semakin kabur. Hal ini berpotensi mengurangi pengalaman menonton dan, pada akhirnya, loyalitas penonton.

Terakhir, meskipun sistem AdSense telah terbukti sukses, perlu dipertimbangkan bahwa ini menciptakan ketergantungan kreator pada satu sumber pendapatan utama. Fluktuasi dalam kebijakan AdSense atau algoritma YouTube dapat berdampak signifikan pada pendapatan kreator, menimbulkan pertanyaan tentang keberlanjutan dan keamanan finansial dalam industri ini.

Dengan demikian, sementara mekanisme Google AdSense pada YouTube telah revolusioner dalam monetisasi konten digital, kita perlu terus mengevaluasi dan menyeimbangkan kepentingan semua pihak yang terlibat. Diperlukan dialog berkelanjutan antara platform, kreator, pengiklan, dan penonton untuk memastikan bahwa ekosistem ini tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga mendorong kreativitas, kualitas konten, dan pengalaman pengguna yang positif.

Analisis Akad dalam Kerjasama YouTuber dengan Google AdSense

Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, kerjasama antara YouTuber dan Google AdSense dapat dianalisis melalui beberapa jenis akad:

Akad Syirkah (Kemitraan)

Kerjasama ini dapat dilihat sebagai bentuk syirkah abdan, di mana kedua pihak berkontribusi dalam bentuk keahlian atau usaha tanpa modal finansial (Bawenti & Hasan, 2018; Hasan & Haris, 2021; Hasan & Luntajo, 2021; Ismail, 2012). YouTuber menyediakan konten dan audiens, sementara Google AdSense menyediakan platform periklanan dan jaringan pengiklan. Pembagian hasil dilakukan berdasarkan kesepakatan yang telah ditetapkan, yang sejalan dengan prinsip syirkah dalam Islam.

Akad Ju'alah (Sayembara)

Aspek lain dari kerjasama ini dapat dilihat sebagai bentuk ju'alah, di mana Google AdSense menawarkan kompensasi kepada YouTuber yang berhasil menghasilkan klik atau tayangan iklan (DSN-MUI, 2007). Hal ini sejalan dengan konsep ju'alah dalam fiqh muamalah, di mana imbalan diberikan atas pencapaian hasil tertentu.

Kedua bentuk akad ini pada dasarnya diperbolehkan dalam Islam, selama memenuhi syarat-syarat yang ditetapkan, termasuk kejelasan akad, keridhaan kedua belah pihak, dan tidak adanya unsur-unsur yang dilarang seperti riba, gharar, atau maysir (Luthfi et al., 2021).

Analisis akad dalam kerjasama antara YouTuber dan Google AdSense yang dipaparkan dalam sub pembahasan ini membuka perspektif baru yang menarik dalam konteks hukum ekonomi syariah. Argumentasi saya mengenai hal ini adalah sebagai berikut:

Pertama, penerapan konsep syirkah abdan dalam konteks kerjasama YouTuber-Google AdSense merupakan interpretasi yang cerdas dan inovatif terhadap prinsip-prinsip ekonomi Islam klasik dalam lanskap digital modern. Hal ini menunjukkan fleksibilitas dan relevansi hukum Islam dalam menghadapi perkembangan teknologi dan model bisnis baru. Namun, perlu diperhatikan bahwa dalam praktiknya, relasi antara YouTuber dan Google AdSense mungkin lebih kompleks daripada konsep syirkah abdan tradisional. Misalnya, adanya ketidaksetaraan posisi tawar antara YouTuber individual dengan Google sebagai korporasi global dapat menimbulkan pertanyaan tentang keadilan dalam pembagian hasil dan pengambilan keputusan.

Kedua, penerapan konsep ju'alah dalam konteks ini juga menarik untuk dibahas lebih lanjut. Meskipun secara permukaan terlihat sesuai, ada beberapa aspek yang perlu dicermati. Dalam ju'alah tradisional, biasanya ada kejelasan mengenai tugas spesifik yang harus dilakukan dan imbalan yang akan diterima. Namun, dalam sistem AdSense, banyak faktor yang mempengaruhi pendapatan seorang YouTuber - termasuk algoritma YouTube yang sering berubah dan tidak sepenuhnya transparan. Hal ini dapat menimbulkan unsur ketidakpastian (gharar) yang dalam beberapa interpretasi fiqh dapat menjadi problematik.

Lebih lanjut, meskipun kedua bentuk akad ini pada dasarnya diperbolehkan dalam Islam, implementasinya dalam konteks digital perlu diteliti lebih lanjut. Misalnya, bagaimana kita memastikan "kejelasan akad" dalam sistem yang sebagian besar dijalankan oleh algoritma? Bagaimana kita mendefinisikan dan memastikan "keridhaan kedua belah pihak" ketika salah satu pihak adalah entitas korporat global? Ini adalah pertanyaan-pertanyaan yang memerlukan ijtihad kontemporer.

Selain itu, perlu juga dipertimbangkan aspek-aspek etis lainnya yang mungkin tidak secara eksplisit diatur dalam fiqh klasik, namun relevan dalam konteks modern. Misalnya, bagaimana kita memandang konten yang meskipun tidak melanggar aturan YouTube, namun mungkin tidak sejalan dengan nilai-nilai Islam? Atau bagaimana kita menyikapi potensi eksploitasi kreator konten muda atau rentan dalam sistem ini?

Terakhir, meskipun analisis ini memberikan legitimasi syariah terhadap kerjasama YouTuber-Google AdSense, penting untuk tidak hanya berfokus pada aspek legalitas formal, tetapi juga mempertimbangkan maqashid syariah (tujuan-tujuan syariah) yang lebih luas. Apakah sistem ini benar-benar mendorong masalah (kebaikan) bagi masyarakat? Apakah ia mendorong perkembangan ilmu pengetahuan, kreativitas, dan nilai-nilai positif? Atau justru berpotensi mendorong materialism berlebihan dan konten-konten yang tidak bermanfaat?

Dengan demikian, meskipun analisis akad dalam sub pembahasan ini memberikan dasar yang baik untuk memahami kerjasama YouTuber-Google AdSense dari perspektif hukum ekonomi syariah, masih ada banyak ruang untuk diskusi dan ijtihad lebih lanjut. Diperlukan pendekatan yang holistik dan kontekstual untuk memastikan bahwa praktik ini tidak hanya sah secara formal, tetapi juga sejalan dengan spirit dan tujuan-tujuan syariah yang lebih luas.

Isu-isu Syariah dalam Praktik Monetisasi YouTube

Konten Iklan

Salah satu isu utama dalam monetisasi YouTube dari perspektif syariah adalah konten iklan yang ditampilkan. Sistem AdSense yang sebagian besar otomatis dalam penempatan iklan dapat menimbulkan risiko munculnya iklan yang tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam (Mustafa et al., 2021). Hal ini menjadi tantangan bagi content creator Muslim untuk memastikan bahwa iklan yang ditampilkan di konten mereka tidak mengandung unsur-unsur yang dilarang dalam syariah.

YouTube telah menyediakan fitur untuk mengontrol jenis iklan yang ditampilkan, termasuk opsi untuk menonaktifkan iklan sensitif atau tidak sesuai (YouTube Help, n.d.). Namun, tanggung jawab tetap ada pada content creator untuk aktif menggunakan fitur ini dan memantau iklan yang muncul di konten mereka.

Transparansi dan Keadilan dalam Pembagian Hasil

Prinsip keadilan ('adl) dan transparansi merupakan aspek penting dalam muamalah Islam (Yusuf et al., 2019). Dalam konteks AdSense, sistem pembagian hasil antara YouTube dan content creator harus memenuhi prinsip-prinsip ini. YouTube menggunakan metrik seperti CPM (Cost Per Mille) dan RPM (Revenue Per Mille) untuk menghitung pendapatan content creator (YouTube Help, n.d.). Meskipun formula spesifik tidak sepenuhnya transparan, adanya metrik yang jelas dan laporan yang dapat diakses oleh content creator menunjukkan upaya untuk memenuhi prinsip transparansi.

Potensi Gharar dan Maysir

Ketidakpastian dalam jumlah pendapatan yang akan diterima oleh content creator dapat menimbulkan pertanyaan tentang adanya unsur gharar (ketidakpastian berlebihan) dalam transaksi ini (Bukido & Hasan, 2016; Hasan et al., 2016). Namun, mengingat bahwa ketidakpastian ini bersifat alami dalam bisnis periklanan digital dan kedua belah pihak menyadari risiko ini, maka dapat diargumentasikan bahwa level gharar yang ada tidak mencapai tingkat yang dilarang dalam syariah (Nur Mahlil et al., 2021).

Praktik monetisasi YouTube melalui Google AdSense memang membuka peluang ekonomi yang signifikan bagi content creator, namun juga memunculkan sejumlah tantangan etis dan syar'i yang perlu diperhatikan secara seksama. Tiga isu utama yang diangkat - konten iklan, transparansi dan keadilan dalam pembagian hasil, serta potensi gharar dan maysir - mencerminkan kompleksitas penerapan prinsip-prinsip syariah dalam ekosistem digital yang dinamis.

Pertama, mengenai konten iklan, kita dihadapkan pada dilema antara efisiensi sistem otomatis dan tanggung jawab moral content creator. Meskipun YouTube telah menyediakan fitur kontrol iklan, hal ini sebenarnya memindahkan beban etis kepada content creator individual, yang mungkin tidak selalu memiliki kapasitas atau kesadaran untuk melakukan pemantauan secara konsisten. Ini menimbulkan pertanyaan lebih lanjut tentang batas-batas tanggung jawab dalam ekosistem digital yang kompleks. Apakah cukup adil untuk membebaskan seluruh tanggung jawab etis pada content creator, sementara mereka tidak memiliki kontrol penuh atas sistem periklanan? Di sisi lain, bagaimana kita bisa memastikan bahwa platform seperti YouTube juga mengambil langkah proaktif untuk melindungi nilai-nilai etis dan religius penggunaannya?

Kedua, isu transparansi dan keadilan dalam pembagian hasil memang krusial dari perspektif syariah. Meskipun adanya metrik seperti CPM dan RPM menunjukkan upaya transparansi, ketidakjelasan formula spesifik yang digunakan YouTube tetap menimbulkan kekhawatiran. Dalam konteks syariah, prinsip 'adl tidak hanya tentang kesetaraan numerik, tetapi juga tentang kejelasan dan keterbukaan dalam transaksi. Ketidaktransparanan penuh dalam algoritma pembagian hasil dapat dilihat sebagai potensi pelanggaran terhadap prinsip ini.

Lebih jauh, kita perlu mempertanyakan apakah model pembagian hasil saat ini benar-benar mencerminkan kontribusi relatif kedua belah pihak, mengingat content creator adalah pihak yang menghasilkan konten utama yang menarik penonton.

Ketiga, mengenai potensi gharar dan maysir, argumentasi bahwa level ketidakpastian dalam sistem AdSense tidak mencapai tingkat yang dilarang dalam syariah memang masuk akal. Namun, kita perlu lebih kritis dalam mengevaluasi hal ini. Meskipun ketidakpastian memang inherent dalam bisnis periklanan digital, tingkat volatilitas dan ketergantungan pada algoritma yang tidak sepenuhnya transparan bisa jadi lebih tinggi dibandingkan bisnis konvensional. Ini menimbulkan pertanyaan tentang bagaimana kita mendefinisikan dan mengukur "tingkat gharar yang dilarang" dalam konteks ekonomi digital yang berkembang pesat.

Lebih jauh, kita juga perlu mempertimbangkan implikasi jangka panjang dari sistem monetisasi ini terhadap landscape konten digital secara keseluruhan. Apakah sistem ini mendorong produksi konten yang benar-benar bermanfaat dan sesuai dengan nilai-nilai Islam, atau justru cenderung mendorong konten yang sensasional atau superfisial demi meningkatkan engagement? Bagaimana kita menyeimbangkan antara insentif ekonomi dan tanggung jawab sosial-moral content creator?

Kesimpulannya, meskipun praktik monetisasi YouTube melalui Google AdSense tidak secara eksplisit melanggar prinsip-prinsip syariah, masih ada banyak area abu-abu yang memerlukan kajian lebih mendalam. Diperlukan dialog berkelanjutan antara ulama, praktisi industri, dan regulator untuk mengembangkan framework etis yang lebih komprehensif dalam menghadapi tantangan ekonomi digital. Sementara itu, edukasi dan pemberdayaan content creator Muslim untuk lebih memahami dan menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam praktik mereka juga menjadi kunci penting dalam menjembatani gap antara teknologi modern dan nilai-nilai Islam.

Pandangan Ulama Kontemporer

Beberapa ulama kontemporer telah memberikan pandangan mereka terkait monetisasi YouTube dan penggunaan AdSense:

- a. Ustaz Abdul Somad berpendapat bahwa selama tidak ada unsur penipuan, gharar, judi, atau kezaliman, maka penghasilan dari AdSense dapat dianggap halal (BilikDakwah, n.d.).
- b. Buya Yahya menekankan pentingnya memperhatikan jenis produk yang diiklankan. Jika produk yang diiklankan tidak melanggar syariah dan content creator memiliki kontrol atas jenis iklan yang ditampilkan, maka penghasilan tersebut dapat dianggap halal (Al-BahjahTV, n.d.).

- c. Ustaz Syafiq Riza Basalamah juga menyoroti pentingnya memperhatikan konten iklan dan menyarankan content creator untuk memilih iklan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam jika memungkinkan (tanyaustadz, n.d.).

Pandangan-pandangan ini menunjukkan bahwa ulama kontemporer cenderung melihat monetisasi YouTube dan penggunaan AdSense sebagai praktik yang diperbolehkan dalam Islam, dengan catatan bahwa content creator harus tetap menjaga prinsip-prinsip syariah dalam konten mereka dan, jika memungkinkan, mengontrol jenis iklan yang ditampilkan.

Pandangan ulama kontemporer mengenai monetisasi YouTube dan penggunaan AdSense memberikan wawasan penting dalam menjembatani praktik ekonomi digital dengan prinsip-prinsip syariah. Argumentasi saya mengenai temuan ini adalah sebagai berikut:

Pertama, penting untuk mengapresiasi fleksibilitas dan progresivitas yang ditunjukkan oleh para ulama ini dalam merespons perkembangan teknologi dan model bisnis baru. Pandangan mereka yang cenderung membolehkan praktik monetisasi YouTube, dengan beberapa syarat, mencerminkan prinsip Islam yang adaptif dan tidak kaku dalam menghadapi perubahan zaman. Ini menunjukkan bahwa hukum Islam memiliki kapasitas untuk berkembang dan merespons tantangan kontemporer tanpa mengorbankan prinsip-prinsip fundamentalnya.

Namun, kita juga perlu mengkritisi beberapa aspek dari pandangan-pandangan ini. Meskipun secara umum para ulama setuju bahwa praktik ini diperbolehkan selama tidak ada unsur yang dilarang syariah, ada variasi dalam penekanan dan detail yang perlu diperhatikan. Misalnya, pendapat Ustaz Abdul Somad yang menekankan pada absennya unsur penipuan, gharar, judi, atau kezaliman mungkin terlalu luas dan kurang spesifik dalam konteks kompleksitas sistem AdSense. Bagaimana kita mendefinisikan dan mengukur 'kezaliman' dalam konteks algoritma digital yang kompleks?

Di sisi lain, pandangan Buya Yahya dan Ustaz Syafiq Riza Basalamah yang lebih spesifik menyoroti pentingnya memperhatikan jenis produk yang diiklankan menunjukkan kesadaran yang lebih mendalam tentang tantangan spesifik dalam praktik monetisasi YouTube. Namun, rekomendasi mereka untuk content creator agar mengontrol jenis iklan yang ditampilkan mungkin tidak selalu realistis mengingat keterbatasan kontrol yang dimiliki content creator dalam sistem AdSense.

Lebih jauh, pandangan-pandangan ini tampaknya lebih berfokus pada aspek halal-haram dari pendapatan, tanpa membahas secara mendalam implikasi etis dan sosial yang lebih luas dari praktik monetisasi YouTube. Misalnya, bagaimana kita memandang tanggung jawab content creator dalam membentuk opini publik atau pengaruh sistem monetisasi terhadap kualitas dan integritas konten yang dihasilkan?

Selain itu, meskipun pandangan-pandangan ini memberikan legitimasi syariah terhadap praktik monetisasi YouTube, mereka belum sepenuhnya membahas kompleksitas teknis dari sistem AdSense. Misalnya, bagaimana kita memandang fluktuasi pendapatan yang disebabkan oleh perubahan algoritma YouTube? Apakah ini masih dalam batas 'gharar' yang diperbolehkan?

Terakhir, perlu dipertimbangkan bahwa pandangan-pandangan ini mungkin tidak sepenuhnya mewakili spektrum penuh dari pemikiran Islam kontemporer. Diperlukan dialog yang lebih luas yang melibatkan berbagai aliran pemikiran Islam, termasuk yang mungkin lebih kritis terhadap praktik monetisasi digital.

Kesimpulannya, meskipun pandangan ulama kontemporer ini memberikan landasan penting untuk memahami praktik monetisasi YouTube dari perspektif syariah, masih ada ruang untuk pengembangan pemikiran yang lebih mendalam dan komprehensif. Diperlukan kajian interdisipliner yang menggabungkan pemahaman mendalam tentang teknologi digital, etika bisnis, dan prinsip-prinsip syariah untuk menghasilkan framework yang lebih robust dalam menghadapi tantangan ekonomi digital. Sementara itu, edukasi berkelanjutan bagi content creator Muslim tentang implikasi etis dan syar'i dari praktik mereka juga menjadi krusial untuk memastikan bahwa monetisasi YouTube tidak hanya sah secara hukum, tetapi juga sejalan dengan nilai-nilai dan tujuan-tujuan syariah yang lebih luas.

Implementasi Prinsip-prinsip Syariah dalam Monetisasi YouTube

Berdasarkan analisis di atas, beberapa rekomendasi dapat diberikan untuk memastikan praktik monetisasi YouTube melalui AdSense sejalan dengan prinsip-prinsip syariah:

Konten Halal dan Bermanfaat

Content creator Muslim harus memastikan bahwa konten yang mereka produksi adalah halal dan memberikan manfaat kepada masyarakat. Ini sejalan dengan prinsip amar ma'ruf nahi munkar dalam Islam (Supriono, 2019).

Pengawasan Aktif terhadap Iklan

Memanfaatkan fitur kontrol iklan yang disediakan oleh YouTube untuk memblokir kategori iklan yang tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam. Ini memerlukan upaya aktif dan berkelanjutan dari content creator (YouTube Help, n.d.).

Transparansi kepada Audiens

Content creator dapat menginformasikan kepada audiens mereka tentang penggunaan AdSense dan upaya mereka untuk memastikan kesesuaian dengan

prinsip-prinsip syariah. Ini dapat meningkatkan kepercayaan dan pemahaman audiens.

Diversifikasi Sumber Pendapatan

Untuk mengurangi ketergantungan pada AdSense dan potensi masalah syariah yang mungkin timbul, content creator dapat mempertimbangkan diversifikasi sumber pendapatan, seperti sponsorship langsung dari brand yang sesuai dengan nilai-nilai Islam atau penjualan produk/jasa sendiri.

Edukasi Berkelanjutan

Content creator Muslim perlu terus mengedukasi diri tentang perkembangan teknologi dan implikasinya terhadap hukum ekonomi syariah. Ini akan membantu mereka membuat keputusan yang lebih informasi dalam praktik monetisasi mereka.

Monetisasi YouTube melalui Google AdSense menawarkan peluang signifikan bagi content creator Muslim untuk berpartisipasi dalam ekonomi digital. Analisis dari perspektif hukum ekonomi syariah menunjukkan bahwa praktik ini pada dasarnya diperbolehkan, dengan beberapa catatan penting. Kerjasama antara YouTuber dan Google AdSense dapat diklasifikasikan dalam akad syirkah dan ju'alah, yang keduanya diakui dalam fiqh muamalah.

Namun, beberapa isu syariah perlu diperhatikan, terutama terkait konten iklan dan transparansi dalam pembagian hasil. Content creator Muslim memiliki tanggung jawab untuk aktif mengawasi dan mengontrol jenis iklan yang ditampilkan di konten mereka, serta memastikan bahwa konten yang mereka produksi sejalan dengan nilai-nilai Islam.

Pandangan ulama kontemporer cenderung mendukung praktik ini, dengan syarat dilakukan dengan hati-hati dan memperhatikan prinsip-prinsip syariah. Implementasi rekomendasi yang diusulkan dapat membantu content creator Muslim untuk memanfaatkan peluang monetisasi YouTube sambil tetap menjaga integritas moral dan kepatuhan terhadap syariah.

Penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman tentang aplikasi prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam konteks ekonomi digital yang terus berkembang. Namun, mengingat dinamika yang cepat dalam teknologi dan praktik bisnis digital, diperlukan kajian berkelanjutan untuk terus mengevaluasi dan memperbarui pemahaman kita tentang isu-isu syariah dalam monetisasi konten digital.

Argumentasi komprehensif saya mengenai implementasi prinsip-prinsip syariah dalam monetisasi YouTube adalah sebagai berikut:

Rekomendasi yang diajukan untuk memastikan praktik monetisasi YouTube melalui AdSense sejalan dengan prinsip-prinsip syariah mencerminkan upaya yang terpuji untuk mengintegrasikan nilai-nilai Islam ke dalam ekonomi digital. Namun, implementasi praktis dari rekomendasi-rekomendasi ini memunculkan beberapa tantangan dan pertanyaan yang perlu diperhatikan lebih lanjut.

Pertama, prinsip konten halal dan bermanfaat memang fundamental dalam etika Islam. Namun, dalam konteks platform global seperti YouTube, definisi 'bermanfaat' bisa jadi subjektif dan bervariasi antar budaya. Bagaimana kita menyeimbangkan antara universalitas nilai-nilai Islam dengan keragaman interpretasi dan ekspektasi audiens global? Lebih jauh, bagaimana kita mengukur 'manfaat' dalam era di mana engagement metrics sering kali lebih diprioritaskan daripada substansi konten?

Kedua, rekomendasi pengawasan aktif terhadap iklan, meskipun ideal, mungkin sulit dilaksanakan secara konsisten oleh content creator individual. Sistem periklanan digital yang kompleks dan cepat berubah membuat pengawasan manual menjadi tantangan besar. Mungkinkah dikembangkan solusi teknologi, misalnya filter berbasis AI yang sesuai dengan prinsip syariah, untuk membantu content creator dalam hal ini?

Ketiga, transparansi kepada audiens adalah langkah positif, namun perlu dipertimbangkan bagaimana hal ini dapat dilakukan tanpa mengganggu pengalaman menonton atau membebani audiens dengan informasi teknis yang mungkin tidak relevan bagi mereka. Bagaimana kita menyeimbangkan antara keterbukaan dan efektivitas komunikasi?

Keempat, diversifikasi sumber pendapatan memang strategi yang bijak, namun juga membawa tantangan baru. Bagaimana content creator dapat memastikan bahwa sumber pendapatan alternatif, seperti sponsorship atau penjualan produk, juga sepenuhnya sesuai dengan prinsip syariah? Apakah ini mungkin justru membuka pintu bagi konflik kepentingan baru?

Kelima, edukasi berkelanjutan sangat penting, namun perlu dipertanyakan siapa yang bertanggung jawab untuk menyediakan edukasi ini. Apakah ini tanggung jawab individu content creator, komunitas Muslim, atau haruskah ada peran lebih aktif dari lembaga pendidikan Islam atau bahkan platform seperti YouTube sendiri?

Lebih lanjut, kesimpulan bahwa praktik monetisasi YouTube pada dasarnya diperbolehkan dalam Islam perlu dilihat secara kritis. Meskipun dapat diklasifikasikan dalam akad syirkah dan ju'alah, kompleksitas sistem AdSense modern mungkin telah melampaui definisi klasik dari akad-akad ini. Apakah kita perlu mengembangkan framework fiqh baru yang lebih sesuai dengan realitas ekonomi digital?

Terakhir, meskipun pandangan ulama kontemporer cenderung mendukung praktik ini, kita perlu mempertimbangkan apakah pandangan ini sudah cukup komprehensif untuk menghadapi kompleksitas dan dinamika cepat dari ekonomi digital. Apakah diperlukan ijtihad kolektif yang melibatkan tidak hanya ulama, tetapi juga ahli teknologi, etika, dan ekonomi digital?

Kesimpulannya, meskipun rekomendasi dan analisis yang diajukan memberikan landasan yang baik untuk implementasi prinsip-prinsip syariah dalam monetisasi YouTube, masih ada banyak area abu-abu yang memerlukan kajian lebih mendalam. Diperlukan pendekatan yang lebih holistik dan interdisipliner untuk mengembangkan framework etika digital Islam yang komprehensif.

Penelitian ini memang memberikan kontribusi penting dalam pemahaman aplikasi prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam konteks digital. Namun, mengingat kompleksitas dan dinamika cepat dari teknologi dan praktik bisnis digital, diperlukan tidak hanya kajian berkelanjutan, tetapi juga pengembangan metodologi ijtihad baru yang dapat merespons dengan cepat dan efektif terhadap perubahan-perubahan dalam lanskap digital. Hal ini mungkin memerlukan kolaborasi lintas disiplin yang lebih intensif antara ahli syariah, teknologi, etika, dan ekonomi digital untuk menghasilkan solusi yang tidak hanya sah secara hukum, tetapi juga praktis dan relevan dalam konteks global yang terus berubah.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa monetisasi YouTube melalui Google AdSense memiliki potensi yang signifikan sebagai sumber penghasilan bagi content creator Muslim, namun juga menghadirkan beberapa tantangan dari perspektif hukum ekonomi syariah. Kerjasama antara YouTuber dan Google AdSense dapat dikategorikan dalam akad syirkah abdan dan ju'alah, yang pada dasarnya diperbolehkan dalam Islam selama memenuhi syarat-syarat yang ditetapkan. Namun, beberapa isu syariah perlu diperhatikan, terutama terkait konten iklan yang ditampilkan dan transparansi dalam pembagian hasil. Content creator Muslim memiliki tanggung jawab untuk aktif mengawasi dan mengontrol jenis iklan yang muncul di konten mereka, serta memastikan bahwa konten yang mereka produksi sejalan dengan nilai-nilai Islam.

Pandangan ulama kontemporer cenderung membolehkan praktik ini dengan syarat dilakukan secara hati-hati dan memperhatikan prinsip-prinsip syariah. Untuk mengimplementasikan prinsip-prinsip syariah dalam monetisasi YouTube, content creator disarankan untuk fokus pada produksi konten yang halal dan bermanfaat, melakukan pengawasan aktif terhadap iklan, bersikap transparan kepada audiens, mempertimbangkan diversifikasi sumber pendapatan, dan terus mengedukasi diri tentang perkembangan teknologi dan implikasinya terhadap hukum ekonomi syariah.

Penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman tentang aplikasi prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam konteks ekonomi digital yang dinamis.

Namun, mengingat cepatnya perkembangan teknologi dan praktik bisnis digital, diperlukan kajian berkelanjutan untuk terus mengevaluasi dan memperbarui pemahaman kita tentang isu-isu syariah dalam monetisasi konten digital. Dengan demikian, monetisasi YouTube melalui Google AdSense dapat menjadi peluang yang sah dan menguntungkan bagi content creator Muslim, selama dilakukan dengan kesadaran penuh terhadap prinsip-prinsip syariah dan tanggung jawab moral terhadap audiens dan masyarakat luas.

REFERENSI

- Al-BahjahTV. (n.d.). *Hukum menjadi YouTuber, halalkah penghasilan dari YouTube?* - Buya Yahya menjawab [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=R-DKtfUQcpw>
- BilikDakwah. (n.d.). *Ustadz Abdul Somad tentang Adsense* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=LFWRQ2kqwSc>
- DSN-MUI. (2007). Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad Ju'alah.
- Firdiansyah, A. (2022). *Google AdSense: Apa itu, cara kerja, keunggulan, pertanyaan umumnya*. Glints.com. <https://glints.com/id/lowongan/google-adsense-adalah/>
- Hasan, F., & Haris, C. (2021). Pengelolaan Dana Tabungan Faedah Pada Sistem Akad Wadi'ah Yad Adh Dhamanah Di Perbankan Syariah. *Al-'Aqdu: Journal of Islamic Economics Law*, 1(1), 44–52.
- Hasan, F., & Luntajo, M. M. R. (2021). Tinjauan Hukum Islam Tentang Prosedur Lelang Barang Gadai Pada Kantor Cabang Pegadaian Syariah Istiqlal Manado. *Al-'Aqdu: Journal of Islamic Economics Law*, 1(2), 65. <https://doi.org/10.30984/ajiel.v1i2.1811>
- Hasan, F., Syarifuddin, S., & Luntajo, M. M. R. (2016). Tinjauan Hukum Islam dalam Penerapan Akad Ijarah pada Produk Rahn di Cabang Pegadaian Syariah Istiqlal Manado. *Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah*, 14(2). <https://doi.org/10.30984/as.v14i2.372>
- Hennink, M., Hutter, I., & Bailey, A. (2020). *Qualitative research methods*. Sage.
- Helianthusonfri, J. (2019). *Passive income dari Youtube*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Ismail, N. (2012). *Fikih muamalah klasik dan kontemporer*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Kholipah, S. (2020). *Analisis hukum Islam terhadap akad kerjasama dalam sistem monetisasi YouTube antara YouTuber dengan YouTube Partner Program*. Skripsi. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Luthfi, A. H., Hidayatullah, A. R. A., Nurmiyarti, N., Saputra, I. Y., & Dewi, S. H. S. (2021). Tinjauan hukum Islam terhadap implementasi akad dan mekanisme Google AdSense dalam bisnis iklan. *Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 13(2).
- Musthafa, A., Fauziah, E., & Hidayat, Y. R. (2021). Tinjauan hukum Islam terhadap penayangan iklan Google dalam blog. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 1(1), 13-18.
- Nur Arbaien, M. F., & Nurhasanah, E. (2023). Analisis program monetisasi Youtube menurut hukum ekonomi syariah. *Al-Muamalat: Jurnal Ekonomi Syariah*, 10(1), 51-64.
- Nur Mahlil, M., Hidayat, F., & Is, M. S. (2021). Tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap bentuk kerjasama bisnis periklanan antara publisher dan Google AdSense. *Jurnal Muamalah*, 7(1), 272-286.
- Rohman, J. N., & Husna, J. (2017). Situs Youtube sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi: Sebuah survei terhadap mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro angkatan 2013-2015. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 6(1), 171-180.
- Saekan, M. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif*. Kudus: Nora Media Enterprise.
- Sugiyono. (2010). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Soekanto, S. (2007). *Pengantar penelitian hukum*. Jakarta: UI Press.
- Soekanto, S. (2004). *Penelitian hukum normatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Supriono, A. H. Y. (2019). New media dan strategi periklanan (analisis diskursus YouTubers sebagai stealth marketing). *Aktualita: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 9(Juni), 17-31.
- tanyaustadz. (n.d.). *YouTuber dengerein nih, hukum AdSense Youtube Google penjelasan Ustadz Syafiq Riza Basalamah* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Wyo3ROtek3k>
- YouTube Help. (n.d.). Monetization. Retrieved from <https://support.google.com/youtube/topic/9153642>

Yusuf, N., Hasan, F., & Niu, F. A. L. (2019). Pemikiran Muhammad Hatta Tentang Ekonomi Syariah Di Indonesia. *Potret Pemikiran*, 23(1), 36. <https://doi.org/10.30984/pp.v23i1.973>