



ANALISIS YURIDIS TERHADAP LEGALITAS PENGHASILAN YOUTUBER DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM

Ilham Rahmani¹ Aslati²



*Correspondence :

Email
ilhampku36@gmail.com

Affiliation:

^{1,2} Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Indonesia

Article History :

Submission : January 20, 2025

Revised : Maret 18, 2025

Accepted : May 20, 2025

Published : June 06, 2025

Keyword : Legalitas, Penghasilan YouTuber, Hukum Islam

Abstract

This study aims to analyze the legality of YouTuber income from an Islamic economic perspective, especially in relation to the content produced and advertisements displayed through the Google AdSense program. The main focus of this study is to review the halal or haram status of YouTuber income based on sharia principles, as well as to understand the form of contract that underlies the cooperation between YouTubers and advertising providers. This study uses a library research method by reviewing Islamic literature, fatwas of the Indonesian Ulema Council, books, scientific journals, and other relevant documents related to muamalah law and digital media. The results of the study show that the profession of YouTuber is permissible in Islam as long as the uploaded content does not violate sharia. The permissibility of income from AdSense depends heavily on two things: content and type of advertisement. If both are in accordance with Islamic values, then the income is halal and even obligatory to be zakat if it meets the nisab and haul. From the perspective of the contract, the collaboration between YouTubers and Google AdSense can be categorized as syirkah abdan and ju'alah, which is valid as long as it meets the requirements such as clarity of the agreement, the consent of both parties, and is free from elements of usury, gharar, and maysir.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis legalitas penghasilan YouTuber dalam perspektif ekonomi syariah, khususnya dalam kaitannya dengan konten yang diproduksi dan iklan yang ditampilkan melalui program Google AdSense. Fokus utama penelitian ini adalah meninjau kehalalan atau keharaman penghasilan YouTuber berdasarkan prinsip-prinsip syariah, serta memahami bentuk akad yang mendasari kerja sama antara YouTuber dan pihak penyedia iklan. Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka (library research) dengan mengkaji literatur keislaman, fatwa Majelis Ulama Indonesia, buku, jurnal ilmiah, dan dokumen relevan lainnya yang berkaitan dengan hukum muamalah dan media digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profesi YouTuber diperbolehkan dalam Islam selama konten yang diunggah tidak melanggar syariat. Kehalalan penghasilan dari AdSense sangat bergantung pada dua hal: isi konten dan jenis iklan. Bila keduanya sesuai nilai-nilai Islam, maka penghasilan tersebut halal dan bahkan wajib dizakati jika memenuhi nisab dan haul. Dari sudut pandang akad, kerja sama antara YouTuber dan Google AdSense dapat dikategorikan sebagai syirkah abdan dan ju'alah, yang sah selama memenuhi syarat-syarat seperti kejelasan perjanjian, keridhaan kedua belah pihak, serta bebas dari unsur riba, gharar, dan maysir.



INTRODUCTION

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah melahirkan berbagai inovasi dalam dunia kerja dan ekonomi digital, salah satunya adalah profesi sebagai YouTuber atau konten kreator di platform YouTube. YouTube sebagai salah satu platform berbagi video terbesar di dunia, telah berkembang menjadi media yang tidak hanya memungkinkan penggunanya untuk mengekspresikan kreativitas dan menyebarkan informasi kepada audiens global, tetapi juga menyediakan peluang ekonomi yang signifikan. Seiring meningkatnya popularitas platform ini, YouTube telah membentuk ekosistem monetisasi yang terstruktur, antara lain melalui Program Mitra YouTube (*YouTube Partner Program*) yang terintegrasi dengan layanan periklanan Google AdSense, sehingga para kreator konten memiliki kesempatan untuk memperoleh penghasilan dari aktivitas mereka di platform tersebut (Amu & Isima, 2024).

Saat ini, YouTube tidak hanya berfungsi sebagai situs atau aplikasi hiburan, tetapi juga telah berkembang menjadi sarana potensial untuk memperoleh penghasilan, khususnya di kalangan generasi muda. Banyak di antara mereka yang memandang ketenaran di platform YouTube sebagai suatu pencapaian yang prestisius. Hal ini disebabkan oleh potensi pendapatan yang besar, di mana penghasilan dari keberhasilan menjadi figur populer di YouTube dapat menyamai bahkan melebihi gaji seorang profesional seperti dokter. Dengan demikian, YouTube kini dimanfaatkan oleh para penggunanya yang dikenal sebagai YouTuber atau kreator konten sebagai lahan bisnis yang menjanjikan (Zulfa et al., 2021).

Media sosial yang pada awalnya dimanfaatkan sebagai sarana untuk mempererat hubungan sosial, kini mengalami perluasan fungsi, termasuk sebagai alat untuk memperoleh pendapatan. Hal ini tampak pada aktivitas para kreator konten di platform seperti YouTube dan TikTok, yang memanfaatkan media sosial sebagai sumber penghasilan. Pendapatan yang dihasilkan oleh para kreator tersebut dapat mencapai puluhan juta hingga miliaran rupiah (Majelis Ulama Indonesia, 2024).

Namun demikian, di balik peluang ekonomi tersebut, muncul pertanyaan mengenai keabsahan penghasilan yang diperoleh YouTuber dalam pandangan hukum Islam, terutama jika konten yang dibuat atau iklan yang ditampilkan mengandung unsur-unsur yang tidak sesuai dengan prinsip syariah, seperti pornografi, kekerasan, atau ajakan kepada kemaksiatan. Selain itu, sistem monetisasi yang diterapkan oleh YouTube melalui pihak ketiga (Google AdSense) juga perlu dikaji apakah sejalan dengan konsep akad, muamalah, dan ketentuan penghasilan yang halal menurut fikih Islam.

Berdasarkan kondisi itu, diperlukan kajian analisis yuridis yang komprehensif untuk meninjau legalitas penghasilan YouTuber menurut hukum Islam. Kajian ini penting untuk memberikan kepastikan hukum bagi para pelaku ekonomi digital, sekaligus sebagai dasar bagi pemerintah dalam merumuskan kebijakan yang adaptif terhadap perkembangan

zaman. Pendekatan hukum yang tepat akan mendorong tumbuhnya ekosistem digital yang sehat dan taat hukum di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis legalitas penghasilan YouTuber dalam perspektif hukum Islam. Fokus utama penelitian ini adalah meninjau kehalalan dan keharaman penghasilan YouTuber berdasarkan prinsip-prinsip syariah, serta memahami bentuk akad yang mendasari kerja sama antara YouTuber dengan pihak penyedia iklan.

METHODS

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan yuridis normatif, yaitu untuk menganalisis penghasilan YouTuber berdasarkan norma-norma hukum Islam, baik dari Al-Qur'an, Hadis, maupun pendapat ulama. Pendekatan ini tidak memerlukan pengumpulan data lapangan, melainkan berfokus pada penelusuran dan analisis terhadap sumber-sumber yang relevan seperti literatur terkait hukum Islam (kitab fikih, jurnal, fatwa DSN-MUI, dan lainnya), artikel akademik, berita, dan dokumen hukum seperti Al-Qur'an, hadis, dan undang-undang jika dibutuhkan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan studi kepustakaan (library research) untuk menggali teori-teori dan dasar hukum. Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif, yaitu dengan menguraikan data secara sistematis untuk kemudia dikaji dan dibandingkan dengan ketentuan hukum Islam.

RESULT AND DISCUSSION

Analisis Akad dalam Penghasilan Youtuber

Dalam kerangka hukum ekonomi syariah, hubungan kerja sama antara Youtuber dan Google AdSense dapat dikaji melalui pendekatan beberapa jenis akad yang relevan, sebagai berikut:

1. Akad *Syirkah* (Kemitraan)

Istilah *syirkah*, yang juga dikenal dengan sebutan *musyarakah* atau *syarikah*, berasal dari bahasa Arab, yaitu dari kata *sharika-yashriku-sharikan/syirkan/syarikatan*, yang berarti menjadi mitra atau membentuk suatu kemitraan. Dalam terminologi fikih muamalah, *syirkah* merujuk pada suatu bentuk akad kerja sama antara dua pihak atau lebih yang sepakat untuk menjalankan usaha bersama dengan tujuan memperoleh keuntungan (Mukhoniadi, 2023).

Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah dalam Pasal 20 ayat (3) menjelaskan bahwa *syirkah* adalah kerjasama antara dua orang atau lebih dalam hal permodalan, keterampilan, atau kepercayaan dalam usaha tertentu dengan pembagian keuntungan berdasarkan nisbah yang disepakati oleh pihak-pihak yang berserikat (Mahkamah Agung RI, 2011). Kerjasama ini dapat dilihat sebagai bentuk *syirkah abdan*, di mana kedua pihak berkontribusi dalam bentuk keahlian atau usaha tanpa modal finansial. Dalam kerja sama ini, YouTuber berperan sebagai penyedia

konten dan pengelola audiens, sedangkan Google AdSense bertindak sebagai penyedia platform periklanan serta penghubung dengan jaringan pengiklan. Mekanisme pembagian pendapatan dilakukan berdasarkan kesepakatan yang telah ditentukan sebelumnya, yang secara prinsip sejalan dengan konsep *syirkah* dalam ekonomi Islam (Amu & Isima, 2024).

2. Akad *Ju'alah* (Sayembara)

Dalam kajian fikih, terdapat konsep yang dikenal dengan *ju'alah* atau *ju'l*, yang umumnya diterjemahkan sebagai "sayembara". Istilah ini merujuk pada suatu bentuk perlombaan atau kompetisi yang diselenggarakan dengan imbalan berupa hadiah bagi pemenangnya. Menurut Wahbah Az-Zuhaili, menjelaskan bahwa *al-ju'alah* adalah akad atas suatu manfaat yang diperkirakan akan mendapat imbalan sebagaimana yang dijanjikan atas suatu pekerjaan (Roza & Yadi, 2023).

Ju'alah juga merupakan janji atau komitmen (*iltizam*) untuk memberikan imbalan (*reward/ 'iwadh/ju'l*) tertentu atas pencapaian hasil (*natijah*) yang ditentukan dari suatu pekerjaan. Imbalan *Ju'alah* hanya berhak diterima oleh pihak *maj'ul lahu* apabila hasil dari pekerjaan tersebut terpenuhi. Akad *ju'alah* diperbolehkan sebagai sarana pemenuhan kebutuhan layanan jasa dengan syarat-syarat sebagai berikut:

- a. Pihak *Ja'il* wajib memenuhi syarat kecakapan hukum serta memiliki wewenang penuh (*muthlaq al-tasharruf*) dalam melangsungkan akad;
- b. Pekerjaan yang menjadi Objek *Ju'alah* (*mahal al-'aqd/maj'ul 'alaih*) harus merupakan aktivitas yang sesuai dengan syariah dan tidak mengakibatkan konsekuensi yang dilarang;
- c. Hasil pekerjaan (*natijah*) sebagaimana dimaksud wajib ditentukan secara jelas dan diketahui oleh kedua belah pihak ketika penawaran dilakukan;
- d. Besar imbalan dalam *Ju'alah* (*reward/ 'iwadh//ju'l*) wajib ditetapkan oleh pihak *Ja'il* dan harus telah diketahui oleh semua pihak pada saat penawaran; dan
- e. Imbalan dalam *ju'alah* tidak boleh diisyaratkan untuk dibayarkan di awal, sebelum pekerjaan yang menjadi objek *ju'alah* dilaksanakan (*Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 62/DSN-MUI/XII/2007 Tentang Akad Ju'alah*, n.d.).

Dari penjelasan di atas bahwa aspek lain dari kerja sama ini dapat dipandang sebagai bentuk *ju'alah*, dimana YouTuber menerima imbalan dari Google AdSense apabila berhasil menghasilkan klik atau tayangan iklan. Hal ini sejalan dengan konsep *ju'alah* dalam fiqh muamalah, di mana imbalan diberikan atas pencapaian hasil tertentu (Amu & Isima, 2024).

Kedua jenis akad di atas pada prinsipnya diperkenankan dalam Islam asalkan memenuhi ketentuan yang telah ditetapkan, seperti kejelasan dalam perjanjian, adanya kesepakatan dan kerelaan dari kedua belah pihak yang terlibat, serta terbebas dari unsur-unsur yang dilarang

syariat seperti riba, ketidakjelasan (*gharar*), maupun perjudian (*maysir*) (Amu & Isima, 2024).

Bermuamalah Sebagai Youtuber Dalam Pandangan Ekonomi Syariah

Menjadi konten kreator di YouTube berarti seseorang memproduksi berbagai jenis video yang kemudian dipublikasikan melalui kanal youtube miliknya. YouTube adalah platform medial sosial yang banyak dimanfaatkan sebagai sarana hiburan melalui beragam konten audiovisual. Saat ini, profesi sebagai pembuat konten di YouTube lebih dikenal dengan sebutan YouTuber. Terdapat sistem pekerjaan yang dilakukan seorang YouTuber sebagai berikut:

1. Membangun *channel* YouTube

Tahap awal yang harus diterapkan oleh seseorang yang ingin menjadi YouTuber yaitu membentuk sebuah kanal (*channel*) di YouTube. Kanal ini berfungsi sebagai wadah utama bagi seorang YouTuber dalam mempublikasikan kontennya. Proses pembuatan kanal cukup sederhana, yaitu dengan memiliki akun Google yang kemudian digunakan untuk mendaftar dan mengakses layanan YouTube.

2. Mengidentifikasi tema pokok untuk *channel* YouTube

Pemilihan tema untuk kanal YouTube dapat didasarkan pada minat atau hobi pribadi yang dimiliki, seperti memasak, bernyanyi, bermain musik, membaca, melakukan eksperimen sosial, membuat tutorial, menonton pertandingan sepak bola, bermain gim, fotografi, maupun aktivitas lainnya yang menjadi ketertarikan individu.

3. Merancang video

Setelah memilih tema yang sesuai, YouTuber dapat memulai menghasilkan konten video yang relevan dan mendistribusikannya melalui channel yang telah dibuat.

4. Promosi

Promosi dilakukan dengan tujuan untuk menarik lebih banyak pengguna YouTube agar mengunjungi kanal yang dimiliki, sehingga mereka tertarik untuk menonton video yang telah dipublikasikan oleh sang konten kreator.

5. Mengembangkan *channel* YouTube

Mengembangkan kanal YouTube merupakan aspek yang sangat penting bagi para YouTuber, karena melalui proses pengembangan inilah monetisasi dapat dilakukan, yang menjadi langkah utama untuk memperoleh pendapatan dari platform tersebut (Faishol et al., 2023).

Setelah kanal YouTube berhasil dimonetisasi oleh pihak YouTube, langkah selanjutnya bagi seorang YouTuber adalah mengoptimalkan kanal tersebut agar dapat menghasilkan pendapatan melalui program AdSense. Terkait dengan profesi sebagai YouTuber dalam perspektif Islam, terdapat dua aspek utama yang perlu diperhatikan dalam pembahasan ini, yaitu: (Faishol et al., 2023)

1. Aspek pertama yang perlu diperhatikan adalah terkait dengan konten yang diunggah. Apabila konten tersebut mengandung unsur-unsur yang bertentangan dengan syariat Islam, maka pembuatnya akan memperoleh dosa. Contohnya adalah konten yang menyebarkan pemikiran atau akidah yang menyimpang, mengandung unsur pornografi, kebohongan, ajakan kepada kemaksiatan, atau perbuatan tercela lainnya. Hal ini sejalan dengan sebuah hadis yang menyatakan:

“Barang siapa yang mencontohkan dalam Islam suatu contoh yang baik, maka ia akan mendapatkan pahalanya, dan pahala orang yang melakukannya setelahnya; tanpa berkurang sesuatu apapun dari pahala mereka mereka. Dan barang siapa yang mencontohkan dalam Islam suatu contoh yang buruk, maka ia menanggung dosanya dan dosa orang yang mengerjakannya setelah dia, tanpa berkurang sesuatu pun dari dosa-dosa mereka” (Shahih Muslim No. 4595).

Sebaliknya, apabila konten yang diunggah berisi hal-hal yang membawa kebaikan, maka pembuatnya akan memperoleh pahala. Contohnya meliputi penyampaian ajaran akidah yang benar, penyebaran ilmu pengetahuan, pembelajaran tata cara ibadah, serta pengajaran tentang akhlak dan muamalah yang baik. Kenyataannya, banyak individu yang memperoleh manfaat dari keberadaan kanal-kanal YouTube yang menyebarkan nilai-nilai positif. Tidak sedikit pula yang mengalami perubahan menuju kehidupan yang lebih baik dalam aspek akidah, ibadah, akhlak, maupun muamalah melalui konten-konten bermanfaat tersebut, dengan izin Allah.

2. Aspek kedua yang perlu diperhatikan berkaitan dengan hukum penghasilan yang diperoleh dari AdSense atau iklan, maupun dari aktivitas sebagai YouTuber itu sendiri, yang dapat ditinjau dari dua sisi. Pertama, sering ditemukan bahwa iklan yang ditayangkan melalui Google AdSense mengandung unsur yang bertentangan dengan syariat Islam, seperti menampilkan wanita yang tidak menutup aurat, mempromosikan tontonan yang tidak pantas, atau mengandung ajakan kepada perbuatan tercela. Oleh karena itu, praktik semacam ini dinilai haram. Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam QS. Al-Maidah ayat 2 yang menyatakan:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۝ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْغَنْوَانِ ۝ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۝ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya” (Departemen Agama RI, 2002).

Legalitas Penghasilan Youtber Dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Secara prinsip, profesi sebagai kreator konten di YouTube atau yang dikenal dengan sebutan YouTuber merupakan pekerjaan yang dibolehkan dalam Islam, selama konten yang diproduksi tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan syariat. Kehalalan atau keharaman penghasilan yang diperoleh dari program periklanan YouTube (AdSense) sangat bergantung pada dua faktor utama, yaitu isi konten yang diunggah dan jenis iklan yang ditayangkan pada kanal tersebut. Apabila konten dan iklan tidak mengandung unsur yang dilarang dalam ajaran Islam, maka penghasilan yang diperoleh dapat dikategorikan sebagai halal. Sebaliknya, jika mengandung hal-hal yang bertentangan dengan syariat, maka penghasilan tersebut menjadi haram. Namun demikian, hingga saat ini YouTube belum sepenuhnya memberikan kontrol bagi kreator untuk menyaring secara spesifik jenis iklan yang muncul di kanal mereka. Akibatnya, iklan yang tayang bisa sangat beragam, mencakup iklan yang bersifat positif dan sesuai syariat (halal), maupun iklan yang mengandung unsur yang tidak dibenarkan secara agama (haram) (Faishol et al., 2023).

Fatwa Majelis Ulama Indonesia menegaskan bahwa pendapatan yang diperoleh YouTuber dihukumi haram apabila konten yang dihasilkan bertentangan dengan prinsip-prinsip syariat. Sebaliknya, apabila konten yang disajikan bersifat positif dan sejalan dengan ajaran Islam, maka penghasilannya dianggap halal dan wajib dizakati apabila telah memenuhi batas nisab dan haul. Akun youtube dan media sosial lainnya adalah alat media atau disebut dengan *wasilah*, sedangkan hukum memanfaatkannya tergantung pada penggunannya. Hal ini sebagaimana disebutkan dalam prinsip kaidah fikih, yaitu: (Suryana, 2025)

لِلْوَسَائِلِ حُكْمُ الْمَقَاصِدِ

Artinya: "*Hukum sarana mengikuti hukum tujuannya*".

Makna dari kaidah fikih di atas, jika platform YouTube dimanfaatkan untuk tujuan yang positif, maka hasilnya pun akan bernilai kebaikan. Namun, apabila digunakan untuk hak-hal negatif, maka dampaknya juga akan buruk. Pendapatan dari YouTube dapat tergolong halal, haram, atau syubhat, bergantung pada jenis konten yang disajikan, sumber pemasukan seperti iklan, sponsor, dan donasi, serta niat, metode produksi, dan cara promosi konten tersebut (Suryana, 2025).

Pendapat lain menjelaskan hukum penghasilan youtuber bahwa secara prinsip Islam tidak membatasi jenis jual beli yang halal, kerena hukum asal dalam transaksi jual beli adalah mubah (diperbolehkan). Suatu akad jual beli dinyatakan sah apabila memenuhi rukun dan syarat yang ditentukan dalam syariat. Ketentuan tersebut mencakup tiga komponen utama, yaitu lafaz akad (*shigah*), pihak yang bertransaksi (*aqidan*), dan objek transaksi (*ma'qud 'alaikh*) (Anshori, 2025).

Pelaku aktivitas di media sosial, termasuk youtuber sebaiknya menjadikan Fatwa MUI Nomor 24 Tahun 2017 sebagai pedoman dalam menjalankan muamalah di ranah digital. Fatwa tersebut memuat

sejumlah ketentuan hukum yang relevan dengan aktivitas para pegiat media sosial (Bambang, 2021). Adapun ketentuan hukum tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Dalam menjalin hubungan sosial, baik di dunia nyata maupun media sosial, setiap muslim dituntut untuk berlandaskan pada keimanan dan ketakwaan, menjunjung nilai-nilai kebaikan (*mu'asyarah bil ma'ruf*), mempererat ukhuwah, saling menasehati dalam kebenaran (*al-haqq*), serta aktif dalam mengajak kebaikan (*al-amr bil ma'ruf*) dan mencegah kemungkaran (*al-nahyu 'an al-munkar*).
2. Setiap Muslim yang berinteraksi melalui media sosial berkewajiban untuk memperhatikan beberapa hal berikut:
 - a. Selalu berupaya menumbuhkan iman dan takwa, serta menghindari segala bentuk ajakan kepada kekufuran dan maksiat.
 - b. Menjalin dan memperkuat tali persaudaraan, baik dalam konteks keislaman (*ukhuwwah islamiyyah*), kebangsaan (*ukhuwwah wathaniyyah*), maupun kemanusiaan secara universal (*ukhuwwah insaniyyah*).
 - c. Memperkokoh kerukunan, baik di antara sesama pemeluk agama, antar pemeluk agama yang berbeda, maupun antara komunitas agama dengan pihak pemerintah.
3. Setiap Muslim yang berinteraksi melalui media sosial tidak diperbolehkan untuk:
 - a. Melontarkan ujaran yang bersifat menggunjing, memfitnah, mengadu domba, atau memicu permusuhan di tengah masyarakat.
 - b. Melakukan perundungan, menyebar kebencian, dan menebar permusuhan yang didasarkan pada suku, agama, ras, maupun antar golongan.
 - c. Menyebarluaskan informasi palsu atau menyesatkan, termasuk yang diniatkan untuk tujuan baik, seperti menyampaikan kabar kematian orang yang sebenarnya masih hidup.
 - d. Mempublikasikan materi yang mengandung unsur pornografi, perbuatan maksiat, atau hal-hal lain yang bertentangan dengan hukum syariah.
 - e. Membagi informasi yang valid, namun tidak sesuai dengan konteks waktu dan situasi, sehingga berpotensi menimbulkan kesalahpahaman atau dampak negatif.
4. Menghasilkan, menyebarluaskan, atau menyedia akses terhadap informasi yang tidak sesuai fakta kepada publik dinyatakan haram menurut hukum Islam.
5. Membuat, mendistribusikan, atau membuka akses terhadap informasi yang mengandung hoaks, ghibah, fitnah, adu domba, membuka aib, perundungan, ujaran kebencian, atau sejenisnya

- yang menyasar individu maupun publik, termasuk dalam kategori perbuatan yang diharamkan.
6. Mengusut atau menggali informasi mengenai aib, gosip, dan keburukan individu atau kelompok tanpa alasan syar'i merupakan tindakan yang dilarang dalam Islam.
 7. Membuat atau menyebarkan informasi yang dimaksudkan untuk membenarkan kebatilan, menyesatkan kebenaran, menciptakan opini palsu tentang keberhasilan, atau menutupi fakta demi menipu masyarakat, tergolong perbuatan haram secara syariat.
 8. Mengunggah atau menyebarluaskan konten pribadi ke ruang publik yang secara jelas tidak layak dikonsumsi umum, misalnya gambar yang menampakkan aurat, termasuk dalam perbuatan yang diharamkan.
 9. Kegiatan buzzer di media sosial yang menjadikan penyebaran informasi berisi hoaks, gibah, fitnah, adu domba, perundungan, pembukaan aib, gosip, dan hal sejenis sebagai profesi untuk meraih keuntungan, baik secara materiil maupun nonmateriil, termasuk perbuatan yang diharamkan. Ketentuan ini juga berlaku bagi pihak yang memerintahkannya, mendukung, membantu, menggunakan jasa, maupun memfasilitasi aktivitas tersebut (*Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor: 24 Tahun 2017 Tentang Hukum Dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial*, n.d.).

Penjelasan Fatwa Majelis Ulama Indonesia di atas dapat disimpulkan bahwa dalam bermuamalah, termasuk melalui media sosial, setiap Muslim wajib menjunjung tinggi nilai-nilai keimanan, ketakwaan, persaudaraan, dan kebaikan, serta menghindari segala bentuk keburukan. Media sosial harus digunakan untuk mempererat ukhuwah, menjaga kerukunan, dan menyebarkan kebenaran. Sebaliknya, perbuatan seperti menyebarkan hoaks, fitnah, ghibah, ujaran kebencian, aib, pornografi, dan konten yang merusak nilai syar'i hukumnya haram. Aktivitas sebagai buzzer yang menyebarkan informasi sesat demi keuntungan juga termasuk haram, baik pelaku langsung maupun pihak yang mendukungnya. Singkatnya, etika bermedia sosial dalam Islam harus berlandaskan pada prinsip syariah dan akhlak mulia.

CONCLUSION

Profesi sebagai YouTuber diperbolehkan dalam Islam selama konten yang diproduksi tidak bertentangan dengan syariat. Kehalalan atau keharaman penghasilan dari YouTube, khususnya melalui AdSense, ditentukan oleh dua hal utama, yaitu isi konten yang diunggah dan jenis iklan yang ditampilkan. Jika keduanya sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, maka legalitas penghasilan tersebut adalah halal. Fatwa Majelis Ulama Indonesia juga berpandangan terhadap penghasilan YouTuber ditentukan oleh isi kontennya. Jika konten yang diproduksi melanggar syariat, maka penghasilannya haram. Namun, jika kontennya bermanfaat

dan sesuai dengan ajaran Islam, maka penghasilannya halal dan wajib dizakati apabila telah memenuhi syarat nisab dan haul. Pada dasarnya, Islam tidak membatasi jenis penghasilan termasuk dari profesi YouTuber, selama tidak mengandung hal yang diharamkan. Sebab, dalam prinsip muamalah, hukum asal dari transaksi jual beli adalah mubah (diperbolehkan), selama tidak bertentangan dengan ketentuan syariat.

Jika dilihat dari sudut pandang akad, kemitraan antara YouTuber dan Google AdSense dapat dimasukkan ke dalam bentuk akad *syirkah abdan* dan *ju'alah*, yang secara prinsip dibolehkan dalam Islam selama memenuhi ketentuan syariat. Maksudnya adalah kerjasama antara YouTuber dan Google AdSense secara umum diperbolehkan dalam Islam jika memenuhi syarat sah akad, namun tetap memerlukan kehati-hatian. YouTuber Muslim memiliki tanggung jawab moral dan *syar'i* untuk menjaga agar konten dan iklan yang tampil sesuai dengan nilai-nilai Islam serta memastikan keadilan dalam sistem pembagian hasil. Maka dari itu, Kedua jenis akad tersebut pada prinsipnya diperkenankan dalam Islam asalkan memenuhi ketentuan yang telah ditetapkan, seperti kejelasan dalam perjanjian, adanya kesepakatan dan kerelaan dari kedua pihak yang terlibat, serta terbebas dari unsur-unsur yang dilarang syariat seperti riba, ketidakjelasan (*gharar*), maupun perjudian (*maysir*).

Fatwa Majelis Ulama Indonesia juga menegaskan bahwa bermuamalah melalui media sosial harus dilandasi oleh nilai-nilai keimanan, ketakwaan, dan akhlak mulia. Setiap Muslim wajib menggunakan media sosial untuk menyebarkan kebaikan, mempererat persaudaraan, serta menjaga kerukunan. Sebaliknya, segala bentuk penyimpangan seperti menyebarkan hoaks, fitnah, *ghibah*, pornografi, maupun menjadi *buzzer* demi keuntungan yang merusak nilai *syar'i* dinyatakan haram. Oleh karena itu, etika bermedia sosial dalam Islam harus senantiasa mengacu pada prinsip-prinsip syariah yang menekankan pada kebenaran dan kemaslahatan umat.

References

- Amu, M. R., & Isima, N. (2024). Menjembatani Teknologi dan Syariah: Tinjauan Hukum Islam atas Monetisasi YouTube AdSense. *Al-'Aqdu: Journal of Islamic Economics Law*, 4(1), 54–72. <http://dx.doi.org/10.30984/ajiel.v4i1.3190>
- Anshori, A. (2025, Mei). *Hukum Penghasilan Konten Kreator, Youtuber, TikTok, Instagram*. <https://bimbinganislam.com/hukum-penghasilan-konten-kreator-youtuber-tiktok-instagram/>
- Bambang, S. (2021, September 27). *Penghasilan Bekerja sebagai Youtuber, Apa Hukumnya*. <https://hidayatullah.com/konsultasi/fikih-kontemporer/2021/09/27/217009/penghasilan-bekerja-sebagai-youtuber-apa-hukumnya.html>
- Departemen Agama RI. (2002). *Al-Qur'an dan Terjemahannya, diterjemahkan oleh Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al-Qur'an*,

disempurnakan oleh Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur'an. CV Darus Sunnah.

- Faishol, M., Setiawan, J. A., Rahman, M., & Ghazali, M. L. (2023). Bekerja Sebagai Konten Kreator Youtube Menurut Pandangan Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 4128–4134. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.9874>
- Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad Ju'alah.* (n.d.).
- Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor: 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial.* (n.d.).
- Mahkamah Agung RI. (2011). *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.* Direktorat Jenderal Badan Peradilan Agama Mahkamah Agung RI. <https://perpustakaan.mahkamahagung.go.id/assets/resource/ebook/02.pdf>
- Majelis Ulama Indonesia. (2024). *Konsesus Ulama Fatwa Indonesia: Himpunan Hasil Ijtima' Ulama Komisi Fatwa se-Indonesia VIII Tahun 2024* (Cetakan Pertama). Sekretariat Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia. https://fatwamui.com/storage/623/E-BOOK_KONSENSUS-ULAMA-FATWA-INDONESIA_KEPUTUSAN-IJTIMA-VIII-2024.pdf
- Mukhoniadi, R. (2023). Konsep Kerja Sama (Syirkah) dalam Bisnis Islam Menurut Perspektif Hadis. *Maliyah: Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 13(1), 87–109. <https://doi.org/10.15642/maliyah.2023.13.1.87-109>
- Roza, A. F., & Yadi, Mhd. (2023). LAW JU'ALAH IN ISLAM. *Dusturiyah: Jurnal Hukum Islam, Perundang-Undangan Dan Pranata Sosial*, 13(2), 147. <https://doi.org/10.22373/dusturiyah.v13i2.17198>
- Suryana, A. (2025, June 11). *Halal atau Haram? Ini Hukum Penghasilan Youtube!* <https://usahamuslim.id/halal-atau-haram-ini-hukum-penghasilan-youtube/>
- Zulfa, N. Q., Zabidi, H., & Ma'mun, M. Y. (2021). Konten Kreatif Youtube Sebagai Sumber Penghasilan Ditinjau dari Etika Bisnis Islam. *Musyarakah: Journal of Sharia Economic (MJSE)*, 1(2), 110–120. <https://doi.org/10.24269/mjse.v1i2.4593>