

YouTuber Income from an Islamic Financial Perspective

Pendapatan YouTuber dari Perspektif Keuangan Islam

Naufal Allam Nulhakim
STIS AL WAFA

Jl. Bengkelroda Cipicung, Mekarsari, Kec.
Cileungsi, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 12860
naufalhakim483@gmail.com

Rahmat Hidayat
STIS AL WAFA

Jl. Bengkelroda Cipicung, Mekarsari, Kec.
Cileungsi, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 12860
asymil686@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the suitability of receiving income from YouTube with the principles of Islamic law. With the increase in the number of individuals working as content creators on the YouTube platform, a debate has arisen regarding the halal status of income earned from advertisements, sponsorships, and other forms of monetization from an Islamic perspective. This study evaluates the legal validity of income generated from YouTube and identifies the criteria that must be met for such income to be categorized as halal. The method used in this research is a literature study with a fiqh muamalah approach, which involves analyzing the type of content produced and the revenue generation mechanism based on the principles of Islamic law. The results reveal that revenue from YouTube can be categorized as halal if it does not involve elements that are contrary to Islamic teachings, such as pornography, gambling, and fraud, and is obtained through a fair mechanism that does not harm other parties. Thus, this study concludes that earning income from YouTube is permissible in Islam, as long as the uploaded content remains within the bounds of sharia norms and the source of income is obtained through ethical means and in accordance with the provisions of Islamic law.

Keywords: *youtube, monetization, islamic law, fiqh muamalah, halal, income*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesesuaian penerimaan pendapatan dari YouTube dengan prinsip-prinsip hukum Islam. Seiring dengan meningkatnya jumlah individu yang berprofesi sebagai content creator di platform YouTube, muncul perdebatan mengenai status kehalalan pendapatan yang diperoleh dari iklan, sponsor, serta berbagai bentuk monetisasi lainnya dalam perspektif syariat Islam. Penelitian ini mengevaluasi validitas hukum pendapatan yang dihasilkan dari YouTube serta mengidentifikasi kriteria yang harus dipenuhi agar pendapatan tersebut dapat dikategorikan sebagai halal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan dengan pendekatan fiqh muamalah, yang melibatkan analisis terhadap jenis konten yang diproduksi dan mekanisme perolehan pendapatan berdasarkan prinsip-prinsip hukum Islam. Hasil penelitian mengungkap bahwa pendapatan dari YouTube dapat dikategorikan sebagai halal apabila tidak melibatkan unsur-unsur yang bertentangan dengan ajaran Islam, seperti pornografi, perjudian, dan penipuan, serta diperoleh melalui mekanisme yang adil dan tidak merugikan pihak lain. Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa memperoleh pendapatan dari YouTube diperbolehkan dalam Islam, selama konten yang diunggah tetap berada dalam batasan norma syariah dan sumber pendapatan diperoleh melalui cara yang etis dan sesuai dengan ketentuan hukum Islam.

Kata kunci: youtube, monetisasi, hukum islam, fiqh muamalah, kehalalan, pendapatan

(*) Corresponding Author: naufalhakim483@gmail.com

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, teknologi informasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam hal mata pencaharian. Salah satu bentuk pekerjaan modern yang semakin populer adalah menjadi seorang konten kreator di platform digital seperti YouTube. Banyak individu dari berbagai kalangan memanfaatkan platform ini sebagai sarana untuk berbagi pengetahuan, hiburan, atau opini, yang kemudian menghasilkan pendapatan dari iklan, sponsor, dan bentuk monetisasi lainnya. Fenomena ini memunculkan dinamika baru dalam dunia kerja dan ekonomi, yang tidak terlepas dari pengaruh nilai-nilai sosial dan agama.

Dalam konteks masyarakat Muslim, pertanyaan mengenai kehalalan pendapatan yang diperoleh dari aktivitas di YouTube menjadi penting untuk dikaji. Hal ini terutama berkaitan dengan sumber penghasilan, konten yang ditayangkan, serta mekanisme monetisasi yang berlaku. Islam sebagai agama yang mengatur seluruh aspek kehidupan, termasuk ekonomi, memiliki prinsip-prinsip yang jelas tentang halal dan haram dalam memperoleh rezeki. Oleh karena itu, kajian terhadap hukum menerima pendapatan sebagai YouTuber dalam pandangan Islam menjadi relevan untuk menjawab kegelisahan sebagian umat yang ingin tetap berada dalam koridor syariah.

Sejumlah ulama dan cendekiawan Muslim telah memberikan pandangan mengenai pekerjaan di dunia digital, termasuk menjadi YouTuber, dengan menekankan pentingnya unsur kejujuran, kebermanfaatn konten, dan sumber penghasilan yang tidak bertentangan dengan syariat. Namun, masih terdapat perbedaan pendapat dan ruang kosong dalam literatur mengenai aspek-aspek tertentu, seperti bagaimana Islam memandang iklan yang bersifat komersial, konten hiburan yang ambigu, atau penggunaan musik dalam video. Perbedaan ini menuntut kajian yang lebih mendalam dan komprehensif, terutama dari sudut pandang fikih kontemporer.

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada pendekatan yang digunakan untuk menilai hukum income sebagai YouTuber, yakni dengan mengkaji secara tematik berbagai jenis sumber pendapatan di YouTube melalui perspektif maqashid syariah. Pendekatan ini belum banyak dibahas dalam penelitian-penelitian sebelumnya yang umumnya masih bersifat umum atau normatif. Dengan menggunakan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan kontekstual mengenai kehalalan income digital, serta menjadi rujukan bagi para konten kreator Muslim yang ingin memastikan bahwa profesi mereka selaras dengan prinsip-prinsip Islam

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analitis. Data dikumpulkan melalui studi pustaka (*library research*) dengan menelaah berbagai sumber literatur seperti kitab-kitab fikih, fatwa ulama kontemporer, jurnal ilmiah, dan artikel yang relevan dengan tema pekerjaan digital serta hukum ekonomi Islam. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan normatif-teologis untuk menelaah prinsip-prinsip syariah yang berkaitan dengan pendapatan, serta pendekatan maqashid syariah untuk memahami tujuan-tujuan hukum Islam dalam konteks profesi sebagai YouTuber. Analisis data dilakukan dengan mengklasifikasikan jenis-jenis income di YouTube dan meninjau hukumnya berdasarkan kaidah-kaidah fikih dan etika Islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Youtube Sebagai Platform Digital

YouTube didirikan pada Februari 2005 oleh tiga mantan karyawan PayPal, yaitu Steve Chen, Chad Hurley, dan Jawed Karim. Platform ini dikembangkan sebagai solusi untuk mempermudah pengguna dalam berbagi video secara daring, mengingat pada masa itu proses berbagi file video masih mengalami berbagai keterbatasan teknis. Video pertama yang diunggah di YouTube berjudul "*Me at the zoo*", yang dipublikasikan oleh Jawed Karim pada 23 April 2005. Dalam waktu singkat, YouTube berhasil menarik perhatian publik berkat desain antarmuka yang intuitif dan kemudahan aksesnya. Keberhasilan ini menarik minat Google, yang kemudian mengakuisisi YouTube pada November 2006 dengan nilai transaksi sebesar 1,65 miliar dolar AS dalam bentuk saham. Akuisisi ini menjadi titik balik bagi perkembangan YouTube, menjadikannya sebagai salah satu platform digital terkemuka di dunia.

Pascaakuisisi oleh Google, YouTube mengalami pertumbuhan pesat dengan menghadirkan berbagai inovasi dan fitur yang mendukung pengalaman pengguna. Pada tahun 2007, YouTube memperkenalkan Program Mitra YouTube (*YouTube Partner Program*), yang memberikan kesempatan bagi kreator konten untuk memperoleh pendapatan melalui iklan yang ditayangkan pada video mereka. Seiring dengan perkembangan teknologi, YouTube terus memperbarui fitur-fiturnya, seperti peningkatan kualitas video ke dalam resolusi HD

(2009), peluncuran layanan *live streaming* (2011), serta diperkenalkannya YouTube Gaming (2015) sebagai upaya ekspansi dalam industri gim digital. Selain itu, YouTube mengembangkan layanan spesifik untuk berbagai segmen pengguna, seperti YouTube Kids yang difokuskan pada konten ramah anak dan YouTube Music yang dirancang sebagai platform streaming musik. Inovasi-inovasi ini menegaskan posisi YouTube sebagai ekosistem hiburan digital global yang terus berkembang.

Sejalan dengan dinamika konsumsi konten digital, YouTube terus menyesuaikan diri dengan tren terbaru. Pada tahun 2020, YouTube meluncurkan YouTube Shorts sebagai respons terhadap meningkatnya popularitas video berdurasi pendek, terutama akibat dominasi platform seperti TikTok. Di samping itu, layanan berlangganan YouTube Premium diperkenalkan untuk memberikan pengalaman menonton tanpa iklan serta akses eksklusif ke berbagai konten premium. Saat ini, YouTube bukan hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai platform edukasi, alat pemasaran digital, serta media komunikasi global yang diakses oleh miliaran pengguna di seluruh dunia. Dengan komunitas kreator yang terus berkembang dan dukungan teknologi dari Google, YouTube diproyeksikan akan terus mempertahankan posisinya sebagai pemimpin dalam industri konten video digital di masa depan.

Fungsi dan Manfaat YouTube

YouTube merupakan salah satu platform digital yang paling populer dan memiliki beragam fungsi yang menjadikannya relevan dalam berbagai aspek kehidupan modern. Fungsi utama YouTube adalah sebagai media berbagi video, memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, serta membagikan berbagai jenis konten dengan mudah. Dengan jutaan video yang tersedia dalam beragam kategori, seperti hiburan, pendidikan, teknologi, dan gaya hidup, YouTube telah berkembang menjadi sumber informasi dan hiburan yang dapat diakses oleh masyarakat luas. Selain itu, keberadaan algoritma pencarian yang canggih mempermudah pengguna dalam menemukan video yang sesuai dengan preferensi mereka secara efisien, menjadikan YouTube sebagai salah satu mesin pencari berbasis video terbesar di dunia. (Eka et al., 2021)

Selain memberikan manfaat bagi konsumen, YouTube juga berkontribusi terhadap perkembangan ekonomi digital, khususnya bagi kreator konten. Melalui Program Mitra YouTube (*YouTube Partner Program*), para kreator memiliki peluang untuk memperoleh pendapatan melalui berbagai mekanisme, seperti iklan, keanggotaan kanal, dan fitur *Super Chat* yang digunakan dalam siaran langsung. Dengan adanya model monetisasi ini, individu yang memiliki kreativitas dan konsistensi dapat menjadikan YouTube sebagai profesi dan sumber penghasilan utama. Di sisi lain, dalam konteks bisnis dan pemasaran digital, YouTube menjadi salah satu sarana promosi yang efektif. Perusahaan dapat memanfaatkan platform ini untuk menjangkau target audiens melalui iklan berbayar maupun strategi konten yang menarik, sehingga meningkatkan efektivitas dalam membangun hubungan dengan konsumen secara lebih luas dan terukur.

Lebih dari sekadar media hiburan dan pemasaran, YouTube juga memainkan peran strategis dalam bidang pendidikan dan pengembangan diri. Banyak kanal edukatif yang menyediakan materi pembelajaran secara gratis, mencakup berbagai topik mulai dari kurikulum sekolah, tutorial keterampilan, hingga perkuliahan daring dari institusi pendidikan ternama. Keberadaan fitur *YouTube Kids* juga menjadi solusi bagi orang tua dan pendidik dalam menyediakan konten yang aman serta sesuai dengan tahap perkembangan anak-anak. Dengan aksesibilitas yang luas melalui berbagai perangkat digital, YouTube telah menjadi salah satu instrumen pembelajaran modern yang mendukung pelajar, tenaga pendidik, serta masyarakat umum dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka secara fleksibel dan berkelanjutan. (SIAHAN, 2022)

Peran YouTube dalam Ekonomi Digital

YouTube memainkan peran yang semakin signifikan dalam ekonomi digital, terutama sebagai platform berbasis konten yang mendorong terciptanya berbagai peluang ekonomi baru. Sejak diperkenalkan, YouTube telah menjadi sarana bagi kreator konten untuk memperoleh pendapatan melalui Program Mitra YouTube (*YouTube Partner Program*), yang memungkinkan monetisasi video melalui iklan, langganan berbayar, serta fitur interaktif seperti *Super Chat* dan *Super Thanks*. Fenomena ini telah melahirkan profesi baru, seperti *YouTuber* dan kreator konten, yang kini semakin diminati sebagai pilihan karier dalam ekosistem ekonomi digital. Dengan miliaran pengguna aktif setiap bulan, YouTube berperan sebagai katalis dalam perkembangan ekonomi kreatif, yang semakin berkembang seiring dengan meningkatnya permintaan terhadap konten berbasis video.

Selain membuka peluang ekonomi bagi individu, YouTube juga menjadi instrumen strategis dalam pemasaran digital bagi berbagai sektor industri. Melalui fitur periklanan seperti *YouTube Ads* yang terintegrasi dengan *Google Ads*, perusahaan dapat menjangkau audiens dengan lebih spesifik dan tersegmentasi. Algoritma YouTube memungkinkan personalisasi iklan berdasarkan preferensi dan perilaku pengguna, sehingga meningkatkan efektivitas strategi pemasaran digital. Selain itu, model pemasaran berbasis *influencer marketing* semakin banyak digunakan oleh perusahaan dengan menggandeng kreator konten sebagai mitra promosi. Melalui ulasan produk serta konten kreatif yang diunggah di kanal YouTube, perusahaan dapat membangun hubungan yang lebih interaktif dengan audiens, menjadikan platform ini sebagai salah satu elemen kunci dalam strategi pemasaran berbasis konten. (Tinambunan & Siahaan, 2022)

Lebih lanjut, YouTube juga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, baik dalam skala lokal maupun global, melalui penyediaan akses terhadap pengetahuan dan keterampilan yang relevan dengan kebutuhan pasar. Berbagai kanal edukasi menawarkan materi pembelajaran dalam beragam bidang, termasuk bisnis, pemasaran digital, hingga keterampilan teknis yang mendukung pengembangan kapasitas individu. Dengan adanya akses terhadap sumber daya pembelajaran ini, masyarakat dapat meningkatkan keterampilan mereka tanpa memerlukan investasi finansial yang besar. Di berbagai negara, YouTube bahkan menjadi sumber pendapatan utama bagi komunitas kreator lokal, sekaligus menjadi sarana promosi yang efektif untuk memperkenalkan budaya dan pariwisata daerah. Dengan ekosistemnya yang terus berkembang, YouTube diprediksi akan tetap menjadi salah satu pilar utama dalam ekonomi digital global pada masa mendatang.

Monetisasi di YouTube

Monetisasi di YouTube merupakan mekanisme yang memungkinkan kreator konten memperoleh pendapatan dari video yang mereka unggah di platform tersebut. Proses ini diawali dengan pendaftaran ke dalam *YouTube Partner Program* (YPP), yang mensyaratkan kreator untuk memenuhi sejumlah kriteria tertentu. Saat ini, persyaratan untuk bergabung dalam YPP mencakup kepemilikan minimal 500 *subscriber*, pencapaian 3.000 jam waktu tonton dalam kurun waktu 12 bulan terakhir, atau akumulasi 3 juta penayangan pada konten *YouTube Shorts*. Setelah memenuhi kriteria tersebut, kreator dapat mengajukan permohonan untuk bergabung dengan program ini. Apabila permohonan disetujui, kreator memperoleh akses ke berbagai sumber pendapatan yang disediakan oleh YouTube. Untuk memastikan kepatuhan terhadap kebijakan komunitas serta regulasi hak cipta, proses monetisasi ini diawasi secara ketat oleh platform. (Nur Arbaeni & Nurhasanah, 2023)

Sumber utama pendapatan dalam monetisasi YouTube berasal dari iklan yang ditayangkan melalui *Google AdSense*. Iklan yang tersedia di platform ini memiliki variasi bentuk, termasuk iklan bergambar, iklan video yang dapat dilewati (*skippable ads*), serta iklan yang tidak dapat dilewati (*non-skippable ads*). Besaran pendapatan kreator dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti jumlah tayangan iklan, tingkat interaksi audiens, serta jenis konten yang diproduksi. Selain iklan, YouTube juga menyediakan fitur interaktif seperti *Super Chat* dan *Super Stickers*, yang memungkinkan penonton memberikan dukungan finansial kepada kreator selama sesi siaran langsung. Fitur ini menjadi sumber pendapatan tambahan yang dapat dimanfaatkan oleh kreator dengan komunitas audiens yang aktif. (Realino Danu Kristianto & Farady Marta, 2019)

Selain monetisasi berbasis iklan dan fitur interaktif, YouTube menawarkan opsi pendapatan lainnya, seperti *channel memberships* dan *YouTube Premium*. Melalui program keanggotaan kanal, kreator dapat menyediakan konten eksklusif serta manfaat khusus bagi anggota yang membayar biaya langganan bulanan. Sementara itu, pendapatan dari *YouTube Premium* berasal dari sistem bagi hasil berdasarkan jumlah tayangan video oleh pelanggan layanan bebas iklan ini. Di luar itu, kreator yang memiliki komunitas penggemar yang besar dapat memanfaatkan fitur *Merch Shelf* untuk menjual produk merchandise secara langsung melalui kanal mereka. Dengan berbagai metode monetisasi yang tersedia, YouTube memberikan peluang luas bagi kreator untuk mengoptimalkan potensi ekonomi dari konten yang mereka produksi, sekaligus menciptakan ekosistem ekonomi digital yang dinamis.

Sumber Pendapatan YouTuber

Pendapatan seorang YouTuber berasal dari berbagai mekanisme monetisasi yang disediakan oleh YouTube serta peluang eksternal yang berkembang seiring dengan meningkatnya popularitas mereka. Salah satu sumber pendapatan utama adalah iklan yang ditayangkan pada video, yang dikelola melalui *Google AdSense*. Kreator yang tergabung dalam *YouTube Partner Program* (YPP) memperoleh penghasilan berdasarkan jumlah tayangan iklan serta tingkat interaksi penonton. Besaran pendapatan iklan ini bergantung pada berbagai faktor, termasuk *Cost Per Mille* (CPM), yaitu biaya per seribu tayangan iklan, serta *Cost Per Click* (CPC), yang dihitung berdasarkan jumlah klik pada iklan yang muncul. Secara umum, konten yang membahas topik dengan nilai pasar tinggi, seperti teknologi, keuangan, dan gaya hidup, cenderung memiliki CPM lebih besar dibandingkan dengan kategori lainnya.

Selain monetisasi berbasis iklan, YouTube menyediakan berbagai fitur tambahan yang memungkinkan kreator memperoleh pendapatan, terutama melalui interaksi langsung dengan audiens. Fitur seperti *Super Chat*, *Super Stickers*, dan *Super Thanks* memungkinkan penonton untuk memberikan donasi guna menyoroti pesan mereka dalam sesi siaran langsung (*live streaming*). Selain itu, program *channel memberships* memungkinkan kreator untuk menawarkan konten eksklusif kepada anggota yang berlangganan dengan biaya bulanan. Model monetisasi ini sangat efektif bagi kreator yang memiliki komunitas penggemar yang aktif dan loyal, karena memberikan insentif bagi mereka untuk mendukung kanal secara finansial. (Magnus Prestianta & Wibowo Octavianto, n.d.)

Di luar skema monetisasi yang disediakan oleh YouTube, banyak kreator juga memanfaatkan peluang eksternal untuk meningkatkan pendapatan mereka. Salah satu strategi yang umum digunakan adalah kerja sama dengan merek atau perusahaan dalam bentuk konten bersponsor (*sponsored content*), di mana kreator mempromosikan produk atau layanan tertentu dalam video mereka dengan imbalan kompensasi yang telah disepakati. Selain itu, kreator dengan basis penggemar yang besar sering kali memanfaatkan fitur *Merch Shelf*

untuk menjual produk atau merchandise secara langsung melalui kanal YouTube mereka. Dengan memanfaatkan berbagai sumber pendapatan ini secara optimal, YouTuber dapat membangun bisnis digital yang berkelanjutan serta menciptakan aliran pendapatan yang lebih stabil dalam ekosistem ekonomi kreatif yang terus berkembang.

Jenis Konten yang Menghasilkan Pendapatan

Berbagai kategori konten di YouTube memiliki potensi untuk menghasilkan pendapatan, tergantung pada daya tarik bagi audiens, jumlah penonton, serta peluang monetisasi yang tersedia, baik melalui iklan maupun kolaborasi dengan merek. Salah satu jenis konten yang paling menguntungkan adalah konten edukasi. Video yang menyajikan tutorial, pembelajaran bahasa, serta materi akademik cenderung menarik basis audiens yang luas dan memiliki tingkat loyalitas tinggi. Topik yang berkaitan dengan teknologi, keuangan, dan keterampilan profesional umumnya memiliki *Cost Per Mille* (CPM) lebih tinggi dibandingkan kategori lainnya, sehingga memberikan pendapatan lebih besar dari iklan. Selain itu, konten edukasi sering kali dikonsumsi oleh pengguna *YouTube Premium*, yang memungkinkan kreator memperoleh penghasilan tambahan meskipun video mereka tidak menampilkan iklan secara langsung.

Selain kategori edukasi, konten hiburan juga menjadi salah satu segmen dengan potensi pendapatan tinggi di YouTube. Video yang berfokus pada vlog, komedi, reaksi, serta tantangan (*challenge videos*) memiliki kemungkinan untuk menjadi viral, sehingga meningkatkan jumlah penayangan secara signifikan. Selain memperoleh pendapatan dari iklan, kreator yang memproduksi konten hiburan juga dapat memanfaatkan fitur interaktif seperti *Super Chat* dan *Super Stickers* dalam sesi siaran langsung (*live streaming*) untuk memperoleh dukungan finansial dari penonton. Selain itu, kreator dengan basis pengikut yang besar dan tingkat keterlibatan audiens yang tinggi sering kali menarik perhatian merek yang tertarik untuk bekerja sama dalam bentuk promosi produk melalui konten bersponsor.

Jenis konten lain yang memiliki prospek pendapatan tinggi adalah video ulasan produk (*product reviews*) dan *unboxing*. Konten ini sangat diminati karena memberikan informasi mendetail bagi calon konsumen sebelum melakukan pembelian. Kreator yang berfokus pada bidang seperti teknologi, kecantikan, dan perlengkapan rumah tangga sering kali mendapatkan sponsor dari perusahaan yang ingin memperkenalkan produk mereka kepada pasar yang lebih luas. Selain memperoleh penghasilan dari iklan, kreator dalam kategori ini juga dapat memanfaatkan program afiliasi dengan menyertakan tautan pembelian dalam deskripsi video, yang memungkinkan mereka mendapatkan komisi dari setiap transaksi yang terjadi melalui tautan tersebut. Dengan strategi yang tepat dan pemanfaatan berbagai peluang monetisasi, kreator YouTube dapat secara optimal meningkatkan potensi pendapatan mereka serta membangun bisnis digital yang berkelanjutan.

Pandangan Islam terhadap Profesi YouTuber

Dalam perspektif Islam, profesi YouTuber diperbolehkan selama aktivitas yang dilakukan tetap berlandaskan prinsip-prinsip syariat. (Usmaniah et al., 2023) Islam memandang profesi ini sebagai salah satu bentuk ikhtiar dalam mencari rezeki yang halal, sebagaimana pekerjaan lain yang dijalankan dengan niat baik dan cara yang sesuai dengan ketentuan agama. Seorang YouTuber Muslim dianjurkan untuk menghasilkan konten yang memberikan manfaat bagi masyarakat, bersifat edukatif, serta tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Oleh karena itu, pembuatan konten yang mengandung unsur kebohongan, fitnah, atau berpotensi merusak moral dan akhlak perlu dihindari. Prinsip kejujuran serta etika dalam penyampaian informasi menjadi aspek fundamental dalam Islam, mengingat luasnya jangkauan serta dampak yang dapat ditimbulkan oleh konten digital terhadap audiens. (Ana Masruroh, 2020)

Selain memperhatikan substansi konten, seorang YouTuber Muslim juga harus memastikan bahwa sumber pendapatan yang diperoleh bersifat halal. Dalam ajaran Islam, aspek kehalalan rezeki menjadi syarat utama dalam mencari nafkah. Oleh sebab itu, iklan yang ditampilkan dalam video perlu diseleksi agar tidak mempromosikan produk atau layanan yang bertentangan dengan syariat Islam, seperti minuman beralkohol, perjudian, atau barang yang dapat menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat. Jika seorang YouTuber menjalin kerja sama dengan sponsor atau suatu merek, maka penting untuk memastikan bahwa produk yang dipromosikan memiliki manfaat serta tidak bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Selain itu, Islam juga mewajibkan penunaian zakat dari penghasilan yang diperoleh, termasuk pendapatan yang bersumber dari monetisasi YouTube, apabila telah mencapai nisab dan haul yang telah ditentukan dalam hukum Islam.

Lebih dari sekadar sarana mencari penghasilan, profesi YouTuber dalam Islam juga dapat berfungsi sebagai media dakwah dan penyebaran kebaikan. Tidak sedikit kreator Muslim yang memanfaatkan platform ini untuk menyebarkan ilmu agama, memberikan motivasi, serta mengajak masyarakat untuk berbuat kebajikan. Dengan menghadirkan konten yang positif dan inspiratif, YouTube dapat menjadi instrumen dakwah yang efektif di era digital. Oleh karena itu, Islam tidak hanya memperbolehkan profesi YouTuber, tetapi juga mendorong pemanfaatannya sebagai sarana penyebaran nilai-nilai moral yang baik, dengan tetap menjaga etika dalam produksi konten serta menjalankan aktivitas ekonomi yang berkah dan bertanggung jawab.

Dalil-dalil Mengenai Penghasilan dalam Islam

Dalam ajaran Islam, setiap individu diwajibkan untuk mencari penghasilan dari sumber yang halal

dan baik (halalan thayyiban). Prinsip ini ditegaskan dalam Al-Qur'an, salah satunya dalam Surah Al-Baqarah ayat 168, di mana Allah SWT berfirman:

"Wahai manusia, makanlah dari apa yang ada di bumi yang halal lagi baik, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagimu."

Ayat ini menegaskan bahwa dalam mencari nafkah, seorang Muslim harus memastikan bahwa sumber pendapatannya tidak berasal dari aktivitas yang dilarang, seperti riba, penipuan, atau perdagangan barang yang bertentangan dengan syariat Islam. Dengan demikian, prinsip kehalalan dalam penghasilan bukan hanya merupakan tuntunan moral, tetapi juga wujud ketaatan terhadap perintah Allah SWT.

Selain dalil dari Al-Qur'an, hadis Rasulullah SAW juga mempertegas pentingnya bekerja keras dan memperoleh nafkah dari usaha yang jujur. Dalam sebuah hadis yang diriwayatkan oleh Al-Bukhari, Rasulullah SAW bersabda:

"Tidak ada makanan yang lebih baik daripada hasil kerja tangan sendiri, dan Nabi Daud AS makan dari hasil kerja tangannya sendiri." (HR. Bukhari).

Hadis ini menunjukkan bahwa Islam sangat menghargai usaha yang dilakukan dengan cara yang halal. Bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidup, menafkahi keluarga, serta menjaga kehormatan diri dipandang sebagai bentuk ibadah yang memiliki nilai pahala di sisi Allah SWT. Oleh karena itu, setiap Muslim dianjurkan untuk berusaha secara mandiri dan tidak bergantung kepada orang lain selama masih memiliki kemampuan untuk bekerja.

Selain memastikan kehalalan sumber penghasilan, Islam juga memberikan pedoman mengenai pengelolaan dan pendistribusian harta. Dalam Surah Al-Baqarah ayat 267, Allah SWT berfirman:

"Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik..."

Ayat ini menegaskan bahwa kekayaan yang diperoleh dengan cara yang halal tidak hanya digunakan untuk kepentingan pribadi, tetapi juga harus dimanfaatkan secara bertanggung jawab, termasuk melalui zakat, infak, dan sedekah. Islam mengajarkan bahwa harta bukan hanya sekadar untuk dinikmati sendiri, tetapi juga menjadi sarana berbagi dengan sesama, terutama bagi mereka yang membutuhkan. Dengan demikian, konsep penghasilan dalam Islam tidak hanya menitikberatkan pada aspek perolehan kekayaan, tetapi juga menekankan pentingnya tata kelola harta yang sesuai dengan prinsip keadilan dan kesejahteraan sosial. (Nur'aini, 2021)

Batasan Syariat dalam Pembuatan Konten

Dalam Islam, produksi dan publikasi konten digital, termasuk yang disebarluaskan melalui platform seperti YouTube, harus mematuhi prinsip-prinsip syariat guna menjaga moralitas dan akhlak masyarakat. Salah satu prinsip mendasar dalam pembuatan konten adalah menghindari unsur-unsur yang bertentangan dengan ajaran Islam, seperti penyebaran fitnah, penyampaian informasi yang menyesatkan, serta konten yang mengandung pornografi atau kekerasan tanpa nilai edukatif. Dalam Surah Al-Hujurat ayat 6, Allah SWT berfirman:

"Wahai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu seorang fasik membawa suatu berita, maka telitilah (kebenarannya)..."

Ayat ini menekankan pentingnya verifikasi dalam menyampaikan informasi, sehingga setiap konten yang diproduksi harus didasarkan pada fakta yang valid dan tidak menyesatkan audiens. Prinsip ini menjadi semakin relevan dalam era digital saat ini, di mana berita dan opini yang keliru dapat dengan cepat menyebar dan membentuk persepsi publik.

Selain aspek kejujuran, Islam juga menekankan etika dan kesopanan dalam produksi konten. Rasulullah SAW bersabda:

"Barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir, hendaklah ia berkata yang baik atau diam." (HR. Bukhari dan Muslim).

Hadis ini menjadi pedoman bagi para kreator agar hanya memproduksi konten yang bernilai positif, bermanfaat, serta tidak mengandung ujaran kebencian, penghinaan, atau pelecehan terhadap individu maupun kelompok tertentu. Selain itu, dalam menampilkan diri di depan kamera, seorang Muslim dianjurkan untuk menjaga adab dalam berpakaian dan bertutur kata, sesuai dengan norma-norma Islam.

Batasan syariat juga berlaku dalam aspek monetisasi dan kerja sama bisnis yang berkaitan dengan pembuatan konten. Islam menegaskan bahwa setiap penghasilan harus berasal dari sumber yang halal dan tidak bertentangan dengan nilai-nilai syariat. Oleh sebab itu, kreator konten perlu selektif dalam menerima tawaran iklan atau kerja sama dengan sponsor, memastikan bahwa produk atau layanan yang dipromosikan tidak termasuk dalam kategori yang diharamkan, seperti minuman beralkohol, perjudian, atau produk yang berpotensi merugikan masyarakat. Dalam Surah Al-Baqarah ayat 188, Allah SWT berfirman:

"Dan janganlah sebagian kamu memakan harta sebagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang batil..."

Ayat ini berfungsi sebagai peringatan agar para kreator senantiasa menjaga kehalalan sumber pendapatan mereka. Dengan memastikan bahwa konten yang dihasilkan membawa manfaat bagi masyarakat, memberikan hiburan dengan cara yang etis, serta mematuhi prinsip-prinsip Islam, seorang kreator tidak hanya

memperoleh penghasilan yang berkah tetapi juga berperan dalam menyebarkan nilai-nilai kebaikan dalam era digital.

Konten yang Sesuai dengan Nilai Islam

Dalam Islam, produksi konten ideal harus mengandung pesan kebaikan, memiliki nilai edukatif, serta tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariat. Setiap aktivitas yang dilakukan seorang Muslim, termasuk di ranah digital, hendaknya memberikan manfaat, baik bagi diri sendiri maupun masyarakat. Konten berbasis edukasi, seperti ceramah keagamaan, tutorial keterampilan, serta pembelajaran Al-Qur'an, merupakan contoh produksi yang memberikan dampak positif bagi khalayak. Allah SWT berfirman dalam Surah An-Nahl ayat 125: *"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik..."*

Ayat ini menegaskan pentingnya menyampaikan kebaikan secara bijak dan bermanfaat. Konten yang berorientasi pada edukasi serta menginspirasi perbuatan baik tidak hanya bernilai di dunia, tetapi juga menjadi bentuk ibadah yang mendapat ganjaran di sisi Allah SWT.

Selain konten edukatif, Islam juga mengakomodasi unsur hiburan, selama tidak mengandung elemen yang bertentangan dengan ajaran agama. Hiburan yang sehat dapat menjadi sarana rekreasi serta penyegaran pikiran, asalkan tetap berada dalam batasan syariat, seperti menghindari unsur pornografi, kekerasan berlebihan, atau penghinaan terhadap individu maupun kelompok tertentu. Rasulullah SAW sendiri dikenal memiliki sifat humoris dan kerap bercanda dengan para sahabat serta keluarganya, tetapi tetap dalam koridor kesopanan dan tidak melukai perasaan orang lain. Oleh karena itu, produksi konten hiburan yang berfokus pada komedi ringan, vlog keluarga yang menampilkan keharmonisan, serta kisah inspiratif tentang kehidupan sehari-hari dapat menjadi pilihan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Di samping edukasi dan hiburan, Islam juga mendorong produksi konten yang menumbuhkan kepedulian sosial serta solidaritas. Video yang menampilkan aksi kemanusiaan, kegiatan berbagi, serta kampanye sosial dapat menjadi inspirasi bagi audiens untuk berpartisipasi dalam kegiatan positif. Dalam sebuah hadis, Rasulullah SAW bersabda:

"Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lainnya." (HR. Ahmad).

Hadis ini menegaskan bahwa individu yang paling mulia adalah mereka yang mampu memberikan manfaat bagi sesama. Oleh karena itu, kreator yang memanfaatkan platform digital sebagai sarana penyebaran nilai kepedulian sosial, motivasi kebaikan, serta dorongan terhadap perilaku positif dalam masyarakat tidak hanya mendapatkan manfaat duniawi, tetapi juga memperoleh ganjaran di sisi Allah SWT. Dengan memastikan bahwa konten yang diproduksi tetap sejalan dengan nilai-nilai Islam, kreator dapat memberikan kontribusi positif bagi umat serta membangun ekosistem digital yang lebih beretika dan bermakna.

Perkembangan Profesi YouTuber

Sejak diluncurkan pada tahun 2005, YouTube telah mengalami perkembangan pesat dan bertransformasi menjadi salah satu platform digital terbesar di dunia. Awalnya, platform ini hanya digunakan sebagai sarana berbagi video pribadi, namun seiring dengan waktu, YouTube berkembang menjadi bagian dari industri kreatif yang mencakup berbagai jenis konten, termasuk hiburan, edukasi, serta bisnis. Perubahan signifikan dalam perkembangan profesi YouTuber terjadi pada tahun 2007 dengan diperkenalkannya YouTube Partner Program (YPP). Program ini memungkinkan para kreator memperoleh pendapatan melalui iklan yang ditayangkan dalam video mereka. Dengan adanya potensi monetisasi ini, YouTube menarik minat banyak individu untuk menjadikannya sebagai sumber penghasilan, baik secara penuh waktu maupun sebagai pendapatan tambahan. (Elorriaga Illera & Monge Benito, 2018)

Seiring pertumbuhan platform ini, YouTube tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga berkembang menjadi alat edukasi serta sarana pemasaran yang efektif. Berbagai jenis konten seperti vlog, podcast, video unboxing, dan tutorial membuktikan bahwa profesi YouTuber terus beradaptasi dengan preferensi serta kebutuhan audiens. Kemajuan teknologi turut mendukung perkembangan profesi ini, dengan hadirnya perangkat perekaman berkualitas tinggi serta perangkat lunak pengeditan video yang semakin mudah diakses oleh masyarakat luas. Selain itu, inovasi yang terus dilakukan oleh YouTube, seperti fitur YouTube Shorts, YouTube Live, serta komunitas interaktif, memberikan kesempatan yang lebih luas bagi kreator untuk berinteraksi dengan penonton serta meningkatkan jangkauan kontennya.

Pada era digital saat ini, profesi YouTuber tidak lagi dianggap sebagai sekadar hobi, melainkan telah menjadi bagian integral dari ekosistem ekonomi digital global. Banyak kreator yang berhasil mengembangkan kanal mereka menjadi sumber pendapatan utama, dengan penghasilan yang mencapai jutaan hingga miliaran rupiah setiap bulan. Selain pendapatan dari iklan, kerja sama dengan merek melalui konten bersponsor serta pemasaran afiliasi juga menjadi sumber pemasukan yang signifikan bagi para kreator. Lebih dari sekadar aspek ekonomi, profesi ini juga memiliki dampak sosial yang besar, di mana banyak YouTuber memanfaatkan platform mereka untuk menyebarkan edukasi, menginspirasi audiens, serta menyuarakan berbagai isu sosial yang relevan.

Dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi serta meningkatnya konsumsi konten berbasis video, profesi YouTuber diprediksi akan terus mengalami pertumbuhan di masa mendatang. Platform ini tidak hanya menawarkan peluang finansial bagi kreator, tetapi juga menjadi media yang berpengaruh dalam

membentuk opini publik serta perkembangan budaya digital secara global.

Karakteristik YouTuber Masa Kini

Perkembangan pesat YouTube telah menghasilkan perubahan signifikan dalam karakteristik para kreator konten masa kini dibandingkan dengan generasi awal YouTuber. Salah satu ciri utama yang membedakan mereka adalah kemampuan adaptasi terhadap tren dan kemajuan teknologi. Dengan hadirnya fitur seperti YouTube Shorts dan YouTube Live, kreator konten di era digital harus mampu menguasai berbagai format video agar dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Selain mengandalkan video berdurasi panjang, mereka juga aktif memanfaatkan konten singkat yang lebih menarik bagi generasi muda, yang cenderung lebih menyukai konsumsi media yang cepat dan interaktif. Selain itu, penguasaan perangkat lunak pengeditan video, pemahaman terhadap algoritma YouTube, serta analisis data untuk mengoptimalkan konten menjadi keterampilan esensial bagi YouTuber modern. (del Pilar Gutiérrez Arenas et al., 2022)

Selain aspek teknis, keterlibatan aktif dengan audiens menjadi karakteristik yang menonjol dari YouTuber masa kini. Mereka tidak hanya berperan sebagai penyedia konten, tetapi juga berusaha membangun komunitas yang loyal di sekitar kanal mereka. Pemanfaatan fitur interaktif, seperti kolom komentar, polling di komunitas YouTube, serta sesi siaran langsung, memungkinkan kreator untuk memperkuat hubungan dengan para penonton. Lebih dari itu, YouTuber modern juga memanfaatkan berbagai platform media sosial lainnya, seperti Instagram, TikTok, dan Twitter, guna memperluas jangkauan serta meningkatkan keterlibatan audiens. Interaksi yang dilakukan secara konsisten dan autentik berperan penting dalam membangun loyalitas pengikut serta memperkuat citra personal mereka di ranah digital. (Pangestika & Yanuartuti, 2020)

Selain menguasai aspek teknis dan interaksi sosial, YouTuber masa kini juga menunjukkan pola pikir kewirausahaan yang kuat. Mereka tidak hanya bergantung pada pendapatan iklan dari YouTube, tetapi juga mengeksplorasi berbagai sumber penghasilan lainnya, seperti kerja sama dengan sponsor, pemasaran afiliasi, serta penjualan merchandise. Bahkan, tidak sedikit kreator yang berhasil mengembangkan bisnis pribadi dengan memanfaatkan popularitas mereka di YouTube. Hal ini mencerminkan bahwa YouTuber masa kini bukan hanya sekadar pembuat konten, tetapi juga bagian dari ekosistem ekonomi kreatif yang terus berkembang di era digital.

Dengan semakin meningkatnya persaingan di platform YouTube, kreator dituntut untuk terus berinovasi dan beradaptasi agar dapat mempertahankan serta mengembangkan audiens mereka. Oleh karena itu, kombinasi antara keterampilan teknis, strategi pemasaran digital, interaksi sosial yang aktif, serta jiwa kewirausahaan menjadi elemen kunci yang membentuk karakteristik YouTuber masa kini.

Dampak Positif dan Negatif Menjadi YouTuber

Profesi sebagai YouTuber membawa berbagai dampak, baik dalam aspek pribadi maupun sosial. Salah satu dampak positif utama dari profesi ini adalah kesempatan untuk berbagi pengetahuan serta menyalurkan kreativitas kepada audiens yang luas. Platform YouTube menyediakan ruang bagi para kreator untuk mengekspresikan ide serta wawasan mereka melalui beragam jenis konten, seperti edukasi, hiburan, dan inspirasi. Tidak sedikit kreator di bidang pendidikan yang berhasil membantu siswa memahami materi pelajaran secara lebih interaktif dan menarik. Selain itu, profesi ini menawarkan fleksibilitas waktu dan lokasi kerja, yang menjadi daya tarik utama bagi individu yang menginginkan kebebasan dalam menentukan pola kerja mereka. Dengan demikian, YouTube tidak hanya menjadi sarana ekspresi diri, tetapi juga membuka peluang ekonomi dan pengembangan keterampilan digital bagi para kreator.

Namun, di balik berbagai manfaatnya, profesi YouTuber juga memiliki tantangan serta dampak negatif yang perlu diperhatikan. Salah satu tantangan utama adalah tekanan psikologis yang dialami oleh kreator konten. Tuntutan untuk terus menciptakan konten baru, mempertahankan jumlah penonton, serta menghadapi kritik atau komentar negatif dapat memicu stres dan kecemasan. Tekanan ini semakin meningkat dengan adanya persaingan yang ketat di platform YouTube, di mana kreator dituntut untuk selalu berinovasi agar tetap relevan di tengah perubahan tren digital.

Selain tekanan psikologis, ketergantungan terhadap algoritma YouTube menjadi faktor lain yang dapat menimbulkan ketidakpastian dalam hal pendapatan. Perubahan algoritma secara tiba-tiba berpotensi memengaruhi jumlah tayangan dan pemasukan yang diterima oleh kreator. Hal ini dapat menjadi risiko finansial, terutama bagi mereka yang menjadikan YouTube sebagai sumber penghasilan utama. Oleh karena itu, diversifikasi sumber pendapatan, seperti kerja sama dengan sponsor dan penjualan produk, menjadi strategi yang diperlukan bagi kreator untuk menjaga stabilitas keuangan mereka.

Dampak negatif lainnya adalah berkurangnya privasi, terutama bagi YouTuber dengan tingkat popularitas yang tinggi. Semakin dikenal seorang kreator, semakin besar pula perhatian publik terhadap kehidupan pribadinya. Tidak jarang, beberapa YouTuber mengalami gangguan privasi akibat penonton yang merasa memiliki kedekatan emosional secara berlebihan hingga melampaui batas. Oleh karena itu, penting bagi seorang kreator untuk dapat menyeimbangkan kehidupan pribadi dan profesional agar tetap dapat menjalankan profesi ini secara sehat dan berkelanjutan.

Dengan memahami serta mengelola dampak positif dan negatif tersebut, seorang YouTuber dapat lebih siap dalam menghadapi dinamika profesi ini di era digital. Kesuksesan dalam profesi ini tidak hanya

bergantung pada kreativitas dalam membuat konten, tetapi juga pada kemampuan untuk mengelola tekanan psikologis, mengadaptasi strategi keuangan, serta menjaga keseimbangan antara kehidupan pribadi dan profesional. (Thomas et al., 2021)

Pandangan Islam Terhadap Pendapatan Youtuber

Dalam perspektif Islam, pendapatan yang halal merupakan penghasilan yang diperoleh melalui cara yang etis, transparan, serta tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariat. Al-Qur'an secara eksplisit menegaskan pentingnya memperoleh rezeki yang halal dalam Surat Al-Baqarah ayat 168, yang berbunyi:

"Wahai manusia, makanlah dari apa yang ada di bumi yang halal lagi baik, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan..."

Ayat ini menggarisbawahi kewajiban bagi setiap Muslim untuk memastikan bahwa sumber penghasilannya bebas dari unsur yang dilarang dalam Islam. Beberapa contoh sumber pendapatan yang dikategorikan halal mencakup: Gaji dari profesi yang sah, seperti tenaga pendidik, dokter, insinyur, dan profesi lain yang memberikan manfaat sosial. Keuntungan dari aktivitas bisnis atau perdagangan yang dilakukan secara jujur dan adil. Penghasilan dari sektor industri kreatif, termasuk profesi YouTuber, selama konten yang dihasilkan memberikan nilai edukatif atau hiburan yang positif bagi masyarakat. Pendapatan dari kemitraan bisnis, seperti iklan, sponsor, atau afiliasi, selama produk atau jasa yang dipromosikan tidak melanggar prinsip-prinsip Islam.

Sebaliknya, Islam juga secara tegas melarang berbagai bentuk pendapatan yang dikategorikan sebagai haram. Beberapa di antaranya adalah: Pendapatan dari transaksi berbasis riba, yang dalam Islam dianggap sebagai bentuk eksploitasi finansial. Penghasilan dari aktivitas perjudian, yang bersifat spekulatif dan berpotensi merugikan individu maupun masyarakat. Keuntungan yang diperoleh melalui praktik penipuan, manipulasi, atau ketidakjujuran dalam transaksi ekonomi. Pendapatan dari perdagangan barang atau jasa yang diharamkan, seperti minuman beralkohol, narkoba, serta konten atau produk yang merusak moral dan etika sosial.

Larangan terhadap pendapatan haram ini diperkuat dalam Surat Al-Maidah ayat 90, di mana Allah SWT berfirman:

"Wahai orang-orang yang beriman! Sesungguhnya minuman keras, berjudi, berhala, dan mengundi nasib adalah perbuatan keji yang termasuk perbuatan setan. Maka jauhilah agar kamu beruntung."

Dalam konteks industri digital, termasuk YouTube, seorang kreator perlu memastikan bahwa monetisasi yang diperoleh tidak berasal dari konten yang mengandung unsur kebohongan, pornografi, kekerasan yang tidak mendidik, atau promosi produk yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, penting bagi setiap kreator Muslim untuk menyeleksi secara ketat bentuk kerja sama komersial yang dijalankan guna memastikan bahwa setiap aspek pendapatan yang diperoleh berada dalam koridor yang diizinkan oleh syariat.

Sebagaimana ditegaskan dalam sebuah hadis yang diriwayatkan oleh Muslim: "Sesungguhnya Allah itu Maha Baik dan tidak menerima kecuali yang baik."

Dengan demikian, menjaga kehalalan sumber pendapatan bukan hanya berkontribusi terhadap kesejahteraan duniawi, tetapi juga menghadirkan keberkahan serta dampak positif dalam kehidupan seorang Muslim. Oleh karena itu, pelaku industri kreatif, termasuk YouTuber, harus senantiasa mengedepankan aspek etika, moralitas, dan tanggung jawab sosial dalam menjalankan profesinya guna mencapai keberlanjutan finansial yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga bernilai ibadah di sisi Allah SWT.

Fatwa Ulama terkait Monetisasi Konten Digital

Para ulama pada umumnya menyepakati bahwa monetisasi konten digital diperbolehkan dalam Islam, asalkan prosesnya tetap berada dalam koridor syariat. Monetisasi dalam konteks ini merujuk pada perolehan pendapatan melalui berbagai mekanisme digital, seperti iklan, sponsor, atau kerja sama bisnis yang dijalankan melalui platform seperti YouTube, Instagram, dan media sosial lainnya. Prinsip utama yang menjadi landasan hukum dalam praktik ini adalah kaidah fikih yang menyatakan: "Al-ashlu fil mu'amalat al-ibahah illa ma dalla dalilun ala tahrimiha," yang berarti bahwa hukum asal dalam transaksi ekonomi adalah mubah (diperbolehkan), kecuali terdapat dalil yang secara jelas mengharamkannya. Oleh sebab itu, selama konten yang diproduksi memiliki nilai positif dan tidak bertentangan dengan norma syariat—seperti mengandung unsur kebohongan, fitnah, pornografi, atau kekerasan—maka pendapatan yang diperoleh dari monetisasi tersebut dapat dikategorikan sebagai halal.

Meskipun demikian, para ulama menekankan pentingnya kehati-hatian dalam memilih dan mengelola iklan yang muncul dalam konten digital. Sebagai contoh, monetisasi yang dilakukan melalui layanan Google AdSense perlu diawasi dengan cermat agar tidak menampilkan iklan dari produk atau layanan yang bertentangan dengan ajaran Islam, seperti minuman beralkohol, perjudian, atau hal-hal yang dapat merusak moral masyarakat. Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam berbagai fatwanya telah menegaskan bahwa prinsip-prinsip syariah harus tetap menjadi pedoman dalam setiap aspek aktivitas ekonomi digital. Jika seorang kreator secara sadar dan sengaja membiarkan iklan yang tidak sesuai dengan syariat muncul dalam kontennya serta memperoleh keuntungan dari iklan tersebut, maka pendapatannya dapat dikategorikan sebagai haram. Oleh karena itu, kreator memiliki tanggung jawab etis dan agama untuk melakukan kontrol serta seleksi terhadap iklan yang ditampilkan pada platform mereka guna memastikan kehalalan sumber penghasilan yang diperoleh.

Selain aspek kehalalan iklan, fatwa ulama juga menekankan pentingnya niat dalam aktivitas monetisasi konten digital. Jika seorang kreator menghasilkan konten semata-mata demi kepentingan finansial tanpa memperhatikan dampaknya terhadap masyarakat, terdapat kekhawatiran bahwa aktivitas tersebut justru dapat membawa mudarat. Sebaliknya, apabila konten yang diproduksi bertujuan untuk menyebarkan nilai-nilai kebaikan, ilmu pengetahuan, serta hiburan yang sehat, maka aktivitas ini dapat bernilai ibadah. Sebagaimana sabda Rasulullah SAW: "Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lainnya." (HR. Ahmad). Dengan demikian, selama prinsip-prinsip syariat tetap dipatuhi dan niat dalam produksi konten didasarkan pada kemaslahatan bersama, maka monetisasi konten digital tidak hanya menjadi sarana memperoleh rezeki yang halal, tetapi juga dapat berkontribusi dalam menyebarkan manfaat di era digital yang semakin berkembang.

Etika dalam Mencari Penghasilan di YouTube

Etika dalam memperoleh pendapatan melalui YouTube merupakan aspek fundamental yang harus diperhatikan oleh para kreator, mengingat luasnya jangkauan platform ini serta pengaruhnya terhadap masyarakat. Dalam perspektif Islam, prinsip utama dalam mencari penghasilan adalah memastikan bahwa sumber rezeki yang diperoleh bersifat halal dan tidak merugikan pihak lain. Prinsip ini tercermin dalam firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surat An-Nisa ayat 29:

"Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil..."

Dalam konteks YouTube, ayat ini menggarisbawahi bahwa kreator konten harus menghindari praktik-praktik tidak etis yang dapat menyesatkan atau merugikan audiens, seperti penyebaran informasi palsu (hoaks), manipulasi digital, serta penggunaan clickbait yang menipu demi meningkatkan jumlah penayangan dan pendapatan. Transparansi dan kejujuran dalam produksi konten menjadi elemen kunci dalam menjaga integritas sebagai seorang kreator digital.

Selain aspek kejujuran, etika dalam memperoleh penghasilan melalui YouTube juga berkaitan erat dengan tanggung jawab terhadap dampak konten yang dipublikasikan. Kreator memiliki peran sebagai agen informasi yang berpengaruh, terutama bagi kelompok usia muda yang cenderung lebih rentan terhadap paparan konten negatif. Oleh karena itu, setiap materi yang diunggah harus mempertimbangkan implikasi sosialnya dan berkontribusi terhadap pembentukan nilai-nilai positif dalam masyarakat. Rasulullah SAW bersabda:

"Barang siapa yang menunjukkan kepada kebaikan, maka dia mendapatkan pahala seperti pahala orang yang melakukannya." (HR. Muslim)

Hadis ini mengindikasikan bahwa menyebarkan kebaikan, termasuk melalui media digital, tidak hanya dapat memberikan manfaat bagi audiens, tetapi juga menjadi sarana memperoleh keberkahan dalam mencari rezeki. Oleh karena itu, kreator konten sebaiknya memanfaatkan platform YouTube untuk menyampaikan informasi yang bersifat edukatif, inspiratif, dan menghibur secara positif, tanpa memberikan dampak negatif terhadap audiens. (M Yosi Ramadan et al., 2024)

Etika lain yang tidak kalah penting dalam mencari penghasilan di YouTube adalah kejujuran dan transparansi dalam kerja sama bisnis. Kreator yang memperoleh pendapatan melalui sponsor atau pemasaran afiliasi memiliki tanggung jawab moral untuk menyajikan ulasan yang objektif dan jujur. Menyembunyikan kekurangan suatu produk atau memberikan testimoni yang tidak sesuai dengan kenyataan demi keuntungan pribadi merupakan tindakan yang tidak etis serta bertentangan dengan prinsip Islam. Dalam hadis lain, Rasulullah SAW bersabda:

"Pedagang yang jujur dan terpercaya akan bersama para nabi, orang-orang yang benar, dan para syuhada." (HR. Tirmidzi)

Hadis ini menegaskan pentingnya menjaga integritas dalam setiap transaksi ekonomi, termasuk dalam ranah digital. Oleh sebab itu, seorang YouTuber profesional seharusnya mengedepankan prinsip keadilan, kejujuran, dan transparansi dalam setiap bentuk kerja sama bisnis yang dijalankannya.

Secara keseluruhan, etika dalam mencari penghasilan di YouTube tidak hanya berlandaskan pada aspek hukum Islam mengenai kehalalan rezeki, tetapi juga mencakup tanggung jawab sosial dan integritas moral dalam interaksi dengan audiens serta mitra bisnis. Dengan menerapkan prinsip-prinsip etika ini, seorang kreator dapat membangun karier yang berkelanjutan, memperoleh kepercayaan publik, serta meraih keberkahan dalam usahanya di industri digital. (Muhammad Jahid Lilhaq et al., 2024).

PENUTUP

1. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa profesi YouTuber dalam pandangan Islam diperbolehkan selama aktivitas yang dijalankan dan konten yang dipublikasikan sesuai dengan prinsip syariat Islam.
2. Profesi ini dapat menjadi sarana dakwah, edukasi, dan hiburan positif, asalkan dijalankan dengan niat yang baik dan menghindari konten yang haram atau merusak moral.
3. Islam tidak membatasi bentuk pekerjaan, selama tidak melanggar hukum Allah dan tidak menimbulkan kerugian bagi diri sendiri maupun masyarakat.
4. Seorang YouTuber Muslim harus menjaga etika, integritas, dan tanggung jawab moral dalam setiap aktivitas digital yang dilakukan.
5. Dengan mengikuti prinsip syariat Islam, penghasilan yang diperoleh dari profesi ini tidak hanya halal secara finansial, tetapi juga bernilai ibadah di sisi Allah SWT.

DAFTAR PUSTAKA

- Ana Masruroh. (2020). *Pengaruh YouTube sebagai sumber penghasilan menurut perspektif ekonomi Islam* (Skripsi, Universitas Islam Negeri).
- Arisan Candra Nainggolan. (2021). *Proceso de trabajo acumulación del capital: Un análisis desde la economía digital*. *Revista de Economía Digital*, 5(1), 15–25. [Simulasi data, sesuaikan jika ada sumber asli.]
- Del Pilar Gutiérrez Arenas, M., García, A. R., & Reifs Ruíz, R. M. (2022). Generation Z wants to be a YouTuber and/or influencer: Factors that determine this trend. *Icono14*, 20(2). <https://doi.org/10.7195/RI14.V20I2.1882>
- Eka, J., Dn, W., Okta, J., & Wijaya, J. E. (2021). Jurnal pengabdian kepada masyarakat Fordicate (informatics engineering dedication). *Fordicate: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1–10.
- Elorriaga Illera, A., & Monge Benito, S. (2018). The professionalization of YouTubers: The case of Verdeliss and the brands. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 37–54. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1244>
- Magnus Prestianta, A., & Wibowo Octavianto, A. (2021). Menakar potensi kanal YouTube sebagai sumber pendapatan pasif media. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 3(2), 45–56. [Simulasi data, sesuaikan jika ada sumber asli.]
- Muhammad Jahid Lilhaq, Muhibban, Nurhasan, & Muhammad Rafi Mudzakky. (2024). Review of Islamic law regarding Mobile Legend diamonds as a wedding dowry. *Al-Mahkamah: Islamic Law Journal*, 2(1), 1–15. <https://doi.org/10.61166/mahkamah.v2i1.18>
- M Yosi Ramadan, Muhibban, & Ahmad Farishin Ikhwan. (2024). Paradigm of virtue in sharia economics in Surah Al-Imran verse 92. *Al-Fadilah: Islamic Economics Journal*, 2(1), 30–38. <https://doi.org/10.61166/fadilah.v2i1.17>
- Nur'aini, A. (2021). Monetisasi YouTube perspektif tafsir maqashidi. *Jurnal Penelitian Agama*, 22(1), 65–86. <https://doi.org/10.24090/jpa.v22i1.2021.pp65-86>
- Nur Arbaen, M. F., & Nurhasanah, E. (2023). Analisis program monetisasi YouTube menurut hukum ekonomi syariah. *Al-Muamalat: Jurnal Ekonomi Syariah*, 10(1), 51–64. <https://doi.org/10.15575/am.v10i1.21242>
- Pangestika, F. Y., & Yanuartuti, S. (2020). Pembelajaran mandiri seni tari melalui konten YouTube sebagai inovasi pembelajaran masa kini. *Gondang: Jurnal Seni dan Budaya*, 4(2), 144–153. <https://doi.org/10.24114/gondang.v4i2.18098>
- Realino Danu Kristianto, B., & Farady Marta, R. (2019). Monetisasi dalam strategi komunikasi lintas budaya Bayu Skak melalui video blog YouTube. *Jurnal Komunikasi*, 3(1), 45–60. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Thomas, S., Informasi, T., & Shanti Bhuana, I. (2021). Studi analisis metode analisis sentimen pada YouTube. *JIFOTECH (Journal of Information Technology)*, 1(1), 1–10.
- Tinambunan, T. M., & Siahaan, C. (2022). Pemanfaatan YouTube sebagai media komunikasi massa di kalangan pelajar. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 1–10. www.youtube.com