

Monetisasi Youtube Perspektif Tafsir *Maqashidi*

Alfi Nur'aini *

Fakultas Dakwah, IAIN Purwokerto

Jl. A. Yani No.40A, Kec. Purwokerto Utara, Banyumas, Jawa Tengah 53126, Indonesia

Abstract

The presence of youtube as today's most popular social media is a consequence of the inexorable advance of technology and science. Youtube's popularity has also been an effect of the covid19 pandemic that requires humans to adapt to avoiding crowds. Amid the covid19 pandemic that created the struggle for revenue, youtube is being used as a medium for generating revenue. Anyone can make a youtube channel and become a youtuber. A youtube channel can earn money from the content it generates through the monetizing process. Youtube monetary is one of the best solutions to staying incomes and staying clear of crowds by health protocol. The practice of youtube monetizing has become a new and also a new profession today. The study discussed youtube monetary with a maqashidi interpretation perspective. The method in this study is qualitative or library research with the maqashidi interpretation approach. The conclusion of this study is: first, monetary on youtube becomes a new way of earning money. Youtube monetary is permitted so long as it has greater valuation than its youth. Second, youtube monetary can serve as a means of safeguarding the soul (hifdz al-nafs) and productive preservation of wealth (hifdz al-mal).

Keywords: *Youtuber, Youtube monetary, Maqashidi interpretation*

Intisari

Kehadiran Youtube sebagai media sosial terpopuler pada masa ini merupakan konsekuensi perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan yang tidak dapat dielakkan. Kepopuleran Youtube juga sebagai efek adanya pandemi Covid19 yang mengharuskan manusia beradaptasi dengan keadaan menghindari kerumunan. Di tengah pandemi Covid19 yang menimbulkan susahny mencari penghasilan, masyarakat memanfaatkan Youtube sebagai media untuk memperoleh penghasilan. Semua orang bisa membuat kanal Youtube dan menjadi seorang *Youtuber*. Sebuah kanal Youtube dapat memperoleh uang dari konten-konten yang diunggahnya melalui proses monetisasi. Monetisasi Youtube menjadi salah satu solusi terbaik dengan tetap memperoleh penghasilan dan tetap menjauhi kerumunan sesuai protokol kesehatan. Praktik monetisasi Youtube menjadi hal baru dan juga

*alfi@iainpurwokerto.ac.id

DOI: [10.24090/JPA.V22I1.2021.PP65-86](https://doi.org/10.24090/JPA.V22I1.2021.PP65-86)

profesi baru pada masa ini. Penelitian ini membahas tentang monetisasi Youtube dengan menggunakan perspektif tafsir maqashidi. Metode penelitian ini yaitu metode kualitatif atau *library research* dengan pendekatan tafsir maqashidi. Kesimpulan dari penelitian ini yakni: Pertama, monetisasi Youtube menjadi cara baru dalam memperoleh penghasilan. Monetisasi Youtube diperbolehkan selama mengandung nilai-nilai kemaslahatan yang lebih besar dibandingkan kemudharatannya. Kedua, monetisasi Youtube dapat dijadikan sebagai cara untuk penjagaan terhadap jiwa (*hifdz al-nafs*) dan melestarikan harta secara produktif (*hifdz al-mal*).

Kata Kunci : *Youtuber, monetisasi Youtube, Tafsir Maqashidi*

Pendahuluan

Agama memegang peranan penting di segala sisi kehidupan manusia. Bukan hanya sebagai seperangkat sistem doktrin, namun bisa diturunkan dalam bentuk aktivitas-aktivitas material manusia. Agama menurut pandangan tersebut, mempunyai posisi sebagai bagian dan juga pembentuk suatu kebudayaan. Geert mengatakan bahwa agama merupakan sekumpulan sistem budaya yang membagikan arti kultural dalam eksistensi manusia. Geertz menambahkan bahwa simbol keagamaan berperan mensintesis etos sesuatu bangsa (nada, sifat, kualitas hidup, *style*, moral dan estetisnya) serta pemikiran yang sangat komprehensif tentang tatanan kehidupan. Keberadaan adanya agama tidak sebatas pada daerah kebudayaan saja (pembuat bukti diri budaya), dalam makna universal, agama menjelma sebagai spirit dini manusia dalam berperilaku secara sosial, moral, ekonomi serta politik bahkan dalam menggunakan teknologi (Harianto, 2018).

Pemahaman terhadap ajaran agama yang terkandung dalam kitab suci Al-Qur'an berdampingan dengan segala perkembangan dan kemajuan zaman termasuk di dalam perkembangan teknologi. Umat beragama sudah semestinya beradaptasi dengan perkembangan tersebut. Peradaban dunia saat ini berkembang dengan pesat seiring berkembangnya teknologi. Saat ini internet menduduki peranan yang sangat penting di segala sisi kehidupan manusia. Internet merambah ke dalam kehidupan manusia baik kehidupan sosial, ekonomi, politik bahkan keagamaan manusia di dunia global. Tiap tahun internet terus mempengaruhi kehidupan umat manusia (APJII, 2020). Apalagi seiring dengan terjadinya pandemi Covid19 yang

melanda dunia di akhir 2019 hingga saat ini (World Health Organization, 2020).

Perkembangan pengguna internet di masa Pandemi Covid19 seperti sekarang ini menunjukkan perkembangan yang signifikan. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada periode 2019-kuartal II/2020 mencapai 196,7 juta jiwa. Terdapat peningkatan 23,5 juta pengguna internet dibandingkan dengan tahun 2018 yang lalu (Bayu, 2020). Angka ini menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia semakin meningkat tajam seiring dengan adanya pandemi Covid19 yang mengharuskan masyarakat untuk beradaptasi dengan kebiasaan baru yakni *social distancing* dan *physical distancing*.

Salah satu implikasi dari adaptasi kebiasaan baru yakni banyaknya masyarakat yang mencari informasi keagamaan dengan mengakses sejumlah konten dakwah di internet. Dalam kondisi pandemi covid19 ini, masyarakat yang dituntut untuk di rumah saja guna membatasi kegiatan yang berpotensi menimbulkan kerumunan misalnya saja kegiatan pengajian, *yasinan*, *tahlilan*, dan kegiatan keagamaan lainnya. Oleh karena itu, masyarakat dengan banyaknya waktu yang dihabiskan di rumah saja cenderung menghabiskan waktunya dengan berbagai aktivitas berselancar di internet. Sejumlah konten dakwah menjadi pilihan bagi pengguna internet yang mencari informasi-informasi keagamaan.

Di sisi lain, salah satu implikasi dari pandemi Covid19 yakni banyak masyarakat yang kehilangan pekerjaan sehingga beberapa memilih untuk menjadi seorang *Youtuber*. Walaupun profesi *Youtuber* sudah mulai muncul beberapa tahun ini. Namun seiring terjadinya pandemi, profesi *Youtuber* semakin banyak diminati oleh masyarakat. Berbagai macam bidang digeluti oleh *Youtuber* misalnya saja bidang pendidikan, sosial, dakwah, kuliner, entertainment, dan lain sebagainya.

Sebagai platform yang digandrungi masyarakat Indonesia, Youtube hadir memberikan nuansa baru yang tidak disajikan oleh media lainnya. Kejenuhan masyarakat terhadap sajian televisi menyebabkan masyarakat

beralih dari televisi ke Youtube. Hiburan yang disajikan oleh televisi menimbulkan kejenuhan. Masyarakat lebih terhibur dengan konten-konten yang tersaji di kanal Youtube. Banyak artis-artis bahkan masyarakat biasa yang berbondong-bondong menjadi *content creator* dan eksis di kanal Youtubanya. *Content creator* tersebut menyajikan kesegaran dalam kejenuhan masyarakat terhadap tayangan televisi yang dianggap monoton (Arifin, 2019).

Youtube menjadi salah satu media sosial yang bertransformasi menjadi media yang memberikan profit bagi pemilik kanal Youtube yang memiliki kriteria tertentu (Arifin, 2019). Profit yang dihasilkan oleh *Youtuber* terbilang penghasilan yang tinggi. Beberapa *Youtuber* ternama Indonesia serta *Youtuber* lainnya hanya perlu membuat konten menarik dan mengumpulkan *like*, *subscribe* dan komentar dari pemirsa Youtube. Seiring dengan banyaknya pengguna internet di Indonesia maka profesi *Youtuber* menjadi profesi yang menjanjikan.

Pada tanggal 15 Februari 2021, sebuah media online Indonesia mewartakan berita yang unik. Media tersebut menurunkan berita tentang Yahya Waloni, seorang Pendakwah asal Indonesia yang mengatakan bahwa orang yang makan dari hasil Youtube dengan sebutan kafir. Yahya Waloni menganggap bahwa penghasilan dari Youtube hukumnya haram. Dia menggunakan logika bahwa semua hal yang berkaitan dengan *Youtuber backgroundnya* adalah orang kafir. Oleh karena itu, uang dari orang kafir dinilai sebagai uang haram (Djaman, 2021). Berita tersebut merujuk pada video yang terdapat pada kanal Youtube dengan nama An-Najah TV. Video berdurasi satu jam lima puluh delapan menit tiga puluh sembilan detik tersebut memuat ceramah Yahya Waloni yang disiarkan oleh An-Najah TV pada tanggal 9 Oktober 2019 (An-Najah TV, 2019).

Penggunaan teknologi termasuk Youtube untuk mendapatkan penghasilan tentunya menuai pro dan kontra. Baik itu yang membolehkan maupun yang tidak membolehkan. Youtube seperti halnya media lain dapat dimanfaatkan untuk hal positif maupun negatif tergantung pada penggunaannya. Kecanggihan teknologi seperti halnya Youtube, sudah

tumbuh pesat melampaui batasnya sehingga menciptakan kecanggihan yang luar biasa dalam berbagai bidang baik ekonomi, dakwah, sosial ataupun bidang yang lain. Kecanggihan ini sebenarnya menumbuhkan harapan bersama tentang bagaimana menggunakan kecanggihan tersebut dengan senantiasa mengacu pada tatanan sosial serta moral (Arifin, 2019, p. 343). Tidak saja untuk mendorong dan memotivasi masyarakat untuk berbuat kebajikan, namun dengan adanya Youtube juga senantiasa menciptakan kemaslahatan bersama.

Berdasarkan fenomena di atas, setidaknya menimbulkan pertanyaan yang perlu harus dianalisis lebih dalam. Bagaimana proses perolehan penghasilan dari kanal Youtube serta bagaimana hukum monetisasi Youtube tersebut perspektif tafsir Maqashidi? Oleh karena itu, artikel ini berusaha untuk meneliti komodifikasi dari konten-konten Youtube sehingga menghasilkan uang. Selanjutnya, penelitian berusaha untuk menganalisis kemaslahatan yang seluas-luasnya mengenai penghasilan yang diperoleh dari Youtube. Singkatnya, penelitian bertujuan untuk mengetahui cara kerja dan proses yang dilalui sebuah kanal Youtube hingga memperoleh profit serta sisi kemaslahatan berdasarkan sudut pandang tafsir Maqashidi.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan kanal Youtube. Ferdi Arifin (2019) meneliti tentang komodifikasi kanal Youtube yang dimiliki oleh para ustaz seleb dalam kaitannya dengan kegiatan dakwah sebagai sumber monestasi. Dia juga menganalisis tanggapan masyarakat Islam di Indonesia terhadap komodifikasi kanal Youtube yang dilakukan oleh sejumlah ustaz seleb. Berdasarkan pengamatan secara virtual maupun visual dari konten dakwah yang dipublikasikan melalui kanal Youtube yang dilakukan oleh sejumlah ustaz di Indonesia, dia menemukan bahwa nilai guna Youtube sebagai media bergeser menjadi sumber penghasilan dengan nilai tukar secara ekonomi. Adanya penghargaan berupa nilai ekonomi untuk menghasilkan uang dengan memanfaatkan konten dakwah. Konten dakwah tersebut digunakan sebagai alat guna menarik penonton yang nantinya menghasilkan uang.

Selanjutnya, Mutrofin (2018) menulis tantangan Da'i di Era Digital. Dia menjelaskan bahwa dakwah harus diformulasikan secara optimal sesuai perkembangan zaman dan teknologi sehingga dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Dia menggunakan teori media sosial Anthony Mayfield untuk menganalisis hal tersebut. Hasilnya, Youtube menjadi salah satu media sosial yang mampu menjawab tantangan perkembangan zaman dan teknologi dalam bidang dakwah (Mutrofin, 2018). Penelitian lainnya dari Moh. Azwar Hairul (2020) tentang penafsiran Al-Qur'an yang dilakukan oleh Nouman Ali Khan yang menjadikan Youtube sebagai media penafsirannya. Dia memfokuskan penelitian pada metode penafsiran, nuansa tafsir serta efektivitas penafsiran yang disampaikan oleh Nouman Ali Khan. Dia menyimpulkan bahwa karakteristik penafsiran Nouman Ali Khan berbentuk tematik dan bernuasa *adabi ijtima'i*. Selain itu, penafsiran Nouman Ali Khan memberikan tiga dimensi efek yakni efek kognitif, efek afektif dan efek behavioral (Hairul, 2019).

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Maula Sari (2020) tentang transplantasi organ perspektif tafsir maqashidi. Maula memfokuskan penelitiannya pada kemaslahatan dan kemadharatan transplantasi organ sebagai salah satu solusi dalam dunia kedokteran guna menyelamatkan manusia. Dalam penelitiannya, Maula menggunakan metode kualitatif dan pendekatan tafsir *maqashidi*. Adapun pidato pengukuhan Guru Besar yang disampaikan oleh Abdul Mustaqim (2020) mengusung wacana tafsir maqashidi sebagai argumen moderasi beragama. Tafsir Maqashidi dapat dijadikan sebagai alternasi untuk menguatkan kembali nilai-nilai moderasi dalam Islam. Dengan menggunakan pendekatan historis-filosofis, Mustaqim berargumen bahwa tafsir maqashidi merupakan bagian dari peradaban Islam. Tafsir maqashidi tetap menghargai teks namun tidak terjerumus dalam de-sakralisasi teks dengan melahirkan kemaslahatan dan menghilangkan kemudharatan.

Metode

Artikel ini merupakan penelitian pustaka (*library research*) dengan mengumpulkan data-data, membaca, mencatat serta menelaah data penelitian. Objek material penelitian ini yakni ayat-ayat yang berkaitan dengan monetisasi Youtube baik secara tersurat terkait penghasil maupun yang tersirat mengenai monetisasi Youtube. Artikel ini bersifat kualitatif tematik konseptual yang mengambil konsep dari Al-Qur'an. Secara metodologis, penelitian ini menggunakan pendekatan tafsir *Maqashidi* sebagai basis dalam menganalisis monetisasi Youtube. Tafsir *maqashidi* berupaya untuk merekonstruksi dan mereinterpretasikan Al-Qur'an (Mustaqim, 2019). Dalam hal ini, penulis akan menggunakan lima langkah yang runtut. *Pertama*, mengumpulkan data mengenai proses monetisasi konten-konten yang terdapat di kanal Youtube. *Kedua*, mengumpulkan ayat-ayat yang berkaitan dengan tema. *Ketiga*, menganalisis aspek maqashid dari ayat-ayat tersebut disertai dengan analisis teori Ulumul Qur'an. *Keempat*, menghubungkan hasil analisis sebelumnya dengan perkembangan teknologi dan sosial sehingga diperoleh analisis yang komprehensif. *Kelima*, menyimpulkan aspek *maqashid* yang relevan bagi kemaslahatan masyarakat dengan merealisasikan kebaikan dan meniadakan kerusakan sesuai perkembangan zaman (Hidayat, 2004).

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Monetisasi Youtube

Perkembangan teknologi mengubah gaya hidup serta kehidupan manusia. Segala sisi kehidupan manusia dipermudah dengan adanya teknologi. Semua aktivitas dan kebutuhan yang diperlukan oleh manusia dapat berjalan dengan praktis, cepat, menghemat biaya dan waktu. Apalagi sejak pandemi Covid19 terjadi di seluruh dunia. Manusia dituntut untuk menjalani protokol kesehatan yang ketat serta menghindari kerumunan. Secara cepat manusia beradaptasi dengan kondisi tersebut. Kehadiran internet pun menjadi kebutuhan yang penting dalam adaptasi ini.

Berdasar hasil survei yang dilakukan oleh *We are Social* pada tahun 2019, penduduk Indonesia yang menjadi pengguna aktif media sosial (medsos) ada sebanyak 150 juta orang. Tidak hanya Youtube, medsos yang banyak digunakan orang Indonesia yakni Whatsapp, Facebook, serta Instagram. Survey tersebut juga menyebutkan bahwa tiap pengguna rata-rata mempunyai 11 akun medsos dan memainkannya dalam waktu 3 jam per hari. Mayoritas pengguna medsos tersebut berumur antara 18 - 34 tahun, serta lebih dari setengahnya merupakan laki-laki. Dari sekian banyak medsos yang tersedia, Youtube menjadi medsos yang paling banyak dimainkan, utamanya dalam hal memutar musik (Redaksi, 2019).

Pada tahun 2020, Youtube kembali menjadi platform video yang banyak diminati masyarakat. Hal ini terbukti dengan meningkatnya jumlah penonton Youtube. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh ComScore, setidaknya ada sejumlah 93 juta lebih penonton di Indonesia selama kurun waktu setahun terakhir. Angka ini menunjukkan bahwa penonton Youtube meningkat 10 juta penonton dibandingkan dengan jumlah penonton tahun sebelumnya (Telesonica, 2020). Jumlah peningkatan ini bisa dianalogikan bahwa ada 10 orang Indonesia yang menonton Youtube sebulan sekali (Bella, 2020). Hal ini menjadi peningkatan yang signifikan sejak kehadiran Youtube.



Gambar 1. Data Statistik Penggunaan Media Sosial

Sebagai salah satu platform media sosial yang berbasis video, Youtube memberikan kesempatan kepada para Youtuber untuk dapat memonetisasi video mereka. Monetisasi dapat dilakukan dengan bergabung melalui *Youtube Partner Program* (YPP) yakni Google AdSense dan *Multi Channel Network* (MCN). Google AdSense merupakan program periklanan yang dikelola oleh Google yang disertai peraturan yang dibuat oleh Google AdSense dan harus dipatuhi oleh *Youtuber*. Sementara *Multi Channel Network* (MCN) merupakan *network Youtube* yang berdiri sendiri dan berkuasa penuh atas akses manajemen jaringannya.

Youtube mempunyai syarat tertentu untuk para penggunanya agar dapat memonetisasi kanal Youtubanya. Syarat tersebut tercantum dalam peraturan yang ditetapkan oleh *Youtube Partner Program* (YPP). Kanal-kanal Youtube yang berisi video serta menyisipkan iklan dapat memperoleh pendapatan atau yang kemudian dikenal dengan monetisasi Youtube. Monetisasi tersebut dapat diklaim apabila sebuah video yang terdapat di kanal Youtube telah ditonton sebanyak 4000 jam dalam setahun terakhir dan setidaknya memiliki 1000 *subscribers* atau pengikut. Selanjutnya, penghitungan pendapatan dilakukan dengan sistem pendatan per 1000 impresi (jumlah iklan yang ditonton) atau *Cost Per Mille* (CPM) (Arifin, 2019). Jumlah CPM dapat bervariasi tergantung pada domisili Youtuber. Besaran CPM untuk Indonesia rata-rata sebesar 0,5 Dollar untuk setiap video yang sudah ditonton sebanyak 1000 kali (Enterprise, 2018, p. 20).

Google menginformasikan kriteria khusus bagi kanal-kanal Youtube yang dimonetisasi, misalnya konten harus sesuai dengan pengiklan dan juga konten yang dimonetisasi merupakan karya asli, otentik ataupun jika kepunyaan orang lain harus diizinkan pemiliknya untuk dikomersialisasikan. Ketentuan yang lain yakni konten yang diunggah memenuhi kebijakan serta persyaratan Youtube. Apabila terdapat konten yang tidak cocok atau melanggar ketentuan tersebut maka konten tersebut bisa diblokir oleh pihak Youtube (Arifin, 2019). Ketentuan tersebut membuka peluang bagi pengguna Youtube untuk memperoleh pendapatan dari konten-konten yang diunggah di kanal Youtubanya. Hal ini juga menjadi pilihan bagi

masyarakat Indonesia dalam memperoleh pendapatan tambahan di masa pandemi Covid19 seperti sekarang ini.

Youtube memberikan kesempatan bagi pengguna untuk dapat menghasilkan uang dan juga memberikan kesempatan bagi pelaku usaha untuk beriklan di dalam video dari pengguna Youtube. Youtube membebaskan tarif terhadap iklan tersebut yang ditentukan oleh lamanya iklan dan konten iklan tersebut. Tarif tersebut secara otomatis menjadi pemasukan bagi pihak Youtube. Setelah melakukan prosedur pemotongan terhadap tarif, Youtube akan melakukan bagi hasil dengan pemilik konten yang memuat iklan tersebut.

Pada November 2020, *Program Partner Youtube* (YPP) melakukan pembaharuan terhadap ketentuan monetisasi konten Youtube. Partner Youtube (*Youtuber*) disyaratkan untuk mematuhi kebijakan Youtube tentang monetisasi Youtube, domisili di wilayah Program Partner Youtube, ditonton sebanyak 4000 jam dalam setahun terakhir, jumlah subscriber mencapai 1000 subscriber, dan memiliki akun AdSense yang ditautkan. Partner Youtube (*Youtuber*) yang memenuhi persyaratan tersebut berhak melakukan permohonan untuk menjadi bagian dari YPP (Youtube, 2020).

Berbeda dengan *Google AdSense*, *Multi Channel Network* (MCN) memberikan akses yang lebih mudah bagi *Youtuber* untuk mendapatkan penghasilan. Akan tetapi, *Youtuber* harus memperhatikan dan mempelajari kontrak kerjasama pada saat bergabung dengan *Multi Channel Network* (MCN). Beberapa hal yang harus diperhatikan antara lain durasi kontrak, pembayaran, sejauh mana keterlibatan *Multi Channel Network* (MCN) terhadap *Youtuber*. MCN membantu seseorang beriklan tanpa dikenakan biaya tambahan. Iklan tersebut tidak dapat di-skip oleh penonton. Selain mendapatkan hasil maksimal dari iklan, *Youtuber* juga dapat memonetasi video tanpa *review* dari pihak Youtube dan langsung memperoleh penghasilan yang dibayarkan melalui Paypal tanpa menunggu 100 Dollar (Kom, 2016).

Youtuber yang melakukan kerjasama dengan MCN memiliki beberapa kerugian yakni secara otomatis tidak dapat bergabung dengan Youtube

Partner Program (YPP). Hal ini dikarenakan semua penghasilan dikelola oleh MCN yang kemudian dibagi dengan sistem bagi hasil sesuai ketentuan yang disepakati. Selanjutnya, kanal Youtube yang dimilikinya sulit untuk berkembang. *Youtuber* tidak dapat memutuskan hubungan kerjasama hingga habis masa kontraknya. Selama itu pula, penghasilan dari kanal Youtube akan masuk ke MCN. Kontrak yang terjalin dengan MCN terbilang rumit, membatasi *Youtuber* dalam waktu yang lama, dan berkuasa atas kepemilikan dan kekayaan intelektual dari konten yang dibuat *Youtuber* (Kom, 2016).

Tafsir Maqashidi: Monetisasi Youtube

Al-Qur'an merupakan kitab suci yang memiliki peran fundamental bagi umatnya. Pesan-pesan yang terkandung di dalamnya terus digali dan dipahami oleh umat manusia. Proses pemahaman dan penafsiran terhadap ayat-ayat mengalami perkembangan dari zaman ke zaman hingga sekarang ini. Hal ini tentu tidak lepas dari perubahan-perubahan yang terjadi dalam kehidupan. Tafsir terhadap Al-Qur'an kemudian dinamis, berkembang, dan beradaptasi dengan dinamika zaman dan kebutuhan umat Islam. Oleh karena itu, penafsiran terhadap Al-Qur'an semakin beragam, tidak pernah usang, dan senantiasa hidup dalam segala kondisi sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan (Setiawan, 2012).

Babak baru peradaban manusia ditandai dengan munculnya media baru dalam perkembangan teknologi. Kemudahan akses dan kecanggihan fitur yang dimiliki oleh media baru ini sangat membantu kehidupan dan memenuhi segala kebutuhan manusia. Arus globalisasi dan modernisasi mendesak manusia untuk merespon sekaligus mencari solusi dan terobosan baru dalam mengkontekstualisasikan nilai-nilai yang terkandung di dalam Al-Qur'an. Hal ini sebagai konsekuensi jargon "*Al-Qur'an shālih likulli zamān wa makān*" (Al-Qur'an cocok untuk semua waktu dan tempat) (Hairul, 2019).

Tafsir *Maqashidi* menjadi salah satu perangkat epistemologis dalam dunia penafsiran yang beragam untuk menganalisis isu-isu kontemporer

dan aktual. Tafsir *Maqashidi* dipandang mampu menjadi alternasi epistemologi untuk meretas kekakuan penafsiran Al-Qur'an yang bersifat tekstual maupun yang bersifat liberal. Penafsiran yang berdasar pada dimensi maqasidnya (tujuan, maksud dari teks) berusaha mendinamiskan makna yang tidak dikatakan oleh teks Al-Qur'an sekaligus menggali makna teks dalam ruang-ruang sosial dan diskursus wacana yang kompleks. Dengan nuansa maqasid maka penafsiran Al-Qur'an menjadi dinamis, lebih hidup, dan tidak terbelenggu dalam lingkaran tekstualisme (Mustaqim, 2019).

Teks Al-Qur'an bersifat statis, tidak berubah, tidak berkurang dan tidak bertambah. Namun problematika kehidupan dan ilmu pengetahuan selalu berkembang. Oleh karena itu, upaya-upaya untuk melakukan penafsiran ulang terhadap isu-isu aktual terus dilakukan. Menurut Abdul Mustaqim, produk tafsir setidaknya memenuhi kaidah *Jalbu al mashalih wa dar'u al mafasid* yakni mengupayakan kemaslahatan dan meninggalkan kerusakan. Kaidah tersebut merupakan basis utama pemahaman keagamaan yang sesuai dengan zaman modern ini (Hidayat, 2004). Begitu juga pemahaman-pemahaman terhadap munculnya fenomena monetisasi Youtube harusnya berorientasi pada kemaslahatan dan menghilangkan kerusakan.

Yahya Waloni yang menyebutkan bahwa pendapatan dari proses monetisasi Youtube dihukumi dengan haram. Alasan yang disebutkan Yahya Waloni bahwa Youtube adalah produk dari orang kafir dan apapun yang berasal dari orang kafir hukumnya haram (An-Najah TV, 2019). Pendapatnya tersebut agaknya bukan pendapat yang kuat dan tidak memiliki dasar hukum yang jelas. Secara fakta, pendapatnya tidak bisa diterima karena dia sendiri menggunakan media Youtube untuk berdakwah. Tentu hal ini menunjukkan bahwa dia tidak konsisten terhadap apa yang diucapkan dan mengingkari pendapatnya sendiri.

Pendapat pengharaman monetisasi Youtube dengan alasan bahwa Youtube berasal dari orang kafir adalah pendapat yang sering digaungkan oleh pendakwah yang bersifat radikal. Pendakwah semacam ini memiliki kepentingan tertentu dalam penyampaian ceramahnya.

Retorika yang dikembangkan oleh pendakwah radikal tersebut adalah kekhawatiran dan judgement terhadap non muslim (Waloni menyebutnya kafir) akan menguasai umat Islam di segala bidang. Waloni menyebarkan sikap sentimen terhadap non muslim dan berusaha untuk membendung kemajuan teknologi dan ekonomi yang diciptakan oleh non muslim. Menurut hemat penulis, hal ini termasuk ke dalam ujaran kebencian SARA yang dapat menyebabkan runtuhnya persatuan dan kesatuan rakyat Indonesia, menjauhkan masyarakat dari terjalinnya ukhuwah yang baik, jauh dari kemaslahatan dan jauh dari sikap moderasi dalam beragama. Pemahaman keagamaan yang digali dari teks Al-Qur'an yang statis seharusnya berpatokan pada nilai-nilai maqasidnya sehingga dapat menghasilkan pemahaman yang humanis.

Pada dasarnya segala sesuatu dihukumi boleh selama tidak ada yang melarang dan mengharamkannya. *Judgement* haram terhadap pendapatan *Youtuber* tidak memenuhi unsur maqasid yang terkandung dalam Al-Qur'an. Seperti halnya profesi lainnya, *Youtuber* merupakan pekerjaan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang yang berorientasi untuk mendapatkan penghasilan, upah atau gaji. Walaupun profesi *Youtuber* baru muncul pada abad 21 M, namun profesi ini menjadi salah satu profesi yang memiliki potensi untuk mendapatkan penghasilan yang besar. Jika dibandingkan dengan profesi lainnya seperti petani, peternak, guru, dokter, insinyur, polisi dan lain sebagainya maka profesi ini menjadi profesi yang lebih fleksibel dalam hal waktu dan memperoleh penghasilan yang lebih besar.

Allah memerintahkan manusia untuk selalu berusaha dan bekerja mengubah nasibnya sendiri. Sebagaimana kalamullah dalam surat Ar-Ra'd: 11,

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ مِنِّ وَّالٍ

"Baginya (manusia) ada malaikat-malaikat yang selalu menjaganya bergiliran, dari depan dan belakangnya. Mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia".

Beberapa makna yang terkandung dalam ayat tersebut, yakni: *pertama*, usaha mengubah nasib yang terdapat dalam ayat tersebut adalah perubahan sosial. *Kedua*, hukum kemasyarakatan yang terkandung dalam kata kaum tidak dikhususkan untuk umat Islam atau suku, ras, budaya maupun agama tertentu. Makna tersebut bersifat umum. *Ketiga*, perubahan tersebut tidak hanya perubahan yang dilakukan oleh manusia sendiri namun ada kuasa Allah di dalam setiap perubahan tersebut. *Keempat*, Allah akan mengubah nasib manusia jika manusia berusaha mengubah nasibnya terlebih dahulu (Shihab, 2004). Maka menjadi seorang Youtuber menjadi bagian dari usaha untuk mengubah nasib, menghindari kemiskinan dan memenuhi kebutuhan supaya dapat bertahan hidup. Manusia harus bekerja karena bekerja merupakan manifestasi jati diri manusia untuk mencapai kebahagiaan yang hakiki di dunia maupun di akhirat.

Di dalam surat Al-Isra' ayat 84,

قُلْ كُلُّ يَعْمَلْ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا

Katakanlah (Muhammad), "Setiap orang berbuat sesuai dengan pembawaannya masing-masing." Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya.

Menurut Hamka, Allah menyeru kepada manusia untuk bekerja sesuai dengan bakat (istilah millennialnya *passion*) yang dimiliki oleh manusia tersebut. Pekerjaan yang sesuai dengan bakat, hobi dan pembawaannya akan membuat seseorang bekerja dengan semangat, kreatif, dan inovatif. Dengan begitu, maka pekerjaan yang dilakukan akan memberikan kemajuan terhadap dirinya dan juga orang-orang sekitarnya. Dalam konteksnya profesi *Youtuber* maka seorang *Youtuber* dapat melakukan pekerjaan dengan semangat, kreatif, dan inovatif apabila membuat konten yang sesuai dengan bakat, hobi dan pembawaannya. *Youtuber* dituntut untuk

kreatif dan inovatif dalam membuat konten sehingga mendapat banyak *like*, *subscribe*, dan *comment*. Dengan begitu kanal yang dimiliki akan terus bertambah subscribersnya dan akan semakin banyak penonton dari konten video yang dibuatnya. Dari sini pula, monetisasi kanal Youtubenya akan memperoleh banyak pendapatan.

Monetisasi Youtube dapat dilakukan oleh *Youtuber* dengan memenuhi dan menyetujui persyaratan yang ditentukan oleh *Youtube Partner Program* (YPP). Dengan menyetujui persyaratan tersebut maka *Youtuber* secara otomatis melakukan perjanjian kerjasama untuk memonetisasi kanal Youtubenya. Selanjutnya, berdasarkan kerjasama tersebut maka *Youtuber* diharuskan untuk memasang iklan pada setiap konten yang diunggahnya serta berusaha untuk memperoleh banyak penonton, *like* dan *subscribe*. *Youtube Partner Program* (YPP) akan melakukan penghitungan penghasilan dari setiap konten yang telah memenuhi batas monetisasi. Perjanjian kerjasama ini terjalin secara sadar dan atas dasar saling rela sesuai dengan surat an-Nisa' ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

"Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu."

Wahbah ibn Muṣṭafā Al-Zuhailī, seorang ulama kontemporer mengatakan bahwa ayat ini mengharamkan perbuatan memperoleh harta secara batil atau melampaui batas harta dan jiwa. Ibn 'Āshūr mengatakan bahwa saling rela itu dalam ayat tersebut yakni terwujud dengan adanya pilihan bagi pihak-pihak yang bersangkutan untuk melanjutkan atau membatalkan kesepakatan. Saling rela ini juga disesuaikan dengan adat kebiasaan masyarakat (Wahidin, 2018). Walaupun saling rela merupakan sesuatu yang abstrak namun indikator atau tanda-tandanya dapat terlihat sesuai adat kebiasaan yang menunjukkan sikap kerelaan pihak-pihak yang bersangkutan (Darussalam et al., 2017). Dalam hal ini *Youtuber* memiliki

hak untuk menyetujui persyaratan yang diberikan oleh Youtube Partner Program (YPP) dengan hanya meng-klik tanpa adanya akad secara lisan ataupun memilih untuk tidak menyetujui persyaratan tersebut.

Konten-konten yang diunggah ke Youtube dikuasai oleh pihak Youtube. Konten yang tidak memenuhi syarat untuk bisa dimonetisasi sesuai dengan standar minimum yang ditetapkan oleh YPP maka tidak berhak untuk mendapatkan penghasilan dan tidak mendapatkan *copy right* atas konten karyanya. Sedangkan pihak Youtube tetap mendapatkan keuntungan dari setiap akses khalayak terhadap konten tersebut. Di sini terdapat ketidakadilan bagi pemilik konten, selain tidak mendapatkan penghasilan dari kontennya, konten tersebut juga rentan terhadap pencurian hasil karya oleh berbagai pihak karena tidak memiliki hak cipta atas kontennya(Ulya, 2019).

Ketidakadilan tersebut mengakibatkan adanya eksploitasi Youtube terhadap pemilik konten. Pihak Youtube tetap mendapatkan keuntungan, sementara pemilik konten merasakan kerugian ganda. Islam melarang adanya interaksi bisnis yang merugikan dan membahayakan salah satu pihak (Arie Syantoso et al., 2018). Oleh karena itu, dari sisi ini terdapat unsur kezaliman dan tidak memenuhi kemaslahatan bagi pemilik konten serta tidak menjamin kepemilikan atas konten karyanya. "*Kalian tidak boleh menzalimi orang lain dan tidak pula boleh dizalimi orang lain.*" (QS Al-Baqarah [2]: 279).

Kebijakan *revenue per mille impression* (RPM) yang ditetapkan oleh Youtube menunjukkan adanya ketidaksetaraan dan pengkotak-kotakan hasil karya kreator yang tergantung apada negara asalnya. Hal ini juga berlawanan dengan asas internet sebagai ruang publik yang tanpa batas atau *borderless*. Penghasilan Youtuber berbeda-beda antara satu negara dengan negara yang lainnya. Hal ini membuat *Youtuber* semakin bekerja keras untuk dapat menyasar pada audien internasional (Ulya, 2019). Oleh karena itu, kebijakan ini tidak memenuhi asas persamaan dan kesetaraan dalam hubungan muamalah. Pembedaan berdasarkan wilayah ini merugikan *Youtuber* yang berada di wilayah yang RPM-nya terhitung kecil dibandingkan negara lain.

Berdasarkan wawancara dan analisa data yang dilakukan oleh Ulya bahwa kanal Youtube yang menyasar pada audien internasional seperti Singapura, walaupun memiliki penonton yang sedikit dapat mengalahkan kanal Youtube yang berasal dari Indonesia dengan ratusan ribu penonton. Perbandingannya yakni dua penonton dari Singapura sama dengan 10 penonton dari Indonesia. Tentunya perbandingan yang sangat besar dan sangat berpengaruh pada hasil monetisasi konten Youtube (Ulya, 2019).

Al-Maraghi mengatakan di dalam tafsirnya tentang surat al-Mulk ayat 15 bahwa Allah-lah yang menjadikan bumi tunduk, tenang, tidak bergoncang dan diam untuk manusia. Allah juga yang menundukkan gunung untuk manusia (Nurdin, 2020).

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

"Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajilah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan."

Allah menundukkan seluruh alam semesta dengan disertai potensi manusia dalam mengelolanya dengan baik akan menciptakan teknologi. Munculnya teknologi yang diciptakan manusia sejatinya merupakan perpanjangan tubuh manusia. Seperti halnya muncul dan berkembangnya teknologi dalam hal ini media sosial menjadi perpanjangan tubuh manusia untuk dapat berinteraksi secara lebih luas menjangkau tempat manapun di penjuru dunia. Terciptanya teknologi ini disesuaikan dengan kebutuhan manusia. Apapun teknologinya sejatinya tunduk kepada pemakainya.

Abdul Mustaqim menyebutkan kaidah *Jalbu al mashalih wa dar'u al mafasid* yakni mengupayakan kemaslahatan dan meninggalkan kerusakan. Kaidah tersebut relevan untuk kondisi apapun yang terjadi di segala zaman termasuk dalam hal monetisasi Youtube. Monetisasi Youtube tentu menimbulkan perbedaan pendapat tentang kehalalan dan keharamannya. Hal tersebut tergantung pada kemaslahatan dan kemadharatan yang ditimbulkannya. Setelah dilakukan penelitian dan analisis kemudian dilakukan pertimbangan antara lebih besar kemaslahatannya atau

kemadharatannya. Jika penelitian dan analisisnya menunjukkan lebih besar kemaslahatannya maka lebih dekat kehalalannya dibandingkan keharamannya. Begitu sebaliknya, jika hasil analisis menunjukkan lebih besar kemadharatannya maka lebih besar keharamannya dibandingkan kehalalannya.

Pada dasarnya, Youtube sebagai hasil dari perkembangan teknologi memiliki sifat netral dan tidak diciptakan untuk menimbulkan kemadharatan. Teknologi dikembangkan guna memberi kemanfaatan bagi manusia. Apabila penggunaan Youtube membuat manusia lalai dari mengingat Allah, mengarahkan pada rusaknya nilai-nilai moral dan kemanusiaan, menghilangkan jati diri manusia, dan memalingkan manusia dari tujuan penciptaannya maka penggunaan Youtube yang demikian dapat ditolak (Shihab, 2013). Tantangan bagi manusia untuk mengarahkan penggunaan Youtube sebagai teknologi dalam hal media sosial dengan menjaga martabat manusia, memelihara nilai fitrah-fitrah manusia, serta dipadukan dengan nilai-nilai ketuhanan.

Manusia tidak pernah puas dalam mencari ilmu dan mengembangkannya. Di sisi lain, manusia juga tidak pernah puas dalam mencari harta. Adanya monetisasi Youtube menjadi konsekuensi atas naluri manusia dalam mengembangkan ilmu dan dalam hal mencari harta. Manusia berbeda dengan makhluk lainnya, manusia dibekali dengan akal dan nafsu yang mendorong diri manusia untuk selalu mengembangkan teknologi. Pengembangan teknologi digunakan untuk memanfaatkan anugerah Allah yang diberikan kepadanya. Oleh karena itu, kemajuan teknologi tidak dapat dicegah. Kemajuan ini dapat digunakan ke arah yang positif atau ke arah yang negatif tergantung pada akal dan nafsu yang dimiliki manusia. Manusia bisa menuruti nafsunya untuk mencari harta yang berlimpah dan mengembangkan teknologi yang bermanfaat atau membahayakan dirinya.

Monetisasi Youtube dipandang dari paradigma *maqashidi* bisa menjadi suatu usaha dalam perlindungan terhadap jiwa (*hifdz al-nafs*) dan *hifdz al-mal* (melindungi harta secara produktif). *Youtuber* yang

melakukan monetisasi Youtube berusaha untuk mencari pendapatan sebanyak-banyaknya dari usahanya dalam membuat konten. Pendapatan tersebut digunakan untuk kemaslahatan dirinya, keluarga, dan orang-orang yang bekerjasama dengannya. Sementara kehidupan pasca pandemi Covid19 ini merupakan masa yang sulit maka monetisasi Youtube dapat digunakan untuk penjagaan terhadap jiwa (*hifdz al-nafs*). Bisa dibayangkan, jika manusia di masa pandemi ini memaksakan diri untuk mencari pekerjaan yang dibatasi dengan protokol kesehatan dan banyak dilakukan pengurangan jumlah pekerja. Bagaimana dengan nasib dirinya dan keluarganya yang membutuhkan makan untuk hidup.

Di balik kemaslahatan dari monetisasi Youtube terdapat kemadharatan yang terjadi akibat kebijakan-kebijakan Youtube dalam menentukan persyaratan monetisasi Youtube. Kemadharatan ini dialami oleh pemilik konten yang tidak memenuhi persyaratan monetisasi yang ditetapkan oleh Youtube. Pemilik konten yang tidak bisa memonetisasi kontennya tidak mendapatkan penghasilan apapun. Sementara pihak Youtube tetap mendapatkan keuntungan dari diaksesnya konten tersebut oleh penonton. Kemadharatan yang lainnya yakni adanya perbedaan besaran monetisasi pada masing-masing wilayah. Akan tetapi, kemadharatan yang dialami oleh pemilik konten sudah ditetapkan berdasarkan kesepakatan yang disetujui oleh pemilik konten yang bersangkutan.

Simpulan

Monetisasi Youtube merupakan salah satu bentuk apresiasi yang diberikan oleh *Youtube Partner Program* (YPP) bagi pemilik kanal Youtube dengan beberapa ketentuan. Hal ini menjadi cara baru bahkan profesi baru dalam memperoleh penghasilan. Tentunya hal ini merupakan akibat dari adanya perkembangan teknologi dalam bidang media sosial. Di dalam Al-Qur'an tidak terdapat nash yang secara eksplisit menjelaskan tentang monetisasi Youtube atau cara perolehan uang dari media sosial maka wajar apabila hal ini menimbulkan pro dan kontra terkait kebolehan. Penulis menyimpulkan bahwa monetisasi Youtube dibolehkan karena

pendapatan yang dihasilkan dari Youtube membawa kemaslahatan bagi *Youtuber* dan orang-orang yang di sekitarnya juga bagi penontonnya. Monetisasi Youtube juga tidak menimbulkan kemudharatan selama kanal Youtube tersebut digunakan secara positif. Kemadharatan yang disebabkan oleh adanya monetisasi ini sebagai konsekuensi kesepakatan yang telah dilakukan oleh kedua belah pihak. Teknologi sejatinya diciptakan guna memberikan kemanfaatan bagi manusia. Nafsu manusia yang akan membuat penggunaan teknologi untuk kemaslahatan atau mendatangkan kemudharatan. Selama penggunaan Youtube berada pada sisi positif maka hal tersebut mendatangkan kemaslahatan. Setidaknya terdapat dua aspek maqashid dalam monetisasi Youtube yakni *hifz al nafs* dan *hifz al mal*.

Daftar Pustaka

- An-Najah TV. (2019). Ustadz Yahya Waloni Tantang Seluruh Pendeta Indonesia Debat !!! Ceramah terbaru. <https://www.youtube.com/watch?v=z8RSQhSKPdE>
- APJII. (2020). Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020. In Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (Vol. 2020). <https://apjii.or.id/survei>
- Arie Syantoso, Parman Komarudin, & Iman Setya Budi. (2018). Tafsir Ekonomi Islam Atas Konsep Adil Dalam Transaksi Bisnis. *Al-Iqtishadiyah : Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah*, 4(1), 20–39. <https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/IQT/article/view/1595>
- Arifin, F. (2019). Mubalig Youtube Dan Komodifikasi Konten Dakwah. *Al-Balagh : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 4(1), 91. <https://doi.org/10.22515/balagh.v4i1.1718>
- Bayu, D. J. (2020). Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Capai 196,7 Juta. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-capai-1967-juta#:~:text=Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa,9%25 dibandingkan pada 2018 lalu.&text=Riset dilakukan pada 2-25 Juni 2020.>

- Bella, A. (2020). Hasil Survei: Sembilan dari 10 Orang Indonesia Tonton YouTube Sebulan Sekali. 17 September 2020. <https://www.marketeers.com/hasil-survei-sembilan-dari-10-orang-indonesia-tonton-youtube-sebulan-sekali/>
- Darussalam, A. Z., Malik, A. D., & Hudaifah, A. (2017). Konsep Perdagangan dalam Tafsir Al-Mishbah (Paradigma Filsafat Ekonomi Qur'ani Ulama Indonesia). *Al Tijarah*, 3(1), 45. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v3i1.938>
- Djaman, F. (2021). Ogah Makan Hasil Youtube, Pendakwah Yahya Waloni: Mereka Kafir Semua. <https://makassar.terkini.id/ogah-makan-hasil-youtube-pendakwah-yahya-waloni-mereka-kafir-semua/>
- Enterprise, J. (2018). *Kitab Youtuber*. Elex Media Komputindo.
- Hairul, M. A. (2019). *Tafsir Al-Qur'an di YouTube*. Jurnal Ilmu-Ilmu Quran, 2(2), 89–106. <https://ejurnal.iiq.ac.id/index.php/alfanar>
- Hariato, P.-. (2018). Radikalisme Islam dalam Media Sosial (Konteks; Channel Youtube). *Jurnal Sosiologi Agama*, 12(2), 297. <https://doi.org/10.14421/jsa.2018.122-07>
- Hidayat, K. (2004). *Menafsirkan Kehendak Tuhan*. Teraju.
- Kom, D. S. S. (2016). *Rahasia Mendapat Dollar dari Youtube*. Elex Media Komputindo.
- Mustaqim, A. (2019). Argumentasi Keniscayaan Tafsir Maqashidi Sebagai Basis Moderasi Islam. *Pidato Pengukuhan Guru Besar Dalam Bidang Ulumul Qur'an*.
- Mutrofin, M. (2018). Dakwah Melalui Youtube: Tantangan Da'i di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Islam*, 8(2), 341–357. <https://doi.org/10.15642/jki.2018.8.2.341-357>
- Nurdin, F. (2020). Pandangan Al-Qur'an dan Hadits Terhadap Etos Kerja. *Jurnal Ilmiah Al-Mu'ashirah*, 17(1), 137–150.
- Setiawan, M. N. K. (2012). *Pribumisasi Al-Qur'an: Tafsir Berwawasan Keindonesiaan*. Kaukaba Dipantara.

- Shihab, M. Q. (2004). *Tafsir al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian al-Qur'an*. Mizan.
- Shihab, M. Q. (2013). *Wawasan Al-Qur'an: Tafsir Tematik atas Pelbagai Persoalan Umat*. Mizan.
- Telesonica. (2020). Jumlah pengguna unik YouTube di Indonesia capai 93 juta. 15 September 2020. <https://www.tek.id/tek/jumlah-pengguna-unik-youtube-di-indonesia-capai-93-juta-b1ZT79iPE>
- Ulya, H. (2019). Komodifikasi Pekerja pada Youtuber Pemula dan Underrated (Studi Kasus YouTube Indonesia). *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 1. <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.2.1-12>
- Wahidin, A. (2018). Prinsip Saling Rela dalam Transaksi Ekonomi Islam (Tafsir Analitis Surat An-Nisa' [4] Ayat 29). *Ad Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(02), 110. <https://doi.org/10.30868/ad.v2i02.352>
- World Health Organization. (2020). *Coronavirus*. https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1
- Youtube. (2020). *Ringkasan & persyaratan kelayakan Program Partner YouTube*. November 2020. <https://support.google.com/youtube/answer/72851?hl=id>