

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Persepsi

Persepsi seringkali digunakan untuk mengungkapkan pengalaman terhadap suatu benda ataupun suatu kejadian yang dialami. Telah dijelaskan di dalam kamus bahwa persepsi dianggap sebagai sebuah pengaruh ataupun kesan oleh benda yang semata-mata menggunakan pengamatan dan penginderaan. Persepsi ini didefinisikan sebagai proses yang menggabungkan dan mengorganisir data-data indra kita (penginderaan) yang kemudian dikembangkan sedemikian rupa sehingga kita dapat menyadari disekeliling kita, termasuk sadar akan diri kita sendiri.¹⁹

Persepsi merupakan awal proses penginderaan, yaitu suatu proses penerimaan stimulus individu dengan menggunakan alat indera dan dapat juga disebut proses sensorik. Namun proses ini tidak begitu saja kemudian berhenti, masih ada proses selanjutnya yaitu adanya stimulasi yang merupakan proses persepsi. Adapun definisi lain, bahwa persepsi adalah kemampuan untuk membedakan, mengelompokkan, memfokuskan perhatian pada suatu objek rangsangan. Persepsi dalam proses

¹⁹ Abdul Rahman Saleh, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Kencana, 2009).

penerimaan melibatkan interpretasi berdasarkan pengalaman terhadap suatu peristiwa atau objek.

Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah sebuah interpretasi terhadap segala sesuatu yang ada di lingkungan sekitar dengan menggunakan panca indra yang dimilikinya. Hasil intrepretasi itu berdasarkan pengamatan terhadap segala sesuatu yang ada di dalam lingkungannya. Secara singkat persepsi adalah proses pengintrepretasian sesuatu hal melalui pancaindra manusia.

Proses terjadinya persepsi diukur dari beberapa tahapan yaitu:

- 1) Tahap pertama adalah proses fisik, yaitu suatu proses penangkapan pada stimulus oleh alat indera manusia.
- 2) Tahap kedua dikenal dengan proses fisiologis, yaitu proses stimulasi yang kemudian melanjutkan kerjanya pada otak syaraf sensorik ke otak melalui panca indera manusia.
- 3) Tahap ketiga merupakan tahapan proses psikologi, yaitu proses dimana terjadi pada pusat kesadaran atau dalam otak. Kemudian terjadilah proses di otak sebagai pusat kesadaran sehingga individu menyadari apa yang dilihat, didengar, dan apa yang diraba.
- 4) Tahapan keempat hasil yang diperoleh persepsi yaitu beberapa tanggapan atau perilaku. Suatu proses akhir dalam perspsi sehingga disebut dengan hasil persepsi.

Respon sebagai akibat terjadinya persepsi yang diterima individu dari berbagai macam bentuk stimulus yang menghasilkan persepsi individ.²⁰

Persepsi terjadi dikarenakan adanya stimulus atau rangsangan yang hadir dari lingkungan sekitarnya melalui alat penginderaan dan saraf yang dimiliki seseorang. Kemudian diinterpretasikan agar suatu proses mempunyai arti bagi individu.

2. Pengertian Konten Kreator

Konten merupakan segala informasi yang terdapat di media internet atau media online. kreator adalah orang yang berkreasi. Jadi Kreator Konten adalah orang yang membuat segala jenis informasi di media internet atau online.²¹ Individu bisa disebut konten kreator karena ia mampu menghasilkan konten yang bahkan bukan orang yang paham teknologi. Maknanya, konten kreator tidak harus memahami metode edit video, brosur dan lainnya. Seorang *youtuber* bisa disebut konten kreator ketika bisa membuat konsep dan melaksanakan rekam video dan media penyalur informasi untuk penontonnya. Konten kreator memiliki tuntutan memahami perihal agar konten mereka sesuai konsumsi publik. Konten kreator bekerja profesional, tidak terikat perusahaan.

²⁰ Rahman Saleh.

²¹ Lathifah Edib, *Menjadi Kreator Konten Digital*, Edisi 1 (Yogyakarta: Diva Press, 2021), p. 7.

Konten Kreator adalah individu yang aktif membuat, menghasilkan, dan membagikan konten digital, seperti artikel, video, gambar, atau posting media sosial, dengan tujuan untuk menarik perhatian dan keterlibatan dari audiens mereka. Mereka seringkali menggunakan *platform* online seperti *youtube*, *instagram*, *facebook*, atau blog untuk mendistribusikan konten mereka kepada pengguna internet. Konten kreator bisa berasal dari berbagai latar belakang, seperti *blogger*, *vlogger*, *influencer*, *podcaster*, penulis, atau fotografer. Dalam era digital dan media sosial yang terus berkembang, peran konten kreator semakin penting dalam membentuk tren, menyampaikan informasi, dan memengaruhi opini dan perilaku orang-orang di seluruh dunia.

Konten kreator Facebook Pro adalah individu atau entitas yang menggunakan fitur dan alat-alat khusus yang disediakan oleh facebook untuk membuat, mengelola, dan memonetisasi konten yang dibagikan di *platform* facebook. Dengan status "*Pro*", mereka memiliki akses ke fitur-fitur tambahan yang tidak tersedia untuk pengguna reguler, yang memungkinkan mereka untuk mengoptimalkan kehadiran mereka di facebook dan meningkatkan potensi pendapatan melalui konten yang mereka hasilkan.

3. Media Sosial Facebook Pro

Media Sosial adalah medium diinternet yang memungkinkan pengguna untuk merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.²²

Facebook adalah sebuah *platform* media sosial yang didirikan oleh Mark Zuckerberg dan rekan-rekannya pada tahun 2004. Facebook telah berkembang menjadi salah satu situs web yang paling populer di dunia dengan lebih dari miliaran pengguna aktif. Data dunia menunjukkan bahwa sosial media Facebook merupakan media sosial nomor satu dengan pengguna aktif pada saat ini. Diikuti oleh *Facebook Messenger* dan *WhatsApp* di tempat kedua dan ketiga, yang merupakan cabang perusahaan utama Facebook.²³

Facebook memungkinkan pengguna untuk membuat profil pribadi, berbagi konten seperti foto, video, dan status, berinteraksi dengan teman-teman melalui komentar dan "like", serta bergabung dalam grup atau mengikuti halaman tertentu yang menarik minat mereka. Selain itu, Facebook juga menyediakan berbagai fitur untuk bisnis

²² Rulli Nasrullah, *Media Sosial* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), p. 13.

²³ Ayu Oktaviani, Anwar Maulana, and Ricky Firmansyah, 'Peranan Media Sosial Facebook Dalam Meningkatkan Komunikasi Pemasaran Di Era Digital', *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2.2 (2023), 143–50 (p. 144).

dan pemilik merek, seperti halaman bisnis, iklan yang disesuaikan, dan alat analitik untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan interaksi dengan audiens.

Facebook Pro adalah versi yang ditingkatkan dari *platform* media sosial Facebook yang ditujukan untuk pengguna yang menggunakan *platform* untuk tujuan bisnis atau profesional. Facebook telah mengembangkan berbagai fitur dan alat khusus yang dirancang untuk membantu bisnis dan konten kreator dalam memaksimalkan kehadiran dan pendapatan mereka di *platform*. Perkembangan Facebook Pro mencakup:

- a. Pengenalan fitur-fitur khusus, seperti fitur monetisasi untuk konten kreator yang memungkinkan mereka untuk menghasilkan pendapatan langsung dari konten yang dibagikan.
- b. Peningkatan alat analitik dan pemetaan untuk membantu bisnis dalam memahami perilaku pengguna dan meningkatkan strategi pemasaran mereka.
- c. Dukungan khusus dan pelatihan untuk bisnis dan konten kreator yang ingin memaksimalkan potensi *platform*.

Facebook Pro bertujuan untuk memberikan solusi yang lebih canggih dan terfokus bagi pengguna yang menggunakan Facebook untuk keperluan profesional atau bisnis, dengan menawarkan fitur-fitur yang lebih kuat dan

alat-alat yang lebih efektif untuk mencapai tujuan bisnis mereka.

4. Syarat dan Cara Daftar Facebook Pro

a. Syarat Daftar Facebook Pro

- 1) Minimal berumur 18 tahun.
- 2) Memiliki banyak teman/pengikut.
- 3) Sering membuat postingan, contohnya Reels.
- 4) Akun Facebook sudah dihubungkan dengan Instagram.
- 5) Untuk monetasi, siap untuk memenuhi syarat yang diperlukan seperti memiliki 1000 pengikut dalam 60 hari.²⁴

b. Cara Daftar Facebook Pro

- 1) Buka aplikasi Facebook, kemudian pastikan sudah memiliki minimal 1000 *followers*.
- 2) Klik menu profil.
- 3) Klik titik tiga (...).
- 4) Pilih aktifkan mode Profesional.
- 5) Klik aktifkan

Tanda akun Facebook sudah beralih ke Facebook pro adalah fitur pertemanan berubah menjadi pengikut. Di dasbor profesional kita bisa melihat fitur2 mode profesional. Untuk menghasilkan uang maka creator perlu

²⁴ kumparan.com, 'Syarat Mode Profesional Facebook Dan Cara Mengaktifkannya' <<https://kumparan.com/berita-terkini/syarat-mode-profesional-facebook-dan-cara-mengaktifkannya-2213m8NNSdt>>. [Diakse, 29 Juli 2024]

mempelajari ketentuan setiap fitur untuk diaktifkan monetisasinya. Jika syarat setiap fitur sudah terpenuhi maka fitur tersebut bisa diaktifkan.

5. Langkah Mengaktifkan Akun Pembayaran

- 1) Buka dasbord Profesional.
- 2) Klik fitur monetisasi.
- 3) Klik siapkan.
- 4) Klik “Siapkan akun pembayaran”.
- 5) Isi identitas, kemudian klik selanjutnya.
- 6) Masukkan info bisnis “pilih Negara dan jenis bisnis perorangan” Klik selanjutnya
- 7) Masukkan nomor (Tin/NPWP), Nomor registrasi PPN (Optional), Centang kotak dialog, dan klik selanjutnya.
- 8) Pilih metode pembayaran “rekening secara manual/paypal”.
- 9) Isi informasi rekening (nama bank, nama pemilik, serta *swift kode*).
- 10) Tambahkan informasi pajak.
- 11) Klik next.
- 12) Pilih negara sesuai tempat tinggal.
- 13) Klik next.
- 14) Klik submit, klik done.
- 15) Fitur pembayaran sudah aktif.²⁵

²⁵ Icha Nasichah, ‘Aktifkan Mode Profesional Facebook’, 1 Mei 2023 <<https://youtu.be/Cu7gbnmnrKc?si=3I8WUr-NwK9nKL3x>>. [Diakses, 30 Juli 2024]

6. Kebijakan Fitur Monetisasi Facebook Pro

Monetisasi adalah sebuah metode menghasilkan uang dari konten yang kamu buat. Dalam konteks *Facebook Pro*, fitur-fitur monetisasi seperti monetisasi video, langganan penggemar, atau berlangganan di facebook gaming adalah beberapa cara di mana para pembuat konten bisa mendapatkan penghasilan dari karya mereka.

Berikut kebijakan bergabung menjadi mitra Facebook Pro²⁶:

- 1) Membuat konten di *platform* yang memenuhi syarat. Profil facebook selain mode profesional tidak memenuhi syarat untuk produk dan fitur monetisasi. Maka untuk bisa menghasilkan uang dari facebook konten kreator harus merubah akun menjadi mode profesional.
- 2) Tinggal di Negara yang memenuhi syarat. Konten kreator harus tinggal dinegara yang memenuhi syarat dimana produk atau fitur tersebut tersedia.
- 3) Mematuhi standar komunitas. Aturan ini berlaku untuk semua postingan dan interaksi di Facebook, termasuk aturan yang melarang ujaran kebencian, ajakan melakukan tindak kekerasan, konten seksual, perilaku

²⁶ Facebook.com, "Kebijakan Monetisasi Mitra", 2024. <https://web.facebook.com/business/help/169845596919485?id=2520940424820218&wtsid=rdr_0dqVTtpNeboiJmHlf&_rdc=1&_rdr>.[Diakses, 18 Maret 2024]

tidak autentik. Jika aturan tersebut dilanggar maka akan dicabut kelayakannya untuk memenuhi monetisasi.

- 4) Mematuhi kenijakan monetisasi konten. Konten yang dimonetisasi harus lulus level standar komunitas.
- 5) Membagikan konten yang *authentic*. Jika konten tersebut merupakan berita palsu atau disinformasi maka standar kelayakan akan dicabut.
- 6) Membagikan konten asli. Konten yang tidak asli atau yang diproduksi ulang tanpa peningkatan signifikan tidak bisa dimonetisasi.
- 7) Membangun eksistensi yang kuat.
- 8) Mematuhi aturan kami untuk politisi dan pemerintah.
- 9) Memenuhi standar kelayakan dan kriteria fitur yang harus dipenuhi.

7. Cara Mendapatkan Uang Dari Facebook Pro

Terdapat berbagai cara untuk mendapatkan uang dari Facebook Pro, yang dikenal sebagai monetisasi, berikut produk monetisasi yang tersedia di perangkat seluler antaranya meliputi:²⁷

a. Monetisasi Video Reels

Konten kreator dapat memonetisasi video mereka dengan menempatkan iklan di dalam video *Reels* mereka. Untuk mendapatkan kelayakan video *reels*

²⁷ Facebook.com, "Produk Monetisasi Yang Tersedia Di Perangkat Seluler".2024. <<https://web.facebook.com/business/help/540055137679569?id=1163964424398153>> [accessed 18 March 2024].

bisa dimasukan iklan oleh Facebook maka akun tersebut harus memenuhi kebijakan monetisasi yang harus dipenuhi sebagai syarat monetisasi video *reels*. Pendapatan dari iklan akan dibagikan antara konten kreator dan Facebook.

Cara menggunakan iklan di facebook *reels* yaitu facebook akan meninjau halaman atau profil anda untuk memastikan kesesuaiannya dengan kebijakan monetisasi mitra dan kebijakan monetisasi konten. Saat proses peninjauan selesai anda akan diberi tahu melalui email, di *Meta Business Suite* dan *Dasbor Profesional*. Setelah disetujui, Anda memenuhi syarat untuk mulai memperoleh penghasilan melalui Iklan di Facebook *Reels*. Kreator akan menerima undangan dari saluran Facebook atau Meta resmi dan dalam produk, seperti aplikasi Facebook, *Meta Business Suite*, *Creator Studio*, dan *Dasbor profesional*.

Berikut ini cara agar anda memenuhi syarat untuk mulai menghasilkan uang dengan Iklan di Facebook *Reels* yaitu²⁸

- 1) Harus menggunakan halaman, halaman baru, atau mode profesional untuk profil. Pelajari selengkapnya tentang jenis halaman dan profil.

²⁸ Facebook.com, "Undangan Untuk Menggunakan Iklan Di Reels", 2024. <<https://web.facebook.com/business/help/686805875660832?id=376980407544978>> [Diakses,18 March 2024].

- 2) Harus lulus dan tetap mematuhi kebijakan monetisasi mitra dan kebijakan monetisasi konten facebook.
 - 3) Berusia minimal 18 tahun.
 - 4) Tinggal di salah satu negara/wilayah yang termasuk dalam persyaratan.
- b. Donasi/bintang

Penggemar atau pengikut konten kreator dapat memberikan donasi sebagai dukungan atas konten yang mereka nikmati. Fitur monetisasi star disebut fitur bonus. Adapun kebijakannya, pengikut dapat memberikan donasi kepada konten kreator sebagai bentuk dukungan atas konten yang mereka nikmati. Pengguna juga dapat memberikan bintang sebagai bentuk apresiasi. Biasanya bintang ini memiliki nilai dolar yang diberikan pada kolom komentar oleh pengikut sebagai bentuk apresiasi dari *audience* tanpa ada paksaan. Untuk setiap bintang yang diterima, Meta akan membayar sebesar \$0,01 USD jika creator memenuhi kriteria kelayakan program dan telah menyiapkan informasi pembayaran²⁹. Jika pengguna tidak memenuhi kriteria kelayakan program, maka

²⁹Facebook, 'Cara Menyiapkan Bintang Facebook Di Komputer' <<https://web.facebook.com/business/help/1061366960881079?id=2514811085399429>> [Diakses 18 Maret 2024].

masih bisa menerima hadiah dan Bintang dari penggemar.

c. Fitur Bonus

Melalui fitur bonus konten kreator dapat meningkatkan pendapatan sebagai kreator dengan program bonus kerja. Konten kreator bisa mengaktifkan fitur ini jika sudah mendapatkan undangan dari Meta Facebook. Agar memenuhi syarat untuk dapat memenuhi undangan maka halaman dan konten harus mematuhi kebijakan monetisasi, fokus menjangkau orang banyak, tingkatkan interaksi. Dengan bonus kinerja konten kreator mendapatkan hadiah berdasarkan pencapaian.

d. Iklan in-stream

Fitur iklan *in-Stream* adalah iklan gambar atau video yang diputar sebelum, selama, atau setelah video. Iklan *in-stream* muncul di tengah konten video yang ditonton pengguna. Pendapatan dari iklan ini dibagikan antara konten kreator dan Facebook. Konten kreator dapat memonetisasi video mereka dengan menempatkan iklan di dalamnya, yang akan memberikan pendapatan berdasarkan jumlah tayangan atau klik.

Beberapa kriteria kelayakan di antaranya adalah³⁰:

1) Profil setidaknya memiliki 5000 pengikut.

Facebook mensyaratkan konten kreator untuk memiliki jumlah pengikut tertentu di halaman mereka sebelum memenuhi syarat untuk memonetisasi video. Jumlah minimum pengikut ini dapat bervariasi tergantung pada kebijakan Facebook yang berlaku.

2) Mematuhi kebijakan Monetisasi Konten Facebook.

Video yang diajukan untuk dimonetisasi harus mematuhi kebijakan dan pedoman komunitas Facebook. Mengikuti segala aturan dan kebijakan dari monetisasi Facebook. Kebijakannya beragam, mulai dari pembatasan konten yang tidak boleh berisi kekerasan, pornografi, sampai memastikan kalau konten yang diunggah tidak melanggar hak cipta. Konten yang melanggar kebijakan ini tidak akan memenuhi syarat untuk dimonetisasi.

3) Tinggal dinegara yang memenuhi syarat.

Iklan instream didukung dinegara/ wilayah berikut: Argentina, Australia, Austria, Bangladesh, Belgia, Bolivia, Brasil, Kanada, Cile, Kolombia, Denmark, Republik Dominika, Ekuador, Mesir, El

³⁰ Facebook.com, "Syarat Untuk Iklan In-Stream Facebook", 2024. <<https://web.facebook.com/business/help/2291268164468048?id=1200580480150259>> [Diakses, 18 March 2024].

Salvador, Prancis, Jerman, Guatemala, Honduras, Hongkong, India, Indonesia, Irak, Irlandia, Israel, Italia, Jepang, Yordania dll.

Kriteria konten:

- a) Video yang memenuhi syarat, termasuk *on-demand*, siaran langsung, dan sebelumnya disiarkan langsung, telah dilihat setidaknya 60.000 menit dalam 60 hari terakhir. Konten kreator juga harus mencapai jumlah tayangan video tertentu dalam periode waktu tertentu sebelum memenuhi syarat untuk memonetisasi. Ini bertujuan untuk memastikan bahwa konten kreator memiliki basis penggemar atau audiens yang cukup besar untuk mendukung monetisasi.
- b) Telah membagikan setidaknya 5 video yang memenuhi syarat dalam 30 hari terakhir yang *on-demand*, siaran langsung atau sebelumnya disiarkan langsung.

Dengan memenuhi syarat-syarat ini, konten kreator dapat memperoleh hak untuk memonetisasi video mereka di *platform* Facebook Pro, sehingga mereka dapat menghasilkan pendapatan dari konten yang mereka bagikan kepada pengikut mereka. Inilah beberapa cara umum di mana konten kreator dapat

menghasilkan uang dari Facebook Pro, dengan memanfaatkan berbagai fitur monetisasi yang tersedia.

8. Prinsip-Prinsip Ekonomi Syari'ah

Menurut Sjaechul Hadi Poernomo sebagaimana dikutip oleh Abd. Shomad, beberapa prinsip ekonomi Islam, yaitu ³¹:

a. Prinsip Keadilan

Prinsip ini mencakup seluruh aspek kehidupan. Prinsip keadilan menekankan keseimbangan dalam pembagian hak dan kewajiban serta mencegah ketidakadilan dalam transaksi. Keadilan dalam transaksi ekonomi adalah prinsip yang menekankan pentingnya memastikan adanya kesetaraan, kejujuran, dan saling menguntungkan dalam segala bentuk pertukaran nilai (Marina et al., 2019).³² Menurut prinsip ini, Facebook Pro sebagai platform harus memberikan informasi yang jelas terkait dengan aturan monetisasi dan memastikan bahwa kreator diberi imbalan sesuai dengan kontribusinya.

Keadilan dalam monetisasi juga berarti setiap kreator, terlepas dari popularitasnya, seharusnya

³¹ Abdullah.AF1, Abd. Wahab2, Rahmawati, 'Prinsip-Prinsip Ekonomi Syari'ah', Al-Mikraj: Jurnal Studi Islam dan Humaniora, 4.1 (2023), 82-97 (p.90)

³² Muhammad Syahrul Hidayat, Qomarul Huda, 'Konsep *Fairness* Dalam Etika Bisnis Islam: Kajian Literatur Terhadap Praktik Distribusi Dan Keadilan Ekonomi', JEKIS: Jurnal Ekonomi Islam, 1.2 (2023), 17-31 (P.20)

memiliki akses yang sama terhadap peluang monetisasi, asalkan mereka mematuhi standar yang ditetapkan. Kejujuran dalam laporan penghasilan serta penghindaran dari praktik yang merugikan salah satu pihak mencerminkan prinsip ini.

b. Prinsip *al-ihsan* (berbuat kebaikan)

Pemberian manfaat kepada orang lain lebih dari pada hak orang lain. Gagasan kebajikan (*ihsan*) juga menggambarkan perilaku yang berusaha untuk membantu orang lain lebih banyak dan tidak mengecewakan atau merugikan mereka³³. Prinsip ini mengajarkan bahwa transaksi harus membawa manfaat lebih besar bagi pihak lain, bukan hanya untuk diri sendiri.

c. Prinsip *al-Mas'uliyah* (pertanggung jawaban)

Prinsip yang meliputi berbagai aspek, yakni pertanggung jawaban antara individu dengan individu (*Mas'uliyah al-afrad*), pertanggung jawaban dalam masyarakat (*Mas'uliyah al-muj'tama*), manusia dalam masyarakat diwajibkan melaksanakan kewajibannya demi terciptanya kesejahteraan anggota masyarakat secara keseluruhan, serta tanggung jawab pemerintah

³³ Putri Sri Lestari, Dedah Jubaedah, 'Prinsip-Prinsip Umum Etika Bisnis Islam', J-ALIF : Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah dan Budaya Islam, 8.2, (2023), 220-232, (P.229)

(*Mas'uliyah al-daulah*), tanggung jawab ini berkaitan dengan baitul mal.

Selain itu, sebagai individu yang memanfaatkan fitur monetisasi, mereka harus bertanggung jawab kepada diri mereka sendiri untuk terus berinovasi dan menjaga kualitas konten agar dapat memenuhi syarat monetisasi yang ditetapkan oleh platform. Ini juga sejalan dengan tanggung jawab moral dalam memastikan bahwa konten yang dihasilkan tidak hanya mengejar keuntungan semata, tetapi juga memiliki nilai positif bagi audiens. Konten kreator bertanggung jawab untuk menjaga etika dalam konten mereka agar tidak memicu keresahan sosial atau menyebarkan informasi yang tidak benar.

Prinsip *al-Mas'uliyah* ini menekankan pentingnya pertanggungjawaban moral dan sosial dalam setiap langkah yang diambil kreator, selaras dengan tujuan ekonomi syariah yang lebih luas: menciptakan kesejahteraan dan keadilan di dalam masyarakat.

d. Prinsip *al-kifayah* (*sufficiency*)

Tujuan pokok dari prinsip ini adalah untuk membasmi kefakiran dan mencukupi kebutuhan primer seluruh anggota dalam masyarakat. Dalam konteks monetisasi di Facebook Pro, prinsip ini dapat dihubungkan dengan bagaimana konten kreator

memanfaatkan platform untuk mencapai kecukupan finansial, sekaligus memberikan kontribusi positif kepada masyarakat.

e. Prinsip keseimbangan/prinsip *wasathiyah* (keseimbangan)

Syariat Islam mengakui hak pribadi dengan batas-batas tertentu. Syariat menentukan keseimbangan kepentingan individu dan kepentingan masyarakat. Dalam konteks monetisasi Facebook Pro, prinsip ini mengacu pada bagaimana konten kreator dapat menyeimbangkan antara mengejar keuntungan pribadi melalui pendapatan dari konten yang dihasilkan dan memberikan manfaat positif bagi komunitas atau masyarakat luas.

Salah satu ayat Al-Qur'an yang mendukung prinsip Wasathiyah (keseimbangan) antara kepentingan pribadi dan kepentingan masyarakat dalam konteks ekonomi dan transaksi adalah:

Surah Al-Baqarah (2:143)

وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ وَيَكُونَ الرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيدًا ...

“Dan demikian (pula) Kami telah menjadikan kamu (umat Islam), umat yang adil dan pilihan agar kamu menjadi saksi atas (perbuatan) manusia dan agar

Rasul (Muhammad) menjadi saksi atas (perbuatan) kamu...”

Ayat ini menekankan pentingnya keseimbangan (*wasathiyah*) sebagai karakteristik umat Islam yang berfungsi sebagai saksi atas perilaku manusia. Dalam konteks monetisasi Facebook Pro, ayat ini mengingatkan bahwa keseimbangan antara kepentingan pribadi (menghasilkan pendapatan) dan kepentingan masyarakat (memberikan manfaat melalui konten yang bermanfaat) merupakan aspek penting dalam menjalankan peran sosial dan ekonomi.

Selain itu, Hadis Nabi Muhammad SAW juga menekankan pentingnya keseimbangan:

Hadis Riwayat Al-Bukhari dan Muslim:

“Sebaik-baik perkara adalah yang pertengahan.”

Hadis ini mengajarkan agar umat Islam selalu menjaga keseimbangan dalam segala hal, termasuk dalam urusan bisnis dan transaksi. Ini sangat relevan dalam konteks konten kreator yang harus menyeimbangkan antara keuntungan pribadi dari monetisasi dan nilai sosial yang mereka kontribusikan kepada masyarakat.

f. Prinsip Kejujuran dan Kebenaran.

Prinsip ini merupakan sendi akhlak karimah. Prinsip ini tercermin dalam: Prinsip transaksi yang dilarang, akad transaksi harus tegas, jelas, dan pasti. Baik benda yang menjadi objek akad, maupun harga barang yang diakadkan itu. Sebagaimana sabda Rasulullah Saw., *“tidak boleh membahayakan (merugikan) diri sendiri dan tidak boleh membahayakan (merugikan) pihak lain”*

Prinsip mengutamakan kepentingan sosial. Prinsip ini menekankan pentingnya kepentingan bersama yang harus didahulukan tanpa menyebabkan kerugian individu. Sebagaimana kaidah *fiqhiyyah*:¹³ *“bila bertentangan antara kemaslahatan sosial dengan kemashalatan individu, makam diutamakan kepentingan sosial”*.

g. Prinsip manfaat.

Objek transaksi harus memiliki manfaat, transaksi terhadap objek yang tidak bermanfaat menurut syariat dilarang. Objek atau barang yang ditransaksikan harus memberikan manfaat bagi kemanusiaan, bukan justru membawa dampak kerusakan (Mardani, 2015)³⁴.

³⁴ Misbahul Ulum. 'Prinsip-Prinsip Jual Beli *Online* Dalam Islam Dan Penerapannya Pada *E-Commerce* Islam Di Indonesia', Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis, 17.01, (2020), 49-64, (p.53)

Dalam konteks konten kreator yang memonetisasi karyanya di Facebook Pro, konten yang dibuat harus memberikan manfaat bagi audiens, baik dalam bentuk hiburan yang sehat, informasi yang berharga, atau pendidikan.

Ayat Al-Qur'an yang mendukung prinsip manfaat adalah:

Surah Al-Baqarah (2:195): *تَقُوا اللَّهَ سُبُلَ فِي وَأَنْفِقُوا ۖ وَالْحَسَنُ اللَّهُ إِنَّ ۖ وَأَحْسِنُوا لَتَهْلِكَ إِلَيْ بِأَيْدِيكُمْ* "Dan belanjakanlah (hartamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah; sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik."

Ayat ini menekankan pentingnya memberikan manfaat dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam transaksi ekonomi. Dalam konteks monetisasi konten, konten yang dihasilkan harus memiliki nilai positif dan memberikan manfaat bagi audiens.

h. Prinsip tidak ada paksaan

Setiap orang memiliki kehendak yang bebas dari menetapkan akad, tanpa tunduk kepada pelaksanaan transaksi apapun, kecuali hal yang harus dilakukan oleh norma keadilan dan kemaslahatan masyarakat.

Dalam konteks monetisasi Facebook Pro Kreator di platform Facebook Pro harus memiliki kebebasan

penuh untuk memutuskan apakah mereka ingin memonetisasi konten mereka atau tidak. Tidak boleh ada unsur paksaan dari pihak platform atau pihak ketiga yang memaksa kreator untuk mengikuti skema monetisasi tertentu yang mungkin tidak mereka setujui atau tidak sesuai dengan etika mereka.

Platform seperti Facebook Pro juga memiliki tanggung jawab untuk menerapkan kebijakan monetisasi yang seimbang, yang menjaga hak kreator sambil tetap mempertahankan nilai-nilai sosial yang positif dan adil.

Salah satu hadis yang mendukung prinsip ini adalah:

Hadis Riwayat Abu Daud dan Ibnu Majah:
"Sesungguhnya jual beli harus dilakukan dengan suka sama suka (an taradhin)."

Hadis ini menegaskan bahwa transaksi hanya sah jika kedua belah pihak sepakat tanpa ada unsur paksaan. Dalam konteks konten kreator, hal ini berarti kreator harus dengan sukarela dan tanpa paksaan setuju untuk memonetisasi konten mereka berdasarkan syarat-syarat yang adil.

B. Kerangka Konseptual

Bagan kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

