

Analisis Persepsi Konten Kreator Tentang Fitur Monetisasi Facebook Pro dan Kesesuaian dengan Prinsip Ekonomi Syariah

Erex Yofanra¹, Supardi Mursalin², Katra Pramadeka³

¹²³Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

erex.yofanra@mail.uinfabengkulu.ac.id, supardi@mail.uinfabengkulu.ac.id,

katra.pramadeka@mail.uinfabengkulu.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the Perception of Facebook Pro Content Creators towards the Monetization Features provided by Facebook Pro. To determine the suitability of Facebook Pro Content Creators' perceptions and sharia economic principles in the context of monetization on the Facebook Pro platform. Qualitative approach type. The results of the Content Creator Perception study of the Facebook Pro monetization feature are generally positive. This feature provides additional income opportunities that are beneficial, especially for housewives and Facebook Pro users who have monetized by uploading consistent, interesting content that is widely liked by other users. The existence of Monetization Features such as in-stream ads, Reels Ads, Donations, and Bonuses can help improve the welfare of both financial and non-financial creators. Compliance with Sharia Economic Principles, such as fairness, transparency, and benefits, are generally met in the Facebook Pro monetization feature. However, some aspects such as uncertainty in revenue sharing or conditions that are not fully understood by creators need to be improved to be more transparent and in accordance with sharia values.

Keywords: *Content Creator Perception, Monetization Features, Sharia Economic Principles*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Persepsi Konten Kreator Facebook Pro terhadap Fitur Monetisasi yang disediakan oleh Facebook Pro. Untuk Mengetahui kesesuaian persepsi Konten Kreator Facebook Pro dan prinsip ekonomi syariah dalam konteks monetisasi di platform Facebook Pro. Jenis pendekatan kualitatif. Hasil penelitian Persepsi Konten Kreator terhadap fitur monetisasi Facebook Pro umumnya positif. Fitur ini memberikan peluang pendapatan tambahan yang bermanfaat, terutama bagi ibu rumah tangga dan pengguna facebook pro yang sudah monetisasi dengan mengunggah konten yang konsisten, menarik dan banyak disukai oleh pengguna lainnya. Adanya Fitur-fitur Monetisasi seperti iklan in-stream, Iklan Reels, Donasi, dan Bonus dapat membantu dalam meningkatkan kesejahteraan baik secara finansial maupun non financial kreator. Kesesuaian dengan Prinsip Ekonomi Syariah, seperti keadilan, transparansi, dan manfaat, secara umum terpenuhi dalam fitur monetisasi Facebook Pro. Namun beberapa aspek seperti ketidakpastian dalam pembagian pendapatan atau syarat yang tidak sepenuhnya dipahami oleh kreator perlu diperbaiki agar lebih transparan dan sesuai dengan nilai-nilai syariah.

Kata Kunci: *Persepsi Konten Kreator, Fitur Monetisasi, Prinsip Ekonomi Syariah*

PENDAHULUAN

Dunia saat ini mengalami revolusi industri ke empat, yang dimulai pada tahun 2000an dengan adanya kemunculan internet. Revolusi ini lebih terkoordinasi inovasi modern dimana mesin-mesin yang baru ditemukan bekerja secara mandiri, namun memungkinkan interaksi semua sarana produksi secara *real time*. Digitalisasi di era revolusi industri 4.0 tidak hanya mencakup pemanfaatan teknologi komputer dan inovasi web untuk menyampaikan pesan, namun internet dapat berperan sebagai kumpulan data untuk menggambarkan perubahan pasar yang sedang terjadi (Asiati, 2019).

Pada era revolusi industri 4.0 ini kecakapan pengguna dalam memanfaatkan media digital sangatlah penting, karena masyarakat harus mengikuti perkembangan dari zaman ke zaman. Salah satunya yaitu profesi *content creator* yang mengutamakan visual dan video yang menjadi elemen penting dalam menyampaikan pesan atau interaksi secara online melalui konten. *Content creator* merupakan *brand* yang menyebarkan data yang ditransformasikan kedalam suatu foto, video serta tulisan yang dapat disebut sebagai konten (Amelia, 2018). Media sosial yang mengutamakan konten yaitu Youtube, Snack Video, Facebook, Instagram, Joox, Tiktok, Like it, Likee, Twitter dan lainnya. Facebook menjadi bukti peningkatan inovasi data yang dibuktikan dengan kemajuan aplikasi ini. Karena pada saat ini facebook sudah tersedia dalam mode profesional. Dimana dalam mode ini, orang-orang yang memiliki akun facebook dapat menyalurkan bakat dan minatnya. Karya yang mereka posting akan diapresiasi dalam bentuk gaji oleh metabisnis apabila akun tersebut memenuhi kebijakan dan persyaratan monetisasi. Oleh karena itu saat ini pekerjaan sebagai *content creator* Facebook Pro sangat diminati oleh banyak orang. Ada yang menekuni pekerjaan sebagai konten creator, ada juga pengguna yang membuat konten untuk membantu penghasilan tambahan dengan mengshare karya, pekerjaan, ilmu dan hobi mereka. Konten yang mereka buat juga sangat bermacam-macam, menyesuaikan kesibukan, pekerjaan dan hobi penggunanya seperti konten kehidupan sehari-hari, memasak untuk pengguna ibu rumah tangga, konten pendidikan seperti mengajar yang bekerja sebagai guru ataupun pendidik, kuliner untuk yang hobi makan, travelling, make up, hiburan, mengenalkan Bahasa, komedi dan lain-lain. Dengan mode profesional ini bisa lebih membangun eksistensi publik sebagai kreator, dapat mengakses serangkaian fitur profesional, produk monetisasi, dan fitur keamanan yang lebih ditingkatkan.

Fenomena terhadap pergeseran paradigma dalam industri konten digital, khususnya di *platform* media sosial seperti facebook terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah individu yang memanfaatkan *platform* ini sebagai sarana untuk menyebarkan konten kreatif mereka (Data penggunaa facebook di Indonesia). Fenomena ini mendorong Facebook untuk mengembangkan fitur-fitur khusus, seperti Fitur Monetisasi, yang memungkinkan konten kreator untuk menghasilkan pendapatan langsung dari konten mereka. Fitur monetisasi adalah konversi sesuatu menjadi sebuah sumber penghasilan. Proses yang awalnya tidak menghasilkan pendapatan dapat diubah menjadi uang dilakukan melalui website,

aplikasi, dan lainnya. Monetisasi facebook ini mirip dengan monetisasi youtube karena sama-sama berkaitan dengan mengunggah konten (video) sebagai persyaratan tertentu untuk bisa mendaftar. Ketika sudah diterima monetisasi facebook ini maka akan muncul iklan di video yang kita unggah sehingga dari sinilah pendapatan akan bisa diperoleh.

Namun ada pemikiran Ibnu Qudamah, Ulama madzhab Hambali, yang menyebutkan bahwa ada unsur *gharar* (untung-untungan, spekulasi, penipuan) pada ju'alah dikarenakan adanya ketidakjelasan di dalamnya dari segi pemberian upah. Dimana unsur *gharar* ini dilarang dalam kegiatan muamalah karna termasuk perjudian (Jannatul,2023). Oleh karena itu, dari penjelasan diatas dapat dilihat adanya hubungan secara substansi dengan pembuatan konten-konten di facebook, dimana kreator mendapatkan imbalan atau upah dari penontonnya melalui komen yang berbentuk *gift* bintang dan juga upah yang didapatkan dari iklan yang disisipkan oleh pihak Facebook Profesional di video yang diunggah oleh *creator*. Semakin banyak jumlah tayangan dan jumlah pengikut maka uang yang dihasilkan juga semakin banyak. Namun bila diperhatikan lagi sistem monetisasi ini juga mengandung unsur *gharar* yaitu ketidakjelasan pemberian upah dari iklan di video yang diunggah. Seiring dengan perkembangan tersebut, timbul pertanyaan mengenai bagaimana persepsi para konten kreator terhadap penggunaan fitur-fitur monetisasi ini, serta sejauh mana kesesuaian praktik monetisasi dengan prinsip-prinsip ekonomi Syariah. Di satu sisi, terdapat fakta empiris yang menunjukkan bahwa banyak konten kreator merasa tertarik untuk memanfaatkan fitur-fitur monetisasi tersebut sebagai sumber pendapatan tambahan. Namun, di sisi lain, terdapat pula kekhawatiran terkait dengan aspek kehalalan dalam praktik monetisasi ini, terutama dalam konteks prinsip-prinsip ekonomi Syariah yang mengatur transaksi finansial.

Sehingga kita harus memperhatikan fenomena sosial yang sedang terjadi di industri konten digital ini, kebutuhan akan pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan antara fitur monetisasi dan prinsip ekonomi Syariah menjadi semakin penting. Prinsip-prinsip dan kaidah transaksi dalam ekonomi Syariah adalah bahwa seseorang muslim yang akan bertransaksi harus sesuai dengan norma-norma ekonomi Syariah yang sudah dicontohkan oleh Nabi kita Muhammad SAW, lewat Al-Hadits, supaya mendapatkan kesejahteraan dunia dan Akhirat (Falah Fidunya dan Falah Fil Akhirat). Dengan permasalahan tersebut membuat saya tertarik memilih topik penelitian ini karena saya tertarik pada isu-isu yang berkaitan dengan persepsi konten kreator terhadap fitur monetisasi Facebook Pro dan kesesuaiannya dengan prinsip ekonomi syariah. Dari penemuan masalah diatas, maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih lanjut melalui penelitian yang berjudul "Analisis Persepsi Konten Kreator Tentang Fitur Monetisasi Facebook Pro Dan Kesesuaian Dengan Prinsip Ekonomi Syariah".

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Bertujuan untuk mendeskripsikan apa-apa yang terjadi sebagaimana mestinya pada saat penelitian dilakukan. Penelitian deskriptif adalah Penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat sekarang (Sudjana, 2001).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif yaitu pengumpulan data yang berbentuk kata-kata atau gambar-gambar, sehingga tidak menekankan pada angka. Data yang terkumpul setelah dianalisis selanjutnya dideskripsikan sehingga mudah dipahami oleh orang lain (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran, menguraikan dan menafsirkan keadaan yang ada terkait persepsi konten kreator terhadap fitur monetisasi Facebook Pro Di Provinsi Bengkulu.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Bintuhan, Kecamatan Kaur Selatan, Kabupaten Kaur, Provinsi Bengkulu. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada hasil observasi awal yang menunjukkan bahwa wilayah tersebut memiliki jumlah konten kreator Facebook Pro yang cukup signifikan dan telah memanfaatkan fitur monetisasi. Kondisi ini menjadikan Kota Bintuhan sebagai lokasi yang relevan untuk mengkaji persepsi konten kreator terhadap fitur monetisasi Facebook Pro serta praktik penggunaannya dalam konteks ekonomi syariah.

Pelaksanaan penelitian dilakukan dalam rentang waktu 26 September hingga 26 Oktober 2024. Jangka waktu tersebut dinilai memadai untuk melakukan pengumpulan data secara mendalam melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dengan waktu penelitian yang terencana dan terfokus, peneliti dapat memperoleh data yang komprehensif dan akurat sesuai dengan tujuan penelitian.

Informan Penelitian

Informan yang terlibat dalam penelitian ini adalah 7 orang konten kreator Facebook Pro, yang dinilai telah memenuhi syarat untuk memberikan data yang akurat dan komprehensif. Adapun kriteria informan dalam penelitian ini meliputi: (1) konten kreator Facebook Pro yang telah atau sedang mengaktifkan fitur monetisasi; (2) memiliki jumlah pengikut minimal 3.000–5.000; (3) aktif mengunggah konten secara konsisten; serta (4) memiliki variasi jenis konten, seperti konten edukasi, hiburan, *daily vlog*, dan jenis konten lainnya.

Sumber Data

Dalam penelitian memiliki dua jenis data yang harus dianalisis, yaitu primer dan sekunder yang dijelaskan sebagai berikut: Data primer yaitu data yang didapat

dari sumber pertama baik dari individu maupun perseorangan seperti hasil dari wawancara atau mengisi kuesioner (Umar, 2013). Pada penelitian ini data primer diperoleh dengan cara interaksi langsung dengan konten kreator, seperti hasil wawancara dari konten kreator Facebook Pro Di Kota Bintuhan sebanyak 7 orang. Informan tersebut dipilih karena menghasilkan jawaban yang berkaitan dengan permasalahan pada penelitian ini dan memiliki pemahaman terkait penelitian ini. Sementara itu, Data sekunder dapat sebagai informasi yang diperoleh peneliti dari sumber kedua, ataupun informasi yang diperoleh ialah informasi yang diolah oleh institusi ataupun orang lain. Data yang diperoleh dapat berasal dari buku-buku, literatur, brosur dan artikel yang memiliki relevansi terhadap objek penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa metode yang saling melengkapi guna memperoleh data yang akurat dan komprehensif. Penggunaan lebih dari satu teknik pengumpulan data bertujuan untuk memperkuat kedalaman informasi serta meningkatkan keabsahan data yang diperoleh. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- a. Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku obyek sasaran (Ridwan,2004). Observasi, dilakukan pada tahap awal penelitian untuk mengamati secara langsung akun Facebook Pro milik konten kreator, termasuk aktivitas unggahan, jenis konten yang dipublikasikan, serta keterlibatan audiens terhadap konten tersebut. Observasi ini membantu peneliti memahami konteks penggunaan fitur Facebook Pro dan praktik monetisasi yang dilakukan oleh konten kreator.
- b. Wawancara adalah pertemuan dua orang atau lebih untuk bertukar informasi, menggali data dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna sesuai data yang akan dicari oleh peneliti. Wawancara dilakukan dengan narasumber terpilih yakni konten kreator Facebook Pro di Kota Bintuhan, Kecamatan Kaur Selatan, Kabupaten Kaur sebanyak 7 orang.
- c. Dokumentasi itu berasal dari kata dokumen yang artinya suatu barang tertulis. Peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan- peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya (Arikunto,2010).

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan mengikuti tahapan analisis data kualitatif, yaitu:

- a. *Data Collection* (Pengumpulan Data)
Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan cara observasi, wawancara secara mendalam dan juga dokumentasi atau gabungan dari ketiga disebut triangulasi.

b. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data berarti merangkum, memilih dan memilah mana yang menjadi pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, serta mencari tema dan polanya. Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas.

c. *Data Display* (Penyajian Data)

Dalam penelitian ini peneliti menyajikan data dalam bentuk uraian singkat. Data-data yang tersusun dengan benar dalam penyajian data memungkinkan penulis untuk menarik kesimpulan dengan benar juga. Penyajian data disajikan dalam bentuk teks naratif sehingga dapat disusun secara sederhana agar informasi mudah dipahami.

d. *Conclusion Drawing/Verification* (Menarik Kesimpulan)

Langkah terakhir yang harus dilakukan yaitu penarikan kesimpulan. Kesimpulan awal bersifat sementara akan berubah jika tidak ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Namun jika kesimpulan awal didukung dengan bukti-bukti yang valid dan proses pengumpulan data di lapangan, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persepsi Konten Kreator Facebook Pro Terhadap Fitur Monetisasi Yang Disediakan Oleh Facebook Pro Manfaat Apresiasi Kreativitas Pengguna

Fitur monetisasi Facebook Pro dinilai sangat bermanfaat dan memberikan apresiasi terhadap kreativitas penggunanya. Fitur ini tidak hanya mendukung penyebaran konten yang edukatif, inspiratif, dan menghibur, tetapi juga memberikan peluang penghasilan tambahan dan bisa dijadikan alat untuk promosi bisnis dan usaha, terutama bagi ibu rumah tangga dan pengguna lainnya yang aktif (Selpina, 2024). Para informan sepakat bahwa fitur ini mampu meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan *platform* secara produktif, menjadikannya sebagai aktivitas yang bermakna dan berfaedah. Konsistensi dan dedikasi menjadi kunci untuk memaksimalkan manfaat dari fitur ini. Mayoritas informan menyatakan telah menggunakan berbagai fitur monetisasi yang disediakan oleh Facebook Pro, dengan aktivitas unggahan konten yang meningkat sejak tahun 2022. Untuk fitur yang sudah bisa digunakan oleh semua informan yaitu Fitur Bintang, Bonus dan Langganan. Sementara Rizky Devi Ayustina secara khusus telah berhasil memanfaatkan fitur-fitur seperti Bonus, Bintang, Iklan Reels, Iklan Instream, dan Langganan untuk mendukung monetisasi mereka (Ayustina, 2024).

Kepuasan Terhadap Fitur Monetisasi

Tingkat kepuasan terhadap fitur monetisasi *platform* ini umumnya bersifat positif. Para informan mengapresiasi keberadaan fitur monetisasi karena mampu memberikan manfaat. Konten kreator merasa terdorong untuk lebih kreatif dalam membuat konten sehari-hari serta memperluas wawasan mereka terkait dunia digital

dan monetisasi (Ayustina, 2024). *Platform* ini juga memberikan kesempatan untuk memperluas jaringan sosial melalui interaksi dengan sesama kreator maupun audiens, serta memberikan apresiasi atas upaya mereka dalam menciptakan konten (Oktaviani, 2024).

Kesimpulannya, tingkat kepuasan terhadap fitur monetisasi Facebook Pro cenderung tinggi, terutama bagi mereka yang memanfaatkan platform ini sebagai aktivitas tambahan. Kepuasan tersebut diperkirakan akan meningkat seiring dengan terbukanya lebih banyak fitur monetisasi dan pencapaian yang lebih baik oleh para kreator yang konsisten.

Peningkatan Kesejahteraan

Fitur monetisasi seperti Bintang, Iklan Reels, Iklan Instream dan langganan memberikan peluang nyata bagi konten kreator untuk memperoleh penghasilan tambahan. Meskipun pada tahap awal terdapat kendala dalam memenuhi syarat-syarat tertentu, ketekunan dan konsistensi menjadi kunci untuk memaksimalkan manfaat fitur ini. Hasil dari pendapatan tersebut bisa investasi untuk meningkatkan kualitas konten (Ayustina, 2024). Menggunakan pendapatan dari fitur monetisasi untuk meningkatkan kualitas konten, misalnya dengan membeli perangkat yang lebih canggih, yang pada gilirannya mendukung produktivitas dan profesionalisme mereka. Fitur monetisasi tidak hanya memberikan manfaat finansial tetapi juga memotivasi kreator untuk lebih kreatif dan produktif. Hal ini menciptakan peluang bagi mereka untuk menemukan karakter unik dalam konten dan memanfaatkan waktu luang dengan lebih bernilai (Wulandari, 2024). Secara keseluruhan, fitur monetisasi Facebook Pro memberikan dampak positif yang nyata terhadap kesejahteraan konten kreator. Dengan konsistensi dan fokus, para kreator dapat memanfaatkan fitur ini tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan ekonomi tetapi juga untuk pengembangan pribadi dan profesional mereka.

Rutinitas Unggah

Para konten kreator Facebook Pro menghadapi berbagai tantangan dalam memenuhi persyaratan fitur monetisasi, namun mereka memiliki cara pandang yang positif untuk mengatasinya. Syarat yang ketat, seperti memiliki 5.000 followers dan 60.000 jam tayang, menjadi tantangan utama bagi para kreator. Kreator perlu konsisten mengupload video, melakukan siaran langsung, serta memastikan konten memenuhi kebijakan platform. Sementara Resti Oktavian menghadapi kendala seperti kurangnya waktu, ide, dan inspirasi untuk membuat konten secara konsisten. Namun, mereka tetap berupaya perlahan untuk fokus dan meningkatkan performa (Oktavian, 2024).

Para kreator menekankan pentingnya konsistensi dalam mengupload berbagai jenis konten, seperti video, Reels, foto, dan melakukan siaran langsung, mengikuti tren algoritma Facebook, dan memposting konten yang diminati audiens. Upaya seperti merapikan feed, membuat konten planner, dan menghindari monoton dalam postingan menjadi bagian dari strategi mereka. Konten yang rutin dan

menarik, serta akun yang aktif berinteraksi di postingan akan membantu memenuhi persyaratan jam tayang dan meningkatkan peluang monetisasi (Ayustina, 2024). Membuat konten yang menarik dan disukai audiens menjadi fokus utama untuk mencapai target FYP (*For You Page*) dan meningkatkan *insight dashboard* monetisasi. Menurut Deta Restiaba menunjukkan sikap pantang menyerah, dengan konsisten menciptakan konten menarik untuk memenuhi jam tayang dan persyaratan lainnya (Restiaba, 2024). Tantangan utama dalam menggunakan fitur monetisasi Facebook Pro terletak pada persyaratan yang ketat dan kendala personal seperti waktu serta ide kreatif. Namun, para konten kreator cenderung mengatasi hambatan tersebut dengan konsistensi, kreativitas, dan strategi manajemen waktu, menjadikan tantangan ini sebagai motivasi untuk terus berkembang di *platform*.

Pembagian Pendapatan

Para kreator berpendapat bahwa kesetaraan berdasarkan usaha dan kinerja. Menilai bahwa pembagian pendapatan didasarkan pada kinerja dan interaksi yang dihasilkan dari konten mereka. Semakin tinggi *engagement* dan kualitas konten, semakin besar pendapatan yang diperoleh, sehingga sistem ini dianggap mendorong kreativitas dan produktivitas (Restiaba, 2024).

Dilihat dari sisi kebermanfaatannya dan apresiasi oleh Facebook terhadap penggunaannya sistem ini dianggap memberikan pengalaman yang menyenangkan dan menarik karena kreator bisa menghasilkan pendapatan dari aktivitas yang mereka nikmati (Wulandari, 2024). Para kreator sepakat bahwa fasilitas yang diberikan oleh *platform*, seperti fitur monetisasi yang bervariasi, membantu mereka memanfaatkan waktu dan kreativitas untuk mendapatkan penghasilan tambahan. Sistem ini juga memberikan peluang bagi berbagai kalangan, termasuk ibu rumah tangga, untuk tetap produktif. Secara keseluruhan, pembagian pendapatan di Facebook Pro dianggap cukup adil karena memberikan apresiasi yang sebanding dengan usaha kreator, mendorong kreativitas dan produktivitas, serta menawarkan peluang dan fasilitas yang mendukung kesejahteraan kreator. Potongan pendapatan yang diberlakukan platform dipandang wajar dan sepadan dengan manfaat yang diterima.

Rentang Penghasilan

Penghasilan Rizky Devi Ayustina sebagai konten kreator Facebook Pro dalam tiga bulan sekitar \$211,24, dengan sumber utama dari iklan instream, iklan Reels, dan bonus bintang (Ayustina, 2024). Sedangkan penghasilan Deta Restiaba masih dibawah \$28, namun belum mencukupi untuk penarikan karena batas minimal adalah \$100 melalui bank (Restiaba, 2024). Secara keseluruhan, penghasilan kreator bervariasi, tergantung pada fitur monetisasi yang terbuka dan jumlah konten yang diunggah. Untuk rentang penghasilan mereka tiap bulan tidak tetap sesuai dengan hasil bonus iklan setiap video yang mereka upload. Seperti berdasarkan hasil pengamatan data akun Devi untuk setiap bulan baru iklan instream terbesar di 87,65\$, Iklan Reels 20,57 \$, Bonus atau Bintang 2,74\$. Total penarikan pendapatan per 3 bulan 211,24\$.

Kesesuaian persepsi Konten Kreator Facebook Pro dan Prinsip Ekonomi Syariah dalam konteks Monetisasi di *Platform* Facebook Pro

Temuan penelitian menunjukkan bahwa fitur monetisasi Facebook Pro secara umum dipersepsikan positif oleh konten kreator karena memberikan peluang ekonomi di era digital. Dalam perspektif ekonomi syariah, aktivitas monetisasi konten dapat dikategorikan sebagai bentuk *akad ijarah* atau *ju'alah*, yaitu pemberian imbalan atas jasa atau usaha yang dilakukan oleh konten kreator dalam menghasilkan dan menyebarkan konten digital. Selama konten yang dihasilkan bersifat halal, bermanfaat, dan tidak melanggar prinsip syariah, maka aktivitas tersebut pada dasarnya diperbolehkan.

Namun demikian, adanya ketidakjelasan terkait sistem perhitungan pendapatan dan ketergantungan pada algoritma platform menunjukkan potensi unsur *gharar* dalam praktik monetisasi Facebook Pro. Ketidakpastian jumlah pendapatan dan mekanisme pembagian hasil menjadi perhatian penting dalam ekonomi syariah, karena prinsip keadilan dan transparansi harus dijaga agar tidak merugikan salah satu pihak. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian bahwa sebagian konten kreator hanya menerima hasil akhir tanpa mengetahui secara rinci proses perhitungannya.

Prinsip Ekonomi Syariah dalam konteks Monetisasi di *Platform* Facebook Pro (Abdullah, 2023):

Prinsip Keadilan dan Prinsip Al-Ihsan (Berbuat Kebajikan)

Prinsip keadilan menekankan keseimbangan dalam pembagian hak dan kewajiban serta mencegah ketidakadilan dalam transaksi (Marina et al., 2019). Sebagian besar narasumber menganggap bahwa pembagian pendapatan di Facebook Pro sudah cukup adil. Meskipun terdapat potongan dalam pencairan pendapatan (terutama karena faktor konversi mata uang), ini dianggap wajar dan tidak memberatkan konten creator mengingat Facebook Pro menyediakan fasilitas, teknologi, dan peluang yang luas bagi kreator untuk memperoleh penghasilan dan memberikan apresiasi terhadap kreativitas mereka di media social. Sama halnya seperti yang disampaikan oleh Devi pembagian pendapatan di Facebook Pro sudah cukup adil. Memang ada potongan, terutama saat mencairkan dari dolar ke rupiah, tapi itu wajar karena platform ini berbasis di luar negeri.

Prinsip Al-Ihsan ini mengajarkan bahwa transaksi harus membawa manfaat lebih besar bagi pihak lain, bukan hanya untuk diri sendiri. Beberapa konten kreator mengungkapkan bahwa monetisasi tidak hanya memberikan penghasilan bagi mereka, tetapi juga mendorong mereka untuk lebih produktif dengan berbagi konten yang positif dan bermanfaat. Menjadi konten creator tidak hanya mendapatkan manfaat finansial, tetapi juga bisa memberi manfaat kepada masyarakat.

Prinsip Al-Mas'uliyah (Pertanggungjawaban) dan Prinsip Al-Kifayah (Kecukupan)

Prinsip Al-Mas'uliyah ini menekankan tanggung jawab individu dalam menjalankan transaksi, baik kepada diri sendiri maupun masyarakat. Dalam wawancara, para konten kreator menyadari tanggung jawab mereka untuk konsisten membuat konten yang berkualitas, sesuai dengan syarat monetisasi yang ditetapkan oleh Facebook Pro. Facebook juga memiliki kebijakan dalam memposting konten. Konsistensi dan keterlibatan yang terus-menerus sangat penting untuk memenuhi syarat jam tayang dan *engagement*. Ini menunjukkan kesadaran akan pentingnya tanggung jawab dalam proses monetisasi.

Prinsip Al-Kifayah ini bertujuan untuk membasmi kemiskinan dan memastikan kebutuhan dasar setiap anggota masyarakat terpenuhi. Konten creator yang sudah mendapatkan penghasilan sangat terbantu dalam membantu biaya sehari-hari. Sebagian besar konten kreator, seperti Deta Restiaba dan Devy menyatakan bahwa pendapatan dari monetisasi sangat membantu kesejahteraan, terutama dalam hal pendapatan tambahan. Fitur ini memungkinkan mereka memenuhi kebutuhan sehari-hari, meskipun pendapatan belum stabil untuk semua creator tetapi sudah membantu konten kreator seperti Devy dalam memenuhi kebutuhan dasar dan meningkatkan kesejahteraan, sesuai dengan Prinsip Al-Kifayah.

Prinsip Wasathiyah (Keseimbangan) dan Prinsip Kejujuran atau Kebenaran

Prinsip wasathiyah (keseimbangan) ini menekankan keseimbangan antara kepentingan pribadi dan masyarakat. Berdasarkan hasil penelitian, konten kreator merasa bahwa meskipun monetisasi memberi keuntungan pribadi, mereka juga berupaya untuk berbagi konten bermanfaat dan kontribusi konten yang positif bagi masyarakat. Ini menunjukkan adanya keseimbangan antara kepentingan finansial pribadi dan kontribusi sosial. Narasumber menyebutkan bahwa mereka dihadapkan dengan tantangan memenuhi syarat monetisasi yang ketat. Namun, mereka tetap menyadari pentingnya menjaga keseimbangan antara keuntungan pribadi dan kepentingan sosial dalam konten yang mereka buat. Prinsip ini sesuai dengan anjuran islam untuk tetap moderat dan seimbang dalam segala hal.

Prinsip kejujuran dan kebenaran dalam ekonomi syariah sangat penting dalam setiap transaksi, termasuk dalam proses monetisasi di platform seperti Facebook Pro. Konten kreator diharapkan untuk memasukkan syarat dan data yang akurat serta jujur dalam setiap konten yang mereka unggah. Hal ini tidak hanya berkaitan dengan integritas individu, tetapi juga mempengaruhi kredibilitas mereka di mata audiens dan platform. Oleh karena itu, mereka berkomitmen untuk selalu menyajikan konten yang sesuai dengan kenyataan, tanpa mengubah fakta demi keuntungan semata.

Prinsip Manfaat dan Prinsip Tidak Ada Paksaan

Prinsip manfaat artinya transaksi yang dilakukan harus mendatangkan manfaat, dan transaksi yang tidak membawa manfaat atau mengandung unsur riba

dilarang dalam ekonomi syariah (Mardani, 2015). Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur monetisasi di Facebook Pro memberikan manfaat nyata bagi konten kreator, baik dari segi finansial maupun pengembangan diri dan berbagi hal positif melalui konten tersebut. Semua kreator setuju bahwa fitur monetisasi membawa manfaat besar, baik dari segi pendapatan maupun pengembangan diri. Ini sejalan dengan prinsip bahwa objek transaksi harus memiliki manfaat yang jelas.

Prinsip tidak ada paksaan yaitu setiap individu bebas dalam melakukan transaksi selama sesuai dengan norma keadilan dan kemaslahatan masyarakat, mereka merasa tidak ada paksaan dalam mengikuti monetisasi di Facebook Pro. Mereka merasa bahwa proses monetisasi dilakukan secara sukarela dan dengan kesadaran penuh.

Jadi secara keseluruhan, persepsi konten kreator Facebook Pro mengenai fitur monetisasi sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Monetisasi di Facebook Pro dinilai bermanfaat, adil, dan tidak mengandung unsur paksaan, sehingga memenuhi kriteria syariah dalam hal transaksi yang etis dan transparan. Selain itu, konten yang diproduksi sebagian besar bersifat positif dan bermanfaat, sehingga memenuhi prinsip-prinsip syariah dalam transaksi ekonomi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa konten kreator Facebook Pro di Kota Bintuhan pada umumnya memiliki persepsi positif terhadap fitur monetisasi yang disediakan oleh platform tersebut. Fitur monetisasi dipandang sebagai peluang ekonomi di era digital yang memungkinkan konten kreator memperoleh penghasilan tambahan melalui aktivitas kreatif yang mereka lakukan. Motivasi utama konten kreator dalam mengaktifkan fitur monetisasi adalah untuk meningkatkan produktivitas, menyalurkan kreativitas, serta memperoleh manfaat ekonomi secara berkelanjutan. Fitur ini memberikan peluang pendapatan tambahan yang bermanfaat, terutama bagi ibu rumah tangga dan pengguna facebook pro yang sudah monetisasi dengan mengunggah konten yang konsisten, menarik dan banyak disukai oleh pengguna lainnya. Adanya Fitur-fitur Monetisasi seperti iklan in-stream, Iklan Reels, Donasi, dan Bonus dapat membantu dalam meningkatkan kesejahteraan baik secara finansial maupun non financial kreator.

Kesesuaian dengan Prinsip Ekonomi Syariah, seperti keadilan, transparansi, dan manfaat, secara umum terpenuhi dalam fitur monetisasi Facebook Pro. Namun, beberapa aspek seperti ketidakpastian dalam pembagian pendapatan atau syarat yang tidak sepenuhnya dipahami oleh kreator perlu diperbaiki agar lebih transparan dan sesuai dengan nilai-nilai syariah.

Meskipun ada beberapa tantangan, seperti sulitnya memenuhi syarat monetisasi atau hambatan teknis lainnya, para kreator umumnya merasa terbantu dengan fitur ini dan optimis akan potensi penghasilan di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- AF1,Abdullah. Abd. Wahab2, Rahmawati, 'Prinsip-Prinsip Ekonomi Syari'ah',Al-Mikraj: *Jurnal Studi Islam dan Humaniora*, 4.1 (2023), 82-97
- Ammah, Erisy Syawiril, 'Penggunaan Gaya Bahasa Hiperbola Dan Pembelajaran Monetisasi Facebook', *INCARE, International Journal of Educational Resources*, 3.2 (2022), 172-81
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Edisi 4 (Jakarta: Rineka Cipta, 1998)
- , *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi 14 (Jakarta: Rineka Cipta, 2010)
- Arkeologi Palembang, Balai, *Peradaban Di Pantai Barat Sumatera: Perkembangan Hunian Dan Budaya Di Wilayah Bengkulu* (Yogyakarta: Ombak, 2013)
- Asiati, Devi, *UMKM Dalam Era Transformasi Digital*, Edisi 1 (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2019)
- 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
- BPS, Katalog, *1102001.1704030* (Kecamatan Kaur Selatan, 2019)
- Edib, Lathifah, *Menjadi Kreator Konten Digital*, Edisi 1 (Yogyakarta: Diva Press, 2021)
- Ernatif, *Ungkapan Tradisional Masyarakat Kaur Yang Berkaitan Dengan Pendidikan* (Padang: Balai Pelestarian Sejarah dan Nilai Tradisional Padang, 2011)
- <https://id-id.facebook.com/business/help/251342092572308> 'Mode Profesional Untuk Profil Di Faceebok'
- <https://id-id.facebook.com/business/help/251342092572308>>,'Kebijakan Monetisasi Mitra'
- , 'Produk Monetisasi Yang Tersedia Di Perangkat Seluler'
- , 'Syarat Untuk Iklan In-Stream Facebook'
- , 'Undangan Untuk Menggunakan Iklan Di Reels'
- Habibi Ahmad, 'Tinjauan Hukum Islam Terhadap Kerjasama Dalam Sistem Monetisasi Youtube' (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021)
- Jannatul, Rahma, 'Penerapan Akad Ju'alah Terhadap Live Gifts Sebagai Upah Dalam Live Streaming Aplikasi Digital (Study Kasus Pada Aplikasi Tiktok)' (Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo, 2023)
- Kartika, Sindi, 'Analisis Hukum Ejonomi Syariah Terhadap Sistem Monetisasi Oleh Content Creator Pada Aplikasi Facebook Profesional' (Skripsi: Universitas Islam Negeri Prof.K.H.Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2024)
- kumparan.com, 'Syarat Mode Profesional Facebook Dan Cara Mengaktifkannya' <<https://kumparan.com/berita-terkini/syarat-mode-profesional-facebook-dan-cara-mengaktifkannya-2213m8NNSdt>>
- Lestari ,Putri Sri, Dedah Jubaedah,'Prinsip-Prinsip Umum Etika Bisnis Islam', *J-ALIF : Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah dan Budaya Islam*, 8.2, (2023), 220-232,
- Minata, Rohil, 'Jaringan Internet Jangkau Seluruh Wilayah Kaur', 2023

- <<https://rri.co.id/bengkulu/daerah/137825/pemkab-kaur-pastikan-februari-2023-jaringan-internet-jangkau-seluruh-wilayah-kaur>>
- Nasichah, Icha, 'Aktifkan Mode Profesional Facebook', 1 Mei 2023
<<https://youtu.be/Cu7gbnmnrKc?si=3I8WUr-NwK9nKL3x>>
- Nasrullah, Rulli, *Media Sosial* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015)
- Nur Arbaien, Muhamad Fasya, and Elis Nurhasanah, 'Analisis Program Monetisasi Youtube Menurut Hukum Ekonomi Syariah', *Al-Muamalat: Jurnal Ekonomi Syariah*, 10.1 (2023), 51-64
- Nuzuli, Ahmad Khairul, 'Memahami Penggunaan Media Sosial Facebook Di Kalangan Ibu Rumah Tangga', *Jurnal Communications*, 5.1 (2023), 533-70
- Ridwan, *Statistika Untuk Lembaga Dan Instansi Pemerintah/Swasta*, Edisi 1 (Bandung: Alfabeta, 2004)
- Rifaldi, 'Transaksi E-Commerce Pada Facebook Marketplace Dalam Perspektif Ekonomi Islam' (Skripsi: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2019)
- Rizqiyah, Aslamatur, 'Facebook Jadi Media Sosial Dengan Pengguna Paling Banyak, Ladang Hoaks?', 2023 <<https://goodstats.id/article/facebook-jadi-media-sosial-dengan-pengguna-paling-banyak-ladang-hoaks-4WziY>>
- Rohit Shewale, 'Statistik & Tren Facebook Yang Perlu Diketahui Pada Tahun 2024', 12 Januari 2024
- Sudjana, *Metode & Teknik Pembelajaran Partisipatif*, Edisi 7 (Bandung: Falah Production, 2001)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, Edisi 1 (Bandung: Alfabeta, 2020)
- , *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013)
- Sundawa, Yusti Amelia, and Wulan Trigartanti, 'Fenomena Content Creator Di Era Digital', *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 4.2 (2018), 1-6
- Syahrul Hidayat, Muhammad 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
- Tetap, Sidarmin, *Permata Peradaban Dalam Ragam Adat Kabupaten Kaur*, Edisi 1 (Bintuhan: Kabupaten Kaur Bagian Kesejahteraan Rakyat SETDA Kaur, 2016)
- Umar, Husein, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis*, Edisi 2 (Jakarta: rajawa, 2013)
- Ulum, Misbahul, '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,
- Zubir, Zusneli, *Peninggalan Sejarah Dan Potensi Wisata Kabupaten Kaur Provinsi Bengkulu* (Padang: BPSNT PRESS, 2011)