

ABSTRAK

Penelitian skripsi ini berjudul “Transaksi Paid Promote di Instagram dalam Persepektif Fiqih Muamalah” dilatar belakangi dengan Kemajuan teknologi merupakan sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Globalisasi membawa dampak perkembangan di berbagai bidang. Perkembangan adalah salah satu isu utama yang masih menjadi pusat perhatian untuk beberapa waktu terakhir. definisi internet adalah sebuah sistem jaringan yang menghubungkan berbagai computer dari computer berbagai belahan dunia untuk saling terhubung dan bertukar data serta bertukar informasi. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan, yakni bagaimana transaksi paid promote di instagram studi kasus DEMA UIN Sunan Ampel Surabaya dan bagaimana transaksi paid promote diinstagram dalam persepektif fiqih muamalah studi kasus DEMA UIN Sunan Ampel Surabaya. Tujuan penelitian yang akan dilakukan menggunakan penelitian kualitatif yaitu penelitian lapangan (*field research*) yang dimana penelitian membuat sesuatu usaha untuk memahami suatu realitas organisasi tertentu dan fenomena yang terjadi dari presepektif semua pihak yang terlibat. Penelitian ini bersifat deskriptif analistis. Adapun sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode induktif.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *Paid Promote* yang dilakukan oleh mahasiswa ini dengan menggunakan penggabungan followers instagram antara anggota satu dengan anggota yang lain dan anggota- anggota yang telah ditugaskan untuk melakukan *Paid Promote* ini. Apabila ada yang tidak melakukan *Paid Promote* akan dikenakan denda atau sanksi sesuai dengan harga yang telah dipilih oleh olshop. Pada *Paid Promote* ini juga memiliki syarat dan ketentuan untuk olshop yang akan mengikti *Paid Promote* pada @demafahumuinsa yang meliputi desain, postingan tidak mengandung unsur yang menyinggung sara, produk atau jasa tidak mengandung penipuan. Metode promosi *Paid Promote* di instagram sesuai dengan salah satu akad dalam fiqh muamalah yaitu akad ijarah dimana menurut para jumbuhur ulama rukun ijarah memiliki 4 rukun diantaranya: ‘Aqid (phak yang berakad, yang terdiri atas pemberi sewa), Sight (ucapan , ijab dan qabul), Ujrah (Upah), Objek (kontrak yang terdiri atas pembayaran sewa dan manfaat dari pegguna aset) dan syarat telah terpenuhi berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis melalui proses metode wawancara dan sampel yang diambil, beberapa kategori atau persyaratan di dalam *Paid Promote* dapat dikatakan sesuai dengan rukun-rukun dan syarat pada akad tersebut.

Kata kunci : Paid Promote, Ijarah, Fiqih Muamalah

ABSTRACT

This thesis research entitled "Paid Promote Transactions on Instagram in the Perspective of Fiqh Muamalah" against the background with the advancement of technology is something that can not be avoided in this life, because technological progress will proceed in accordance with scientific progress. Globalization has had an impact on developments in various fields. Development is one of the main issues that has been the center of attention for some time. the definition of the internet is a network system that connects computers from various parts of the world to connect and exchange data and exchange information. This study aims to answer the question, namely how paid transactions promote on Instagram the DEMA UIN Sunan Ampel Surabaya case study and how the paid promote transactions are instagram in the perspective of muqalah fiqh in the DEMA UIN Sunan Ampel Surabaya case study. The purpose of the research to be carried out using qualitative research is field research in which the research makes an effort to understand a particular organizational reality and phenomena that occur from the perspective of all parties involved. This research is analytic descriptive. The source of the data used are primary data and secondary data with data collection techniques of observation, interviews, and documentation. While the data analysis techniques in this study use the inductive method.

Based on the results of research conducted, it can be concluded that Paid Promote conducted by this student by using a merge of Instagram followers between one member with another member and members who have been assigned to do this Paid Promote. If anyone does not do Paid Promote will be subject to fines or sanctions in accordance with the price chosen by the olshop. At Paid Promote also has terms and conditions for olshop that will activate Paid Promote on @demafahumuinsa which includes design, posting does not contain any offensive elements, products or services do not contain fraud. Paid Promote promotion method on Instagram in accordance with one of the contracts in muamalah fiqh is ijarah contract where according to jumhur ulama ijarah pillars have 4 pillars including: 'Aqid (phak who has intention, consisting of renters), Sight (speech, consent and qabul)), Ujrah (Wages), Objects (contracts consisting of lease payments and benefits from asset users) and requirements have been fulfilled based on research conducted by the author through the interview method and sample taking process, several categories or requirements in Paid Promote can be said in accordance with the terms and conditions of the contract.

Keywords: Paid Promote, Ijarah, Fiqh Muamalah