

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Sewa Jasa Modeling Dalam Periklanan (Studi Kasus Kemayu Beauty School Surabaya)*” dengan latar belakang bahwa objek dari sewa menyewa atau objek *Ijarah* haruslah objek yang tidak haram dan tidak terlarang syara’ akan tetapi penggunaan jasa model perempuan dalam sebuah iklan haruslah tetap semenarik mungkin dan hal itu tidak lepas dari perilaku *Tabarruj*. Tujuan dari skripsi ini adalah untuk mengetahui praktik sewa jasa modelling serta tinjauan hukum Islam terhadap praktik sewa jasa modelling dalam periklanan

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*Field research*) yakni dengan melakukan wawancara serta pengamatan langsung ke lapangan. Penelitian ini merupakan jenis penelitian dengan menggunakan metode pendekatan yuridis sosiologis atas praktik sewa jasa modelling pada Kemayu Bauty School Surabaya dengan sifat penelitian deskriptif analisis dengan analisis data induktif.

Hasil dari penelitian pada praktik sewa jasa modelling dalam periklanan ini masuk dalam kategori pemasaran syari’ah yakni Rabbaniyah sedangkan untuk penyewaan yang diterapkan termasuk dalam kategori *Ijarah al a’mal*. Secara keseluruhan praktik sewa jasa modelling sudah memenuhi beberapa unsur akad *Ijarah* akan tetapi ada unsur yang menjadikan praktik sewa jasa modelling kurang sesuai dengan teori *Ijarah* yakni pada objek *Ijarah* haruslah objek yang tidak terlarang syara, sedangkan dalam praktik sewa jasa modelling objek yang digunakan adalah model perempuan yang tidak sesuai dengan teori *Tabarruj* dalam Islam apabila dilihat dari cara berpakaian, cara bersolek dan bagaimana cara berjalan di panggung atau *catwalk*. Sehingga penggunaan model tersebut kurang sesuai dengan objek *Ijarah* yang tidak boleh terlarang syara’.

Kata kunci: Model iklan, *Ijarah*, *Tabarruj*

ABSTRACT

This thesis entitled "Review of Islamic Law Against Lease Practices Modeling Services In Advertising (The Case of Study is Kemayu Beauty School Surabaya)" with the background that the object of the lease or object of *Ijarah* must be the object that is not forbidden in syara 'but the use of services women model In an advertisement should remain as attractive as possible and it cannot be separated from the behavior of *Tabarruj*. This thesis aims to know the practice of modeling services rental in advertising as well as review of Islamic law against the practice of rental service in advertising modeling.

This research uses field research type (field research) that is done by conducting interviews and direct observation to the field. This research is a type of research using sociological juridical approach to the practice of rental service modeling on Kemayu Bauty School Surabaya with the nature of descriptive analysis research with inductive data analysis.

The results of research on the practice of rental services modeling in advertising is included to the category of *syari'ah* marketing namely *Rabbaniyah*, while for the rental applied is included to the category of *Ijarah al a'mal*. Overall practice of rental of modeling services have fulfilled some elements of *Ijarah* contract but there are elements that make the practice of rental service modeling is not in accordance with the theory of *Ijarah* instead of the object *Ijarah* must be the object that is not prohibited in syara, whereas in practice rental service object modeling used is female model Which is incompatible with *Tabarruj*'s theory in Islam when viewed from the way of dressing, how to preen and how to walk on stage or catwalk. So the use of the model is not in accordance with the object of *Ijarah* that should not be forbidden in syara '.

Keywords: Ad model, *Ijarah*, *Tabarruj*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	v
NOTA DINAS PEMBIMBING	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix
MOTTO	xi
HALAMAN PERSEMBAHAN	xii
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xixi
DAFTAR LAMPIRAN	xxi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
D. Kajian Pustaka.....	6

E. Sistematika Pembahasan.....	7
--------------------------------	---

BAB II LANDASAN TEORI

A. Periklanan	9
1. Pengertian	9
a. Iklan secara umum	9
b. Iklan dalam islam.....	10
2. Karakteristik pemasaran syariah	13
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan iklan	14
B. Tabarruj	17
1. Pengertian Tabarruj	17
2. Dasar hukum Tabarruj	18
3. Bentuk-bentuk Tabarruj.....	19
4. Ketentuan umum perhiasan wanita	22
C. IJARAH	
1. Pengertian Ijarah.....	27
2. Dasar hukum Ijarah	27
3. Rukun Ijarah.....	29
4. Syarat Ijarah	31
5. Macam-macam Ijarah	34
6. Beakhirnya Ijarah	34

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	36
1. Sifat Penelitian	37
2. Pendekatan Penelitian.....	37
3. Objek Penelitian	38
B. Sumber Data.....	38
1. Data Primer	38
2. Data Sekunder	40
C. Metode Pengumpulan Data.....	41
1. Observasi.....	41
2. Wawancara.....	42
3. Dokumentasi	43
D. Teknik Analisa Data.....	45

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Kemayu Beauty School Surabaya	46
1. Sejarah Kemayu Beauty School.....	47
2. Visi dan Misi Kemayu Beauty School Surabaya	51
3. Tujuan Kemayu Beauty School.....	51
4. Struktur Organisasi Kemayu Beauty School surabaya	52
B. Praktik sewa jasa modelling Kemayu Beauty School Surabaya.....	52
C. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Sewa Jasa Modelling Dalam Periklanan	58

1. Analisis praktik sewa jasa modelling dalam periklanan Islam	58
2. Analisis perilaku Tabarruj dalam penyewaan model	60
a. Berdasarkan pakaian yang di kenakan.....	60
b. Berdasarkan pemakaian make up	63
c. Berdasarkan cara berjalan di panggung	64
3. Analisis berdasarkan definisi Ijarah	67
4. Analisis pada rukun Ijarah	69
5. Analisis pada syarat Ijarah	75

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	85
B. Saran.....	86

DAFTAR PUSTAKA.....	87
----------------------------	-----------

LAMPIRAN

BIODATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Sumber Data Primer	38
Tabel 3.2 Sumber Data Sekunder	40
Tabel 3.3 Data Informan Wawancara	43
Tabel 3.4 Pengumpulan Data	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Penelitian

Lampiran 2 Surat Bukti Wawancara

Lampiran 3 Pedoman wawancara

Lampiran 4 Proposal Kegiatan

Lampiran 5 Surat Kerjasama