

ABSTRAK

Fatma Khoirun Nisa, 1920210193, MEKANISME *ENDORSEMENT* SELEBRITI INSTAGRAM PERSPEKTIF FATWA DSN-MUI NOMOR 24 TAHUN 2017 TENTANG AKAD IJARAH

Penelitian ini dilatar belakangi adanya kegiatan *endorsement* yang dilakukan oleh selebriti instagram/*influencer* dengan suatu produk perusahaan. Kegiatan *endorsement* tersebut sudah marak terjadi pada dunia sosial media yang diterapkannya pada aplikasi Instagram, seperti halnya yang sudah terjadi dan terlaksanakannya kegiatan tersebut oleh beberapa selebriti instagram/*influencer*. Pada hakikatnya *endorsement* yaitu sebagai sistem pengiklanan suatu barang dan dimana kegiatan tersebut bisa menguntungkan bagi para pelaku *endorsement*.

Tujuan penelitian ini yaitu yang pertama yaitu untuk mengetahui mekanisme *endorsement* pada akun Instagram dan yang kedua adalah tinjauan Fatwa DSN-MUI No. 24 Tahun 2017 tentang Akad Ijarah terhadap jasa *endorsement* di Instagram. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan pendekatan kualitatif.

Subyek penelitian ini adalah para pelaku *endorsement* selebriti Instagram pada akun Latansaa yang berasal dari Semarang, Dita Oktavia berasal Purwodadi, dan Farida Aliani berasal Kudus dengan jumlah minimal 1000 *followers*. Sumber data dikumpulkan melalui metode observasi, wawancara dan dokumentasi dalam menggali data dan informasi yang valid, menyusun, menganalisis data sesuai rumusan masalah yang diangkat dengan berpedoman pada unsur dan pokok inti yang harus didapatkan untuk menjawab permasalahan tersebut. Teknik analisis data dengan menggunakan metode reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan/verifikasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: pertama, praktik mekanisme *endorsement* selebriti instagram dilakukan dengan adanya hubungan saling keterikatan antara selebriti Instagram dengan pemilik produk yang mana didalamnya ada suatu perjanjian dalam bentuk tertulis berisi tidak merugikan satu sama lain, saling menyetujui untuk mencapai tujuan yang diinginkan bersama, yaitu menjadi brand produk terlaris dan selebgram terkandang. Kedua, didasarkan dengan hasil dan isi Fatwa DSN-MUI Nomor 24 Tahun 2017 Tentang akad ijarah, praktik *endorsement* dinyatakan sah jika memenuhi syarat dan aturan bermuamalah dalam media sosial, yaitu diantara lainnya tidak melakukan *gibah*, *bullying*, *hoax*, dan tidak menyebarkan materi pornografi serta tidak merugikan oranglain.

Kata Kunci : *Endorsement*, Instagram, Fatwa DSN, Akad Ijarah.