

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang penulis kaji mengenai “ Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap *Clickbait* pada Konten Berita *Youtube* maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 5.1.1. Praktik penggunaan yang terdiri dari menggunakan judul atau gambar yang berlebihan sehingga membuat penasaran, menghilangkan beberapa kata tanpa memuat keseluruhan judul dan gambar membangkitkan perasaan marah menggunakan huruf kapital atau tanda seru, memberikan judul, thumbnail atau deskripsi yang menarik, memberikan judul atau gambar yang salah dan informasi yang tidak benar ini berpotensi berlebihan dan menyesatkan.
- 5.1.2. Respon netizen terhadap konten berita *clickbait* banyak yang memberikan respon negatif karena berisikan berita yang tidak sesuai dengan judul dan gambar yang tidak sesuai dengan kata lain berita itu palsu. Adapun respon netizen kritis dengan cenderung untuk menolak konten karena tidak berguna, menyesatkan atau menimbulkan ketidakpercayaan, kekecewaan dan harapan agar informasi yang disajikan lebih jelas dan tidak digunakan untuk kepentingan yang merugikan.
- 5.1.3. *Clickbait* pada konten berita *youtube* yang dibuat oleh kreator hanya untuk mendapatkan klik, view dan keuntungan finansial. Kegiatan ekonomi harus diniatkan mendapatkan ridho Allah SWT maka hal ini tidak sesuai dengan prinsip *tauhid*. *Clickbait* sering kali memberikan informasi yang tidak benar, maka *clickbait* pada konten berita *youtube* tidak sesuai dengan prinsip kejujuran. Konten ini jelas berlebihan dan menyesatkan karena tidak hanya menyesatkan penonton demi keuntungan kreator tetapi juga merugikan pihak yang diberitakan maka konten ini tidak sesuai dengan prinsip keadilan etika bisnis.

Islam. Konten berita *clickbait* di *youtube* tidak menerapkan prinsip halal dan haram karena adanya spekulasi *gharar* dan *maysir* dengan judul atau gambar berlebihan, menjanjikan sesuatu tidak sesuai isi dan jika manfaatnya tidak jelas atau berbeda dari yang diberitakan maka objek manfaat menjadi tidak jelas dan penonton mengklik berita dengan harapan mendapatkan informasi penting tetapi hasilnya tidak sesuai dengan harapan mereka. Jadi salah satu pihak mendapatkan keuntungan karena banyaknya klik dan pihak lain menanggung kerugian akibat ketidakjelasan.

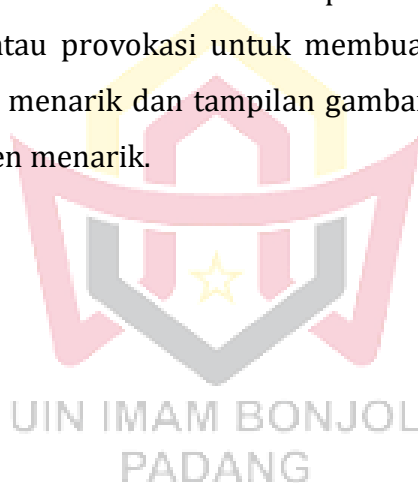
5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

- 5.2.1 Dalam menghadapi fenomena *clickbait* pada konten berita *youtube*, disarankan bagi penonton atau netizen berhati-hati, kritis, selektif, cerdas dalam memilih informasi dan beretika dalam menanggapi konten *clickbait youtube*. Penonton atau netizen harus memahami bahwa tidak semua informasi yang ditemukan di *youtube* dapat dipercaya sepenuhnya. Jika ditemukan sebuah berita dengan judul dan gambar yang berlebihan maka jangan percaya pada konten tersebut. Sebaliknya, penonton atau netizen harus memeriksa sumber, tanggal unggahan dan isi video secara keseluruhan. Dalam etika bisnis Islam, langkah ini menunjukkan penerapan prinsip kejujuran, karena penonton berusaha memastikan kebenaran sebelum menyebarkan lebih banyak informasi. Penonton juga harus menjaga komentarnya ketika berinteraksi di berita *youtube*. Banyak konten *clickbait* pada konten berita *youtube* berisikan komentar disertai dengan ujaran kebencian atau komentar negatif lainnya. Menjaga lisan adalah cara seseorang untuk menghormati diri sendiri, agar media sosial tidak

menjadi tempat penyebaran emosi negatif, prinsip hormat diri sendiri menjadi dasar dari setiap aktivitas digital.

- 5.2.2 Bagi para kreator konten berita *clickbait* di *youtube*, mereka memiliki tanggung jawab dan etika terutama etika bisnis Islam dalam memberikan informasi kepada publik. Kreator harus menanamkan prinsip *tauhid* dalam konten yang mereka buat, bukan hanya untuk mendapatkan keuntungan, klik dan view tetapi juga memberikan manfaat kepada publik. Kreator harus mengutamakan kejujuran dalam menyampaikan berita, menipu penonton dengan judul yang berbeda dengan isi adalah pelanggaran etika dan merusak kepercayaan publik atau tidak hormat pada diri sendiri. Kreator tidak perlu sensasi atau provokasi untuk membuat konten menarik, gaya penyajian yang menarik dan tampilan gambar profesional membantu membuat konten menarik.



DAFTAR KEPUSTAKAAN

- A, Abraham. 2011. *Sukses Menjadi Artis Dengan Youtube*. Surabaya: Reform Media.
- Ahmad, Widyadhana Abidi, and Septiyawan Rosetya Wardhana. 2023. "Klasifikasi Judul Vidio Youtube Mengandung Clickbait Menggunakan Metode Naive Bayes." *Jurnal Riset Inovasi Bidang Informatika Dan Pendidikan Informatika (KERNEL)* Vol.4, No 2.
- Amorrista, Bartholomeus Alfa, and Isfaroh. 2023. *Kamus Filsafat: Filsafat Umum, Filsafat Islam, Filsafat Katolik, Filsafat Hindu- Budha*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Aprianto, Iwan, Andriyansyah, Muhammad Qodri, and Mashudi Hariyanto. 2020. *Etika Dan Konsep Manajemen Bisnis Iskam*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ashari, Muhammad Aris, and Ricky Eka Putra. 2021. "Pengukuran Probabilitas Berita Hoax Berdasarkan Judul Clickbait Menggunakan Metode Adaptive Neuro Fuzzy Inference System Berbasis Web." *Journal of Informatics and Computer Science (JINACS)* 2 (04).
- al-Asqalany, Al-Hafidh Imam Ibnu Hajar. 2008. *Bulughul Maram Min Adillatil Ahkaam*. Tasikmalaya: Pustaka Al-Hidayah.
- Bahasa, Pusat. 2008. "Kamus Bahasa Indonesia." Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional.
- Biyani, Prakhar, Kostas Tsioutsoulis, and John Blackmer. 2016. "8 Amazing Secrets For GGetting More Clicks : Detecting Clickbaits in News Streams Using Article Informality." *Proceedings Of TheThirtieth AAAI Conference on Artificial Intelligence (AAAI-16)*.
- Chandra, Edy. 2017. "Youtube, Citra Media Informasi Interaktif Atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi." *Muara Ilmu Sosial, Humaniora Dan Seni* 1, no. 2.
- Djakfar, Muhammad. 2008. *Etika Bisnis Islam Tataran Teoritis Dan Praktis*. Malang: Malang Press.
- Effendy, Erwan, Zakaria, Azlisa, and Anggarana. 2023. "Dasar Dasar Penulisan Berita." *Jurnal Pendidikan Dan Konseling* Vol 5. No.

Fausta, Salma Nabila, and Vinisa Nurul Aisyah. 2024. "Analisis Framing Berita Clickbait Pada Okezon.Com Dan Detik.Coom: Kasus Pembunuhan Oleh Ferdy Sambo." *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol.11 (02).

Fauzi, Ade. 2015. *Pemikiran Etika Bisnis Dawan Rahardjo*. Serang: A-Empat.

Firdaus, Adhy, Siti Pratiwi Husain, and Djoko Soelistya. 2024. *Etika Bisnis Islam*. Bekasi. PT MAFY MEDIA LITERASI INDONESIA.

al-Ghazali, Al-Imam Abu Hamid. 2006. *Ringkasan Ihya' Ulumuddin*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.

Hadiyat, Yayat D. 2019. "Clickbait on Indonesia Online Media." *Journal Pekommas* 4 (1): 1. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2019.2040101>.

Hamzah, Amir. 2019. *Metode Penelitian Kepustakaan (Library Research) Kajian Filosofis, Teoritis Dan Aplikatif*. Malang: Literasi Nusantara.

Han, raditya Peter. 2021. "Pengertian Dan Cara Menghindari Clickbait." Idwebhost: 17 Desember. <https://idwebhost.com/blog/cara-menghindari-clickbait/>.

Hariyanto, Arif, and Aditya Putera. 2022. "Konten Kreator Youtube Sebagai Sumber Penghasilan (Telaah Kritis Hukum Ekonomi Syariah)." *Al-Hukmi* 3, no. 2.

<https://www.liputan6.com/showbiz/read/4591372/gus-miftah-dikabarkan-meninggal-dunia-ustaz-yusuf-mansur-buka-suara>

https://youtu.be/H563fBvknAE?si=Xnkt8RbWSaQyfl_V

<https://youtu.be/7u2gzkDpfig?si=ck8gvtrIBeaPT0pl>

<https://youtu.be/Rbb4hD8fPvw?si=zsfl3HcDfVp4q-Ds>

<https://youtu.be/SHZmgmGOiR8?si=VnScI4ddtEud8ymn>

<https://youtu.be/Smmf8YaoKwQ?si=amSwt2fohD3BatYD>

<https://youtu.be/T5xNP7WVUno?si=LOuSPVnHbwe>

<https://youtu.be/xhsEo6G9wCg?si=FSl6vtVOasufMjY>

<https://youtu.be/XqgFq4q-qac?si=W83y4ix0Op21GNH->

Iltiham, Muhammad Fahmul, and Alwiatul Warda. 2025. *Etika Bisnis Islam Perspektif Al-Ghazali*. Malang: Yayasan Rahmazar Kurnia Jaya.

Johan, Arifin. 2009. *Etika Bisnis Islam*. Semarang: Walinsongo Press.

Kinanti, Risma Ayu, Zikwan, Rachmawati, Bahrina Almas, Fitria Nurma Sari, Ullya Nindyaningtyas, Iswatul Hasanah, et al. 2022. "Manajemen Bisnis Syariah." In . Bandung: Media Sains Indonesia.

Lestari, Dwi Wahyu Puji, Rizal Setya Perdana, and Putra Pandu Adikara. 2019. "Klasifikasi Vidio Clickbait Pada Youtube Berdasarkan Analisis Sentimen

Komentar Menggunakan Learning Vector Quantization (LVQ) Dan Lexicon Based Features." *Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer* 3, no. 2.

Machidhar, Anan Septia, Maya Sekar Wangi, and Siswanta. 2022. "Efektivitas Penggunaan Media Sosial Youtube Sebagai Media Penyebaran Informasi Pada Channel Youtube Diskominfo Boyolali." *Ilmu Sosial* 6, No.1.

Mahmudah, Siti Muslichatul, and Muthia Rahayu. 2020. "Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan." *Jurnal Komunikasi Nusantara* Vol 2. N.1.

Maro'ah, Siti. 2010. *Etika Dalam Bisnis Berbasis Syariah*. Surabaya: CV Revka Prima Media.

Masykuroh, Nihayatul. 2020. *Etika Bisnis Islam. PT. Nasya Expanding Management*.

Muslich. 2004. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Ekonisia.

Nasir, Munawir. 2020. *Etika Dan Komunikasi Dalam Bisnis Tinjauan Al-Qur'an, Filosofi Dan Teoritis*. Makassar: CV. Social Politic Genius (SIGn).

Nizam, Muhammad. 2021. "Berbahaya, 5 Dampak Negatif Membuat Konten Clickbait Bagi Para Kreator." *Idn Times*: 06 Oktober. <https://www.idntimes.com/tech/gadget/dampak-negatif-membuat-konten-clickbait-c1c2-1-jqnt8-kqqlpg>.

Nugroho, Arisetyanto, and Agus Arijanto. 2015. *Etika Bisnis (Business Ethics) Pemahaman Teori Secara Komprehensif Dan Implementasinya*. Jakarta: IPB Press.

Nurhalimah, Encep Dulwahab, and Acep Muslim. 2024. "Pemahaman Wartawan Urban Media Network Bekasi Mengenai Clickbait Di Media Online." *Jurnal Ilmu Jurnalistik* Volume 9,.

Nurmadiansyah, muhammad toriq. 2017. *Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Praktek*. Cakrawala Pustaka.

al-Qardhawi, Yusuf. 1997. *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.

Romli, Asep Syamsul M. 2020. *Jurnalistik Online Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.

Solihin, Olih, Rahmawati W, Farida Haryati, Yuni Mogot, Zikri Fachrul Nurhadi, and Efendi Agus Waluyo. 2022. "Tinjauan Tentang Clickbait

Media." *Komunikasi Dan Media* 7, no. 1.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Susminingsih. 2020. *Etika Bisnis Islam*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.

Tamburaka, Apriadi. 2013. *Literasi Media Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Triwibowo, Ananto, and Muhammad Afani Adam. 2023. "Margin : Jurnal Bisnis Islam Dan Perbankan Syariah Etika Bisnis Islam Dalam Praktek Bisnis Di Era Digital Ekonomi." *Margin : Jurnal Bisnis Islam Dan Perbankan Syariah* 2 (1).

Trustyanda, Namira Dewi, Cik Ratu Afni Rizki, and Quodvultdeus Okto Sri. 2021. "Budaya Clickbait Pada Judul Berita Di Era Digital 4.0." *Jurnal Ilmia Indonesia* 6, No.9 (17).

Viaastianal, Zalfa, Imron Rosyidil, and Dono Darsono2. 2021. "Media Sosial Sebagai Sarana Penyebarluasan Berita." *Jurnal Ilmu Jurnalistik* Vol 6. No 3.

Wulandari, Fitri. 2022. *Manajemen Syariah*. Sukoharjo: Gerbang Media Aksara.

www.youtube.com/@bukankabarburung

www.youtube.com/@bomispolos

www.youtube.com/@Family_Entertainment.217

www.youtube.com/@kamarmysteri

www.youtube.com/@SangGazeta

www.youtube.com/@TarbiyahDaily

Youtube. 2025. Bantuan dan Kebijakan, Youtube. <https://support.google.com/youtube/answer/72857?hl=id>.

Zayanti, Azzah Haura, Ni'mah Fajriatul Nabila, Muhammad Rizaluddin, Zhen Andika Setiawan, and Pia Khoirotun Nisa. 2024. "Strategi Sumber Pendapatan Youtube Premium Melalui Youtube Musik." *Multidisiplin Ilmu Akademik* 1, no. 3.

az-Zuhaili, Wahbah. 2011. *Fiqh Islami Wa Adillatuhu*. Jakarta: Gema Insani.

Zed, Mustika. 2004. *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Nasional.

Zhou, Zhi. 2021. "The Analysis of Click Bait in We Media Era." *2021 International Conference on Social Development and Media Communication (SDMC 2021)* 631 (Sdmc 2021).