

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media sosial adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang, waktu, usia, dan status sosial. Media sosial hari ini begitu beragam dan sangat mudah diakses secara umum. Menurut Desi Putri Lestari Media Sosial berfungsi untuk memudahkan masyarakat berkomunikasi dan mengembangkan usaha secara *online*.¹ Di Indonesia ada 132 juta pengguna internet yang aktif atau sekitar 52% dari jumlah penduduk yang ada. Dari jumlah pengguna internet tersebut, ada sekitar 129 juta yang memiliki akun media sosial yang aktif dan rata-rata menghabiskan waktu 3,5 jam per hari untuk konsumsi internet melalui handphone, ini artinya hampir mayoritas masyarakat Indonesia hari ini tidak ada yang tidak menggunakan media sosial karena begitu banyak manfaat dari media sosial diantaranya sebagai interaksi sosial, media hiburan, menggali kreativitas, media informasi, dan media untuk mencari rezeki.

Kecanggihan media sosial dapat dimanfaatkan salah satunya adalah untuk mencari rezeki. Perkembangan media sosial ini sangatlah nyata kita rasakan, menurut Thoyibie media sosial mulai berkembang dan digunakan sebagai alat untuk mempromosikan produk, brand suatu usaha dengan cara seperti itu dapat dengan mudah membuat produk suatu usaha

¹ Desi Putri Lestari, “*Analisis Strategi Internet Marketing Batik Online Melalui Instagram*”, Jurnal Coomoline Dapertemen AKomunikasi, Vol. 4 No. 2, 2015, h. 412.

menjadi dikenal banyak orang.² Tentunya jika diamati hari ini media sosial dapat menjadi wadah promosi agar barang atau produk cepat dikenal masyarakat luas. Seperti halnya dengan *handphone* dulunya hanya dapat digunakan untuk telepon dan sms, lalu berkembang dengan teknologi *handphone* terbaru saat ini dapat digunakan untuk menggunakan *facebook*, *whatsapp*, *instagram*, *youtube*, dan lainnya bahkan karena media sosial kita bisa memberikan hadiah/ *Giveaway* kepada siapapun tanpa kita kenal orang yang kita berikan itu siapa. *Giveaway* merupakan salah satu bentuk promosi yang memberikan hadiah kepada peserta yang telah dipilih dari kumpulan entri secara acak. Hadiah ini bersifat gratis. Dalam hal ini secara umum *Giveaway* bisa dikategorikan sebagai hadiah undian karena sistemnya yang diundi dan hanya bergantung pada tingkat keberuntungan seseorang.³ Menurut Kamus Bahasa Inggris Terjemah Indonesia, arti kata *Giveaway* yaitu pembukaan rahasia tanpa sengaja, hadiah, pemberian.⁴

Salah satu olshop yang mengadakan *Giveaway* ialah @Fitdam_shop. @Fitdam_shop merupakan olshop yang menjual berbagai macam produk seperti Tas, one set, baju, dan rok. Fitdam_shop merintis dalam bisnis pada juni 2017 di sosial media yaitu di *Instagram* dan *Whatsapp*. *Online* shop tersebut menjual dengan sistem cod (cash on delivery) dan kirim paket, pembayaran melalui transfer.

² Luthfi Nuraini Sandra Putri, Isnurrini Hidayat Susilowati, Mengutip Dari Thoyibie "Pelaksanaan Promosi Melalui Media Sosial Instagram Pada Toko Zizara Depok" *Jurnal Cakrawala*, *Voll 17, No 2, 2017, H. 299.A*

³ Suparna Wijaya dan Yana, *Pajak Penghasilan Giveaway*, (Indraamay: CV. Adamu Abimata, 2021, hl 7.

⁴ Jhon M Echols dan Hasan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014), h.338.

@Fitdam_shop melaksanakan *Giveaway* pada bulan april 2021 dengan hadiah yaitu tas cantik, *Giveaway* yang dilaksanakan fitdam_shop ini memberikan syarat dan ketentuan kepada peserta yang ingin mengikuti *Giveaway*, syarat dan ketentuan *Giveaway* tas mewah:

1. Wajib *follow* @Fitdam_shop & @Fitridamayanti04
2. Silahkan koment “MAU” di postingan ini dengan hastag #Tascantik #Giveawayfitdam_shop
3. Tag 5 teman kalian di kolom komentar
4. Buat di insta story kalian postingan ini dan tag ig @Fitdam_shop (buat caption semenarik mungkin)
5. Spam like postingan tas mewah di @Fitdam_shop
6. 10 orang caption terbaik akan dipilih secara acak
7. Pemenang akan dipilih secara acak
8. Jika tidak memenuhi syarat dan ketentuan diatas maka dianggap gugur.

Tujuan *Giveaway* yang dilakukan akun tersebut adalah peningkatan potensi pertumbuhan akun media sosial, dimana sesuatu yang ingin dicapai oleh pembisnis atau pemilik toko *online*. Karena dengan demikian mereka bisa menjangkau masyarakat luas.

Contoh lain dalam undian berhadiah ini, iyalah akun @lifewithbsi yang mengadakan undian dengan modal tebak pertanyaan peserta mendapatkan saldo e-wallet total 1 juta rupiah, syarat yang harus di penuhi antara lain:

1. Wajib follow @lifewithbsi
2. Wajib punya akun BSI Mobile
3. Like dan komen di postingan @lifewithbsi sebanyak – banyaknya

4. Komen jawabanmu di kolom komentar, sertakan hastag #BSIGiveawayJumatBerkah
5. Mention temanmu yang lain
6. Add to story postingan ini ke ig story kamu untuk kesempatan menang lebih besar
7. 10 pemenang akan dipilih secara acak untuk mendapatkan saldo e-wallet @100ribu
8. akun tidak di-private dan bukan akun jualan
9. Pemenang akan diumumkan melalui Ig story @lifewithbsi di akhir bulan

Tujuan *Giveaway* yang dilakukan akun tersebut adalah peningkatan potensi pertumbuhan akun media yang dimiliki (aplikasi), dimana sesuatu yang ingin dicapai oleh pembisnis atau pemilik. Karena dengan demikian mereka bisa menjangkau masyarakat luas.

Oleh karena itu undian yang merupakan salah satu bentuk promosi menjadi suatu keharusan bagi mereka yang ingin menarik minat masyarakat ketika berselancar di dunia maya.

Belakangan ini undian lebih banyak bertebaran di media sosial yang bernama *Instagram* dan menjadi tren yang dikenal dengan istilah 'Iseng-iseng berhadiah' (Idntimes. Times, 2019). Hal ini dikarenakan undian menawarkan hadiah yang cukup menggiurkan sehingga banyak peserta yang mengikutinya namun *effortless* karena diembel-embeli beberapa syarat yang terbilang mudah. Meski hadiah yang ditawarkan hanya beberapa buah tetapi diberikan secara gratis sehingga peserta yang mengikutinya bisa membeludak.

Giveaway dapat dikatakan hadiah yang diundi oleh akun yang mengadakannya. *Giveaway* yang diadakan oleh akun olshop di *instagram*

yang memberi hadiah kepada *followers*-nya. Tetapi kenyataannya *Giveaway* ini adalah salah satu trik akun *online* untuk menambah *followers*-nya atau pengikutnya. Akun *olshop* yang mengadakan *Giveaway* yang memberikan hadiah tertentu yang dijanjikannya itu hanyalah untuk menarik orang dengan cara mem-*follow* *instagram*-nya dan mendapatkan hadiah yang telah dijanjikannya tersebut dengan syarat biasanya akun yang ditag-nya. Kemudian setelah semuanya dilakukan orang yang mengikutinya mengadakan *Giveaway* itu, maka diharuskan mem-*follow* akun yang mengadakan *Giveaway* tersebut dengan cara wajib membuat *story* di *instagram* dan mempromosikan salah satu produknya. Akan tetapi diundi kembali sesuai beberapa orang yang ditetapkan menjadi sebagai pemenangnya oleh akun yang mengadakan *Giveaway* tersebut. Dan banyak peserta yang kalah merasa dirugikan karena mereka sudah semaksimal mungkin mengikuti peraturan yang ada dan sudah menghabiskan waktu mengikuti *Giveaway* tersebut. Banyak dari pesertanya yang menghalalkan segala cara untuk bisa mendapatkan *Giveaway* tersebut.

Dengan *Giveaway* yang diadakan di *instagram* ini tidak sedikit orang yang ingin mengikuti *Giveaway* tersebut. Karena diiming-imingi dengan hadiah, maka banyak juga orang yang mengikutinya dengan tujuan yang salah, ada yang memang mengikutinnya karena kebetulan dan ada juga yang memang diniatkan sampai rela mengeluarkan biaya untuk mengikuti *Giveaway*.

Berdasarkan penjelasan diatas, bahwasannya pengguna sosial media mengenal praktik *Giveaway* ialah memungkinkan kerugian financial bagi para peserta. Dengan begitu penulis tertarik untuk mengkaji dan meneliti lebih detail mengenai Tinjauan Hukum Islam dan Undang-

Undang Dasar Nomor 22 Tahun 1945 Terhadap Undian Berhadiah *Giveaway*.

Hukum Islam tentang Undian terdapat dalam surah Al-Maidah ayat 90:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِنْ عَمَلِ
الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan*”. (Q.S Al-Maidah: 90)⁵

Ayat diatas menjelaskan bahwasannya Allah SWT. memerintahkan umatnya untuk menjauhi perbuatan yang di larang seperti berjudi, mengundi nasib, apabila dijahui akan mendapatkan keberuntungan bagi umatnya. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia menjelaskan mengenai hadiah yaitu, pemberian (kenang-kenangan, penghargaan, penghormatan), ganjaran (karena memenangkan suatu perlombaan), tanda kenang-kenangan (tanda perpisahan), cendera mata. Sedangkan undian yakni, sesuatu yang dipakai untuk menentukan atau memilih (seperti untuk menentukan siapa yang berhak atas sesuatu, siapa lebih dahulu).⁶

Dalam perspektif hukum Islam, undian menurut bahasa adalah *As-sahm* (bagian) atau *An-nasib* (andil, nasib).⁷ Undian berasal dari kata undi

⁵ Dapertemen Agama RI, Al-Quran Terjemah Al-Hikmah, (Bandung: Diponogoro, 2009), h123.

⁶ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2005, hlm 380 dan 1245

⁷ Ahmad Warsono Munawwir, *Kamus Al-Munawwir*, Yogyakarta: PT. Al-Munawwir Krapyak. 1984, hlm 1194

yaitu sesuatu yang dipakai untuk menentukan atau memilih (seperti untuk menentukan siapa yang berhak atas sesuatu, siapa yang bermain dahulu) jadi undian berhadiah adalah undian yang ada hadiahnya, undian yang memberikan hadiah bagi pemenangnya.

Ada pendapat ulama yaitu Asy-Syirbashi berpendapat bahwa undian adalah satu bentuk praktik perjudian yang dilarang dalam agama Islam dan keuntungan yang diperoleh darinya juga haram. Penekanan diharamkannya adalah terletak pada adanya unsur makan harta orang lain secara bathil.⁸ Disamping itu perbuatan judi mendorong orang untuk menggantungkan harapannya kepada harapan-harapan yang dusta.

Betapa banyak manusia yang rusak kehidupannya dan menyimpang perilakunya karena tertipu oleh undian. Karena mengenai undian yang berlaku saat ini untuk mempromosikan barang-barang dagangan. Dan Hukum Positif tentang undian tertulis dalam Undang-undang RI No 22 tahun 1954 tentang undian. Undang – undang tentang undian berhadiah ini di dalamnya mengatur penyelenggaraan undian yang secara substantif terdiri subjek hukum, objek hukum, dan pengawasannya.

B. Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penulisan ini sebagai berikut:

1. Bagaimana Pandangan Hukum Islam Terhadap Undian Berhadiah?
2. Bagaimana Tinjauan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1954 Terhadap Undian?
3. Bagaimana Relevansi Pandangan Hukum Islam dan Undang-Undang No. 22 Tahun 1954 Tentang Undian?

⁸ Ajat Sudrajat, Fiqih Aktual, (Ponorogo: STAIN PO Perss, 2008), h. 219

C. Fokus Penelitian

Didalam sebuah penelitian agar penelitian tidak meluas atau melebar, dan keluar dari bahasan judul, maka perlu sekiranya dilakukan fokus penelitian yang menyatakan pokok permasalahan apa yang menjadi pusat perhatian, dan dalam penelitian ini yang menjadi fokus penelitian ini adalah menjelaskan dan menganalisis Hukum Islam tentang undian berhadiah, menjelaskan dan menganalisis undang-undang nomor 22 tahun 1954 tentang undian berhadiah.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulisan yang dilakukan oleh penulis sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Hukum Islam tentang undian berhadiah
2. Untuk mengetahui Undang-undang Nomor 22 tahun 1954 tentang Undian
3. Untuk mengetahui relevansi hukum Islam dan undang-undang tentang Undian

E. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan khususnya di Universitas Islam Negeri Sulthan Maulana Hasanudin Banten.
 - b. Hasil ilmu pengetahuan bagi pengguna sosial media khususnya bagi penyelenggara Undian
2. Secara praktis

Sebagai ilmu pengetahuan bagi masyarakat, khususnya bagi pengguna *Giveaway* yang tengah marak digunakan oleh pengguna sosial media (*instagram*).

F. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu yang relevan ini pada intinya adalah untuk mendapatkan gambaran hubungan topik yang akan diteliti dengan peneliti sejenis yang pernah dilakukan oleh penelitian sebelumnya sehingga tak ada pengulangan di antaranya adalah:

- 1) Skripsi yang ditulis oleh Dita Mardianti, Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya judul skripsinya “Analisis Hukum Islam Terhadap Pemberian *Giveaway* Bersyarat Dalam Akun *Instagram* @Shakinaholshopsby”. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dan Permasalahan dari penelitian terdahulu ini adalah ada kejanggalan dalam pelaksanaan *Giveaway* bagi pemenang, karena dia harus mengeluarkan uang terlebih dahulu senilai separuh dari harga produk agar bisa mengambil hadiah undian tanpa diberitahu sebelumnya. Peserta mendapatkan hadiah merasa kecewa, karena mendapatkan hadiah gratis menjadi sia-sia.⁹

Perbedaan penelitian Dita Mardianti dengan penelitian penulis adalah bahwa Dita Mardianti membahas tentang bagaimana praktek pemberian hadiah bersyarat dalam akun *instagram* tersebut, sedangkan peneliti ini membahas mengenai bagaimana pelaksanaan undian berhadiah *Giveaway* pada akun @fitdam_shop.

- 2) Selanjutnya yang ditulis oleh Ika Wahyuni, Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta judul skripsinya “Strategi Viral Marketing Melalui *Instagram* dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Deskriptif Kualitatif pada *Selfie Contest* Avoksin Beauty)”. Hasil dari penelitian Ika Wahyuni bahwa

⁹ Dita Mardianti, *Analisis Hukum Islam Terhadap Pemberian Giveaway Bersyarat Dalam Akun Instagram @Sakinaholshopsby*, Skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. 2019

pemanfaatan strategi viral marketing mampu meningkatkan penjualan avoksin beauty. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Dari hasil penelitian ini Ika Wahyuni pemanfaatan dari startegi viral *marketing* mampu meningkatkan penjualan dan bertambahnya *followers*.¹⁰

Perbedaan skripsi penulis dengan peneliti yang dilakukan oleh Ika Wahyuni adalah lebih focus kepada startegi marketing produk, sedangkan penulis meninjau hukum nya dari *Giveaway* tersebut. Persamaannya adalah sama- sama membahas tentang *Giveaway*.

G. Kerangka Pemikiran

Negara hukum merupakan konsep dalam penyelenggaraan kehidupan berbangsa dan bernegara.¹¹

Dalam pandangan Daniel S Lev, Negara hukum adalah suatu Negara yang didasarkan pada pembagian kekuasaan yang bertujuan untuk memperlemah elite-elite politik.¹² Dalam negara hukum, berarti semua alat perlengkapan negara berdasarkan hukum dan hubungan kemasyarakatan harus runduk pada peraturan-peraturan hukum yang berlaku.

¹⁰ Ika Wahyuni, *StartegiViral Marketing Melalui Instagram dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Deskriptif Kualitatif pada selfie contest avoksin beauty)*, Fakultas Ilmu Social Dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016.

¹¹ Dalam rangka memberikan pengertian yang sama tentang konsep, maka paparan ini dimulai dengan menjelaskan pengertian tentang konsep. Secara definitif, konsep merupakan ide yang menggambarkan hal-hal atau benda-benda ataupun gejala social, yang dinyatakan dalam istilah atau kata. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, konsep adalah gambaran dari objek, proses, atau apa pun yang ada di luar bahasa, yang digunakan oleh akal budi untuk memahami hal-hal lain. Lihat Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008, hlm. 588.

¹² Daniel S Lev, *Hukum dan Politik Indonesia*, Jakarta; LP3ES, 2000, hlm, 2.

Konsep negara hukum menjadi landasan pemikiran tentang pengaruh Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Dasar 1945 terhadap penguatan negara hukum Indonesia. Konsep negara hukum Indonesia diawali dengan pemikiran yang terdapat dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945.

Dalam pandangan Wirjono Projadikoro, penggabungan negara dan hukum menjadi negara hukum, mengandung makna bahwa di wilayah negara tersebut memiliki beberapa cirri, yaitu *pertama*, semua alat-alat perlengkapan dari negara, khususnya alat-alat perlengkapan dari pemerintah, dalam tindakan-tindakannya baik terhadap para warga negara tidak boleh sewenang-wenang, melainkan harus memperhatikan praturan-praturan hukum yang berlaku. *Kedua*, semua orang dalam hubungan kemasyarakatan harus tunduk pada praturan-praturan hukum yang berlaku.¹³

Adapun dalam pandangan Islam yaitu menurut salah satu tokoh Islam yakni Imam Syāfi'i menjelaskan teori tentang Politik Hukum Internasional Islam (*Fiqih siyasah dauliyah*) dan Hukum Pidana Islam (*fiqih jinayah*) beliau mengenal teritorialitas dan non teritorialitas. Teritorialitas menyatakan bahwa seorang muslim terikat untuk melaksanakan hukum Islam sepanjang ia berada di wilayah hukum di mana hukum Islam diberlakukan. Sementara teori non teritorialitas menyatakan bahwa seorang muslim selamanya terikat untuk melaksanakan hukum Islam di manapun ia berada, baik di wilayah hukum di mana hukum Islam diberlakukan, maupun di wilayah hukum di mana hukum Islam tidak diberlakukan.

¹³ M. Ali Taher Parasong, *Mencegah Runtuhnya Negara Hukum*, (Jakarta: Grafindo Books Media, 2014), h. 26.

Sebagaimana diketahui bahwa mayoritas umat Islam di Indonesia menganut madzhab imam syāfi'i sehingga berlakunya teori kredo (syahadat) ini tidak dapat disangsikan lagi. Teori kredo atau syahadat merupakan teori yang menyatakan bahwasannya pelaksanaan hukum Islam harus dijalankan bagi mereka yang telah mengikrarkan dua kalimat syahadat sebagai konsekuensi logis dari pengucapan syahadat.¹⁴ Teori ini di ambil dari al-qur'an diantara salah satunya ialah surah Al-fatihah ayat 5;

إِيَّاكَ نَعْبُدُ وَإِيَّاكَ نَسْتَعِينُ

Artinya: *Hanya kepada Engkaulah kami menyembah dan hanya kepada Engkaulah kami mohon pertolongan.* (Q.S Al-Fatihah: 5).¹⁵

Di dalam Islam, undian disebut dengan nama qura'ah yang artinya upaya memilih sebagian pilihan (alternatif) dari keseluruhan pilihan yang tersedia itu memiliki kemungkinan (probabilitas) yang sama besarnya untuk terpilih. Undian merupakan upaya yang paling mampu menjauhkan unsure keberpihakan dalam memilih dan dapat dilakukan untuk maksud-maksud yang beragam dan luas, bisa untuk maksud perjudian dan bisa pula untuk maksud-maksud yang jauh sama sekali dari perjudian.¹⁶

Hukum asal undian adalah mubah atau boleh menurut kesepakatanpara fuqaha berdasarkan Al-Qur'an dalam surah Ali Imran ayat 44.

¹⁴ Muhamad Mas'ud, Rosbandi, Sugih Suryagalih, "Eksistensi Teori Kredo Dalam Perbelakuan Hukum Islam Di Indonesia" (Jurnal Agama, Pendidikan, dan Sosial Budaya), Vol. 14, No. 1, (Jnuari-Juni, 2020), h. 56-57

¹⁵ Zaini Dahlan, *Qur'an Karim Dan Terjemah Artinya*, (Yogyakarta: UII Press, 1998), h.1

¹⁶ Abdul aziz dahlan, et al., *Ensiklopedi Hukum Islam*, Jakarta: Ichtiar Baru van Hoeve, Cet. Ke-1, 1997, hal. 1869

ذَلِكَ مِنْ أَنْبَاءِ الْغَيْبِ نُوحِيهِ إِلَيْكَ يَوْمَ كُنْتَ لَدَيْهِمْ إِذْ يُلقُونَ أَقْلَامَهُمْ أَيُّهُمْ
يَكْفُلُ مَرْيَمَ وَمَا كُنْتَ لَدَيْهِمْ إِذْ يَخْتَصِمُونَ (٤٤)

Artinya : “ketika mereka melemparkan anak-anak panah mereka (untuk mengundi) siapa di antara mereka yang akan memelihara Maryam.” (Q.S Ali Imran: 44)¹⁷

Dari Annas bin Malik r.a ketika ia ditanya, “pernahkah kamu mengadakan lomba di masa Rasulullah SAW dengan menyediakan kuda balapnya untuk hadiah, dan ketika adalah salah seorang yang menang maka beliau tersenyum merasa senang dan takjub akan hal itu. (H.R Ahmad).

Dari hadist riwayat Ahmad di atas menjelaskan bahwa undian pada asalnya adalah boleh, ada pula undian berhadiah menjadi haram jika orang yang mengikuti undian tersebut dengan menggantungkan nasibnya dan mempertaruhkan hartanya untuk itu. Undian semacam inilah yang tidak boleh.

Undian berhadiah di Indonesia ini bukanlah suatu perkara baru, hanya saja dari masa ke masa bentuk dan tujuannya beraneka macam. Dalam negara hukum di Indonesia praktik undian yang ada dengan berbagai nama, seperti sumbangan sosial berhadiah dan sebagainya.

Fenomena menarik dalam *Instagram* saat ini adalah kebanyakan orang tertarik untuk menjadi terkenal dengan memiliki *followers* yang banyak sehingga mereka dapat disebut selebgram atau selebritis *Instagram*. Alasan yang membuat pengguna *Instagram* tertarik dikarenakan selebgram dapat menjangkau banyak *Followers* yang

¹⁷ Zaini Dahlan, *Qur'an Karim Dan Terjemah Artinya*, (Yogyakarta: UII Press, 1998), h. 98

dibutuhkan bagi vendor untuk mempromosikan produknya, dari situlah nanti selebgram akan mendapat bayaran dari iklan vendor tersebut.

Popularitas menjadi tujuan para pengguna *Instagram* saat ini, beberapa pemicu untuk mencari *followers* aktif yaitu memiliki konten yang menarik dan memiliki keunikan tersendiri sehingga seseorang tertarik untuk selalu mengikuti akun tersebut. Disinilah pengguna dituntut memiliki jiwa kreativitas untuk menyajikan konten yang menarik bagi *followers*, setelah hal tersebut dilakukan selanjutnya adalah konsistensi dalam posting di *Instagram*.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 1954 tentang undian, pada BAB I pasal 1 berbunyi “Barang siapa mengadakan undian harus lebih dahulu mendapatkan izin dari yang berwajib berdasarkan peraturan-peraturan dalam pasal-pasal berikut, kecuali yang ditetapkan dalam pasal 2.

Yang diartikan dengan kata undian dalam undang-undang ini ialah tiap-tiap kesempatan yang diadakan oleh sesuatu badan untuk mereka yang setelah memenuhi syarat-syarat tertentu dapat ikut serta memperoleh hadiah berupa uang atau benda, yang akan diberikan peserta-peserta yang ditunjuk sebagai pemegang dengan jalan undi atau dengan cara menentukan untung yang tidak terbanyak dapat dipengaruhi oleh peserta sendiri.

Dengan demikian lotre atau undian pada hakikatnya mempunyai pengertian yang sama. Tetapi

pengertian yang berkembang dalam masyarakat sangatlah berbeda. Lotre dipandang sebagai judi, sedangkan undian tidak. Karena

mengenai undian yang berlaku saat ini untuk mempromosikan barang-barang dagangan.¹⁸

H. Metode Penelitian

Dalam penyusunan suatu karya ilmiah terlebih lagi penulisan skripsi, metode penelitian menjadi sesuatu hal yang sangat penting perannya, sebab berguna menunjukkan arah dan jalan dalam memecahkan masalah yang akan diteliti. Maka dalam penelitian ini, penyusun menggunakan metode sebagai berikut:

1) Jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum normatif, yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder,¹⁹ disebut juga penelitian doktrinal, dimana hukum sering kali dikonsepsikan sebagai apa yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan (*Law in, books*) atau dikonsepsikan sebagai kaidah atau norma yang merupakan patokan berperilaku manusia yang dianggap pantas.

Maka jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah hukum normatif, karena peneliti menggunakan bahan – bahan keputusan sebagai data utama untuk menganalisis kasus, dan penulis tidak melakukan penelitian lapangan. penelitian asas – asas hukum, penelitian terhadap sistematika hukum, penelitian terhadap sinkronisasi hukum.

¹⁸ M. Ali Hasan Zakat, *Pajak, Asuransi Dan Lembaga Keuangan (Masail Fiqiyah II)*. (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 1997), h. 99.

¹⁹ Soerjono Soekanto dan Sri Mamuji. *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013, halaman 13.

2) Pendekatan penelitian

Pendekatan ini menggunakan pendekatan yuridis normatif. Pendekatan yuridis normatif yaitu pendekatan dengan mempergunakan kepustakaan atau studi dokumen dan pendapat para ahli yang berhubungan dengan Undang – undang nomor 22 tahun 1954 tentang undian berhadiah. Peneliti akan menggunakan daa kepustakaan sbagai data skunder.

3) Teknik pengumpulan data

Metode pengumpulan data ialah metode deskriptif literal, yaitu objek pemikiran detilitis melalui telaah literal dalam memberikan deskripsi secara konseptuals.²⁰ Pengumpulan data primer ini diambil dari referensi uang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Adapun data skunder yang dimiliki relevansi sebagai bahan tambahan, sehingga, selanjtnya dijadikan rumusan masalah untuk mencapai suatu kesimpulan penelitian.

Studi Kepustakaan (*Library Research*) studi ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data skunder yang meliputi bahan hukum primer, bahan hukum skunder, dan bahan hukum tersier. data yang diperoleh digunakan sebagai dasar teori untuk menganalisis data primer.

²⁰ Peneliti menyimpulkan devinisi metode tersebut dan dikawinkan dengan metode deskripsi dimaksud juga dengan, mode pasek Diantha, *Metodologi Penelitian Hukum Normatif dalam Justifikasi Teori Hukum*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2019) h. 152

I. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembahasan dan pemahaman dalam penelitian ini, maka penelitian ini disusun secara sistematis dalam beberapa bab yang mempunyai keterkaitan satu sama lain.

BAB I PENDAHULUAN meliputi: Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Fokus Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Penelitian Terdahulu yang Relevan, Kerangka Pemikiran, Metode Penelitian, Sistematika Penulisan.

BAB II Undian berhadiah dalam pandangan hukum islam

BAB III Undian berhadiah dalam pandangan hukum positif

BAB IV Relevansi pandangan hukum islam dan undang – undang no. 22 tahun 1954 tentang undian berhadiah

V Penutup, meliputi : Simpulan dan saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN