

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media sosial telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari aktivitas sehari-hari masyarakat di era modern teknologi yang semakin berkembang pesat. Media sosial sangat penting dalam kehidupan sehari-hari karena memungkinkan masyarakat berkomunikasi dua arah dan berbagi pikiran, foto, video dan informasi lainnya secara langsung tidak terbatas oleh jarak dan waktu.¹ Instagram yang dibuat oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger dan pertama kali dirilis pada tahun 2010 adalah salah satu platform media sosial yang paling populer. Sejak diluncurkannya, Instagram telah berkembang pesat dan kini memiliki lebih dari 2,4 miliar pengguna aktif.² Di Indonesia sendiri, platform ini menempati posisi keempat dengan jumlah pengguna mencapai 102,15 juta per April 2024.³

Instagram adalah platform media sosial di mana pengguna dapat berbagi foto, video dan *caption*.⁴ Instagram sangat populer di kalangan pengguna media sosial karena berbagai fiturnya, seperti berbagi cerita (*story*), postingan foto maupun video, siaran langsung (*live*) yang memungkinkan untuk berinteraksi langsung dengan pengikutnya dan

¹ Winda Romaboida Situmorang and Rahma Hayati, "Media Sosial Instagram Sebagai Bentuk Validasi dan Representasi Diri," *Jurnal Sosiologi Nusantara* 9, no. 1 (2023): 2.

² "How Many Users on Instagram? Statistics & Facts (2025)," accessed March 22, 2025, <https://seo.ai/blog/how-many-users-on-instagram>.

³ "DataIndonesia.ID on Instagram," *Instagram*, last modified July 23, 2024, accessed March 22, 2025, <https://www.instagram.com/p/C9wpUnQvWUk/>.

⁴ Muhammad Rizqi Arifuddin and Irwansyah, "Dari Foto dan Video ke Toko: Perkembangan Instagram dalam Perspektif Konstruksi Sosial," *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media* 3, no. 1 (2019): 38.

pengguna dapat mengirimkan pesan langsung (*Direct Message*) ke teman-teman atau pengikut lain.

Instagram kerap dimanfaatkan untuk membangun identitas sosial (*social branding*) atau profil online seseorang untuk menjadi kreator (*influencer*) sebagai penyedia berita dan informasi, serta juga dapat digunakan sebagai bisnis online untuk menghasilkan pendapatan.⁵ Namun, aplikasi Instagram kini tidak hanya sebagai sarana berbagi foto dan video, maupun sebagai bisnis online pada umumnya. Akan tetapi, memungkinkan kreator memiliki penghasilan konsisten setiap bulannya dari fitur baru yang dimiliki Instagram, yakni konten eksklusif Instagram (*Exclusive Instagram*).

Konten eksklusif Instagram adalah fitur yang baru diluncurkan pada tahun 2022, karena statusnya yang relatif baru, belum ada informasi spesifik mengenai jumlah pengguna fitur ini. Konten eksklusif Instagram ini memuat konten yang hanya dapat diakses oleh pengikut yang telah berlangganan, yaitu dengan membayar biaya yang telah ditentukan untuk mendapatkan akses konten akun kreator tersebut untuk jangka waktu tertentu. Hal ini serupa dengan keanggotaan khusus di mana pelanggan memiliki akses ke konten yang tidak bisa dilihat oleh orang lain. Konten yang disajikan dapat berupa pengalaman pribadi kreator, tutorial, sesi tanya jawab dan/atau konten *behind-the-scenes* dari konten yang bukan eksklusif.⁶

Fitur eksklusif memberikan manfaat bagi pengikut yang berlangganan untuk mendapatkan akses ke konten yang tidak tersedia untuk

⁵ Situmorang and Hayati, "Media Sosial Instagram Sebagai Bentuk Validasi dan Representasi Diri," 2.

⁶ Mcsadmin, "Konten Eksklusif: Cara Baru Mendapat Cuan Di Instagram," *Mocaas Blog*, September 5, 2024, accessed November 20, 2024, <https://mocaas.tv/blog/konten-eksklusif-instagram-cara-baru-mendapat-cuan-di-media-sosial/>.

publik, mulai dari postingan foto, video dan cerita (*story*) yang dibagikan oleh kreator hingga siaran langsung (*live*). Layanan yang ditawarkan dalam konten eksklusif memang tidak jauh berbeda dengan konten yang tidak berbayar, namun dalam eksklusif pelanggan seringkali memiliki kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan kreator, bisa melalui sesi tanya jawab atau diskusi, bahkan kreator akan menceritakan pengalamannya lebih personal. Secara umum, berlangganan konten eksklusif Instagram menciptakan pengalaman yang saling menguntungkan antara pengikut dan kreator.

Karena manfaatnya yang unik, fitur konten eksklusif ini telah menarik perhatian banyak pihak, dari pengguna biasa hingga pelaku industri kreatif. Banyak konten kreator, seperti *youtuber*, *influencer* dan seniman lainnya menggunakan fitur ini untuk memberikan pengikutnya konten yang lebih mendalam dan berkualitas. Apabila konten yang dibuat oleh kreator menarik atau sangat eksklusif, pengikut akan berlangganan berulang kali meskipun harganya mahal, bahkan dapat menarik pelanggan baru. Fitur ini memang diperkenalkan untuk mendukung konten kreator dalam menghasilkan pendapatan yang lebih konsisten setiap bulannya. Oleh karena itu, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai platform sosial tetapi juga sebagai ekonomi digital yang memfasilitasi kreativitas dan inovasi.⁷

Akan tetapi, sebagian kreator terkadang menyajikan isi konten eksklusif yang menyimpang ke hal negatif untuk meraup lebih banyak uang. Konten kreator menarik perhatian calon pengikut atau pelanggan dengan

⁷ Altri Wahida and Madrianah, "Pengaruh Literasi Ekonomi dan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha," *Jurnal Ilmiah AKMEN* 20, no. 1 (2023): 87.

menjanjikan konten yang bersifat pribadi dan tidak akan dipublikasikan kepada khalayak umum. Namun, pada kenyataannya konten yang diberikan seringkali tidak pantas untuk dipublikasikan, di mana kreator rela menceritakan masalah atau aib pribadi bahkan perseteruan sesama kreator sebagai bahan konten eksklusif. Hal ini disebabkan oleh banyaknya pengikut yang tertarik dan bersedia mengeluarkan uang hanya untuk mengikuti masalah pribadi tersebut dengan ingin mengetahuinya lebih awal daripada pengikut yang tidak berlangganan.⁸ Selain itu, muncul permasalahan baru di mana adanya penyebaran konten yang bukan haknya. Maka, pihak kreator dan Instagram harus memastikan bahwa pengikut yang berlangganan benar-benar mendapatkan hak eksklusifnya. Meskipun teknologi telah menyediakan fitur keamanan konten, seperti tidak bisa untuk mengambil gambar tangkap layar (*screenshot*), kenyataannya masih banyak orang yang melakukan pelanggaran dengan cara yang lebih kreatif, seperti mengambil gambar atau merekam konten dari perangkat lain dan menyebarkannya tanpa izin. Akibatnya, hal ini menyebabkan kerugian bagi para kreator yang karyanya diambil tanpa hak dan bagi pengikut yang telah berlangganan untuk mengakses konten tersebut.⁹

Apabila seseorang menggunakan media sosial tanpa mempertimbangkan prinsip-prinsip etis dan kesadaran akan tanggung jawab sosial, dapat menyebabkan berbagai masalah yang merugikan. Seperti

⁸ Akun Join Grup Exclusive, "Join Grup EXCLUSIVE on TikTok," *TikTok*, accessed December 10, 2024, https://www.TikTok.com/@joingrupexclusive/video/7407161160929201413?_t=8s63dMWwmdm&_r=1.

⁹ Call Me Beauty, "Tutorial Berlangganan Exclusive Instagram," *TikTok*, accessed December 10, 2024, https://www.TikTok.com/@madeby_ai/video/7365363526078057733?_t=8s63lj2ft0R&_r=1.

halnya, penyebaran konten yang tidak etis atau tidak pantas di media sosial sering kali didorong oleh keinginan untuk memperoleh keuntungan finansial yang lebih besar, tanpa mempertimbangkan dampak negatif yang dapat ditimbulkannya terhadap pengguna. Hal semacam ini dapat mengarah pada terjadinya kerusakan (*mafsadah*) bagi para pengguna, karena para pengguna berisiko terpapar konten yang dapat memengaruhi kesehatan mental. Selain itu, munculnya rasa ketidakpuasan di kalangan pengikut yang berlangganan karena adanya penyebaran, pengikut merasa bahwa langganan yang dibayar tidak memberikan nilai tambah sesuai dengan harapan atau standar yang diinginkan.¹⁰

Untuk mencegah kemungkinan buruk atau dampak negatif yang mungkin timbul dan mencegah terjadinya kerusakan, penerapan metode atau prinsip *sadd al-ẓari'ah* menjadi hal yang sangat penting. Metode ini bertujuan untuk memastikan tercapainya kemaslahatan sekaligus menghindari terjadinya *mafsadah*. Ibnu Qayyim mendefinisikan *sadd al-ẓari'ah* sebagai suatu tindakan yang secara lahiriah diperbolehkan, namun tindakan tersebut tidak diperbolehkan dilakukan jika mengarah pada perbuatan yang haram.¹¹ Al-Syathibi berpendapat bahwa *al-ẓari'ah* adalah sarana atau tindakan yang pada awalnya mengandung kemaslahatan, tetapi berujung pada kerusakan. Oleh karena itu, menurutnya *sadd al-ẓari'ah* berarti menghalangi sesuatu yang diperbolehkan (*jaiz*) agar tidak mengarah pada perbuatan yang dilarang. Sejalan dengan pandangan al-Syatibi, al-

¹⁰ Nursshobah, Muhammad Said, and Siti Asiah, "Curhat (Pengumbaran Aib) di Media Sosial Perspektif Qur'an (Kajian Double Movement Fazlur Rahman)," *Journal Al-Irfani* 4, no. 1 (2023): 31.

¹¹ Ismail Jalili, *Eksistensi Sadd Al-ẓari'ah Dalam Ushul Fiqh: Kajian Pemikiran Ibnu Qayyim al-Jauziyyah (w.751 H/1350 M)* (Klaten: Lakeisha, 2020), 46.

Syaukani juga berpendapat bahwa *al-zari'ah* adalah suatu tindakan yang secara lahiriah diperbolehkan, tetapi dapat mengarah pada perbuatan yang dilarang.¹² *Sadd al-zari'ah* adalah upaya pencegahan akan terjadinya hal-hal yang dapat menimbulkan dampak negatif. Hukum Islam tidak hanya mengatur perilaku manusia yang sudah dilakukan, tetapi juga yang belum dilakukan. Hal ini bukan berarti bahwa hukum Islam berusaha membatasi kebebasan manusia, namun karena salah satu tujuan hukum Islam adalah untuk mewujudkan kemaslahatan dan menghindari kerusakan (*mafsadah*).¹³

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam mengenai bagaimana hukum Islam atas layanan konten eksklusif Instagram (*Exclusive Instagram*), mengingat fenomena yang ada tidak selalu berupa konten yang positif, melainkan juga terdapat konten negatif yang berpotensi menimbulkan kerusakan (*mafsadah*). Penelitian ini akan mengkaji fenomena tersebut dari perspektif prinsip *sadd al-zari'ah* dalam penelitian yang berjudul “**Tinjauan *Sadd Al-Zari'ah* Terhadap Konten Eksklusif Instagram (*Exclusive Instagram*)**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti kemudian merumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana konten eksklusif Instagram (*Exclusive Instagram*)?

¹² Rukhul Amin, “Sadd Al-Dzari’ah: Korelasi Dan Penerapannya Dalam Hukum Ekonomi Syariah,” *Jurnal Justisia Ekonomika: Magister Hukum Ekonomi Syariah* 4, no. 2 (December 26, 2020): 3, accessed January 10, 2025, <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JE/article/view/6856>.

¹³ Muhamad Takhim, “Saddu al-Dzari’ah dalam Muamalah Islam,” *AKSES: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 14, no. 1 (2019): 19, accessed January 10, 2025, <https://publikasiilmiah.unwahas.ac.id/index.php/AKSES/article/view/3264>.

2. Bagaimana tinjauan *sadd al-ẓari'ah* terhadap konten eksklusif Instagram (*Exclusive Instagram*)?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mendiskripsikan konten eksklusif Instagram (*Exclusive Instagram*).
2. Untuk menganalisis tinjauan *sadd al-ẓari'ah* terhadap konten eksklusif Instagram (*Exclusive Instagram*).

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan memberikan referensi untuk pengembangan atau penerapan media pembelajaran khususnya dalam ilmu hukum ekonomi syariah dan *sadd al-ẓari'ah*, pada transaksi digital di era modern, maupun kegiatan fiqh muamalah lainnya.

2. Manfaat Secara Praktis

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat meningkatkan dan memperluas pengetahuan tentang *sadd al-ẓari'ah* dalam pemanfaatan media sosial sebagai salah satu sumber pendapatan, khususnya pada konten eksklusif Instagram (*exclusive Instagram*).

b. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai referensi kepustakaan untuk pengembangan pengetahuan khususnya pada fakultas syariah. Ditujukan untuk digunakan sebagai bahan acuan dalam mempelajari setiap sarana atau tindakan yang pada awalnya mengandung kemaslahatan, tetapi berujung pada kerusakan sehingga termasuk kedalam kategori *sadd al-ẓari'ah*. Dalam hal ini khususnya pada pemanfaatan konten eksklusif Instagram (*exclusive Instagram*) yang marak saat ini, maupun transaksi digital dan aktivitas muamalah di media sosial lainnya.

c. Bagi Masyarakat

Diharapkan penelitian ini akan memberikan wawasan untuk masyarakat terutama oleh pengguna Instagram akan pentingnya melakukan pencegahan (*sadd*) terjadinya hal-hal yang dapat menimbulkan dampak negatif untuk mewujudkan kemaslahatan (*maslahat*) dan mencegah kerugian (*mafsadah*) untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

E. Penelitian Terdahulu

1. Pada tahun 2024 skripsi dengan judul "Tinjauan Maqāṣid Syarī'ah Terhadap Penutupan Jual Beli pada Platform TikTok" oleh Anisatur Rochmah dari Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari sudut pandang maqasid syariah yang menekankan pemeliharaan agama, jiwa, akal, keturunan dan harta

adalah mungkin untuk menganalisis penutupan penjualan di TikTok Shop. Penutupan ini untuk meningkatkan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah dalam perdagangan, seperti kejujuran dan keadilan, dalam hal pemeliharaan agama dan melindungi konsumen dari barang yang tidak aman dan praktik bisnis yang tidak etis untuk menjaga jiwa. Dalam hal pemeliharaan akal, hal ini dapat membantu pelanggan membuat keputusan yang lebih baik dengan meningkatkan transparansi dan kualitas informasi tentang produk. Penutupan konten yang tidak pantas dapat membantu ekonomi lokal dan menghindari konsekuensi moral dan sosial dari konten tersebut dalam hal pemeliharaan keturunan. Terakhir, dalam hal pemeliharaan harta, penutupan ini memungkinkan melindungi hak pelanggan dan penjual, meskipun berdampak pada UMKM yang bergantung pada TikTok Shop. Secara keseluruhan, analisis maqasid syariah menunjukkan bahwa penutupan Toko TikTok dibenarkan karena berupaya untuk mematuhi prinsip syariah dalam perdagangan online. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian milik peneliti, yaitu keduanya sama-sama menganalisis salah satu fitur di media sosial. Namun, terdapat perbedaan di mana penelitian ini fokus pada media sosial TikTok terkait penutupan TikTok Shop berdasarkan perspektif maqashid syariah, sementara penelitian peneliti fokus pada konten eksklusif di Instagram yang akan ditinjau dengan *sadd al-ẓari'ah*.¹⁴

¹⁴ Anisatur Rochmah, "Tinjauan Maqasid Syari'ah Terhadap Penutupan Jual Beli Pada Platform TikTok" (Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2024).

2. Pada tahun 2022 skripsi dengan judul "Jual Beli *Followers Bot* dalam Perspektif Maqashid Syari'ah" oleh Refi Afrida Yani dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Secara umum, mekanisme jual beli *followers* serupa dengan jual beli barang pada umumnya, namun dalam jual beli ini, objek yang diperjualbelikan bukanlah barang fisik, melainkan sesuatu yang bersifat abstrak, yaitu penambahan jumlah *followers* pada akun media sosial Instagram. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa jual beli *followers bot* tidak memberikan manfaat jika hanya untuk memenuhi keinginan duniawi semata, karena praktik ini lebih banyak mendatangkan mudharat daripada manfaat. Namun, jual beli *followers* tersebut bisa bermanfaat jika digunakan untuk keperluan akun bisnis, asalkan terdapat transparansi mengenai kekurangan yang ada. Menurut Fatwa DSN-MUI No.110/DSN-MUI/IX/2017, jual beli *followers* instagram ini tidak sah karena barang yang dijual tidak terdefinisi dengan jelas wujudnya atau status kepemilikannya. Selain itu, penjual tidak memiliki izin dari pemilik akun untuk menjual barang tersebut. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian milik peneliti, yaitu keduanya sama-sama menganalisis yang berkaitan dengan Instagram. Namun, terdapat perbedaan di mana penelitian ini fokus pada jual beli *followers bot* berdasarkan perspektif maqashid syariah, sementara penelitian peneliti fokus pada konten eksklusif di Instagram yang akan ditinjau dengan *sadd al-ẓari'ah*.¹⁵

¹⁵ Refi Afrida Yani, "Jual Beli Followers Bot dalam Perspektif Maqashid Syari'ah" (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2022).

3. Pada tahun 2022 skripsi dengan judul "Tinjauan *Sadd Al-Zari'ah* Terhadap Sewa Playstation Bagi Anak Dibawah Umur di Desa Padaelo Kabupaten Pinrang" oleh Muh. Khaerul dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Penelitian ini didasarkan pada fakta bahwa seseorang menyewakan game PlayStation kepada anak-anak di bawah umur. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemilik PlayStation menerapkan konsep sewa dan bagaimana hal itu berdampak buruk pada pengguna terutama bagi anak-anak di bawah umur yang ditinjau dengan metode *sadd al-zari'ah*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bermain PlayStation dapat mengganggu interaksi langsung antara anak dengan orang tua maupun orang lain, serta mengalihkan fokus anak dari tujuan utama belajar dan sekolah. Berdasarkan konsep *sadd al-zari'ah*, sewa PlayStation oleh anak di bawah umur dapat mengarah pada perbuatan yang merugikan, baik dari sisi finansial maupun dalam perkembangan akhlak dan kehidupan generasi muda.¹⁶ Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian milik peneliti, yaitu keduanya sama-sama menganalisis suatu fenomena sosial berdasarkan *sadd al-zari'ah*. Namun, terdapat perbedaan, di mana penelitian ini fokus pada sewa PlayStation bagi anak-anak dibawah umur, sementara penelitian peneliti fokus pada penyajian atau pemanfaatan konten eksklusif Instagram.

¹⁶ Muh Khaerul, "Tinjauan Sadd Al-Dzari'ah Terhadap Sewa Playstation Bagi Anak Dibawah Umur di Desa Padaelo Kabupaten Pinrang" (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, 2022).

4. Pada tahun 2022 skripsi dengan judul "Jual Beli Manfaat Youtube Premium di Twitter Perspektif Hukum Islam" oleh Kana Achsan Basri dari Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pelaksanaan akad jual beli manfaat YouTube Premium di Twitter oleh akun *@ninniys*, meskipun akun tersebut menggunakan istilah jual beli, dari sudut pandang muamalah transaksi yang dilakukan oleh *@ninniys* sebenarnya sebenarnya lebih tepat disebut sebagai akad ijarah. Hal ini disebabkan karena objek transaksi yang ditawarkan berupa manfaat dari YouTube Premium atau manfaat dari barang tersebut, terdapat ketentuan waktu dan tidak ada peralihan hak kepemilikan. Namun, akad tersebut tidak memenuhi syarat sah yang seharusnya, karena dalam konteks menyewakan kembali barang sewaan, objek yang diperoleh oleh *@ninniys* merupakan kegiatan yang ilegal yang pada akhirnya menyebabkan kerugian bagi pemilik resmi barang tersebut. Jadi, transaksi tersebut tidak sah dan batal. Penelitian ini memiliki kesamaan yaitu sama-sama menganalisis terkait konten eksklusif atau premium berbayar. Akan tetapi terdapat perbedaan, di mana penelitian ini objeknya adalah Youtube dan dianalisis perspektif hukum Islam, sedangkan milik peneliti pada eksklusif Instagram yang ditinjau dalam *sadd al-ʿzariʿah*.¹⁷
5. Pada tahun 2023 skripsi dengan judul "Jual Beli Akun Premium Disney+ di Media Sosial Dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum

¹⁷ Kana Achsan Basri, "Jual Beli Manfaat Youtube Premium di Twitter Perspektif Hukum Islam" (Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2022).

Positif" oleh Ainun Zumrotin dari Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penelitian ini didasari adanya jual beli akun premium Disney+ di media sosial, di mana pelanggan dapat membeli akun premium ini dengan harga yang lebih rendah dibandingkan dengan harga asli. Penelitian ini mengindikasikan menunjukkan bahwa praktik jual beli akun premium Disney+ lebih tepat disebut sebagai sewa-menyewa (*ijarah*) daripada jual beli. Pasalnya, dalam jual beli, objek akan sepenuhnya menjadi milik pembeli tanpa batasan waktu, sementara dalam praktik ini akses akun Disney+ terbatas pada durasi yang dibeli oleh pembeli. Akun Disney+ tersebut pada akhirnya akan kembali menjadi milik penjual, artinya pembeli hanya mendapatkan manfaat untuk mengakses konten di Disney+, bukan kepemilikan akun tersebut. Selain itu, praktik jual beli ini bertentangan dengan ketentuan yang berlaku di Disney+ yang menyatakan bahwa akun hanya boleh digunakan untuk keperluan pribadi dan bukan untuk tujuan bisnis, sebagai bagian dari hak cipta yang dimiliki oleh Disney+. Penelitian ini dengan milik peneliti memiliki kesamaan yaitu sama-sama menganalisis terkait praktik muamalah konten eksklusif atau akun premium berbayar. Akan tetapi terdapat perbedaan, di mana penelitian ini objeknya adalah akun premium pada disney+ dan dianalisis perspektif hukum Islam, sedangkan milik peneliti pada konten eksklusif Instagram yang ditinjau dalam *sadd al-ẓari'ah*.¹⁸

¹⁸ Ainun Zumrotin, "Jual Beli Akun Premium Disney+ di Nedia Sosial Dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif" (UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2023).