

Analisis Konten Prank KDRT pada Channel YouTube Baim Wong terhadap Perilaku Masyarakat

Arif Fauzan Amrullah^{1*}, Terra Prafitra Gani Saputri², Azalia Zahra Agus Ardiva³, Sabri⁴
^{1,2,3,4}Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta
*arif2000030143@webmail.uad.ac.id

ABSTRACT

YouTube is a communication medium for users to translate their ideas into videos. One type of content on YouTube that has been on the rise recently is prank content. Pranking or pranking other people has been widely used by content creators on social media, one of which is YouTube, for purposes such as increasing their viewers, followers, subscribers, and engagement. One of the cases involving prank content that recently went viral in Indonesia, namely a video of Baim Wong and his wife Paula Verhoeven pranking domestic violence. This excitement occurred because the police were involved in the prank content. The purpose of this study is to find out and analyze people's behavior towards prank content on the Baim Wong YouTube channel. This is a qualitative study. Data collection was carried out by viewing video recordings of Baim Wong and Paula Verhoeven's prank content. The results of the study show that cases of video content on prank video reports of domestic violence to the police by Baim and Paula have had a negative impact on society, judging from the attitudes of those who are against and do not accept the video content of pranks on domestic violence by Baim and Paula.

Keywords: *baim wong, communication, prank content, social media, youtube*

ABSTRAK

YouTube merupakan media komunikasi bagi para pengguna untuk menuangkan idenya menjadi bentuk video. Salah satu jenis konten di YouTube yang belum lama ini sedang marak, yaitu konten *prank*. *Prank* atau mengerjai orang lain sudah banyak digunakan oleh para pembuat konten di media sosial salah satunya YouTube untuk tujuan seperti menaikkan *viewers*, *followers*, *subscribers*, dan *engagement* mereka. Salah satu kasus yang berkaitan dengan konten *prank* belum lama ini viral di Indonesia, yaitu konten video *prank* KDRT oleh Baim Wong bersama istrinya Paula Verhoeven. Kehebohan ini terjadi karena melibatkan pihak kepolisian di dalam konten *prank* tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis perilaku masyarakat terhadap konten *prank* pada *channel* YouTube Baim Wong. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan melihat rekaman video konten *prank* Baim Wong dan Paula Verhoeven. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kasus konten video *prank* laporan KDRT ke polisi yang dilakukan Baim dan Paula memberikan pengaruh yang negatif terhadap masyarakat dilihat dari sikap masyarakat yang kontra dan tidak terima terhadap konten video *prank* KDRT yang dilakukan Baim dan Paula.

Kata-kata Kunci: *baim wong, komunikasi, konten prank, media sosial, youtube*

Korespondensi: Arif Fauzan Amrullah. Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta. Kode Pos 55166. No. HP, WhatsApp: 082122949049 Email: arif2000030143@webmail.uad.ac.id

Submitted: September 2022 | Accepted: Desember 2022 | Published: Desember 2022
P-ISSN 2620-3111 | E-ISSN 2685-3957 | Website: <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/jika/>

PENDAHULUAN

Kehidupan manusia saat ini sudah mengalami perubahan, dengan adanya pemanfaatan teknologi komunikasi menjadikan era kehidupan manusia berkembang menjadi manusia informasi. Dengan adanya perkembangan informasi ini dapat menimbulkan bentuk media baru. Bentuk dari media baru yaitu salah satunya media sosial yang banyak digunakan dan berkembang di masyarakat.

Banyak sekali bentuk dari media sosial ini, dapat berupa media komunikasi, media hiburan, dan media edukasi. Namun, banyak orang yang menggunakan media sosial untuk menciptakan suatu karya dan juga untuk mencari hiburan semata, contohnya konten situs video *sharing* seperti YouTube dan lain sebagainya. Penggunaan YouTube memberikan dampak yang berbeda bagi para pengguna yang *introvert* dan *extrovert* dalam menggunakan YouTube.

Dengan adanya perbedaan dalam penggunaan YouTube ini terlihat bahwa pengguna YouTube ini memiliki karakter yang berbeda dan memiliki tujuan yang berbeda. Salah satu tujuan pengguna YouTube ini ingin terkenal atau “Viral”. Kata “Viral” mengandung arti sebagai suatu bentuk karakteristik yang terdapat dalam internet sehingga mampu menyebarkan informasi dan mengembangkan pesan seperti suatu virus (Permana & Yusmawati, 2019). Salah satu konten YouTube yang banyak peminatnya dan juga sedang viral di masyarakat adalah konten YouTube yang berisi “*Prank*” seseorang dengan tujuan menghibur.

Konten *prank* menjadi salah satu konten yang menarik di kalangan masyarakat saat ini. Salah satu konten YouTube yang juga menjadi tren saat ini adalah konten *prank*. *Prank* atau lelucon terapan atau lelucon praktikal adalah sebuah trik yang dilakukan oleh beberapa orang, yang umumnya menyebabkan korban menjadi kaget, tidak nyaman atau keheranan. Guna mengundang publik untuk menjadi *viewers*, tentunya konten yang dibuat pastinya harus menarik, lucu, bahkan hingga nekat melakukan adegan berbahaya. Konten *prank* inilah yang biasanya mengundang banyak *viewers* untuk melihat video unggahan YouTuber karena menampilkan hal-hal yang tidak terduga. Namun, meskipun *prank* ini tergolong sebagai lelucon, tidak sedikit korban mengalami kerugian dari dilakukannya *prank* ini, terlebih lagi hal tersebut direkam dan kemudian diunggah atau dibagikan ke media sosial seperti YouTube, tentunya hal-hal yang cenderung tidak baik akan cepat diketahui banyak orang (Yasa, I. W. B., & Wiguna,

2021). Walaupun konten *prank* bukan termasuk pelanggaran hak cipta, tetapi konten *prank* yang merendahkan kehormatan seseorang dapat dijerat pidana. Video yang diambil melalui kamera oleh YouTuber tersebut dapat dikatakan sebagai informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik sebagaimana yang terdapat dalam Pasal 1 angka 1 dan angka 4 Undang-Undang Nomor 19 tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Sumolang et al., 2022).

Pengaruh atau dampak dari suatu konten atau tayangan dapat memengaruhi persepsi, perilaku masyarakat (Moulita et al., 2021) dalam (Kholisoh, 2018). Informasi yang terdapat pada tayangan konten di media sosial memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap persepsi ataupun perilaku remaja. Oleh karena itu, masyarakat percaya pada konten yang berisikan nilai negatif maupun positif terhadap persepsi dan perilaku remaja.

(Moulita et al., 2021) mengungkapkan bahwa hasil penelitian tentang konten *skip challenge* atau *prank* yang menampilkan pengaruh yang cukup jelas akibat dari tayangan konten terhadap perilaku masyarakat. Salah satu konten yang cukup populer adalah jenis *prank*, yaitu suatu konten video di mana si pemilik YouTube menjahili orang lain. Konten *prank* ini dibuat untuk tujuan menghibur dan hanya candaan semata.

Beberapa tema *prank* yang sering diangkat di media sosial, misalnya pemilik akun yang menyamar menjadi gembel, pengemis, dan orang gila bahkan menjadi hantu untuk menakut-nakuti teman atau orang lain. Terdapat konsep eksperimen sosial seperti tes kejujuran, *prank* bom, dan lain sebagainya (Moulita et al., 2021).

Salah satu YouTuber yang kerap menggunakan konten *prank* yang menjadi salah satu isi video dalam YouTube-nya adalah Baim Wong. Baim Wong adalah YouTuber dengan jumlah 20,8M *subscribers*. Beberapa dari video konten Baim ini berisi konten *prank*, belum lama ini viral video YouTube Baim Wong bersama istrinya Paula Verhoeven yang berpura-pura membuat laporan kasus kekerasan dalam rumah tangga (KDRT) ke Polisi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis perilaku masyarakat terhadap konten *prank* pada *channel* YouTube Baim Wong. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif

adalah penelitian yang ditujukan untuk memahami fenomena yang dialami subjek, seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan. Integral melalui deskripsi tertulis dan linguistik, dalam lingkungan alam tertentu dan menggunakan berbagai metode ilmiah. Dalam penelitian kualitatif, data dan informasi digali melalui berbagai jenis penelitian kepustakaan seperti buku, jurnal, artikel, dan tulisan lainnya, baik yang diterbitkan maupun tidak. Selain itu, informasi dikumpulkan melalui analisis dokumen berupa video yang viral di dunia maya. Teknik pengumpulan datanya sendiri melalui observasi, studi pustaka, dan dokumentasi video konten *prank* Baim Wong dan Paula Verhoeven.

Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori nilai harapan (*value expectancy theory*). *Value expectancy theory* adalah salah satu teori komunikasi massa yang meneliti pengaruh penggunaan media oleh penontonnya dilihat dari kepentingan penggunaannya. Teori ini menjelaskan bahwa sikap orang terhadap media menentukan kepuasan orang tersebut terhadap media (Zaenal Mukarom, 2021). Menurut Klandersman dalam *value expectancy theory*-nya menyatakan bahwa perilaku seseorang merupakan fungsi nilai dari hasil yang diharapkan dari sebuah perbuatan. Selain itu, *Value Expectancy Theory* menurut Raaij & Wandwossen dalam (Lianto, 2013) menyatakan bahwa keinginan atau motif untuk menggunakan perilaku tertentu adalah sebuah perpaduan dari hasil yang diharapkan dari perilaku dan nilai atau evaluasi dari perilaku tersebut.

Teori nilai harapan (*value expectancy theory*) digunakan dalam penelitian ini karena dapat mengetahui bagaimana pengaruh konten *prank* KDRT yang dilakukan Baim Wong dan Paula Verhoeven pada *channel* YouTube-nya terhadap perilaku penonton.

METODE PENELITIAN

Jenis metode penelitian ini adalah kualitatif. Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan eksplanatori. Pendekatan deskriptif untuk menggambarkan berbagai data dan informasi yang telah diperoleh tentang topik penelitian. Metode eksplanatori digunakan untuk mengungkap dan menjelaskan bagaimana fenomena sosial terjadi. Selanjutnya hasil proses penelitian akan ditarik kesimpulan dari temuan yang telah dibuat berupa implikasi penelitian dan refleksi teoritis (Anderson & Neuman, 1997). Teknik pengolahan data dilakukan dengan terlebih dahulu

memeriksa semua data yang ada dari berbagai sumber seperti observasi, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, video, buku, jurnal, hasil penelitian, dan lain-lain. Kemudian, dilakukan reduksi data yaitu meringkas, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan pola. Data tersebut kemudian disajikan dalam bentuk uraian singkat.

Untuk memeriksa keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah suatu pendekatan analisis data yang mensintesis data dari berbagai sumber. Menurut *Institute of Global Tech* dalam (Bachri, 2010) menjelaskan bahwa Triangulasi mencari dengan cepat pengujian data yang sudah ada dalam memperkuat tafsir dan meningkatkan kebijakan serta program yang berbasis pada bukti yang telah tersedia. Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan data dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi teori, yaitu hasil akhir penelitian berupa sebuah rumusan informasi. Informasi tersebut selanjutnya dibandingkan dengan teori yang relevan untuk menghindari bias individual peneliti atas temuan atau kesimpulan yang dihasilkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Video memang menjadi salah satu media yang paling banyak peminatnya, melalui video pengguna dapat menikmati apa yang menjadi konsumsi mereka, baik itu untuk menghibur, mencari informasi, dan menjadi alat pendidikan. Dalam proses pembuatan video ini juga memiliki tahapan yang panjang yaitu pra produksi, produksi dan juga pasca produksi. Hasil video ini lah yang nantinya akan diunggah pada salah satu *platform* media sosial, yaitu YouTube (Moulita et al., 2021). Menurut DataIndonesia.id, YouTube menjadi media yang sangat populer, menurut data *Business of Apps*, pengguna aktif YouTube di dunia ini mencapai 2,41 miliar pada kuartal II/2022, sedangkan pengguna YouTube di Indonesia menduduki posisi ketiga di dunia berdasarkan laporan *We Are Social*, mencapai 127 juta pengguna dengan pangsa sebesar 21,42% per April 2022. Banyaknya pengguna YouTube di Indonesia membuat para konten kreator berlomba-lomba membuat konten yang dapat dinikmati oleh para konsumen sehingga nantinya video tersebut dapat viral dan dapat dinikmati oleh para penonton atau konsumen. Tidak hanya itu, YouTube di masa sekarang telah menjadi sumber penghasilan oleh

penggunanya yang disebut YouTuber atau konten kreator sebagai ladang bisnis (Zulfa, Nur Qomariah, Zabidi, Haya, dan Ma'mun, 2021).

Wikipedia dalam Yasa dari berbagai jenis konten yang ada, konten *prank* menjadi salah satu *trend* saat ini. *Prank* atau lelucon ini adalah sebuah trik, sebuah keadaan atau kejadian yang dibuat-buat oleh seseorang atau beberapa orang, yang umumnya membuat orang-orang atau korban merasa kaget, tidak nyaman atau keheranan. Guna mengundang publik menjadi *viewers*, pastinya konten yang dibuat atau dilahirkan harus lucu, menarik, bahkan hingga hal yang tak terduga (Yasa, I. W. B., & Wiguna, 2021). *Prank* juga sudah menjadi salah satu budaya dalam masyarakat, tetapi *prank* ini juga memiliki dampak atau pengaruh yang baik dan buruk. Pengaruh baiknya yaitu masyarakat menjadi kreatif dalam membuat sebuah aksi hiburan, sedangkan pengaruh buruknya salah satunya yaitu jika seseorang membuat konten untuk membohongi seseorang yang pada akhirnya dapat memunculkan rasa tidak percaya (Dominggus, 2022). Oleh karena itu, banyak konten kreator yang membuat konten *prank* untuk memikat publik agar menonton kontennya.

Berdasarkan hasil riset bahwa *channel* Baim Paula memiliki lebih banyak konten *prank* dari pada konten sedekah, selain itu juga terdapat konten-konten lainnya seperti vlog keseharian dan lain-lain. Pada saat jurnal ini ditulis, *subscribers* dari *channel* Youtube Baim Paula mencapai 20,8 juta. *Channel* ini bergabung mulai dari 4 juni 2016 dan telah mengunggah video sebanyak 2 ribu video. Salah satu konten dari *channel* Youtube Baim Paula yaitu konten *prank* mengenai KDRT yang berujung sampai jalur hukum, hal ini berdampak pada perilaku masyarakat terhadap efek dari konten *prank* yang dilakukan (Fiaunillah & Noviyanti, 2022).

Seperti konten kreator lainnya, Baim Wong yang memiliki *background* sebagai *public figure* atau artis ini pastinya dapat mudah mendapatkan perhatian publik. Sudah banyak hasil video yang Baim Wong buat pada *channel* YouTube-nya, dan hampir semua kontennya ini mendapatkan perhatian publik, salah satunya adalah konten video *prank* kekerasan dalam rumah tangga (KDRT) yang dilakukan pada *channel* YouTube Baim, di mana skenario video tersebut bermula ketika Paula melaporkan pada pihak kepolisian setempat bahwa Paula ini mendapatkan kekerasan dari Baim.

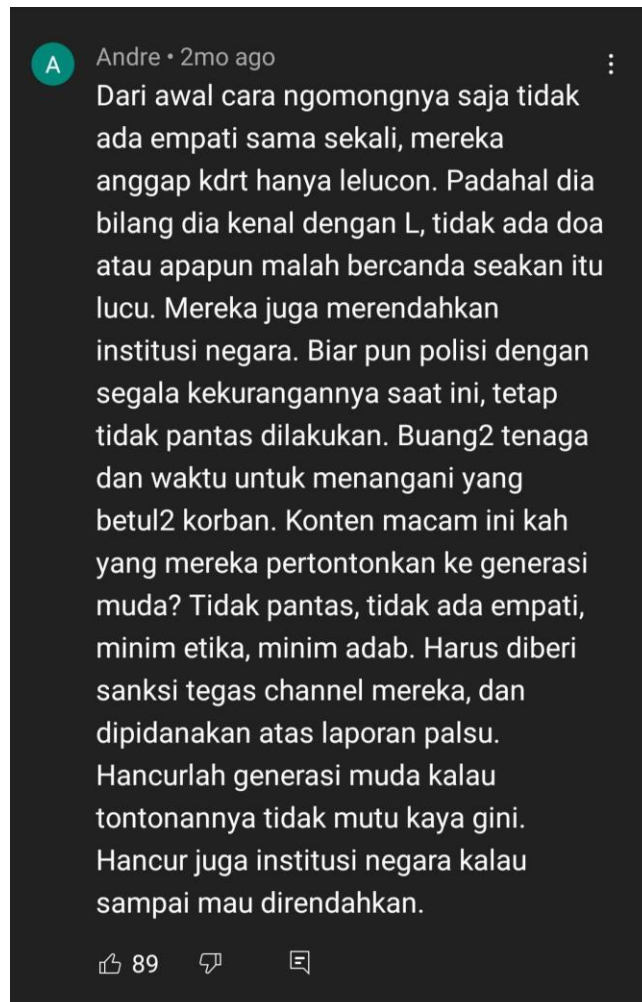
Menurut Kompas.com, video yang diunggah pada hari minggu, 2 Oktober 2022 tersebut mendapat kontroversi dan komentar dari netizen karena isi video tersebut berisi

laporan palsu ke pada pihak kepolisian Kebayoran Lama. Kronologi yang terjadi pada video yang berjudul “BAIM KDRT, PAULA JALANI VISUM” ini Paula yang didampingi oleh salah satu kameramen menjelaskan kepada salah satu anggota polisi yang sedang bertugas tentang tindakan kekerasan yang dilakukan oleh suaminya yaitu Baim Wong. Sementara itu, Baim tertawa di dalam mobil melihat aksi Paula yang sedang membuat laporan palsu tersebut, kemudian setelah Paula selesai menjelaskan laporannya, Paula diminta untuk membuka masker, ketika Paula sudah membuka masker, Baim ini secara tiba-tiba mendatangi polisi dan Paula tersebut sembari tertawa. Polisi pun terkejut melihat adanya Baim. Setelah itu, Baim dan Paula mulai tertawa dan menjelaskan bahwa keduanya sedang membuat konten *prank* melakukan laporan tentang KDRT. Selanjutnya, mereka berbincang-bincang dengan polisi tersebut sebelum mengakhiri konten tersebut. Namun, video itu sudah di-*takedown* oleh Baim dan Paula, mereka juga menjalani proses hukum dan sanksi sosial akibat dari perbuatannya.



Gambar 1 *Screenshot* video konten *prank* Baim dan Paula.
Sumber: *Channel* YouTube LenaLenoy, 2020

Berdasarkan konten video *prank* tersebut, banyak sekali masyarakat yang bereaksi kontra dengan apa yang Baim dan Paula lakukan dalam video tersebut. Mereka menganggap bahwa Baim dan Paula tidak memiliki empati karena telah membuat konten video *prank* KDRT.



Gambar 1 *Screenshot* salah satu komentar netizen di video *prank* Baim dan Paula.

Sumber: *Channel* YouTube LenaLenoy, 2020

Empati merupakan bagian dari komunikasi hati, seharusnya menjadi nilai dasar Youtuber dalam membuat konten. Karena empati dapat memberi kanbatasan-batasan bagi seorang Youtuber dalam membuat konten yang mengarah pada hal-hal yang dapat merugikan tidak hanya untuk dirinya, tetapi juga orang lain (Winangsih & Mulyasih, 2021). KDRT bukan untuk bahan bercandaan, apalagi Baim dan Paula juga mengerjai para polisi yang sedang bertugas di sana. Dengan adanya konten *prank* yang dilakukan Baim dan Paula ini memberikan dampak atau pengaruh terhadap perubahan perilaku masyarakat.

Perilaku adalah kecenderungan bertindak, berpikir, berpersepsi, dan merasa menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Menurut (Lestari et al., 2018) pengaruh merupakan rasa atau kekuatan yang dimunculkan dari benda atau orang dan juga gejala yang nantinya memberikan dampak atau perubahan yang dirasakan atau dipikirkan oleh

orang lain. Ada yang menganggap bahwa efek hanyalah perubahan perilaku dari seseorang setelah diterpa dengan adanya pesan media massa. Dalam (Melik, 2016) terdapat tiga dimensi efek komunikasi yaitu efek kognitif, afektif, dan konatif.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa kasus konten video *prank* laporan KDRT ke polisi yang dilakukan Baim dan Paula memberikan pengaruh yang negatif terhadap masyarakat dilihat dari sikap masyarakat yang kontra dan tidak terima terhadap konten video *prank* KDRT yang dilakukan Baim dan Paula.

Selain itu, remaja menjadi sasaran yang cukup besar bagi para influencer dalam menarik *followers*-nya. Termasuk untuk menonton konten-konten *prank* yang ditujukan untuk mengerjai orang lain sehingga dianggap menghibur. Namun, konten *prank* yang dianggap oleh remaja sebagai sesuatu yang keren tersebut dapat berdampak cukup besar bagi korban *prank* dan menimbulkan sisi empati yang saat ini menjadi hal yang langka bagi remaja sehingga diperlukan adanya komunikasi empati dalam menumbuhkan sisi-sisi empati yang saat ini mulai mengalami penurunan yang berakibat pada krisis moral di kalangan remaja. Pada akhirnya remaja dapat dengan bijak dan memperhatikan moralitas ketika akan membuat konten-konten yang dapat menjadi media informasi bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, B. E., & Neuman, M. A. (1997). Bartonella spp. as emerging human pathogens. *Clinical Microbiology Reviews*, 10(2), 203–219. <https://doi.org/10.1128/cmr.10.2.203>
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Teknologi Pendidikan*, 10, 46–62.
- Dominggus, D. (2022). Fenomema Prank dan Pengaruhnya Terhadap Spiritualitas Generasi Milenial. *KAMBOTI: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 116–123. <https://doi.org/10.51135/kambotivol2iss2pp116-123>
- Fiaunillah, N. M., & Noviyanti, R. (2022). Konfigurasi Filantropi Islam Era Digital: Studi Peran Sedekah Pada Aplikasi Media Sosial Youtube. *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi ...*, 6(2), 51–63.
- Kholisoh, N. (2018). Pengaruh Terpaan Informasi Vlog di Media terhadap Sikap Guru dan Dampaknya terhadap Persepsi Siswa. *Jurnal ASPIKOM*, 3(5), 1002. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i5.380>
- Lestari, U. I., Suryatna, U., & Kusumadinata, A. A. (2018). Pengaruh Menonton Tayangan Ftv

- Kuasa Ilahi Terhadap Perilaku Masyarakat. *Jurnal Komunikatio*, 4(1), 51–62.
<https://doi.org/10.30997/jk.v4i1.1212>
- Lianto, M. A. (2013). Motivasi Pasien Dalam Memilih Nasional Hospital Sebagai Tempat Berobat. *Jurnal E-Komunikasi, Vol I. No.*
- Melik, S. (2016). Efek Tayangan Stand Up Comedy Metro Tv Terhadap Prilaku Penonton Usia Muda Di Loa Janan Kutai Kartanegara. *Repository.Uin-Malang.Ac.Id*, 4(3), 482–495.
<http://repository.uin-malang.ac.id/id/eprint/314>
- Moulita, Mazdalifah, & Lubis, F. W. (2021). Persepsi Remaja terhadap Konten Prank di Media Sosial. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 7(2), 107–115. <https://doi.org/10.31289/simbollika.v7i2.4882>
- Permana, R., & Yusmawati. (2019). Komodifikasi Pesan Dan Viralitas Informasi Dengan Metode “Like, Share, Comment, and Subscribe” Pada Youtube. *Media Bahasa, Sastra, Dan Budaya Wahana*, 25(2), 1–6. <https://doi.org/10.33751/wahana.v25i2.1601>
- Sumolang, J., Kumendong, W. J., & Mohede, N. (2022). *PERBUATAN HUKUM PIDANA PRANK (JAHIL) PENCEMARAN NAMA BAIK DI MEDIA SOSIAL DALAM PERSPEKTIF DI HUKUM INDONESIA*. 10(5), 54–62.
- Winangsih, R., & Mulyasih, R. (2021). Komunikasi Empati Dalam Budaya Prank Di Kalangan Remaja. *Journal of Scientific Communication*, 3(2), 97–104.
- Yasa, I. W. B., & Wiguna, G. Y. (. (2021). Konten Prank Youtuber Sebagai Tindak Pidana Berdasarkan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. *Seminar Nasional Hukum Universitas Negeri Semarang*, 7 (2), 631–644.
<https://doi.org/doi.org/10.15294/snhunnes.v7i2.738>
- Zaenal Mukarom. (2021). *Teori-teori komunikasi* (A. I. Setiawan (ed.)).
- Zulfa, Nur Qomariah, Zabidi, Haya, dan Ma'mun, M. Y. (2021). Konten Kreatif Youtube Sebagai Sumber Penghasilan Ditinjau dari Etika Bisnis Islam. *Musyarakah: Journal of Sharia Economic (MJSE)*, 1(2), 110–120.
<http://journal.umpo.ac.id/index.php/MUSYROKAH/article/view/4593>