

**IKLAN BARIS JASA PIJAT DI MEDIA MASSA
PERSFEKTIF FIQH JINAYAH**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT-
SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU
DALAM ILMU HUKUM ISLAM**

Oleh :

ZULFADLI LUBIS
06370010

PEMBIMBING :

- 1. Drs. OCKTOBERRINSYAH, M.Ag.**
- 2. SUBAIDI, S.Ag. M,Si.**

**JINAYAH SIYASAH
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2010

ABSTRAK

Perkembangan media massa sangat mempengaruhi corak kehidupan bermasyarakat. Oleh karena pengaruhnya yang besar banyak masyarakat yang resah. Banyak media massa yang menginformasikan hal-hal yang seharusnya tidak perlu diinformasikan. Berdasarkan itu penyusun tertarik meneliti tentang Iklan Baris Jasa Pijat di Media Massa Perspektif Fiqh Jinayah. Adapun yang menjadi pokok masalah adalah: Apa substansi iklan baris Kedaulatan Rakyat dan Bagaimana fiqh jinayah memandang iklan baris tersebut.

Penelitian ini merupakan *field research* atau penelitian lapangan yaitu penelitian dengan data yang diperoleh langsung dari obyek penelitian obyek penelitian ini adalah iklan baris Koran Kedaulatan Rakyat. Teknik pengumpulan data penelitian ini adalah berupa studi lapangan dibantu dengan studi pustaka. Studi lapangan dengan teknik wawancara melalui telepon kepada 40 sampling iklan baris yang beriklan di media massa tersebut dan wawancara langsung kepada pihak media massa yang menerbitkan iklan tersebut. Studi pustaka yang dilakukan dengan cara mendokumentasikan dokumen dan literatur yang berhubungan dengan materi penelitian. Adapun sifat dari penelitian ini adalah perspektif yaitu suatu penelitian yang ditujukan untuk mendapatkan gambaran apa yang harus dilakukan untuk mengatasi masalah yang ditimbulkan oleh iklan sesuai dengan ketentuan hukum Pidana Islam. Pendekatan penelitian dilakukan dengan pendekatan normatif yaitu pendekatan dengan al-Quran dan al-Hadist.

Setelah dilakukan penelitian, bahwa iklan jasa pijat pada media massa tersebut terbukti ada prostitusi terselubung yang dilakukan oknum yang tidak bertanggung jawab. Ditinjau dari hukum pidana Islam media massa tersebut dapat dikenai hukum karena dianggap sebagai *wasilah* (perantara). Status hukum media tersebut mengikuti dampak yang terjadi, sementara sanksi yang dapat dikenakan adalah sanksi *ta'zīr*.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Zulfadli Lubis

Kepada:

**Yth. Bapak Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta**

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Zulfadli Lubis

NIM : 06370010

Judul : **"prostitusi berkedok jasa pijat perspektif fiqh jinayah
(studi iklan baris media massa)"**

sudah dapat diajukan kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum jurusan Jinayah Siyasah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Hukum Islam. Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Yogyakarta, 27 Rabiul Akhir 1431 H
13 April 2010 M

Pembimbing I

Drs. Ocktoberriyah, M.Ag.
Nip. 196810201998031002



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta FM-UINSK-BM-05-03/RO

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Zufadli Lubis

Kepada:

**Yth. Bapak Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta**

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Zufadli Lubis

NIM : 06370010

Judul : **“prostitusi berkedok jasa pijat perspektif fiqh jinayah
(studi iklan baris media massa)”**

sudah dapat diajukan kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum jurusan Jinayah Siyasah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Hukum Islam. Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 27 Rabiul Akhir 1431 H

13 April 2010 M

Pembimbing II

SUBAIDI, S.Ag. M.Si
Nip. 197505172005011004



Pengesahan Skripsi/Tugas Akhir:

Skripsi/Tugas akhir dengan judul: "Iklan Baris Jasa Pijat di Media Massa Perspektif Fiqh Jinayah"

Yang dipersiapkan dan disusun oleh,

Nama : Zulfadli Lubis

Nim : 06370010

Telah dimunaqosyahkan pada tanggal : 12 Mei 2010

Nilai munaqosyah : A-

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah Jurusan/Program Studi Jinayah Siyasa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Tim Munaqosyah

Ketua,

Drs. Oktoberrinsyah, M.Ag.

Nip. 196810201998031002

Penguji I

Drs. Makhrus Munajat, M.Hum

NIP: 196802021993031003

Penguji II

M. Nur M.Ag.

NIP: 197008161997031002

Yogyakarta, 17 maret 2010

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Fakultas Syari'ah

Dekan,



Prof. Drs. Yudian Wahyudi, MA., Ph.D

NIP: 196004171989031001

SURAT PERNYATAAN

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Zulfadli Lubis

NIM : 06370010

Jur. Prodi : Jinayah Siyasah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “*Prostitusi Berkedok Jasa Pijat Perspektif Jinayah* (Studi iklan baris korang Kedaulatan Rakyat)” merupakan hasil karya penulis sendiri bukan jiplakan ataupun saduran dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah menjadi rujukan dan apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam penyusunan karya ini, maka tanggung jawab ada pada penulis.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu 'alaikum. Wr. Wb.

Yogyakarta, 3 Rabiul Akhir 1431 H
19 Maret 2010 M

Mengetahui,
Ka. Jurusan Jinayah Siyasah

Penulis


M. Nur, M.Ag.
NIP: 197008161997031002


Zulfadli Lubis
06370010

MOTTO

WHEN WE SUCCESS, WE ARE THANKFUL.

WHEN WE FAIL, WE ARE ALSO THANKFUL.

THE HAPPINESS AND WEALTH ARE IN

THE THANKFUL ATTITUDE ITSELF

SAAT SUKSES KITA BERSYUKUR.

SAAT GAGALPUN KITA BERSYUKUR .

SESUNGGUHNYA KEBAHAGIAAN DAN

KEKAYAAN SEJATI ADA PADA RASA SYUKUR.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERSEMBAHAN

SKRIPSI ON UPERSEMBAHKON TU

AYAH, UMAK,

DO ANGGINGKU:

MUHAMMAD HANAFI LUBIS,

NURHALIMAH LUBIS,

WAHYU HIDAYAT LUBIS,

YUNI SAFITRI LUBIS, FADILAH ZAHARA LUBIS.

TARIMO KASI TU AYAH DOT UMAK NAMANDIDIK AMI,

NA INDA MAMBOTO LOJA DOT SUSAH

TU ANGGINGKU SASUDENA, MUDAH-MUDAHAN AMU

MANJADI ANAK NA MARBAKTI TU AYAH DOT UMAK

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

لآله الآله وحده لأشريك له وبه الحول والقوة, الحمد لله المبدئ للعوالم
والمعيد الأرواح الى الأجسام يوم القيمة والصلاة والسلام على سيدنا محمد خاتم
النبيين و افضل المرسلين وعلى اله اجمعين.

Segaja puji dan syukur kepada Allah Swt yang telah melimpahkan Rahmad, Taufiq, dan Hidayah-Nya, sehingga penelitian ini dapat terlaksana dan dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**Iklan Baris Jasa Pijat di Media Massa Perspektif Fiqh Jinayah**” skripsi ini digunakan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana strata satu dalam bidang ilmu Pidana dan Politik Islam pada fakultas Syari’ah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penyusun menyadari dengan sepernuh hati, bahwa dalam penelitian skripsi kali ini banyak terdapat kekurangan-kekurangan penyusun, hal tersebut dikarenakan atas keterbatasan penyusun selaku manusia. Oleh karena itu dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penyusun menerima kritik dan saran-saran yang membangun demi perbaikan dan kemajuan pada penelitian-penelitian selanjutnya.

Selesainya penyusunan skripsi ini, tentu saja bukan merupakan hasil usaha penyusun secara mandiri sebab banyak pihak yang membantu penyelesaian skripsi ini, baik berupa motivasi, bantuan pemikiran, maupun spiritual. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penyusun menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Drs. Yudian Wahyudi, MA.,Ph.D selaku dekan Fakultas Syari’ah dan Hukum.
2. Bapak M. Nur. M.Ag selaku ketua jurusan Jinayah Siyazah.
3. Bapak Subaidi, S.Ag, M.Si selaku sekretaris jurusan Jinayah Siyazah.

4. Bapak Drs. Abd. Majid AS selaku penasehat akademik.
5. Bapak Drs. Ocktoherrinsyah, M.Ag. selaku pembimbing satu.
6. Bapak Subaidi, S.Ag, M.Si selaku pembimbing dua.
7. Kepada perwakilan pihak media massa yaitu Bapak Amien Syarif selaku. Deputi Litbang surat kabar harian Kedaulatan Rakyat.

Semoga atas bantuan dan jerih payah yang diberikannya dibalas Allah dengan balasan yang sebesar-besarnya. Atas semua bantuan dan jerih payah tersebut penyusun belum tentu bisa membalasnya, oleh karena itu penyusun hanya dapat berdo'a semoga semua itu dibalas Allah dengan balasan yang berlipat ganda. Amiin.

Yogyakarta, 2 Rajab 1431 H

14 juni 2010 M

Penyusun

Zulfadli Lubis
06370010

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
NOTA DINAS I	iii
NOTA DINAS II	iv
PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
TRANSLITRASI	ix
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Kegunaan	6
D. Telaah Pustaka	7
E. Teoritik	11
F. Metode Penelitian	13
G. Sistematika Pembahasan.....	17
BAB II IKLAN DALAM ISLAM	

A. Definisi Iklan	18
B. Fungsi Iklan	18
C. Penyalahgunaan dan Pelanggaran dalam Beriklan	25

BAB III DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN IKLAN BARIS KORAN

KEDAULATAN RAKYAT

A. Macam-macam Iklan baris	36
B. Layanan Jasa Pijat Dengan Berbagai Fasilitasnya	39
C. Frekuensi iklan Jasa Pijat	41
D. Iklan Jasa Pijat Yang Mengandung Unsur Prostitusi	51

BAB IV MEDIA MASSA DAN IKLAN PROSTITUSI YANG

TERSELUBUNG

A. Iklan dan Prostitusi	62
B. Peran Media Massa Dalam Penanggulangan Prostitusi	72

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	90
B. Saran-saran	90

DAFTAR PUSTAKA	92
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN-LAMPIRAN

A. Terjemahan Teks Al-Quran, Hadist, dan Arab Lainnya	93
B. Curriculum Vitae	96

DAFTAR TABEL

No Tabel	Halaman
1.Kelompok Iklan Baris	39
2. Data iklan layanan massagedan Gambar frekuensi iklan selama bulan November 2009	42
3.Jumlah iklan selama bulan November 2009	44
4.Frekuensi kemunculan iklan selama bualan November 2009	49
5.Iklan baru	0
6.Sampling iklan	51

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Informasi sudah menjadi kebutuhan manusia yang esensial untuk mencapai tujuan. Melalui informasi manusia dapat mengetahui peristiwa di sekitarnya, dan bahkan di seluruh penjuru bumi. Selain itu informasi dapat memperluas cakrawala pengetahuan, serta dapat memberikan pemahaman tentang kehidupan sosial.

Saat ini perkembangan informasi sebagai kekuatan dunia sehingga dapat menggeser sistem nilai yang ada dalam masyarakat. Dengan perkembangan informasi yang sedemikian pesat itu sehingga banyak masyarakat yang resah, sebab hal ini dianggap sebagai salah satu bentuk imprealisme. Negara yang dapat menguasai informasi akan dapat menjual ide-ide atau nilai-nilai yang dianut Negara tersebut.

Industri komunikasipun kini berkembang dengan pesatnya. Sehingga kita sulit untuk mengantisipasi dampak yang terjadi, baik di kota maupun di desa yang tersentuh arus perkembangan tersebut. Dengan hadirnya media massa baik cetak (surat kabar, Majalah) maupun elektronik (radio, tv, film, internet) dalam berbagai sajian isi atau pola acaranya, otomatis menghembuskan era baru yang secara perlahan memasuki dan merambah tata nialai dan norma masyarakat perkotaan sekaligus pedesaan yang terpencil sekalipun. Berdasarkan hal itu maka perlu memikirkan identitas pengaruh media massa sebagai konsekuensi dari wujud pembangunan

Indonesia di masa datang.¹

Indonesia sebagai Negara berkembang, perlu memformulasikan konsep aturan main dari proses komunikasi dan informasi media massa dalam arah pembangunan di negeri ini. Dalam perkembangannya, media massa di Indonesia banyak mengalami pasang surut serta *over lopping* (tumpang tindih), khususnya dari segi hukum yang mengatur pola hidup antara media massa pemerintah dan masyarakat.²

Media massa hendaknya jangan hanya mengutamakan *profit oriented* semata namun juga harus menjaga khasanah nilai-nilai, norma-norma, kebudayaan, dan kearifan yang tertanam di dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Media massa harus mengerti betul bahwa salah satu tugasnya adalah untuk mencerdaskan kehidupan berbangsa dan bernegara.

Semenjak dibukanya kran reformasi tahun 1998 Indonesia salah satu Negara yang menjunjung tinggi kebebasan, termasuk kebebasan dalam hal berpendapat. Namun bebas bukan berarti bebas tanpa kontrol, termasuk media massa juga harus menjunjung tinggi kode etik media massa/kode etik jurnalistik.

Persoalan muncul ketika media massa memuat berita atau informasi yang tidak benar (tidak sesuai dengan fakta) atau memuat iklan-iklan yang disinyalir mengandung unsur-unsur kejahatan, mengajak kejahatan, dan menawarkan jasa tindak pidana.

¹ Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1996), hlm. 69.

² *Ibid*, hlm. 69.

Dalam majalah *contact* edisi maret 1985, ada satu iklan yang dipasang oleh sebuah perusahaan, untuk hostes yang bersih dan hati-hati dan sekretaris pribadi. Pada majalah yang sama juga ada sebuah iklan untuk layanan pengawalan (*escort service*), namun perusahaan dan nomer teleponnya sama dengan yang terdaftar di bawah iklan untuk hostes dan sekretaris pribadi.³

Kriminalitas adalah sebuah topik yang tiada henti dan tiada habisnya dibicarakan dibahas dari waktu ke waktu. Setiap hari masyarakat disuguhi berita-berita kriminal hampir di semua stasiun televisi swasta dan bahkan tidak hanya cukup disitu berita-berita media cetak juga memuat berita-berita kriminal yang cukup besar persentasenya.

Tanpa terkecuali tingkat kriminalitas yang berbau perkosaan, pelecehan seksual, dan cabul juga banyak ditemukan di media massa setiap harinya. Melihat kenyataan yang seperti ini, merukan tugas dan tanggung jawab bersama untuk selalu mengadakan pencegahan dan pengawasan secara dini terhadap anggota keluarga supaya terhindar dari penyakit sosial.

Sekarang ada lagi lahan yang cukup nyaman untuk melakukan tindakan prostitusi (zina) yang dilegalkan dibeberapa daerah yaitu seperti lokalisasi seperti di Yogyakarta yang cukup dikenal masyarakat adalah “sarkem” (pasar kembang) dan “dolly” di Surabaya.

³ Cecilie Hoigard, *Tubuhku Bukan Milikku*, alih bahasa Emmy Nur Hariati (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), hlm. 19.

Berdasarkan penelitian awal bahwa ada indikasi penyalahgunaan media iklan untuk dijadikan sebagai bentuk komersialisasi prostitusi terselubung oleh oknum-oknum tertentu. Komersialisasi Prostitusi adalah: sesuatu yang menjadikan seksualitas menjadi komoditas untuk diperjual belikan diistilahkan sebagai komersialisasi seksual atau yang lebih dikenal dengan pelacuran. Pelacuran adalah melakukan aktivitas seksual untuk mendapatkan imbalan. Jika seseorang mendapatkan pelayanan seksual dari pelacur, maka seseorang tersebut harus membayar atas pelayanan yang didapatkannya. Dewasa ini pealacuran bukan hanya untuk pemuas nafsu masyarakat setempat saja namun hal ini sudah menjadi wisata seks antar kota, daerah dan bahkan antar Negara. Seorang datang kesuatu tempat untuk mencari kepuasan hasrat seks.

Prostitusi yang terang-terangan cukup banyak ditemukan di berbagai kota di Indonesia sebut saja salah satunya yang paling penomenal adalah : dolly, Kawasan Pelacuran Prostitusi terbesar se-Asia tenggara yang terletak di Surabaya ini menawarkan wisata malam dihadapan kita semua. Lokalisasi Dolly telah menjelma menjadi kekuatan dan sandaran hidup bagi penduduk disana. Terdapat lebih luring 800 lebih wisma seks, kafe Dangdut, dan panti pijat pelacuran plus-plus yang berjejer rapi dikawasan tersebut. Ada sekitar 9000 lebih Penjaja cinta, dari usia dewasa hingga Remaja dibawah umur, Germo, ahli pijat aurat yang selalu siap menawarkan jasanya kepada setiap pengunjung. Dan terdapat ribuan pedagang kaki lima, tukang

parkir, calo Prostitusi, dll yang menggantungkan hidup di Lokalisasi Pelacuran Dolly tersebut. Semua saling berkait menjalin sebuah simbiosis mutualisme.

Selain prostitusi yang terang-terangan telah banyak ditemukan di berbagai daerah, ternyata prostitusi yang terselubung juga banyak ditemukan diberbagai daerah di Indonesia. Prostitusi yang terselubung tersebut memiliki macam-macam modus operandi untuk mengkomersialisasikanya di masyarakat. Ada yang mengkomersialisasikan lewat internet, media cetak, pamflet, stiker, dan lain-lain.

Beberapa contoh modus-modus yang sering muncul dalam hal komersialisasi prostitusi adalah, panti pijat (massage), salon, jasa pengobatan alternatif, dan lain-lain. Banyak pasal yang menerangkan tetang prostitusi di dalam UU No. 27 tahun 1999 (KUHP) seperti pada pasal 506, 296, dan 297, namun pasal yang menerangkan tetang komersialisasi prostitusi secara detail dan terperinci terdapat di Undang-undang Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2008 Tentang Pornografi dalam pasal 4 yaitu :

1. Setiap orang dilarang memproduksi, membuat, memperbanyak, menggandakan, menyebarluaskan, menyiarkan, mengimpor, mengekspor, menawarkan, memperjual belikan, menyewakan, atau menyediakan pornografi yang secara eksplisit memuat : persenggamaan, termasuk persenggamaan yang menyimpang; kekerasan seksual; masturbasi atau onani; ketelanjangan atau tampilan yang mengesankan ketelanjangan; alat kelamin; atau pornografi anak.

2. Setiap orang dilarang menyediakan jasa pornografi yang :

- a. Menyajikan secara eksplisit ketelanjangan atau tampilan yang mengesankan ketelanjangan;
- b. Menyajikan secara eksplisit alat kelamin;
- c. Mengeksploitasi atau memamerkan aktivitas seksual; atau
- d. Menawarkan atau mengiklankan, baik langsung maupun tidak langsung layanan seksual.⁴

Beranjak dari persoalan diatas penyusun mengambil obyek penelitian tentang iklan baris jasa pijat di media massa yang disinyalir telah banyak disalahgunakan oleh oknum-oknum tertentu untuk mengkomersialisasikan prostitusi terselubung.

Media cetak lokal yang penyusun maksud adalah : Kedaulatan Rakyat, jadi di dalam media tersebut ada lembaran khusus iklan baris yang disebut : Iklan Cilik, didalam lembaran tersebut terdapat banyak kolom-kolom pembagian iklan seperti AC, Ahli Sumur, Bahan bangunan, Barang hilang, bengkel, Indekos, jamu, Les, Peluang usaha, Kredit rumah, pengobatan, dan lain-lain. Iklan baris yang disinyalir disalahgunakan oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab adalah kolom pengobatan, namun dalam kolom pengobatan itu juga tidak hanya mengiklankan jasa pijat (message) tetapi juga pengobatan yang lainnya seperti terapi tradisional, obat pelancar haid, telat datang bulan, jual madu, dan sebagainya. Iklan-iklan ini setiap harinya berubah-ubah namun tetap didominasi iklan layanan jasa pijat.

⁴ Pasal 4 ayat 1 dan 2 .

Berangkat dari persoalan di atas penyusun merasa tertarik untuk mengkaji dan menelitinya untuk mendapatkan jawaban yang pasti yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, sekaligus untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang menggajal di hati masyarakat.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalahnya sebagai berikut :

1. Apa substansi iklan baris Kedaulatan Rakyat November 2009 ?
2. Bagaimana fiqh jinayah memandang iklan baris tersebut ?

C. Tujuan dan Kegunaan

1. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :
 - a. Untuk mengetahui substansi iklan baris Kedaulatan Rakyat November 2009 ?
 - b. Untuk mendapatkan jawaban yang jelas bagaimana fiqh jinayah memandang iklan baris tersebut ?
 - c. Untuk menjawab atas asumsi-asumsi yang berkembang di masyarakat.
 - d. Untuk memberikan gambaran yang jelas kepada masyarakat.
2. Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah :
 - a. secara teoritis, diharapkan dapat memberikan wacana pemikiran tentang prostitusi menurut hukum positif perspektif *fiqh jinayah*.

- b. Secara praktis, diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk melakukan tindakan pencegahan agar dapat diatasi secara tepat.

D. Telaah Pustaka

Telaah pustaka adalah salah satu metode ilmiah yang dapat dilakukan untuk memberikan penjelasan informasi yang sedang di bahas dan diteliti melalui studi pustaka, sehingga dapat diperoleh kepastian orisinalitas tema yang dibahas, agar skripsi ini memiliki kejelasan dan tidak tumpang tindih dengan penelitian yang ada.

Ada beberapa buku yang membahas tema ini diantaranya buku karangan Rachmat Kriyantono, yang berjudul *Public Relation Writing*, buku ini focus penulisannya pada kajian bahasan pada penulisan produk-produk tulisan *public relation* sebagai media publisitas korporat, dan konsep-konsep penting tentang aktifitas *public relation*, interaksi *public relation* dengan bauran pemasaran lainnya, seperti publisitas dan tata cara periklanan, serta teknis praktis penulisan media publisitas.⁵

Buku karya Wawan Kuswandi yang berjudul *Komunikasi Massa (sebuah analisis televisi)*,⁶ buku ini fokus kajiannya pada teknologi elektronik sebagai media komunikasi massa dan paket acara televisi dalam konteks sosial yang didalamnya membahas kode etik media massa, dampak media televisi bagi pemirsa dan tentang

⁵ Rachmat Kriyantono, S.Sos., M.Si. *Public Relation Writing*, cet.1 (Jakarta: Kencana, 2008).

⁶ Drs. Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa sebuah analisis media televisi*, hlm. 56.

periklanan melalui media massa. Hari wiryawan, Pada bukunya yang berjudul *Dasar-dasar hukum media*. Buku ini berisi dan mengkaji pada masalah hubungan antara hukum dan media massa, dan membahas kesalahpahaman yang menurut penulis yaitu bahwa hukum hanya salah satu aspek atau faktor yang marginal dalam kehidupan media massa atau pers. Padahal bagi media massa hukum akan menentukan berkembang tidaknya bidang ini.⁷

Dalam skripsi Isyatin Mahmudah jurusan Perbandingan Mashab dan Hukum tahun 2008 yang berjudul : *Unsur Penipuan Dalam Iklan Perspektif Hukum Islam dan Undang-undang no 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, di dalam skripsi ini penulis membahas mengenai tentang unsur-unsur penipuan dalam iklan yang dibenturkan dengan hukum Islam dan UU konsumen no 8 tahun 1999.

Ana Muti'ah jurusan Muamalat 2002, yang berjudul mengenai *Ketentuan Mengenai Periklanan Dalam Perspektif Hukum Islam*, studi terhadap Undang-undang perlindungan konsumen no 8 tahun 1999 pasal 17 dan 20. Dalam skripsi ini membahas tentang ketentuan periklanan yaitu : usaha periklanan, manipulasi dalam iklan, eksploitasi dalam iklan, dan masalah etika dalam iklan.

Muhammad Azis jurusan Peradilan Agama tahun 2001 (IAIN Sunan Kalijaga sebelum menjadi UIN) yang berjudul *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Propesi Perempuan Sebagai Model Iklan di Media Massa*, dalam skripsi ini menerangkan tentang profesi model iklan di media massa yang dalam sub babnya menerangkan

⁷ Hari wiryawan., *Dasar-dasar Hukum Media*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007).

pengertian iklan, model iklan di majalah, pengertian media massa yang ditinjau dari hukum Islam.

Umami Kalsum jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam tahun 2008, yang berjudul *Kritik Sosial Dalam Iklan analisis terhadap iklan sampearna A mild*, dalam skripsi ini membahas tentang iklan sampearna yang dianggap memiliki pesan sosial.

F. Teoritik

Pada dasarnya apapun juga diperbolehkan dalam Islam selama itu tidak bertentangan dengan Al-Qur'an dan Sunnah, penyebaran informasi melalui iklan juga pada asalnya adalah perbuatan yang mubah. Penyebaran informasi adalah sesuatu yang tidak dapat dihindarkan bahkan penyebaran Islam juga dilakukan dengan Penyebaran informasi. Islam menjunjung tinggi kebebasan untuk menyebarkan informasi selama informasi itu menyampaikan kebenaran. Salah satu alasan yang membolehkan iklan adalah:

الأصل في الأشياء الإباحة حتى يدل الدليل على التحريم

Jika pada asalnya iklan diperbolehkan dalam Islam, pertanyaannya bagaimana jika iklan itu memberikan kemudahan, memberikan fasilitas, dan mengajak untuk berbuat tindak pidana? Iklan yang seperti ini dapat dikategorikan sebagai iklan tindak pidana, iklan yang seperti ini tentunya berbeda status hukumnya dengan iklan pada umumnya.

Islam menganut asas legalitas, Allah tidak akan menjatuhkan hukuman buat umat dan tidak akan dimintai pertanggungjawaban sebelum adanya penjelasan dan keterangan dari Rasul-rasul utusan Allah dan Allah tidak akan membebankan sesuatu kepada umatnya kecuali sebatas kemampuannya. Begitu juga dengan persoalan iklan, secara khusus tidak ada ayat atau hadist yang menerangkan tentang iklan, namun hukum iklan bisa diqiyaskan kepada *wasilah*.

Iklan juga dapat dikategorikan sebagai perantara atau *wasilah*, iklan dapat dikategorikan sebagai *wasilah* karena dengan adanya iklan tersebut maka terjadi sesuatu perbuatan hukum, juga sebaliknya tanpa adanya iklan tersebut maka tidak ada perbuatan hukum yang terjadi. *Wasilah* yang menghantarkan seseorang melakukan sesuatu tindak pidana maka hukum dari *wasilah* tersebut berubah sesuai tindak pidana apa yang dilakukan. hal ini dapat dianalogikan dengan khomar dimana yang diharamkan bukan hanya yang meminum saja tetapi termasuk yang membuat, menjual, menyajikan dan sebagainya. Alasan yang menyatakan bahwa hukum dari *wasilah* mengikuti perbuatan yang akan dilakukan adalah: Ada kaidah fiqh yang mashur:

الوسيلة إلى الحرام حرام

Jika pada asalnya beriklan diperbolehkan dalam Islam, berbeda jika iklan tersebut merupakan iklan kejahatan yang dimaksud dengan iklan kejahatan adalah: iklan yang menawarkan produk atau jasa untuk melakukan, memudahkan, memfasilitasi, menghantarkan dan sebagainya untuk melakukan tindak pidana, iklan

yang seperti ini dapat dikategorikan sebagai iklan kejahatan, yang demikian itu dapat dihukumi seperti kaidah fiqh:

الاصل في المضار التحريم

Untuk dapat menilai iklan itu harus dilihat konten iklan tersebut, jika konten dari iklan tersebut membahayakan atau dapat merusak maka jelas bahwa hukumnya haram. Yang diharamkan bukan hanya perbuatannya tetapi juga iklan yang menghantarkan kepada keharaman.

dalil *sadd al-azrī'ah*. *Sadd al-azrī'ah* ialah menghambat/menutup sesuatu yang menjadi jalan kerusakan untuk menolak kerusakan⁸. Hal ini perkuat lagi dengan kaidah Fiqh yang masyhur: “*Al wāsīlatu kal ghayah*” (sarana itu hukumnya sama seperti tujuan) dan kaidah: “*Mā la yatimmul wājib illa bihī fahuwa wājib*” (Apa yang menyebabkan tak sempurnanya kewajiban kecuali dengannya maka ia menjadi wajib pula).

Dalil *sadd al-azrī'ah* yaitu :

دفع المضار مقدم على جلب المنافع

Islam sebagai agama yang *rahma li al-'alamīn* (rahmat bagi segenap penghuni dunia). Islam berperan sangat penting untuk menjaga kehidupan, baik dalam skala individu, sosial (masyarakat), maupun Negara. Selain itu, Islam juga menolak dan melarang segala kemudharatan (bahaya) yang dapat menimpa pribadi,

⁸ Zainuddin Ali, *Hukum Pidana Islam* (Jakarta: Sinar Grafika, 2007), hlm. 17.

masyarakat dan Negara. Prinsip ini dalam ilmu Ushul Fiqh dikenal dengan maqashid syar'i.

G. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara-cara atau prosedur ilmiah yang digunakan untuk mengumpulkan, mengelola bahan dan menyajikan serta menganalisis data guna menemukan atau menguji kebenaran suatu hipotesa dengan menggunakan metode-metode ilmiah.

1. Sasaran Penelitian

Adapun yang menjadi sasaran penelitian atau obyek penelitian adalah : iklan baris yang ada di Koran Kedaulatan Rakyat tentang layanan jasa pijat dan hal-hal yang masih ada kaitannya dengan dengan iklan tersebut seperti : personalia Kedaulatan Rakyat dan orang-orang yang menjadi pengguna atau pelanggan jasa pijat tersebut.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian adalah : penelitian *field research* (penelitian lapangan), dalam penelitian lapangan pengambilan data-data diambil dari obyek penelitian itu secara langsung melalui metode *survey research* : metode investigasi melalui wawancara secara langsung maupun melalui telepon (*via hand phone*), dengan menggunakan pembicaraan via hand phone diharapkan obyek dapat memaparkan secara terperinci data yang diinginkan.

Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif, yaitu : penelitian yang membuat gambaran secara sistematis, factual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. Penelitian deskripsi terdiri dari beberapa jenis antara lain : penelitian survey, deskriptif, berkesinambungan, studi kasus, analisis pekerjaan dan aktivitas, studi komparatif, studi waktu, dan gerakan.⁹

3. Jenis Sampling

Pada dasarnya teknik sampling dikelompokkan pada dua : sampling acak (random) dan sampling tidak acak (non random) yaitu sampling yang dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu. Namun dalam penelitian ini yang akan digunakan adalah sampling acak. Dalam menentukan sampling acak penyusun hanya mengambil nama-nama dari daftar nama-nama yang beriklan di koran Kedaulatan Rakyat tersebut sebanyak sampling yang diperlukan dengan cara mengambil nama tanpa memperhatikan apa-apa.

4. Pengumpulan Data

Sesuai dengan jenis penelitian ini maka pengumpulan data primer dilakukan dengan metode survey reseach, yaitu dengan cara mengumpulkan langsung dari obyek penelitian dan sumber lain yang masih ada kaitannya dengan masalah ini, dengan cara investigasi melalui wawancara secara langsung maupun *via hand phone*.

⁹ Muhammad Nasir, *Metode Penelitian* (Jakarta : Ghalia, 1998) , hlm. 55.

Di dalam pengumpulan data ini penyusun akan mengambil batasan waktu penelitian, penelitian ini akan dibatasi mulai dari tanggal 1 november hingga 30 november, tidak termasuk tanggal merah sebab pada tanggal merah atau libur nasional media cetak juga ikut libur.

Iklan yang muncul selama satu bulan mulai dari tanggal 1 November hingga 30 November sebanyak 959 iklan, pada tanggal 1 November iklan muncul sebanyak 25 buah iklan, tanggal 2 sebanyak 33, dan seterusnya (lihat tabel. 1). Namun iklan yang muncul pada tanggal 1, pada tanggal dua muncul lagi sebanyak 13 iklan begitulah seterusnya hingga pada tanggal 30 (lihat tabel. 2).

Sehingga setelah ditelusuri dari kesemua iklan itu, dari 959 iklan selama satu bulan tersebut iklan yang muncul sebenarnya hanya 181 iklan saja selama satu bulan, jadi pengulangan iklan sering kali terjadi. Terkadang iklan yang sama muncul 20 kali selama satu bulan, terkadang muncul 27 kali, ada juga iklan yang muncul hanya 1 kali selama satu bulan dan sebagainya (lihat tabel. 2) untuk detailnya (lihat tabel. 3). Dari sebanyak 181 iklan tersebut penyusun mengambil sampling sebanyak 40 iklan, sesuai dengan jenis sampling seperti di atas maka sampling tersebut diambil secara acak.

5. Pendekatan

Dalam penyusunan skripsi ini penyusun menggunakan dua pendekatan, pertama : pendekatan normatif dalam pendekatan ini penyusun akan mencoba mengkaji persoalan ini melalui norma-norma hukum yang dipercaya dan dipatuhi

oleh masyarakat, kedua : pendekatan empiris, dengan pendekatan ini penyusun akan mencoba menganalisa serta mengkaitkan realitas obyektif kondisi masyarakat saat ini. Diharapkan dengan dua pendekatan ini akan mendapatkan kejelasan mengenai akar persoalan ini dan memberikan gambaran langkah penyelesaiannya.

6. Analisis Data

Data-data yang diperoleh akan dianalisis dengan pendekatan :

- 1) Metode induktif, yaitu metode yang berangkat dari fakta-fakta khusus, peristiwa-peristiwa yang terjadi, dari fakta tersebut akan ditarik kesimpulan secara umum. Metode ini digunakan untuk memperoleh pengertian yang utuh tentang pemahaman topik yang diteliti¹⁰
- 2) Metode komparatif, metode penelitian deskriptif yang berusaha mencari pemecahan melalui analisa tentang perubahan sebab akibat, yaitu meneliti factor-faktor tertentu yang berhubungan dengan situasi atau fenomena-fenomena yang diselidiki dan membandingkan antara satu faktor dengan faktor yang lainnya.¹¹ Hal yang diperbandingkan adalah situasi sosiologis masyarakat.

¹⁰ Sutrisno Hadi,, *Metode Reseach II* (Yogyakarta : Andi Offset, 1989) , hlm. 142.

¹¹ Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah* (Bandung : Tarsito, 1999), hlm. 143.

H. Sistematika Pembahasan

Dalam penyusunan skripsi ini akan dibagi menjadi lima bab yang terdiri dari atas beberapa beberapa sub bab, yakni :

Bab satu , Pendahuluan yaitu berisi tentang penegasan judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan, telaah pustaka, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab dua, iklan dalam Islam di dalam bab ini akan dirinci kedalam sub bab yaitu : definisi iklan, akan menerangkan berbagai macam definisi iklan dari berbagai pendapat pakar. Fungsi iklan dalam Islam, bagaimana islam memandang iklan dan iklan dapat dikategorikan sebagai apa? Penyalahgunaan dan pelanggaran dalam beriklan.

Bab tiga, Deskripsi obyek penelitian iklan baris koran kedaulatan rakyat di dalam bab ini akan dipaparkan data-data yang diperoleh dari berbagai sumber secara detail dan terperinci dan akan dibagi menjadi beberapa sub bab yaitu : Macam-macam Iklan, Layanan Jasa Pijat Dengan Berbagai Fasilitasnya, Frekuensi Iklan, dan Iklan Jasa Pijat Yang Mengandung Unsur Prostitusi

Bab empat, Media massa dan iklan prostitusi yang terselubung analisis dari hasil penelitian atau pembahasan hasil penelitian tentang prostitusi berkedok jasa pijat yang terdiri dari : Iklan dan Prostitusi dan Fungsi Media dalam Pencegahan Prostitusi. dan Bab lima, penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran penulisan skripsi ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Dari sampling iklan yang penyusun teliti dapat disimpulkan bahwa 90% dari sampling iklan tersebut adalah iklan yang menawarkan jasa seks terselubung (prostitusi terselubung) dan 10%nya adalah iklan jasa pijat murni. Persentase dari pelayan jasa pijat yang mengandung prostitusi terselubung antara pelayanan yang diberikan wanita dan pria juga persentasenya sangat berbeda. Pelayanan jasa pijat yang terindikasi prostitusi terselubung yang diberikan wanita sebanyak 72,5% dari 90% yang terindikasi, sedangkan pelayanan jasa pijat yang terindikasi prostitusi terselubung yang pelayanannya dilakukan pria sebanyak 17,5%.
2. Jika iklan yang dimaksud memiliki unsur tindak pidana seperti yang penyusun teliti ini maka hukum yang dapat dikenakan terhadap iklan tersebut adalah sama dengan tindak pidanan apa yang diiklankan. Di dalam Islam iklan tersebut dinamakan dengan *wasilah* (perantara, pengantar). Sanksi pidana yang dapat dikenakan terhadap perusahaan iklan tersebut adalah berupa sanksi *ta'zīr*. Sementara tindak pidana yang mengikuti iklan tersebut seperti zina dikenai sanksi sesuai ketentuan yang ada yaitu rajam atau jilid.

B. Saran-saran

Adapun beberapa saran yang penyusun dapat berikan adalah:

1. Kepada seluruh elemen masyarakat untuk selalu berhati-hati dan selalu menjaga diri dan keluarga dari bahaya yang akan ditimbulkan oleh perbuatan zina.
2. Kepada oknum yang menyalahgunakan iklan sebagai sarana komersialisasi seks terselubung hendaknya ditindak tegas.
3. Kepada media massa hendaknya memberikan filter, control, dan pengawasan yang ketat terhadap iklan yang akan diterbitkan.
4. Media massa memiliki tanggung jawab moral kepada masyarakat, oleh sebab itu jika ada persoalan yang seperti ini hendaknya media massa memberikan penjelasan kepada masyarakat. Dan yang terpenting adalah untuk ke depan media massa harus lebih berhati-hati dalam menerbitkan iklan hal bisa merusak nama baik media massa tersebut dan selain itu ada bahaya besar dibalik praktek prostitusi.
5. Kepada pemerintah hendaknya menegakkan supermasi hukum yang berkeadilan.

DAFTAR PUSTAKA

1) Al-Qur'an

Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, Bandung: PT Syamiil Cipta Media, 2006.

2) Hadis/Syarah Hadis/Ilmu Hadis

Anas, Malik bin al-, *Al-Muwatta'*, Beirut Libanon : Al-Kutüb Al-Ilmiyah 1934 M.

As-Sajustani, Abu Daud Sulaiman Ibnu al-Asya'ats al-, *Sunan Abū Dāud*, jus IV, Beirut: Dār al-Fikr.

Muslim, Imam, *Shahīh Muslim*, Mesir: Matba'ah Wal Maktabatūhā t,t,

Kafury, Muhammad Abdurrahman Ibn Abdurrahim al-Mabari al-, *Tuhfat al Ahwadhi bi Sharh Jami'i Tirmidhi*, Beirut: 1964.

3) Fiqh/ Uşūl Fiqh

Khallaf, Abdul Wahhab, *Kaidah-kaidah Hukum Islam*, alih bahasa Noer Iskandar, Jakarta : PT Raja Grapind, 1996.

Rasjid, Sulaiman, *Fiqh Islam*, Bandung: PT. Sinar Baru Algensindo, 1995.

Shiddieqy, Muhammad Hasbi Ash, *Hukum-hukum Fiqh Islam*, Semarang : PT. Pustaka Rizki Putra, 1997.

Zuhdi, Masjfuk, *Masalah Fiqhiyah*, Jakarta : PT. Toko Gunung Agung, 1997.

----, *Masalah Fiqhiyah*, Jakarta : CV Haji Masagung, 1992.

4) Buku-buku Lain

Bugin, Burhan, *Konstruksi Sosial Media Massa*, Jakarta:Kencana Prenada Media Group,2008.

Bachtiar, Reno dkk, *Bisnis Prostitusi*, Yogyakarta : Pinus, 2007.

Brown, Louise, *Sex Slaves*, alih bahasa Ursula G. Budianta, Jakarta : Yayasan Obor, 2005.

Fuady, Munir, *Bisnis Kotor Anatomi Kejahatan Keras Putih*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004.

Hoigard, Cecilie, *Tubuhku Bukan Milikku*, alih bahasa Emmy Nur Hariati, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.

Hull, Terence dkk, *Pelacuran di Indonesia Sejarah dan Perkembangannya*, Jakarta : Pustaka Sinar Harapan, 1997.

Hawari, Dadang, *Aborsi Dimensi Psikoreligi*, Jakarta: Fakultas Kedokteran Uneversitas Indonesia, 2006.

Hadi, Sutrisno *Metode Reseaceh II*, Yogyakarta : Andi Offset, 1989.

Ihsan, Soffan *Now Its time To Sex*, Semarang: Panta Rei, 2002.

Kriyantono, Rahmat, *Public Relations Writing*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008.

Kuswandi, Wawan, *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media televise*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1996.

Kartono, Kartini, *Patologi Sosial*, Jakarta: Rajawali Pres, 1992.

Mojako, Miyabi dan Jaringan Prostitusi Yahudi, Kata Buku, 2009.

Muslich, Ahmad Wardi, *Pengantar dan Asas Hukum Pidana Islam* , Jakarta: Sinar Grafika, 2006.

Nasir, Muhammad, *Metode Penelitian* Jakarta : Ghalia, 1998.

Prisgunanto, Ilham, *Praktik Ilmu Komunikasi*, Bandung : Teraju, 2004.

Surakhmad, Winarno, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, Bandung : Tarsito, 1999.

Santoso, Topo, *Hukum Pidana Islam* , Bandung: Asy Syaamil Press, 2001.

Tanjung, Armaidi, *Free Sex No Nikah Yes*, Jakarta: Amzah, 2007.

Troung, Than-Dam, *Sek, Uang, dan Kekuasaan*, Jakarta: LP3ES,1992.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2008 Tentang *Pornografi dan Pornoaksi*, Yogyakarta: Pustaka Yustisia, 2009.

Widyatama, Rendra, *Bias Gender Dalam Iklan Televisi*, Yogyakarta: Media Presindo, 2006.

Kamus Bahasa Indonesia Kontenporer, Jakarta: Modern Englis Press.

Wiryawan, Hari, *Dasar-dasar hukum Media*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007.

www.pppi.or.id/defenisi-iklan.html diakses pada tanggal 02 februari 2010.

Wawancara atau penjelasan dari Amien Syarif, Deputi Litbang Koran Kedaulatan Rakyat, tanggal 11 maret 2010 secara tertulis.