

ABSTRAK

Reza Aulia Ramadhani, 170101040232. Praktik *Endorsement* Oleh *Selebgram* (Studi Kasus Pada Akun *Instagram Ivikuu*), Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Pembimbing: (I) Prof. Dr. Ahmadi hasan M.H; (II) Tuti Hasanah, S.EI, S.Pd., MHI; UIN Antasari Banjarmasin 2024.

Kata Kunci : *endorsement, selebgram, instagram*

Latar belakang ini didasari dalam menarik minat konsumen, perusahaan atau *online shop* menggunakan berbagai macam promosi dengan menerapkan strategi *endorsement Ivikuu*. Penelitian ini bertujuan adalah mengetahui praktik *Review* produk oleh *selebgram* dan mengetahui tinjauan terhadap praktik *review* produk oleh *selebgram* studi kasus pada akun *instagram Ivikuu*.

Jenis penelitian ini dikategorikan penelitian penelitian yuridis empiris. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kasus (*case approach*) tersebut penulis akan menggunakan untuk mendapat informasi dari berbagai aspek mengenai isu yang diteliti. Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah *Selebgram Ivikuu* dan pengguna jasa *endorser Ivikuu*. Dengan data penelitian tentang praktik *endorsement selebgram Ivikuu*.

Dari hasil analisis data didapatkan dua simpulan yakni pertama praktik *endorsement Ivikuu* dibuat dengan: 1) penawaran terhadap *selebgram Ivikuu*; 2) pembuatan kontrak dengan *selebgram Ivikuu*; 3) proses *review selebgram Ivikuu* terhadap produk. Kedua tinjauan hukum *endorser* terhadap praktik *review* produk yakni: 1) penawaran sudah sesuai dengan akad *ijarah*; 2) pembuatan kontrak belum jelas karena produk tidak memuat keterangan secara detail; 3) proses *review* termasuk dalam jual beli *fadl* karena produk dijelaskan dengan baik.