

---

**BRANDING DALAM TINJAUAN HUKUM ISLAM**

**Muhammad Zulfikar<sup>1</sup>, Farid Faisal<sup>2</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Suryakencana

mzulfikar@unsur.ac.id, risal.faisal12@gmail.com

|                   |                        |                       |
|-------------------|------------------------|-----------------------|
| Masuk: Maret 2022 | Penerimaan: Maret 2022 | Publikasi: Maret 2022 |
|-------------------|------------------------|-----------------------|

**ABSTRAK**

Branding adalah salah satu elemen penting dalam menjalankan usaha. Tidak mungkin suatu usaha berjalan tanpa ada Branding di dalamnya. Unsur-unsur Branding sendiri, yang merupakan bagian dari muamalah yang tentu saja tidak lepas dari hukum Islam. Oleh karena itu kita sebagai Muslim harus tahu batasan-batasan yang ada di dalam Branding ini. Untuk itulah masalah yang diangkat pada penelitian ini adalah untuk mengetahui batasan-batasan yang ada dalam syariat dan bagaimana para ulama serta fuqaha memberikan pandangannya, apakah sepakat ataukah ada perbedaan pendapat didalamnya. Penelitian ini sendiri mempergunakan metode deskriptif, yaitu mencoba menjelaskan atas suatu gejala yang ada. Ternyata dalam beberapa batasan unsur Branding terdapat beberapa kesepakatan di kalangan para ulama dan fuqaha dan terdapat perbedaan pendapat pada beberapa unsur lainnya.

**Kata Kunci:** *Branding; Unsur; Muamalah; Syariat; Batasan.*

**ABSTRACT**

*Branding is an important element in running a business. It is impossible for a business to run without branding in it. Branding elements themselves, which are part of muamalah, of course cannot be separated from Islamic law. Therefore we as Muslims must know the limitations that exist in this Branding. For this reason, the problem raised in this study is to find out the limitations that exist in the Shari'a and how the scholars and jurists give their views, whether they agree or there are differences of opinion in it. This research itself uses a descriptive method, which is trying to explain an existing symptom. It turns out that within some limits of the Branding element there are several agreements among scholars and jurists and there are differences of opinion on several other elements.*

**Keywords:** *Branding; Elements; Muamalah; Islamic Law; Limitation*

**A. PENDAHULUAN**

Dalam usaha, promosi adalah salah satu cara dapat yang dilakukan agar produk yang kita miliki lebih dikenal sehingga berujung kepada terjadinya penjualan yang diharapkan terus bertambah dan bertambah. *Branding*, merupakan hal tak terpisahkan dari kegiatan promosi tersebut.

*Branding* sendiri erat kaitannya dengan sosok produk, harapan konsumen yang menggunakannya, seberapa besar pengorbanan konsumen untuk mendapatkannya serta gambaran perusahaan yang memproduksinya. Semakin kuat *brand* suatu perusahaan, maka semakin kuat pula nilai dari produk atau jasa yang ditawarkan. Kita lihat dalam kehidupan

sehari-hari kita, mulai kita bangun tidur hingga kita beranjak tidur lagi, barang-barang yang ada di sekeliling kita, barang yang kita pakai, barang yang kita lihat adalah hasil *Branding*. Mulai dari telepon genggam, pasta gigi, sepatu, baju yang kita pakai dan lain-lain adalah hasil dari *Branding* bisa sampai ke tangan kita.

Dalam era Industri 4.0 ini, banyak sekali saluran atau media dalam rangka untuk memperkuat *Branding*. Dari mulai yang konvensional seperti media televisi, radio, koran, majalah dan *billboard* hingga yang berbentuk digital seperti pada media sosial misalnya saja *Google AdSense*, *Facebook Ads* hingga di *Market Place*.

Adapun *branding* itu sendiri adalah proses mendesain, merencanakan, dan mengkomunikasikan nama serta identitas dengan tujuan membangun atau mengelola reoutasi (Anholt, 2003:5).

Namun demikian, meski media untuk melakukan *branding* tersebut beragam, maka selayaknya seorang Muslim tetap harus memperhatikan batasan-batasan yang telah Allah dan Rasul-Nya tetapkan, mengingat juga karena Indonesia adalah negara dengan penduduk mayoritas Muslim. Tujuannya hanya satu, agar *Brand* kita tidak melanggar hukum Islam sehingga akhirnya diharapkan keberkahan dunia maupun akhirat pun dapat diraih. Penelitian ini sendiri dilakukan untuk melihat *Branding* bila dipandang dari perspektif hukum Islam.

## **B. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini memakai metode teknis analisis kualitatif melalui penelitian lapangan (*field research*) atau observasi dalam pengumpulan datanya, yang selanjutnya dibandingkan dengan hasil studi pustaka yang relevan dengan tema yang diteliti. Tahapannya ialah persiapan/pralapanan, tahapan pekerjaan lapangan, dan yang terakhir adalah tahapan analisis data yang didapat dari lapangan berupa hasil observasi kemudian dibandingkan dengan studi tustaka dari peneliti terdahulu yang relevan

## **C. PEMBAHASAN DAN DISKUSI**

### **1. Pengertian *Branding***

*Brand* atau merek merupakan nama, ketentuan, desain, symbol atau apapun yang dapat menjadi alat untuk mengidentifikasi sebuah produk baik berupa barang ataupun jasa, juga menjadi pembeda antara satu produsen dengan produsen yang lainnya (Aditya Halim Perdana Kusuma dkk, *Brand Management: Esensi, Posisi dan Strategi*, Medan: Yayasan

Kita Menulis, 2020) hlm. 1). Sedangkan menurut UU Merek No.15 tahun 2001 pasal 1 ayat 1 disebutkan merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

Penamaan brand atau merek ini biasanya tidak terlepas dari sesuatu yang berkenaan dengan filosofi atau kejadian yang dihadapi oleh pemilik atau pendiri, misalnya seperti Larry Page, pendiri *Google* yang berawal dari kesalahan penulisan dari kata *Googolplex*, seniman sendra tari Arie Tulang yang mendirikan sanggar tari Yukitanari yang intinya ingin mengajak orang-orang agar mau menari, atau Instagram yang berasal dari kata *instant* dan *telegram* karena fungsi dari aplikasi ini seperti kamera foto yang secara instan dapat diambil seketika dan langsung dapat disebarluaskan di internet seperti layaknya telegram untuk menyebarkan suatu informasi di masa yang lampau.

*Branding*, selain mengandung kata *Brand*, juga mengandung maksud kata *Branding* itu sendiri. *Branding* adalah proses pembuatan citra merek yang melibatkan hati dan pikiran konsumen (Tom Duncan, *Principles of Advertising and IMC 2<sup>nd</sup> Ed*, New York : The McGraw-Hill Companies, 2005) hlm. 71), Dan menurut pendapat Kotler, *Branding* adalah nama, istilah, tanda, symbol atau rancangan atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dan untuk membedakannya dari barang atau jasa pesaing (Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 1, Edisi ke 13 Terjemahan Bob Sabran*, Jakarta : Erlangga, 2009) hlm. 332).

## 2. Fungsi dan Tujuan *Branding*

Fungsi dari *Branding* adalah untuk menanamkan *image* produk di benak konsumen dan masyarakat bahwa perusahaan memiliki produk yang dijual, sehingga diharapkan *brand* perusahaan selalu diingat oleh konsumen dan masyarakat untuk jangka waktu lama. Secara detail *Branding* memiliki fungsi :

- a. Pembeda dari produk atau jasa produsen lain.
- b. Promosi dan daya tarik.
- c. Pembangun *image*, pemberi keyakinan, jaminan kualitas dan prestise.
- d. Pengendali pasar (Marty Neuemeier, *The Brand Gap*, New York: New Riders Publishing, 2003) hlm. 41).

Sedangkan tujuan dari *Branding* sendiri adalah untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan masyarakat, membentuk persepsi yang baik dan membangun rasa cinta dan loyalitas terhadap sebuah *Brand*.

### 3. Unsur-unsur *Branding*

Secara umum, ada beberapa unsur di dalam *Branding*, yaitu :

- a. Nama merk.
- b. Logo yang dapat berupa *logotype* (logo yang terdiri dari huruf-huruf dengan variasi visual), monogram (dua huruf atau lebih yang digabungkan menjadi satu), maupun bendera.
- c. Penampilan visual berupa desain dari kemasan, desain produk, seragam, bangunan, kendaraan dan lain sebagainya.
- d. *Spokesperson*, seperti selebriti, tokoh pendiri, maskot atau lainnya yang semisal.
- e. Kata-kata yang dapat berupa slogan, *jingle* (iklan yang berbentuk musik), atau yang lainnya.
- f. Suara baik berupa lagu, nada, lagu tematik atau lainnya. (Marikxon Manurung, *Apa Itu Branding*, <https://bit.ly/2YYeJUQ>, diunduh pada Sabtu, 13 November 2021, Pukul 08.00 WIB).

Dengan dapat dijabarkannya unsur-unsur dalam *Branding*, maka akan semakin mudah untuk dijabarkan satu-persatu dalam kaitannya dengan hukum Islam.

### 4. Jenis *Branding*

Ada beberapa jenis *Branding* berdasarkan objeknya, yaitu :

- a. *Product Branding*, hal yang paling umum dalam *Branding* dimana produk atau jasa yang menjadi objeknya.
- b. *Personal branding*, alat promosi yang sangat populer dilakukan oleh para *public figure* seperti politisi, artis dan lain-lain sehingga mereka mempunyai pandangan tersendiri mata masyarakat.
- c. *Corporate Branding*, untuk mengembangkan reputasi sebuah perusahaan di pasar.
- d. *Geographic Branding*, bertujuan agar produk atau jasa dapat diingat setiap kali nama daerah tersebut di sebutkan seseorang.
- e. *Cultural Branding*, mengembangkan reputasi mengenai lingkungan dan orang-orang dari lokasi tertentu atau kebangsaan (Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek*, Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019) hlm. 66).

## 5. Hukum Islam Mengenai *Branding*

### a. Produk dan Jasa Yang Diperdagangkan

Produk barang dan jasa yang diperdagangkan haruslah memenuhi syarat jual beli pada umumnya, yaitu barang dan jasa yang diperdagangkan harus suci dan memiliki manfaat. Suci ini terbagi kedalam dua jenis lagi, yaitu suci namun tidak bermanfaat dan suci yang bermanfaat. Contoh suci namun tidak bermanfaat adalah serangga, binatang buas yang tidak dapat dipergunakan terkecuali untuk berburu, burung yang tidak dapat dimakan dan diburu seperti burung gagak, dan yang tidak dapat dimakan seperti burung hantu, maka kedua contoh seperti itu tidak dapat diperdagangkan karena tidak ada manfaat dan tidak ada nilainya. Oleh sebab itu mengambil hasil penjualannya sama halnya dengan memakan harta orang lain dengan cara yang bathil dan memberikan harga atasnya termasuk kedalam kejahatan.

Adapun barang lain yang memiliki manfaat namun ada *nash* yang melarang nya, seperti barang curian, maka tidak boleh untuk memperdagangkannya. *Nash* yang melarang membeli barang curian adalah Hadits berikut :

رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنَّ أَيْعَ مَا لَيْسَ عِنْدِي

“Rasulullah melarangku menjual apa yang bukan milikku” (HR. Ahmad : 14774)

Demikian halnya dengan barang-barang yang sudah haram secara dzat-nya seperti *khamr*, bangkai dan lain-lain yang semisal, seperti yang tertuang dalam Hadits:

إِنَّ اللَّهَ حَرَّمَ بَيْعَ الْخَمْرِ وَالْمَيْتَةِ وَالْحَنْزِيرِ وَالْأَصْنَامِ

“*Sesungguhnya Allah mengharamkan menjual khamr, bangkai, babi, dan patung*” (HR. Bukhari: 2236). (Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Amzah, 2017) hlm. 48).

Hal tersebut sesuai kaidah Fiqh yang telah mashyur, yaitu :

الأَصْلُ فِي الْمَعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

“Hukum asal pada semua bentuk muamalah adalah halal sampai ada dalil yang mengharamkannya”. (A. Djazuli, *Kaidah-Kaidah Fikih*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2006) hlm. 129).

## 6. Nama Merk

Kedudukan pemberian nama dalam Islam memiliki kedudukan yang penting, karena nama seringkali dianggap sebagai doa. Hal ini berlaku umum, apakah untuk pemberian nama orang, nama usaha atau nama apapun itu. Diantara hal-hal yang harus dihindari dalam pemilihan nama adalah sebagai berikut:

- a. Nama berasal dari nama-nama setan, seperti *Khinzab*, *A'war*, *Ajda'* atau nama lain yang semisal yang juga menyiratkan nama setan atau prilakunya. (Ibnul Qayyim Al Jauziyah, *Fiqh Bayi*, Jakarta: Dar Al Fikr, 2007) hlm. 167). Atau bila dalam praktek bisnis sehari-hari kurang lebih seperti keripik setan, es krim gunderuwo dan lain-lain.
- b. Nama yang berasal dari nama orang sombong, apakah itu diambil dari nama orang seperti Fir'aun, Qarun, Haman atau nama yang menyiratkan kesombongan lainnya. (Ibnul Qayyim Al Jauziyah, *Kado Menyambut Si Buah Hati*, Jakarta: Pustaka Al Kautsar, 2007) hlm. 194).
- c. Penggunaan nama yang menyiratkan penghambaan kepada selain AllahK seperti *Abdul Manat*, *Abdul Uzza*, *Abdul Ka'bah* dan lain-lain karena menggambarkan kemusyrikan.
- d. Nama yang menggambarkan kesombongan atau ketinggian, sebagaimana sabda Rasulullah:

أَخْبَى الْأَسْمَاءِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ عِنْدَ اللَّهِ رَجُلٌ تَسَمَّى مَلِكِ الْأَمْلَاكِ

“Nama yang paling keji di sisi Allah pada hari kiamat adalah seorang dengan nama ‘Malikal Amlaak’ (rajanya para raja)’ (HR. Bukhari : 5737).

- e. Nama yang merupakan sifat dan nama AllahKtanpa tambahan Abdul didepannya seperti Al Azis, Al Hakim dan nama Allah yang lainnya. Namun demikian penggunaan nama tersebut diperbolehkan bila dalam bentuk *nakirah* seperti Azis, Hakim dan lain-lain.

## 7. Logo, Gambar Dan Tampilan Grafis Non Foto Lainnya

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan berkaitan dengan logo, yaitu dalam hal penggunaan gambar. Gambar yang dimaksud disini adalah gambar makhluk hidup yang bergerak, seperti manusia atau hewan yang berbentuk utuh baik tubuh ataupun hanya kepalanya saja. Hal ini berlaku tidak hanya kepada logo saja, tetapi kepada setiap penggunaan gambar, baik dalam logo maupun dalam media promosi yang lain.

Terdapat dua pendapat dalam penggunaan gambar makhluk hidup, ada yang melarang dan ada yang memperbolehkan. Kedua pendapat ini memiliki *hujjah*-nya masing-masing. Ada pun yang melarang adalah Imam An Nawawi dan Imam Al Khaththabi dengan berdasarkan Hadits dari Al Humaidi z:

يَقُولُ إِنَّ أَشَدَّ النَّاسِ عَذَابًا عِنْدَ اللَّهِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ الْمُصَوِّرُونَ

“*Sesungguhnya manusia yang paling keras siksaannya pada hari kiamat adalah orang-orang yang membuat gambar*” (HR. Bukhari : 5950). (Muhammad Abduh Tuasikal, *Hukum Mengambil Foto Dengan Kamera*, <https://bit.ly/3nmlo4x>, diunduh pada Rabu, 17 November 2021, Pukul 06.18 WIB).

Juga dengan Hadits dari Ubaidillah:

إِنَّ الَّذِينَ يَصْنَعُونَ هَذِهِ الصُّوَرَ يُعَذَّبُونَ يَوْمَ الْقِيَامَةِ، يُقَالُ م: مَا أَحْيَا مَا خَلَقْتُمْ

“*Sesungguhnya orang yang membuat gambar-gambar ini disiksa pada hari kiamat. Dikatakan kepada mereka, ‘Hidupkan apa yang kamu ciptakan’*” (HR. Bukhari : 5951). (Yulian Purnama, *Kupas Tuntas Hukum Gambar Makhluk Bernyawa*, <https://bit.ly/3oDQ6VY>, diunduh pada Rabu, 17 November 2021, Pukul 06.21 WIB).

Dan Hadits dari Abu Hurairahz:

أَبُو زُرْعَةَ قَالَ دَخَلْتُ مَعَ أَبِي هُرَيْرَةَ دَارًا بِالْمَدِينَةِ فَرَأَى أَعْلَاهَا مُصَوِّرًا  
قَالَ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ وَمَنْ أَظْلَمُ مِمَّنْ ذَهَبَ  
يَخْلُقُ كَخَلْقِي فَلْيَخْلُقُوا حَبَّةً وَلْيَخْلُقُوا ذَرَّةً

“*Abu Zar’ah berkata, Saya masuk rumah penduduk Madinah bersama Abu Hurairah, lalu ia melihat ke atap rumah ada sesuatu yang bergambar, Abu Hurairah berkata, ”saya*

*mendengar Rasulullah bersabda, ‘Dan siapakah yang lebih lalim daripada orang-orang yang lebih lalim daripada orang-orang yang pergi untuk membuat ciptaan seperti halnya ciptaan-Ku. Maka hendaklah mereka menciptakan jagung, atau biji-bijian atau biji gandum!’* (HR. Bukhari: 5497). (QuranHadits.com, HR. Bukhari:5497, <https://bit.ly/3OuK2aD> , diunduh pada Rabu, 17 November 2021, Pukul 06.24 WIB).

Ada juga kalangan yang memperbolehkan hal tersebut, diantaranya adalah Muhammad ‘Abduh, ulama penggagas modernism Islam dari Mesir yang wafat pada tahun 1905, ia berpendapat bahwa Hadits-Hadits larangan gambar tersebut berasal dari masa ketika sifat-sifat *Jahilyah* masih ada, sehingga gambar-gambar tersebut dikawatirkan akan menjadi sesuatu yang disembah, selain itu Hadits tersebut juga diqiyaskan dengan lidah yang dapat berbohong, maka bukan berarti lidahnya yang harus dikunci karena lidah juga dapat mengatakan suatu kebenaran selain kebohongan. (Muhammad Abdul Jabbar Beg, *Seni Di Dalam Peradaban Islam*, Bandung: Pustaka, 1988).

Di kalangan ulama tanah air pun ada yang memperbolehkannya, yaitu Majelis Tarjih Muhammadiyah dengan harus memperhatikan ‘*illat* dari pembuatan gambar itu sendiri, juga berdasarkan kepada Firman Allahk:

يَعْمَلُونَ لَهُ مَا يَشَاءُ مِنْ مَحَارِبٍ وَمَتَائِلٍ وَجِفَانٍ كَالْجَوَابِ وَقُدُورٍ رَاسِيَاتٍ

“*Para Jin itu membuat untuk Sulaiman apa yang dikehendakinya dari gedung-gedung tinggi, dan patung-patung dan piring-piring yang (besarnya) seperti kolam dan periuk yang tetap (berada di atas tungku)*” (QS. Saba : 13).

Juga berdasarkan Hadits dari Aisyah:

عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا قَالَتْ كُنْتُ أَلْعَبُ بِالْبَنَاتِ عِنْدَ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ

عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَكَانَ لِي صَوَاحِبٌ يَلْعَبْنَ مَعِيَ فَكَانَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ

عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِذَا دَخَلَ يَتَفَمَّعَنَّ مِنْهُ فَيَسْرِبُهُنَّ إِلَيَّ فَيَلْعَبَنَّ مَعِيَ.

“*Diriwayatkan dari Aisyah d ia berkata: Aku selalu bermain boneka di dekat Rasulullah . Aku memiliki beberapa orang yang bermain bersamaku. Apabila Rasulullah datang mereka bubar, lalu beliau mengumpulkan mereka untuk kembali bermain*

*bersamaku*” (HR. Bukhari: 6130) (Himpunan Putusan Tarjih Muhammadiyah cetakan III, hlm.281).

Dengan demikian Majelis Tarjih Muhammadiyah menyamakan hukum patung dengan hukum gambar berdasarkan *nash-nash* yang ada (Suara Muhammadiyah, *Hukum Membuat Patung Dan Melukis*, <https://bit.ly/3DnU6QF> , diunduh pada Ahad, 7 November 2021, Pukul 07.17 WIB).

## 8. Foto

Foto yang dimaksud adalah foto yang dipergunakan dalam alat promosi, baik untuk logo, *flyer*, *billboard*, spanduk dan lainnya. Ada yang berpendapat bahwa foto ini hukumnya sama seperti layaknya gambar sehingga harus dilihat apakah foto yang digunakan tersebut memperlihatkan mahluk bernyawa ataukah tidak. Tapi juga ada yang mutlak memperbolehkan karena menganggap foto layaknya cermin dimana manusia tidak menciptakan (mahluk bernyawa) apa yang ada di dalam foto tersebut, namun hanya mengabadikannya saja.

Yang melarang penggunaan foto mahluk bernyawa diluar kebutuhan mendesak seperti *ID Card*, *Passport*, mencari orang hilang dan lainnya yang semisal salah satunya adalah *Lajnah Daimah Lil Buhuts Al-Ilmiah wal Ifta*, Komite Tetap Untuk Riset Ilmiah Dan Pusat Fatwa Kerajaan Arab Saudi, menganggap hukumnya sama seperti gambar sehingga *nash-nash* pengharamannya pun dianggap sama (Lajnah Daimah Lil Buhuts Al Ilmiah Wal Ifta, *Gambar Atau Foto Untuk Suatu Yang Penting*, <https://bit.ly/3CnmPnz> , diunduh pada Selasa, 9 November 2021, Pukul 06.15 WIB).

Dari kalangan ulama yang memperbolehkan ada Syaikh Muhammad Bakhit, seorang mufti Mesir yang wafat tahun 1935, ia berpendapat bahwa fotografi itu hanyalah penahanan bayangan dengan kamera dimana objeknya berupa ciptaan Allah sendiri yang telah ada sebelumnya, yaitu mahluk bernyawa (Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram Dalam Islam*, Surabaya: Bina Ilmu, 2000) hlm. 154).

Namun walau demikian, bila ada yang memperbolehkan maka muncul pertanyaan baru, yaitu terkait penggunaan foto wanita. Adapun foto wanita yang mengumbar aurat sudah jelas hukumnya bahwa aurat itu haram hukumnya untuk diperlihatkan kepada yang tidak berhak. Lalu bagaimana halnya dengan foto wanita yang menutup aurat?

Foto wanita yang menutup aurat dalam syariat tidak membahasnya secara khusus, yang dibahas hanyalah mengenai memandangi wanita yang tidak halal. Hal ini sesuai Firman Allahk:

قُلْ لِلْمُؤْمِنِينَ يَعْضُوا مِنْ أَبْصَارِهِمْ وَيَحْفَظُوا فُرُوجَهُمْ ۗ ذَلِكَ أَزْكَىٰ لَهُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا يَصْنَعُونَ

“Katakanlah kepada orang laki-laki yang beriman :’Hendaklah mereka menahan pandangannya dan memelihara kemaluannya; yang demikian itu adalah suci bagi mereka, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang mereka perbuat” (QS. An Nur: 30) (Depag RI, *Al Hidayah: Al Qur’an Tafsir Pertama*, Banten: Kalim 2011) hlm. 353).

Kemudian ada beberapa Hadits yang berisi sabda Rasulullah ﷺ yang juga memerintahkan untuk menundukkan pandangan dari wanita yang tidak halal, seperti:

#### 1. Ibnu Umar

إن الله كتب على ابن آدم حظه من الزنا أدرك ذلك لا محالة فزنا العينين  
النظر وزنا اللسان النطق والنفس تمنى وتشتهي والفرج يصدق ذلك أو يكذبه

“Telah ditetapkan baginya Anak Adam dari zina, dia pasti akan mendapatkannya, zina mata adalah memandang, zina kedua telinga adalah mendengar, zina lisan adalah berbicara, zina tangan adalah memegang, zina kaki adalah melangkah sementara hati ingin dan berangan-angan lalu hal tersebut dibenarkan oleh hati atau didustakannya”(HR. Muslim : 2657).

#### 2. Jarir Bin Abdullah

سَأَلْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ- عَنْ نَظَرِ الْفَجَاءَةِ فَأَمَرَنِي أَنْ أَصْرِفَ بَصَرِي

“Aku pernah bertanya kepada Rasulullah b mengenai pandangan yang tidak disengaja. Maka Beliau, memerintahkanku untuk memalingkan pandanganku” (HR. Muslim : 2459).

#### 3. Ibnu Buraidah

يَا عَلِيُّ ! لَا تُتَّبِعِ النَّظْرَةَ النَّظْرَةَ، فَإِنَّمَا لَكَ الْأُولَىٰ وَلَيْسَتْ لَكَ الْأُخْرَىٰ

“Wahai Ali, janganlah engkau mengikuti suatu pandangan dengan pandangan yang lain, sesungguhnya bagimu yang pertama dan bukan bagimu yang selanjutnya”

(*HR.Abu Daud : 2149*). (Amin Bin Abdullah Asy Syaqawi, *Gadhul Bashar*, Jakarta: Islam House, 2010) hlm. 4).

Hal diatas berlaku pula bila yang digunakan adalah foto laki-laki sebagai modelnya karena untuk para wanita pun ada rambu-rambu mengenai menahan pandangan ini, seperti yang Allah SWT: Firmankan dalam Al Qur'anul Karim:

وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَعْضُضْنَ مِنْ أَبْصَاهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ

*Katakanlah kepada wanita yang beriman: "Hendaklah mereka menahan pandangan dan kemaluannya" (QS. An-Nur: 31)* (Tafsirweb, *Surat An Nur Ayat 31*, <https://tafsirweb.com/6159-surat-an-nur-ayat-31.html>, diunduh pada Senin, 17 Januari 2022, Pukul 05.00 WIB).

## 9. Slogan

Slogan merupakan tuturan, perkataan, atau kalimat pendek yang menarik atau mencolok dan mudah diingat untuk memberitahu, atau menjelaskan tujuan suatu ideologi golongan, organisasi, partai politik dan dan sebagainya. Slogan sering juga disebut motto atau semboyan (Kosasih, *Bahasa Indonesia*, Jakarta: PT. Gramedia, 2000) hlm. 154). Contoh dari slogan ini seperti: Mixagrip 'Cocok', Tolak Angin 'Orang Pintar Minum Tolak Angin', LG 'Life's Good' atau Nike 'Just Do It' dan lain-lain.

Oleh sebab itu slogan dapat diartikan juga sebagai kumpulan dari kata-kata atau kalimat tertulis. Di dalam Islam sendiri ada Kaidah *Fiqh* mengenai hukum kalimat tertulis ini, yaitu:

الْكِتَابُ كَالْخِطَابِ

*"Tulisan itu sama dengan ucapan"*.

Kaidah ini, menandakan hukum pada tulisan sama dengan hukum pada ucapan, seperti tidak boleh berdusta atau juga menulis sesuatu hal yang tidak mungkin dicapai, contohnya 'kopi terenak sealam gaib', 'pedasnya bikin sepanas neraka' dan lain-lain yang semisal.

Rasulullah melarang umatnya untuk berkata dusta seperti sabdanya dalam Hadits berikut:

عَلَيْكُمْ بِالصِّدْقِ ، فَإِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ ، وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ  
وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَصْدُقُ وَيَتَحَرَّى الصِّدْقَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ صِدِّيقًا ،  
وَإِيَّاكُمْ وَالْكَذِبَ ، فَإِنَّ الْكَذِبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ ، وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ ،  
وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَكْذِبُ وَيَتَحَرَّى الْكَذِبَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَّابًا

*“Hendaklah kalian selalu berlaku jujur, karena kejujuran akan membawa kepada kebaikan, dan kebaikan mengantarkan seseorang ke Surga. Dan apabila seorang selalu berlaku jujur dan tetap memilih jujur, maka dicatat di sisi Allah sebagai orang yang jujur. Dan jauhilah oleh kalian berbuat dusta, karena dusta membawa seseorang kepada kejahatan, dan kejahatan mengantarkan seseorang ke neraka. Dan jika seseorang senantiasa berdusta dan memilih kedustaan maka akan dicatat di sisi Allah sebagai pendusta” (HR. Bukhari: 6094). (Yazid Bin Abdul Qadir Jawas, Berkata Benar (Jujur) Dan Jangan Dusta (Bohong), <https://bit.ly/3qKj1dR> , diunduh pada Rabu, 17 November 2021, Pukul 05.47 WIB).*

Juga larangan untuk berkata sesuatu hal yang tidak mungkin dicapai sehingga pada akhirnya tidak dapat dilakukan ada dalam Firman Allah berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ

*“Wahai orang-orang yang beriman, mengapa kamu mengatakan sesuatu yang tidak kamu kerjakan? Amat besar kebencian di sisi Allah bahwa kamu mengatakan apa-apa yang tidak kamu kerjakan” (QS. As Shaff : 2-3). (Adib Falahudin, Tafsir Surah As Saff, Celaan Bagi Orang Yang Perkataannya Tidak Sesuai Tindakannya, <https://bit.ly/3czBJg9> , diunduh pada Rabu, 17 November 2021, Pukul 05.56 WIB).*

## 10. Suara

Dalam melakukan *Branding* yang menggunakan gambar bergerak atau film, terutama untuk melakukan promosi baik di media elektronik konvensional seperti TV dan radio maupun media elektronik dalam jaringan (sosial media), suara adalah bagian tak terlepas dari hal tersebut. Suara ini ditampilkan bila media *Branding*nya berupa iklan yang hidup seperti *short movie* atau *trailer* atau juga iklan di radio.

Islam menyoroti dua hal dalam kaitannya dengan suara, yaitu suara manusia dan suara musik. Penggunaan suara manusia, terutama suara wanita menjadi perhatian khusus dalam hal ini. Menurut jumhur ulama, suara wanita bukanlah aurat, tapi bila sekiranya suara wanita yang dilagukan atau dibuat mendayu sehingga dapat menimbulkan fitnah, maka hal ini dilarang, sesuai dengan Firman Allahk:

يُسَاءُ النَّبِيِّ لَسْتُ كَأَحَدٍ مِّنَ النِّسَاءِ ۚ إِنِ اتَّقَيْتُنَّ فَلَا تَخْضَعْنَ بِالْقَوْلِ فَيَطْمَعَ الَّذِي فِي قَلْبِهِ مَرَضٌ  
وَقُلْنَ قَوْلًا مَّعْرُوفًا

*“Hai isteri-isteri Nabi, kamu sekalian tidaklah seperti wanita yang lain, jika kamu bertaqwa. Maka janganlah kamu tunduk dalam berbicara sehingga berkeinginanlah orang yang ada penyakit di dalam hatinya dan ucapkanlah perkataan yang baik” (QS. Al Ahzab : 32). (Al Hafiz Kurniawan, Pandangan Ulama Mengenai Hukum Suara Perempuan, <https://bit.ly/3chdeUP> , diunduh pada Rabu, 10 November 2021, Pukul 21.25 WIB).*

Adapun Imam Hanafi berpendapat bahwa suara wanita merupakan aurat berdasarkan Firman Allah SWT:

وَلَا يَضْرِبْنَ بِأَرْجُلِهِنَّ لِيُعْلَمَ مَا يُخْفِينَ مِن زِينَتِهِنَّ

*“Dan janganlah mereka memukulkan kakinya agar diketahui perhiasan yang mereka sembunyikan” (QS. An Nur: 31)*

Berdasarkan tafsir dari ayat diatas, menunjukkan dengan tegas bahwa suara wanita itu aurat, dimana suara gelang-gelangnya saja sudah termasuk aurat, bagaimana pula dengan suara wanitanya sendiri. (Halid Al Namadi, *Risalah Buat Wanita Muslimah*, Jakarta: Pustaka Mantiq, 2010) hlm. 82).

Begitupun halnya dengan suara musik, juga terjadi perbedaan pendapat di kalangan para ulama klasik, dimana ada yang membolehkan dan ada yang melarang. Hukum musik berikut perbedaan pendapatnya ini berlaku umum, tidak hanya untuk penggunaan dalam *Branding* saja, tapi juga untuk keperluan yang lain.

Menurut para ahli, mereka mendefinisikannya musik sebagai berikut :

1. Musik adalah ilmu pengetahuan dan seni tentang kombinasi ritmik dari nada-nada, baik suara manusia (vokal) maupun suara alat musik (instrumental), yang meliputi melodi dan harmoni sebagai ekspresi dari segala sesuatu yang ingin diungkapkan terutama aspek

emosional (Nooryan Bahari, *Kritik Seni : Wacana, Apresiasi dan Kreasi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010) hlm. 55).

2. Musik adalah cabang seni yang membahas dan menetapkan berbagai suara kedalam pola-pola yang dimengerti dan dipahami manusia (P. Banoe, *Kamus Musik*, Yogyakarta: Kanisius, 2003) hlm. 288).
3. Musik adalah suatu rangkaian dari gelombang suara dalam arti gelombang suara tertentu (Marsha Tambunan, *Sejarah Musik Dalam Ilustrasi*, Jakarta: Progres, 2004) hlm. 13).

Dengan melihat definisi musik menurut para ahli diatas, maka terlihat bahwa antara nyanyian (suara manusia) dan musik (suara alat musik atau instrumental) dianggap sebagai suatu hal yang sama sehingga dengan demikian hukumnya pun kurang lebih sama.

Dalam perbedaan pendapat tentang hukum musik ini, ulama yang memperbolehkan musik adalah contohnya seperti Ibnu Hazm (wafat 994) yang berpendapat bahwa Hadits pengharaman musik derajatnya *bathil* dan *maudhu'* juga ayat pengharaman dari Qur'an Surat Luqman ayat 6 pun dianggap tidak tepat (Adil Abd Al Mu'nim Abd Al Abbas, *Dirosah wa Tahqiq Kitab Kaffu Al Ro'a'an Muharramat Al Lahwi Wa Al Sima Hukum Al Islam Fi Al Ghina wa Al Musiqi wa Al Syathronji karangan Al Imam Ahmad Ibn Muhammad Ibn Hajar Al Haithami*) hlm. 9).

Selain Ibnu Hazm ada juga Imam Al Ghazali (wafat 1111) yang juga memperbolehkan musik melalui *qaul* nya yang mashhur :

“Barangsiapa yang tidak haru oleh musim semi dengan bunga-bunganya, atau gambus dengan senarnya, maka komposisi orang tersebut tidak sempurna, fitrahnya berpenyakit parah yang tiada obatnya” (M. Quraish Shihab, *Yang Tersembunyi*, Jakarta: Lentera Hati, 2006) hlm. 234).

Tak kalah dari kalangan ulama kontemporer juga ikut memperbolehkan musik, seperti Yusuf Qardhawi yang berpendapat bahwa para Sahabat sewaktu membangun masjid Nabawi dan membangun parit pada Perang *Khandaq* mereka bekerja sambil menyenandungkan syair-syair (Yusuf Qardhawi, *Nasyid versus Musik Jahiliyah*, Bandung: Mujahid, 2001) hlm. 92).

Dan dari kalangan ulama tanah air ada M. Quraish Shihab yang beralasan bahwa ketika Rasulullah *b* memasuki Yatsrib (Madinah) disambut oleh nyanyian dan Beliau *b* mendiamkannya, juga pada saat perkawinan Beliau *b* (M. Quraish Shihab, *Fatwa-Fatwa Seputar Wawasan Agama*, Bandung: Mizan, 1999) hlm. 8).

Berbeda dengan kalangan ulama yang mengharamkan, pada umumnya berdasarkan kepada Firman Allahk:

وَمِنَ النَّاسِ مَن يَشْتَرِي لَهْوَ الْحَدِيثِ لِيُضِلَّ عَن سَبِيلِ اللَّهِ بِغَيْرِ عِلْمٍ وَيَتَّخِذَهَا هُزُوًا ۗ أُولَٰئِكَ لَهُمْ عَذَابٌ مُّهِينٌ

“Dan diantara manusia (ada) orang yang mempergunakan perkataan yang tidak berguna untuk menyesatkan (manusia) dari jalan Allah tanpa pengetahuan dan menjadikan Allah itu olok-olokan. Mereka itu akan memperoleh azab yang menghinakan” (QS. Lukman : 6).

Dengan penafsiran dari kata ‘Lahwal Hadits’ dari ayat diatas :

1. “Ayat itu maksudnya adalah nyanyian, demi Allah yang tiada sesembahan kecuali Dia” (Ibn Mas’udz).
2. “Sesungguhnya yang melakukannya dikalangan kita hanyalah orang fasik. Bila ada yang membeli budak dan budak tersebut adalah penyanyi, maka budak tersebut boleh dikembalikan karena cacat. Ini adalah pendapat ulama Madinah kecuali Ibrahim Ibn Sa’d” (Imam Malik). (Muslim Atsari, *Adakah Musik Islami? Solo: At Tibyan, 2003*) hlm. 64).

Mereka yang mengharamkan juga berfatwa dengan merujuk kepada Hadits-Hadits seperti:

1. Dari Abu Amir:

لَيَكُونَنَّ مِنْ أُمَّتِي أَقْوَامٌ يَسْتَحِلُّونَ الْحِرَّ وَالْحَرِيرَ وَالْحَمْرَ وَالْمَعَارِفَ

“Sungguh benar-benar akan ada di kalangan umatku sekelompok orang yang menghalalkan zina, sutera (bagi laki-laki), khamr dan alat musik” (HR. Bukhari 10/5590)

2. Dari Nafi’z bekas budak Ibnu Umarz :

عُمَرَ سَمِعَ ابْنَ عُمَرَ صَوْتَ زَمَّارَةٍ رَاعٍ فَوَضَعَ إصْبَعَيْهِ فِي أُذُنَيْهِ وَعَدَلَ رَاحِلَتَهُ عَنِ الطَّرِيقِ وَهُوَ يَقُولُ يَا نَافِعُ أَتَسْمَعُ فَأَقُولُ نَعَمْ. قَالَ فَيَمْضِي حَتَّى

قُلْتُ لَا. قَالَ فَوَضَعَ يَدَيْهِ وَأَعَادَ الرَّاحِلَةَ إِلَى الطَّرِيقِ وَقَالَ رَأَيْتُ رَسُولَ اللَّهِ

صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَسَمِعَ صَوْتَ زَمْرَةٍ رَاعٍ فَصَنَعَ مِثْلَ هَذَا

“Ibnu Umar pernah mendengar suara seruling dari seorang gembala, lalu ia menyumbat kedua telinganya dengan kedua jarinya. Kemudian ia pindah ke jalan yang lain. Lalu Ibnu Umar berkata, “Wahai Nafi’, apakah kamu masih mendengar suara tadi?” Aku (Nafi’) berkata, “Ya, aku masih mendengarnya’. Kemudian Ibnu Umar terus berjalan lalu aku berkata “Aku sudah tidak mendengarnya lagi”. Barulah setelah itu Ibnu Umar melepaskan tangannya dari telinganya dan kembali ke jalan itu lalu berkata, “Beginilah aku melihat Rasulullah b ketika mendengar suara seruling dari seroang penggembala. Beliau melakukannya seperti tadi” (HR. Abu Daud: 4924).

Berdasarkan hadits-hadits tersebut pula ketiga Imam Madhhab selain Imam Malik yang *qaul* pengharamannya sudah disebutkan diatas, seperti Imam Hanafi, Imam Ahmad Bin Hanbal dan Imam Asy Syafi’i juga tidak memperbolehkan nyanyian (Ali Hasan Ali Abdul Hamid, *Al Muntaqan Nafis Min Talbis Iblis*, Dar Ibnul Jauzy) hlm. 300).

#### D. KESIMPULAN

*Branding* merupakan unsur penting dalam menjalankan suatu usaha. Namun di dalam unsur-unsur *Branding* itu sendiri ada beberapa hal yang menjadi ikhtilaf di kalangan ulama mengenai hukumnya, seperti hukum gambar makhluk hidup, foto dan suara wanita dan juga hukum nyanyian serta musik. Kita sebagai ummat Muslim harus dan wajib memperhatikan hukum dalam muamalah. Sesuai dengan kaidah “Hukum asal muamalah itu halal sampai ada dalil yang mengharamkannya”. Saran peneliti mengenai hal ini adalah agar kita selalu menjadikan Al Qur’an dan As Sunnah sebagai dalam bermuamalah agar selain keuntungan yang akan didapat tapi juga keberkahan, juga demi prinsip kehati-hatian sebaiknya tinggalkan sesuatu yang masih terjadi ikhtilaf kuat di dalamnya. *Wallahu’alam.*

#### REFERENSI

- A Djazuli, 2006, *Kaidah-Kaidah Fikih*, Kencana Prenada Media Grup : Jakarta  
Abdul Aziz Muhammad Azzam, 2017, *Fiqh Muamalat*, Amzah : Jakarta  
Adib Falahudin, Tafsir Surah As Saff, *Celaan Bagi Orang Yang Perkataannya Tidak Sesuai Tindakannya*, 10 Agustus 2021, <https://bit.ly/3czBJg9>

- Aditya Halim Perdana Kusuma dkk, 2020, *Brand Management : Esensi, Posisi dan Strategi*, Yayasan Kita Menulis, Medan
- Al Hafiz Kurniawan, *Pandangan Ulama Mengenai Hukum Suara Perempuan*, 21 Januari 2021, <https://bit.ly/30ZAnJd>
- Ali Hasan Ali Abdul Hamid, *Al Muntaqan Nafis Min Talbis Iblis*, Dar Ibnul Jauzy
- Amin Bin Abdullah Asy Syaqaawi, 2010, *Gadhul Bashar*, Islam House : Jakarta
- Anang Firmansyah, 2019, *Pemasaran Produk dan Merek*, CV. Penerbit Qiara Media : Surabaya
- P Banoe, 2003, *Kamus Musik*, Kanisius : Yogyakarta
- Depag RI, 2011, *Al Hidayah : Al Qur'an Tafsir Pertama*, Kalim : Banten
- Halid Al Namadi, 2010, *Risalah Buat Wanita Muslimah*, Pustaka Mantiq : Jakarta
- Himpunan Putusan Tarjih Muhammadiyah* cetakan III, hlm.281
- Ibnul Qayyim Al Jauziyah, 2007, *Fiqh Bayi*, Dar Al Fikr : Jakarta
- Ibnul Qayyim Al Jauziyah, 2007, *Kado Menyambut Si Buah Hati*, Pustaka Al Kautsar : Jakarta
- Lajnah Daimah Lil Buhuts Al Ilmiah Wal Ifta, *Gambar Atau Foto Untuk Suatu Yang Penting*, <https://bit.ly/3CnmPnz>
- M. Quraish Shihab, 1999, *Fatwa-Fatwa Seputar Wawasan Agama*, Mizan : Bandung
- M. Quraish Shihab, 2006, *Yang Tersembunyi*, Lentera Hati : Jakarta
- Marikxon Manurung, *Apa Itu Branding*, , <https://bit.ly/2YYeJUQ>
- Marsha Tambunan, 2004, *Sejarah Musik Dalam Ilustrasi*, Progres : Jakarta
- Marty Neuemeier, 2004, *The Brand Gap*, New Riders Publishing, New York
- Muhammad Abduh Tuasikal, *Hukum Mengambil Foto Dengan Kamera*, 23 Desember 2011 <https://bit.ly/3nmlo4x>
- Muhammad Abdul Jabbar Beg, 1998, *Seni Di Dalam Peradaban Islam*, Pustaka : Bandung
- Muslim Atsari, 2003, *Adakah Musik Islami?*, At Tibyan : Solo
- Nooryan Bahari, 2010, *Kritik Seni : Wacana, Apresiasi dan Kreasi*, Pustaka Pelajar : Yogyakarta
- Philip Kotler, 2009, *Manajmemen Pemasaran Jilid 1, Edisi ke 13 Terjemahan Bob Sabran*, Erlangga, Jakarta
- QuranHadits.com, *HR. Bukhari: 5497*, <https://bit.ly/30uK2aD>
- Suara Muhammadiyah, *Hukum Membuat Patung Dan Melukis*, 12 April 2021. <https://bit.ly/3DnU6QF>
- Tafsirweb, *Surat An Nur Ayat 31*, 17 Januari 2022, <https://tafsirweb.com/6159-surat-an-nur-ayat-31.html>
- Tom Duncan, 2005, *Principles of Advertising and IMC 2<sup>nd</sup> Ed*, The McGraw-Hill Companies, New York
- Yazid Bin Abdul Qadir Jawas, *Berkata Benar (Jujur) Dan Jangan Dusta (Bohong)*, Tahun 2012, <https://bit.ly/3qKj1dR>
- Yulian Purnama, *Kupas Tuntas Hukum Gambar Mahluk Bernyawa*, 03 Desember 2020, <https://bit.ly/3oDQ6VY>
- Yusuf Qardhawi, 2000, *Halal dan Haram Dalam Islam*, Bina Ilmu : Surabaya
- Yusuf Qardhawi, 2001, *Nasyid versus Musik Jahiliyah*, Mujahid : Bandung