

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Semakin kita lebih memperhatikan Al-Qur'an dan As-Sunnah, maka semakin baik kita mengetahui, bahwa sebenarnya dakwah mempunyai kedudukan yang utama, yaitu sentral, strategis, dan menentukan. Keindahan dan kesesuaian Islam menggunakan perkembangan zaman, baik dalam sejarah maupun prakteknya, sangat dipengaruhi aktivitas dakwah yang dilakukan umatnya. Dakwah adalah salah satu yang terpenting dalam Islam. Tidak heran Islam disebut sebagai agama dakwah, melalui dakwah inilah Islam telah berkembang dan menyebar ke dunia. Ajaran Islam juga dipraktikkan oleh para pengikutnya sehingga tercermin dalam kehidupan pribadi, keluarga. Selain itu, keberhasilan dakwah tergantung pada kemampuan da'i (juru dakwah) dalam mengenali sasaran (objek) dakwah beserta media dan seluruh komponen dakwah lainnya.¹

Islam merupakan agama dakwah yang mana dimaksud bahwa sebuah agama yang selalu mendorong manusia untuk selalu aktif dalam melakukan kegiatan dakwah. Keberhasilan umat Islam sangat erat dan sangat erat dengan proses kegiatan dakwah yang dilakukan. Oleh karena itu, Al-Qu'ran mengatakkn bahwa kegiatan dakwah disebut dengan *Absanu Qaula*. Dakwah berada pada posisi yang sangat mulia dalam memajukan agama Islam. Berbagai jenis informasi tersedia,

¹Tajudin Nur, *Komunikasi Dakwah* (Penyuluh Agama Islam: Kemenag Way Kanan). H.

terutama di era globalisasi sekarang ini, meskipun aktivitas dakwah telah menurun karena berbagai kendala. Umat Islam harusnya bisa lebih menyeleksi dan menyaring informasi yang bertentangan dan tidak sesuai dengan ajaran Islam.²

Kegiatan dakwah sudah diketahui secara umum, sehingga perkembangannya tidak bisa disangkal lagi. Kegiatan dakwah tidak hanya memanfaatkan media mimbar yang mana dilaksanakan dari mesjid ke mesjid tetapi dengan seiring dari perkembangan teknologi dan media Massa. Aktifitas dakwah ikut mulai terbawa oleh perkembangan teknologi.

Ketika diberitaan, seperti banyak konten dakwah yang cenderung menghadirkan ujaran jebeciaan, permasalahan terlihat dalam perkembangan dakwah saat mellalui berbagai jenis media, ada juga kasus yang ditemukan dalam berdakwah yaitu saling menyalahkan jamaah lain yang tidak sepaham dengan yang menyampaikan dakwah tersebut. Bahkan ada juga aktifitas dakwah yang dijadikan sebagai kendaraan dalam berpolitik. Maka itu adalah sebagian kasus yang pernah ditemui dalam aktifitas dakwah yang ada di media massa, maka seharusnya kegiatan dakwah lebih memahami kembali apa itu dakwah dan kode etik dakwah.³

Karena itu sangat diperlukan etika dalam berdakwah, sehingga tidak menimbulkan salah satu konflik dan juga perselisihan. Etika merupakan suatu norma yang dipakai sebagai acuan dalam berperilaku di masyarakat bagi seseorang terkait dengan sifat buruk maupun baik. Etika juga berhubungan dengan benar atau

² Munzier Suparta, Harjani Hefni. *Metode Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009) H.4.

³ Al-Munir, *Etika Dakwah di tinjau dari Perspektif Psikologi Komunikasi* .Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam Vol 10, No. 2, 2019, H. 67.

salah. Etika merupakan suatu jiwa atau bahkan semangat yang menyertai atas suatu tindakan. Oleh karena itu etika dilakukan oleh seseorang untuk perlakuan yang baik agar tidak menimbulkan kesalahan dan orang lain bisa menggap bahwa tindakan itu memang memenuhi dengan ketentuan etika. Etika juga merupakan akhlak yang yang membentuk suatu karakter seseorang. Etika dalam berdakwah apabila dilakukan dengan cara yang benar dan sungguh-sungguh akan berdampak pada *da'i* atau *mad'u*, karena *mad'u* akan mendapat sebuah simpati dan juga respon dari masyarakat karena menggunakann etika yang bisa menggambarkan keadaan agama Islam yang harmonis dan juga cinta damai. Etika itu sebenarnya kurang begitu terlihat oleh sebagian orang tapi sangat penting perannya dalam malakukan aktivitas dakwah.

Seperti yang kita ketahui bahwa etika sangat tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia dalam bermasyarakat, maupun besosialisasi. Manusia diharapkan agar bisa bergaul dan saling menghormati dan menghargai satu sama lain karena pada dasarnya manusia adalah makhluk sosial yang tidak terlepas dari yang namanya bermasyarakat dan berkomunikasi dengan orang sekitar.

Komunikasi mempunyai peran penting bagi kehidupan manusia, dari kegiatan keseharian manusia dilakukan dengan berkomunikasi dimanapun dan kapanpun dan dalam situasi apapun manusia akan terjebak dengan komunikasi. Komunikasi bisa diartikan yaitu sebagai proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan media tertentu yang berguna untuk

membuat pemahaman yang sama antara mereka, informasi yang disampaikan dapat memberikan efek tertentu kepada komunikan.⁴

Media komunikasi merupakan suatu sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Media yang merupakan suatu dominan dalam berkomunikasi adalah pancaindera yang mana seperti telinga dan mata. Sedangkan media komunikasi dakwah adalah segala yang menunjang tersampainya pesan dakwah dari da'i sebagai komunikator kepada mad'u sebagai komunikan. Tersampainya pesan dakwah bisa melalui media apa saja. Contohnya seperti media sosial.

Perkembangan media komunikasi telah memungkinkan orang diseluruh dunia untuk saling berkomunikasi hal itu memungkinkan karena sudah ada berbagai media yang digunakan untuk sarana penyampaian pesan. Media sosial itu merupakan sebuah media online, dimana para penggunanya bisa dengan mudah bergabung, berbagi dan menciptakan konten dan menyampaikan pesannya melalaui berbagai aplikasi yaitu, seperti Facebook, blog, path, WhatsApp Messenger, Instagram maupun TikTok.

Salah satu media sosial yang sedang ramai di gunakan oleh hampir kebanyakan orang saat ini adalah TikTok. TikTok merupakan salah satu media sosial yang sangat populer di gunakan oleh berbagai masyarakat yang ada di Indonesia, bukan hanya dari kalangan remaja dan anak-anak bahkan orang tua seperti ibu-ibu dan bapak-bapak juga menggunakan media sosial tersebut, karena

⁴ Deddy mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), H.46

hanya dengan mengunduh dan membuat akun sudah bisa menonton berbagai macam video yang ada di akun TikTok.

Akun TikTok adalah sebuah tempat yang digunakan oleh seseorang melalui nomor telpon yang terhubung pada TikTok untuk menonton dan menshare video dan membuat video yang berdurasi 15 detik sampai 3 menit di aplikasi Tik Tok, dan bisa diberi tanda suka (love) dan dikomentari oleh orang yang ingin berkomentari terhadap video tersebut.

Maka dari fungsi itulah yang menarik salah satu ustazd untuk menyampaikan pesan dakwahnya melalui akun TikTok yang dia miliki yang bernama *@bangudjae* yang mana dia memiliki 2 akun yang satunya udah hilang karena dia mengupload sebuah video yang sepertinya terlalu keras dan tidak layak untuk di upload dan tiba-tiba hilang akun tersebut dan akhirnya beliau bikin aku kedua yang bernama *@bangudjae_az*. Akun pertama yang mana pada akun tersebut yang diketahui dari upload videonya yang pertama dari tanggal 28 Mei 2020 dan sampai saat ini sudah memiliki banyak video di akun tersebut. Akun itu juga sudah memiliki 105,2k pengikut dan 2,1M suka dari para penonton video Ustadz tersebut. Video di akun TikTok paling panjang yaitu 3 menit, sedangkan akun yang kedua memiliki 13,1k pengikut dan 160.5k suka dari penonton.

Bangudjae atau nama lengkapnya adalah abdurrohman Djaelani beliau adalah seorang Ustadz yang mana aktif dalam menyiarkan dakwah dalam kehidupannya baik itu dakwah secara langsung atau dakwah dengan media sosial. Beliau sering membagikan video dakwahnya di Youtube, Instagram maupun Tik

tok. Bangudjae mempunyai ciri khas sendiri dalam menyampaikan pesan dakwahnya. Yang mana dia berdakwah cukup keras dan dengan bahasa yang terbuka atau secara terus terang, beliau juga suka membalas komentar dengan video yang dia jelaskan lebih detail tentang orang-orang yang suka berkomentar di video TikTok yang beliau buat baik itu komentar negatif maupun komentar tentang pertanyaan.

Yang paling penting akun tersebut bertujuan untuk menyampaikan pesan dakwah yang sekiranya bisa dilihat oleh banyak orang dan yang tentunya untuk para pengguna aplikasi TikTok yang mana dakwahnya harus sesuai dengan etika dakwah yang sudah ada dan sudah di ajarkan dan disampaikan para ulama yang dilandaskan pada Al-Qur'an.

Maka berdasarkan latar belakang diatas penting kiranya untuk melakukan penelitian yang mendalam terhadap materi yang disampaikan bangudjae yang bertujuan untuk menghadirkan konten yang bisa bermanfaat untuk penontonnya. Maka dari itu konten TikTok tersebut bermuatan pesan dakwah yang pasti beretika, dan yang pasti memanfaatkan TikTok sebagai media penyebarannya. Maka dari itu dapat diambil judul penelitaan: **“Etika Komunikasi Dakwah Bangudae dalam Media Sosial TikTok”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka ditemukan sebuah masalah dalam penelitian ini yaitu: Bagaimana etika komunikasi dakwah yang diterapkan oleh akun @bangudjae dalam media sosial Tik Tok.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisa dan menggambarkan dengan jelas Etika Komunikasi Dakwah yang diterapkan dalam akun @bangudjae dalam Media Sosial TikTok.

D. Signifikasi Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi pengetahuan dalam bidang keilmuan dakwah dan ilmu komunikasi
- b. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman ilmiah secara berbeda bahwa pesan dakwah bisa disampaikan dimana saja

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Agar bisa menambah pengetahuan dan wawasan tentang bagaimana teori yang diterapkan pada etika komunikasi dakwah bagi kehidupan sehari-hari agar bisa dijadikan bekal dalam menghadapi dunia kerja.

b. Bagi Penggait Dakwah

Diharapkan penelitian ini yang mengambil tema “Etika Komunikasi Dakwah” dapat mendorong para konten kreator dan ustadz-ustadzah agar bisa menyampaikan pesan dakwah yang bisa dijangkau

oleh masyarakat terutama pengguna aplikasi Tik Tok yang sesuai dengan etika komunikasi dakwah yang sesuai dengan nilai-nilai keislaman.

E. Definisi Operasional

Ada beberapa istilah yang perlu dijelaskan terkait judul penelitian ini, yaitu

1. Etika Komunikasi Dakwah

Etika merupakan sistem nilai atau norma-norma moral yang menjadi sebuah pedoman bagi seseorang atau kelompok untuk bersikap atau bertindak terhadap seseorang.⁵ Selain itu, etika juga diartikan sebagai ilmu tentang yang baik dan yang buruk yang diterima dalam suatu masyarakat, menjadi bahan refleksi yang diteliti secara sistematis dan metodis.⁶

Komunikasi dakwah hampir sama dengan komunikasi pada umumnya, tetapi yang membedakan antara keduanya hanya pada cara dan tujuan yang dicapai. Tujuan komunikasi pada umumnya yaitu mengharapkan partisipasi dari komunikan atau pesan yang disampaikan tersebut terjadilah perubahan sikap dan tingkah laku yang diharapkan, sedangkan tujuan komunikasi dakwah yaitu mengharapkan terjadinya perubahan atau pembentukan sikap atau

⁵ Yusrin Ahmad Tosepu, *Arah Perkembangan Pendidikan Tinggi Indonesia* (Surabaya: CV. Jakad Publishing, 2018), H. 77

⁶ Sri Hudiarini, *Pernyataan Etika Bagi Masyarakat Akademik di Kalangan Dunia Pendidikan Tinggi*, Jurnal Moral Kemasyarakatan Vol.2, No.1, 2017, H 3

tingkah laku sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan Hadits sebagai sumber ajaran Islam.⁷

Etika komunikasi dakwah, Ketika etika dikaitkan dengan komunikasi, maka etika itu menjadi dasar pijakan dalam berkomunikasi antar individu atau kelompok. Etika memberikan sebuah landasan sebuah moral dalam membangun tata susila untuk semua sikap dan perilaku individu maupun sebuah kelompok dalam komunikasi. Dengan itu tanpa etika komunikasi itu dinilai tidak etis. Dapat disimpulkan bahwa etika komunikasi adalah tata cara berkomunikasi yang sesuai dengan standar nilai moral atau akhlak dalam menilai benar atau salah perilaku individu atau kelompok.⁸

Etika komunikasi dakwah merupakan pesan dakwah yang disampaikan dan dibangun berdasarkan petunjuk Alquran, Islam mengajarkan bahwa komunikasi itu harus dilakukan secara beradab, penuh dengan rasa hormat, penghargaan terhadap orang yang diajak berbicara. Ketika berbicara dengan orang lain, maka dalam agama Islam, memberikan suatu landasan yang jelas tentang tata cara berbicara. Tata cara berbicara kepada orang lain itu misalnya harus membicarakan hal-hal yang baik, menghindari kebatilan, perdebatan, pembicaraan dan permasalahan yang begitu rumit, menyesuaikan diri dengan

⁷ Ahmad Atabik, *Konsep Komunikasi Dakwah Persuasif Dalam Perspektif Al-Qur'an*, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol 2, No 2, 2014. H. 118.

⁸ Anita Ariani, *Etika Komunikasi Dakwah Menurut Perspektif Al-Qur'an*, Jurnal Ilmu Dakwah, Vol. 11, No 21, 2012. H 8-9.

lawan bicara, jangan memuji diri sendiri, dan jangan pernah memuji orang lain dalam keadaan berbohong.

Dalam penelitian ini menggunakan 6 prinsip etika komunikasi dakwah menurut yang diambil berdasarkan prinsip komunikasi dalam al-Qur'an yaitu: *Qaulan sadida, Qaulan baligha, Qaulan layyina, Qaulan maysura, Qaulan karima, Qaulan ma'rufa*. Prinsip-prinsip tersebut adalah etika komunikasi yang digunakan oleh bangudjae dalam menyampaikan pesan dakwahnya melalui media sosial TikTok.

2. Media Sosial

Media sosial merupakan sebuah sarana yang merupakan medium berbasis teknologi internet (*media online*) yang memungkinkan untuk dapat berinteraksi sosial, berkomunikasi maupun bekerjasama dengan orang lain. Selain itu penggunaanya juga lebih mudah berpartisipasi di dalamnya, berbagi dan memberikan sebuah pesan. Maka dalam hal itu ada beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini. Seperti Facebook, WhatsApp, Youtube, Instagram, Path, dan Tik Tok. Media sosial juga dijelaskan sebagai platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai suatu ikatan sosial⁹

⁹ Ike Atikah Ratnamulyani, Beddy Iriawan Maksudi, *Peran Media Sosial dalam Peningkatan Pemilih Pemula di Kalangan Pelajar di Kabupaten Bogor*, Jurnal Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora, Vol 20, No. 2, 2018, H.156.

3. TikTok

TikTok adalah salah satu media sosial yang berupa *audio visual*, media ini media sosial yang dapat dilihat dan juga di dengar. Banyak dari kalangan anak- anak dibawah umur, remaja, orang dewasa dan bahkan nenek-nenek juga menggunakan aplikasi tik tok. Apalagi di tahun 2022 ini hampir setiap anak remaja mempunyai tik tok karena pada dasarnya mereka yang sudah tidak ada kegiatan lagi dan karena pandemi jadi mereka menggunakan media sosial dengan semau mereka.

Akun TikTok yang dimaksud adalah yaitu akun TikTok @bangudjae, akun ini membahas tentang pesan dakwah, komentar-komentar tentang apa saja berita tentang dakwah yang lagi viral dan banyak dibahas. Banyak sekali video-video yang membahas tentang pesan-pesan dakwah. Akan tetapi dalam konten tersebut hanya mengambil 8 video sebagai objek dalam penelitian, yang durasinya kurang lebih 60 detik- 3 menit.

F. Penelitian Terdahulu

Tinjauan pustaka juga dapat membantu peneliti untuk menentukan cara pengolahan dan analisis data yang sesuai digunakan, yaitu berdasarkan perbandingan terhadap apa yang telah dilakukan para peneliti sebelumnya. Adapun penelitian terdahulu yang sudah pernah dilakukan diantaranya:

1. Etika Komunikasi Dakwah Ustadz Hanan Attaki, Lc di Channel Youtube. Oleh Jehan Anisya Nurhuda. Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Tahun 2017 Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas

Islam Negri Antasari Banjarmasin. Kesimpulan pada penelitian ini yaitu lebih dominan kepada Qaulan Layyina.

2. Etika Komunikasi Mahasiswa Terhadap Dosen di Media Sosial. Oleh Arma Daily Palogan. Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Tahun 2016 Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negri Raden Intan Lampung. Sedangkan kesimpulan pada penelitian bagaimana etika komunikasi yang dilakukan oleh mahasiswa dalam urusan perkuliahan terhadap dosen yang mengajar dalam menggunakan media sosial.
3. Komunikasi Dakwah dalam Pembentukan Santri yang Berkarakter pada Pondok Pesantren Darul Ulum Seputih Banyak Lampung Tengah. Oleh Ahmad Imam Syafi'i. Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Tahun 2018 Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negri Raden Intan Lampung. Kesimpulan pada penelitian ini yaitu komunikasi dakwah mampu membentuk karakter santri pada Pondok Pesantren Darul Ulum yang disiplin, jujur, mandiri, dan bertanggung jawab.

G. Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan penelitian ini, penulis akan menguraikan kedalam beberapa bab sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, defenisi operasional, penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan.

- BAB II** KEJIAN TEORI yang berisi pengertian etika, komunikasi, dakwah, media sosial dan tiktok.
- BAB III** METODE PENELITIAN dalam bab ini berisi pendekatan dan jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan analisis data.
- BAB IV** PENELITIAN DAN PEMBAHASAN bab ini yang meliputi analisis etika komunikasi dakwah dalam video tiktok bangudjae.
- BAB V** PENUTUP dalam bab ini merupakan sebuah kesimpulan dan juga saran.