

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seringkali dakwah diartikan dengan pengertian yang sempit seperti hanya berlaku pada guru-guru, ulama, dan figur-figur Islam saja, tetapi dakwah sebenarnya memiliki pengertian yang luas yang bisa dilakukan oleh siapapun dan kapanpun dengan syarat utama ia adalah seorang muslim. Dakwah merupakan kegiatan yang menyeru, mengajak serta memberi motivasi kepada manusia lain untuk melakukan kebaikan di jalan Allah Swt.,

Pada proses penyampaian dakwah sangat penting adanya etika komunikasi di dalamnya dikaitkan dengan watak atau kesusilaan yang mana menentukan benar atau tidaknya cara penyampaian pesan pada orang lain yang dapat mengubah sikap, pendapat atau perilaku baik secara langsung atau tidak langsung. Etika komunikasi dakwah Najwa Shihab berkaitan erat dengan proses kegiatan komunikasi. Seorang jurnalis harus mempunyai etika dalam menyajikan ide, gagasan, dan pesan kepada khalayak demi menunjang keberhasilan tersalurnya ide dan gagasan tersebut. Seorang pembicara public diwajibkan memiliki etika di dalam dirinya dalam hal menyajikan ide, wawancara, maupun dalam hal menyanggah narasumber.

Etika komunikasi berperan sebagai bagian penting proses berkomunikasi pada lawan bicara agar tidak terjadi suatu prasangka buruk yang dapat mengakibatkan dampak negatif terhadap narasumber yang bersangkutan. Penataan

tersampainya materi dakwah yang didasari etika komunikasi yang bagus tentu memiliki teknik presenting yang bagus pula, berbicara di depan umum (*public speaking*) merupakan proses berbicara kepada sekelompok orang dengan cara terstruktur yang disengaja dan dimaksudkan untuk menginformasikan, memengaruhi, atau menghibur audiens. Berbicara di depan umum bukanlah tugas yang mudah, perlu keterampilan berbahasa yang baik dan benar sesuai dengan kaidah bahasa yang dipergunakannya. Berbicara mempunyai definisi mengucapkan kata-kata atau kalimat kepada seseorang atau sekelompok orang tertentu. Ketidakbiasaan, ketakutan, dan kegelisahan menjadi masalah besar, terutama bagi pemula yang belum berpengalaman dalam berbicara di depan umum (*public speaking*). *Public Speaker* adalah Pembicara publik atau orang yang berbicara dihadapan publik.¹

Maka dari itulah Teknik presentasi merupakan hal yang penting untuk dikuasai oleh komunikator yang menyampaikan pesan kepada komunikan agar terciptanya proses penyampaian pesan yang efektif.

Najwa Shihab lahir di Makassar, Sulawesi Selatan pada 16 September 1977 yang lahir dari seorang ayah yang bernama Quraish Shihab dan Ibu yang bernama Fatmawaty Assegaf.² Najwa Shihab pernah menjadi *anchor* dalam program berita prime time Metro Hari Ini, Suara Anda, hingga program bincang-bincang Mata Najwa. Nama Najwa Shihab terkenal sebagai presenter handal

¹ Fajar Pahrudin, *Pengantar Ilmu Public Speaking* (Yogyakarta: ANDI, 2020), 1.

² Wida Kurniasih, Biografi Najwa Shihab: Perjalanan Karir Sampai Jadi Presenter Sukses, https://www.gramedia.com/best-seller/biografi-najwa-shihab/#Biografi_Najwa_Shihab (Diakses Rabu, 9 Maret 2022 pukul 10.34 wita).

yang kerap melontarkan pertanyaan kritis. Sosok Najwa Shihab selalu lekat dengan citra wanita yang powerfull, independent, serta berintegritas tinggi.³

Acara *talk show* bertemakan diskusi politik sangat digemari masyarakat dan juga sangat bermanfaat bagi generasi millennial. *Talk show* bertajuk politik berperan sebagai ruang yang memungkinkan penonton membentuk pandangan politik. Dengan menyimak beragam pendapat yang muncul dalam acara *talk show* penonton menjadi mawas dengan berbagai kebijakan yang dibuat pemerintah sekaligus mengetahui sosok yang bekerja di baliknya. Dengan hadirnya acara *talk show* pada program pertelevisian membuat jurnalisme televisi berkembang menjadi sarana pengawas para politikus dan pejabat publik. Wawancara dalam *talk show* menjadi ajang para presenter meminta pertanggungjawaban tokoh-tokoh publik.

Salah satu acara *talk show* unggulan pada siaran televisi Trans7 adalah Mata Najwa. Acara Mata Najwa merupakan program acara televisi yang mengundang bintang tamu dari kalangan tokoh-tokoh yang berpengaruh pada negara dan yang sedang hangat dibicarakan, termasuk tokoh politik tanah air. Acara Mata Najwa selalu menghadirkan isu-isu terhangat yang sedang terjadi dalam kurun waktu tertentu dan lebih memfokuskan pada isu politik. Dengan teknik presenting Najwa Shihab yang menarik, mampu membangkitkan emosi, maka suatu hal yang wajar jika acara *talk show* Mata Najwa menjadi acara *talk show* unggulan pada siaran

³ Rifan Aditya, Profil Najwa Shihab Pembawa Acara berita Handal, <https://www.suara.com/news/2020/09/29/115412/profil-najwa-shihab-pembawa-acara-berita-handal> (Diakses Rabu, 9 Maret 2022 pukul 10.38 wita).

televisi Indonesia. Acara Mata Najwa tayang setiap hari rabu pukul 20.00 sampai 21.30 WIB di *channel* Trans7.

Acara Mata Najwa merupakan acara yang berusaha menegakkan kebenaran dan keadilan, menyuarakan suara rakyat agar di dengar pejabat negara, dan meminta pertanggungjawaban atas apa yang telah dilakukan pejabat negara terhadap rakyat Indonesia. Di dalam usaha tersebut mengandung unsur dakwah yang sangat relevan yaitu berlaku adil dan mempertanggungjawabkan atas apa yang dipimpinnya (pejabat negara) terhadap rakyat Indonesia.

Bentuk etika komunikasi dapat diwujudkan sebagai keabsahan dalam bersikap, berpikir, bertindak, berbicara dan sebagainya dalam aktivitas sehari-hari. Di dalam Alquran sendiri menurut Wahyu Ilahi terdapat 8 bentuk etika komunikasi dakwah yaitu qawlan sadida (perkataan yang benar), qawlan karima (perkataan yang mulia), qawlan ma'rufa (perkataan yang baik), qawlan baligha (perkataan yang menyentuh hati), qawlan layyina (perkataan yang lemah lembut), qawlan maysura (perkataan yang menggembirakan), qawlan tsaqila (perkataan yang berat), dan qawlan adzima (perkataan yang punya makna yang besar).

Hal ini penting untuk diteliti agar kita dapat mengetahui etika yang baik dan benar menurut Islam dalam menyampaikan pendapat, hak suara, ide, maupun gagasan untuk meminta pertanggungjawaban dari pihak yang bersangkutan, yakni tokoh politik tanah air Indonesia. Peneliti akan mengaitkan etika komunikasi dakwah yang seperti apa yang dimiliki Najwa Shihab pada acara Mata Najwa di episode Cipta Kerja Mana Fakta Mana Dusta.

Peneliti menjadikan tema ini sebagai penelitian dikarenakan Najwa Shihab memiliki teknik presenting yang bagus untuk dijadikan panutan para jurnalis dalam memandu sebuah acara. Peneliti tertarik untuk menganalisa etika komunikasi dakwah yang ada di dalam diri Najwa Shihab sebagai presenter *talk show* Mata Najwa. Alasan mengambil tokoh Najwa Shihab adalah dia menarik banyak perhatian publik, disamping dia seorang presenter dia juga anak ulama tokoh yang berpengaruh dalam ilmu pengetahuan Islam yang ada di Indonesia. Najwa Shihab menarik perhatian publik bukan hanya dari masyarakat golongan umum, tapi khususnya untuk anak-anak millennial jadi anak-anak millennial lebih melek atau terbuka tentang politik. Menurut peneliti, anak millennial itu perlu untuk tau tentang politik karena negara kita menganut sistem demokratis, yang mana kepemimpinan itu berada ditangan rakyat, kalau rakyatnya itu sendiri tidak paham dengan politik otomatis rakyat bisa dijadikan penguasa hanya sebagai boneka. Jadi, Najwa Shihab ini seolah-olah mengajak anak millennial ini untuk lebih mawas diri terhadap politik.

Episode Cipta Kerja Mana Fakta Mana Dusta pada acara Mata Najwa menampilkan 8 narasumber yaitu Aziz Syamsuddin (wakil ketua DPR), Ahmad Baidhowi (wakil ketua badan legislasi DPR), Benny K. Harman (Anggota Baleg Praksi Demokrat), Zainal Arifin Mochtar (Ahli Hukum Tata Negara UGM), Asfinawati (Direktur YLBHI), Mahfud MD (Menkopolhukam), Jhonny G. Plate (Menkominfo), dan Remi Hastian (Ketua BEM seluruh Indonesia). Isu yang diangkat dalam episode kali ini adalah mengenai naskah UU Cipta kerja yang berbeda dari naskah awal saat sidang Paripurna dengan naskah yang dikirimkan

kepada presiden, naskah awal saat sidang paripurna sebanyak 905 lembar, dan naskah yang dikirim ke presiden sebanyak 812 lembar saja. Dalam berkomunikasi, tentunya kita memerlukan yang namanya “etika”, untuk mendukung keberhasilan dan kenyamanan kita dalam menyampaikan pesan, ide, atau gagasan kepada narasumber.

Alasan peneliti memilih episode UU Cipta Kerja Mana Fakta Mana Dusta sebagai penelitian adalah karena maraknya demonstrasi yang dilakukan oleh masyarakat dan mahasiswa yang meminta pertanggungjawaban atas dasar dari dibuatnya naskah UU Cipta Kerja yang tidak sesuai di mata masyarakat dan mahasiswa di Indonesia. Oleh karena itu peneliti mengangkat episode ini untuk dijadikan analisis penelitian dalam pembuatan skripsi.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti akan mengupas tuntas tentang bagaimana etika komunikasi dakwah Najwa Shihab pada *Channel* Youtube Najwa Shihab (Acara Mata Najwa: Edisi UU Cipta Kerja Mana Fakta Mana Dusta) part 1 sampai part 7.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas maka fokus penelitian pada penelitian ini adalah “Bagaimana etika komunikasi Dakwah Najwa Shihab pada *Channel* Youtube Najwa Shihab (Acara Mata Najwa: Edisi UU Cipta Kerja Mana Fakta Mana Dusta)”?.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan diatas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang etika komunikasi dakwah Najwa Shihab pada *Channel* Youtube Najwa Shihab (Acara Mata Najwa: Edisi UU Cipta Kerja Mana Fakta Mana Dusta).

D. Signifikansi Penelitian

Masalah ini menarik untuk diteliti karena untuk menjadikan referensi kita sebagai presenter, host, jurnalis, dan semua pekerjaan yang berkaitan dengan berita pertelevisian serta pekerjaan yang berkaitan dengan bidang kehumasan. Mengetahui bagaimana Teknik presenting yang baik, bagaimana cara untuk menciptakan suasana yang membangkitkan emosi penonton, bagaimana menjadi jurnalis figur baik dan sesuai dengan apa yang diharapkan, dan untuk membuat penonton menyukai siaran televisi yang kita bawakan serta bagaimana caranya kita untuk memiliki etika komunikasi yang berpijak pada Al-qu'an dan hadist sebagai sarana dakwah. Najwa shihab merupakan *public figur* yang sedang *happening* saat ini dengan pembawaan acara yang fantastik, menarik, dan menakjubkan. Dari cara beliau berbicara dihadapan public sampai menyuarakan suara rakyat yang luar biasa.

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah untuk menjadikan sumber pengembangan karya ilmiah ilmu komunikasi khusus nya di bidang humas dan

jurnalistik televisi. Dan juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa lain yang mempunyai minat di bidang yang sama, yang mau ikut, atau mau terjun ke dalam profesi pertelevisian (Jurnalis, reporter, presenter, host, *public relation* /kehumasan).

2. Manfaat Praktis

Hendaknya penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam memilih etika komunikasi dakwah, memberikan pengetahuan tentang dakwah dalam artian yang luas yang dapat menjadikan kita sebagai Jurnalis/Presenter yang beretika dan menjalankan tugas sesuai syariat Islam

E. Definisi Operasional/Istilah

Definisi formal atau konseptual menjelaskan konsep dengan kata-kata atau istilah lain atau sinonimnya yang dianggap sudah dipahami oleh pembaca. Definisi seperti ini tampak seperti definisi yang tercantum dalam kamus, sehingga ada orang yang menyebutnya dengan definisi kamus.⁴

1. Analisis

Dalam linguistik, analisis atau *analysis* (analisa) adalah studi tentang bahasa untuk memeriksa secara mendalam struktur bahasa. Sedangkan menurut Wiradi "Analisis merupakan sebuah aktivitas yang memuat kegiatan memilah, mengurai,

⁴ Tato Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), 43.

membedakan sesuatu untuk digolongkan dan dikelompokkan menurut kriteria tertentu lalu dicari ditaksir makna dan kaitannya".⁵ Jadi, Analisis yang dimaksud peneliti adalah kegiatan menyeleksi, menyingkap sesuatu yang ada di dalamnya, membedakan serta menjelaskan makna setiap kata.

2. Etika

Etika secara Bahasa berasal dari Bahasa Yunani '*ethos*' yang artinya dalam bentuk tunggal; tempat tinggal yang biasa dan artinya dalam bentuk jamak; adalah kebiasaan, adat, akhlak. Etika dibedakan dalam tiga pengertian pokok yaitu ilmu tentang apa yang baik dan kewajiban moral, kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak dan nilai mengenai benar dan salah. Dalam ilmu filsafat, etika adalah kajian tentang hakikat moral. Etika merupakan konsep yang sangat abstrak dari kumpulan nilai-nilai, akhlak, dan juga moral yang ada pada individu.

3. Komunikasi

Komunikasi adalah aktivitas yang sangat penting dan juga tidak dapat dipisahkan dari kehidupan makhluk didunia, terutama pada manusia. Begitu pentingnya komunikasi bagi manusia, sehingga ada yang berpendapat bahwa tanpa adanya komunikasi maka kehidupan manusia tidak akan punya artinya atau manusia tidak akan bisa bertahan lama. Komunikasi juga merupakan proses

⁵ Aris Kurniawan, Analisa Pengertian, Contoh, Tahap, dan Tujuan dari Para Ahli, <https://www.gurupendidikan.co.id/analisis/> (Diakses Selasa 29 Desember 2020 pukul 14:34 wita).

penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan beberapa saluran atau media.⁶

4. Dakwah

Dakwah berasal dari Bahasa Arab: دَعْوَةٌ, *da'wah*; "ajakan" adalah kegiatan yang bersifat menyeru, mengajak dan memanggil orang untuk beriman dan taat kepada Allah. Menurut Ahmad Ghalwasy dakwah adalah pengetahuan yang dapat memberikan segenap usaha yang bermacam-macam yang mengacu pada upaya penyampaian ajaran Islam kepada seluruh manusia yang melingkupi akidah, syariah dan akhlak.⁷

5. Channel Youtube Najwa Shihab

Channel youtube dalam penelitian ini ialah *channel* youtube “Najwa Shihab” yang menjadi bagian dari Narasi dan akun Youtube resmi Najwa Shihab. Acara Mata Najwa menjadi program yang tepat bagi mereka yang ingin selalu mendapatkan insight dari berbagai isu mutakhir di Indonesia. *Channel* resmi ini dibuat pada tanggal 28 Februari 2017.

Dalam penelitian ini meneliti 1 episode acara Mata Najwa “UU Cipta Kerja: Mana Fakta Mana Dusta part 1 sampai part 7” pada tahun 2020/1441 yang mengandung etika komunikasi dakwah dengan durasi 7 sampai 12 menit per video.

Link video part 1-<https://bit.ly/319dfVD>

⁶ Muhammad Irhamdi, “Menghadirkan Etika Komunikasi Di Media Social (Facebook),” n.d., 142.

⁷ Wahyu Ilaihi, “*Komunikasi Dakwah*”, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2013), 16.

Link video part 2-<https://bit.ly/3drxvGG>

Link Video part 3-<https://bit.ly/3dsFAv5>

Link Video part 4 - <https://bit.ly/34W01MZ>

Link Video part 5 - <https://bit.ly/2H4V6kE>

Link Video part 6 - <https://bit.ly/316sDlw>

Link Video part 7 - <https://bit.ly/376LXCU>

Acara Mata Najwa sudah mencapai usia tujuh tahun. Dan tanpa pernah direncanakan, nyaris tanpa rancangan, Mata Najwa perlahan-lahan membesar menjadi sebuah komunitas.⁸ Ada inisiatif, solidaritas dan kesetiaan untuk memasarkan ide-ide yang dibahas dalam Mata Najwa. Peneliti akan mengupas etika komunikasi dakwah yang ada didalam episode Cipta Kerja Mana Fakta Mana Dusta part 1 sampai part 7.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dalam penelitian ini adalah salah satu acuan dalam melakukan penelitian dan berfungsi untuk memperkaya teori yang digunakan. Penulis mencantumkan beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan judul penelitian ini sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian dan penelitian diantaranya adalah:

⁸ Najwa Shihab, *Catatan Najwa* (Literasi, 2016), 1.

1. Penelitian oleh Qonita Fitra Yuni, Skripsi: *Kesantunan Berbahasa Dalam Acara Mata Najwa (Tinjauan Pragmatic)*, (Yogyakarta: Sanata Dharma, 2013). Penelitian ini bertujuan untuk mengklasifikasikan tutur kata santun dalam berbahasa pada acara Mata Najwa. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan deskriptif yang mendapat kesimpulan ada lima kelompok tuturan yang dikatakan santun. Pada penelitian pertama yang disebutkan di atas sama-sama mempunyai subjek yang sama acara Mata Najwa dan melalui *platform* Youtube, tetapi pada penelitian tersebut objeknya adalah kesantunan berbahasa Najwa Shihab, berbeda pada penelitian ini yang mempunyai objek etika komunikasi dakwah.
2. Penelitian oleh Jehan Anisya Nurhuda, Skripsi: *Etika Komunikasi Dakwah Ustadz Hanan Attaki, LC Di Channel Youtube*, (Banjarmasin: UIN Antasari Banjarmasin, 2021). Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan fakta-fakta tentang bagaimana etika komunikasi dakwah yang diterapkan dalam kajian Ustadz Hanan Attaki, LC. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan ilmu dakwah dan ilmu komunikasi yang mendapatkan kesimpulan dalam video youtube 14 qawlan sadida (perkataan yang benar/jujur, 18 qawlan baligha (perkataan yang efektif/menyentuh hati), 8 qawlan maysura (perkataan yang pantas), 16 qawlan karima (perkataan yang mulia), 9 qawlan layyina (perkataan yang lemah lembut), 17 qawlan ma'rufa (perkataan yang baik). Ditemukan

etika komunikasi dakwah yang paling dominan adalah qawlan baligha dengan perkataan yang membekas dihati serta pikiran. Pada penelitian kedua yang disebutkan di atas adalah sama-sama memiliki fokus penelitian yang sama yaitu etika komunikasi dakwah yang diterapkan oleh komunikator, tetapi fokus subjek pada penelitian tersebut adalah Ustadz Hanan Attaki, berbeda pada penelitian ini.

3. Devi Novita Sari, Skripsi: *Teknik Komunikasi Najwa Shihab Dalam Acara Mata Najwa*, (Bandar Lampung: Universitas Bandar Lampung, 2016). Penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan teknik komunikasi Najwa Shihab dalam acara Mata Najwa pada stasiun Tv Metro Tv. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Kemudian menggunakan teknik pengumpulan data observasi yang terfokus pada pencarian dan pengumpulan video rekaman yang dikelompokkan, seperti pemilihan kata, kalimat, ekspresi wajah yang sesuai dengan tujuan, ruang, waktu, situasi, dan siapa lawan bicara. Kemudian ia juga mengobservasi teknik komunikasi Najwa Shihab pada program acara Mata Najwa di Metro Tv yang disiarkan on air dan melihat dari sudut pandang secara verbal maupun non verbal. Penelitian ini mendapatkan kesimpulan yang menunjukkan bahwa Najwa Shihab menggunakan teknik komunikasi persuasive dalam kegiatan wawancara yang dilakukan, hal itu diketahui bahwa Najwa Shihab menggunakan pertanyaan yang berisi membujuk, mendorong narasumber agar mau menjawab pertanyaan sesuai keinginan atau arahan Najwa Shihab, dan

mengkondisikan narasumber pada posisi tidak bisa menolak atau menghindar dari pertanyaan yang diajukan oleh Najwa Shihab. Pada penelitian yang ketiga yang disebutkan di atas, fokus subjeknya sama-sama meneliti Najwa Shihab, tetapi fokus objeknya adalah teknik komunikasi Najwa Shihab. Jadi dalam penelitian ini subjeknya adalah Najwa Shihab yang ada di *Channel* Youtube Najwa Shihab dan objeknya adalah etika komunikasi dakwah.

G. Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan penelitian ini, penulis akan menguraikan dalam beberapa BAB sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN yang berisi latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, tinjau pustaka dan sistematika penulisan.

BAB II: KAJIAN TEORI yang berisikan pengertian komunikasi dakwah, komunikasi politik dakwah, dan etika komunikasi dakwah.

BAB III: METODE PENELITIAN yang berisi jenis dan pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik pengolahan dan analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

BAB V: PENUTUP yang berisi kesimpulan dan rekomendasi.