

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi adalah sesuatu yang tak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari umat manusia, baik secara individual ataupun bermasyarakat. Secara sederhana, komunikasi dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan akibat tertentu. Tindakan Komunikasi dapat dilakukan dalam berbagai macam cara, baik secara verbal (kata-kata) ataupun non verbal (gerak atau symbol yang mengandung arti).¹ Seperti kutipan dalam sebuah buku yang berjudul *Communication as.... Perspectives on Theory* yang mengatakan : “ *I believe that key to understanding communication as failure lies in communication it self not in moments of failure*”² yang artinya kurang lebih seperti : saya percaya bahwa kunci untuk memahami komunikasi sebagai kegagalan terletak pada komunikasi itu sendiri bukan pada saat kegagalan.

Dalam pelaksanaannya, kegiatan komunikasi dapat dilakukan secara langsung ataupun tidak langsung yakni melalui media.

Media komunikasi sendiri adalah suatu alat atau sarana dalam berkomunikasi untuk menunjang tercapainya sebuah komunikasi yang efektif seperti koran, majalah,

¹ Yasir, *Pengantar Ilmu Komunikasi Sebuah Pendekatan Kritis dan Komprehensif*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020) h.2

² Gregory J.Shepherd Dkk, *Communication as.... Perspectives on Theory*, (California: SAGE Publications, 2006) h. 255 (online) Tersedia di <http://books.google.co.id> diakses 8 Agustus 2022

radio, televisi, film, dan lain lain. Sedangkan media komunikasi dakwah adalah segala media yang meunjang tersampainya pesan dakwah dari da'i sebagai komunikator kepada mad'u sebagai komunikan. Tersampainya pesan dakwah bisa melalui media apa saja seperti film, gambar, dan juga audio visual.

Media audio visual berasal dari kata media yang berarti bentuk perantara yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan atau menyebar ide, gagasan, atau pendapat sehingga ide, pendapat atau gagasan yang dikemukakan itu sampai kepada penerima yang dituju.³ Dale mengatakan bahwa media audio visual adalah media pengajaran dan media pendidikan yang mengaktifkan mata dan telinga peserta didik dalam waktu proses belajar mengajar berlangsung.⁴

Media audio visual juga diartikan sebagai jenis media yang selain mengandung unsur suara juga mengandung unsur gambar yang dapat dilihat, seperti rekaman video, berbagai ukuran film, slide suara, dan lain sebagainya. Kemampuan media ini dianggap lebih baik dan lebih menarik, sebab mengandung kedua unsur jenis media yang pertama dan kedua.⁵ Sederhananya audio visual yang akrab dengan kita adalah video, entah dalam bentuk film, rekaman, atau acara acara lain yang disajikan dalam bentuk rekaman video. Salah satu acara dalam bentuk audio visual

³Azhar Arsyad, *Media Pembelajaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), h.4.

⁴*Ibid.*,h.8.

⁵Wina Sanjaya, *Perencanaan Desain Sistem Pembelajaran*, (Jakarta: Kencana, 2011), h.211.

yang banyak dibagikan atau *share* dalam beberapa media massa adalah acara *talk show*.

Acara *talk show* sering ditayangkan dalam televisi, namun karena perkembangan teknologi tidak jarang kini acara *talk show* hadir dalam channel youtube, maupun live streaming langsung, sehingga tidak mengharuskan penonton *stand by* berada di depan televisi. *Talk show* merupakan jenis atau program penyiaran broadcast yang bisa dilihat sebagai produk media maupun sebagai *talk oriented* terus-menerus. Sebagai produk media, *talk show* dapat menjadi ‘teks’ budaya yang berinteraksi dengan pemirsanya dalam produksi dan pertukaran makna. Sebagai sebuah proses dialog, *talk show* akan memperhatikan masalah efisiensi dan akurasi, pada aspek: kontrol pembawa acara (*host*), kondisi partisipan, dan event evaluasi audiens.

Talk show mempunyai ciri tipikal seperti menggunakan percakapan sederhana (*casual conversation*) dengan bahasa yang universal (untuk menghadapi heterogenitas khalayak atau pemirsanya); tema yang diangkat mestilah benar-benar penting (atau dianggap penting) untuk diketahui khalayak atau setidaknya menarik bagi pemirsanya; dan wacana yang diketengahkan merupakan isu atau permasalahan yang sedang viral, hangat, dan berkembang (*trend*) di masyarakat.

Beberapa acara *talk show* saat ini dipublikasikan melalui media sosial youtube. Youtube adalah sebuah situs web yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, dan berbagi video. Media ini juga menyediakan akun dan channel untuk penggunaannya.

Channel youtube adalah sebuah layanan pada akun youtube yang dapat dikelola oleh beberapa akun gmail yang terpaut pada youtube. Channel digunakan untuk mengunggah video di youtube, mempublikasikan video yang telah selesai diunggah (*upload*), dan melakukan aktivitas lainnya di youtube, seperti menghapus video yang telah diunggah maupun berkomentar pada video orang lain.

Fungsi inilah yang menarik perhatian seorang Najwa Shihab untuk membuat channel Narasi TV dan Channel Pribadi Najwa Shihab yang memperkenalkan acara *talk show* Shihab & Shihab melalui Channel Najwa Shihab dan menjadikan youtube sebagai media publikasi utama. Shihab & Shihab adalah sebuah acara *talk show* dari Narasi Entertainment yang ada dalam channel Najwa Shihab.

Shihab & Shihab pertama kali tayang pada Tanggal 14 Mei 2019 dengan tema Cinta. Sampai sekarang sudah mengangkat beberapa tema yang aktual dan sedang diperbincangkan berbagai kalangan. Dalam satu tema acara Shihab & Shihab biasanya di upload dalam beberapa bagian atau *part* dengan durasi kurang lebih 25-40 menit. Pengikut atau *subscriber* channel Najwa Shihab sendiri sudah lebih dari 3 Juta orang.

Acara Shihab & Shihab dipandu langsung oleh Najwa Shihab sendiri dengan narasumber Bapaknya sendiri, yakni Prof. Dr. Quraish Shihab (Pakar Tafsir penulis Tafsir Al Misbah) dengan berbagai bintang tamu sesuai dengan tema yang diangkat. Tentunya segala yang dibahas ataupun tema yang di angkat dalam acara *talk show* Shihab & Shihab ini berisi tentang hal-hal yang tidak lepas dari agama Islam, bersifat keilmuan, dan permasalahan-permasalahan dalam kehidupan sehari-hari dilihat dari tinjauan agama Islam. Dalam memandu acara yang seperti ini, tentu saja seorang

Najwa Shihab harus memperhatikan etika komunikasi dakwah agar acara *talk show* Shihab & Shihab dapat berjalan dengan baik.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penting kiranya untuk dilakukan penelitian mendalam terhadap Najwa Shihab dalam acara *talk show* Shihab & Shihab yang merupakan konten bermuatan dakwah yang beretika, yang memanfaatkan youtube sebagai media publikasinya. Adapun judul penelitiannya adalah: **"Etika Komunikasi Dakwah Najwa Shihab Dalam Acara *Talk Show* Shihab & Shihab (Analisis Isi)"**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang di atas, maka ditemukan sebuah masalah dalam penelitian ini yaitu: Bagaimana Etika komunikasi dakwah Najwa Shihab dalam acara *talk show* Shihab & Shihab (Analisis Isi). Untuk menjawab permasalahan tersebut perlu dikemukakan fokus masalah sebagai berikut:

1. Apa saja etika komunikasi dakwah yang digunakan Najwa Shihab dalam acara Shihab & Shihab ?
2. Bagaimana bentuk implementasi etika komunikasi dakwah Najwa Shihab dalam acara Shihab & Shihab ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui etika komunikasi dakwah yang digunakan Najwa Shihab dalam Acara *talk show* Shihab & Shihab melalui channel

youtube Najwa Shihab dan juga mengetahui bentuk implementasi etika komunikasi dakwah Najwa Shihab dalam acara Shihab & Shihab.

D. Signifikan Penelitian

Adapun signifikan penelitian ini nantinya berguna sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi keilmuan di jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, dan para penggiat dakwah khususnya dalam kajian di bidang etika komunikasi dakwah.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan tentang teori dan mengaplikasikan ilmu etika komunikasi dakwah yang telah di dapat dalam perkuliahan juga sebagai bahan evaluasi dan pedoman agar penggiat dakwah dapat lebih kreatif dalam mengembangkan dakwahnya melalui media sosial youtube maupun media sosial lainnya.

E. Definisi Oprasional

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

1. Etika Komunikasi Dakwah

Sebelum memaparkan etika komunikasi dakwah, terlebih dahulu perlu dijelaskan istilah etika itu sendiri. Etika merupakan ilmu yang mempelajari tentang baik dan buruk, sopan santun serta moral seorang manusia entah dalam bertutur kata,

berpakaian dan dalam bergaul di tengah masyarakat agar dapat di terima di tengah masyarakat umum. Etika juga merupakan bagaimana kita membawa diri dan beradaptasi terhadap lingkungan sesuai dengan moral serta adat kebiasaan yang berlaku.

Komunikasi dakwah adalah proses penyampaian mengajak umat dalam berbuat kebaikan, mengenalkan ketuhanan, membimbing kepada jalan yang lurus, mengajarkan untuk *amar makruf* dan *nahi munkar*, demi kemaslahatan dunia dan akhirat dengan cara komunikasi verbal dan komunikasi non verbal untuk mengubah sikap, pendapat, perilaku orang lain yang lebih baik sesuai ajaran Islam, baik langsung secara lisan maupun melalui media.

Etika komunikasi dakwah adalah moral atau akhlak manusia yang menggunakan prinsip tingkah laku yang baik dalam menyampaikan suatu jakan yang mengandung ajaran Islam. Etika komunikasi dakwah harus mendapat perhatian sungguh-sungguh dan serius jika ingin pesan dakwah yang disampaikan mendapatkan respon positif dari khalayak. Oleh karena itu dalam berdakwah da'I harus memperhatikan nilai-nilai yang ada dan beretika.

Dalam penelitian ini menggunakan 6 prinsip gaya bicara etika komunikasi dakwah oleh Jalaluddin Rakhmat dalam buku Konsep Etika Komunikasi Islam Menurut Jalaluddin Rakhmat (Efektifitas Etika Komunikasi dalam Dakwah), yakni *Qaulan sadidan* (kebenaran dan kejujuran), *Qaulan Balighan* (perkataan yang sesuai dengan kadar akal mad'u dan tepat sasaran), *Qaulan Masyura* (perkataan yang ringan, mudah dan menggembirakan), *Qaulan Layyina* (perkataan yang lemah

lembut dan jelas), *Qaulan Karima* (perkataan yang mulia dan penuh penghormatan), *Qaulan Ma'rufa* (perkataan yang baik dan pantas).

Jadi yang dimaksud dari prinsip-prinsip tersebut adalah etika komunikasi yang diterapkan pembawa acara yakni Najwa Shihab dan narasumber yakni Qurais Shihab. Khususnya pada etika penyampaian pesan dakwah secara lisan yang disertai dengan perbuatan.

2. Talk show Shihab & Shihab

Talk show adalah program yang menampilkan beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara. *Talk show* merupakan wacana broadcast yang bisa dilihat sebagai produk media maupun sebagai talk oriented terus-menerus. Sebagai produk media, talk show dapat menjadi 'teks' budaya yang berinteraksi dengan pemirsanya dalam produksi dan pertukaran makna.

"Shihab & Shihab" adalah salah satu program di Narasi Tv dari Narasi Entertainment yang di bangun oleh Najwa Shihab dan acara Shihab & Shihab ini di unggah dalam akun youtube pribadi Najwa Shihab pada link <https://youtube.com/c/NajwaShihab>. Shihab & Shihab pertama kali publis pada Tanggal 14 Mei 2019 dengan tema Cinta hingga sekarang sudah mengangkat beberapa tema yang actual. Pengikut atau subscriber channel Najwa Shihab sendiri sudah lebih dari 3 Juta subscriber. Dalam satu temaacara Shihab & Shihab biasanya di upload dalam beberapa bagian atau part dengan durasi kurang lebih 40 menit.

Acara yang dipandu oleh Najwa Shihab ini mengangkat banyak tema yang relevan di zaman sekarang, misalnya saja tema “cinta”, “bencana alam: Musibah atau ujian?”, “bersama Romo Budi”, “Tantri Kotak dan Abi Qurais”, “Santri Zaman Now”, dan masih banyak lagi. Acara ini di pandu oleh Najwa Shihab dengan Narasumber Qurais Shihab yang notabene nya adalah Abinya sendiri, dengan berbagai bintang tamu.

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 di antaranya:

1. *Etika Komunikasi Dakwah Dalam Serial Nussa di Channel Youtube Nussa Official* oleh Rika Ariani jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam tahun 2019 Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin. Penelitiannya bertujuan untuk mengetahui etika komunikasi dakwah yang diterapkan dalam serial Nussa. Dalam penelitian ini dikemukakan tentang Etika Komunikasi yang difokuskan pada teori prinsip etika komunikasi dakwah Oleh Jalaluddin Rahmat dan Hasil Penelitian menyimpulkan bahwa etika komunikasi dakwah yang digunakan dalam serial Nussa meliputi qawlan sadida, qawlan baligha, qawlan layyina, qawlan maisura, qawlan karima, dan qawlan ma'rufa. Adapun qawlan ma'rufa lebih dominan dari pada yang lainnya.

2. *Etika Komunikasi Dalam Islam Telaah Pemikiran Imam Al-Ghazali* oleh Iqbal Mukhlison jurusan Komunikasi Penyiaran Islam tahun 2016 Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Antasari Banjarmasin. Penelitiannya bertujuan untuk mengungkap bagaimana etika komunikasi dalam Islam dari segi pemikiran Imam Al-Ghazali. Dalam penelitian ini dikemukakan tentang etika komunikasi yang dilihat dari segi etika komunikasi guru dan murid, etika komunikasi bertamu, dan etika komunikasi kasih sayang kepada semua manusia pada kitab Ihya Ulumiddin dan Bidayatul Hiayah. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa etika komunikasi yang terdapat pada kitab itu, yaitu : Etika Komunikasi Guru dan Murid, mendahului guru dengan penghormatan dan salam, tidak menenang guru, tidak memarahi murid yang bodoh. Etika Komunikasi Bertamu : undangan, memperkenankan undangan, menghadiri undangan, menyajikan makanan, makan dan pergi. Etika Komunikasi Kasih Sayang Kepada Manusia, etika komunikasi sesama orang muslim, etika komunikasi bertetangga, etika komunikasi pada kerabat dan family, etika komunikasi pada orang tua dan anak, etika komunikasi hamba sahaya kepada tuannya, etika komunikasi kepada teman, kepada kenalan-kenalan, dan kepada orang-orang yang tidak dikenal. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa etika komunikasi itu sangat berpengaruh untuk penyampaian pesan komunikasi, sebelum melakukan komunikasi tentu etika menjadi dasar pijakan, sehingga komunikasi yang disampaikan akan lebih maksimal dan lebih efektif. Tidak bertentangan dengan agama dan sunnah.

Adapun penelitian yang dilakukan ini difokuskan pada etika komunikasi oleh Jalaluddin Rakhmat dalam buku Konsep Etika Komunikasi Islam Menurut Jalaluddin

Rakhmat (Efektifitas Etika Komunikasi dalam Dakwah), dalam rangka untuk mengungkap berbagai hal terkait dengan etika komunikasi dan aplikasinya oleh Najwa Shihab dalam memandu acara tersebut

G. Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan penelitian ini, penulis akan menguraikannya ke dalam beberapa bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN yang meliputi latar belakang dan rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, definisi oprasional, sistematika penulisan dan tinjauan putaka.

BAB II LANDASAN TEORI yang berisikan pengertian

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

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

BAB V PENUTUP yang berisikan kesimpulan dan saran