

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah merupakan suatu upaya ajakan dari individu kepada individu yang lain atau kelompok orang/masyarakat untuk bisa melakukan suatu kebaikan di jalan kebenaran. Dakwah biasanya dilakukan agar orang-orang dapat mengenal dan menjalankan nilai-nilai keagamaan secara baik dan benar. Secara umum orang mengenal dakwah dilakukan oleh orang-orang yang terpandang khususnya dari segi keilmuwan mengenai keagamaannya.

Tujuan dakwah adalah mengajak individu atau suatu kelompok agar dapat menerima dan mengikuti ajaran yang didakwahkan. Maka dapat dipahami bahwa dakwah dalam Islam adalah ajakan untuk menerima dan mengikuti ajaran Islam secara sepenuhnya sesuai dengan tuntunan yang terkandung dalam Al-Qur'an dan Hadits. Dakwah dalam agama Islam memanglah hal yang sangat penting dan berperan bagi perkembangan Islam hingga saat ini.

Dakwah dapat dilakukan dengan berbagai cara dari yang sederhana seperti ajakan kepada teman untuk shalat, mengingatkan teman agar tidak melanggar larangan Allah Swt, dan menyebarkan ilmu bermanfaat kepada orang sekitar. Dakwah yang demikian dapat dilakukan oleh setiap orang yang dapat dilakukan dari lingkungan keluarga sebagai komponen masyarakat yang terkecil hingga kepada lingkungan yang lebih luas seperti sekolah dan masyarakat. Berkaitan dengan hal tersebut, maka setiap muslim haruslah berdakwah kepada keluarganya

demi menjaga dirinya dan keluarganya dari api neraka. Firman Allah Swt dalam Q.S. at-Tahrim/66:6.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا قُوا أَنْفُسَكُمْ وَأَهْلِيكُمْ نَارًا وَقُودُهَا النَّاسُ وَالْحِجَارَةُ عَلَيْهَا مَلَائِكَةٌ غِلَاظٌ شِدَادٌ لَا يَعْصُونَ اللَّهَ مَا أَمَرَهُمْ وَيَفْعَلُونَ مَا يُؤْمَرُونَ ﴿٦﴾

Terjemah:

“Wahai orang-orang yang beriman, jagalah dirimu dan keluargamu dari api neraka yang bahan bakarnya adalah manusia dan batu. Penjaganya adalah malaikat-malaikat yang kasar dan keras. Mereka tidak durhaka kepada Allah terhadap apa yang Dia perintahkan kepadanya dan selalu mengerjakan apa yang diperintahkan”.¹

Sejak dulu Islam tidak terlepas dari peran dakwah dalam penyebarannya hingga dapat menjadi agama yang memiliki banyak pemeluknya di dunia saat ini. Sama seperti nabi-nabi terdahulu Nabi Muhammad Saw diutus ke dunia juga untuk mendakwahkan agama tauhid kepada kaumnya. Dakwah adalah tanggung jawab utama yang diemban oleh para Rasul dan merupakan perintah yang diberikan kepada Nabi Muhammad Saw. sebagai juru dakwah pertama sejak agama Islam diwahyukan. Allah menetapkan banyak perintah kepada Rasulullah Saw. agar melaksanakan tugas dakwah ini secara terus-menerus.² Firman Allah Swt dalam Q.S. Al-Hajj/22:67.

لِكُلِّ أُمَّةٍ جَعَلْنَا مَنْسَكًا هُمْ نَاسِكُوهُ فَلَا يُنَازِعَنَّكَ فِي الْأَمْرِ وَادْعُ إِلَى رَبِّكَ إِنَّكَ لَعَلَىٰ هُدًى مُّسْتَقِيمٍ ﴿٦٧﴾

Terjemah:

“Bagi setiap umat telah Kami tetapkan syariat tertentu yang (harus) mereka amalkan. Mereka sekali-kali tidak boleh membantahmu (Nabi Muhammad)

¹ Kementerian Agama RI, “Terjemah Kemenag 2019” (2019).

² Aminudin, “Konsep Dasar Dakwah,” *Al-Munzir* 9, no. 1 (2016): 30.

*dalam urusan (syariat) itu dan serulah (mereka) kepada Tuhanmu. Sesungguhnya engkau (Nabi Muhammad) benar-benar berada di atas petunjuk yang lurus”.*³

Dakwah itu pun terus berlanjut hingga sekarang yang dilanjutkan para pendakwah atau juga disebut sebagai dai seperti ustadz, kiyai, ulama, dan para habaib/habib (keturunan Rasulullah Saw). Keberlangsungan dakwah Islam ini membuat agama Islam semakin memperoleh banyak pemeluknya dan agama Islam pun makin dikenal oleh dunia. Sehingga dakwah dapat dikatakan adalah komponen utama dalam penyebaran agama Islam di dunia.

Tentunya dakwah harus dilakukan dengan memperhatikan etika-etika dalam komunikasi. Hal ini disebabkan karena dakwah tidak terlepas dari adanya interaksi yang di dalamnya tentu ada proses komunikasi yang berlangsung. Maka untuk membuat dakwah yang disampaikan dapat dikemas dengan baik, pendakwah harus berpedoman kepada etika komunikasi yang harus diikuti.

Etika komunikasi tersebut secara umum yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari seperti menjaga ucapan, sopan santun, efektif dan efisien, dan saling menghargai.⁴ Etika-etika tersebut dapat diterapkan dalam komunikasi keseharian hubungannya dengan orang lain ketika berbicara. Dengan menerapkan etika tersebut maka akan terwujud komunikasi yang baik sehingga dapat menjalin hubungan yang baik dengan orang sekitar.

³ Kementerian Agama RI, “Terjemah Kemenag 2019.”

⁴ Afna Fitria Sari, “Etika Komunikasi,” *TANJAK: Journal of Education and Teaching* 1, no. 2 (11 Agustus 2020): 132.

Seiring berjalannya waktu dengan adanya perkembangan zaman yang ditandai dengan pesatnya perkembangan kecanggihan teknologi komunikasi dan informasi menjadikan kegiatan dakwah juga mengalami perkembangan yang signifikan dalam prakteknya. Futurolog Alvin Toffler dalam setiawan menyebut zaman ini sebagai zaman informasi.⁵ Hal tersebut dapat dipahami bahwa saat ini informasi dapat diakses dengan lebih mudah dibandingkan dengan zaman dahulu, kemudahan akses informasi saat ini tidak lain disebabkan karena kemajuan teknologi.

Tujuan utama penciptaan teknologi adalah untuk memberikan dukungan dan kemudahan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam pekerjaan, aktivitas sehari-hari, dan proses komunikasi.⁶ Kepesatan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi ditandai dengan bermunculannya berbagai macam media komunikasi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia untuk menunjang kehidupannya. Media komunikasi tersebut seperti telepon genggam atau gawai (*smartphone*) yang dapat mengakses jaringan internet sehingga dapat terhubung dengan orang lain melalui sebuah aplikasi di dalamnya, salah satu aplikasi tersebut yaitu TikTok.

TikTok adalah sebuah aplikasi yang penggunaanya dapat menonton atau meupload video dalam sebuah dunia maya. Aplikasi TikTok, yang juga dikenal

⁵ Daryanto Setiawan, "Dampak Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Budaya," *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study* 4, no. 1 (9 April 2018): 63.

⁶ Salman Yoga, "Perubahan Sosial Budaya Masyarakat Indonesia Dan Perkembangan Teknologi Komunikasi," *Jurnal Al-Bayan* 24, no. 1 (25 Maret 2019): 32.

sebagai Douyin, berasal dari Cina dan dirilis pada bulan September 2016 oleh Zhang Yiming. Ini adalah platform video pendek yang memiliki durasi 15 detik dan fokus pada konten sosial yang disertai dengan musik.⁷ Aplikasi TikTok ini dapat digunakan untuk merekam, mengedit hingga mengupload video sesuai dengan kreatifitas penggunanya dan pengguna lain dapat menonton, memberikan suka dan komentar pada video yang diupload tersebut.

Awal mula perkembangan TikTok hanyalah sebuah media hiburan dan berkreasi dengan gerakan-gerakan yang dipadukan dengan iringan musik yang disediakan di TikTok serta filter pendukung lainnya. Seiring berjalannya waktu, popularitas TikTok semakin meningkat karena kontennya yang memungkinkan pengguna untuk berbagi potongan kehidupan pribadi dan informasi dalam format video pendek.⁸

TikTok makin digandrungi oleh masyarakat pada saat pandemi covid-19 melanda dunia, Tren ini dapat diamati dari tingginya jumlah pengunduhan aplikasi TikTok, di mana TikTok berhasil masuk ke dalam daftar 10 aplikasi paling populer yang diunduh di Indonesia, Thailand, Malaysia, dan Filipina.⁹ Hal tersebut semakin membuktikan bahwa TikTok memiliki banyak pengguna di wilayah Asia Tenggara khususnya di Indonesia yang memiliki penduduk paling banyak. Seperti yang telah

⁷ Ade Rosdiana, "Dampak Aplikasi Tiktok dalam Proses Sosial di Kalangan Remaja Kelurahan Rabadompu Timur Kecamatan Raba Kota Bima," *EduSociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi* 4, no. 1 (2021): 101.

⁸ Anggi Aldila Safitri, Anissa Rahmadhany, dan Irwansyah Irwansyah, "Penerapan Teori Penetrasi Sosial pada Media Sosial: Pengaruh Pengungkapan Jati Diri melalui TikTok terhadap Penilaian Sosial," *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis* 3, no. 1 (31 Januari 2021): 2.

⁹ Maria Ulfa Batoebara, "Aplikasi Tik-Tok Seru-Seruan atau Kebodohan," *Network Media* 3, no. 2 (13 Agustus 2020): 60.

dijelaskan sebelumnya bahwa TikTok saat ini tidak hanya digunakan sebagai media hiburan, namun penggunaannya sudah berkembang untuk dimanfaatkan sebagai media informasi kehidupan maupun pribadi dalam video, tidak terkecuali sebagai media dakwah. Maka dapat dipahami bahwa TikTok bersifat fleksibel tergantung dari penggunaannya diarahkan untuk hal apa.

Kebermafaatan TikTok sangat terasa hingga digunakan sebagai media dakwah oleh beberapa orang baik itu ustadz maupun orang biasa. Salah satu Ustadz muda generasi milineal yang menggunakan TikTok sebagai media dakwah adalah Ustadz Agam Fachrul Samudra. Dia sangat dikenal di kalangan milineal dan sangat disukai oleh banyak orang karena penyampaian dakwahnya yang menarik. Penyampaian dakwah yang disampaikan oleh dia terbukti mampu menarik banyak perhatian masyarakat di internet (*netizen*), hal ini dapat dilihat dari banyaknya pengikut (*followers*) akun TikToknya. Fenomena ini membuktikan bahwa aplikasi TikTok ketika digunakan oleh orang yang tepat dan digunakan secara baik akan menebarkan manfaat kepada banyak orang.

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa dalam dakwah ada etika komunikasi yang harus diperhatikan. Hal ini pun juga berlaku dalam dakwah yang dilakukan dengan media TikTok, karena masih terikat dari adanya proses komunikasi yang berlangsung dalam menyampaikan konten dakwah dalam bentuk video TikTok. Sehingga dapat dipahami bahwa etika komunikasi tidak hanya berlaku untuk komunikasi yang dilakukan secara langsung tanpa adanya media aplikasi seperti TikTok, akan tetapi etika komunikasi juga berlaku untuk

komunikasi yang dilakukan secara tidak langsung yaitu dengan menggunakan perantara media aplikasi seperti TikTok.

Dakwah merupakan aktivitas yang memerlukan komunikasi efektif untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada audiens. Dalam konteks modern, dakwah tidak hanya dilakukan secara tatap muka, tetapi juga melalui berbagai media, termasuk media sosial seperti TikTok. TikTok sebagai platform berbasis video pendek memungkinkan para dai (pendakwah) untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan cara yang kreatif dan menarik. Namun, meskipun format dan mediumnya berbeda, prinsip-prinsip etika komunikasi tetap harus dijaga untuk memastikan pesan yang disampaikan efektif dan berkesan.

Dakwah melalui media sosial seperti TikTok menuntut para dai untuk menjaga etika komunikasi sesuai dengan ajaran Islam. Enam prinsip utama dalam komunikasi Islam, yaitu *Qaulan Karima*, *Qaulan Sadida*, *Qaulan Ma'rufa*, *Qaulan Baligha*, *Qaulan Layyina*, dan *Qaulan Maisura*, dapat diterapkan secara efektif untuk mencapai tujuan dakwah yang mulia.

Penerapan dari enam etika komunikasi dakwah tersebut dapat dilakukan dengan cara antara lain *Qaulan Karima* (Perkataan yang Mulia) penerapan di TikTok, Dai harus menjaga kesopanan dan penghormatan dalam setiap video yang dibuat. Mereka harus berbicara dengan cara yang menunjukkan rasa hormat kepada audiens, menghindari bahasa kasar, menghina, atau merendahkan. Konten dakwah harus mencerminkan nilai-nilai Islam yang luhur dan mulia. *Qaulan Sadida* (Perkataan yang Benar/Lurus) penerapan di TikTok: Dai harus menyampaikan informasi yang akurat dan benar berdasarkan sumber yang sahih seperti Al-Quran

dan Hadis. Mereka harus menghindari penyebaran informasi yang salah atau menyesatkan. Kejujuran adalah kunci dalam membangun kepercayaan dengan audiens. *Qaulan Ma'rufa* (Perkataan yang Baik), penerapan di TikTok: Dai harus menggunakan bahasa yang baik dan sopan dalam setiap video. Mereka harus menyampaikan pesan dengan cara yang positif dan membangun, menghindari kata-kata yang bisa menimbulkan perpecahan atau kebencian. Konten dakwah harus menginspirasi dan memotivasi audiens untuk berbuat kebaikan. *Qaulan Baligha* (Perkataan yang Efektif, Terbuka, Transparan), penerapan di TikTok: Dai harus menyampaikan pesan dengan cara yang jelas dan efektif. Mereka harus menggunakan bahasa yang sederhana dan langsung ke inti agar mudah dipahami oleh audiens. Transparansi dalam menyampaikan pesan sangat penting untuk menghindari kesalahpahaman. Penggunaan fitur-fitur TikTok seperti teks overlay dan visual aids dapat membantu memperjelas pesan. *Qaulan Layyina* (Perkataan yang Lemah Lembut), penerapan di TikTok: Dai harus berbicara dengan nada yang lembut dan penuh kasih sayang. Mereka harus menghindari nada suara yang keras atau agresif. Pendekatan yang lemah lembut dan penuh perhatian dapat membuat audiens merasa dihargai dan lebih terbuka untuk menerima pesan dakwah. *Qaulan Maisura* (Perkataan yang Pantas), penerapan di TikTok: Dai harus memastikan bahwa pesan yang disampaikan sesuai dengan konteks dan situasi audiens. Mereka harus peka terhadap kondisi sosial dan budaya audiens, serta menyesuaikan pesan agar tetap relevan dan pantas. Penggunaan bahasa yang pantas dan kontekstual membantu dalam membangun koneksi yang lebih baik dengan audiens.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk lebih mengkaji secara mendalam mengenai etika komunikasi yang komunikasinya dilakukan dengan menggunakan media TikTok. Dalam hal ini penulis akan menelaah etika-etika komunikasi yang dilakukan oleh Ustadz Agam Fachrul Samudra dalam berdakwah dengan media TikTok. Hal tersebut cukup menarik untuk dikaji karena belum ada penelitian sebelumnya yang membahas etika komunikasi yang ada di dalam TikTok dan tentunya ketika penelitian ini dilakukan maka penelitian ini akan memperluas kajian dalam disiplin ilmu komunikasi. Maka dari itu penulis menuangkannya dalam penelitian yang berjudul **“Bentuk Etika Komunikasi Dakwah yang Dilakukan oleh Ustadz Agam Fachrul Samudra pada Media TikTok”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana etika komunikasi dakwah Ustadz Agam Fachrul Samudra pada media TikTok.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah untuk menguraikan bentuk etika komunikasi dakwah Ustadz Agam Fachrul Samudra pada media TikTok.

D. Signifikansi Penelitian

Tentunya dilakukannya penelitian ini dengan harapan akan memberikan manfaat yang meliputi:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi perkembangan penelitian sebelumnya yang memiliki topik pembahasan yang mirip. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas khazanah keilmuan mengenai ilmu komunikasi khususnya mengenai etika komunikasi dalam berdakwah.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi pembaca baik mahasiswa maupun yang lain mengenai etika komunikasi dalam berdakwah. Penelitian ini juga dapat menjadi suatu rujukan bagi peneliti berikutnya yang ingin meneliti topik bahasan yang mirip dengan penelitian ini atau yang berkaitan dengan etika komunikasi dalam berdakwah.

E. Definisi Istilah

Adanya definisi istilah dalam penelitian ini berupaya untuk menghindari kesalahpahaman dalam memaknai judul penelitian ini. Maka dari itu penulis mencantumkan beberapa definisi istilah untuk mempertegas judul penelitian ini yang meliputi:

1. Etika Komunikasi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, etika didefinisikan sebagai ilmu yang membahas mengenai prinsip-prinsip kebaikan dan keburukan, serta hak

dan kewajiban moral (akhlak).¹⁰ Komunikasi, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, merujuk pada proses pengiriman dan penerimaan pesan atau informasi antara dua orang atau lebih, sehingga pesan yang disampaikan dapat dipahami. Selain itu, komunikasi juga mencakup hubungan, kontak, dan interaksi antarindividu.¹¹

Berdasarkan dua pengertian sebelumnya maka dapat dipahami yang dimaksud etika komunikasi adalah apa saja yang baik dan buruk atau ketentuan mengenai hak dan kewajiban yang harus dijunjung tinggi dalam menjalankan komunikasi sebagai cara untuk menyampaikan pesan secara baik kepada penerima pesan sehingga komunikasi dapat dilaksanakan sesuai dengan batasan dan tidak melanggar nilai-nilai yang berlaku di masyarakat. Adapun etika komunikasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah etika komunikasi yang terdapat dalam dakwah Ustadz Agam Fachrul Samudra dengan menggunakan media TikTok.

2. Dakwah

Dakwah, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, merupakan upaya menyebarkan ajaran agama dan mengembangkannya di tengah masyarakat. Ini mencakup seruan untuk memeluk, mempelajari, dan mengamalkan ajaran agama.¹² Dakwah merupakan cara yang dilakukan untuk menyebarkan ajaran agama kepada orang-orang agar dapat memberikan pemahaman mengenai

¹⁰ “Arti kata etika - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online,” diakses 01 Desember 2022, <https://kbbi.web.id/etika>.

¹¹ “Arti kata komunikasi - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online,” diakses 01 Desember 2022, <https://kbbi.web.id/komunikasi>.

¹² “Arti kata dakwah - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online,” diakses 01 Desember 2022, <https://kbbi.web.id/dakwah>.

agama yang dianutnya. Selain itu, dakwah juga dapat dilakukan kepada orang-orang yang non-muslim agar orang tersebut dapat mengikuti dan masuk agama Islam. Adapun dakwah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Agam Fachrul Samudra yang berupa video dalam akun TikTiknya.

3. Ustadz Agam Fachrul Samudra

Ustadz Agam Fachrul Samudra adalah seorang pendakwah muda, dia menggunakan TikTok sebagai media dakwahnya. Akun @heyouw0 dimiliki oleh seorang ustadz muda yang lahir pada tahun 1998 dan berasal dari Cimahi, Jawa Barat. Ustadz Agam Fachrul Samudra dikenal sebagai seorang kreator konten yang terkenal di TikTok, khususnya dalam bidang dakwah, dan dakwahnya mendapatkan banyak dukungan dari pengguna TikTok.¹³ Penelitian ini menungkapkan etika-etika komunikasi Ustadz Agam Fachrul Samudra dalam berdakwah di TikTok.

4. Media TikTok

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, media didefinisikan sebagai alat atau sarana komunikasi, seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk.¹⁴ Sedangkan TikTok adalah sebuah aplikasi yang dapat dioperasikan dalam gawai (*smartphone*) berisi video-video yang diposting oleh

¹³ Kintan Safira Meidiza Putri, "Pesan Dakwah pada Akun Media Sosial Tiktok Agam Fachrul (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Konten Tiktok @heyouw0)" (Bandung, UIN Sunan Gunung Djati, 2022), 8.

¹⁴ "Arti kata media - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online," diakses 01 Desember 2022, <https://kbbi.web.id/media>.

banyak orang di seluruh dunia dan video tersebut dapat diakses menggunakan internet. Maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud media TikTok adalah alat yang digunakan sebagai sarana komunikasi untuk terhubung dengan orang-orang yang memanfaatkan aplikasi TikTok sebagai perantaranya. Adapun Media TikTok yang dimaksud dalam penelitian ini adalah media TikTok yang digunakan oleh Ustadz Agam Fachrul Samudra.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini juga dilakukan berdasarkan hasil kajian pustaka penulis terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki kemiripan topik pembahasan dengan penelitian ini. Penelitian terdahulu tersebut antara lain:

1. Penelitian Riska Amelia Mahasiswi UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi dengan judul skripsi “Pesan Dakwah Husain Basyaiban dalam Konten TikTok”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten video dakwah Husain Basyaiban di TikTok menyampaikan beberapa makna dan pesan, seperti saling menghormati antar umat beragama, menghindari penistaan terhadap keyakinan orang lain, menghormati ritual keagamaan orang lain, pentingnya menanggapi dengan bijak jika agama dihina, kehati-hatian dalam menjaga keyakinan, peran hati nurani dalam toleransi, penegasan bahwa Islam adalah agama yang benar, menghindari berprasangka buruk terhadap agama lain, menyadari bahwa berdakwah adalah kewajiban, dan pemahaman bahwa umat Islam membawa tanggung jawab besar. Selain itu, dalam video TikTok Husain Basyaiban, terdapat makna denotasi,

konotasi, dan mitos dalam gestur, penampilan, gaya bicara, serta pesan dakwah yang disampaikan.¹⁵

2. Penelitian Sholihatul Atik Hikmawati & Luluk Farida dengan judul jurnal penelitian “Pemanfaatan Media TikTok sebagai Media Dakwah bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok memiliki banyak manfaat sebagai alat dakwah. Dalam konteks pemanfaatan TikTok oleh Dosen sebagai media dakwah, terdapat dua bentuk pemanfaatan utama, yaitu sebagai media komunikasi dan sebagai media dakwah. Kesimpulannya, TikTok dapat dianggap efektif sebagai sarana dakwah jika digunakan dengan tepat dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Secara menyeluruh, dakwah di TikTok dapat dianggap sebagai bentuk dakwah milenial yang inovatif, mampu menarik perhatian para pengikut untuk membagikannya di platform media sosial yang mereka gunakan.¹⁶
3. Penelitian Ayu Febriana dengan judul jurnal penelitian “Pemanfaatan TikTok sebagai Media Dakwah; Studi Kasus Ustadz Syam, di Akun @syam_elmarusy”. Dari hasil penelitian, terungkap bahwa TikTok dapat dioptimalkan untuk menyampaikan pesan dakwah, seperti yang ditunjukkan oleh Ustadz Syam melalui akun @syam_elmarusy. Pemanfaatan kelebihan TikTok, terutama visual yang menarik, memungkinkan Ustadz Syam menyampaikan

¹⁵ Riska Amelia, “Pesan Dakwah Husain Basyaiban dalam Konten Tiktok” (Jambi, UIN Sulthan Thaha Saifuddin, 2021), 6.

¹⁶ Sholihatul Atik Hikmawati dan Luluk Farida, “Pemanfaatan Media TikTok sebagai Media Dakwah bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang,” *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 2, no. 1 (2021): 1.

pesan dakwah yang tetap berlandaskan Al-Qur'an dan Hadis. Konten dakwah tersebut mencakup ajaran Islam terkait aqidah, syariat, dan akhlak/muamalah, dengan tujuan agar dapat diterima dengan mudah oleh generasi pengguna TikTok sebagai khalayak dakwah.¹⁷

G. Kerangka Teori

1. Pengertian Etika Komunikasi

Secara etimologi atau asal-usul kata, istilah "etika" berasal dari bahasa Yunani, yakni *Ethos*. *Ethos* dalam bentuk tunggal dapat diartikan sebagai tempat tinggal yang umum, padang rumput, kandang, adat, akhlak, perasaan, atau cara berpikir. Dalam bentuk jamaknya, ta etha, mengandung makna adat dan kebiasaan.¹⁸ Definisi lain mengenai etika adalah sebagai kajian atau bidang ilmu yang mengulas mengenai tindakan atau perilaku manusia, dengan menilai mana yang dianggap baik dan mana yang dianggap buruk. Etika sering disebut sebagai ilmu normatif karena berisi aturan-aturan yang dapat menjadi pedoman untuk menilai apakah suatu perilaku dianggap baik atau buruk.¹⁹

Pengertian lebih jauh mengenai etika dapat dipahami dari pengertian menurut para ahli. Magnes dalam Harahap mengemukakan bahwa etika

¹⁷ Ayu Febrina, "Pemanfaatan TikTok sebagai Media Dakwah; Studi Kasus Ustadz Syam, di Akun @syam_elmarusy," *KOMUNIDA : MEDIA KOMUNIKASI DAN DAKWAH* 11, no. 02 (2021): 180.

¹⁸ Joko Susanto, "Etika Komunikasi Islami," *WARAQAT : Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman* 1, no. 1 (19 September 2020): 11.

¹⁹ Tuty Mutiah dkk., "Etika Komunikasi dalam Menggunakan Media Sosial," *Globa Komunika* 1, no. 1 (2019): 16.

merupakan penyelidikan filsafat terhadap kewajiban-kewajiban manusia dan konsep mengenai apa yang dianggap baik dan buruk.²⁰ Imam Al-Qurthubi menjelaskan bahwa etika atau akhlak merujuk pada karakteristik seseorang, yang memungkinkannya berinteraksi dengan orang lain.²¹ Bertens menyampaikan bahwa etika memiliki dua makna: sebagai praktis dan sebagai refleksi. Sebagai praktis, etika merujuk pada nilai-nilai dan norma-norma moral yang diterapkan atau bahkan tidak diterapkan, meskipun seharusnya dilakukan. Etika sebagai praktis dapat diartikan sama dengan moral atau moralitas, yakni pandangan mengenai apa yang wajib dilakukan, tidak boleh dilakukan, layak dilakukan, dan sebagainya. Sementara itu, etika sebagai refleksi mencakup pemikiran moral.²²

Dalam konteks bahasa, pengertian komunikasi dapat dilihat dari asal-usul kata, di mana kata "komunikasi" berasal dari bahasa Inggris, yaitu "*communication*," yang memiliki akar kata dalam bahasa Latin, yaitu "*comunicare*." Kata "*comunicare*" memiliki tiga kemungkinan arti, yakni "*to make common*" yang berarti membuat sesuatu menjadi umum, "*cum + munus*"

²⁰ Barkah Hadamean Harahap, "Etika Komunikasi dalam Berdakwah," *Jurnal Tadbir* 1, no. 2 (2019): 234.

²¹ Tri Indriyanti, Khairil Ikhsan Siregar, dan Zulkifli Lubis, "Etika Interaksi Guru dan Murid Menurut Perspektif Imam Al Ghazali," *Jurnal Online Studi Al-Qur'an* 11, no. 2 (1 Januari 2017): 131.

²² Etika Pujianti, "Etika dalam Pendidikan Agama Islam," *Jurnal Mubtadiin* 8, no. 01 (2022): 38.

yang merujuk pada saling memberikan sesuatu sebagai hadiah, dan "*cum + munire*" yang mengandung makna membangun pertahanan bersama.²³

Komunikasi merupakan suatu proses pertukaran informasi antara individu menggunakan lambang-lambang, tanda-tanda, dan tingkah laku. Dalam pengertian ini, komunikasi juga dijelaskan sebagai cara untuk menukar ide dengan pihak lain, baik melalui percakapan, pidato, penulisan, maupun melalui korespondensi.²⁴ Anwar Arifin dalam Turnip dan Siahaan menjelaskan komunikasi merupakan suatu jenis proses sosial yang terkait erat dengan aktivitas manusia, serta penuh dengan pesan dan perilaku.²⁵ Menurut Effendy dalam Purwatiningsih dkk komunikasi adalah proses dimana seseorang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan memberitahu, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik melalui komunikasi lisan secara langsung maupun melalui media secara tidak langsung.²⁶

Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa etika komunikasi adalah ilmu yang mempertimbangkan kebaikan atau keburukan dalam cara berkomunikasi.²⁷ Etika komunikasi merupakan standar, nilai, atau

²³ Muhammad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 52.

²⁴ A. M. Ismatulloh, "Etika Berkomunikasi dalam Al-Qur'an Analisis Penafsiran Hasbi Ash-Shiddieqi dalam Tafsir An-Nur," *LENTERA: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi* 1, no. 2 (15 Desember 2017): 130.

²⁵ Ezra Yora Turnip dan Chontina Siahaan, "Etika Berkomunikasi dalam Era Digital," *Intelektiva* 3, no. 4 (2021): 40.

²⁶ Sri Desti Purwatiningsih, Riski Inayah, dan Solten RadjaGukguk, "Etika Komunikasi dalam Penggunaan Media Sosial Facebook sebagai Sarana Media Interaksi," *Jurnal Ikon* 26, no. 3 (2020): 255.

²⁷ Ditha Prasanti dan Sri Seti Indriani, "Etika Komunikasi dalam Media Sosial bagi Ibu-Ibu PKK di Desa Mekarmukti Kab.Bandung Barat (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Etika

kriteria tingkah laku yang berlaku dalam konteks komunikasi di suatu masyarakat.²⁸ Maka dengan demikian, secara sederhana etika komunikasi adalah nilai baik dan buruknya suatu komunikasi yang ditentukan oleh batasan-batasan yang sudah ditetapkan berdasarkan nilai dan norma yang berlaku di masyarakat dan dalam agama Islam.

Etika komunikasi adalah suatu batasan-batasan atau aturan yang harus diperhatikan dalam berkomunikasi agar komunikasi yang dilakukan tidak melanggar ketentuan yang telah diatur dalam norma masyarakat pada umumnya. Alangkah lebih baik lagi jika komunikasi dapat dilaksanakan sebaik mungkin dengan memperhatikan etika-etika yang berlaku di masyarakat khususnya etika yang sesuai dengan agama Islam. Komunikasi yang beretika seharusnya dapat memberikan pengaruh yang baik terhadap lawan bicara sehingga isi pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan baik oleh pendengar sebagai objek dalam komunikasi.

Fungsi utama dalam etika komunikasi sebagaimana yang dijelaskan dalam jurnal artikel oleh Tobias Eberwein & Colin Porlezza yang menyebutkan bahwa *communication ethics have a key function in the process of evaluating and assessing human behavior*.²⁹ Pernyataan tersebut bermakna bahwa etika

Komunikasi dalam Media Sosial bagi Ibu-Ibu PKK di desa Mekarmukti Kab.Bandung Barat),” *Profetik: Jurnal Komunikasi* 10, no. 1 (1 April 2017): 25.

²⁸ A. Fikri Amiruddin Ihsani dan Novi Febriyanti, “Etika Komunikasi Sebagai Kontrol Kesalehan Virtual dalam Perilaku Bermedia Masyarakat di Era Digital,” *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial* 2, no. 1 (26 Februari 2021): 26.

²⁹ Tobias Eberwein dan Colin Porlezza, “Both Sides of the Story: Communication Ethics in Mediatized Worlds: Communication Ethics in Mediatized Worlds,” *Journal of Communication* 66, no. 2 (April 2016): 328, <https://doi.org/10.1111/jcom.12216>.

komunikasi mempunyai fungsi utama dalam proses mengevaluasi dan menilai perilaku manusia. Hal ini tentunya didasarkan pada kebiasaan manusia yang tidak terlepas dari komunikasi dalam berinteraksi satu sama lain sehingga dari komunikasi tersebut dapat dilihat bagaimana perilaku manusia terhadap manusia yang lain.

2. Prinsip-Prinsip Komunikasi

Prinsip-prinsip komunikasi adalah pedoman dasar yang membantu individu dalam berinteraksi secara efektif. Berikut adalah beberapa prinsip utama yang penting dalam komunikasi.³⁰

a. Jujur

Komunikasi Islam berpedoman pada dua sumber utama ajaran Islam, yaitu Al-Qur'an dan As-Sunnah. Prinsip-prinsip dasar komunikasi dalam Islam diambil dari kedua sumber ini. Memahami prinsip-prinsip ini akan membantu seseorang berkomunikasi sesuai dengan aturan Islam. Prinsip-prinsip ini berlaku untuk semua bentuk komunikasi antar manusia.

Salah satu prinsip komunikasi Islam adalah kejujuran. Ucapan dapat merusak reputasi seseorang atau bahkan menyebabkan konflik. Oleh karena itu, kejujuran dalam menyampaikan pesan adalah prinsip dasar dalam komunikasi Islam. Tidak tegaknya prinsip ini dapat berakibat fatal bagi kehidupan manusia.

³⁰ Muhammad Ilmi Saggaf dkk., "Prinsip Komunikasi Islam Sebagai Etika Bermedia Sosial," *Journal of Communication Studies* 1, no. 01 (7 Februari 2021): 24–26, <https://doi.org/10.37680/jcs.v1i01.698>.

Dalam interaksi sosial, orang yang memiliki akhlak baik berbeda dengan orang biasa. Mereka tidak mudah memutar balikkan fakta. Memutar balikkan fakta adalah fitnah yang dapat menimbulkan ketidakharmonisan hubungan. Akibatnya, orang yang baik bisa dianggap sebagai pengkhianat, dan pengkhianat bisa dipuji sebagai pahlawan. Selain itu, hubungan dengan kerabat bisa menjadi renggang dan komunikasi dengan tetangga tidak harmonis.

b. Pesan Positif

Prinsip lain dalam komunikasi Islam adalah menyampaikan pesan yang positif tanpa merugikan pihak mana pun. Pesan positif sangat berpengaruh pada kebahagiaan seseorang, apapun kondisinya.

c. *Tabayyun*

Konsep *tabayyun* (verifikasi informasi) sangat diperhatikan dalam proses komunikasi. Islam menekankan agar komunikator selalu berpegang pada etika, terutama saat menggunakan media. Ini sejalan dengan fatwa Majelis Ulama Indonesia nomor 24 tahun 2017 yang menyatakan bahwa menyebarkan berita hoaks atau informasi palsu adalah haram, meskipun tujuannya baik, seperti menyebarkan berita kematian orang yang sebenarnya masih hidup. Sebagai agama yang lengkap dan sempurna, Islam telah menetapkan pedoman bagi seseorang yang ingin memberikan informasi.

d. *Silm*

Tujuan akhir dari proses komunikasi adalah menciptakan kehidupan yang damai dan nyaman (silm) dalam perspektif Islam. Komunikasi seharusnya tidak disalahgunakan untuk menakut-nakuti, seperti menyebarkan berita tentang bencana yang akan terjadi, atau menghina melalui status di media sosial yang bertujuan untuk menyakiti orang lain. Salah satu bukti bahwa prinsip silm ini penting dalam komunikasi adalah celaan Allah SWT terhadap orang yang suka mengumpat dan mencela, baik dengan kata-kata maupun perbuatan, sebagaimana disebutkan dalam surat Al-Humazah ayat 1. Meskipun para ulama tafsir berbeda dalam mengartikan kata humazah dan lumazah, secara umum kata tersebut berarti menghina dan merendahkan.

Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, individu dapat meningkatkan kualitas komunikasi dan membangun hubungan yang lebih baik dalam berbagai konteks sosial.

3. Etika-Etika Komunikasi

Etika komunikasi memiliki dampak signifikan terhadap komunikasi yang dilaksanakan, hal ini diungkapkan oleh Ronald C. Arnett dkk yang menyebutkan bahwa *communication ethics has, for good or ill, a generosity of transmission beyond its initial acts of exchange*.³¹ Pernyataan tersebut dapat dimaknai bahwa etika komunikasi, baik atau buruk, memiliki kemurahan hati dalam melakukan transmisi melampaui tindakan pertukaran awalnya. Hal

³¹ Ronald C. Arnett, Leeanne M. Bell, dan Janie M. Harden Fritz, "Dialogic Learning as First Principle in Communication Ethics," *Atlantic Journal of Communication* 18, no. 3 (27 Juli 2010): 115, <https://doi.org/10.1080/15456871003742021>.

tersebut dapat dipahami bahwa etika komunikasi bahwa dalam komunikasi jika disertai dengan kemurahan hati dalam pertukaran informasi maka tindakan tersebut memiliki suatu etika. Etika komunikasi menurut Jalaluddin Rakhmat dalam Ariani berdasarkan prinsip-prinsip komunikasi dalam Al-Qur'an yaitu ada 6 prinsip sebagai berikut³²:

- a. *Qaulan Karima* (perkataan yang mulia)
- b. *Qaulan Sadida* (perkataan yang benar/lurus)
- c. *Qaulan Ma'rufa* (perkataan yang baik)
- d. *Qaulan Baligha* (perkataan yang efektif, terbuka, transparan)
- e. *Qaulan Layyina* (perkataan yang lemah lembut)
- f. *Qaulan Maisura* (perkataan yang pantas)

Menurut Tutty Alawiyah dalam Fatimah pendakwah haruslah memiliki etika dalam berdakwah yang sesuai dengan ajaran Islam. Etika-etika tersebut adalah sebagai berikut³³:

- a. *Al-Shidq* (benar, tidak dusta), yakni meliputi kasad (niat), perkataan dan perbuatan.
- b. *Al-Shabr* (sabar dan tabah) sabar terbagi menjadi tiga, yakni; sabar dalam ketaatan kepada Allah Swt, sabar dalam meninggalkan kemaksiatan, dan sabar dalam menghadapi musibah atau bahaya.
- c. *Ar-rahmah* (rasa kasih sayang).

³² Anita Ariani, "Etika Komunikasi Dakwah menurut Al-Quran," *Alhadharah Jurnal Ilmu Dakwah* 11, no. 21 (2012): 16.

³³ Siti Rohmatul Fatimah, "Konsep Etika dalam Dakwah," *Jurnal Ilmu Dakwah* 38, no. 2 (30 Juli 2019): 244.

- d. *Tawadu'* (merendahkan diri, tidak sombong).
- e. Suka bergaul.
- f. Amanah (terpercaya), sifat utama yang harus dimiliki seorang pendakwah sebelum sifat-sifat yang lain.

Menurut Wahyudin dan Karimah dalam Afriani dan Azmi menyebutkan ada beberapa etika berkomunikasi di media sosial antara lain³⁴:

- a. Sebaiknya memposting konten yang bermanfaat atau berfaedah untuk kepentingan bersama.
- b. Sebelum memposting sebaiknya memeriksa dan mempertimbangkan kembali hal-hal yang akan diposting dan hal yang perlu diperhatikan adalah menghindari konten yang akan menimbulkan konflik seperti kekerasan, hoax, pornografi dan isu SARA.
- c. Dapat membedakan hal yang termasuk ranah ruang pribadi dan ranah publik, sehingga sebelum memposting perlu mempertimbangkan yang seharusnya tidak untuk di publikasikan.
- d. Berkomunikasi dengan santun.
- e. Memberikan komentar secara bijak dan sopan.
- f. Gambar yang mempunyai hak cipta tidak boleh ditiru.
- g. Memberikan komentar dengan bahasa santun.

4. Pengertian Dakwah

³⁴ Febi Afriani dan Alia Azmi, "Penerapan Etika Komunikasi di Media Sosial: Analisis Pada Grup WhatsApps Mahasiswa PPKn Tahun Masuk 2016 Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang," *Journal of Civic Education* 3, no. 3 (2020): 333.

Dakwah dalam bahasa Arab memiliki akar kata dari (*da'a yad'u, da'watan*), yang artinya adalah menyeru, memanggil, mengajak, dan menjamu.³⁵ Menurut syekh Ali Mahfudz dalam Bungo dakwah adalah tindakan mengajak manusia untuk melakukan perbuatan baik dan mengikuti petunjuk, memerintahkan untuk berbuat kebaikan, dan melarang dari perbuatan yang buruk. Tujuannya adalah agar mereka dapat mencapai kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat.³⁶ Menurut H. M. Arifin dalam Daulay dakwah adalah upaya ajakan yang dilakukan secara sadar dan terencana melalui berbagai medium seperti lisan, tulisan, tingkah laku, dan lainnya. Tujuannya adalah mempengaruhi orang lain, baik secara perorangan maupun kelompok, agar mereka memahami, menyadari, menghayati, dan mengalami ajaran agama. Pentingnya disampaikan sebagai pesan tanpa unsur paksaan.³⁷ Pengertian lain mengenai dakwah juga disampaikan oleh Eko Hendro Saputra dkk yang menyatakan bahwa *scientifically, the concept of da'wah can be understood as an effort to introduce, teach and convey religious beliefs to other people or groups*.³⁸ Pernyataan tersebut bermakna bahwa secara ilmiah, konsep dakwah

³⁵ Novri Hardian, "Dakwah dalam Perspektif Al-Qur'an dan Hadits," *Al Hikmah Jurnal Dakwah dan Ilmu Komunikasi* 5, no. 1 (2018): 42.

³⁶ Sakareeya Bungo, "Pendekatan Dakwah Kultural dalam Masyarakat Plural," *Jurnal Dakwah Tabligh* 15, no. 2 (2014): 212.

³⁷ Maslina Daulay, "Peran Organisasi Dakwah dalam Pelaksanaan Bimbingan dan Penyuluhan," *Hikmah* 8, no. 1 (2014): 100.

³⁸ Eko Hendro Saputra dkk., "Understanding Da'wah and Khatib," *Linguistics and Culture Review* 5, no. S1 (3 Agustus 2021): 277, <https://doi.org/10.21744/lingcure.v5nS1.1373>.

dapat dipahami sebagai upaya memperkenalkan, mengajarkan dan menyampaikan keyakinan agama kepada orang atau kelompok lain.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan pengertian dakwah adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk mengajak dan mempengaruhi orang agar dapat melaksanakan kebaikan dan berada di jalan kebenaran serta mencegah orang tersebut untuk berbuat keburukan. Dakwah dalam Islam merupakan ajakan untuk menyeru ajaran Islam kepada setiap orang baik kepada muslim maupun kepada non muslim untuk lebih mengenal ajaran yang terkandung dalam agama Islam.

5. Tujuan Dakwah

Tujuan dakwah secara jelas dapat dipahami dari definisi dakwah menurut Syekh Muhammad al-Khadir Husain dalam Aziz yang menjelaskan dakwah adalah upaya untuk mengajak manusia menuju kebajikan dan petunjuk, memberikan perintah untuk berbuat baik, serta melarang dari tindakan buruk. Semua ini dilakukan dengan tujuan agar individu tersebut mencapai kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat.³⁹ Dengan demikian dapat dipahami bahwa tujuan dari dakwah adalah meraih kebahagiaan dunia dan akhirat, tujuan ini merupakan tujuan dakwah dalam agama Islam. Selain memiliki tujuan, dakwah juga harus berpegang pada prinsip dakwah dalam pengembangan umat Islam sebagaimana yang disampaikan oleh Malik Ibrahim & Agus Riyadi yang menyatakan bahwa *the principle of Islamic community*

³⁹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2017), 10.

*development da'wah consists of ukhuwwah, ta'awun, and equality.*⁴⁰

Pernyataan tersebut bermakna bahwa Prinsip dakwah pengembangan umat Islam terdiri dari ukhuwwah, ta'awun, dan kesetaraan.

Selanjutnya tujuan dakwah dapat dibagi ke dalam tujuan utama dan tujuan khusus. Adapun tujuan utama dakwah adalah sebagai berikut:

- a. Mengajak seluruh manusia agar mengabdikan diri kepada Allah Yang Maha Esa dan menjauhi segala bentuk penyekutuan dengan-Nya.
- b. Mendorong kaum muslim untuk menjalani keyakinan mereka dengan tulus ikhlas karena Allah, serta menjaga agar setiap perbuatan mereka selaras dengan iman.
- c. Mengajak umat manusia untuk mengimplementasikan hukum-hukum Allah sebagai sarana mencapai kesejahteraan dan keselamatan umat manusia secara keseluruhan.

Tujuan khusus dakwah:

- a. Mengajak umat Islam untuk terus meningkatkan tingkat takwa mereka kepada Allah Swt.
- b. Membimbing individu yang baru memeluk agama Islam untuk memperkuat dasar keislamannya.

⁴⁰ Malik Ibrahim dan Agus Riyadi, "Concepts and Principles of Da'wah in The Frame of Islamic Community Development," *Prosperity: Journal of Society and Empowerment* 3, no. 1 (29 Juni 2023): 31, <https://doi.org/10.21580/prosperity.2023.3.1.13716>.

- c. Memberikan pendidikan dan bimbingan kepada anak-anak agar tetap berada dalam garis fitrah agama Islam.⁴¹

6. Unsur-Unsur Dakwah

Keberhasilan suatu dakwah tidak terlepas dari terpenuhinya elemen-elemen dakwah yang merupakan faktor penting dalam mewujudkan dakwah yang dapat mencapai tujuannya. Elemen tersebut merupakan unsur-unsur yang membangun dakwah, adapun unsur-unsur tersebut antara lain meliputi⁴²:

a. Subjek Dakwah

Subjek dakwah merupakan seorang yang melakukan dakwah yang dapat disebut sebagai pendakwah. Masyarakat lebih mengenal pendakwah sebagai seorang ustadz, ulama, kiyai, dan habaib yang selalu mengingatkan kepada manusia agar tetap berada di jalan yang benar sesuai dengan tuntunan dalam Islam. Dalam melaksanakan dakwah seorang pendakwah haruslah mengikuti cara Rasulullah dalam berdakwah agar dakwah yang dilaksanakan dapat meraih tujuan yang diharapkan.

b. Materi Dakwah

Materi dakwah merupakan isi dakwah. Dalam Islam isi dakwah yang harus disampaikan merupakan nilai-nilai keislaman yang terkandung dalam Al-Qur'an dan Hadits sebagai pedoman bagi umat Islam dalam menjalani hidup di dunia ini. Materi dakwah haruslah dapat dikuasai oleh

⁴¹ Moh Jalaluddin, "Media Dakwah: Pemanfaatan Buletin sebagai Media Dakwah," *El-Fatih* 1, no. 1 (2022): 64.

⁴² Nurwahidah Alimuddin, "Konsep Dakwah dalam Islam," *Jurnal Hunafa* 4, no. 1 (2007): 76.

pendakwah agar penyampaian dakwah dapat dimengerti oleh orang yang didakwahi.

c. Metode Dakwah

Metode dakwah merupakan cara yang digunakan dalam berdakwah. Cara yang digunakan oleh pendakwah dalam berdakwah haruslah menggunakan cara yang baik sesuai dengan tuntunan dalam agama Islam.

d. Tujuan Dakwah

Dakwah tentunya memiliki tujuan yang ingin dicapai, dalam agama Islam tujuan dakwah adalah untuk menyelamatkan manusia dari jalan kesesatan menuju jalan kebenaran sehingga dapat membentuk pribadi yang bertaqwa kepada Allah Swt dan selalu mendirikan ibadah yang sudah menjadi kewajiban manusia di dunia sebagaimana Firman Allah Swt dalam Q.S. Az-Zariyat/51:56.

﴿٥٦﴾ وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

Terjemah:

“Tidaklah Aku menciptakan jin dan manusia kecuali untuk beribadah kepada-Ku.”⁴³

7. Metode Dakwah

Metode dakwah merupakan cara yang dapat digunakan oleh pendakwah dalam menyampaikan isi dakwah. Al-Qur'an telah menjelaskan

⁴³ Kementerian Agama RI, “Terjemah Kemenag 2019.”

secara tersirat mengenai metode dakwah dalam Firman Allah Swt Q.S. an-Nahl/16:125.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِهِمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Terjemah:

“Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk”.⁴⁴

Berdasarkan ayat di atas dapat dipahami dalam berdakwah ada beberapa cara yang harus dilakukan agar dakwah dapat diterima dengan baik.

Cara atau metode tersebut adalah sebagai berikut⁴⁵:

- a. Metode Hikmah, adalah metode dalam berdakwah dengan cara mengajak orang-orang untuk melakukan sesuatu secara cepat, ada keserasian antara teori dan penerapannya di kehidupan sehari-hari.
- b. Metode mauidzah hasanah, adalah metode dakwah dengan cara menasehati orang-orang agar tetap pada jalan kebenaran. Nasehat yang diberikan haruslah disampaikan dengan baik sehingga dapat menyentuh hati orang-orang yang didakwahi.
- c. Metode berdebat, adalah metode yang digunakan dengan beradu pendapat dengan orang yang memiliki pendapatnya sendiri mengenai

⁴⁴ Kementerian Agama RI.

⁴⁵ Waluyo Satrio Adji dan Arbain Nurdin, “Metodologi Dakwah Islam di Zaman Milenial (Analysis of Dakwah Method by K. H. Taufiqurrahman ‘Ustadz Pantun’),” dalam *Dakwah, Local Wisdom and Transnational Islam* (International Seminar on “Dakwah, Local Wisdom and Transnational Islam,” Banjarmasin: UIN Antasari, 2018), 118.

suatu hal. Berdebat dapat memberikan peluang untuk bisa bertukar pikiran dan menemukan kebenaran yang sesuai dengan ajaran Islam.

Metode-metode di atas adalah suatu cara atau pendekatan yang dapat digunakan oleh pendakwah dalam menyampaikan dakwahnya. Tentunya dalam berdakwah harus ada prinsip yang dipegang prinsip yang dapat dipegang dalam berdakwah sebagaimana yang disampaikan oleh Faridah Mohd Sairi dkk yang menyebutkan dalam artikel jurnalnya bahwa *according to Said Nursi, there are various approaches of da'wah established from the Quran and Rasāil al-Nūr was based on six principles. The first principle is to serve faith (Iman) and the Quran. The second principle is sincerity. The third principle is brotherhood/kinship. The fourth principle is al-'ajzu (weakness), syafaqah (sympathy), poverty and contemplation. The fifth principle is loyalty and firmness. Lastly, the sixth principle is determination and absolute gratitude.*⁴⁶ Pendapat tersebut bermakna bahwa menurut Said Nursi, pendekatan dakwah ada bermacam-macam berdasarkan Al-Qur'an dan Rasāil al-Nūr didasarkan pada enam prinsip. Prinsip pertama adalah mengabdikan pada iman (Iman) dan Al-Quran. Prinsip kedua adalah keikhlasan. Prinsip ketiga adalah persaudaraan/kekerabatan. Prinsip keempat adalah al-'ajzu (kelemahan), syafaqah (simpati), kemiskinan dan kontemplasi. Prinsip kelima adalah kesetiaan dan keteguhan. Terakhir, prinsip keenam adalah tekad dan rasa syukur yang mutlak.

⁴⁶ Faridah Mohd Sairi dkk., "The Quranic Da'wah of Bediuzzaman Said Nursi: A Review," *Journal of Contemporary Islamic Studies* 9, no. 2 (2023): 3.

8. Macam-Macam Media Dakwah

Ada banyak media dakwah yang berperan sebagai perantara pendakwah dalam menyampaikan dakwahnya. Dilihat dari banyaknya jumlah penerima dakwah atau objek dakwah maka media dakwah dapat diklasifikasikan sebagai berikut⁴⁷:

a. Media Massa

Media massa digunakan dalam komunikasi ketika audiensnya berjumlah besar dan berlokasi geografis yang jauh. Media massa yang sering diterapkan dalam kehidupan sehari-hari melibatkan surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop yang berfokus pada penyampaian informasi dakwah.

b. Media Non Massa

Media ini dimanfaatkan dalam komunikasi untuk tujuan yang lebih spesifik atau untuk kelompok tertentu, seperti surat, telepon, SMS, telegram, faks, papan pengumuman, CD, e-mail, dan sejenisnya. Semua media tersebut dapat dikategorikan sebagai sarana komunikasi yang tidak bersifat massal dan memiliki karakteristik komunikasi yang lebih terfokus.

Selain media di atas, ada berbagai macam media dakwah lagi yang dapat digunakan oleh pendakwah agar isi dakwah dapat tersampaikan. Media-media tersebut adalah sebagai berikut:⁴⁸

⁴⁷ Aminuddin, "Media Dakwah," *Al-Munzir* 9, no. 2 (2016): 349.

⁴⁸ Istina Rakhmawati, "Perkembangan Media sebagai Sarana Dakwah," *At-Tabasyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 4, no. 1 (2016): 54–57.

a. Media Tatap Muka

Media ini adalah media yang pelaksanaannya adalah dengan secara langsung bertemu dengan objek dakwah atau orang yang hendak didakwahi sehingga terjadi kontak secara langsung antara pendakwah dan penerima dakwah. Media ini dapat dikatakan efektif karena komunikasi secara langsung akan lebih menjamin tersampainya informasi kepada penerima informasi dan respon pun dapat dilihat secara langsung.

b. Media Audio Visual

Media ini adalah penyampaian dakwah dengan memanfaatkan audio visual dalam berbagai macam bentuk seperti teater, film, dan televisi. Dengan menggunakan media ini maka pembawaan dakwah akan terasa lebih berwarna dan menarik bagi penerima dakwah.

c. Media Visual

Media ini adalah penyampaian dakwah dengan memanfaatkan visualisasi dalam bentuk foto. Foto tersebut misalnya menampilkan kejadian-kejadian alam yang dapat mengingatkan orang agar lebih mengingat kekuasaan Allah Swt. Selain itu, dapat juga berupa foto mengenai ilustrasi surga dan neraka sehingga orang-orang akan lebih mengingat akhirat sebagai tujuan akhir dalam menjalani kehidupan.

d. Media Audio

Media ini adalah penyampaian dakwah dengan memanfaatkan audio seperti siaran radio, kaset-kaset khutbah atau pelajaran. Media audio ini sering diputar oleh pengelola masjid sebagai tanda dekatnya waktu

adzan akan tiba. Dengan demikian, dapat mengingatkan orang-orang agar segera bersiap untuk melaksanakan shalat.

e. Media Lisan

Media ini adalah dakwah yang disampaikan melalui penyampaian lisan oleh pendakwah kepada orang yang didakwahi misalnya dalam khutbah, tabligh atau ceramah agama. Isi lisan haruslah bermakna yaitu berisi pelajaran yang baik sehingga dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

f. Media Elektronik

Media ini seperti internet, televisi, radio dan sebagainya yang dimanfaatkan sebagai media dalam berdakwah. Media ini merupakan akibat dari adanya perkembangan teknologi yang pesat hingga saat ini. Dakwah saat ini dapat dilaksanakan melalui internet yang dapat ditemukan dalam media sosial seperti instagram, facebook, dan TikTok.

9. Pengertian TikTok

Pengertian TikTok dapat dipahami dalam uraian berikut

*TikTok is a music creative short video social software, which is a 15-second music short video community based on contemporary young people. Users of this software can choose their own music interface, add special effects such as beauty and slow motion, and then create their favorite short video of music.*⁴⁹

⁴⁹ Shuai Yang, Yuzhen Zhao, dan Yifang Ma, "Analysis of the Reasons and Development of Short Video Application—Taking Tik Tok as an Example," dalam *9th International Conference on Information and Social Science (ICISS 2019)* (ICISS 2019, Manila: Francis Academic Press, 2019), 340.

TikTok adalah perangkat lunak sosial video pendek kreatif musik, yang merupakan video pendek musik berdurasi 15 detik komunitas berbasis generasi muda kontemporer. Pengguna perangkat lunak ini dapat memilih sendiri antarmuka musik, tambahkan efek khusus seperti kecantikan dan gerakan lambat, lalu membuat video pendek musik favorit mereka.

H. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan studi kepustakaan (*library research*) yang menggunakan pendekatan kualitatif. Studi kepustakaan adalah jenis penelitian yang dilakukan dengan menganalisis bahan-bahan kepustakaan yang diperoleh dari sumber bacaan seperti literatur dan referensi lainnya. Dalam penelitian ini studi kepustakaan yang dilakukan penulis adalah dengan menelaah bahan bacaan yang berkaitan dengan etika komunikasi dalam berdakwah yang dikaitkan dengan aktivitas dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Agam Fachrul Samudra di aplikasi TikTok.

Penelitian kualitatif adalah pendekatan penelitian yang mengkaji fenomena sosial yang terjadi di tengah masyarakat yang menimbulkan adanya dampak perubahan sosial atas adanya fenomena sosial tersebut. Fenomena sosial yang dimaksud dalam penelitian ini adalah aktivitas dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Agam Fachrul Samudra yang saat ini banyak disenangi dan digandrungi oleh kalangan muda karena dakwahnya yang dilakukan melalui aplikasi TikTok. Selain itu, penelitian kualitatif dalam menyajikan data

dan hasil penelitian menggunakan kata-kata, kalimat maupun simbol yang menggambarkan secara jelas dan rinci mengenai hasil temuan yang didapatkan dari penelitian yang telah dilakukan.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah Ustadz Agam Fachrul Samudra. Objek penelitian ini adalah bentuk etika komunikasi dakwah pada media TikTok.

3. Data dan Sumber Data

Data dalam penelitian ini meliputi:

a. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini adalah etika komunikasi dakwah yang terdapat dalam aktivitas dakwah oleh Ustadz Agam Fachrul Samudra di aplikasi TikTok.

b. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini adalah buku-buku, jurnal maupun hasil penelitian lainnya yang relevan dengan penelitian ini yang berkaitan dengan etika komunikasi dakwah.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi:

a. Observasi

Observasi merupakan kegiatan pengamatan terhadap objek kajian yang diteliti. Pengamatan tersebut dilakukan dengan mencatat hal-hal penting yang dapat dijadikan data dalam penelitian. Dalam penelitian ini observasi digunakan untuk mengamati video-video yang merupakan

konten dakwah Ustadz Agam Fachrul Samudra dalam akun TikTiknya sehingga akan didapatkan data dalam penelitian ini.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah rekaman dari peristiwa yang telah terjadi. Jenis dokumentasi melibatkan bentuk gambar, seperti foto, gambar hidup, sketsa, dan sebagainya. Selain itu, dokumentasi juga bisa berupa karya seni, seperti gambar, patung, film, dan lain-lain.⁵⁰ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dokumentasi untuk mengumpulkan data dan merekam konten TikTok. Metode yang digunakan adalah dengan mengunduh video dari akun TikTok Ustadz Agam Fachrul Samudra melalui aplikasi TikTok.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes. Teori analisis semiotika yang diperkenalkan oleh Barthes mencakup proses pemaknaan yang terdiri dari beberapa tingkat atau signifikansi. Tingkat pertama disebut denotasi, yang melibatkan penanda dan pertanda. Di tingkat kedua, terdapat konotasi, yang merupakan makna lebih mendalam yang melibatkan penanda dan pertanda dari tingkat pertama. Berdasarkan teori ini, langkah-langkah yang diambil oleh peneliti adalah sebagai berikut:

⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: IKAPI, 2018), 240.

- a. Mengenali penanda dan pertanda serta makna yang terkait dengan etika komunikasi dalam dakwah Ustadz Agam Fachrul Samudra di platform TikTok.
- b. Menafsirkan masing-masing jenis yang telah diidentifikasi dalam konten dakwah yang ada di akun TikTok Ustadz Agam Fachrul Samudra.
- c. Memberikan makna secara menyeluruh terhadap bentuk-bentuk etika komunikasi yang terdapat dalam konten dakwah tersebut.
- d. Menyusun kesimpulan dari hasil langkah-langkah yang sudah diidentifikasi sebelumnya.

I. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun dalam V bab pembahasan, penjelesannya sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan, meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi istilah, penelitian terdahulu, kerangka teori, metode penelitian, sistematika penulisan.
2. Bab II Biografi Singkat Ustadz Agam Fachrul Samudra dan Gambaran Umum TikTok, meliputi biografi singkat Ustadz Agam Fachrul Samudra dan gambaran umum TikTok.
3. Bab III Etika Komunikasi Dakwah Ustadz Agam Fachrul Samudra pada Media TikTok

4. Bab IV Analisis Bentuk Etika Komunikasi Dakwah Ustadz Agam Fachrul Samudra pada Media TikTok
5. Bab V Penutup, meliputi simpulan dan rekomendasi.