

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam adalah agama terakhir yang diturunkan Allah melalui Nabi Muhammad Saw., sebagai wahyu Nabi terakhir dan sebagai jalan kebenaran untuk seluruh umat manusia, serta memiliki sumber kebenaran dan panutan umat dalam memecahkan sebuah persoalan yang dapat menyejukan hati yaitu Al-Qur'an dan Al-Hadits. Islam juga dikenal sebagai agama *Rahmatan lil alamin*, yaitu agama yang damai, selamat dan murni, dan menurut beberapa ulama Islam sendiri artinya adalah agama dakwah.

Dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu *da'a*, *yad'u*, *da'wan*, *du'a* yang berarti menyeru, mengajak, memanggil, dan permintaan. Adapun, ilmu dakwah menurut Islam yaitu mempengaruhi umat manusia dengan bijaksana kepada jalan yang telah Allah gariskan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat.¹ Agar tercipta suatu tatanan kehidupan yang Islami berdasarkan Al-Qur'an dan As-Sunnah, terdapat tiga cara penyampaian dakwah yaitu *bil-lisan*, *bil-kitabah*, dan *bil-hal* untuk menyiarkan agama Islam dalam kehidupan pribadi (*syahsiyah*), keluarga (*usrah*), dan masyarakat (*jama'ah*).²

¹ Toha Yahya Omar, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Offset Bumirestu, 1983), h. 1.

² Abdullah, *Ilmu Dakwah: Kajian Ontologi, Eppistemologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah* (Depok: Rajawali Pers, 2018), h. 12

Dakwah dalam penyampaianya memperhatikan beberapa aspek, salah satunya penggunaan kata dan bahasa yang disampaikan da'i. Perkataan yang lembut, benar dan jujur akan membekas didalam hati dan lebih mudah dipahami oleh mad'u. Begitu juga dengan perkataan yang kasar akan membuat mad'u tidak nyaman dan susah dipahami. Dakwah ialah sebuah komunikasi, komunikasi dua arah yang mengajak (da'i) kepada yang diajak (mad'u) untuk menyampaikan pesan-pesan agama.

Komunikasi adalah kegiatan penyampaian pesan baik secara langsung (primer) atau tidak langsung (sekunder), kepada individu atau kelompok masyarakat. Etika adalah filsafat moral, berkenaan dengan nilai-nilai yang berkaitan dengan *attitude* manusia, bagaimana seseorang harus bertindak, apakah suatu tindakan yang dilakukannya itu benar atau salah, baik atau buruk yang dinilai berdasarkan kebiasaan dan maksud. Dalam sebuah ceramah, etika merupakan materi dakwah yang disampaikan da'i tentang keagamaan, memberikan solusi dan penyelesaian dari masalah yang dihadapi, juga yang dipandang harus disampaikan untuk memberi kemudahan dan tidak memperkeruh suasana. Dalam penyampaian materi dakwah da'i hendaknya memiliki kemampuan penguasaan menyeluruh terhadap materi, dan kemampuan untuk menyampaikan dengan etika yang baik atau yang sering disebut prinsip dakwah.

Prinsip etika komunikasi dapat diwujudkan sebagai keabsahan dalam bersikap, berpikir, bertindak, berbicara dan sebagainya dalam aktivitas sehari-hari. Didalam Al-Qur'an sendiri terdapat 6 prinsip

komunikasi dakwah yaitu prinsip *qaulan karima* (perkataan yang mulia), prinsip *qaulan sadida* (perkataan yang benar/jujur), prinsip *qaulan ma'rufa* (perkataan yang baik), prinsip *qaulan baligha* (perkataan yang efektif/menyentuh hati), prinsip *qaulan layyina* (perkataan yang lemah lembut), dan prinsip *qaulan maisura* (perkataan yang pantas).³ Komunikasi memiliki media agar efektif dalam menyampaikan pesan yaitu media online dalam penelitian ini menggunakan media Youtube yang unggul dalam video. Video dakwah dan video lainnya yang mengajak kepada kebaikan dan mencegah dari kejahatan (*amar ma'ruf nahi munkar*) sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an dan Al-Hadits, dalam penelitian ini terdapat pada Youtube channel Shift Media Official oleh Gerakan Pemuda Hijrah yang dibina langsung oleh Ustadz Hanan Attaki.

Ustadz Tengku Hanan Attaki merupakan alumni Universitas Al-Azhar, Mesir pada tahun 2004 dengan Jurusan Tafsir Al-Qur'an. Ustadz gaul berpenampilan modis, memiliki suara yang merdu saat melantunkan Al-Qur'an dan memiliki suara yang khas saat berceramah. Ustadz Hanan merupakan ustadz yang terkenal dikalangan muda mudi yang ada di Indonesia karena dari beberapa dakwah beliau sering menguak masalah kehidupan sehari-hari, beliau juga menjelaskannya dengan bahasa yang ringan dan mudah dipahami maka tidak heran kajian beliau selalu dipenuhi para anak muda.

³ Anita ariani, *Etika Komunikasi Dakwah Menurut Al-Qur'an*, Jurnal Ilmu Dakwah Vol. 11 No. 21 (2012): h. 16.

Dalam kajiannya Ustadz Hanan juga sering menerjemahkan kata-kata yang ada di sejarah dan di Al-Qur'an dengan *storrtelling* bahasa (analogi) anak muda, dengan tujuan “agar kaum muda lebih paham, lebih *respect*, lebih suka mendengarkan sejarah Islam, lebih mengagumi (*nge-fans*) dengan tokoh-tokoh yang dikisahkan dalam Al-Qur'an dan juga lebih memahami situasi saat itu dengan menganalogikannya dengan keadaan dan situasi sekarang.” – kata Ustadz Hanan.

Storrtelling sendiri artinya adalah kegiatan mendongeng, yang menceritakan sebuah cerita kepada pendengar menggunakan kata-kata, permainan suara dan gerakan untuk menyatukan *frekuensi* agar memiliki pemahaman yang seirama tentang sebuah cerita yang disampaikan, juga memberi peluang kepada pendengar untuk mengungkapkan *imaginasi* dan ide kreatifnya.

Gerakan Pemuda Hijrah memiliki kajian rutin yaitu setiap rabu malam, tetapi memasuki tahun 2020 dengan datangnya wabah covid-19 kajian rutin yang itu dilakukan secara daring seperti *live* di channel Youtube ataupun Instagram, dan mengunggah rekaman video ceramah di sosial media yang mereka punya. Pada bulan ramadhan Shift menyuguhkan video singkat yang disampaikan oleh Ustadz Hanan Attaki dengan nama “Ramadhan Bersama UHA”, yang berisi 30 video selama 29 hari ramadhan dengan tema yang berbeda-beda setiap harinya. Dalam postingan itu merupakan video ceramah yang sudah direkam dan melalui proses editing yang dilakukan tim, berbeda dengan video ceramah yang dilakukan secara

langsung pada setiap malam kajian. Dakwah Ustadz Hanan merupakan jenis etika utilitarisme yaitu perkataan yang bermanfaat untuk orang lain dan orang banyak dengan penyampaian yang tertata, dan dalam kajian dakwah Ramadhan bersama UHA ini Shift menyampaikan pesan melalui dakwah *bil hal* yaitu menggunakan indera penglihatan dan pendengaran.

Berdasarkan penguraian dan penjelasan diatas peneliti ingin mengulik lebih dalam tentang penggunaan kata dan bahasa prinsip komunikasi dakwah berdasarkan Al-Qur'an pada ceramah Ustadz Hanan Attaki Lc di channel youtube Shift Media dalam program Ramadhan bersama UHA. Maka dengan itu dapat diangkat sebuah penelitian yang berjudul **“Etika Komunikasi Dakwah Ustadz Hanan Attaki, Lc Di Channel Youtube”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian dilatar belakang, maka ditemukan sebuah fokus penelitian ini yaitu Etika komunikasi dakwah dalam kajian Ustadz Hanan Attaki, Lc di channel youtube.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian dilatar belakang dan fokus penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mendeskripsikan prinsip etika komunikasi dakwah dalam kajian Ustadz Hanan Attaki, Lc di channel youtube.

2. Mengetahui penggunaan etika komunikasi dakwah kajian Ustadz Hanan Attaki, Lc di channel youtube dalam program Ramadhan bersama UHA.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dikemudian hari akan berguna sebagai:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi keilmuan dalam memperkaya dan membantu mengembangkan ilmu dakwah serta ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian dibidang etika komunikasi dakwah.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini juga diperlukan agar dapat memberikan manfaat pada pihak-pihak yang berkaitan.

- a. Untuk menambah wawasan tentang teori dan mengaplikasikan dari ilmu yang didapatkan pada perkuliahan khususnya ilmu etika komunikasi dakwah dan sebagai syarat memperoleh gelar sarjana.

- b. Bagi prodi komunikasi dan penyiaran Islam

Sebagai sumbangsih pemikiran karya ilmiah yang diperoleh oleh peneliti dalam penelitian ini.

E. Definisi Operasional

1. Etika Komunikasi Dakwah

Etika komunikasi dakwah ialah ajakan kepada umat yang berawal dari kekuatan lisan para da'i pada penyampaian pesan akhlak, aqidah, dan syariah yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadits. Dasar dalam berkomunikasi dengan orang lain umumnya menggunakan bahasa dan metode yang terencana dengan maksud mengubah sikap, perilaku, dan pola pikir seseorang menjadi lebih baik khususnya sesuai ajaran dan syari'at Islam

Prinsip atau etika komunikasi dakwah yang tertera di dalam Al-Qur'an yaitu *qaulan sadida*, *qaulan baligha*, *qaulan layyina*, *qaulan maysura*, *qaulan karima*, dan *qaulan ma'rufa*. Jadi, yang dimaksud prinsip-prinsip tersebut adalah etika komunikasi yang diterapkan oleh Ustadz Hanan Attaki, Lc dalam kajian dakwahnya di channel youtube.

2. Youtube

Youtube adalah media sosial yang sering digunakan pada zaman sekarang karena mudah digunakan dan dapat mencari apa saja di *platform* ini. Youtube mengizinkan penggunaanya untuk melakukan pengunggahan. Menonton, dan dapat berbagi video. Pengguna yang memiliki *channel* dapat mengunggah video dalam jumlah yang tidak terbatas, mempublikasikan dan menghapus video yang telah kita unggah,

dan dapat memberikan komentar pada sebuah video, tetapi pengguna yang tidak terdaftar hanya dapat menonton video.

Channel youtube dalam penelitian ini ialah channel youtube “Shift Media Official Channel”, channel resmi dari Gerakan Pemuda Hijrah yang dibuat pada tanggal 21 September 2017. Channel youtube Shift Media ini berisi tentang video kajian dakwah yang disampaikan setiap Rabu malam di Masjid Trans Studio Bandung oleh beberapa Ustadz, *One Minute Booster* yaitu tentang penyemangat atau penguat iman untuk menyelesaikan masalah sehari-hari agar lebih tenang dan terarah menjalani hidup, dan juga Rekaman Shalat yang berisi tentang bacaan Al-Qur’an yang dilantunkan oleh Ustadz Hanan Attaki pada saat mengimami shalat. Dalam penelitian ini hanya meneliti 30 video kajian dakwah “Ramadhan Bersama UHA” pada tahun 2020/1441 Hijriah yang mengandung etika komunikasi dakwah dengan durasi 4 sampai 16 menit per kajian.

F. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka juga menunjang peneliti untuk menentukan cara pengolahan dan analisis data yang sesuai, yaitu berdasarkan gambaran penjelasan yang dilakukan para peneliti sebelumnya. Adapun penelitian terdahulu yang sudah pernah dilakukan dan menjadi garis ukur untuk melakukan penelitian ini diantaranya adalah:

1. Rika Ariani, Skripsi: *Etika Komunikasi Dakwah Dalam Serial Nussa di Channel Youtube Nussa Official*, (Banjarmasin: UIN Antasari, 2019).
Penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan etika komunikasi dakwah pada serial animasi yang digarap oleh studio animasi yang bernama The Little Giantz dan 4 Stripe Productions. Dalam penelitian yang menggunakan metode deskriptif ini, peneliti mengambil 10 serial yang berdurasi 3-4 menit, dan mendapat kesimpulan bahwa *qaulan ma'rufa* (perkataan yang baik dan bermanfaat) adalah etika komunikasi dakwah yang lebih dominan dari data yang diteliti.
2. Annisa Nahla Awal, Skripsi: *Penerapan Prinsip Komunikasi Islam Dalam Rubrik Hikmah Pada Situs Republika Online*, (Semarang: UIN Walisongo, 2018). Penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan prinsip komunikasi Islam yang ada pada tulisan tersebut. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data tertulis berupa naskah tulisan/artikel keislaman yang dimuat di rubrik Hikmah pada situs Republika Online (www.republika.co.id) selama periode Desember 2017 sampai Januari 2018. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisis data yaitu analisis isi. Berdasarkan analisis yang diterapkan pada 27 artikel terkait penerapan prinsip-prinsip komunikasi Islam dalam rubrik Hikmah pada situs Republika Online, dapat diambil kesimpulan bahwa prinsip *qaulan sadidan* pada aspek perkataan yang jujur dan penggunaan kata-kata yang tidak ambigu (bermakna ganda) adalah yang dominan dalam penelitian ini.

3. Cut Santi Ala, Skripsi: *Analisis Pesan Dakwah pada Channel Youtube Hanan Attaki (Studi kasus Hubungan Antara Lawan Jenis)*, (Banda Aceh: UIN Ar Raniry, 2020). Penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan analisis pesan dakwah yang diunggah pada *channel* Youtube Shift Media/Gerakan Pemuda hijrah, yang menjelaskan tentang hubungan antara lawan jenis. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif yang diterapkan pada 15 video, dapat diambil kesimpulan pesan akhlak adalah yang dominan dalam penelitian ini.

Pada penelitian pertama yang disebutkan diatas sama-sama memiliki fokus pada etika komunikasi dakwah dan melalui *platform* Youtube, tetapi pada penelitian tersebut subjeknya adalah Serial Nussa, berbeda pada penelitian ini. Pada penelitian kedua yang disebutkan diatas adalah prinsip komunikasi Islam yang memiliki arti sama dengan etika komunikasi dakwah karena etika adalah prinsip moral dan komunikasi dakwah adalah komunikasi Islam yang diterapkan dalam berdakwah, tetapi fokus subjek pada penelitian tersebut adalah dalam rubrik hikmah pada situs republika online, berbeda pada penelitian ini. Pada penelitian yang ketiga yang disebutkan diatas, fokus subjeknya sama-sama Ustadz Hanan Attaki, tetapi fokus objeknya berbeda. Pada penelitian tersebut juga sama melalui *channel* Youtube Shift Media. Jadi dalam penelitian ini subjeknya adalah Ustadz Hanan Attaki yang ada di *channel* Youtube Shift Media dan objeknya adalah etika komunikasi dakwah.

G. Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan penelitian ini, penulis akan menguraikandalam 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 etika, komunikasi dakwah, etika komunikasi dakwah, dan media Youtube.

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 saran.