

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Dakwah yang berkembang di zaman ini adalah dakwah yang tidak terlepas dari pengaruh perkembangan teknologi, karna di zaman sekarang dakwah harus bisa hidup berdampingan dengan teknologi yang dimana dikemas secara menarik dan efisien dengan menempatkan metode-metode yang tepat dan pas dengan berbagai macam aplikasi atau software yang sangat eksis dalam kemajuan teknologi informasi. Dakwah harus tampil secara kontekstual faktual dan aktual. Dakwah harus bisa mengatasi dan memecahkan masalah yang bersifat kekinian dan dan hangat di tangan-tengah masyarakat. Faktual artinya bersifat nyata dan kontekstual relevan yang dimaksud adalah yang sedang dihadapi masyarakat.<sup>1</sup>

Di jaman teknologi sekarang ini dakwah harus bisa berkembang berdampingan bersama teknolgi karna keduanya adalah suatu hal yang tidak bisa di pisahkan. Pendekatan yang canggih demi mendapatkan seruan dakwah yang maksimal harus di lakukan dengan strategi yang canggih pula, karna jika tidak ada keseimbangan antara metode dakwah yang di terapkan pada konidisi zaman sekarang ini, maka materi dakwah yang di sampaikan sangat sulit untuk di dengar atau di akses dari semua kalangan dan bisa jadi tidak tepat sasaran dan tidak sesuai dengan apa yang telah di rencanakan sebelumnya.

Meskipun di jaman Rasulullah SAW belum di temukan yang namanya teknologi bukan berarti di jaman sekarang di larang menggunakannya terlebih lagi jika tujuannya untuk kepentingan dakwah, sebagai suatu masa yang disebut

---

<sup>1</sup> 1M. Munir, Metode Dakwah, (Jakarta: Prenada Media, 2006), h. ix.

sebagai era informasi. Era informasi yang di maksud adalah di tandai oleh kemunculan peralatan seperti alat-alat yang mempermudah seseorang untuk terhubung dari yang jauh menjadi mendekat seperti, aplikasi, software, link, dan berbagai macam program canggih yang bersifat basis internet, sehingga internetlah yang memegang peran yang penting dalam tujuan komunikasi dan dalam segala aspek kehidupan terutama perkembangannya pada dakwah.

Dan penyebaran informasi pesan dakwah di internet bisa dilakukan dalam berbagai macam bentuk, mulai dari ajakan berupa poster, video durasi singkat yang menampilkan isi dari dakwah yang menarik yang dikemas begitu kreatif, atau *podcast* (rekaman diskusi dalam bentuk audio), sehingga dakwa tidak selalu harus ceramah di atas mimbar namun dengan adanya perkembangan teknologi dan perkembangan zaman dakwah bisa dilakukan dalam berbagai bentuk dan bisa dilakukan dimana saja serta bisa di tonton oleh siapapun selama orang tersebut memahami internet dan mempunyai internet.

Salah satu aplikasi media sosial yang mengharuskan seseorang terhubung dengan internet sebagai media dakwah adalah *YouTube*.<sup>2</sup> Dikatakan YouTube merupakan satu media audio video -visual yang mempermudah dalam perkembangan dakwah di zaman sekarang ini.

*YouTube* merupakan salah satu media komunikasi yang mempunyai kontribusi besar bagi masyarakat, dimana di dalam *website* itu kita bisa berbagi berbagai macam video yang dibuat oleh berbagai kalangan, *YouTube* bisa kita gunakan untuk *video sharing* (Berbagi Video) yang populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, berkarya, membagikan ilmu dan juga

---

<sup>2</sup> Yodieana Duli Deslima, "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung", Skripsi, (Lampung: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan, 2018), h. 6.

kegiatan keagamaan yang dapat di siarkan dan di tonton oleh seluruh dunia atau dalam ruang lingkup *subscriber* (adalah penonton yang telah menyatakan bahwa mereka ingin menonton lebih banyak konten anda, dan mengklik tombol subscribe di channel anda).

Saat ini *YouTube* juga merupakan situs *online video* provider yang paling dominan di Amerika Serikat bahkan dunia dengan menguasai pasar sekitar 43%. Diperkirakan sekitar 20 jam durasi video di upload ke *YouTube* setiap menitnya dengan 6 miliar *views* perhari. *YouTube* menjadi berbagai macam kebutuhan dari penggunaannya mulai dari fitur-fitur yang di tawarkan. Dengan kemajuan teknologi, *YouTube* saat ini sangat membantu dari berbagai aspek kebutuhan yang dibutuhkan sang pengguna. Tetapi saat ini banyak terjadi kesalahan *creator* dalam berkomunikasi dan serta mengabaikan masalah hak kekayaan intelektual.

Hastag Tv merupakan channel yang sangat menarik untuk di teliti. Yaitu dengan bagaimana cara Hastag Tv hadir ke YouTube dan memberikan edukasi tentang konten-konten Islami yang di kemas dalam bentuk visual yang menarik. Serta dengan pembawaan yang menggunakan audio yang di dapatkan dari berbagai macam ustadz-ustadz yang cukup fenomenal. Lalu dengan bagaimana cara Hastag Tv mengemas cara editing dan konten-kontennya agar terlepas dan terhindar dari pelanggaran hak kekayaan intelektual. Karena perlu kita ketahui kebanyakan para *creator* yang membuat video *YouTube* dengan cara yang tidak benar yang diantaranya mereka membuat video tanpa memperhatikan apa yang telah di berikan atau syarat-syarat yang telah di jelaskan oleh *YouTube* itu sendiri.

Hastag Tv adalah channel *YouTube* yang bergerak dalam konten pendidikan yang memuat seluruh kontennya dengan video-video islami yang bermanfaat. Dengan penyajian konten yang menarik yang dikemas dengan visual

dan pembuatan yang tidak melanggar aturan-aturan yang di berikan oleh *YouTube*. Hastag Tv terlihat sangat menarik dalam pembuatan video dikarenakan dalam proses pembuatan editingnya, mengindahkan norma-norma yang berlaku dan hampir dalam semua kontennya di penuh dengan manfaat ilmu dalam Islam.

Banyak dari video-video yang tidak menghargai karya orang bahkan video yang dimaksud ini juga berlaku untuk video dakwah seperti orang yang *re-upload* video *YouTube* para ustadz tanpa izin dan masih banyak lagi. Lalu bagaimana cara membuat video *YouTube* dengan cara yang baik dan benar berdasarkan pandangan kebijakan *YouTube* tentang proses pembuatan video dalam *YouTube* ini.

Berdasarkan uraian di atas, untuk memahami bagaimana cara Hastag Tv mengemas kontennya agar lebih menarik dan menghargai kekayaan intelektual sebagai media dakwah, maka dilakukan penelitian skripsi yang berjudul **“ETIKA KOMUNIKASI DALAM PEMBUATAN CHANNEL DAKWAH DI YOUTUBE STUDI KASUS TERHADAP CHANNEL HASTAG TV”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi permasalahan utama dalam skripsi ini adalah:

1. Etika apa saja yang perlu diperhatikan dalam pembuatan konten dakwah di YouTube.
2. Apa yang dilakukan Hastag Tv agar terhindar dari permasalahan kode etik dalam pembuatan video dakwah di YouTube.

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dalam skripsi ini yaitu untuk mengetahui Bagaimana Etika Komunikasi Dalam Pembuatan Channel Dakwah di YouTube Studi Kasus Terhadap Channel Hastag Tv.

1. Untuk mengetahui apa saja yang perlu diperhatikan dalam pembuatan konten dakwah di YouTube.
2. Untuk mengetahui apa yang dilakukan Hasatag Tv agar bisa terhindar dari permasalahan kode etik dalam pembuatan video dakwah di YouTube.

#### **D. Signifikansi Penelitian**

Berdasarkan dari uraian rumusan masalah yang sudah di sebutkan di atas, bisa ditarik kesimpulan bahwa tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana etika komunikasi dalam pembuatan channel dakwah di *YouTube* studi kasus terhadap channel Hasatag Tv.

Dengan adanya penelitian ini, maka penulis berharap dapat memberikan kegunaan berupa:

1. Bagi Mahasiswa yang di dapat adalah sebuah pembelajaran berupa seberapa penting menghargai karya yang berupa tulisan atau editing video yang di upload di *YouTube*.
2. Bagi perguruan tinggi, sebagai bahan referensi seberapa pentingnya memperhatikan dalam tata cara membuat konten dengan bijak dan benar.
3. Bagi *content creator* bisa lebih teliti dan memahami seberapa pentingnya menghargai karya orang atau mencantumkan sumber dari *website* atau bahan *footage – footage* yang di gunakan dalam konten.
4. Bagi Youtube di harapkan agar lebih memeriksa dengan lebih detail para-para konten *creator* nakal yang membuat konten sembarang dengan cara mengambil hak cipta orang lain dan tidak memberikan sumbernya.

## **E. Definisi Operasional**

Untuk menghindari terjadinya kesalah pahaman dalam mengartikan judul, ada beberapa istilah yang perlu dijelaskan terkait judul:

### **1. Etika**

Dalam bahasa Terminologi “Etika” secara etimologi berasal dari bahasa Yunani, “ethos”, yang mempunyai makna “custom” atau kebiasaan yang berkaitan dengan tindakan atau tingkah laku manusia, juga dapat berarti “karakter” manusia (keseluruhan cetusan perilaku manusia dalam perbuatannya). Ethos memiliki makna "an action that is one's own", atau suatu tindakan yang dilakukan seseorang dan menjadi miliknya. Makna "ethos" semacam ini juga dimiliki oleh kata Latin, "mores", yang darinya kata "moral" diturunkan.

### **2. Komunikasi**

Komunikasi atau communication dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Latin communis yang berarti "sama", communico, communicatio, atau communicare yang berarti "membuat sama" (to make common). Istilah pertama (communis) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya. Komunikasi adalah sebuah interaksi antara dua makhluk hidup atau lebih, sehingga peserta komunikasi mungkin bisa hewan, tanaman atau bahkan jin. Komunikasi adalah upaya untuk membuat pendapat atau ide yang bisa menyatakan pendapat, perasaan agar di ketahui dan di pahami oleh orang lain.

### **3. Etika Komunikasi**

Komunikasi tidak pernah lepas dari kehidupan kita sehari-hari sebagai makhluk sosial, semua gerak gerik serta tingkah laku kita adalah komunikasi.

Di dalam berkomunikasi di kehidupan sehari-hari terdapat etika yang harus kita pahami untuk terjalinnya komunikasi yang harmonis. Etika adalah nilai atau norma yang merupakan hasil dari kesepakatan manusia yang dijadikan pandangan dan pedoman dalam bertingkah laku, maka dari itu etika komunikasi adalah hal yang penting untuk dipahami dan diketahui didalam menjalani kehidupan kita sebagai makhluk bersosial. Etika juga sering disamakan dengan moralitas. Namun yang membedakan etika dan moralitas adalah nilai-nilai perilaku orang atau masyarakat yang dapat ditemukan dalam kehidupan nyata manusia sehari-hari. Sedangkan etika mencakup persoalan-persoalan tentang hakikat kewajiban moral, prinsip-prinsip moral dasar apa yang harus manusia ikuti dan apa yang baik bagi manusia.<sup>3</sup>

#### 4. Channel Dakwah

Channel dakwah, secara semantik, dakwah berarti ajakan bisa juga seruan, atau panggilan Allah سبحانه و تعالى menyeru dan mengajak orang-orang beriman pada perkampungan damai (dar al salam) yang penuh dengan kebahagiaan yang kekal. Dakwah Islam mengajak manusia kembali pada fitrahnya untuk menyembah dan memohon pertolongan hanya kepada Allah سبحانه و تعالى. Bukan kepada yang lain. Dalil bahwa isti'anah adalah ibadah adalah ayat:

إِيَّاكَ نَعْبُدُ وَإِيَّاكَ نَسْتَعِينُ

*“hanya kepada-Mu kami menyembah dan hanya kepada-Mu kami (ber-isti'anah) memohon pertolongan” (QS. Al Fatihah: 5)”*

---

<sup>3</sup> Afna Fitria Sari, M.Si, “Etika Komunikasi Menanamkan Pemahaman Etika Komunikasi Kepada Mahasiswa”, Vol.1, No 2, 2020, hal 130

Secara terminologi, dakwah adalah upaya untuk mengajak orang lain kepada ajaran Islam dengan terlebih dahulu membina diri sendiri. Sehingga penyampaian ajaran agama yang dilakukan dengan cara yang bijak, dan agama Islam dapat di pahami dan di amalkan oleh masyarakat.

Terhadap Hak cipta setiap platfrom yang berbasis internet sejatinya tidak bisa lepas dengan yang namanya aspek kekayaan intelektual, khususnya hak cipta. Hak cipta menganut adanya hak yang semata-mata diperuntukkan bagi penciptanya sehingga tidak ada pihak lain yang boleh menggunakan atau memanfaatkan hak tersebut tanpa izin pencipta atau yang menerima hak tersebut.<sup>4</sup>

#### 5. YouTube

YouTube sangat penting di jaman yang di mana serba canggih dan instan ini. Sangat di harapkan umat Islam bisa menyesuaikan perkembangan jaman yang terjadi saat ini dikarenakan, semua perusahaan dan bahkan pembisnis, organisasi, atau yang lainnya, menggunakan YouTube sebagai tanda pengenal mereka dan membuat orang bisa mengetahui lebih dalam tentang profil atau info yang dia butuhkan.

#### 6. Hastag Tv

YouTube Hastag Tv sangat menarik. Mulai dari bagaimana creator YouTube Hastag Tv sebagai rujukan dalam pentingnya Etika Komunikasi Dalam Pembuatan Channel Dakwah di YouTube Studi Kasus Terhadap Channel Hastag Tv. Berdasarkan pengalaman sendiri telah berlangganan dan mensubscribe YouTube Hastag Tv sejak awal 2019 hingga kini 2021 dan

---

<sup>4</sup> Fitri Astari Asri, Rika Permata, Tasya Safiranita Ramli, "Perlindungan Hak cipta pada platfrom digital kreatif youtube", Vol.10, No.2, 2010, hal. 147



sangat sering memperhatikan tontonan jenis channel YouTube Hastag Tv yang sangat menarik dan mengesankan.

#### **F. Penelitian Terdahulu**

Berdasarkan pendalaman terhadap beberapa penelitian yang dilakukan dengan berkenaan masalah yang sedang diangkat untuk diteliti, maka dari itu ditemukan penelitian yang membahas mengenai masalah terkait.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Hanik Munasyiroh, Jurusan Hukum Bisnis Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang 2017 yang berjudul “Pengambilan Hak Cipta Karya Jurnalistik Bentuk Feature Dalam Media Online Menurut Perspektif Hukum Islam”. Skripsi ini membahas mengenai pengaruh Pengambilan Hak Cipta karya tulis jurnalistik dalam bentuk feature media *online*. Penelitian ini sama-sama membahas tentang kode etik mengenai hak cipta dan sementara Hanik Munasyiroh membahas “Pengambilan Hak Cipta Karya Jurnalistik Bentuk Feature Dalam Media Online Menurut Perspektif Huku Islam”. Sedangkan, penulis membahas mengenai “Etika Komunikasi Dalam Pembuatan Channel Dakwah di YouTube Studi Kasus Terhadap Channel Hastag Tv ”.<sup>5</sup>
2. Penelitian yang dilakukan Amin Wazan, Jurusan Perbandingan Madzhab dan Hukum Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul “Pelanggaran Hak Cipta Studi Komperatif Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta Dengan Hukum Islam”. Dalam skripsi ini terdapat pembahasan mengenai Pelanggaran Hak Cipta yang membahas tentang Undang-Undang

---

<sup>5</sup> Hanik Munasyiroh, “Pengambilan Hak Cipta Karya Jurnalistik Bentuk Feature Dalam Media Online Menurut Prespektif Hukum Islam ”.

mengenai nomor 19 tahun 2002 tentang hak cipta dengan hukum Islam. Yang di mana pembahasan konsep ini membahas mengenai pelanggaran hak cipta. Hal ini membahas seperti yang penulis bawaan terdapat persamaan yang dimana membahas mengenai tentang pelanggaran hak cipta. Yang membedakan adalah Amin Wazan membahas tentang “Pelanggaran Hak Cipta Studi Komperatif Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta Dengan Hukum Islam”, sedangkan penulis mengangkat tentang “Etika Komunikasi Dalam Pembuatan Channel Dakwah di *YouTube* Studi Kasus Terhadap Channel Hastag Tv

3. Penelitian yang dilakukan oleh Hartanto Ardi Saputra, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang berjudul “Studi Penerapan Kode Etik Jurnalistik Pasal 4 dan 8 Oleh Aji Yogyakarta”. Dalam skripsi ini membahas penerapan studi kode etik dalam pasal jurnalistik. Persamaanya adalah sama-sama membahas tentang kode etik yang bersangkutan dengan hak cipta. Hal yang membedakannya dalah Hartanto Ardi Saputra mengangkat “Studi Penerapan Kode Etik Jurnalistik Pasal 4 dan 8 Oleh Aji Yogyakarta”, sedangkan penulis mengangkat “Etika Komunikasi Dalam Pembuatan Channel Dakwah di *YouTube* Studi Kasus Terhadap Channel Hastag Tv
- ".<sup>6</sup> Sedangkan penelitian yang teliti adalah “ **Etika Komunikasi Dalam**

---

<sup>6</sup> Amin Azwan, “ Pelanggaran Hak Cipta (Studi Komperatif Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta Denagan Hukum Islam”.

<sup>7</sup> Hartanto Ardi Saputra, “ Studi Penerapan Kode Etik Jurnalistik Pasal 4 dan 8 Oleh Aji Yogyakarta”.

## **Pembuatan Channel Dakwah di YouTube Studi Kasus Terhadap Channel Hastag Tv ''.**

Berkaitan dengan hal yang telah diuraikan diatas maka permasalahan yang akan di angkat adalah Etika Komunikasi Dalam Pembuatan Channel Dakwah di YouTube Studi Kasus Terhadap Channel Hastag Tv.

### **G. Sistematika Penulisan**

Sesuai dengan masalah yang telah dirumuskan, maka dalam penelitian ini, akan membagi menjadi 5 (lima) bab yaitu:

Bab I : PENDAHULUAN.

Pada bab ini berisikan latar belakang yang menguraikan dari masalah yang ditemukan penulis, sehingga menjadikan alasan peneliti dalam mengangkat judul, barulah setelah itu permasalahan tersebut dijadikan sebagai rumusan masalah dalam rangka memperoleh tujuan. Pada bab ini juga membahas definisi operasional, kajian pustaka dan sistematika pembahasan yang akan membatasi dan mengatur jalur penelitian.

Bab II: LANDASAN TEORI.

Pada bab ini akan membahas ang menjadi acuan untuk menganalisa data yang di peroleh. Berisikan tentang masalah masalah yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan. Baik itu dari buku maupun literatur yang berkaitan dengan masalah yang di teliti dan juga sumber informasi dari penelitian yang sebelumnya.

Bab III: METODE PENELITIAN.

Pada bab ini akan di fokuskan pada pembahasan teknis metode penelitian. Penelusuran objek serta subjek penelitian secara singkat pada bagian yang akan dikaji termasuk dalam pembahasan pada bagian-bagian ini.

#### Bab IV : ANALISA DAN HASIL ANALISA

Pada bab ini diuraikan hasil penelitian mulai dari tata cara dan etika dalam proses pembuatan konten video *YouTube* berdasarkan panduan yang di berikan oleh *YouTube* itu sendiri, Selanjutnya membahas mengenai analisis dan hasil analisis serta pembahasannya yang disesuaikan dengan metode penelitian pada bab tiga, sehingga akan memberikan perbandingan hasil penelitian dengan kriteria yang ada serta jawaban-jawaban dari pertanyaan yang telah disebutkan dalam rumusan masalah.

#### Bab V : PENUTUP

Pada bab ini penulis memberikan kesimpulan terhadap permasalahan yang telah dibahas dalam uraian sebelumnya, berikutnya akan dikemukakan beberapa saran yang dirasa perlu.