

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman sekarang ini perkembangan komunikasi sangat berkembang pesat. Komunikasi pada zaman sekarang tidak hanya bisa dilakukan secara langsung, tetapi juga bisa dilakukan menggunakan media. Bahkan siapapun bisa mengirimkan suatu pesan atau informasi kepada publik dengan cara yang instan yaitu menggunakan internet atau bisa disebut dengan media sosial. Media sosial dalam era digital terhubung dengan kegiatan masyarakat dalam mencari informasi apalagi kelebihan teknologi yang memudahkan untuk mengikuti perkembangan zaman.

Keterkaitan teknologi dan komunikasi menjadikan media sosial (terutama elektronik dan *online*) menjadi warna baru dalam mengakses segala informasi yang diperlukan oleh masyarakat. Hal tersebut tidak lepas dari perkembangan *new* media atau media baru.

Pemikiran dasar McLuhan tentang media yang mengejutkan dan mendapat banyak kritik dari para ilmuwan. Bahwa media elektronik dan teknologi komunikasi yang manusia gunakan, dapat mempengaruhi dan

mengubah penggunaannya. Pemikiran ini disebut teori media dunia maya memengaruhi masyarakat terlepas dari situs yang orang kunjungi.¹

Yang terpenting di dalam komunikasi atau menyampaikan suatu pesan adalah etika. Memasuki abad informasi penulis menyaksikan bagaimana media memiliki kekuatan dominan dalam mempengaruhi setiap dimensi kehidupan manusia.

Dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi media di era maya (*cyber*). Seakan muncul kembali ke dalam sistem komunikasi purbakala dan memposisikan penerima (komunikas) sebagai pihak aktif. Massifikasi komunikasi seakan-akan bercampur baur dengan demasifikasi internet (*website*) atau media *online* adalah komunikasi interaktif sekaligus komunikasi massa.²

Etika komunikasi media sosial berarti cara seseorang untuk mengelola pesan komunikasi sebaik mungkin. Entah itu dari segi bahasa, tema, pesan atau pun nilai-nilai yang ingin disampaikan kepada komunikas melalui media sosial. Sebagaimana yang kita ketahui media sosial pada saat ini perkembangannya sangat pesat terutama media massa *online*.

Seperti yang telah dipaparkan di atas contohnya yaitu *YouTube*. Tentu saja *YouTube* adalah salah satu media sosial yang dapat diakses oleh semua orang. Bahkan siapapun dapat membuat suatu konten berupa video, yang

¹ Haris munandar dan Mama nsuherman, Aktivitas Komunikasi Pemerintahan Ridwan Kamil di Media Sosial, *Cendekia* 2, no. 1 (2016): h. 427.

² Andi Faisal Bakti dan Venny Eka Meidasari, Trendsetter Komunikasi di Era Digital, *Cendekia*, 4, no. 1 (2014): h.22-23.

dapat ditonton oleh semua orang. Tetapi permasalahannya kebanyakan dari konten kreator tidak memperhatikan dari segi etika komunikasi yang baik.

Bangsa Indonesia merupakan bangsa yang terkenal menjunjung tinggi sopan dan santun, tidak terkecuali dari segi komunikasi. Ini adalah suatu hal yang sangat mengkhawatirkan, karena bagaimanapun konten kreator *YouTube/YouTuber* menjadi contoh bagi siapapun, yang menonton karyanya. Seperti yang dipaparkan diatas, bahwasannya media elektronik atau internet dapat mempengaruhi penggunanya dari apa yang dilihat dan didengar melalui internet tersebut.

Komunikasi merupakan salah satu hal yang penting di dalam kehidupan manusia. Jangan sampai generasi muda bangsa Indonesia mempunyai etika komunikasi yang buruk, hanya karna menonton video atau suatu karya di *YouTube*.

Berangkat dari keresahaan itu lah saya ingin meneliti suatu *chanel* di *YouTube*, yaitu *chanel* Gita Wirjawan yang bernama *Endgame*. *Endgame* adalah suatu konten yang berbentuk podcast atau *talk show* yang di buat oleh Gita Wirjawan.

Hal yang membuat penulis tertarik meneliti *chanel endgame* Gita Wirjawan, yaitu pada dasarnya *chanel endgame* sama seperti *chanel YouTube* lain, yang mengusung *talk show* atau bisa penulis sebut dengan *podcast*. Tetapi ada hal yang menarik yang penulis lihat didalam *chanel endgame* tersebut, penulis tertarik dengan cara Gita Wirjawan ketika berbicara dengan narasumber.

Menurut penulis cara berbicara Gita Wirjawan mempunyai ciri khas tersendiri. Dengan pembawaan yang santai tetapi mimik wajahnya tetap ekspresif, yang membuat narasumber dan penonton terkesima dengan pembawaannya yang ekspresif. Tapi tetap sopan dan santun ketika memberikan pertanyaan kepada narasumber.

Kemudian dari segi bahasanya, selain pembawaan yang khas ketika berkomunikasi. Gita Wirjawan juga mempunyai bahasa yang etis sesuai dengan komunikasi yang berlaku di masyarakat Indonesia. Dengan tidak menggunakan bahasa-bahasa kasar yang berkaitan dengan Suku, Ras, Budaya dan Agama (Sara) dan tentunya sesuai dengan moral bangsa Indonesia yang menjunjung tinggi sopan dan santun.

Dari segi pesan yang disampaikan Gita Wirjawan tidak hanya sekedar membuat konten *talk show* di *Chanel YouTube*. Tetapi juga berisikan pesan-pesan inspiratif. Berkenaan dengan pendidikan, bisnis, teknologi, sains, dan pengalaman-pengalaman menarik dari setiap narasumber yang diundang.

Susunan bahasa ketika Gita Wirjawan berkomunikasi sangat efektif beliau bisa menyesuaikan dengan siapa beliau berbicara, sehingga mempermudah narasumber untuk menangkap isi dari pertanyaan beliau. Masih banyak lagi hal-hal menarik yang dapat digali lebih dalam di *Chanel YouTube* Gita Wirjawan. Terutamanya pada etika komunikasi seperti yang kita ketahui pada era digital atau media sosial seperti sekarang ini

masyarakat lebih cepat untuk mengetahui suatu informasi atau suatu karya entah itu berbentuk tulisan atau video.

Salah satunya yaitu dari aplikasi *YouTube*, tapi sayangnya tidak semua *content creator YouTube* memperhatikan dari segi substansi dari pada hanya sebatas menghibur semata padahal internet atau teknologi digital dapat mempengaruhi orang yang melihat atau menonton. Penulis berharap dengan adanya *chanel endgame* ini dapat menjadi contoh yang baik untuk siapapun. Yang ingin menjadi *content creator di YouTube*, atau pun para penonton *YouTube* agar dapat memperhatikan komunikasi terutamanya ketika bermain internet atau media sosial agar tetap menjaga sopan dan santun.

B. Fokus Masalah

Bagaimana etika komunikasi Islam pada *Chanel YouTube Endgame*
Gita Wirjawan?

C. Tujuan

Mengetahui etika komunikasi Islam yang digunakan dalam *Chanel*
YouTube Endgame Gita Wirjawan.

D. Manfaat /Kegunaan

1. untuk mengembangkan kajian komunikasi terutamanya dibidang digital/ internet
2. Sebagai bahan pembelajaran etika komunikasi yang baik di dalam media internet melalui *Chanel YouTube Endgame* Gita Wirjawan.

3. Sebagai tambahan perluasan wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis dan pembaca khususnya dibidang komunikasi.

E. Definisi Oprasional

Definisi oprasional dalam penelitian ini untuk memperjelas kata kunci /variabel yang akan dibahas oleh penulis. Berdasarkan fokus dan rumusan masalah penelitian maka uraian definisi istilah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Etika

Etika adalah berkaitan dengan cara individu atau kelompok untuk menilai suatu tindakan apakah benar atau salah di dalam islam sendiri etika merupakan akhlak dari tindakan yang dilakukan oleh seseorang.

Kata etika berasal dari kata *ethos* (bahasa Yunani) yang berarti karakter watak kesusilaan atau adat sebagai suatu subjek etika berkaitan dengan menilai baik atau salah. Maka dapat disimpulkan, etika adalah ilmu yang mempelajari baik atau buruknya perilaku manusia berdasarkan prinsip-prinsip moral.

2. Komunikasi

Komunikasi adalah proses pertukaran pesan atau informasi, emosi, ide keterampilan dan seterusnya. Antara komunikator dan komunikan yang menghasilkan pemahaman yang sama atau *feedback* secara langsung atau melalui media.

3. Etika Komunikasi

Etika komunikasi adalah aturan berkomunikasi yang sesuai dengan kriteria nilai moral atau akhlak. Dalam menilai benar atau salah perilaku individu atau kelompok dari segi komunikasi.

4. Etika Komunikasi Islam Bersandar Pada Al-Qur'an

Komunikasi Islam adalah komunikasi yang berupaya untuk membangun hubungan dengan diri sendiri dengan sang pencipta dan juga dengan sesama manusia. Untuk menghadirkan kedamaian, keramahan, dan keselamatan buat diri dan lingkungan.

Dalam penelitian ini menggunakan beberapa prinsip dasar etika komunikasi seperti yang terdapat di dalam alquran yaitu:

qaulan ma'rufa (perkataan yang baik) *qaulan sadida* (perkataan yang benar dan tepat) *qaulan baligha* (susunan bahasa yang efektif dan membekas) *qaulan karima* (ungkapan kata yang santun dan mulia) *qaulan layyina* (tutur bahasa yang halus dan lemah lembut) *qaulan maisura* (percakapan yang mudah dan sederhana)

Komunikasi Islam dalam penelitian ini bukan hanya sekadar pemberian label Islam untuk komunikasi penelitian ini bertujuan untuk membuka wawasan pembaca dan peneliti bahwa Islam sangat peduli dengan komunikasi menghindarkan kesalah faham ketika berkomunikasi.

5. *YouTube*

YouTube adalah salah satu sosial media yang memungkinkan semua orang bisa untuk membagi karya yang berbentuk video yang dibentuk oleh Jawed Karim, Chad Hurley, Steve Chen, di bentuk pada 14 Februari 2005, di San Mateo California.

6. *Chanel YouTube Endgame* Gita Wirjawan

Endgame merupakan nama konten atau program yang ada di *chanel YouTube* Gita Wirjawan. Konten tersebut berisikan *talk show* dengan narasumber yang beliau undang untuk berbincang diacara *endgame* tersebut. Biasanya Gita Wirjawan berbincang dengan narasumber, seputar kehidupan pendidikan, pengalaman dan prestasi yang narasumber dapatkan.

Gita Wirjawan juga membicarakan suatu topik yang sudah ditentukan sebelumnya seperti tentang ekonomi, pendidikan, dan lain sebagainya. Gita Wirjawan selalu meminta opini atau pendapat kepada narasumber mengenai tema yang sedang dibahas.

Sesuai dengan judul kontennya yaitu *endgame* Gita Wirjawan diakhir acara beliau selalu bertanya kepada narasumber. Menganai hal-hal yang belum narasumber capai dan akhir pencapaian apa yang ingin diraih oleh narasumber di dalam hidup.

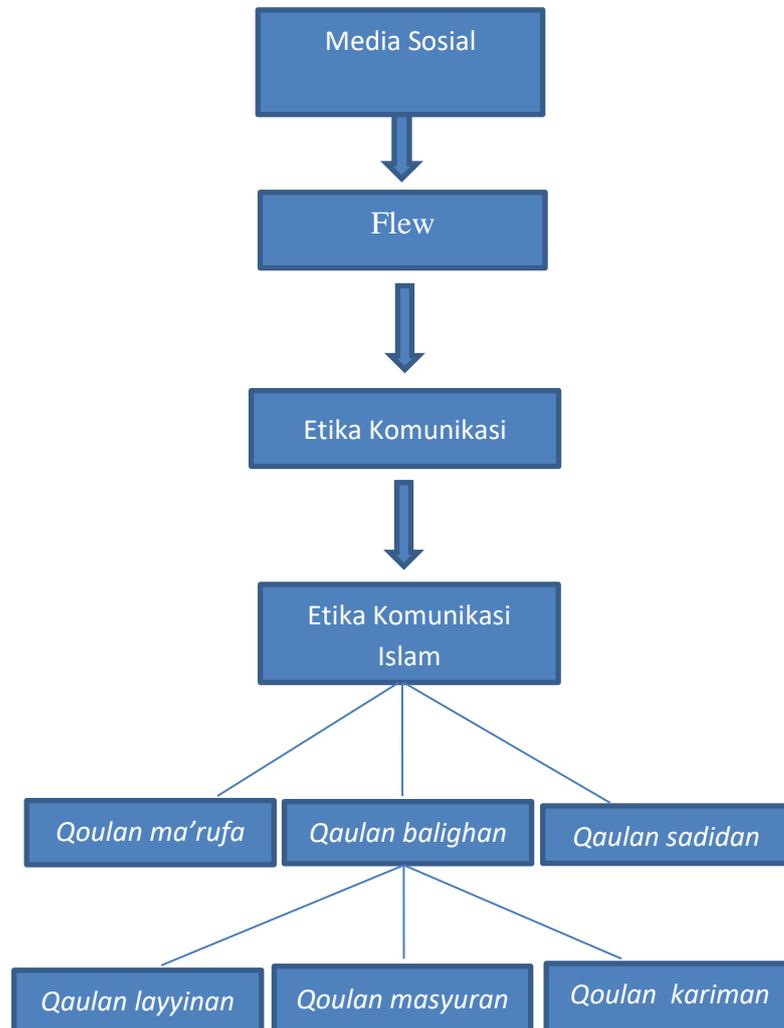
F. Penelitian Terdahulu

Setelah melakukan kajian pustaka ditemukan beberapa penelitian yang serupa yaitu:

1. Penelitian oleh Rika Ariani Nim : 1501311737 Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam tahun angkatan 2015 yang berjudul “etika komunikasi dakwah dalam serial Nussa Di *Channel YouTube Nussa Official*. “Persamaan penelitian ini terletak pada subjek penelitian yaitu semua yang terlibat pada video yang diteliti. Objek yaitu etika komunikasi persamaan lain terletak pada media yang digunakan, yaitu *Youtube*. Pada penelitian ini Rika Ariani memilih *Channel Youtube Nussa Official*. Sedangkan penulis memilih *Chanel YouTube EndGame Gita Wirjawan*.
2. Penelitian oleh Iqbal Shamiago Nim : 1401026087 Mahasiswa UIN Walisongo Fakultas Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2014. Yang berjudul Analisis Etika Berkomunikasi Melalui *Facebook* Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk etika bermedia sosial, mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Ditinjau dari Komunikasi Islam. Melalui penelitian tersebut ditemukan etika *qaulan Sadidan* mahasiswa mampu memilah dan memilih informasi atau tidak asal posting. Etika *qaulan Baligha* mahasiswa dalam melakukan update

status intensitasnya rendah. Etika *qaulan maisura* mahasiswa mampu menggunakan kalimat atau bahasa yang santun, dan menggunakan bahasa Indonesia pada bahasa asing. Etika *qaulan syawira* mahasiswa melakukan tabayyun dengan cara bertanya atau berdiskusi dengan orang lain. Etika *qaulan marufa*, mahasiswa memperhatikan narasi postingan dan melihat kemanfaatannya. Etika *qaulan az-zur* mahasiswa mengikuti akun yang kredibel persamaan penelitian ini terletak pada objek, yaitu mengenai etika komunikasi dan prinsip etika komunikasi yang di gunakan merujuk pada alquran.

3. Penelitian oleh Siti Hajar Rusmina Nim: . 411206572 Mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, yang berjudul Etika Komunikasi Verbal Netizen Dalam Penggunaan Ruang Publik Pada Kolom Komentar SerambiNews.com. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui isi komentar komunikasi *netizen* di kolom komentar serambinews.com dan untuk mengetahui etika komunikasi verbal para netizen dalam penggunaan ruang publik pada kolom komentar serambinews.com. Persamaan penelitian ini terletak pada objek penelitian yaitu mengenai etika komunikasi.

G. Kerangka Teori (tentatif)

H. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini terdiri dari 5 BAB dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I :Terdiri dari pendahuluan untuk menguraikan latar belakang masalah fokus masalah tujuan penelitian signifikansi kegunaan penelitian, definisi istilah penelitian terdahulu kerangka teori (tentatif) sistematika penulisan.

BAB II :Berisi Kajian Teori berisi deskripsi umum tentang tokoh/kitab/konsep yang diteliti.

BAB III :Berisi metode penelitian yang terdiri dari pendekatan penelitian subjek dan objek penelitian data dan sumber data teknik pengumpulan data dan analisis data

BAB IV :Berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian
*ANALISIS ETIKA KOMUNIKASI DI CHANEL YOUTUBE
ENDGAME GITA WIRJAWAN.*

BAB V : Berisikan penutup yang menyajikan simpulan dari masalah yang diteliti dan saran.