

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Penulis meneliti Penerapan Etika Komunikasi Islam Pada Program Dakwah *Bil Lisan* di KPI TV UINFAS Bengkulu. KPI TV UINFAS Bengkulu adalah televisi kampus dibawah naungan program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), yang masih aktif hingga saat ini dan salah satu media partner dari Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (HMPS KPI). Televisi ini adalah wadah untuk mahasiswa prodi KPI dalam mengembangkan skil produksi film, *editing*, reporter, dan perkameraan. Dalam era digital ini, media televisi menjadi salah satu sarana penting untuk menyebarkan dakwah secara luas. KPI TV UINFAS Bengkulu memiliki peran strategis dalam menjalankan fungsi dakwah *bil lisan*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan etika komunikasi Islam pada program dakwah *bil lisan* di KPI TV UINFAS Bengkulu.

Pemilihan KPI TV sebagai objek penelitian didasarkan pada posisinya yang unik yakni salah satu media yang dijalankan oleh mahasiswa dengan memasukan salah satunya konten ceramah agama. Sebagai bagian dari universitas Islam, KPI TV memiliki peran strategis dalam mengembangkan dakwah *bil lisan* melalui media. Namun di dalam konten-konten dakwah di akun youtube KPI TV UIN FAS Bengkulu bersifat tentatif (waktu-waktu tertentu) yakni hanya di hari-hari besar Islam saja.¹

Peneliti juga melihat beberapa contoh kondisi *penda'i* saat ini yang menuai kontroversi seperti Gus Miftah dalam ceramahnya yang humornya kelewat batas sampai mencaci seorang penjual es teh dan

¹ Berdasarkan hasil pengamatan awal oleh peneliti sebelum terjun ke lapangan

seorang sinden dengan kata-kata yang kurang pas untuk disampaikan,² ada juga *da'i* Mama Gufron yang dakwahnya juga tidak jelas apa maksud pesan yang disampaikan seperti bisa berkomunikasi dengan malaikat, bisa memahami bahasa semut, bahasa jin, bisa menjamin mad'unya masuk surga dan hal-hal yang menyeleweng lainnya.³ Sehingga peneliti akan meneliti bagaimana penerapan etika komunikasi Islam pada progam dakwah di KPI TV UINFAS Bengkulu.

Penelitian ini fokus pada konten dakwah yang sudah di tayangkan di akun *youtube* KPI TV UIN FAS Bengkulu, dari tahun 2023-2024. Hasil observasi atau pengamatan, peneliti telah menemukan sepuluh konten dakwah antara lain berjudul: Keutamaan di Bulan Ramadhan, Sehat dan Sakit dalam kitab *Bidayatul Hidayah*, Hubungan Persahabatan Terjalin Dalam Surah *Az-Zhukruf*, Menyambut 1 Syawal 1444 Hijriah, Memaknai Kurban, Tips-Tips Menundukan Hawa Nafsu Selama Bulan Ramadhan, *Nuzulul Qur'an*, Penyebab Batalnya Pahala Puasa, Keutamaan Malam *Lailatul Qaadar*, Menyambut Hari Raya Idul Fitri 1445 Hijriah. Dimana dari sepuluh konten tersebut, peneliti akan meneliti penerapan etika komunikasi Islam yang digunakan para *da'i* dalam dakwahnya yang sudah tayang di *youtube* KPI TV UINFAS Bengkulu.⁴

Meskipun sudah banyak para ahli yang membahas penelitian seputar dakwah melalui media dan tentunya penelitian ini memiliki beberapa kesamaan dengan penelitian terdahulu seperti variabel, metode

² Viral Gus Miftah dan Penjual Es The Live Magelang, pada postingan youtube EZEN TV, 4 Desember 2024, <https://youtu.be/pnO7QhcAAS0?si=FR9v9SRryqfTPMOD> Diakses pada 5 Desember 2024, pukul 19.15 WIB

³ Viral! Kumpulan Bahasa Suryani Ala Abuya Mama Ghufroon Al Bantani, Bahasa Semut, Cacing, Malaikat, Jin, pada postingan youtube Berita Unik Update, 8 Juli 2024, https://youtu.be/BeH_tfuFZQY?si=RnNg9k-7WeMObnvW Diakses pada 5 Desember 2024, pukul 20.12 WIB

⁴ Penulis, "judul konten dakwah yang telah tayang", pada postingan youtube KPI TV UIN FAS Bengkulu

dan tahun penelitian. Namun, penulis menegaskan sisi perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Salah satu terdapat pada jurnal Tri Wahyuni Pebriawati, (2023) dengan judul penelitian “Etika Komunikasi Islam dalam Dakwah Koh Dennis Lim di Media Sosial Tiktok” Institut Agama Islam (IAI) Nurul Hakim. Penelitian ini berupaya untuk menganalisis etika komunikasi Islam oleh pendakwah muda yang banyak digandrungi oleh kaum remaja.⁵ Hasil penelitian ini menunjukkan diketahui bahwa langkah Koh Dennis Lim dalam berdakwah melalui konten-konten islami di media sosial sesuai dengan prinsip etika komunikasi dalam Islam. Dengan cara penyampaian yang santun dan penggunaan bahasa yang efektif membuat dakwah yang disampaikan mudah diterima sehingga menjadi jalan bagi *mad'u* (sasaran dakwah) nya menjadi pribadi yang lebih, baik dari segi sikap maupun tingkah laku.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Tri Wahyuni Pebriawati dengan penelitian yang penulis lakukan adalah objek penelitian yakni, etika komunikasi Islam Dakwah di Media Sosial. Perbedaan penelitian Tri Wahyuni Pebriawati, dengan penelitian yang penulis lakukan ada pada subjek, penelitian Tri Wahyuni Pebriawati berfokus untuk menganalisis etika komunikasi Islam pada pendakwah di media Tiktok, berbeda dengan peneliti yang ingin meneliti penerapan etika komunikasi Islam pada program dakwah di kanal *Youtube* KPI TV UIN FAS Bengkulu

Pemilihan KPI TV sebagai objek penelitian didasarkan pada peran strategisnya dalam menyebarkan dakwah di kalangan akademisi dan masyarakat umum. KPI TV tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana pendidikan yang mengedepankan nilai-nilai Islam. Selain itu, KPI TV juga merupakan salah satu media

⁵ Tri Wahyuni Pebriawati, “Etika Komunikasi Islam dalam Dakwah Koh Dennis Lim di Media Sosial Tiktok” *Al-Insan*, Vol 3 No. 2, (Mei, 2023), hlm 2.

yang terus berinovasi dalam menghadirkan program-program yang relevan dengan kebutuhan dakwah kontemporer. Hal ini menjadikan KPI TV sebagai objek yang menarik untuk diteliti, terutama dalam konteks penerapan dakwah *bil lisan*.

Dari latar belakang tersebut, penulis berkeinginan untuk mengetahui bagaimana penerapan etika komunikasi Islam pada program dakwah *bil lisan* di KPI TV UINFAS Bengkulu dalam bentuk skripsi yang berjudul : Penerapan Etika Komunikasi Islam Pada Program Dakwah *Bil Lisan* di KPI TV UINFAS Bengkulu.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan rumusan masalah dalam penelitian adalah Bagaimana Penerapan Etika Komunikasi Islam pada Program Dakwah *bil lisan* di KPI TV UINFAS Bengkulu?

C. Batasan Penelitian

Agar pembahasan tidak meluas, penulis memberikan batasan penelitian, penulis hanya meneliti konten-konten dakwah di akun *youtube* KPI TV UIN FAS Bengkulu dari tahun 2023-2024

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini, untuk mengetahui penerapan etika komunikasi islam pada program dakwah *bil lisan* di KPI TV UINFAS Bengkulu.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dapat tercapai apabila rumusan masalah dapat terjawab dan bisa dijabarkan dengan baik oleh penulis, dan manfaat penelitian dapat di bagi menjadi dua, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pemikiran tentang ilmu dakwah mengenai penerapan etika komunikasi Islam dakwah *bil lisan* bagi Progam Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, serta dapat berguna bagi penelitian penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan dan mengembangkan kualitas sumber 7 daya manusia yang berguna bagi kehidupan bermasyarakat, yang diharapkan memberikan kontribusi bagi perkembangan dakwah Islam, khususnya KPI TV UIN EAS Bengkulu.

F. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Untuk memecahkan masalah dan mencapai tujuan penelitian, perlu dilakukan telaah kepustakaan sehingga mendapatkan hasil penelitian yang dapat dipercaya. Tinjauan pustaka dilakukan dengan memosisikan penelitian yang akan dilakukan dan membandingkannya dengan penelitian sebelumnya yang memiliki tema yang sama. Berdasarkan hasil observasi kepustakaan yang peneliti lakukan, belum ada yang pernah menulis skripsi tentang topik yang dipilih. Adapun penelitian ini menggunakan beberapa karya tulis sebagai referensi, antara lain:

1. Tri Wahyuni Pebriawati, (2023) dengan judul penelitian “Etika Komunikasi Islam dalam Dakwah Koh Dennis Lim di Media Sosial Tiktok” Institut Agama Islam (IAI) Nurul Hakim. Penelitian ini berupaya untuk menganalisis etika komunikasi Islam oleh pendakwah muda yang banyak digandrungi oleh kaum remaja.⁶ Hasil penelitian ini menunjukkan diketahui bahwa langkah Koh

⁶ Tri Wahyuni Pebriawati, “Etika Komunikasi Islam dalam Dakwah Koh Dennis Lim di Media Sosial Tiktok” *Al-Insan*, Vol 3 No. 2, (Mei, 2023), hlm 48.

Dennis Lim dalam berdakwah melalui konten-konten islami di media sosial sesuai dengan prinsip etika komunikasi dalam Islam. Dengan cara penyampaian yang santun dan penggunaan bahasa yang efektif membuat dakwah yang disampaikan mudah diterima sehingga menjadi jalan bagi mad'u (sasaran dakwah)nya menjadi pribadi yang lebih, baik dari segi sikap maupun tingkah laku.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Tri Wahyuni Pebriawati dengan penelitian yang penulis lakukan adalah objek penelitian yakni, etika komunikasi Islam Dakwah di Media Sosial. Perbedaan penelitian Tri Wahyuni Pebriawati, dengan penelitian yang penulis lakukan ada pada subjek, penelitian Tri Wahyuni Pebriawati berfokus untuk menganalisis etika komunikasi islam pada pendakwah di media Tiktok, berbeda dengan peneliti yang ingin meneliti penerapan etika komunikasi islam pada program dakwah di kanal *Youtube* KPI TV UIN FAS Bengkulu

2. Hanifah Shabrina Rahadatul 'Aisy, dengan judul penelitian "Etika Komunikasi Islam: Penerapan Dalam Berdakwah Di Media Sosial Pada Akun Instagram @Basyasman (Kadam Sidik)" Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Penulisan artikel ini ditujukan untuk menganalisis bahwa pentingnya etika komunikasi yang digunakan dalam praktek apapun. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan studi literatur, yaitu teknik pengumpulan data dengan menelaah berbagai sumber seperti buku, jurnal ilmiah, catatan literatur, dan lain sebagainya. Seperti halnya yang kadam sidik yang menerapkan etika komunikasi yang baik dalam berdakwah menggunakan media sosial. Tujuannya agar pesan yang disampaikan dapat dipahami dan diterima dengan mudah oleh penerima pesan.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Hanifah Shabrina Rahadatul 'Aisy dengan penelitian yang penulis lakukan adalah objek penelitian yakni penerapan etika komunikasi dalam berdakwah di media sosial. Sedangkan perbedaan penelitian Hanifah Shabrina Rahadatul 'Aisy dengan penelitian yang penulis lakukan ada pada subjek dan metode penelitiannya. Penelitian ini menggunakan studi literature sedangkan metode yang peneliti gunakan adalah kualitatif deskriptif.

3. Rikeu Ainul Fadilah, dengan judul penelitian "Prinsip Komunikasi Islam Sebagai Landasan Penerapan Etika Komunikasi Netizen yang Baik di Media Sosial Tiktok" Universitas Islam Bandung. Penelitian ini membahas mengenai 6 prinsip komunikasi Islam yang menjadi landasan dalam penerapan etika komunikasi netizen di media sosial Tiktok dengan dilatar belakangi oleh fenomena netizen yang masih belum bijak menggunakan kata-kata yang baik dalam berkomunikasi sehingga dapat menimbulkan permasalahan dalam lingkup media sosial.⁷ Penelitian ini menggunakan sebuah metode melalui pendekatan kualitatif dengan studi analisis data menggunakan model analisis dari Miles dan Huberman. Hasil dari penelitian ini adalah analisis terhadap sikap netizen yang sudah mampu menerapkan keenam prinsip komunikasi Islam, untuk menjadi netizen yang bijak, yaitu ditunjukkan dengan penggunaan kata-katanya yang baik dan tidak menimbulkan konflik.

Persamaan penelitian yang dilakukan Rikeu Ainul Fadilah, dengan penelitian yang penulis lakukan adalah objek penelitian pembahasan etika komunikasi Islam di media sosial melalui media sosial dan prinsip dakwahnya. Namun tetap terdapat perbedaan yakni penelitian terdahulu meneliti Prinsip Komunikasi Islam

⁷ Rikeu Ainul Fadilah, "Prinsip Komunikasi Islam Sebagai Landasan Penerapan Etika Komunikasi Netizen yang Baik di Media Sosial Tiktok," hlm 8.

Sebagai Landasan Penerapan Etika Komunikasi Netizen yang Baik di Media Sosial Tiktok, sedangkan penelitian yang penulis akan lakukan mengamati Penerapan Etika Komunikasi Islam pada Progam Dakwah *bil Lisan* di akun *youtube* KPI TV UIN FAS Bengkulu.

4. Ruqayah, dalam penelitian yang berjudul “Bentuk Etika Komunikasi Dakwah yang Dilakukan oleh Ustadz Agam Fachrul Samudra pada Media Tiktok,” Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan etika-etika komunikasi yang diterapkan oleh Ustadz Agam Fachrul Samudra dalam dakwahnya melalui media Tiktok. Penelitian ini adalah penelitian kepustakaan yang pengumpulan datanya didasarkan pada hasil pustaka oleh peneliti juga pengamatan langsung dari konten dakwah yang diunggah Ustadz Agam Fachrul Samudra lewat akun Tiktoknya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Subjek penelitian ini adalah Ustadz Agam Fachrul Samudra. Objek penelitian ini adalah bentuk etika komunikasi dakwah pada media Tiktok. Teknik pengumpulan data melalui observasi dan dokumentasi terhadap konten dakwah di Tiktok Ustadz Agam Fachrul Samudra.⁸ Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis semiotika Roland Barthes

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ustadz Agam Fachrul Samudra telah menerapkan enam etika komunikasi dalam Islam yaitu Qaulan Karima (perkataan yang mulia), Qaulan Sadida (perkataan yang benar/lurus), Qaulan Ma'rufa (perkataan yang baik), Qaulan Baligha (perkataan yang efektif, terbuka, transparan), Qaulan Layyina (perkataan yang lemah lembut), dan Qaulan Maisura (perkataan yang pantas). Etika komunikasi dalam Islam tersebut telah diterapkan dengan baik pada setiap konten dakwah

⁸ Ruqayah, “Bentuk Etika Komunikasi Dakwah yang Dilakukan oleh Ustadz Agam Fachrul Samudra pada Media Tiktok,” (Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Antasari, Banjarmasin, 2024), hlm vi.

Ustadz Agam Fachrul Samudra melalui media Tiktok. Maka dari itu, tidak dapat dipungkiri bahwa konten dakwah Ustadz Agam Fachrul Samudra sangat digandrungi oleh masyarakat terutama kalangan muda. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Ruqayah, dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sama-sama ingin mengetahui etika komunikasi Islam melalui media sosial. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan ada pada metode penelitian, penelitian Ruqayah, adalah analisis isi/konten di media *Tiktok*, sedangkan penulis akan meneliti langsung kelapangan.

5. Khairul Ikhwan, Dkk pada penelitian yang berjudul “Etika Komunikasi Pada Media Sosial Berdasarkan Perspektif Al-Qur’an” Tujuan dari penulisan ini adalah untuk menelaah etika-etika komunikasi yang bisa diterapkan oleh pengguna media sosial sesuai dengan pandangan Al-Qur’an agar pengguna media sosial tersebut mendapatkan banyak dampak positif dalam kehidupannya. penulisan artikel ini memakai metode studi pustaka atau library research jenis analisis buku teks. Hasil penulisan ini didapatkan dalam menggunakan media sosial haruslah mengikuti tata cara atau aturan-aturan yang baik atau biasa disebut dengan etika.⁹ Etika komunikasi yang sesuai dengan ajaran Al-Qur’an yaitu Qaulan Karima (Q.S Al-Isra ayat 23), Qaulan Sadida (Q.S Al-Ahzab ayat 70), Qaulan Baligha (Q.S An-Nisa ayat 63), Qaulan Layyinan (Q.S Thaha ayat 44), Qaulan Maysiura (Q.S Al-Isra ayat 28). Etika-etika komunikasi tersebut harus digunakan oleh pengguna media sosial agar terjalin hubungan baik antar sesama pengguna dan mendatangkan kebaikan serta menjauhkan dari keburukan bagi penggunaanya di dalam kehidupan pribadi maupun kehidupan sosial. Persamaan

⁹ Khairul Ikhwan, Dkk, “Etika Komunikasi Pada Media Sosial Berdasarkan Perspektif Al-Qur’an,” *Jurnal Pendidikan dan Agama Islam*, Vol 22 No 2 (2023) hlm 1.

penelitian yang dilakukan Khairul Ikhwan, Dkk dengan penelitian yang penulis lakukan adalah objek penelitian pembahasan Etika Komunikasi di Media Sosial dan penerapan dakwahnya. Namun tetap terdapat perbedaan yakni penelitian terdahulu menggunakan metode studi pustaka atau library research jenis analisis buku teks, sedangkan penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif, penelitian lapangan di media KPI TV UIN FAS Bengkulu.

G. SISTEMATIKA PENULISAN

BAB I PENDAHULUAN

Pada BAB ini terdiri dari, latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian terdahulu, dan sistematika penulisan.

BAB II KERANGKA TEORI

Pada BAB ini terdiri dari kerangka teori yang akan dibahas, teori tentang implementasi, etika komunikasi Islam, definisi etika komunikasi Islam, prinsip-prinsip etika komunikasi Islam, pengertian dakwah, tujuan dakwah, unsur-unsur dakwah, metode dakwah *bil lisan*, prinsip penggunaan metode dakwah *bil lisan*, pengertian *youtube* dan media sosial

BAB III METODE PENELITIAN

Pada BAB ini menyajikan langkah yang harus dilakukan dalam penelitian, yang terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian dengan sumber data, objek penelitian, teknik pengumpulan data dan, teknik wawancara.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada BAB ini data yang didapatkan dioalah dan di analisis menggunakan teori yang sudah di sediakan, BAB ini terdiri dari deskripsi, objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan

BAB V PENUTUP

Pada BAB ini adalah bagian terakhir dalam penulisan skripsi, membahas tentang kesimpulan dan saran