

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

### A. Teori yang terkait dengan judul

#### 1. Pengertian Komunikasi Islam

Secara *etimologis* kata komunikasi berasal dari bahasa Inggris *communication*, berasal dari bahasa latin *communicatio*, bersumber dari kata *comunis* memiliki arti sama. Komunikasi akan terjadi apabila seseorang yang terlibat memiliki makna yang sama terhadap apa yang dikomunikasikan. Secara umum komunikasi dapat juga diartikan usaha untuk menyampaikan pesan dari seseorang ke orang lain atau sebaliknya.<sup>1</sup> Dengan kata lain, jika orang yang terlibat saling memahami apa yang dikomunikasikan, maka hubungan di antara mereka akan bersifat komunikatif.

Komunikasi secara sederhana dapat diartikan sebagai suatu proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan melalui media, sehingga menimbulkan dampak tertentu. Dalam prosesnya, komunikasi akan berhasil jika pesan yang disampaikan oleh komunikator sesuai dengan kerangka acuan. Hal ini didasarkan pada pengalaman dan pemahaman yang diperoleh komunikan. Pada prinsipnya komunikasi dapat dimaknai sebagai aktifitas kegiatan penyampaian gagasan atau pesan dari satu pihak ke pihak lain antara pihak satu ke pihak lainnya yang bertujuan untuk mendapatkan kesepakatan secara bersama-sama.<sup>2</sup>

Komunikasi memiliki banyak definisi. Setiap pakar memberikan definisi tersendiri sesuai dengan keahliannya masing-masing. Oleh karena itu, pengertian komunikasi sangat beragam dan banyak sekali. Menurut Frank E.x. Dance dalam Harjani, terdapat 126 pengertian komunikasi yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Banyaknya definisi yang dikemukakan oleh Frank menunjukkan sulitnya dalam merumuskan makna komunikasi secara spesifik dan beragamnya kegiatan yang termasuk dalam ruang lingkup komunikasi.<sup>3</sup>

Menurut John R. Wenburg dan William W. Wimot, juga Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken dalam Ponco Dewi Karyaningsih menjelaskan bahwa untuk memahami komunikasi secara keseluruhan setidaknya ada tiga kerangka, yaitu :

---

<sup>1</sup> Lutfi Muawanah, "Etika Komunikasi Netizen Di Instagram Dalam Perspektif Islam," *Jurnal Ath Thariq* 05, no. 02 (2021): 134.

<sup>2</sup> Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013).

<sup>3</sup> Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, ed. PT Kharisma Putra Utama, Pertama. (Jakarta: Kencana, 2015).

Komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai tindakan interaksi, dan komunikasi sebagai transaksi.<sup>4</sup>

Komunikasi sebagai tindakan satu arah adalah komunikasi yang mengisyaratkan penyampaian pesan searah dari seseorang atau suatu lembaga kepada orang lain atau sekelompok orang lainnya, baik secara langsung tatap muka ataupun melalui media seperti surat kabar, majalah, radio, atau televisi. Pemahaman komunikasi satu arah ini berorientasi kepada sumber atau komunikator. Sedangkan komunikasi sebagai tindakan interaksi adalah komunikasi yang saling mempengaruhi antara komunikator dengan komunikan. Komunikasi ini lebih bersifat sebab-akibat atau aksi-reaksi, dan bentuk komunikasi ini dipandang sedikit lebih dinamis daripada komunikasi sebagai tindakan satu arah. Dalam pemahaman komunikasi interaksi ini, umpan balik atau respon dari apa yang telah di sampaikan merupakan elemen penting dari komunikasi interaktif.

Konsepsi komunikasi sebagai transaksi adalah komunikasi yang pada dasarnya adalah suatu proses dinamis yang secara berkesinambungan mengubah pihak-pihak yang berkomunikasi. Berdasarkan pandangan ini, orang-orang yang berkomunikasi adalah komunikator-komunikator yang aktif mengirim dan menafsirkan pesan. Setiap pihak dianggap sumber, sekaligus juga penerima pesan dan setiap saat mereka bertukar pesan baik verbal maupun non verbal. Pesan verbal tersebut meliputi verbal tertulis dan verbal non tertulis. Pesan verbal tertulis meliputi artikel buku dan koran sedangkan verbal non tertulis meliputi ucapan atau percakapan yang sifatnya berasal dari lisan. Pesan yang berupa nada suara gerakan tubuh serta ekspresi wajah merupakan makna dari pesan non verbal. Hal tersebut menunjukkan bahwa Istilah transaksi mengisyaratkan bahwa pihak-pihak yang berkomunikasi berada dalam keadaan interdependensi atau timbal balik. dengan kata lain, eksistensi pihak lain akan menentukan eksistensi satu pihak.<sup>5</sup>

Ketiga kerangka komunikasi di atas tidak mewakili semua definisi yang dibuat oleh para ahli komunikasi. Akan tetapi, komunikasi sebagai ilmu sosial setidaknya memiliki gambaran umum tentang apa yang dinamakan dengan komunikasi. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi sebagai ilmu sosial adalah proses

---

<sup>4</sup> Ponco Dewi Karyaningsih, *Ilmu Komunikasi*, ed. Alviana, Pertama. (Yogyakarta: Samudra Biru, 2018).

<sup>5</sup> Ponco Dewi Karyaningsih, *Ilmu Komunikasi*, ed. Alviana, Pertama. (Yogyakarta: Samudra Biru, 2018).28

interaksi tentang bagaimana seseorang bisa memahami, bertukar pikiran, atau menafsirkan pesan dalam proses komunikasi. Kompleksitas komunikasi yang terjadi dalam kehidupan manusia harus dijelaskan secara detail dengan menggunakan berbagai macam pendekatan yang ada.

Islam secara etimologi berasal dari bahasa Arab, yaitu *aslama yuslimu Islaman*. Kata ini mempunyai cabang yang begitu banyak, dan semuanya menunjuk pada makna *al-salam* yang berarti kesejahteraan, kedamaian, serta sifat tunduk patuh. Sementara itu, dalam pengertian istilah terminologi, Islam merupakan suatu nama agama yang ajarannya diturunkan Allah kepada manusia melalui para rasul. Ajaran yang dibawa oleh Islam merupakan ajaran yang berkaitan dengan berbagai aspek kehidupan manusia. Islam merupakan ajaran yang lengkap, menyeluruh dan sempurna yang mengatur tata cara kehidupan manusia baik dalam beribadah maupun ketika berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya.<sup>6</sup>

Pada dasarnya Islam membawa ajaran tentang seluruh aspek kehidupan manusia, sehingga Islam dinyatakan sebagai agama rahmat bagi seluruh alam. Hal itu menunjukkan bahwa Islam tidak hanya sekedar bicara tentang hubungan transenden antara manusia dengan sang pencipta (Allah SWT) lewat perilaku ritual dan ibadah formal. Namun lebih dari itu Islam merupakan ajaran moral yang menekankan tentang bagaimana mewujudkan keadilan, kejujuran, kebersamaan, kedamaian dan sebagainya yang menunjukkan penekanannya pada hubungan sesama manusia.

Setelah mengetahui definisi komunikasi dan definisi Islam, maka dapat diketahui secara jelas bahwa penyampaian pesan-pesan Islami dengan menerapkan prinsip komunikasi Islam dapat juga disebut sebagai komunikasi Islam. maka komunikasi Islam menekankan pada unsur pesan (*message*), yakni risalah atau nilai-nilai Islam, dan cara (*how*), dalam hal ini tentang gaya bicara dan penggunaan bahasa (retorika). Pesan-pesan keIslaman yang disampaikan dalam komunikasi Islam meliputi seluruh ajaran Islam, yang terdiri dari akidah (iman), syariah (Islam), dan akhlak (ihsan).<sup>7</sup>

Dalam Islam, komunikasi dianggap sebagai fitrah manusia. Manusia telah Allah lebihkan dari makhluk lainnya dalam segi

---

<sup>6</sup> Shofiyun Nahidloh, *Pengantar Studi Islam*, ed. Rudi Hermawan (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2019).

<sup>7</sup> Muslimah, "Etika Komunikasi Dalam Perspektif Islam," *Jurnal Sosial Budaya* 13, no. 2 (2016): 117.

komunikasi, dalam Al-Quran hal itu dijelaskan dengan kata “*Albayan*” (pandai berbicara) yang terdapat pada surah Ar-Rahman ayat 1-4. Asy-Syaukani dalam tafsir Fath Al-Qodir mengartikan *albayan* sebagai kemampuan berkomunikasi, dengan kemampuan tersebut manusia menjadi makhluk yang dinamis dan terus berkembang berdasarkan kemampuan dan kebutuhannya dalam berkomunikasi.

Dalam perspektif Islam, komunikasi dilakukan sebagai upaya untuk menjalin hubungan baik dengan Allah SWT melalui ibadah-ibadah fardhu contohnya seperti sholat, puasa, zakat dan haji, dan lain sebagainya. Dan disisi yang lain komunikasi dilakukan untuk menjalin hubungan yang baik dengan sesama manusia, hal ini, dalam rangka melakukan kegiatan muamalah dalam bidang-bidang ekonomi, sosial, budaya, politik dan sebagainya. Kedua hubungan yang dibangun tersebut, sebagai upaya untuk melengkapi kebutuhan manusia baik secara lahir maupun batin. Komunikasi dalam Islam juga sebagai upaya untuk menciptakan keseimbangan yang baik dalam menjalani kehidupan.<sup>8</sup>

Dalam setiap aktivitas komunikasi Islam, terdapat unsur-unsur yang menjadi bagian dari suatu proses komunikasi Islam tersebut, oleh karena itu komunikasi Islam memerlukan beberapa unsur yang terdiri dari komunikator, sumber komunikasi, pesan komunikasi, media komunikasi dan tujuan komunikasi.

- a. Komunikator atau da’i dalam komunikasi Islam adalah orang yang menyampaikan ajaran Islam, dengan kata lain orang yang secara langsung mengajak melalui lisan, tulisan, maupun perbuatan, untuk menyebarkan dan mengamalkan ajaran Islam dengan upaya merubah lebih baik.<sup>9</sup> Dalam melakukan komunikasi Islam da’i merupakan unsur penting dalam proses kegiatan komunikasi Islam, keberadaan da’i menentukan berhasil tidaknya kegiatan komunikasi Islam yang akan dilakukan, Oleh karena itu, da’i harus pandai dan cermat dalam mengetahui keadaan psikologis obyek komunikasi Islam, dengan begitu, da’i mampu menyusun strategi yang tepat untuk komunikasi (*mad’u*) dan proses perubahan perilaku dapat tercapai secara optimal.
- b. Sumber komunikasi, dalam dunia komunikasi, sumber komunikasi dianggap sebagai data, fakta, maupun fenomena

---

<sup>8</sup> Joko Susanto, “Etika Komunikasi Islam,” *Jurnal Waraqat* 1, no. 1 (2016): 23.

<sup>9</sup> Yunan Yusuf, *Manajemen Dakwah*, ed. Muhammad Munir Wahyu Ilahi, Pertama. (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006).

yang terjadi di alam semesta ini, latar belakang masalah dan segala macam hal yang menjadi pokok pembicaraan. Dari sudut pandang ini, maka situasi dan kondisi yang dihadapi komunikator atau da'i masa kini jelas menunjukkan adanya sumber komunikasi dalam kegiatan komunikasi Islam tersebut, dan tentu saja selalu ada. Pada sumber komunikasi tersebut, para da'i menanggapinya dengan berpedoman pada ajaran Islam yang terkandung dalam Al-Quran dan al-Hadits, kemudian atas inisiatifnya dibuatlah pesan komunikasi Islam, yang disampaikan kepada semua umat manusia di muka bumi ini.<sup>10</sup>

- c. Pesan Komunikasi dalam kegiatan komunikasi Islam merupakan sebuah ajaran yang disampaikan oleh seorang komunikator atau da'i baik berupa ibadah, akidah, muamalah, dan akhlak yang diajarkan Allah dalam Al-Quran melalui Rasul-Nya. Ajaran tersebut tidak hanya terbatas pada teori saja melainkan juga berupa perbuatan da'i sendiri dalam mengamalkan ajaran Islam. Oleh karena itu, da'i dapat dianggap sebagai pesan dalam komunikasi Islam.<sup>11</sup>
- d. Media komunikasi bersifat netral dan biasanya diartikan sebagai alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Dalam komunikasi Islam media komunikasi bisa berupa tulisan atau buku-buku, mimbar khotbah atau ceramah, seni bahasa dan juga seni suara serta sarana lain yang dapat memperlancar jalannya komunikasi Islam.
- e. Tujuan komunikasi Islam memiliki tiga pokok hal yang penting, yaitu memberikan pemahaman kepada seluruh umat manusia agar siap dan mampu menerima ajaran Allah yang terkandung dalam Al-Quran al-Karim sebagai pedoman hidupnya, mengajak kaum muslimin agar mereka ikhlas beragama karena Allah menjaga agar amal perbuatannya jangan bertentangan dengan iman. Mengajak manusia untuk menerapkan hukum Allah yang akan menerapkan kesejahteraan dan keselamatan bagi manusia seluruhnya.

Dari semua penjelasan tersebut dapat dipahami bahwa makna dari semua itu mengandung pengertian upaya mengubah sifat, sikap, pendapat, dan perilaku masyarakat ke arah yang Islami. Adapun upaya mengubah mengubah sifat, sikap, pendapat,

---

<sup>10</sup> Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, kedua. (Jakarta: Rajawali Pers, 2012).

<sup>11</sup> Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah*, ed. Engkus Kuswandi, Pertama. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014).

dan perilaku, tiada lain adalah prinsip dari tujuan utama dari komunikasi. Sedangkan suasana yang Islami dimaksud pada upaya komunikasi Islam merupakan tujuan khusus dari upaya mengomunikasikan ajaran Islam.

## 2. TikTok Sebagai Media Komunikasi Islam

### a. Media Sosial

Media sosial adalah sarana komunikasi yang berkerja secara online dimana setiap pengguna dapat dengan mudah untuk berbagi dan bercerita diantaranya dapat berupa jejaring sosial, blog, wiki, dunia virtual dan forum.<sup>12</sup> Media sosial juga mudah diakses tidak hanya dari komputer saja melainkan dapat dengan mudah diakses melalui perangkat komunikasi lain seperti smartphone. Andreas Kaplan dan Michael Haenlien memberikan definisi terkait media sosial dimana menurutnya adalah selompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran isi pengguna yang dihasilkan.<sup>13</sup> Sedangkan menurut Nasrullah dalam Rahmanita Ginting dkk, menjelaskan bahwa media sosial adalah platform media yang fokus pada kehadiran pengguna yang mendukung dalam beraktifitas maupun berkolaborasi.<sup>14</sup> Oleh Karena itu media sosial berperan aktif sebagai alternatif media online (fasilitator) yang mempererat hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan social yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya, berbagi, bekerja sama, berkomunikasi dengan khalayak ramai dengan membentuk ikatan sosial secara virtual. Dalam media sosial, komunikasi, kerjasama dan pengenalan merupakan tiga bentuk yang berkaitan dengan makna sosial. Munculnya berbagai macam media sosial telah membawa dampak yang luar biasa pada cara kita berkomunikasi terhadap masyarakat umum.

### b. TikTok

TikTok adalah sebuah platform media sosial video musik China yang diluncurkan september 2016 pertama kali masuk

---

<sup>12</sup> Rosanita Tritias Utami dkk, *New Normal Era Dalam Berbagai Aspek Kehidupan*, ed. Dian Utami Ratna dewi Ismi Aziz Sutiksno (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2020).

<sup>13</sup> Sri Desti Purwatiningih dkk, "Etika Komunikasi Dalam Penggunaan Media Sosial Facebook Sebagai Sarana Media Interaksi."

<sup>14</sup> Rahmanita Ginting dkk, *Etika Komunikasi Dalam Media Sosial*, ed. Rifqi Fauzi, Pertama. (Cirebon, 2021).

Indonesia pada akhir tahun 2017, TikTok juga dikenal dengan sebutan Douyin didirikan oleh Zhang Yiming, dia adalah lulusan software engineer dari Universitas Nankai, yang mendirikan perusahaan teknologi ByteDance pada Maret 2012. Melalui perusahaannya inilah Yiming mengembangkan aplikasi TikTok.

TikTok merupakan aplikasi populer di kalangan milenial, Gen Z, dan anak kecil masa kini. Aplikasi ini memberikan efek khusus yang unik dan menarik sehingga dapat dengan mudah digunakan penggunanya untuk membuat video pendek. Dalam setiap unggahan berdurasi 15 hingga 60 detik, penggunaannya diajak untuk bisa menggunakan kreativitas mereka. Kreativitas yang bisa dituangkan sangat beragam, mulai dari pemilihan efek video hingga fitur-fitur lainnya yang tersedia di TikTok, sehingga TikTok tidak hanya sekedar mengunggah video seperti biasa, tapi mendorong pengguna untuk diajak dapat memberikan video yang unik, menarik dan berbeda dengan diiringi beragam *soundtrack* yang tersedia.<sup>15</sup> Selain itu, aplikasi ini juga dapat membuat penggunanya menjadi terkenal dengan konten yang mereka buat, beberapa konten video yang terkenal karena videonya menghibur, ada juga yang terkenal karena kreativitasnya, ada juga terkenal karena video yang dibuatnya memiliki keunikan, viralnya setiap video atau dalam TikTok biasa disebut FYP (*For You Page*), semuanya tergantung selera penonton atau pengguna lain.

Pada bulan Agustus tahun 2018, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) sempat memblokir aplikasi video musik asal China yang tengah populer di Indonesia, padahal aplikasi tersebut pada saat itu masih terbilang baru pemblokiran ini dilakukan setelah pihaknya berkoordinasi dengan Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Anak (PPS) dan Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI). Sebelumnya, Kominfo memantau aplikasi TikTok selama sebulan dan menemukan sejumlah konten video tidak pantas untuk ditiru oleh anak di bawah umur. Oleh karena itu, banyak laporan yang mengeluhkan aplikasi ini, sampai dengan

---

<sup>15</sup> Mitha Mayestika Kuen dan Fyan Andinasari Kuen, "Eksistensi Braggadocian Behavior Pada Media Sosial TikTok (Studi Fenomenologi Pada Remaja Di Kota Makassar)," *Jurnal Ilmiah Pranata Edu 2*, no. 2 (2020): 48.

tanggal 3 Juli, terhitung laporan yang diterima mencapai 2.853 laporan.<sup>16</sup>

Sebagian besar pengguna aplikasi TikTok berusia di bawah 18 tahun. Bahkan, mayoritas adalah anak berusia antara 5 hingga 10 tahun atau duduk di bangku sekolah dasar. Tentu saja hal ini berbahaya bagi perkembangan mental generasi selanjutnya. Sekilas memang banyak konten di TikTok yang tidak cocok untuk anak-anak, terutama anak-anak usia 5 hingga 10 tahun. karena posisi dan ideologinya belum bisa stabil. Anak-anak di usia ini sangat rentan terhadap berbagai efek negatif yang tentu saja dapat muncul dari setiap aktivitas dan tontonan mereka di aplikasi TikTok.

Berikut beberapa fitur pendukung yang di miliki oleh TikTok sehingga memudahkan penggunaanya dalam membuat konten video:

1) Penambahan musik

TikTok adalah salah satu platform video musik. salah satu fitur utama dari aplikasi TikTok adalah kemampuan untuk penambahan musik. Hal ini memungkinkan pengguna untuk menambahkan berbagai jenis musik tergantung pada konten video yang ingin di buat, selain itu, semua musik yang sudah tersedia dalam aplikasi TikTok sudah mendapat izin dari pemiliknya sehingga musik tersebut dapat digunakan secara gratis.

2) Filter pada video

filter video adalah untuk memungkinkan pengguna mengubah skema warna video dengan menambahkan filter ke video, dan membuat video lebih menarik dengan menyesuaikan nada dan warna sesuai dengan tema video.

3) Filter sticker dan efek video

Aplikasi TikTok dilengkapi dengan filter untuk memasukkan stiker dan efek dalam video, setidaknya memiliki lima kategori, antara lain efek visual, transisi, efek stiker, efek split, dan pengaturan waktu. Dalam efek stiker juga memiliki berbagai pilihan seperti stiker rambut, stiker kacamata, stiker binatang, stiker lucu, stiker hati dan lain sebagainya. Filter ini dimaksudkan agar dalam pembuatan video lebih kreatif.

---

<sup>16</sup> Muhammad Handy Dwi Wijaya dan Musta'in Mashud, "Konsumsi Media Sosial Bagi Kalangan Pelajar (Studi Pada Hyperrealitas TikTok)," *Jurnal Agama Sosial dan Budaya* 3, no. 2 (2020): 23.

4) *Filter voice changer*

Filter ini berfungsi untuk mengubah suara video menjadi bermacam-macam. Dengan berbagai efek suara yang disediakan oleh aplikasi TikTok, pengguna dapat dengan mudah menambahkan kesenangan dan kreativitas video yang mereka buat. Cara penggunaannya juga sangat mudah tinggal merekam kemudian pilih audio yang ingin digunakan kemudian pilih *voice effect*.<sup>17</sup>

5) *Filter Beautify*

Bagi pengguna yang ingin tampil lebih percaya diri dalam setiap video yang dibuatnya, TikTok juga menyediakan fitur beautify yang bisa membuat wajah jauh lebih cantik dan menarik. Selain itu, fitur ini dapat mengoreksi bentuk wajah dan warna mata, serta membuat wajah lebih terlihat halus.

6) *Filter auto captions*

Fitur ini memungkinkan kreator konten TikTok menyertakan subtitle yang dibuat secara otomatis oleh aplikasi. Tujuan dari disediakannya fitur ini adalah agar semua orang dapat dengan mudah mengakses atau menikmati setiap konten video yang dibuat, terutama bagi mereka penyandang gangguan pendengaran.

7) *Fitur hapus komen dan blokir pengguna secara massal*

Fitur ini disediakan oleh TikTok untuk memudahkan kreator menangkis komentar dan memblokir akun secara massal, tujuan dari fitur ini agar kreator dapat lebih mudah menghalau bullying. Namun, tidak semua pihak mendukung peluncuran fitur baru ini. Alasannya adalah memungkinkan kreator mengubah personanya, sehingga setiap unggahan mereka akan selalu terlihat diterima dengan baik.

8) *Fitur live*

TikTok juga memiliki fitur live yang dapat digunakan oleh penggunanya, akan tetapi untuk menggunakan fitur live ini, pengguna harus memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh TikTok. Memiliki setidaknya 1000 pengikut, akunnya terdaftar secara musik, harus berusia minimal 16 tahun. Selanjutnya menulis keterangan dan judul yang menarik agar dapat menarik penonton.

---

<sup>17</sup> Dwi Aris Nurohman, *Konten Kreator*, ed. Stefan (Jakarta Barat: ELMARKAZI, 2021).

### 3. Etika Komunikasi Islam

Etika secara etimologi berasal dari bahasa Yunani, dalam (bentuk tunggal) *Ethos*, memiliki arti tempat tinggal, adat, kebiasaan, akhlak, watak, perasaan, dan cara berpikir. Atau (jamak) *ta etha* artinya adat kebiasaan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, bahwa etika berarti ilmu tentang apa yang baik dan tentang apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak); kumpulan asas atau nilai yang berkenaan tentang akhlak, nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat.<sup>18</sup>

Menurut W.J.S. Poerwadarminto dalam Siti Rohmah menjelaskan bahwa etika merupakan ilmu pengetahuan mengenai prinsip atau dasar moral dan akhlak. Sementara menurut H.A. Mustafa, dalam Siti Rohmah bahwa etika sebagai ilmu adalah menyelidiki terhadap perilaku apa yang baik dan yang buruk dan juga dengan memperhatikan tindakan manusia sejauh apa yang telah diketahui oleh akal pikiran. Hal yang sama juga disebutkan oleh Ahmad Amin yang mendefinisikan etika adalah ilmu pengetahuan yang menjelaskan arti baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia, menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang seharusnya diperbuat oleh manusia dan menyatakan tujuan yang harus dicapai oleh manusia dalam perbuatannya.<sup>19</sup>

Dari penjelasan etika di atas, baik secara etimologi maupun terminologi menunjukkan bahwa etika merupakan sebuah ilmu untuk mengetahui dan menilai perilaku seseorang atas dasar suatu penilaian berdasarkan akal pikiran manusia, apakah hal itu baik atau buruk untuk menjelaskan perilaku atau perbuatan manusia. Sesuatu yang dilakukan baik, maka secara etika menunjukkan bahwa orang yang melakukannya dikatakan beretika, sedangkan jika perbuatan yang dilakukan tidak baik maka orang yang melakukannya dikatakan tidak beretika.

Etika komunikasi Islam atau disebut juga etika komunikasi berdasarkan perspektif religius, merupakan etika komunikasi yang bersumber dari alquran dan sunnah Nabi Muhammad SAW. Hal ini didasarkan pada keyakinan bahwa ajaran Islam sebagai agama dengan nilai-nilai universal mengandung kebenaran dan kebaikan bagi seluruh umat manusia, mengajarkan bahwa komunikasi harus

---

<sup>18</sup><https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/etika>, diakses pada Hari Senin Tanggal 06 Februari 2023.

<sup>19</sup> W.J.S. Poerwadarminto dalam Siti Rohmah, *Buku Ajar Akhlak Tasawuf*, ed. Moh Nasrudin, Pertama. (Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2021).

dilakukan dengan cara beradab, penuh penghormatan dan penghargaan terhadap lawan bicara. Ketika berkomunikasi dengan orang lain, Islam memberikan dasar yang jelas tentang tata cara berbicara. Tata cara berbicara kepada orang lain adalah tentang membicarakan hal-hal yang baik, menghindari kebatilan, perdebatan dan permasalahan yang rumit, berusaha menyesuaikan diri dengan lawan bicara, tidak memuji diri sendiri, dan jangan memuji orang lain dengan kebohongan.<sup>20</sup>

Dari sudut pandang Islam, etika memiliki karakter tersendiri. Islam bukanlah agama takhayul yang memberikan ajaran terhadap umatnya tentang uzlah (isolasi diri) kepada sesama manusia. Selain itu, Islam juga tidak hanya mengajarkan dari sisi spiritualitas. Melainkan Islam memberikan ajaran terhadap pengikutnya tentang etika (Akhlak), yang dimana nilai nilai tersebut menjadi penegakkan atas setiap peraturannya. Etika dalam Islam berkaitan dengan semua aspek kehidupan manusia, dalam ajaran Islam etika menempati tempat tertinggi sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat. Etika yang baik akan mensejahterakan lahir dan batin, akan tetapi jika etikanya buruk maka dapat memperburuk lahir batinnya. dasar etika Islam pada umumnya mengacu pada empat hal meliputi:

- a. Dari sudut pandang objek pembahasannya, etika menjelaskan tentang perilaku atau perbuatan yang dilakukan oleh manusia.
- b. Etika berakar pada akal dan filsafat. Sebagai hasil pemikiran etika tidak mutlak atau tidak universal dan absolut.
- c. Sesuai fungsinya, etika bertindak sebagai pedoman dalam melakukan suatu perbuatan, sebagai batas tindakan yang bertujuan menciptakan kedamaian bagi individu, sebagai elemen terkecil dari masyarakat.<sup>21</sup>
- d. Pada dasarnya etika bersifat relatif. Dengan kata lain, bisa berubah sesuai dengan perkembangan zaman.<sup>22</sup>

Etika komunikasi dalam Islam didasarkan pada prinsip-prinsip ajaran Islam yang bersumber dari nilai-nilai Ilahiyah. Jika diteliti, al-Qur'an memiliki ayat yang menggunakan ungkapan yang dekat dengan makna komunikasi. al-Qur'an juga menjelaskan pentingnya pesan yang disampaikan oleh komunikator dakwah. al-

---

<sup>20</sup> Anita Ariani, "Etika Komunikasi Dakwah Menurut Al-Quran," *Jurnal Ilmu Dakwah* 11, no. 21 (2012): 7–16.

<sup>21</sup> Serlika Aprita, *Etika Profesi Hukum*, Pertama. (Bandung: Refika Aditama, 2020).

<sup>22</sup> Hardiono, "Sumber Etika Dalam Islam," *Jurnal Al-Aqidah: Jurnal Ilmu Aqidah Filsafat*, 12, no. 2 (2020): 29–30.

Qur'an memperkenalkan kata *qaulan* dalam banyak ayat. Gaya bicara al-Qur'an atau pembicaraan (*qaulan*) dikategorikan sebagai kaidah, prinsip, atau etika komunikasi Islam, berikut penjelasannya:<sup>23</sup>

a. *Qoulan Baligha*

Baligha menurut istilah berasal dari kata *balagha* memiliki arti sampai atau fasih, jelas maknanya, terang dan tepat dalam mengungkapkan apa yang dikehendaki. Apabila dikaitkan dengan prinsip komunikasi *Qoulan Baligha* dapat diartikan sebagai komunikasi yang efektif. Secara terperinci penafsiran ini dapat didasarkan dalam (QS. An-Nisa ayat 63.).

Dalam ayat tersebut menggambarkan perbuatan orang-orang munafik, ketika diajak untuk memahami hukum Allah, mereka selalu berusaha untuk mencegah orang lain untuk taat, tetapi disaat mereka mendapat musibah atau kecelakaan dari perbuatannya sendiri, mereka datang dan memohon perlindungan. Jadi untuk orang munafik tersebut diperlukan komunikasi efektif yang dapat mengguagah jiwanya. Artinya apa yang dikomunikasikan itu secara terus terang, tidak berbelit-belit, sehingga tepat mengenai sasaran yang dituju. Jalaludin Rahmat telah merinci terdapat dua hal agar komunikasi dapat berjalan dengan efektif: Pertama, seorang komunikator ketika berbicara harus mampu beradaptasi dengan pendengarnya. Kedua, isi pesan harus menyentuh hati dan otak pendengar.<sup>24</sup>

b. *Qoulan Layyinan*

Layyin diartikan secara istilah "lembut". Kata lembut dalam komunikasi dakwah merupakan intraksi yang dilakukan seorang da'i untuk mempengaruhi mad'u mencapai hikmah. Perintah dalam menggunakan perkataan yang lemah terdapat dalam (QS Thoha ayat 44).

Lemah lembut yang di jelaskan dalam ayat tersebut merupakan rujukan tentang pentingnya kebijaksanaan dalam dakwah. Sikap bijaksana tersebut ditunjukkan dengan ucapan yang tidak menyakitkan dan sopan kepada sasaran dakwah. Dalam berdakwah diantaranya ditandai dengan ucapan yang sopan tidak menyakitkan sasaran mitra dakwah, agar pesan yang disampaikan cepat dipahami. Dalam konteks komunikasi,

---

<sup>23</sup> Ahmad Atabik, "Konsep Komunikasi Dakwah Persuasif Dalam Perspektif Al-Qur'an," *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 2, no. 2 (2014): 136.

<sup>24</sup> M Munur, *Metode Dakwah*, ed. Munzier Suparta Harjani Hefeni, Pertama. (Jakarta: Prenada Media, 2003).

seorang komunikator atau da'i haruslah menunjukkan perilaku yang dapat menimbulkan simpati berdasarkan perkataan yang lemah lembut tersebut. Kata yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan, dalam artian tepat waktu, tepat sasaran, dan tidak menimbulkan sifat konfrontatif apalagi anarkis.<sup>25</sup>

c. *Qaulan Ma'rufan*

*Qaulan Ma'rufan* dapat diterjemahkan ungkapan atau ucapan yang pantas dan baik, secara etimologis ma'rufan adalah al-khair atau ihsan, memiliki arti baik-baik. Jika di telusuri lebih dalam, "Pantas" bisa diartikan kata yang "terhormat", sedangkan "Baik" adalah kata yang "sopan". Ungkapan *qaulan mak'rufan* di dalam Al-Qur'an ditemukan tiga surah dan empat ayat yaitu, QS An-Nisa 4: 5, QS An-Nisa 4: 8, QS Al-Baqarah 2: 235 dan QS Al-Ahzab 33: 32.

Di dalam surah an-Nisa ayat 5 menyebutkan bahwa *Qaulan Ma'rufan* berkontribusi kepada pembicaraan-pembicaraan yang pantas bagi seseorang yang belum dewasa atau yang belum cukup akalnya atau orang dewasa namun tergolong bodoh. Kedua orang ini tentu tidak siap menerima perkataan bukan *ma'ruf* karena otaknya tidak cukup siap menerima apa yang disampaikan. Justru yang menonjol adalah emosinya. Sedangkan dalam surah, an-Nisa ayat 8 menjelaskan tentang perasaan anak yatim dan orang miskin yang hadir dalam pembagian warisan, meskipun mereka tidak termasuk dalam daftar penerima hak waris. Akan tetapi, dalam ajaran agama dijelaskan agar mereka diberi sekedarnya dan dengan perkataan yang pantas, karena jika diberi tetapi tidak disertai dengan perkataan yang baik maka perasaan mereka akan tersinggung.<sup>26</sup>

Pada surah al-Baqarah ayat 235 mengandung beberapa arti diantaranya adalah rayuan halus kepada seorang wanita yang ingin dipinang, jadi ini merupakan komunikasi etis ketika mengungkapkan perasaan kepada wanita yang ingin dijadikan istri. Kemudian surah al-Ahzab 32 bahwa *Qaulan Ma'rufan* menjelaskan tuntunan kepada seorang wanita istri rosul agar dalam berbicaramenggunakan perkataan yang wajar tidak perlu bermanja-manja, cengeng, tersipu-sipu atau sikap yang berlebihan yang akan mengundang nafsu birahi lelaki lawan bicara.

---

<sup>25</sup> Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, ed. Andriyani Kamsyah, Kedua. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013).

<sup>26</sup> M Munur, *Metode Dakwah*.

d. *Qaulan Maisura*

Kalimat maisura berasal dari kata *yasr*, artinya mudah. *Qaulan mansura* lawan dari *ma'sura* perkataan yang sulit. Di artikan sebagai bahasa komunikasi. *Qaulan Maisura* memiliki arti perkataan pantas, ringan dan tidak berbelit-belit sehingga mudah untuk dicerna dan dimengerti. Di dalam al-Qur'an terdapat dalam surah al-Isra ayat 28.

Dalam ayat tersebut banyak ulama yang menafsirkan bahwa ayat tersebut diturunkan ketika Nabi Muhammad Saw. Menghindar dari orang yang meminta pertolongan karena merasa malu tidak dapat memberinya pertolongan, kemudian Allah Swt. memberikan tuntunan yang lebih baik melalui ayat ini yakni menghadapinya dengan menyampaikan dengan perkataan yang lebih baik serta harapan memenuhi keinginan meminta di masa yang akan datang.<sup>27</sup>

e. *Qaulan Karima*

Kata *karima* dari segi bahasa memiliki arti mulia. Dapat juga diartikan sebagai “perkataan yang mulia” jika digunakan dalam komunikasi dakwah maka lebih ke sasaran atau mad'u dengan tingkatan yang lebih tua, sehingga pendekatan yang digunakan sifatnya lebih kepada perkataan yang lembut dengan tingkatan sopan santun yang diutamakan. Terkait dalam hal ini *Qaulan Karima*, terdapat dalam al-Qur'an surah Al-Isra ayat 23.

Dalam ayat tersebut menuntut agar kita berkewajiban selalu berbuat baik kepada ibu bapak, tidak durhaka dan mengedepankan perkataan sopan santun kepada mereka, dan apabila seandainya mereka melakukan kesalahan hendaklah kita menganggap tidak ada kesalahan karena pada dasarnya tidak ada orang tua yang bermaksud buruk kepada anaknya.

f. *Qaulan sadidan*

Menurut bahasa *Qaulan sadidan* berarti “perkataan yang benar”. Setiap perkataan yang keluar dari mulutnya merupakan perkataan yang dapat dipercaya sesuai dengan kondisi yang ada. Al-Jazairi mendefinisikan *Qaulan sadidan* dengan dua kata yaitu *shidqan sha-iban*, artinya benar tepat sasaran.<sup>28</sup> Tidak semua kata benar menjadi tepat jika ditempatkan pada posisi yang tidak benar, menggambarkan penyakit yang diderita oleh seorang pasien yang dirawat di rumah sakit, bahkan menceritakan kepadanya tentang penyakit yang dideritanya,

---

<sup>27</sup> Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*.

<sup>28</sup> Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*.

meskipun pernyataan itu benar tetapi hal tersebut termasuk tidak *sadidan* (kurang tepat).

g. *Qaulan Tsaqilan*

Secara bahasa *Qaulan Tsaqilan* memiliki arti “perkataan yang berat”. Secara umum yang dimaksud *Qaulan Tsaqilan* adalah Al-Qur’an karena didalamnya mengandung tugas yang berat terutama Rasulullah Saw. ketika Rasulullah Saw menerima wahyu, Rasulullah merasa bahwa wahyu yang diterimanya itu berat, Hal itu juga sama dirasakan oleh unta yang ditunggangnya, ketika wahyu diterima maka unta yang ditunggangi tertunduk dan menurunkan perutnya. al-Qur’an dikatakan berat karena baik struktur bahasa maupun maknanya padat, isinya tidak sedikit, al-Qur’an dikatakan berat karena orang yang ingin merenungkan maknanya memerlukan keseriusan dalam mempelajarinya, nilainya akan bertahan dan tidak lapuk dimakan zaman. Dalam konteks komunikasi *Qaulan Tsaqilan* adalah sebuah kata yang memiliki penuh makna berbobot, memiliki nilai mendalam dan juga perlu perenungan untuk memahaminya agar bertahan lama.<sup>29</sup>

h. *Qaulan Adziman*

Secara bahasa *Qaulan Adziman* adalah “perkataan yang besar”. Disebutkan pada al-Qur’an surah al-Isra ayat 40.

Dalam ayat tersebut mengacu kepada kepercayaan orang arab jahiliyah yang meyakini bahwa malaikat adalah perempuan dan malaikat merupakan anak perempuan tuhan. Ungkapan yang tidak memiliki sumber tersebut termasuk dalam kategori ungkapan yang besar.

i. *Ahsanu Qaulan*

*Ahsanu Qaulan* menurut bahasa memiliki arti perkataan yang paling baik. Dalam al-Qur’an terdapat dalam surah Fushshilat ayat 33.

Dalam ayat tersebut Allah menyatakan bahwa kata terbaik yang dapat diucapkan oleh manusia adalah seruan untuk beriman kepada Allah, selalu melakukan perbuatan baik dan mematuhi peraturan Nya. Ayat ini juga menggambarkan bahwa setiap kata memiliki bobot yang berbeda-beda, menurut al-Qur’an kata yang paling berbobot adalah kata untuk mengajak

---

<sup>29</sup> Syamsu Nahar, *Komunikasi Edukatif Orang Tua Dan Anak Dalam Al Qur’an : Kajian Tafsir Tarbawi*, Pertama. (Indramayu: Penerbit Adab, 2022).

orang mengesakan Allah dan memotivasi orang untuk beramal saleh.<sup>30</sup>

#### 4. Etika Komunikasi Islam di Media Sosial

Di era modern seperti saat ini, dimana teknologi berkembang dengan sangat pesat memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap kehidupan bermasyarakat dan seakan media sosial seakan menjadi bagian dari kebutuhan setiap penggunanya. Dengan demikian, media sosial bisa dijadikan sebagai sarana alternatif dakwah yang bisa membuat umat Islam meningkat dan lebih berkembang.

Praktik komunikasi Islam dalam pemanfaatan media sosial tampaknya sudah menjadi kebutuhan para penggunanya, di era perkembangan teknologi saat ini media sosial telah menjadi sarana alternatif dakwah guna meningkatkan kemajuan umat Islam. Jika dikaji lebih dalam, perkembangan komunikasi Islam sudah ada sejak awal adanya manusia, sehingga perkembangan komunikasi Islam sejalan dengan keberadaan manusia. Tentunya etika komunikasi Islam mengikuti perkembangan komunikasi yang ada. dalam perkembangan komunikasi Islam itu sendiri yang di jadikan sebagai figur dalam pelaksanaan komunikasi adalah Rasulullah.

Perilaku manusia dalam proses perkembangan komunikasi tentunya dipengaruhi oleh kondisi lingkungan yang ada, Perubahan budaya yang terjadi di masyarakat akan mempengaruhi penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi moderen. Pada dasarnya etika komunikasi Islam erat kaitannya dengan etika dakwah, sehingga penerapan di media sosial harus sejalan dengan apa yang telah dicontohkan Rasulullah SAW, sebagai mana Rasulullah bersabda bahwa "hendaklah berbicara efektif atau lebih baik diam".

Dalam hal perkembangan teknologi yang sangat pesat di era saat ini terutama pada perkembangan media sosial, di mana melahirkan berbagai macam konsekuensi serta membuat pergeseran pemikiran pada setiap penggunanya. Semua itu terjadi karena media sosial sudah menjadi bagian dari setiap manusia dengan kata lain menjadi tempat untuk mencurahkan semua aktifitas dan luapan emosi dan mengunggah video sekaligus tulisan yang di sebut dengan caption tanpa melihat etika yang ada pada

---

<sup>30</sup> Mahmuddin, "Dakwah Dan Pengembangan Masyarakat," *Jurnal Al-Tajdid* 11, no. 1 (2010): 46.

media sosial.<sup>31</sup> Mudah-mudahan menggunakan media sosial menjadikan setiap penggunaannya terjebak dalam menurunnya etika terutama pada kalangan muda. Etika yang dulunya di anggap penting bagi bangsa Indonesia, seakan kini tidak penting lagi.

Komunikasi dalam lingkup media sosial merupakan perpaduan antara komunikasi interpersonal dengan komunikasi massa, yang mana komunikasi massa merupakan tingkat komunikasi yang paling cocok cakupan komunikannya. Oleh karena itu, ketika seseorang mengunggah konten dalam akun media sosial yang mereka miliki, pada saat itu juga ada partisipasi semua pihak yang menikmati konten tersebut. Sehingga dibutuhkan etika dalam proses kegiatan komunikasi media online tersebut. Etika bukan sekedar sebagai bentuk pemahaman saja, melainkan perlu adanya praktik dalam melakukan aktivitas komunikasi. Salah satu etika komunikasi Islami yang perlu dikembangkan adalah dengan berpegang pada etika komunikasi yang terkandung dalam al-Qur'an.<sup>32</sup>

Dalam kegiatan penyampaian pesan melalui media sosial, penerapan etika komunikasi Islam merupakan bagian penting yang harus dilakukan. Meskipun komunikasi melalui media sosial tidak berintraksi secara langsung, Namun, sebagai aturan umum ada suatu norma yang harus diperhatikan. Tidak hanya sekedar Rasulullah yang mengajarkan nilai-nilai beretika dalam berkomunikasi, pihak pemerintah juga memberikan regulasi atau aturan yang termasuk dalam undang-undang sebagai batasan perilaku manusia menggunakan media sosial. Oleh karenanya bagi cikal bakal penerus bangsa dapat mencermati terlebih dahulu ketika ingin berkomunikasi kepada khalayak melalui tulisan. Apapun yang ditulisnya ada sebuah bentuk pertanggung jawaban yang tidak hanya kepada dirinya sendiri dan tuhan, melainkan seluruh pengguna media sosial.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan salah satu sarana untuk mencari informasi, hiburan dan mengungkapkan gagasan, ide serta keluhan. Berbagai kalangan baik itu anak-anak, remaja maupun orang tua menggunakan media sosial, terkhususnya media sosial TikTok sangat diperlukan.

---

<sup>31</sup> Emilsyah Nur, "Peran Media Masa Dalam Menghadapi Serbuan Media Online," *Jurnal Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa* 2, no. 1 (2021): 52.

<sup>32</sup> Rinwanto Hidayatus Nurul Hakim Mufid Syakhlani Sholihah, "Etika Komunikasi Dalam Media Sosial Sesuai Tuntutan Al-Qur'an," *Journal of Communication Studies* 1, no. 1 (2021): 61.

## B. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Luthfi Muawanah etika komunikasi netizen di instagram dalam perspektif Islam. Dalam jurnal ini peneliti bertujuan untuk membahas masalah yang berkaitan dengan etika komunikasi netizen dalam media sosial instagram dilihat dari sudut pandang Islam, yang dimaksud adalah perilaku yang boleh dan tidak boleh dilakukan oleh orang-orang dalam menyampaikan pesan atau gagasan melalui instagram. Jurnal ini memiliki kesamaan dengan penelitian penulis, yaitu sama membahas mengenai etika komunikasi Islam tetapi memiliki perbedaan dalam subjek penelitian, perbedaannya penelitian yang dilakukan oleh Luthfi Muawanah Jehan Anisya membahas etika komunikasi Islam netizen di instagram, sedangkan penelitian ini membahas akun TikTok @basyasman00.<sup>33</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Sri Desti Purwatiningsih, Riski Inayah dan Solten RadjaGukguk tentang etika komunikasi dalam penggunaan media sosial Facebook sebagai sarana media interaksi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan secara kuantitas etika komunikasi mahasiswa FISIP USNI saat menggunakan media sosial facebook sebagai sarana berinteraksi dengan memperhatikan sepuluh etika berkomunikasi melalui internet, khususnya facebook. Jurnal ini memiliki kesamaan dengan penelitian penulis yaitu sama membahas mengenai etika komunikasi Islam, namun memiliki subjek penelitiannya berbeda.<sup>34</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh AANBJ Dewanta dengan tentang pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai media pembelajaran bahasa indonesia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dalam jurnal ini peneliti bertujuan untuk menggunakan fitur-fitur TikTok sebagai sarana media pembelajaran bahasa indonesia, yang mencakup empat keterampilan dasar yaitu menyimak, berbicara, membaca dan menulis. Jurnal ini memiliki kesamaan dengan penelitian penulis, yaitu sama menggunakan media TikTok sebagai objek penelitian, namun perbedaannya terletak pada fokus penelitian, jurnal ini ingin memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan TikTok sebagai sarana pembelajaran bahasa indonesia. Sedangkan penelitian ini ingin mengetahui etika komunikasi Islam yang

---

<sup>33</sup> Muawanah, "Etika Komunikasi Netizen Di Instagram Dalam Perspektif Islam."

<sup>34</sup> Sri Desti Purwatiningsih dkk, "Etika Komunikasi Dalam Penggunaan Media Sosial Facebook Sebagai Sarana Media Interaksi."

dilakukan oleh Husain Basyaiban dalam akun TikTok @basyasman00.<sup>35</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Jehan Anisya Nurhuda tentang etika komunikasi dakwah Ustadz Hanan Attaki, LC DI Channel Youtube. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, untuk teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi dan dokumentasi, tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui tentang penggunaan kata maupun bahasa komunikasi dakwah berdasarkan Al'Quran yang dilakukan oleh Ustadz Hanan attaki di Chanel Youtube Shift Media. kesamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas etika komunikasi Islam, sedangkan perbedaannya penelitian Jehan Anisya membahas Ustadz Hanan attaki di Chanel Youtube Shift Media, sedangkan penelitian ini Membahas akun TikTok @basyasman00.<sup>36</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Evi Norwidiyanti tentang pesan dakwah melalui konten TikTok (Analisis Pesan Dakwah Dalam Akun TikTok @basyasman00). Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kualitatif, untuk Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi dan dokumentasi, dalam skripsi ini peneliti ingin mengetahui karakteristik pesan dakwah meliputi pesan aqidah, pesan akhlak dan pesan syari'ah dari setiap konten video yang diunggah dalam akun @basyasman00. Kesamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan media TikTok sebagai objek penelitian tetapi memiliki perbedaan pada fokus penelitian. Dimana penelitian yang dilakukan oleh Evi Norwidiyanti ini adalah untuk mengetahui bagaimana pesan dakwah di bidang akidah, akhlak dan syari'ah di akun @basyasman00. Sedangkan penulis ingin mengetahui etika komunikasi Islam yang dilakukan oleh Husain Basyaiban dalam akun TikTok @basyasman00.<sup>37</sup>

### C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan penjelasan sementara dari gejala-gejala yang menjadi pokok permasalahan. Kerangka berpikir ini didasarkan pada tinjauan pustaka dan penelitian yang relevan. Dalam

---

<sup>35</sup> AANBJ Dewanta, "Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia," *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Bahasa Indonesia* 9, no. 2 (2020): 85.

<sup>36</sup> Jehan Anisya Nurhuda, *Etika komunikasi Dakwah Ustadz Hanan Attaki, LC DI Channel Youtube*, (Banjarmasin, 2021), diambil dari: <https://idr.uin-antasari.ac.id/16974/>

<sup>37</sup> Evi Norwidiyanti, *Pesan Dakwah Melalui Konten TikTok (Analisis Pesan Dakwah Dalam Akun TikTok @basyasman00)*, (Ponorogo, 2021), di ambil dari: <http://etheses.iainponorogo.ac.id/16221/1/Skripsi%20Evi%20Nowidiyanti.pdf>

kerangka pemikiran penelitian, ada beberapa hal yang menjadi fokus penelitian ini, yaitu Studi etika komunikasi Islam dalam akun TikTok @basyasman00.

