

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan terutama dengan adanya media sosial. Berdasarkan survei yang dikutip dari We Are Social, pada Januari 2024 jumlah pengguna media social di Indonesia mencapai 139 juta orang. Hal ini menunjukkan bagaimana masyarakat semakin beralih ke media sosial sebagai media baru. Kekuatan teknologi ini juga berimplikasi terhadap adanya perubahan-perubahan dalam kehidupan masyarakat (McLuhan, 1964).



gambar 1. Data Pengguna Media Sosial di Indonesia 2024

Sumber: Databoks

Kondisi ini menuntut para da'i atau ustaz untuk beradaptasi dengan gaya dakwah yang lebih kreatif, variatif dan relevan dengan kondisi masyarakat. Pasalnya, tanpa disadari da'i dihadapkan dengan masyarakat yang lebih luas dengan berbagai latar belakang. Media sosial memberikan ruang bagi siapa saja untuk menyampaikan pendapat, memberikan komentar, hingga menyebarluaskan informasi dengan cepat. Hal ini menyebabkan pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui platform digital dapat dengan mudah menyebar luas dan menjadi viral. Namun, kondisi ini juga yang membuat da'i atau ustaz menjadi lebih mudah dikenal.

Kemudahan ini menjadi tantangan bagi para da'i atau ustaz karena mereka tidak dapat menentukan dan mengelompokan audiens yang ada di media sosial

sehingga harus diperhatikan bagaimana etika komunikasinya dalam berdakwah agar tidak menimbulkan kontroversi atau polemik di tengah masyarakat.

Etika dalam dakwah islam sendiri memegang peranan yang sangat penting. Etika seorang pembawa pesan dakwah ini penting karena sikap dan perilakunya menjadi rujukan oleh masyarakat (Attabik, 2005). Hal ini juga ditekankan dalam Al-Qur'an " Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk." (QS. An-Nahl :125). Jadi sudah sepantasnya apabila dakwah harus dilakukan dengan memperhatikan prinsip-prinsip etika dalam berkomunikasi.

Namun, baru-baru ini media sosial justru dihebohkan oleh sebuah video ceramah dari salah satu pendakwah yaitu Gus Miftah yang menuai kontroversi. Dalam video tersebut, Gus Miftah terlihat mengolok-olok seorang penjual es teh yang sedang berjualan di sekitar lokasi pengajiannya. Ia berinteraksi dengan penjual tersebut dan melontarkan kalimat dalam bahasa jawa "Es tehmuh jik okeh ra? Masih, yo kono didol goblok(Es tehmuh masih banyak engga?masih, ya sana dijual goblok)" ucapan Gus Miftah dari atas panggung.



gambar 2. Kejadian Mengolok Penjual Es Teh
Sumber: Kompas.com

Pernyataan tersebut memicu reaksi keras dari masyarakat, yang menilai bahwa ucapannya kurang pantas dan tidak mencerminkan sikap seorang pendakwah yang seharusnya menyampaikan pesan dengan santun dan penuh hikmah. Insiden ini pun menjadi sorotan publik hingga membuka ruang diskusi yang luas mengenai

pentingnya etika komunikasi dalam dakwah, terutama di tengah audiens yang semakin beragam di era digital.

Selain insiden tersebut, nama Gus Miftah juga beberapa kali menjadi sorotan publik karena penyampaian dakwahnya yang tidak biasa dan dianggap nyeleneh. Salah satunya ketika beliau berdakwah di sebuah klub malam, pendekatan ceramahnya yang blak-blakan dengan menyasar kelompok tertentu tersebut sering kali menyentuh isu-isu sensitif yang dianggap menyinggung individu maupun kelompok tertentu, hingga memicu reaksi masyarakat.

Dalam konteks masyarakat modern yang semakin kritis dan terhubung melalui teknologi digital, komunikasi pendakwah tidak hanya dinilai dari isi pesan yang disampaikan, tetapi juga dari cara penyampaiannya. Media sosial telah menjadi ruang di mana setiap tindakan atau perkataan dapat dengan cepat tersebar dan menimbulkan berbagai respon, baik positif maupun negatif. Hal ini menunjukkan pentingnya penguasaan etika komunikasi bagi seorang pendakwah agar pesan dakwah dapat diterima dengan baik tanpa menimbulkan kontroversi atau polemik (Amrina Rosyada, 2020)..

Penelitian terkait juga pernah dilakukan oleh Amrina Rosyada pada tahun 2020 dengan judul “ Etika Komunikasi Dakwah: Studi terhadap Video Kajian Ustaz Abdul Somad tentang K-Pop dan Salib”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana etika komunikasi dakwah Ustaz Abdul Somad yang dibangun berdasarkan perspektif Al Quran. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Temuan dari penelitian ini menunjukkan ceramah dalam kedua video Ustaz Abdul Somad yang menuai kontroversi mengandung prinsip etika komunikasi dalam Al Quran, dengan catatan ceramah tersebut dilakukan pada kelompok terbatas. Etika Al-Quran yang dimaksud adalah prinsip bicara tegas dan jujur. Namun, jika diterapkan dalam konteks media sosial yang bersifat umum dengan jangkauan yang luas, maka pesan dakwah yang disampaikan tidak sesuai dengan salah satu kode etik dakwah yaitu *qawlan syadida* serta dinilai tidak efektif karena menyinggung saudara nonmuslim (Rosyada Amrina, 2020).

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Tri Wahyuni Pebriawati pada tahun 2023 yang berjudul “ Etika Komunikasi Islam Dalam Dakwah Koh Dennis Lim Di

Media Sosial Tiktok” bertujuan untuk mengetahui bagaimana etika komunikasi Islam dalam dakwah Koh Dennis Lim di media sosial tiktok. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dekriptif dengan menggunakan teks sebagai penjabaran hasil penelitian yang dilakukan. Temuan menunjukkan bahwa langkah Koh Dennis Lim dalam berdakwah melalui konten-konten Islam di media sosial telah sesuai dengan prinsip etika komunikasi dalam Islam. Dengan cara yang santun serta didukung oleh penggunaan bahasa yang efektif membuat dakwah yang disampaikan dapat lebih mudah diterima dan menjadi jalan bagi mad’u (sasaran dakwah) menjadi pribadi yang lebih baik, dari segi sikap maupun tingkah laku (Pebirawati Tri Wahyuni, 2023).

Relevansi kajian ini terletak pada upaya untuk memahami bagaimana etika komunikasi dapat diterapkan dalam dakwah, khususnya di era digital ini. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan lebih kepada masyarakat dalam memilih panutan yang memperhatikan prinsip-prinsip etika komunikasi dalam Islam dan memberikan masukan konstruktif bagi para pendakwah, khususnya Gus Miftah agar senantiasa tetap menjaga adab dan etika komunikasi dalam berdakwah.

Penelitian ini memiliki urgensi mengingat peristiwa ini belum lama terjadi dan ramai di media sosial karena sosok Gus Miftah yang memiliki banyak pengikut. Oleh karena itu, hal ini menjadi sorotan dan menimbulkan ruang diskusi di masyarakat mengenai bagaimana prinsip-prinsip etika komunikasi yang harus dipegang oleh pendakwah. Melihat konteks tersebut dan beberapa temuan penelitian terdahulu, membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Etika Komunikasi Islam Gus Miftah sebagai Pendakwah ”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka peneliti merumuskan masalah yang akan menjadi fokus dalam penelitian ini yaitu bagaimana etika komunikasi Islam Gus Miftah sebagai seorang pendakwah?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang dirumuskan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana etika komunikasi Islam Gus Miftah sebagai seorang pendakwah

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis, yaitu sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur di bidang ilmu komunikasi, khususnya terkait etika komunikasi dalam dakwah dan dapat dijadikan acuan bagi penelitian lanjutan yang terkait dengan etika dan strategi komunikasi dalam dakwah yang efektif dan sesuai dengan nilai-nilai agama islam

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Gus Miftah, Para Pendakwah, dan Figur Publik Lainnya

Penelitian ini diharapkan memberikan masukan konstruktif bagi Gus Miftah dan pendakwah lainnya yang menggunakan pendekatan unik agar senantiasa tetap menjaga kesesuaian dengan adab dan etika komunikasi dalam berdakwah.

b. Bagi Masyarakat

Meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya memilih dan menilai pendekatan dan adab dalam dakwah yang sesuai dengan prinsip-prinsip agama islam

1.5 Sistematika Bab

Sistematika penulisan merupakan urutan pembahasan skripsi yang dimaksudkan untuk memberikan kemudahan pemahaman pada hasil penelitian. Adapun sistematika penulisan skripsi ini sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisikan dasar-dasar penulisan skripsi seperti latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika bab.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini menguraikan penelitian sebelumnya sebagai bahan referensi, menguraikan landasan teori/konsep yang berisikan tentang segala definisi konseptual serta teori pendukung yang relevan di dalam penelitian dan kerangka konsep.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini berisikan mengenai metodologi penelitian seperti paradigma penelitian, pendekatan penelitian, metode penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengambilan data, waktu penelitian, teknik analisis data dan teknik keabsahan penelitian.

BAB IV Temuan dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan tentang data yang diperoleh ketika melakukan penelitian di lapangan seperti hasil analisis konten maupun dokumentasi oleh peneliti mengenai profil informan, studi literatur dan pembahasan mengenai penelitian.

BAB V Penutup

Bab ini berisikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran untuk penelitian selanjutnya.