

**ETIKA KOMUNIKASI ISLAM NETIZEN  
PADA AKUN MEDIA SOSIAL TIKTOK OKI SETIANA DEWI**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial Islam (S.Sos)  
**Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)**  
**Konsentrasi Televisi Dakwah**

Oleh:

Farikha Ludfiyatuzzahra

1901026045

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

**SEMARANG**

**2023**

## NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 5 (lima) eksemplar  
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth.  
Dekan Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Walisongo Semarang  
Di Semarang

*Assalamu'alaikumWr. Wb.*

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Farikha Ludfiyatuazzahra  
NIM : 1901026045  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Jurusan/Konsentrasi : Komunikasi dan Penyiaran Islam/Televisi Dakwah  
Judul : Etika Komunikasi Islam Netizen Pada Akun Media Sosial  
Tiktok Oki Setiana Dewi.

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan.  
Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 13 Desember 2023  
Pembimbing,



Dr. Hj. Siti Solikhati, M.A.  
NIP. 1196310171991032001

# PENGESAHAN

PENGESAHAN UJIAN MUNAQOSAH  
SKRIPSI  
ETIKA KOMUNIKASI ISLAM NETIZEN  
PADA AKUN MEDIA SOSIAL TIKTOK OKI SETIANA DEWI

Disusun Oleh:

Farikha Ludfivatuzzahra  
1901026045

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 20 Desember 2023  
dan dinyatakan telah LULUS memenuhi syarat  
guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

Ketua/Penguji I

H. M. Alfani M.Ag  
NIP. 197108301997031003

Sekretaris/Penguji II

Dr. Hj. Siti Solikhati, M.A  
NIP. 196310171991032001

Penguji III

Dra. Hj. Amelia Rahmi, M.Pd  
NIP. 196602091993032003

Penguji IV

Adeni, M.A  
NIP. 199101202019031006

Mengetahui,

Pembimbing

Dr. Hj. Siti Solikhati, M.A  
NIP. 196310171991032001

Disahkan oleh

Dekan, Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Pada tanggal 27 Desember 2023

Prof. Dr. Ilyas Supena, M.Ag  
NIP. 197204102001121003



## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 20 Desember 2023



Farikha Ludfiyatuazzahra

1901026045

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

*Alhamdulillahirabbil'alamin*, puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Skripsi yang berjudul “Etika Komunikasi Islam Pada Akun Media Sosial TikTok Oki Setiana Dewi” ini, disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S.1) Fakultas Dakwa dan Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang.

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti banyak mendapatkan bimbingan dan saran-saran dari berbagai pihak sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu, dengan ketulusan hati dan segala rasa hormat peneliti menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr, Nizar Ali, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Prof. Dr. Ilyas Supena, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah UIN Walisongo Semarang.
3. H. M. Alfandi, M.Ag., selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Nilnan Ni'mah, M.S.I., selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang.
5. Dr. Hj. Siti Solikhati, M.A., selaku wali dosen dan dosen pembimbing yang telah memberikan banyak sekali arahan dan masukan dengan segenap kesabaran dan nasehatnya dalam penyusunan skripsi.
6. Segenap Civitas Akademik UIN Walisongo Semarang, khususnya Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah mendidik peneliti dalam berbagai aspek keilmuan.
7. Kedua orang tua, Bapak Ali Ma'ruf dan Ibu Uswatun Hasanah yang senantiasa memberikan semangat, do'a restu, moral dan material dalam kondisi apapun.

8. Kedua adikku tercinta, Ahmad Syaifullah Mubarak dan Muhammad Afdhal Rizqi Mubarak.
9. Segenap teman-teman KPI-B 2019 yang selalu menjadi teman terbaik, terimakasih atas semangat dan kekompakkanya.
10. Teman-teman terbaikku, Taronah, Fairuz, Eka, Andini, Vila, Alfina, Meli, Vidyah, Mutiah dan Indah yang selalu memberikan semangat, support dan do'a terbaiknya untuk peneliti.
11. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, terima kasih membantu peneliti dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.

Selanjutnya, peneliti menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun senantiasa peneliti harapkan dari pembaca yang budiman, demi perbaikan dan kemajuan di masa mendatang. Peneliti berharap semoga dapat bermanfaat kepada para pembaca semuanya, dan kepada diri peneliti pada khususnya. Aamiin.

Semarang, 20 Desember 2023



Farikha Ludfiyatuazzahra

1901026045

## **PERSEMBAHAN**

Dengan rasa syukur yang mendalam, skripsi ini peneliti persembahkan sebagai wujud cinta kepada orang-orang yang telah berjasa dan berhara dalam kehidupan peneliti. Dengan mengucap rasa syukur kepada Allah SWT dan dengan terselesaikannya skripsi ini, peneliti mempersembahkannya kepada:

1. Kedua orang tua, Bapak Ali Ma'ruf dan Ibu Uswatun Hasanah, kedua adikku serta segenap keluarga yang selalu memberikan semangat dan do'a terbaik disegala kondisi apapun.
2. Almamaterku, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

## **MOTTO**

“Dan katakanlah kepada hamba-hamba-Ku: hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang baik (benar). Sesungguhnya syaitan itu menimbulkan perselisihan di antara mereka. Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagi manusia”

(Q.S Al- Isra: 53)

“Orang yang hebat adalah orang yang memiliki kemampuan menyembunyikan kesusahan, sehingga orang lain mengira bahwa ia selalu senang”

(Ali bin Abi Thalib)

## ABSTRAK

Farikha Ludfiyatuzzahra, 1901026045, Etika Komunikasi Islam Netizen pada Akun Media Sosial TikTok Oki Setiana Dewi.

TikTok merupakan salah satu dari sekian banyak platform media sosial yang muncul sebagai bukti kemajuan teknologi terkini. TikTok memungkinkan penggunanya mengambil video, menerapkan filter, dan membagikannya di berbagai layanan jejaring sosial. Namun penggunaan media sosial di masyarakat akhir-akhir ini sangat meresahkan, terutama di kalangan anak muda. Media sosial yang seharusnya bisa dimanfaatkan untuk komunikasi dan sosialisasi guna menjaga silaturahmi. Oleh sebab itu, tujuan penelitian ini untuk menjelaskan bagaimana etika komunikasi Islam netizen pada akun media sosial TikTok Oki Setiana Dewi yang sesuai dengan etika komunikasi Islam, pengikut dalam TikTok Oki Setiana Dewi sekarang sudah mencapai 2.0M *followers* (pengikut) dengan jumlah *like* (suka) sebanyak 30,8M dengan jumlah penonton video hingga 17,3 M. pengguna media sosial perlu mengetahui dan menerapkan etika dalam berkomunikasi agar komunikasi berjalan dengan baik.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan menekankan analisisnya pada proses penyimpulan komparasi serta pada analisis terhadap hubungan fenomena yang diamati dengan menggunakan logika ilmiah. Mengingat data yang digunakan oleh penulis dari hasil observasi berupa buku, artikel, maupun jurnal, maka dalam pengumpulan data ini penulis menelusuri, kemudian membaca dan mencatat bahan-bahan yang diperlukan untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan pembahasan. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis dari Miles dan Huberman.

Hasil dari penelitian ini diperoleh tiga prinsip komunikasi, yaitu terdiri *dari qaulan balighan, qaulan ma'rufan, dan qaulan layyinan* yang masih belum diteapkan netizen dalam berkomunikasi di media sosial. Apabila tiga prinsip ini diterapkan dengan baik oleh netizen dan masyarakat secara umum dalam berkomunikasi, maka proses komunikasi yang dilakukan akan berjalan dengan baik dan sesuai dengan ajara Islam.

**Kata Kunci: Etika Komunikasi Islam, Oki Setiana Dewi, TikTok**

## DAFTAR ISI

NOTA PEMBIMBING .....	i
PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
PERSEMBAHAN .....	vi
MOTTO .....	vii
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
D. Tinjauan Pustaka .....	6
E. Metode Penelitian.....	10
F. Sitematika Penulisan .....	17
BAB II.....	19
ETIKA KOMUNIKASI ISLAM NETIZEN PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK	19
A. Etika .....	19
B. Komunikasi .....	20
1. Pengertian Komunikasi .....	20
2. Jenis-Jenis Komunikasi .....	21
3. Unsur-Unsur Komunikasi.....	22
C. Etika Komunikasi.....	22
D. Etika Komunikasi Islam.....	24
1. <i>Qaulan Sadidan</i> (Perkataan yang Benar) .....	26
2. <i>Qaulan Baligha</i> (Perkataan yang Efektif, Tepat Sasaran).....	28
3. <i>Qaulan Ma'rufan</i> (Perkataan yang Baik, Pantas).....	29
4. <i>Qaulan Karima</i> (Perkataan yang Mulia) .....	31
5. <i>Qaulan Layyina</i> (Perkataan yang Lemah Lembut) .....	32
6. <i>Qaulan Maysura</i> (Perkataan yang Mudah) .....	33
E. Media Sosial.....	34

1. Pengertian Media Sosial .....	34
2. Karakteristik Media Sosial .....	35
3. Jenis-Jenis Media Sosial.....	37
4. TikTok Sebagai Media Sosial .....	38
F. Netizen .....	39
BAB III .....	41
TIKTOK OKI SETIANA DEWI DAN ETIKA KOMUNIKASI NETIZEN .....	41
A. TikTok Oki Setiana Dewi .....	41
B. Komentar Netizen dalam Akun TikTok Oki Setiana Dewi .....	43
C. Etika Komunikasi Islam Netizen dalam TikTok Oki Setiana Dewi .....	53
BAB IV .....	55
HASIL ANALISIS ETIKA KOMUNIKASI ISLAM NETIZEN PADA AKUN MEDIA SOSIAL OKI SETIANA DEWI.....	55
A. Analisis Etika Komunikasi Netizen Berdasarkan <i>Qaulan Baligha</i> .....	56
B. Analisis Etika Komunikasi Netizen Berdasarkan <i>Qaulan Ma'rufan</i> .....	61
C. Analisis Etika Komunikasi Netizen Berdasarkan <i>Qaulan Layyinan</i> .....	64
BAB V.....	69
PENUTUP.....	69
A. Kesimpulan .....	69
B. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA .....	71
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	74

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Indikator Komunikasi Islam.....	13
Tabel 1. 2 Data Video Yang Diteliti .....	14
Tabel 3. 1 Penyajian Data .....	53
Tabel 4. 1 Analisis Data Tidak Berbasis Qaulan Baligha.....	56
Tabel 4. 2 Analisis Data Berbasis Qaulan Baligha .....	58
Tabel 4. 3 Analisis Data Tidak Berbasis Qaulan Ma'rufan .....	61
Tabel 4. 4 Analisis Data Berbasis Qaulan Ma'rufan .....	62
Tabel 4. 5 Analisis Data Tidak Berbasis Qaulan Layyinan .....	64
Tabel 4. 6 Analisis Data Berbasis Qaulan Layyinan .....	66

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. 1 Komentar Netizen Pada Akun TikTok Oki Setiana Dewi .....	4
Gambar 3. 1 Profil TikTok Oki Setiana Dewi .....	41
Gambar 3. 2 Konten Video Oki Setiana Dewi.....	43
Gambar 3. 3 Komentar Pada Video Ke 1.....	44
Gambar 3. 4 Konten Video Oki Setiana Dewi.....	45
Gambar 3. 5 Komentar Pada Video Ke 2.....	46
Gambar 3. 6 Konten Video Oki Setiana Dewi.....	47
Gambar 3. 7 Komentar Pada Video Ke 3.....	48
Gambar 3. 8 Konten Video Oki Setiana Dewi.....	51
Gambar 3. 9 Komentar Pada Video Ke 4.....	52

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Komunikasi dipraktikkan di hampir semua aktivitas manusia, sejak bangun tidur manusia berada di aktivitas komunikasi. Proses interaksi antar sesama manusia tidak lepas dari proses komunikasi. Makna komunikasi adalah proses pertukaran informasi antar individu melalui perilaku atau tanda-tanda. selain itu, konsep komunikasi mengacu pada bagaimana berbicara secara efektif dan etis. Dari p erspektif Islam, komunikasi memiliki etika, dimana komunikasi yang beretika memastikan bahwa orang yang kita ajak berkomunikasi memahami apa yang kita katakan ketika kita berkomunikasi (Zahzuli dkk, 2022: 2).

Komunikasi memegang peran penting dalam kehidupan sehari-hari, dimana fungsi-fungsi terkaitnya begitu penting, yaitu untuk menginformasikan (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertain*), dan mempengaruhi (*to influence*). Menurut pakar komunikasi, dalam 24 jam 70% nya seseorang mengisi waktunya dengan komunikasi. Salah komunikasi atau *miscommunication* akan mengakibatkan salah persepsi atau kesalahpahaman. Itulah sebabnya komunikasi harus di arahkan ke arah koridor yang benar, jika manusia tidak ingin kehilangan kodratnya. Islam juga mengatur tata cara berkomunikasi, itu membuktikan bahwa kita harus bisa berkomunikasi dengan nilai-nilai Islami agar lisan kita tidak sampai menyakiti hati orang lain, sebaliknya setiap perkataan yang terucap bisa menyejukkan hati. Sebagai muslim yang baik, kita harus selalu memperhatikan setiap perkataan yang terucap dari mulut kita, karena setiap *lafaz* yang diucapkan akan diperhitungkan diakhirat nanti (Thohir dkk, 2013: 125-128).

Etika menjadi bagian integral dari komunikasi, dimana etika menjadi landasan moral bagi sikap atau perilaku manusia dalam berkomunikasi. Tanpa etika, komunikasi dapat dikatakan tidak etis. Islam mengatur segala aktifitas manusia termasuk komunikasi, karena Perspektif yang

digunakan dalam penelitian ini adalah Islam. Etika komunikasi Islam adalah cara berkomunikasi sesuai dengan nilai-nilai moral dalam menilai benar atau salahnya perilaku seseorang. Hal ini dimediasi oleh penggabungan unsur-unsur Islam yang membimbing manusia dengan Tuhan (iman), sesama manusia dan alam semesta (Zahzuli dkk, 2022: 2).

Kemajuan teknologi yang sangat berkembang pesat saat ini, terutama pada bidang komunikasi sehingga menciptakan berbagai inovasi yang mempermudah proses berkomunikasi. Salah satu inovasi yang muncul adalah dengan hadirnya kecanggihan yang dimiliki *smartphone* yang membuat manusia tidak lepas dari telepon genggam, dengan adanya perangkat media, kita dihadapkan pada berbagai pilihan untuk mengakses atau menyampaikan informasi, salah satunya adalah media sosial. Media sosial memungkinkan kita terhubung dengan dunia luar mengetahui apa yang terjadi di sekitar kita. Saat ini, media sosial banyak di gunakan oleh berbagai pihak untuk menyebarluaskan informasi, saat ini kebanyakan orang dapat berkomunikasi satu sama lain dan berbagi informasi dengan menggunakan media sosial (Muawwanah, 2021: 130).

Secara umum media sosial memiliki fungsi bagi penggunanya sendiri, di antaranya untuk membagikan pesan. Pesan yang dibagikan dapat berupa berita, gambar, dan juga dalam bentuk video. Jika dahulu media sosial diakses melalui komputer, sekarang dengan kemajuan teknologi saat ini media sosial juga dapat diakses melalui *smartphone*. Hal ini akan mempermudah masyarakat untuk bisa mengakses media sosial dimanapun mereka berada (Susilowati, 2018: 176-177).

Saat ini konten video sudah banyak tersebar di media sosial diberbagai negara termasuk di Indonesia. Pertumbuhan konten video sendiri dapat dengan mudah diunggah ke internet, hal ini didukung dengan kemajuan kecepatan internet. Banyak platform maupun aplikasi yang menyediakan dukungan pembuatan video dan dengan hal menarik pada pengguna *smartphone*. Salah satunya melalui aplikasi TikTok yang merupakan salah satu platform media sosial dengan pertumbuhan

tercepat di dunia. TikTok memungkinkan penggunaannya membuat video berdurasi 15 detik yang menyertakan musik, filter, dan beberapa fitur kreatif lainnya. Dengan menggunakannya, kita juga mendapat kebebasan untuk saling menanggapi komentar orang lain, pengguna TikTok biasa disebut dengan netizen. Pengguna internet dapat diartikan sebagai warga internet (warganet), yaitu netizen bisa diartikan sebagai orang-orang yang terlibat aktif dalam media sosial (Valiant, 2021).

Ada banyak konten yang dibuat oleh kreator di *platform* TikTok tentang berbagai topik menarik seperti konten bertema *dance*, masak, tutorial, *challenge*, menyebarkan informasi, dakwah serta masih banyak konten lainnya. Di era saat ini, banyak pendakwah yang menggunakan TikTok sebagai media untuk menyampaikan kebaikan salah satunya akun @okisetianadewi\_official (Oki Setiana Dewi) yang menyusun kontennya untuk berdakwah menyampaikan ajaran Islam. Awal mula Oki Setiana Dewi mengunggah video dakwahnya di akun TikTok @okisetianadewi\_official sejalan awal juni 2019. Pengikut dalam TikTok Oki Setiana Dewi sekarang sudah mencapai 1,9M *followers* (pengikut) dengan jumlah *like* (suka) sebanyak 28,9M dengan jumlah penonton video hingga 17,3M. Oki Setiana Dewi yang dikenal sebagai aktris, beberapa tahun ini merambah sebagai pendakwah yang dimana sering muncul di beberapa stasiun TV untuk menyampaikan ajaran Islam. Oki Setiana Dewi juga menyampaikan dakwah melalui akun sosial media TikTok untuk menyampaikan ajaran agama Islam agar bisa diakses kapanpun dan di manapun. Dalam dakwah Oki Setiana Dewi berisi tentang penyampaian tentang pemahaman syariat Islam.

Banyak sekali teori yang menjelaskan etika dalam bersosial media untuk bisa menggunakan bahasa yang benar, sopan, tidak mengadung sara dan tidak melakukan *body shaming*. Agama Islam mengajarkan untuk lebih baik diam jika kata-kata tersebut menyinggung orang lain dan menimbulkan keributan. Selain itu berbicara keburukan orang lain diibaratkan memakan bangkai saudaranya sendiri. Dalam Al-Quran,

terdapat etika komunikasi Islam yang dapat digunakan sebagai tuntunan dalam bermedia sosial. Adapun macam-macam etika tersebut adalah : *Qaulan sadidan, Qaulan marufa, Qaulan balihgha, Qaulan Karima, Qaulan Layyinan, Qaulan Maysura.*

Akan tetapi pada kenyataannya masih banyak netizen yang tidak mempedulikan etika komunikasi saat berkomentar di media TikTok jika ditinjau dari perspektif Islam. Jadi komunikasi Islam perlu dijalankan sesuai dengan apa yang telah perintahkan. Dalam menyampaikan informasi diharapkan sesuai dengan apa yang terjadi. Pada zaman sekarang, manusia dituntut untuk menyesuaikan diri dengan media sosial sehingga informasi yang disampaikan berupa nilai-nilai kebaikan dapat menyebar di lingkungan masyarakat luas. Netizen Indonesia saat ini sungguh memperhatikan, pasalnya netizen Indonesia disebut memiliki tingkat kesopanan yang dinilai rendah dan menempati rangking bawah di dunia. Bahkan dikutip dari CNN Indoneisa (2020) Microsoft mengungkapkan bahwa Indonesia dinobatkan sebagai netizen paling tidak sopan se-Asia Tenggara. Indonesia berada pada urutan ke-29 dari 32 negara mengenai tingkat kesopanan netizen se-Asia Tenggara. Artinya, netizen Indonesia berada pada posisi ke-tiga paling tidak sopan. Jadi dalam hal ini diharapkan netizen dapat lebih memperhatikan kata dalam kalimat yang diunggahnya agar mendapatkan kata yang tepat untuk mengungkapkan gagasan yang dimaksud penulis ataupun pembaca. Adanya kesalahan dalam memilih kata dapat menyebabkan pesan yang disampaikan kurang efektif.

*Gambar 1. 1 Komentar Netizen Pada Akun TikTok Oki Setiana Dewi*



Sumber: Akun Media Sosial TikTok Oki Setiana Dewi

Netizen berkomentar pada akun media sosial TikTok Oki Setiana Dewi dengan narasi yang meninggalkan etika komunikasi islam yaitu *qaulan ma'rufan* (perkataan yang baik). Komentar tersebut menurut peneliti kurang baik karena cenderung menyakiti perasaan kerabat yang sedang dibicarakan. Etika komunikasi netizen dalam penelitian ini yaitu perilaku yang boleh dan tidak boleh dilakukan oleh orang-orang yang terlibat secara aktif dalam menyampaikan pesan/informasi melalui media sosial. Media sosial adalah sebuah media online dimana para penggunanya bisa dengan mudah ikut berpartisipasi. Berpartisipasi dalam arti seseorang akan dengan mudah berbagi informasi, menciptakan konten, memberi komentar terhadap masukan yang diterimanya dan seterusnya. Semua dapat dilakukan secara cepat dan tak terbatas.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk membahas lebih jauh tentang etika komunikasi netizen di TikTok yang dilihat dari sudut pandang Islam. Etika komunikasi netizen yang dimaksud adalah perilaku yang boleh dan tidak boleh dilakukan oleh orang-orang dalam menyampaikan pesan/gagasan melalui media sosial, khususnya TikTok. Untuk itu, penulis tertarik untuk menulis skripsi dengan judul “**Etika**

## **Komunikasi Islam Netizen Pada Akun Media Sosial TikTok Oki Setiana Dewi”.**

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan utama yang di bahas dalam penelitian ini adalah bagaimana etika komunikasi Islam netizen pada akun media sosial TikTok Oki Setiana Dewi?

### **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Konsisten dengan pokok permasalahan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana etika komunikasi Islam netizen pada akun media sosial TikTok Oki Setiana Dewi yang sesuai dengan etika komunikasi Islam.

Selain tujuan yang ingin dicapai, penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat, manfaat yang diharapkan dari penelitian ini berupa:

#### **1. Manfaat Teoritis**

Untuk memberikan manfaat informasi dan referensi bagi pembaca, bahwa Islam sangat peduli terkait etika komunikasi, karena untuk menghindari kesalahpahaman.

#### **2. Manfaat Praktis**

Untuk memberikan informasi bagi pengguna internet dan masyarakat umum tentang etika komunikasi dalam menggunakan media sosial agar lebih bijak, terutama media sosial TikTok.

### **D. Tinjauan Pustaka**

Dalam hal ini, penulis membaca melalui beberapa penelitian terdahulu yang menunjukkan kesamaan dengan penelitian penulis, karenanya penulis mengadakan peninjauan terhadap penelitian-penelitian terdahulu guna menghindari plagiasi. Penelitian yang dijadikan tinjauan tersebut ialah:

*Pertama*, penelitian ini terinspirasi dari Skripsi Iko Cahyo Hakiki (2021) dengan judul “Etika Komunikasi Netizen di media sosial TikTok dalam pandangan Islam” dari Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui etika komunikasi menurut pandangan Islam di media sosial TikTok. Penelitian kualitatif atau penelitian kepustakaan digunakan sebagai metode penelitian. Hasil penelitian ini adalah bahwa ada enam prinsip komunikasi dalam Islam yang terdiri dari *Qaulan Sadidan*, *Qaulan Ma'rufan*, *Qaulan Baligha*, *Qaulan Maysuran*, *Qaulan Layyinan* dan *Qaulan Kariman*. Ketika netizen dan masyarakat umum menerapkan keenam prinsip tersebut dengan baik saat berkomunikasi, maka proses komunikasi akan berjalan dengan baik dan selaras dengan ajaran Islam.

Berdasarkan uraian di atas, terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian Iko Cahyo Hakiki dengan penelitian penulis. Kemiripan keduanya adalah sama-sama membahas tentang etika komunikasi Islam di media sosial. Namun perbedaannya, kajian Iko Cahyo Hakiki melihat etika bermedia sosial di TikTok, sedangkan kajian penulis melihat etika komunikasi dalam komunitas online TikTok.

*Kedua*, penelitian ini terinspirasi dari Skripsi Alex Yusron (2022) dengan judul “Social Judgement Muslimah di TikTok: Gaya Komunikasi Oki Setiana Dewi dalam Cuplikan Video "Islam Melarang Pacaran"” dari Istitut Agama Islam Negeri Kud. Tujuan dari penelitian ini adalah: untuk mengetahui bagaimana social judgement gaya komunikasi muslimah Oki Setiana Dewi dalam cuplikan video “Islam Melarang Pacaran”. Penelitian yang dilakukan peneliti adalah dengan menggunakan metode kualitatif, jenis penelitian yang digunakan oleh penulis yaitu penelitian perpustakaan atau kepustakaan (*library research*), Penelitian ini bersifat deskriptif. Teknik analisis data yang dipakai penulis dalam penelitian ini adalah teori social judgement. Hasil dari penelitian ini menunjukkan gaya komunikasi Oki Setiana Dewi dalam cuplikan video "Islam Melarang Pacaran". Melihat respon yang diberikan oleh warganet terkait unggahan

video yang diposting oleh OSD bahwa banyak sekali respon positif yang diberikan. Warganet menerima pesan yang disampaikan OSD melalui video yang di unggah pada akun TikTiknya pada pembahasan Islam Melarang Pacaran”. Dapat diartikan bahwa teori sosial judgement yang digunakan peneliti untuk menganalisa permasalahan dalam penelitian ini berhasil dengan ditunjukkan bahwa warganet menerima isi dari dakwah yang di paparkan oleh OSD pada akun TikTiknya. Sedangkan dari segi prakteknya khususnya ketika menyampaikan ceramah di akun TikTok @okisetianadewi\_official OSD menerapkan gaya retorika dengan sangat baik. Hal tersebut terbukti dalam pelaksanaan dakwahnya beliau mempraktikkan gaya bahasa, gaya suara dan gaya gerak tubuh sesuai dengan apa yang ada di dalam ilmu retorika yang peneliti pelajari dalam kajian gaya atau *elocutio/style* berdasarkan konsep oleh Gorys Keraf.

Berdasarkan uraian di atas, terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Alex Yusron dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Kesamaan keduanya adalah sama-sama membaha media sosial TikTok Oki Setiana Dewi. Namun bedanya, penelitian yang dilakukan Alex Yusron membahas mengenai Social Judgement Muslimah di TikTok Oki Setiana Dewi, sedangkan penulis membahas mengenai etika komunikasi netizen yang ada di media sosial TikTok Oki Setiana Dewi.

*Ketiga*, penelitian ini terinspirasi dari Skripsi Aisyah (2022) dengan judul “Etika Komunikasi Dakwah @Bangunjae dalam Media Sosial TikTok” dari Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis secara jelas bagaimana Bangudjae menerapkan etika komunikasi Islam di media sosial TikTok. Dalam penelitian ini digunakan penelitian kualitatif deskriptif, mengumpulkan informasi tentang Bungudjae melalui wawancara dan melakukan observasi serta dokumentasi untuk menganalisis video Bungudjae di media sosial. Hasil penelitian yang diterapkan pada etika komunikasi Islam dalam video TikTok Bangudjae

ini terdapat dua *Qaulan Karima*, empat *Qaulan Sadida*, delapan *Qulan Ma'rufa*, tujuh *Qulan Baligha*, lima *Qulan Layyinan* dan empat *Qaulan Maysura*. Tercatat bahwa etika komunikasi Islam yang dominan dalam video TikTok Bangudjae adalah *Qaulan Ma'rufa*, delapan dari semua video, menunjukkan bahwa percakapan yang bermanfaat dan dapat memberikan informasi dapat membantu *Mad'u* dalam memahami kesulitan yang disampaikan oleh *da'i*.

Berdasarkan uraian di atas, terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Aisyah dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Kemiripan keduanya adalah sama-sama membahas etika komunikasi di media sosial TikTok. Namun perbedaannya, penelitian Aisyah melihat pada etika komunikasi Islam yang digunakan oleh akun @bangudjae, sedangkan penelitian penulis melihat pada etika komunikasi netizen pada akun media sosial TikTok @okisetianadewi\_official .

*Keempat.* Penelitian ini terinspirasi dari Jurnal penelitian Fara Arenda dkk (2022) dengan judul Pentingnya “Etika dalam Berkomunikasi di Sosial Media Tik Tok” dari Universitas Airlangga Surabaya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang etika komunikasi atau interaksi yang baik di media sosial, sehingga dampak dari tindakan tersebut menghasilkan nilai yang positif dan bermanfaat. Teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi atau analisis isi, kualitatif digunakan sebagai metode penelitian. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa banyaknya isu sosial yang ada di TikTok menjadi bukti bahwa etika komunikasi sangat penting untuk menerapkan penelitian secara konsisten dengan topik yang dibahas. Melalui kajian ini diharapkan masyarakat mampu menerapkan etika moral dan merekomendasikan nilai-nilai etika dalam berkomunikasi.

Berdasarkan uraian di atas, terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian Fara Arenda dkk dan penulis. Kemiripan keduanya sama-sama

membahas tentang pentingnya etika berkomunikasi di media sosial di TikTok. Bedanya penelitian Fara Arenda dkk membahas tentang etika komunikasi secara umum, sedangkan penelitian penulis membahas tentang etika komunikasi Islam.

*Kelima*, penelitian ini terinspirasi dari Jurnal Penelitian Yohana Noni Bulele dan Tony Wibowo (2020) dengan judul “Analisis Fenomena Sosial Media dan Kaum Milenial: Study Kasus TikTok” dari Universitas Internasional Batam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan informasi mengenai aplikasi TikTok yang saat ini banyak digunakan oleh banyak anak muda, apalagi di masa pandemi seperti yang kita ketahui, aktivitas kontak fisik telah dilarang sehingga banyak yang beranggapan bahwa aplikasi ini dapat mengganggu hiburan. Namun peneliti disini tidak hanya membahas tentang manfaat TikTok sebagai sarana hiburan saja. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan meta analisis untuk memudahkan proses penelitian. Hasil penelitian ini memberikan informasi tentang manfaat aplikasi TikTok yang tidak hanya dirasakan oleh kalangan muda saja tetapi juga oleh semua kalangan.

Berdasarkan uraian di atas, terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian Yohana Noni Bulele dan Tony Wiboyo dengan penelitian penulis. Kemiripan keduanya adalah sama-sama membahas TikTok di media sosial. Bedanya penelitian yang dilakukan oleh Yohana Noni Bulele dan Tony Wiboyo mengkaji fenomena yang berdampak positif (menguntungkan) di media sosial TikTok, sedangkan penelitian penulis mengkaji bagaimana etika komunikasi Islam netizen di media sosial TikTok.

#### **E. Metode Penelitian**

Suatu penelitian dilakukan dengan tujuan untuk memahami masalah yang ada guna mengembangkan kebenaran dengan solusi yang ada, sehingga suatu penelitian membutuhkan suatu metode. Metode adalah cara atau jalan yang sehubungan dengan upaya ilmiah, sehingga metode

menyangkut masalah cara kerja untuk memahami yang menjadi sasaran dalam masalah penelitian. Adapun metode penelitian yang digunakan penulis dalam skripsi ini meliputi:

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, Afrizal (2016: 13) mengungkapkan bahwa metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata dalam bentuk lisan dan tulisan dan tindakan manusia dan peneliti tidak perlu menghitung atau mengkuantifikasikan data kualitatif yang diperoleh dan dengan demikian tidak perlu menganalisis angka-angka.

Penelitian ini bersifat deskriptif, yang mana memiliki arti memaparkan atau menggambarkan suatu hal, misalnya keadaan, kondisi, peristiwa, situasi, kegiatan dan lain sebagainya dengan demikian penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi yang hasilnya di laporkan dalam bentuk laporan penelitian (Mestika, 2004: 3). Penelitian ini akan menampilkan argumen penalaran keilmuan dari hasil kajian pustaka dan hasil olah pikir peneliti mengenai suatu masalah (topik kajian). Sehingga dalam hal ini peneliti berusaha menggambarkan bagaimana etika komunikasi Islam yang ada pada media sosial TikTok, yang mana mengambil pada akun TikTok @okisetianadewi\_official yang akan menjadi objek penelitian.

### **2. Definisi Konseptual**

Definisi konseptual merupakan konsepsi peneliti atas variabel-variabel maupun aspek utama penelitian, yang disusun berdasarkan teori-teori yang ditetapkan. Definisi konseptual dibuat untuk membatasi lingkup penelitian yang digunakan sebagai dasar pengumpulan data, sehingga peneliti membatasi fokus penelitian “Etika Komunikasi Islam Netizen pada Akun Media Sosial TikTok Oki Setiana Dewi” dengan definisi konseptual yang perlu dijelaskan

yaitu, etika komunikasi Islam merupakan tata cara berkomunikasi sesuai dengan nilai moral dalam menilai benar atau salahnya perilaku seseorang disampaikan dengan mengandung unsur Islami yang mengarahkan manusia kepada kemaslahatan dunia dan akhirat dalam bentuk hubungan manusia dengan tuhan (iman), sesama manusia dan alam semesta.

Cara komunikasi dalam Al-Qur'an Q.S Al-Rahman ayat 1-4

الرَّحْمَنُ . عَلَّمَ الْقُرْآنَ . خَلَقَ الْإِنْسَانَ . عَلَّمَهُ الْبَيَانَ

Artinya; “(Allah) Yang Maha Pengasih, Yang telah mengajarkan Al-Qur'an. Dia menciptakan manusia, mengajarnya pandai berbicara” (Q.S Al-Rahman: 1-4) dan Al-Hadist

حَدَّثَنِي إِبْرَاهِيمُ بْنُ حَمْرَةَ حَدَّثَنِي ابْنُ أَبِي حَازِمٍ عَنْ يَزِيدَ عَنْ مُحَمَّدِ بْنِ إِبْرَاهِيمَ عَنْ عِيسَى بْنِ طَلْحَةَ بْنِ عُبَيْدِ اللَّهِ التَّمِيمِيِّ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ سَمِعَ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ إِنَّ الْعَبْدَ لَيَتَكَلَّمُ بِالْكَلِمَةِ مَا يَتَّبِعُنَّ فِيهَا يَزُلُّ بِهَا فِي النَّارِ أَبْعَدَ مِمَّا بَيْنَ الْمَشْرِقِ

"*Sesungguhnya seorang hamba mengucapkan kalimat tanpa diteliti yang karenanya ia terlempar ke neraka sejauh antara jarak ke timur.*" (HR. Bukhari No: 5996).

Telah dijelaskan dengan secara rinci sebagai pedoman agar komunikasi berjalan dengan baik dan efektif. Dari sudut pandang Islam menyebutnya aturan, prinsip atau etika dalam berkomunikasi. Aturan, prinsip atau etika komunikasi Islam menjadi pedoman bagi umat Islam dalam berkomunikasi, baik komunikasi internal maupun interpersonal dalam kehidupan sehari-hari, dalam dakwah lisan maupun tulisan dan dalam aktivitas lainnya.

Racmat Kritantono (2019: 363) mengemukakan ada enam prinsip dan etika komunikasi Islam, namun peneliti hanya mengambil Tiga etika komunikasi Islam yang akan digunakan dalam penelitian ini yang di anggap lebih relevan, diantaranya:

Tabel 1. 1 Indikator Komunikasi Islam

Variabel	Komponen	Indikator
Komunikasi Islam	1. <i>Qaulan Baligha</i>	Kesesuaian pesan dengan kebutuhan khalayak, komunikatif, jelas maknanya, tepat sasaran, mudah dimengerti dan tidak berbelit-belit.
	2. <i>Qaulan Ma'rufan</i>	Perkataan yang baik, santun, bijaksana, dan tidak menyinggung atau menyakiti perasaan.
	3. <i>Qaulan Layyinan</i>	Kata-kata yang lemah lembut, tanpa disertai kekerasan dan paksaan serta penuh keramahan.

Dalam penelitian ini etika komunikasi Islam yang penulis maksud adalah tentang etika komunikasi Islam netizen dalam berkomentar di media sosial TikTok pada akun Oki Setiana Dewi.

### 3. Sumber dan Jenis Data

Data adalah kumpulan fakta. Arikunto (1998: 115) mengatakan bahwa data adalah bentuk jamak dari bahasa Latin *datum* yang berarti “sesuatu yang diberikan”, dalam penggunaan sehari-hari data berarti suatu pernyataan yang diterima apa adanya.

Dalam penelitian ini data yang digunakan bersumber dari data utama. Data utama dalam penelitian ini berupa dokumen resmi *ekternal*, Ibrahim (2018: 95) dalam bukunya menjelaskan bahwa dokumen *eksternal* berisi bahan-bahan informasi yang dihasilkan oleh suatu lembaga sosial, misalnya majalah, bulletin, pernyataan, dan berita yang disiarkan melalui media massa. Dokumen ini dapat

digunakan untuk menelaah konteks sosial, kepemimpinan dan lain sebagainya.

Sehingga jelas bahwa sebagai sumber data dalam penelitian kualitatif meliputi semua unsur tulisan, gambar, karya, baik bersifat pribadi maupun kelembagaan, resmi ataupun tidak resmi, yang dapat memverikan data, informasi dan fakta terkait suatu peristiwa yang diteliti (Ibrahim, 2018: 96).

Dengan demikian dokumen yang dimaksud sebagai sumber pengumpulan data dalam penelitian ini adalah video konten sebagai berikut:

*Tabel 1. 2 Data Video Yang Diteliti*

<b>No.</b>	<b>Tanggal Upload</b>	<b>Judul Konten</b>	<b>Jumlah Like</b>	<b>Jumlah Komentar</b>	<b>Jumlah Share</b>	<b>Jumlah Viewers</b>
1.	31-08-2023	Seputar Kisah-Asiah Istri Firaun	132.7 Ribu	1125	13.3 Ribu	1.5 Juta
2.	30-01-2023	Sedekah Paling Utama Kepada Keluarga	154.7 Ribu	1551	77.4 Ribu	5.0 Juta
3.	02-02-2023	Fungsi Hijab Bagi Perempuan	165.0 Ribu	533	8562	1.1 Juta
4.	30-08-2023	Orang Tua Adalah Pintu Surga Yang Paling Baik	67.3 Ribu	2038	42.0 Ribu	1.5 Juta

#### **4. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapat standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2016: 224). Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan

data yang di gunakan oleh peneliti adalah observasi dan dokumentasi, berikut penjelasannya:

a.) Observasi

Menurut Sutrisno Hadi dalam buku Sugiyono (2014: 145), observasi merupakan suatu proses yang sumbkompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dalam penelitian ini, peneliti mengamati dan menganalisis subjek penelitian yaitu postingan dan mengamati komentar netizen pada video yang telah dipilih sebagai obyek penelitian di akun @okisetianadewi\_official. Peneliti kemudian menulis deskripsi dari pengamatan ini. Dalam penelitian ini peneliti hanya memfokuskan pada video postingan Oki Setiana Dewi pada awal Januari sampai Agustus 2023 yang mana peneneliti, meneliti empat video dengan jumlah ditonton paling banyak pada akun TikTok Oki Setiana Dewi. Alasan peneliti mengambil lima video dengan jumlah ditonton paling banyak tersebut pertama, memiliki jumla like dan komentar yang cukup banyak. Kedua, video tersebut telah ditonton ratusan ribu hingga jutaan kali serta mendapatkan beragam komentar netizen. Dengan demikian maka apa yang disampaikan Oki Setiana Dewi pada akun media sosial TikToknya tentu banyak dikomentari para netizen dan juga peneliti mengidentifikasi pada video yang komentarnya tidak sesuai dengan etika komunikasi Islam.

b.) Dokumentasi

. Dekumentasi menurut Sugiono (2015:329) adalah satu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dekumentasi pengumpulan data kemudian ditelaah. Dekumentasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah

bentuk screenshot etika berkomunikasi netizen pada akun media sosial TikTok Oki Setiana Dewi.

## **5. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif dari Miles dan Huberman. Model interaktif ini terdiri dari tiga hal utama yaitu:

### **a) Reduksi Data**

Reduksi data adalah meringkas, memilih topik utama dan memfokuskan topik penting yang sesuai dengan topik penelitian. Terakhir, mencari tema dan pola yang memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah pengumpulan data selanjutnya. Dalam penelitian ini peneliti melakukan reduksi data pada hasil pengamatan terhadap komentar netizen terhadap isi konten tiktok Oki Setiana Dewi sehingga mempermudah dalam analisis data.

### **b) Display Data**

Setelah mereduksi data, langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Kegiatan reduksi data dan proses penyajian data merupakan aktifitas yang berhubungan langsung dengan proses analisis data model interaktif. Oleh karena itu, kedua proses tersebut berlangsung selama proses penelitian berlangsung dan hanya diakhiri dengan pembuatan laporan akhir penelitian. Penyajian data yang penulis lakukan adalah mengenai etika komunikasi netizen pada konten tiktok Oki Setiana Dewi.

### **c) Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan**

Langkah terakhir dalam proses ini adalah verifikasi dan menarik kesimpulan. Berbagai cara dapat digunakan untuk proses pencatatan untuk pola-pola dan tema yang sama, pemngelompokan, dan pencarian kasus-kasus negatif (kasus-kasus yang khas, berbeda, mungkin juga menyimpang dari

norma-norma yang berlaku di masyarakat) (Idrus, 2009: 147-151).

## **F. Sitematika Penulisan**

Sebagai langkah awal dalam penulisan skripsi ini, penulis memaparkan sistematika penulisan skripsi sesuai dengan pedoman penulisan skripsi yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang utamanya disajikan secara substansial pada bab-bab tertentu dan merupakan rangkaian antara satu bab dan bab lain, dari bab pertama sampai bab terakhir, adapun sistematika penulisannya sebagai berikut:

### **BAB I : Pendahuluan**

Dalam bab mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan di akhiri dengan sistematika penulisan.

### **BAB II : Kerangka Teori**

Dalam bab ini berisi tentang kerangka teoritis berupa uraian mengenai teori-teori yang menjadi landasan pemikiran dalam penelitian ini yang meliputi, etika komunikasi Islam yang mencakup penjabaran definisi dan ayat-ayat tentang etika komunikasi dalam Islam, pengertian netizen, media sosial yang mencakup penjabaran definisi, karakteristik dan jenis-jenis media sosial dan TikTok yang menjabarkan tentang definisi.

### **BAB III : Gambaran Umum Akun TikTok Oki Setiana Dewi**

Dalam bab ini berisi gambaran umum tentang objek yang sedang diteliti yang berisikan tentang profil TikTok Oki Setiana Dewi dan komentar netizen.

### **BAB IV : Analisis Etika Komunikasi Netizen TikTok Oki Setiana Dewi**

Dalam bab ini berisi tentang analisis komentar netizen dalam konten TikTok Oki Setiana Dewi sesuai dengan etika komunikasi Islam.

## **BAB V : Penutup**

Dalam bab ini berisi tentang penutup, didalamnya terdiri dari kesimpulan dan saran-saran dari pembuatan skripsi.

## **BAB II**

### **ETIKA KOMUNIKASI ISLAM NETIZEN PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK**

#### **A. Etika**

Secara etimologis, etika diartikan sebagai ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk, serta hak serta kewajiban moral, seperangkat asa atau nilai yang berkaitan dengan akhlak dan nilai mengenai benar dan salah yang dianut oleh suatu kelompok atau masyarakat. Sedangkan menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) etika adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk, serta tentang hak dan kewajiban moral (akhlak) (KBBI: 2016).

Simorangkir (1984: 11) mendefinisikan etika sebagai pandangan manusia dalam berperilaku menurut ukuran dan nilai yang baik. Menurut K. Bertens (2011: 7) mengungkapkan bahwa etika memiliki nilai-nilai dan norma-norma yang menjadi pedoman bagi seseorang atau suatu kelompok dalam mengatur tingkah lakunya. Sedangkan Safrodin Halimi (2008: 15) mengungkapkan bahwa pengertian etika secara garis besar itu bisa dipahami bahwa masih berkaitan dengan empat hal. Pertama, dilihat dari segi objeknya, etika pada awalnya bertujuan untuk membahas alasan filosofi atas tindakan orang. Kedua, dilihat dari segi sumbernya, etika berasal dari akal dan filsafat oleh orang-orang. Etika merupakan konsep atau gagasan tentang nilai-nilai yang digunakan untuk menentukan kedudukan atau status perbuatan manusia. Etika lebih berkaitan dengan evaluasi sistem nilai yang ada. Keempat, dilihat dari segi sifatnya, etika bersifat relatif yaitu dapat berubah sesuai dengan kebutuhan ruang dan waktu.

Aristoteles mendefinisikan etika sebagai seperangkat aturan yang harus dipatuhi oleh manusia (Wijaya, 1991: 26). Etika juga menekankan kajian terhadap sistem nilai yang ada, sehingga jika merujuk pada Islam, maka disimpulkan bahwa etika harus mengacu pada nilai-nilai Islam yang

dibakukan oleh sumber aslinya yaitu Al-Qur'an dan Al-Sunnah (Zubair, 1995: 13).

Penggunaan istilah etika disamakan dengan akhlaq, persamaannya terletak pada objeknya yaitu, keduanya sama-sama membahas baik buruknya tingkah laku manusia. bedanya etika menentukan baik buruknya manusia dengan mengukur akal pikiran, sedangkan akhlaq menentukannya dengan mengukur ajaran agama (Al-Qur'an dan Al-Sunnah) (Badroen, 2006: 6).

## **B. Komunikasi**

### **1. Pengertian Komunikasi**

Komunikasi berasal dari bahasa Inggris *communication*, yang berarti pertukaran informasi antar individu melalui sistem simbol, tanda, atau tingkah laku. Komunikasi juga diartikan sebagai cara untuk menyampaikan gagasan dengan pihak lain melalui berbincang-bincang, berpidato maupun menulis. Dapat dipahami bahwa komunikasi merupakan proses sosial yang sangat mendasar dan esensial dalam kehidupan manusia. Di anggap mendasar karena setiap manusia, baik yang *primitive* maupun *modern* ingin mempertahankan pemahaman tentang berbagai aturan sosial melalui komunikasi, karena setiap individu memiliki kemampuan untuk berkomunikasi dengan individu lain yang dengan demikian dapat menetapkan kredibilitasnya dalam melangsungkan kehidupannya.

Deddy Mulyana (2017: 67) dalam bukunya menyebutkan bahwa, para ahli komunikasi memberikan gambaran yang berbeda tentang definisi komunikasi, sebagaimana dikemukakan John R. Wenburg dan Wiliam W. Wilmot juga Kenneth K Serono dan Edward M. Bodaken, setidaknya ada tiga kerangka pemahaman mengenai komunikasi. *Pertama*. sebagai tindakan satu arah, yaitu komunikasi dipahami sebagai proses penyampaian pesan searah dari seseorang atau lembaga kepada orang atau kelompok lain baik secara

langsung ataupun tidak langsung. Pemahaman komunikasi sebagai proses satu arah ini oleh Michael Burgoon disebut sebagai “definisi berorientasi sumber”. *Kedua*, komunikasi sebagai interaksi, yaitu komunikasi dipahami sebagai proses aksi-reaksi, sebab-akibat, yang arahnya berumah. Komunikasi interaksi dipandang lebih dinamis daripada komunikasi satu arah, elemen penting dalam komunikasi ini adalah *feedback*. *Ketiga*, komunikasi sebagai transaksi, yaitu komunikasi dipahami sebagai kegiatan yang menafsirkan perilaku orang lain, ada proses *encoding* dan *decoding* pesan verbal maupun non verbal. Semakin banyak peserta komunikasi maka transaksi yang terjadi akan semakin rumit. Kelebihan konsep ini adalah komunikasi dipahami sebagai konsep yang tidak membatasi pada komunikasi yang disengaja saja. Pengertian ini mirip dengan definisi berorientasi penerima, yang menekankan pada variabel-variabel yang berbeda yaitu penerima dan makna pesan bagi penerima, penerima pesan disini bersifat *bilateral*.

## 2. Jenis-Jenis Komunikasi

Pada dasarnya ada dua bentuk dasar komunikasi yang lazim digunakan, yaitu komunikasi verbal dan nonverbal:

### a) Komunikasi Verbal (*Verbal Communication*)

Komunikasi verbal adalah sebuah proses komunikasi yang prosesnya disampaikan dengan menggunakan lambang bahasa, mencakup lisan dan tulisan. Bahasa adalah lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi, karena bahasa selain dapat mewakili kenyataan-kenyataan konkrit/obyektif dalam dunia sekeliling, juga dapat mewakili hal-hal yang abstrak.

### b) Komunikasi Non Verbal (*Non Verbal Communication*)

Komunikasi non verbal adalah sebuah proses komunikasi yang mana proses penyampaiannya tidak menggunakan kata-kata, melainkan menggunakan bahasa tubuh, gerak isyarat, ekspresi muka, kontak mata (Kusumawati, 2016: 84).

### 3. Unsur-Unsur Komunikasi

Dalam proses komunikasi, yaitu proses pengiriman dan penerimaan lambang-lambang yang mengandung arti, maka diperlukan unsur-unsur komunikasi. Menurut Wilbur Schramm untuk dapat berkomunikasi paling sedikit di perlukan tiga unsur, yaitu:

- 1) *The Source*
- 2) *The Message*
- 3) *The Destination*

Unsur-unsur tersebut dapat diperinci lagi ke dalam lima unsur, yaitu:

- 1) *Source*
- 2) *Encoder*
- 3) *Message*
- 4) *Decoder*
- 5) *Destination*

Unsur-unsur komunikasi ini mutlak harus ada pada setiap proses komunikasi, sebagai bagian elemen dari suatu kesatuan atau keseluruhan. Unsur-unsur tersebut selalu terdapat pada setiap komunikasi atau dalam bentuk komunikasi yang bagaimanapun juga (Meinanda, 1998: 9-13).

### C. Etika Komunikasi

Etika komunikasi menurut Suranto AW (2010) berpendapat bahwa etika komunikasi adalah suatu rangkuman istilah yang memiliki pengertian yakni norma, nilai, atau sebuah ukuran tingkah laku yang baik dalam kegiatan komunikasi.

Rachmat Kriyantono (2019: 399-401) dalam bukunya menyebutkan bahwa etika komunikasi menyatukan standar etis yang digunakan oleh komunikator dan komunikan. Sedikitnyaa ada tujuh perspektif, yaitu;

1. Perspektif politik: yakni, etika mengembangkan cara-cara ilmiah dalam praktik komunikasi, mengedepankan rasa keadilan dengan

mengambil keputusan berdasarkan kebebasan, mengutamakan motivasi, dan menanamkan ikap menghargai perbedaan.

2. Perspektif sifat manusia: yakni, sifat dasar manusia adalah kemampuan berfikir dan kemampuan melambungkanl. Ini berarti bahwa tindakan manusia yang sesungguhnya didasarkan pada rasionalitas yang sadar dari apa yang dilakukan manusia bahwa dengan manusia memiliki kebebasan untuk memilihnya.
3. Perspektif dialogis: yakni, komunikasi adalah proses transaksional yang dialogis. Sikap dialogis adalah sikap setiap orang yang berpartisipasi dalam komunikasi, yang ditandai dengan sifat-sifat yang meninjol seperti keterbukaan, kejujuran, keharmonisan, intensitas, dan lain-lain.
4. Perspektif situasional: yakni, relevansi dengan penilaian normal. Artinya etika memperhatikan peran dan fungsi komunikator, serta standar khalayak. Tingkat kesadaran, urgensi pelaksanaan komunikator, tujuan dan nilai khalayak, standar khalayak untuk etika komunikasi.
5. Perspektif religious: yakni, kitan suci yang dapat digunakan untuk mengevaluasi etika komunikasi. Pendekatan alkitab terhadap agama membantu orang menemukan pedoman yang kurang lebih aman untuk semua aktivitas manusia.
6. Perspektif ulititarian: yakni, standar ulititarian untuk menilai adanya utilitas, kesenangan, dan kegembiraan.
7. Perspektif legal: yakni, perilaku komunikasi yang legal, yang sebagian besar sesuai dengan peraturan yang berlaku dan dianggap sebagai perilaku yang etis.

Etika komunikasi harus mempertimbangkan beberapa unsur, yaitu: (a) jangan memberikan terlalu banyak informasi pribadi. (b) berkomunikasi beropini dengan sopan. (c) beropini berdasarkan fakta. Etika komunikasi yang harus dipahami saat melakukan proses komunikasi adalah: (a) menghormati privasi dan kerahasiaan. (b) jangan

menyela (*interruption*) orang lain ketika berbicara (berkomunikasi). (c) berbicara tanpa menghakimi. (d) efektif dan efisien. (e) saling menghormati dalam berkomunikasi. (f) mengikuti standar perilaku online yang sama dengan kita jalani dalam kehidupan nyata (Ginting dkk, 2021: 8-9).

#### **D. Etika Komunikasi Islam**

Etika komunikasi dapat gambarkan sebagai norma, nilai atau perilaku yang baik dalam kegiatan komunikasi. Dalam hal komunikasi, etika mencakup semua nilai dan norma yang menjadi standar dan acuan bagi setiap orang untuk berkomunikasi dengan orang lain. Etika komunikasi menilai tindakan mana yang baik dan buruk berdasarkan norma-norma yang berlaku. karena adanya etika komunikasi untuk mencegah hal-hal yang tidak diinginkan, seperti kesalah pahaman, perselisihan, pertengkaran, dan lainnya. Komunikasi digunakan dalam pergaulan atau dalam komunikasi antar individu, kelompok, atau antar individu dan kelompok dalam masyarakat. Jika etika komunikasi tidak diterapkan dengan baik maka dapat menimbulkan hubungan yang tidak baik di antara mereka, tentunya hal tersebut tidak diinginkan karena sebagai makhluk sosial, manusia akan selalu membutuhkan manusia yang lainnya.

Dengan demikian komunikasi Islam menekankan pada unsur pesan (*message*), yaitu nilai-nilai Islami, dan cara (*how*), serta gaya lisan dan bahasa (retorika). Pesan Islam yang di transmisikan disebut dakwah. Dakwah merupakan perbuatan atau ucapan untuk mengajak atau mempengaruhi orang agar mengikuti ajaran Islam.

Dengan komunikasi manusia dapat mengekspresikan dirinya, membentuk jaringan interaksi sosial dan menggabungkan kepribadiannya. Para pakar komunikasi sepakat dengan para psikologi, bahwa kegagalan komunikasi berakibat fatal baik secara individu maupun sosial. Secara sosial, kegagalan komunikasi menghambat

pemahaman, kerjasama, toleransi dan merintangi pelaksanaan norma-norma sosial. Al-Qur'an menyebut komunikasi sebagai salah satu fitrah manusia, tertuang dalam Q.S Al-Rahman ayat 1-4

الرَّحْمَنُ . عَلَّمَ الْقُرْآنَ . خَلَقَ الْإِنْسَانَ . عَلَّمَهُ الْبَيَانَ

Artinya; “(Allah) Yang Maha Pengasih, Yang telah mengajarkan Al-Qur'an. Dia menciptakan manusia, mengajarnya pandai berbicara” (Q.S Al-Rahman: 1-4) (Marwah, 2021: 3-6).

Teori komunikasi menurut ajaran Islam selalu terkait pada perintah dan larangan Allah SWT atau Al-Qur'an dan sunnah Nabi Muhammad SAW, pada dasarnya agama sebagai kaidah dan sebagai perilaku pesan (informasi) kepada masyarakat agar berperilaku sesuai dengan perintah dan larangan Allah. Dengan kata lain komunikasi menurut ajaran Islam sangat memuliakan etika yang dibarengi sanksi akhirat (Muis A, 2001: 5-9).

Jika komunikasi Islam harus dipadukan dengan ajaran agama Islam (Al-Qur'an dan Hadis Nabi), maka salah satu ciri komunikasi Islam tent saja faktor etika (akhlakul Karima). Artinya, teori komunikasi Islam memiliki perbedaan dengan non-Islam, tetapi perbedaannya lebih terletak pada isi pesan komunikasi yang harus mengikuti kaidah-kaidah agama. Dengan sendirinya pula unsur pesan mengikat unsur komunikasi, dengan kata lain seorang komunikator harus mengikuti prinsip etika dan harus memiliki nilai etika yang tinggi dalam menyampaikan pesan saat berbicara, berpidato, berkhotbah, berceramah, menyiarkan berita, menulis berita, menyanyi, bermain film, berkomentar dan lain sebagainya di muka umum.

Komunikator tidak menggunakan simbol atau kata kasar yang dapat menyinggung komunikan atau khalayak. Selain itu, komunikator tidak boleh memperlihatkan gerak tubuh, perilaku, atau cara pakaian yang menyalahi norma agama (Muis A, 2001: 72).

Cara komunikasi dalam Al-Qur'an dan Al-Hadist telah di jelaskan dengan secara luas sebagai panduan supaya komunikasi berjalan dengan

baik dan efektif. Kita dapat mengistilahkannya dengan kaidah, prinsip berkomunikasi menurut Perspektif Islam. kaidah, prinsip komunikasi Islam merupakan panduan bagi kaum muslim dalam melakukan komunikasi, baik dalam komunikasi intrapersonal, interpersonal dalam kehidupan sehari-hari, berdakwah lisan dan tulisan, maupun aktivitas lainnya (Widianingsih, 2019: 3).

Selanjutnya, Rachmat Kriyantono (2019: 362) dalam bukunya yang berjudul “Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi Filsafat dan Etika Ilmunya Serta Perspektif Islam” mengemukakan bahwa Prinsip dan etika komunikasi tersebut yaitu:

### 1. *Qaulan Sadidan* (Perkataan yang Benar)

*Qaulan sadidan* adalah kemampuan berkata benar atau berkomunikasi dengan baik. Wahbah Al-Zuhaili mengartikan *qaulan sadidan* adalah ucapan yang benar bukan yang bathil. Dalam hal ini berarti ucapan yang tepat dan bertanggung jawab, yaitu ucapan yang tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Jadi, dapat disimpulkan bahwa *qaulan sadidan* adalah ucapan yang jujur, tidak bohong, tidak memanipulasi fakta, benar sesuai dengan ajaran Islam. Dalam berkomunikasi harus berkata sesuai dengan apa yang terjadi sehingga terhindar dari informasi yang bersifat bohong. Dalam Al-Qur’an kata *qaulan sadidan* disebut sebanyak dua kali. Pertama terdapat dalam firman Allah Q.S. Annisa ayat 9

وَلِيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَةً ضِعَفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ  
وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya; “Dan hendaklah takut (kepada Allah) orang-orang yang mereka sekiranya meninggalkan keturunan yang lemah dibelakang mereka yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan)nya. Oleh sebab itu, hendaklah mereka berbicara dengan tutur kata yang benar” (Q.S An-Nisa: 9).

Ayat ini menceritakan terkait peristiwa menjelang kematian, terdapat orang yang sedang menanti ajal, ada ahli waris, ada yang

menjadi wali dari yang akan ditinggalkan, dan ada pula penjenguk. kepada semuanya Allah SWT memerintahkan mereka untuk bertakwa kepadanya dan mengucapkan perkataan yang benar “*qaulan sadidan*”. Bagi penjenguk, mengucapkan perkataan yang benar “*qaulan sadidan*” yaitu menuntun orang yang sedang menanti ajal untuk bertaubat dengan mengucapkan kalimat syahadat, berbaik sangka dengan Allah SWT, menuntunnya untuk tidak berwasiat lebih dari sepertiga hartanya. Bagi wali yang akan menerima amanah mengurus anak-anak yang akan ditinggalkan, bentuk *qaulan sadidan* nya adalah dengan mengatakan dan memperlakukan mereka sebagaimana mereka memperlakukan anak mereka sendiri. Bagi ahli waris yang menyaksikan saat-saat ajal menjemput, bentuk qaulan sadidannya adalah dengan tidak membuat khawatir orang yang akan meninggal karena rebut membicarakan harta dihadapannya.

Kedua, terdapat dalam firman Allah Q.S Al-Ahzab ayat 70

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya; “*Wahai orang-orang yang beriman! Bertaqwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar*” (Q.S Al-Ahzab: 70).

Wahbah al-Zuhaily (1991: 260) mengartikan *qaulan sadidan* pada ayat ini dengan ucapan yang tepat dan bertanggung jawab, yakni ucapan yang tidak bertentangan dengan ajaran agama. Selanjutnya ia berkata bahwa surah alAhzab ayat 70 merupakan perintah Allah terhadap dua hal: Pertama, perintah untuk melaksanakan ketaatan dan ketaqwaan dan menjauhi larangan-Nya. Kedua, Allah memerintahkan kepada orang-orang yang beriman untuk berbicara dengan qaulan sadidan, yaitu perkataan yang sopan tidak kurang ajar, perkataan yang benar bukan yang batil. Jadi, Allah SWT memerintahkan manusia untuk senantiasa bertakwa yang disertai dengan perkataan yang benar. Nanti Allah akan membalikkan amal-

amal kamu, mengampuni dosa kamu, siapa yang taat kepada Allah dan Rasul-Nya niscaya ia akan mencapai keberuntungan yang besar. Jadi, perkataan yang benar merupakan prinsip komunikasi yang terkandung dalam Al- Qur'an dan mengandung beberapa makna dari pengertian benar.

## 2. *Qaulan Baligha* (Perkataan yang Efektif, Tepat Sasaran)

Kata *baligha* berarti tepat, fasih, lugas, dan jelas maknanya. *Qaulan Baligha* berarti menggunakan kata-kata yang mudah dimengerti, efektif, tepat sasaran, tidak berbelit-belit dan langsung ke pokok masalah (*straight to the point*). Agar komunikasi tepat sasaran, pesan yang disampaikan hendaklah sesuai dengan intelektualitas komunikan dan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti. Gaya bicara dalam berkomunikasi dengan orang awam tentu berbeda dengan kalangan cendekiawan. Berbicara dengan orang tua tentu berbeda dengan teman. Ketika berkomunikasi di media khususnya media massa menggunakan bahasa jurnalistik sebagai bahasa komunikasi massa. Berbicara dengan anak kecil tentu berbeda dengan mahasiswa. Hal ini karena kapasitas dan kemampuan tiap orang yang berbeda-beda. Ungkapan ini terdapat dalam firman Allah SWT pada Q.S An-Nisa ayat 63.

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ  
فِي أَنفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا

Artinya; “Mereka itu adalah orang-orang yang Allah SWT mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka” (Q.S An-Nisa: 63).

Ayat ini berkaitan dengan orang-orang munafik yang telah banyak berkreasi dalam melakukan kejahatannya. kejahatan orang munafik yang paling serius dan berdampak keada lahirnya

kejahatan-kejahatan yang lain adalah tidak padunya hati mereka dengan apa yang mereka ucapkan. Ciri utama dari mereka itu adalah banyaknya dusta, suka ingkar janji, tidak amanah dalam menjalankan tugas, shalatnya malas-malasan, lain di mulut lain dihati.

Kata “*baligh*” dalam bahasa Arab artinya sampai, mengenai sasaran atau mencapai tujuan. Apabila dikaitkan dengan qaul (ucapan atau komunikasi), “*baligh*” berarti fasih, jelas maknanya, terang, tepat menggunakan apa yang dikehendaki. Oleh karena itu prinsip *qaulan baligha* dapat diterjemahkan sebagai prinsip komunikasi yang efektif.

### 3. *Qaulan Ma'rufan* (Perkataan yang Baik, Pantas)

*Qaulan Ma'rufan* adalah perkataan yang baik, santun, tidak kasar, dan tidak menyinggung atau menyakiti perasaan. *Qaulan Ma'rufan* bermakna pada pembicaraan yang bermanfaat serta menimbulkan kebaikan. Untuk mewujudkan komunikasi yang baik seseorang harus berhati-hati dan memikirkan apa yang akan diucapkan. Jika tidak hal ini akan menjadi malapetaka atau bencana. Ungkapan ini disebutkan empat kali dalam Al-Qur'an dengan menampilkan empat peristiwa berbeda, yang pertama yaitu Q.S Al-Baqarah ayat 235

وَلَا جُنَاحَ عَلَيْكُمْ فِيمَا عَرَّضْتُمْ بِهِ مِنْ خُطْبَةِ النِّسَاءِ أَوْ أَكْنَنْتُمْ فِي  
أَنْفُسِكُمْ ۗ عَلِمَ اللَّهُ أَنَّكُمْ سَتَذْكُرُونَهُنَّ وَلَكِنْ لَا تُوَاعِدُوهُنَّ سِرًّا إِلَّا أَنْ  
تَقُولُوا قَوْلًا مَعْرُوفًا ۗ وَلَا تَعْزِمُوا عُقْدَةَ النِّكَاحِ حَتَّىٰ يَبْلُغَ الْكِتَابُ أَجَلَهُ ۗ  
وَأَعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا فِي أَنْفُسِكُمْ فَاحْذَرُوهُ ۗ وَأَعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَفُورٌ  
حَلِيمٌ

Artinya; “Dan tidak ada dosan bagi kamu meminang wanita-wanita itu dengan sindiran atau kamu menyembunyikan (keinginan mengawini mereka) dalam hatimu. Allah SWT mengetahui bahwa

*kamu akan menyebut-nyebut mereka, dalam pada itu janganlah kamu mengadakan janji kawin dengan mereka secara rahasia, kecuali sekedar mengucapkan (kepada mereka) perkataan yang ma'ruf. dan janganlah kamu berazam (bertatap hati) untuk beraqad nikah, sebelum habis iddahnya. Dan ketahuilah bahwasanya Allah SWT mengetahui apa yang ada dalam hatimu; maka takutlah kepadanya, dan ketahuilah bahwa Allah SWT maha pengampun lagi maha penyantun” (Q.S Al-Baqarah: 235).*

Yang dimaksud dengan *Qaulan Ma'rufan* pada ayat ini adalah, mengucapkan bahasa sindiran yang tidak menyakiti dan menyingung perempuan yang masih dalam suasana duka bahwa dia akan meminang perempuan itu setelah selesai *iddahnya*.

Kedua, dalam Q.S An-Nisa ayat 5

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَمًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا  
وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا

Artinya; “Dan janganlah kamu serahkan kepada orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaan) kamu yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. Berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik” (Q.S An-Nisa: 5).

Berkata *ma'ruf* yang dimaksud dalam ayat ini adalah mengatakan kepada mereka perkataan bijak agar mereka mengerti kenapa harta itu tidak diserahkan langsung kepada mereka tanpa menyinggung perasaan mereka.

Ketiga, dalam Q.S An-Nisa ayat 8

وَإِذَا حَضَرَ الْقِسْمَةَ أُولُو الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينُ فَارْزُقُوهُمْ مِنْهُ  
وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا

Artinya; “Dan apabila sewaktu pembagian itu hadir beberapa kerabat, anak-anak yatim dan orang-orang miskin, maka berilah mereka dari harta itu (sekedarnya) dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik” (Q.S An-Nisa: 8).

Keempat, dalam Q.S Al-Ahzab ayat 32

يُنِسَاءَ النَّبِيِّ لَسْتُنَّ كَأَحَدٍ مِّنَ النِّسَاءِ إِنِ اتَّقَيْتُنَّ فَلَا تَخْضَعْنَ بِالْقَوْلِ  
فَيَطْمَعَ الَّذِي فِي قَلْبِهِ مَرَضٌ وَقُلْنَ قَوْلًا مَّعْرُوفًا

Artinya; “Wahai istri-istri Nabi! Kamu tidak seperti perempuan-perempuan yang lain, jika kamu bertakwa. Maka janganlah kamu tunduk (melemah lembutkan suara) dalam berbicara sehingga bangkit nafsu orang yang ada penyakit dalam hatinya, dan ucapkanlah perkataan yang baik” (Q.S Al-Ahzab: 32).

Dilihat dari empat ayat diatas, dapat disimpulkan bahwa *Qaulan Ma'rufan* adalah *lafadz* atau ungkapan yang baik, ramah, tidak kasar, tidak menyinggung perasaan orang, tidak kotor, dan tidak mengundang nafsu orang yang mendengarkannya untuk berbuat jahat.

#### 4. *Qaulan Karima* (Perkataan yang Mulia)

*Qaulan Karima* adalah perkataan yang lembut, diiringi rasa hormat dan mengagungkan, mulia, enak didengar dan bertatakrama. Dalam konteks jurnalistik dan penyiaran, *Qaulan Karima* bermakna menggunakan kata-kata yang tidak kasar, tidak vulgar, santun, dan menghindari “*bad taste*”, seperti jijik, muak dan sadis. Ungkapan ini tertuang dalam Al-Qur’an pada surah Al-Isra’ ayat 23

وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۗ إِنَّمَا يُبَلِّغُنَّ عِنْدَكَ

الْكِبْرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا

كَرِيمًا

Artinya; “Dan tuhan telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain dia dan hendaklah kamu berbuat baik kepada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. jika salah seorang di antara keduanya atau kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, amak sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan “ah” dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia.” (Q.S Al-Israa: 23).

Intinya adalah, *qaulan karima* merupakan ungkapan yang indah dan penuh akan adab sehingga orang yang di ajak berbicara merasa bahagia, dihormati, dan dimuliakan. *Qaulan karima* harus digunakan khususnya saat berkomunikasi dengan kedua orang tua atau orang yang harus kita hormati, dan dalam konteks penyiaran, *qaulan karima* bermakna menggunakan kata-kata yang santun, tidak kasar, tidak vulgar, dan menghindari “*bad tase*”, seperti jijik, muak, ngeri, dan sadis.

##### 5. *Qaulan Layina* (Perkataan yang Lemah Lembut)

*Qaulan Layina* adalah pembicaraan yang lemah lembut, penuh keramahan, enak didengar sehingga menyentuh hati. Dalam Tafsir Ibnu Katsir, yang dimaksud *layina* adalah kata-kata sindiran, bukan dengan kata-kata terus terang atau lugas apalagi kasar. Ungkapan ini terdapat dalam Q.S Thaha ayat 44

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

Artinya; “Maka berbicaralah kamu kepadanya (Fir’aun) dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat atau takut” (Q.S Thaha: 44).

Ayat di atas adalah perintah Allah SWT kepada Nabi Musa dan Harun agar berbicara lemah-lembut, tidak kasar, kepada Fir’aun. Dengan *Qaulan Layina*, hati komunikan (orang yang diajak berkomunikasi) akan merasa tersentuh dan jiwanya tergerak untuk menerima pesan komunikasi kita.

Hamka (1984: 135) mengutip pendapat Mujahid yang berpendapat bahwa suara keledai sangatlah jelek. Oleh karena itu. Orang-orang yang bersuara keras, menghardik-hardik, sampai seperti akan pecah kerongkongannya, suaranya jadi terbalik -balik, menyerupai suara keledai, tidak enak didengar. D ia pun tidak disukai oleh Allah Swt. Islam mengajarkan agar menggunakan komunikasi yang lemah lembut kepada siapa pun. Dalam lingkungan apapun, komunikator sebaiknya berkomunikasi pada komunikan

dengan cara lemah lembut, jauh dari pemaksaan dan permusuhan. Dengan menggunakan komunikasi yang lemah lembut, selain ada perasaan bersahabat yang menyusup ke dalam hati komunikan, ia juga berusaha menjadi pendengar yang baik.

#### 6. *Qaulan Maysura* (Perkataan yang Mudah)

*Qaulan Masyura* adalah perkataan atau ucapan yang mudah, yakni mudah dimengerti, mudah dicerna dan dipahami oleh komunikan. Makna lainnya yaitu kata-kata yang menyenangkan atau berisi hal-hal menggembirakan via perkataan yang mudah dan pantas. Untuk menciptakan komunikasi yang baik, seseorang tentu harus selalu berhati-hati mengenai apa yang akan diucapkan. Lisan diibaratkan seperti pisau, jika salah menggunakannya akan melukai banyak orang. Di zaman modern ini, ketajaman lisan terkadang hadir dalam aktivitas di media sosial melalui status dan komentar yang ditulis. Oleh karena itu, sudah seharusnya sebagai umat Islam membuat status dan komentar di media sosial dengan tidak menyebarkan berita bohong dan hal-hal yang menyinggung orang lain. Ungkapan ini ada dalam Al-Qur'an surah Al-Isra ayat 28

وَأَمَّا تُعْرَضْنَ عَنْهُمْ ابْتِغَاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ  
قَوْلًا مَّيْسُورًا

Artinya; “Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari tuhanmu yang kamu harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang pantas” (Q.S Al-Isra: 28).

Ayat ini mengikuti perintah berbuat baik kepada orang tua, kerabat dekat, fakir miskin, dan musafir yang memerlukan bantuan serta larangan untuk bersikap boros. Jika anda tidak mempunyai sesuatu untuk diberikan kepada kerabat anda, maka ucapkanlah perkataan yang mudah. Mujahid, Ikrimah, dan beberapa ulama tafsir mengatakan bahwa *qaulan maysura* merupakan ucapan yang menyenangkan dan memberikan harapan kepada orang-orang dan tidak menutup kemungkinan mereka untuk mendapatkan hal-hal baik

dari kita. Ungkapan tersebut bisa berbentuk janji yang wajar dan mungkin direalisasikan atau meminta orang agar mendoakan kita agar diberi kelapangan rezeki agar mudah membantu mereka dan orang lain. Ungkapan ini membuat mereka yang mengharapkan sesuatu dari kita dapat dengan mudah menerimanya dan kita yang mengucapkannya juga memiliki harapan untuk mendapatkan kemudahan dari Allah SWT (Hefni, 2015: 82-95).

## **E. Media Sosial**

### **1. Pengertian Media Sosial**

Carr dan Hayes mendefinisikan media sosial sebagai saluran berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi secara selektif, menampilkan diri mereka kepada *audience* yang luas dan sempit baik secara *real-time* atau sinkron, dan memungkinkan adanya persepsi interaksi dengan pengguna lain.

Ada lima ciri penting media sosial menurut definisi ini, *pertama*, basis dari media sosial adalah internet. *Kedua*, saluran interaktif antar pengguna. Menurut Carr & Hayes, interaktifita ini bisa berupa sinkronis (antar pengguna bisa saling merepons saat itu juga), bisa juga asinkronis (terdapat jeda dari tanggapan pengguna). Apapun bentuknya, media sosial memfasilitasi interaksi di antara pengguna. *Ketiga*, persepsi mengenai interaktivitas. Interaksi sosial ini tidak perlu secara khusus bersifat *interpersonal*, asalkan pengguna diberikan rasa keterlibatan interaktif dengan orang lain. Media sosial secara inheren bersifat sosial, berupaya menciptakan, memanfaatkan, atau mempertahankan interaksi sosial di antara para penggunanya. ketika kita mem-posting sesuatu di media sosial, kita mempersiapkan bahwa pesan tersebut dibaca dan dibalas oleh pengguna lain. *Keempat*, pengguna bisa mengkreasi pesan sesuai keinginan (*User Generated Content /UGC*). *Kelima*, komunikasi massa interpersonal (*massapersonal communication*) merupakan

gabungan antara komunikasi massa dengan komunikasi interpersonal (seperti radio dan surat kabar) berlangsung komunikasi dari satu ke banyak orang (*one to many*). Misalnya, siaran yang disiarkan oleh stasiun TV yang kemudian ditonton oleh jutaan orang. Sebaliknya, komunikasi *interpersonal* berlaku dari satu orang ke satu orang yang lain. Media sosial menggabungkan dua bentuk komunikasi tersebut. Ilustrasi sederhana, dalam media sosial kita seperti sedang bercakap-cakap dengan orang lain (*interpersonal*), tetapi percakapan tersebut bisa dilihat dan diikuti oleh banyak orang (komunikasi massa) (Eriyanto, 2021: 60-61).

## 2. Karakteristik Media Sosial

Nasrullah (2015: 15-33) dalam bukunya mengungkapkan bahwa media sosial merupakan salah satu *platform* media *siber*, media sosial tidak jauh berbeda dengan karakteristik media siber. Namun, media sosial memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh media *siber* lainnya. Media sosial memiliki batasan dan karakteristik tertentu dibanding dengan media lainnya, adapun karakteristik media sosial adalah sebagai berikut:

### a) Jaringan (*Network*)

Karakteristik pertama dari media sosial adalah membentuk jaringan di antara penggunanya, meskipun sebenarnya mereka tidak saling mengenal, namun adanya media sosial menjadi penghubung secara mekanisme teknologi internet yang memberikan kontribusi besar terhadap munculnya koneksi sosial di media sosial, tentang nilai-nilai dalam masyarakat virtual, sampai pada struktur sosial secara online.

### b) Informasi (*Information*)

Informasi menjadi alat media sosial yang penting, karena pengguna media sosial membuat representasi identitas mereka, memproduksi konten dan berinteraksi berdasarkan informasi. Misalnya aplikasi TikTok.

c) Arsip (*Archive*)

Arsip menjadi sebuah karakter yang menyatakan bahwa informasi disimpan dan dapat diakses kapan saja melalui perangkat apapun. Informasi tersebut akan selalu tersimpan dan dengan mudah dapat di akses.

d) Interaksi (*Interactivity*)

Interaksi dalam kajian media adalah pembeda antara media lama (*old media*) dengan media baru (*new media*). David Holmes dalam Nasrullah (2015:26) menyatakan bahwa pengguna media lama cenderung pasif dan tidak saling mengenal satu dengan yang lainnya, sedangkan pada media baru pengguna dapat berinteraksi.

e) Simulasi sosial (*Simulation of society*)

Di media sosial interaksi yang ada memang mirip dengan realitas, tetapi yang terjadi adalah simulasi. Realitas di media merupakan hasil proses simulasi, dimana media telah mereproduksi representasi media menjadi realitas tersendiri yang terkadang berbeda atau bertolak belakang.

f) Konten oleh pengguna (*User-generated content*)

Konten oleh pengguna menunjukkan bahwa konten media sosial dimiliki sepenuhnya dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. Media baru, termasuk media sosial menawarkan alat dan teknologi baru yang memungkinkan *audience* untuk mengarsipkan, memberi keterangan, menyesuaikan, dan mendaur ulang konten media yang membawa pada kondisi produksi media yang *DoIt-Yourself*.

g) Penyebaran (*Share/Sharing*)

Penyebaran adalah karakter lainnya dari media sosial. Media ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibuat dan dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi juga konten yang dibagikan dan dikembangkan oleh penggunanya. Praktik ini merupakan ciri khas

media sosial yang menunjukkan bahwa *audience* secara aktif berbagi dan mengembangkan konten.

Penyebaran yang terjadi terbagi menjadi dua jenis. Pertama, melalui konten, di media sosial konten tidak hanya diproduksi oleh pengguna, tetapi juga dibagikan kepada pengguna lain. Sehingga konten yang diproduksi oleh satu pengguna dapat menyebar ke setiap jaringan *platform* media sosial.

Kedua, melalui perangkat. Penyebaran media sosial dapat diukur dengan keunggulan yang ditawarkan teknologi untuk memperluas jangkauan konten. Seperti YouTube yang menyajikan pintasan '*share*' sebagai upaya untuk menyebarkan konten video ke media sosial bahkan media internet lainnya. Keunggulan perangkat ini dimanfaatkan oleh banyak media di internet, diantaranya media berita online, situs perusahaan, hingga media pendidikan internet yang menyematkan ikon '*share*' di halaman mereka. Tombol ini memungkinkan siapa saja untuk mengunjungi situs yang dibagikan.

### **3. Jenis-Jenis Media Sosial**

Nasrullah (2015: 39-47) menyimpulkan dalam bukunya bahwa ada enam kategori besar tentang pembagian media sosial, antara lain:

a) Media Jejaring Sosial (*Social Networking*)

Media jejaring sosial adalah sarana yang digunakan untuk melakukan hubungan sosial dan dampak dari hubungan tersebut di media virtual. Karakter dari jenis media sosial ini adalah penggunaannya dapat membentuk jaringan pertemanan, contohnya seperti Facebook.

b) Jurnal Online (*Blog*)

Blog adalah media sosial yang memungkinkan penggunaannya memposting aktivitas sehari-hari, saling berkomentar, dan berbagi tautan, informasi, dan situslainnya. Karakter blog adalah penggunaannya bersifat pribadi dan konten yang akan di muat

sesuai dengan keseharian pengguna itu sendiri, contohnya seperti blogspot dan Wordpress.

c) Mikroblog (*Microblogging*)

Mikroblog adalah jenis media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk menulis dan mempublikasikan aktivitas dan opini mereka. Kehadiran jenis media sosial ini menandai pada lahirnya Twitter yang memiliki ruang maksimal 140 karakter.

d) Media Berbagi (*Media Sharing*)

Jenis media berbagi merupakan jenis media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi media seperti dokumen, video, audio, gambar, dan sebagainya seperti YouTube, TikTok, Flickr, Vine, dan Instagram.

e) Penanda Sosial (*Social Bookmarking*)

Media sosial jenis penanda sosial bekerja untuk mengatur, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita secara online. Contohnya seperti Delicious.com, Reddit.com, dan LintasMe.

f) Media Konten Bersama atau Wiki

Wiki adalah jenis media sosial konten bersama, dikarenakan situs web yang kontennya dikelola oleh para penggunanya. Kata “wiki” mengacu pada Wikipedia, yang isinya dapat ditulis, diisi, diedit, dan dikomentari oleh siapa saja.

#### **4. TikTok Sebagai Media Sosial**

TikTok adalah aplikasi yang menggunakan ponsel untuk mengabadikan dan menampilkan momen kreatif dan berharga dari seluruh dunia. TikTok memungkinkan siapapun untuk menjadi pembuat konten dan mendorong pengguna untuk berbagai ekspresi kreatif melalui video berdurasi 15-60 detik dengan musik, filter, dan fitur kreatif lainnya. Dengan kesederhanaan dan kemudahannya, iapun dapat menjadi pencipta dengan program ini.

TikTok adalah salah satu media sosial dengan pertumbuhan tercepat di dunia. Hampir empat tahun setelah peluncuran TikTok, popularitasnya terus melambung hingga saat ini. TikTok memiliki 1,53 Miliar pengguna aktif bulanan pada kuartal III/2022 menurut data *Business of Apps*. Jumlah tersebut meningkat 4,64% dibandingkan pada kuartal sebelumnya. Aplikasi ini juga disukai oleh banyak kalangan di Indonesia, termasuk tokoh masyarakat. TikTok yang kita kenal sekarang awalnya tidak bernama TikTok, tetapi pada September 2016, *China Byte Dance* meluncurkan aplikasi kecil bernama Douyin. Dalam setahun, Douyin memiliki 100 juta pengguna dan satu miliar penayangan video setiap hari. Popularitas Douyin meluas ke luar China, dengan nama baru TikTok yang lebih menarik (Valiant, 2021).

#### **F. Netizen**

Netizen berasal dari dua kata yang digabung menjadi satu, yaitu dari kata internet dan citizen (warga, penduduk), Michael Hauben mendefinisikan Netizen sebagai berikut:

*“Selamat datang di abad ke-21. Anda adalah Netizen (seorang penduduk Net) dan anda hadir sebagai warga di dunia ini, semua karena konektifitas global yang bias diwujudkan oleh Net. Anda memandang semua orang sebagai warga senegara anda. Secara fisik mungkin anda sedang hidup di satu negara, tapi anda sedang berhubungan*

*dengan sebagian besar dunia melalui jaringan komputer global. Secara virtual, anda hidup bersebelahan dengan setiap Netizen di seluruh dunia. Perpisahan secara geografis sekarang diganti dengan keberadaan di dunia virtual yang sama”.* (Hauben:1996).

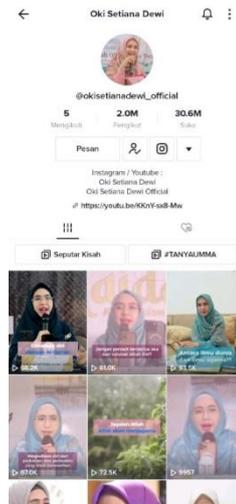
Sedangkan menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), Netizen di definisikan sebagai warganet (KBBI, 2016). Netizen adalah pengguna internet atau penduduk yang terlibat aktif di komunitas online di internet. Kegiatan ini dapat berkisar sederhana untuk bersenang-senang hingga kegiatan yang membutuhkan perubahan di dunia nyata atau dunia maya. Jadi, netizen adalah mereka yang mengakses dan menggunakan internet, mereka juga saling bertukar keinginan di media internet. Misalnya di media sosial media seperti Facebook, Instagram, Twitter, Tumblr, Blogger, Youtube, TikTok dll. Dengan kata lain, netizen adalah pengguna internet (Muawanah, 2021: 139).

### BAB III

## TIKTOK OKI SETIANA DEWI DAN ETIKA KOMUNIKASI NETIZEN

### A. TikTok Oki Setiana Dewi

Gambar 3. 1 Profil TikTok Oki Setiana Dewi



Sumber: Akun TikTok Oki Setiana Dewi

Oki Setiana Dewi, sosok publik figur yang tidak asing lagi ditelinga kita, wanita muslimah yang mulai dikenal ketika ia sukses membintangi film yang berjudul “Ketika Cinta Bertasbih. Sebuah film yang diadaptasi dari novel terlaris karya penulis terkenal Habiburrahman el Shirazy. Oki Setiana Dewi sekarang lebih dikenal sebagai seorang pendakwah yang kental dengan religiusitas dan saat ini aktif sebagai seorang penulis dengan karya-karya *best seller*, pembicara di berbagai pertemuan serta juga sebagai ustadzah di beberapa program stasiun televisi nasional sehingga wajar jika nama nya pun banyak dikenal masyarakat.

Beliau lahir di Batam pada 13 Januari 1989. Anak pertama dari tiga saudara yang semuanya perempuan. Orang tua beliau bernama Alm. Sulyanto dan Yunifah yang merupakan darah keturunan Jawa-Palembang. Kini Oki Setiana Dewi melepas lajangnya, dan dipersunting oleh Ory Citrio De Janeiro, dan sudah dikaruniai beberapa putra-putri yang menggemaskan. Sejak tahun 2005, keluarga Oki hijrah dan menetap di Jawa tepatnya di

Depok. Sejak sekolah dasar, Oki Setiana Dewi memang memiliki banyak bakat. Selain gemar membaca dan menulis, wanita ini juga gemar bergaya, namun Oki sudah berkali-kali gagal menjuarai lomba peragaan busana dari tingkat kecamatan hingga provinsi, namun hal itu tidak membuatnya kecewa. Justru hal tersebut menjadi pelajaran dan motivasi baginya untuk terus mengasah kemampuannya. Ketika memasuki Sekolah Menengah Pertama (SMP), Oki mengasah bakatnya melalui sekolah kepribadian Silhouette, disinilah kemudian kepercayaan dirinya tumbuh. Dari situ kemudian dia menjadi langganan juara diberbagai lomba peragaan busana. Selain itu, dia juga dipercaya menjadi pembaca acara (MC) diberbagai acara seperti pameran perumahan, festival musik serta acara ulang tahun. Dari hal tersebut kemudian ia dapat membiayai sekolahnya sendiri. Selain sukses dalam usahanya, ia juga berprestasi di sekolah menjadikan namanya lebih dikenal luas di sekolahnya

TikTok adalah sebuah jaringan sosial dan platform video musik Tiongkok yang dluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming, pendiri Toutiao. Salah satu tujuan TikTok adalah membuat para penggunanya kreatif. Betapa tidak, sejak awal aplikasi ini dibuat dengan konsep video musik. Setiap insan bisa mengisi atau membuat konten apa saja sesuai kreativitas. Kalau memang mau membuat gerakan tari, kita bisa melakukannya sendiri. Mau membuat ekspresi seperti emoji, para penggunanya juga bisa melakukannya. Mau sedih, tertawa, bahkan melakukan hal yang lucu bisa dilakukan di TikTok. Aplikasi tersebut membolehkan para pemakai untuk membuat video musik pendek mereka sendiri. TikTok sekarang bukan hanya digunakan untuk kesenangan semata akan tetapi TikTok juga digunakan untuk media berdakwah. Salah satu artis dan ustadzah yang menggunakan TikTok sebagai media dakwah adalah Oki Setiana Dewi.

Akun @okisetianadewi\_official (Oki Setiana Dewi) menyusun kontennya untuk berdakwah menyampaikan ajaran Islam. Awal mula Oki Setiana Dewi mengunggah video dakwahnya di akun TikTok @okisetianadewi\_official sejak awal juni 2019. Pengikut dalam TikTok Oki Setiana Dewi sekarang

sudah mencapai 2.0M *followers* (pengikut) dengan jumlah *like* (suka) sebanyak 30,8M dengan jumlah penonton video hingga 17,3 M.

## B. Komentar Netizen dalam Akun TikTok Oki Setiana Dewi

1. Komentar Netizen pada video TikTok dengan judul “**Seputar Kisah-Asiyah Istri Firaun**” <https://vt.TikTok.com/ZSN1pVbSL/>

Gambar 3. 2 Konten Video Oki Setiana Dewi



Sumber: Akun TikTok Oki Setiana Dewi

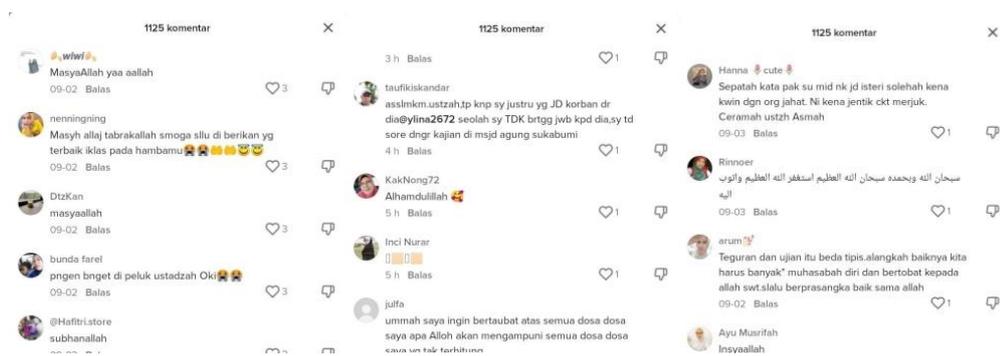
Video ini di publikasikan pada 31 Agustus 2023 dengan judul “**Seputar Kisah-Asiyah Istri Firaun**” yang telah di tonton 1,6 Juta kali dan mendapat 142 Ribu suka, 18,4 Ribu di simpan, 14,1 Ribu bagikan dan mendapat 1185 komentar. Pada video ini Oki Setiana Dewi menjelaskan seputar kisah bagaimana keteguhan Asiyah Istri Fir’aun sampai akhir hayatnya.

*“kadang-kadang kita berfikir bagaimana mungkin ada seorang wanita yang sangat baik akhirnya harus bersama dengan orang yang sangat jahat. Semua takdir Allah adalah baik teman-teman*

*semua. Kalau bukan Asiyah yang menjadi istri Fir'aun, tidak pernah ada seorang ibu yang merawat Musa 'alaihissalam. Bukankah bayi Musa 'alaihissalam dirawat oleh Siti Asiyah, lewat Siti Asiyah Nabi Musa 'alaihissalam mendapatkan kesempatan untuk tinggal di dalam istana. Dengan begitu Nabi Musa 'alaihissalam mengenal Fir'aun dengan begitu dekat dan menjadi lebih mudah untuk mendakwahi Fir'aun dan bala tentaranya kerana sudah mengetahui keadaan tempat dakwahnya itu. Teman-teman sekalian, kadang-kadang dalam kehidupan kita merasa kenapa harus begini, kenapa harus begitu, ketahuilah semua yang Allah berikan kepada kita ada hikmahnya. Dalam surah Al-Baqarah 216 dijelaskan, boleh jadi apa yang kita tidak suka itulah yang paling baik untuk kita, boleh jadi apa yang kita suka belum tentu baik untuk kita. Allah mengetahui manusia tidak mengetahui “*

Dari video tersebut muncullah berbagai komentar netizen yang menanggapi terkait isi konten Oki Setiana Dewi, berikut ini adalah beberapa komentar netizen yang ada pada video tersebut:

Gambar 3. 3 Komentar Pada Video Ke 1



Sumber: Akun TikTok Oki Setiana Dewi

2. Komentar Netizen pada video TikTok dengan judul **“Sedekah Paling Utama Kepada Keluarga”** <https://vt.TikTok.com/ZSN1puGc1/>

Gambar 3. 4 Konten Video Oki Setiana Dewi



Sumber: Akun TikTok Oki Setiana Dewi

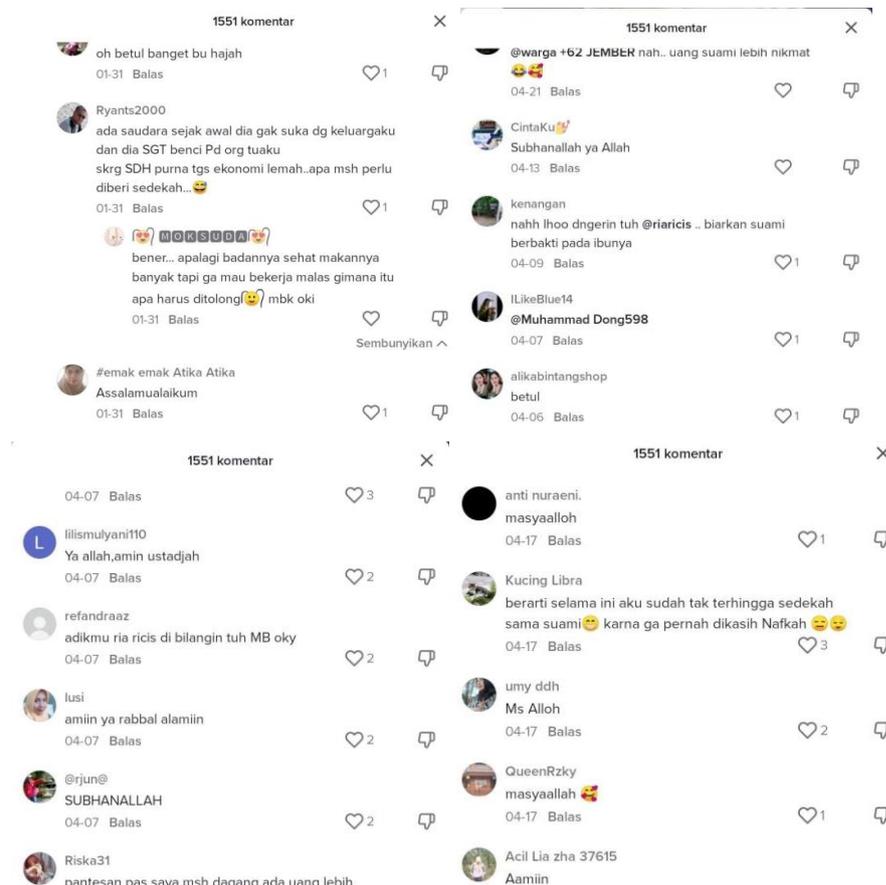
Video ini di publikasikan pada 30 Januari 2023 dengan judul **“Sedekah Paling Utama Kepada Keluarga”** yang telah di tonton 5.0 Juta kali dan mendapat 155,0 Ribu suka, 15,9 Ribu simpan, 77,6 Ribu bagikan dan mendapat 1556 komentar. Pada video ini Oki Setiana Dewi menjelaskan terkait keutamaan sedekah terhadap keluarga.

*“sedekah paling utama adalah sedekah kepada kerabatteman-teman sekalian, kepada Ibumu, kepada bibimu, saudara-saudaramu anak-anakmu, itu sedekah paling utama. Jadi kalau kita lihat keluarga kita fakir miskin , sedekah pada keluarga dulu, suami memberikan nafkah kalau istri punya uang, 100% uangnya milik istri. Kalau ibu berdagang atau punya uang sendiri 100% uang ibu milik ibu, kalau laki-laki 100% uangnya sebagiannya milik kita, uang suami uang kita, uang kita uang kita, gitu bu.*

*Jadi kalau seorang istri punya uang kemudian membelanjakan untuk keluarganya , untuk sekolah anak, bayar listrik , bayar air dan sebagainya itu namanya sedekah, dan itu sedekah paling utama . jadi kalau ada istri bekerja membantu perekonomian suami atau istri yang bekerja untuk membantu ibunya, adiknya itu namanya sedekah dan itu sedekah paling utama”.*

Dari video tersebut muncullah berbagai komentar netizen yang menanggapi terkait isi konten Oki Setiana Dewi, berikut ini adalah beberapa komentar netizen yang ada pada video tersebut:

Gambar 3. 5 Komentar Pada Video Ke 2





Sumber: Akun TikTok Oki Setiana Dewi

3. Komentar Netizen pada video TikTok dengan judul “**Fungsi Hijab Bagi Perempuan**” <https://vt.TikTok.com/ZSNJMmpSu/>

Gambar 3. 6 Konten Video Oki Setiana Dewi



Sumber: Akun TikTok Oki Setiana Dewi

Video ini di publikasikan pada 02 Febuari 2023 dengan judul “**Fungsi Hijab Bagi Perempuan**” yang telah di tonton 1,1 Juta kali dan mendapat 165,6 Ribu suka, 22,4 Ribu simpan, 8795 bagikan dan mendapat 545

komentar. Pada video ini Oki Setiana Dewi menjelaskan terkait bagaimana fungsi hijab yang sesungguhnya bagi perempuan.

*“dalam surah Al-Ahzab ayat ke-59 ulurkan jilbab ke seluruh tubuh supaya kamu mudah dikenal dan tidak diganggu, pakai jilbabnya jangan jilbab sakaratul maut, tahu ngga jilbab sakaratul maut, ada ngga ya di sini. Dicekek banget tuh leher, kalau ngeliat ke sana, aduh susah, ngeliat ke sana susah. Jadi nggak boleh ketat, nggak boleh tipis. Kata Rasulullah ada wanita yang tidak bisa cium bau surga, mereka yang berpakaian tapi telanjang, terlalu ketat atau terlalu tipis. Karena dijadikan indah pada pandangan manusia apa apa yang diinginkan, pertama itu perempuan-perempuan, jadi perempuan-perempuan cantik suaranya, gerakgeriknya, bentuk tubuhnya cantik indah. Sehingga posisi pertama yang disenangi oleh manusia itu wanita, bukan anak bukan harta, posisi pertama itu wanita. Maknya kita jaga dengan memakai hijab dengan baik, begitu ya teman-teman sekalian”.*

Dari video tersebut muncullah berbagai komentar netizen yang menanggapi terkait isi konten Oki Setiana Dewi, berikut ini adalah beberapa komentar netizen yang ada pada video tersebut:

Gambar 3. 7 Komentar Pada Video Ke 3



545 komentar

Iskandar  
intropeksi dulu adik nya ustazah 😊  
04-18 Balas

hallo.iimaa 🌸🌸🌸  
@windaatina  
04-04 Balas  
Lihat balasan (1) ▾

awkarinzxn  
@Cesa.  
04-01 Balas

Saturnus 🌌  
@dv.pirra  
03-26 Balas

aku cantik tiktok ke1  
adik nya juga pake tudung di cekik 😊  
03-23 Balas

545 komentar

@mba L @inisial. A @yetetea @laa. noh tobat dngrin  
04-03 Balas

rimanirwana445  
terus gimana dengan @Ria Ricis ??  
03-23 Balas

Ririn rindu  
adeknyaa 😊 ria riciss tuh d ajariinn 😊  
03-23 Balas

novica 281  
gimm dengan kak ria sisis KK..  
blh kh sepertibitu? 😊  
02-15 Balas

Endang Jamaludin195  
iya seperti Ria ricis  
03-23 Balas

545 komentar

NYOK!!!  
mbak mau tanya ketika wanita buat konten tapi tidak pakek hijau/jilbab apakah boleh mohon di jawab  
04-24 Balas

meiiii  
Alhamdulillah gpernah di iket ke leher  
04-24 Balas

Uiffy AF  
aduh sm adek sndiri gak di lihat, ria ricis pake jilbab jga kyak gitu 😊😊  
04-21 Balas

fey  
bagaimana macam saya yang bisanya beli gamis harga 35000 ja yg terkadang kainya tipis tapi saya selalu pakai celana panjang ustadzah  
04-20 Balas

545 komentar

Annie anak mama bebek  
AHHH MANG EAKK???  
07-29 Balas

@ MBOKE LUPI @  
mohon maaf ust,mau tanya bolehkah kita membaca doa tp ketika kita sedang tidak berhijab,contohnya kita sedang di kamar tanpa hijab  
05-27 Balas

KHAERUNISA 011  
assalamu'alaikum warahmatullahi wabarokatuh saya izin sve terimakasih  
05-03 Balas

bismillah lolos snbt 2023  
teman teman bantu doa yaa semoga aku di loloskan oleh Allah snbt unhas, dan yang sedang berjuang

545 komentar

syifasyifa  
belum bisa ustadzah... takut tidak istiqamah  
02-03 Balas

نيندي  
ingatin kak ICIS juga ustadzah 😊  
02-03 Balas

sadgirl 🌸  
Allahumma Sholi'ala Sayyidina Muhammad. semoga kita semua senantiasa menjadi orang yang beriman. aamiin  
02-03 Balas

Ummi Subkhans Subkhan  
ALLOHUMMA TOHHIIR QULUBANA WA QORRI NG'UYUU NANA..WASTUR NG'AURITINAA..AMIN YA ALLOH YA ROBBAL ALAMIIN.

545 komentar

sayainey  
pengen banget di jadiin status di WA tapi bakal ada masalah ni sama kk ipar 😊  
02-14 Balas

@Nurhasanah  
jngn jauh2 lah kdng2 ade nya juga bgtu .maaf .  
02-14 Balas

Elviany\_98  
iya betol  
02-14 Balas

Wicci  
Beliau hanya berdakwah, mnyampaikan yg baik. Dlm kluarga ga mungkin bkln baik smua, kisah para Nabi jg kan bgtu.  
02-18 Balas

Sembunyikan ⌵

545 komentar

Twins  
masyaa allah...terimakasih ilmunya ustadzah  
02-02 Balas 16

elijah  
assalamualaikum...MLM Bun...sht selalu ya bun  
02-02 Balas 14

Annie anak mama bebek  
emang gwh cewek apaan???  
07-29 Balas 1

Annie anak mama bebek  
😂😂😂sumpahhh lewat doankk  
07-29 Balas 1

A K M A L U  
@Tyas dnggrinn  
06-11 Balas 1

1551 komentar

oh betul banget bu hajah  
01-31 Balas 1

Ryants2000  
ada saudara sejak awal dia gak suka dg keluargaku  
dan dia SGT benci Pd org tuaku  
skrg SDHurna tgs ekonomi lemah...apa msh perlu  
diberi sedekah...😂  
01-31 Balas 1

👉👉👉 MOKSUDA 👉👉👉  
bener... apalagi badannya sehat makannya  
banyak tapi ga mau bekerja malas gimana itu  
apa harus ditolong🙏/ mbk oki  
01-31 Balas 1

#emak emak Atika Atika  
Assalamualaikum  
01-31 Balas 1

Sembunyikan ^

1551 komentar

@warga +62 JEMBER nah.. uang suami lebih nikmat  
👉👉👉  
04-21 Balas 1

CintaKu👉  
Subhanallah ya Allah  
04-13 Balas 1

kenangan  
nahh lhoo dngerin tuh @riaricis .. biarkan suami  
berbakti pada ibunya  
04-09 Balas 1

ILikeBlue14  
@Muhammad Dong598  
04-07 Balas 1

alika bintangshop  
betul  
04-06 Balas 1

1551 komentar

04-07 Balas 3

ilismulyani10  
Ya allah,amin ustadjah  
04-07 Balas 2

refandraaz  
adikmu ria ricis di bilangan tuh MB oky  
04-07 Balas 2

lusi  
amiin ya rabbal alamiin  
04-07 Balas 2

@rjun@  
SUBHANALLAH  
04-07 Balas 2

Riska31  
bantesan pas sava msh daana ada uana lebih.....  
04-07 Balas 1

1551 komentar

- anti nuraeni.  
masyaalloh  
04-17 Balas 1
- Kucing Libra  
berarti selama ini aku sudah tak terhingga sedekah  
sama suami🙏 karna ga pernah dikasih Nafkah 🙏🙏  
04-17 Balas 3
- umy ddh  
Ms Allah  
04-17 Balas 2
- QueenRzky  
masyaallah 🙏  
04-17 Balas 1
- Acil Lia zha 37615  
Aamiin

Sumber: Akun TikTok Oki Setiana Dewi

4. Komentar Netizen pada Video TikTok dengan Judul **“Orang Tua Adalah Pintu Surga Yang Paling Baik”** <https://vt.TikTok.com/ZSNPXknxo/>

Gambar 3. 8 Konten Video Oki Setiana Dewi



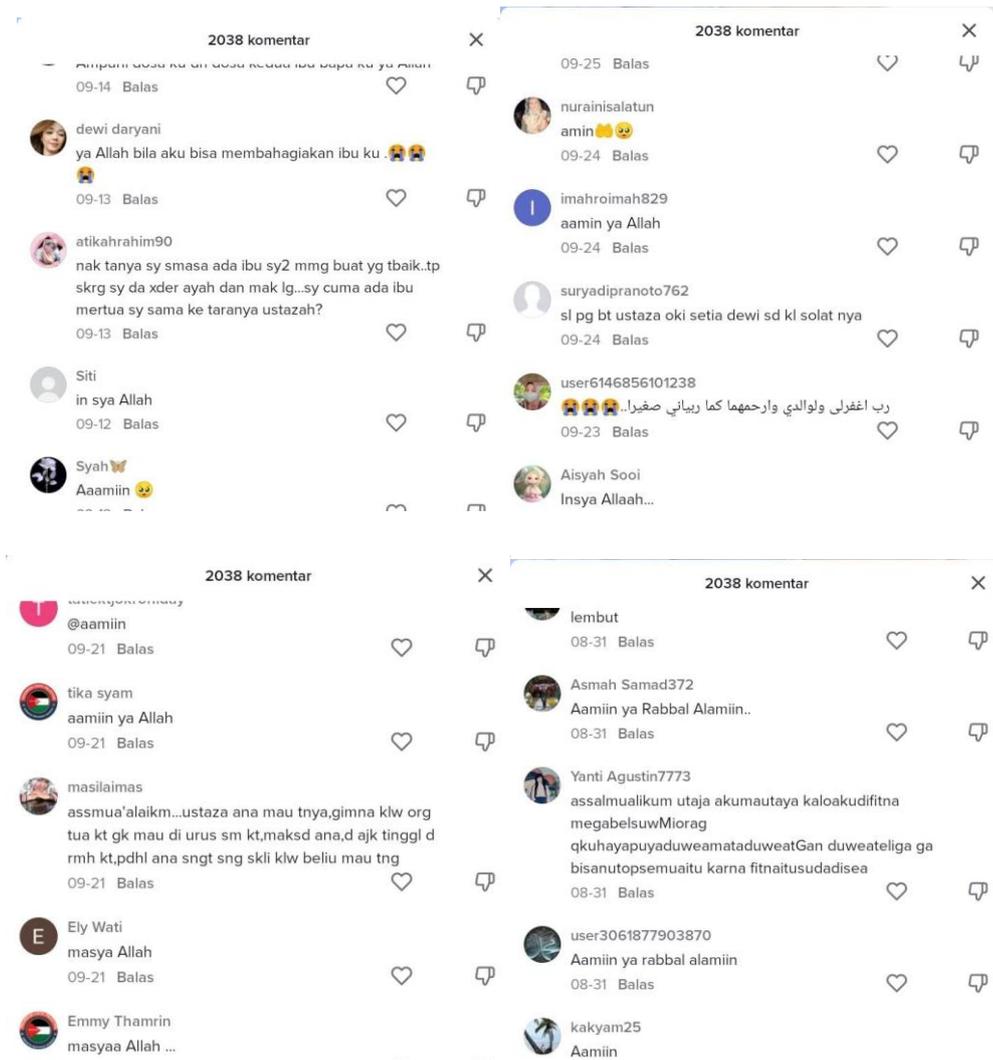
Sumber: Akun TikTok Oki Setiana Dewi

Video ini di publikasikan pada 30 Agustus 2023 dengan judul **“Orang Tua Adalah Pintu Surga Yang Paling Baik”** yang telah di tonton 1,5 Juta kali dan mendapat 67,3 Ribu suka, 7926 simpan, 42,0 Ribu bagikan dan mendapat 2038 komentar. Pada video ini Oki Setiana Dewi menjelaskan terkait orang tua sebagai pintu surga yang baik.

*“Kadang-kadang kita sibuk mencari surga di mana-mana, kita sibuk mencari amal saleh dimana-mana. Padahal surga kita ada di rumah kita sendiri, siapa itu? Ibu kita, Ayah kita, Orang Tua kita yang mungkin kadang-kadang kita lupa untuk berbuat baik kepadanya, yang mungkin kadang kita lupa untuk berwajah manis di hadapannya. Yang mungkin kadang-kadang kita lupa untuk bertutur santun di hadapnya. Semoga teman-teman sekalian orang tua punya batas waktu. Mudah-mudahan dengan waktu yang sempit ini kita bisa memberikan yang terbaik untuk membalas semua kebaikan orang tua kita, Insya Allah, Insya Allah.”*

Dari video tersebut muncullah berbagai komentar netizen yang menanggapi terkait isi konten Oki Setiana Dewi, berikut ini adalah beberapa komentar netizen yang ada pada video tersebut:

Gambar 3. 9 Komentar Pada Video Ke 4



Sumber: Akun TikTok Oki Setiana Dewi

### C. Etika Komunikasi Islam Netizen dalam Tik Tok Oki Setiana Dewi

Penyajian data berfungsi untuk memudahkan, memahami apa yang terjadi. Pada langkah ini peneliti berusaha menyusun data yang relevan, sehingga informasi yang didapatkan dapat menjawab masalah yang sedang dibahas peneliti. Peneliti membagi setiap data ke dalam kategori Etika Komunikasi Islam yang terdiri dari 3 komponen yaitu, *Qaulan Baligha*, *Qaulan Ma'rufan* dan *Qaulan Layyinan*.

Tabel 3. 1 Penyajian Data

No	Komponen Etika	Indikator	Komentar Netizen
1.	<i>Qaulan Baligha</i>	tepat sasaran, mudah dimengerti dan tidak berbelit-belit. Agar pesan komunikasi tepat sasaran maka pesan yang disampaikan harus sesuai dengan kadar intelektualitas komunikasi serta menggunakan perkataan yang mudah dimengerti	Terdapat pada komentar video 1, 2 dan 4
2.	<i>Qaulan Ma'rufan</i>	perkataan yang baik, santun, ungkapan yang pantas dan tidak menyakiti perasaan	Terdapat pada komentar video 2 dan 3
3.	<i>Qaulan Layyinan</i>	pembicaraan yang lemah lembut,	Terdapat pada komentar video 2 dan 3

		penuh keramahan, enak didengar dan tidak bermaksud merendahkan orang lain	
--	--	---	--

## **BAB IV**

### **HASIL ANALISIS ETIKA KOMUNIKASI ISLAM NETIZEN PADA AKUN MEDIA SOSIAL OKI SETIANA DEWI**

Pada bab IV ini akan menjelaskan serta menjawab rumusan masalah yang ada pada penelitian ini. peneliti akan menjabarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan data yang digunakan dalam penelitian berupa observasi dan dokumentasi seperti screenhoots komentar netizen pada kolom komentarnya Oki Setiana Dewi serta *literature* yang berhubungan dengan materi penelitian yang dibutuhkan. Hal ini dilakukan untuk mempermudah peneliti untuk pengambilan data dalam menjawab rumusan masalah pada bab I dan menyimpulkan komentar netizen yang ada pada konten TikTok Oki Setiana Dewi.

Etika komunikasi Islam ialah proses penyampaian pesan antar manusia didasarkan pada ajaran Agama Islam yang terkandung dalam Al-Quran dan Hadis. Etika Komunikasi dalam penelitian ini terdiri dari tiga komponen yaitu. *Qaulan Baligha*, Kesesuaian pesan dengan kebutuhan khalayak, komunikatif, jelas maknanya, tepat sasaran, mudah dimengerti dan tidak berbelit-belit. *Qaulan Ma'rufan*, Perkataan yang baik, santun, bijaksana, dan tidak menyinggung atau menyakiti perasaan. *Qaulan Layyinan*, Kata-kata yang lemah lembut, tanpa disertai kekerasan dan paksaan serta penuh keramahan.

## A. Analisis Etika Komunikasi Netizen Berdasarkan *Qaulan Baligha*

Tabel 4. 1 Analisis Data Tidak Berbasis *Qaulan Baligha*

No	Komentar	Video	Pemaparan
1.	 <p>1125 komentar</p> <p>user869496080467 Masya Allah 🙏🙏🙏 ustadzah oki 08-31 Balas 2</p> <p>siwiraheyu771 masya alloh 🙏🙏🙏 08-31 Balas 2</p> <p>user962939410323 iya umma terkdng sk berpikir sprti yg umma smpaikh 08-31 Balas 2</p> <p>Warno Bos santun siang teh 08-31 Balas 2</p> <p>Warno Bos ok_love 08-31 Balas 2</p> <p>1125 komentar</p> <p>Hanna 🍷 cute 🍷 Sepatah kata pak su mid nk jd isteri solehah kena kwin dgn org jahat. Ni kena jentik ckt merjuk. Ceramah ustzh Asmah 09-03 Balas 1</p> <p>Rinnoer سبحان الله وبحمده سبحان الله العظيم استغفر الله العظيم واتوب اليه 09-03 Balas 1</p> <p>arum 🍷 Teguran dan ujian itu beda tipis. alangkah baiknya kita harus banyak muhasabah diri dan bertobat kepada Allah SWT. selalu berprasangka baik sama Allah 09-02 Balas 1</p> <p>Ayu Musrifah Insyallah</p>	Video ke 1	<p>Pada gambar di samping netizen berkomentar di konten TikTok Oki Setiana Dewi menggunakan bahasa yang tidak berbasis etika komunikasi Islam prinsip <i>qaulan baligha</i>, yang mana netizen ini berkomentar menggunakan kata yang tidak jelas dan susah untuk dimengerti.</p>
2.	 <p>1551 komentar</p> <p>04-10 Balas 3</p> <p>suratunsue aamiin 04-10 Balas 3</p> <p>jumali123 kasih ib bpak kta dlu bru istri dn selaeiin.a btol ap nde kta say 04-10 Balas 3</p> <p>jumali123 Amin 04-14 Balas</p> <p>Bella Bachri Amin 🙏🙏 04-10 Balas 3</p>	Video ke 2	<p>Pada gambar di samping netizen berkomentar di konten TikTok Oki Setiana Dewi menggunakan bahasa yang tidak berbasis etika komunikasi Islam prinsip <i>qaulan baligha</i>, yang mana netizen ini</p>

		<p>berkomentar menggunakan kata yang tidak jelas dan susah untuk dimengerti.</p>
<p>3.</p>		<p>Video ke 4</p> <p>Pada gambar di samping netizen berkomentar di konten TikTok Oki Setiana Dewi menggunakan bahasa yang tidak berbasis etika komunikasi Islam prinsip <i>qaulan baligha</i>, yang mana netizen ini berkomentar menggunakan kata yang tidak jelas dan susah untuk dimengerti.</p>

Tabel 4. 2 Analisis Data Berbasis Qaulan Baligha

No.	Komentar	Video	Pemaparan
1.		Video ke 1	<p>Pada gambar di samping netizen berkomentar di konten TikTok Oki Setiana Dewi menggunakan bahasa yang berbasis etika komunikasi Islam prinsip <i>qaulan baligha</i>, yang mana netizen ini berkomentar menggunakan kata-kata yang jelas, mudah dimengerti dan tepat sasaran, yang mana dalam video Oki sedang memnbahas terkait kisa Asiah Istri Fir'aun yang mana beliau wanita yang sangat baik namun akhirnya harus menikah dengan lelaki yang sangat jahat, yang mana kisah tersebut mencerminkan tentang keadaan dimana kita harus menerima hikmah dibalik sebuah dalam sebuah kehidupan yang sudah di janjikan oleh Allah SWT.</p>

Dari gambar diatas bentuk komunikasi yang digunakan di media sosial khususnya TikTok ada yang sudah menerapkan etika komunikasi Islam dan ada yang belum menerapkan etika komunikasi Islam. yang belum menerapkan etika komunikasi Islam ini mereka menggunakan perkataan yang tidak baku, kata yang disingkat, kata dengan bahasa daerah yang dicampur dengan bahasa lain dan bentuk kata lainnya, sehingga orang yang membacanya sulit untuk memahami maksud yang disampaikan. Sedangkan penulisan dengan kata yang baku sangat penting karena terkait dengan etika berkomunikasi dengan pengguna media sosial lainnya. Salah satu faktor penyebabnya karena di dunia maya pengguna belum mengetahui atau belum mengenal sesama pengguna lainnya, walaupun ada juga yang sudah mengenal satu sama lain secara tatap muka di dunia nyata yang kemudian melanjutkan komunikasinya ke dunia maya atau media sosial.

Penulisan yang digunakan di media sosial bukanlah penulisan resmi. Dapat dikatakan sedikit pengguna media sosial yang menulis status maupun berkomentar yang sesuai dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD). Padahal penulisan yang baku penting dilakukan karena terkait dengan etika dalam berkomunikasi dengan sesama pengguna media sosial seperti TikTok. Gambar diatas menunjukkan semua komentar menggunakan bahasa nonformal meskipun ditujukan untuk publik figur.

Seperti yang telah kita ketahui, munculnya media sosial khususnya TikTok membuka media baru bagi pengguna dalam menumpahkan cerita segala aktivitas, luapan emosi dalam bentuk tulisan atau foto yang tidak jarang mengesampingkan etika yang ada. Media sosial tidak lagi menjadi media berbagi informasi tapi hanya berbagi sensasi. Jika kemajuan teknologi tidak dibarengi dengan kemajuan dalam berpikir, yang ada kemajuan teknologi tersebut berbanding terbalik dalam hal pola berfikir. Hal ini berakibat pada menurunnya penerapan etika dan norma kesopanan masyarakat khususnya di Indonesia. Dalam kehidupan bersosial di masyarakat, istilah etika dikaitkan dengan moralitas seseorang. Orang

yang tidak memiliki etika yang baik sering disebut tidak bermoral karena tindakan dan perkataan yang diambil tidak melalui pertimbangan baik dan buruk. karena menyangkut pertimbangan akan nilai-nilai baik yang harus dilakukan dan nilai-nilai buruk yang harus dihindari. Tidak adanya filter pertimbangan nilai baik dan buruk merupakan awal dari bencana pemanfaatan media sosial.

Agar pesan komunikasi tepat sasaran maka pesan yang disampaikan harus sesuai dengan kadar intelektualitas komunikan serta menggunakan perkataan yang mudah dimengerti. Ungkapan ini terdapat dalam firman Allah SWT pada Q.S An-Nisa ayat 63

أُولَٰئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي  
أَنفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا

Artinya; *“Mereka itu adalah orang-orang yang Allah SWT mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka”* (Q.S An-Nisa: 63).

Kata *“baligh”* dalam bahasa Arab artinya sampai, mengenai sasaran atau mencapai tujuan. Apabila dikaitkan dengan qaul (ucapan atau komunikasi), *“baligh”* berarti fasih, jelas maknanya, terang, tepat menggunakan apa yang dikehendaki. Oleh karena itu prinsip *qaulan baligha* dapat diterjemahkan sebagai prinsip komunikasi yang efektif.

## B. Analisis Etika Komunikasi Netizen Berdasarkan *Qaulan Ma'rufan*

Tabel 4. 3 Analisis Data Tidak Berbasis *Qaulan Ma'rufan*

No	Komentar	Video	Pemaparan
1.	 <p>1551 komentar</p> <p>04-16 Balas</p> <p>Lihat balasan (1) ▾</p> <p>MAY ALHAMDULILLAH 04-16 Balas</p> <p>user8156005144028 jngn ke kerabat ustajah, ke ibu sendiri , psangan sya pelit, gmn tu 04-16 Balas</p> <p>#Hj Hasimah @masyak allah 04-15 Balas</p> <p>araazfashion Alhamdulillah...bertambah lagi ilmu tentang sedekah...sangat berguna bagi sy dan mungkin semua orang</p> <p>1551 komentar</p> <p>oh betul banget bu hajjah 01-31 Balas</p> <p>Ryants2000 ada saudara sejak awal dia gak suka dg keluargaku dan dia SGT benci Pd org tuaku skrg SDH purna tgs ekonomi lemah..apa msh perlu diberi sedekah... 01-31 Balas</p> <p>benar... apalagi badannya sehat makannya banyak tapi ga mau bekerja malas gimana itu apa harus ditolong mbk oki 01-31 Balas</p> <p>#emak emak Atika Atika Assalamualaikum 01-31 Balas</p>	Video ke 2	<p>Pada gambar di samping netizen berkomentar di konten TikTok Oki Setiana Dewi menggunakan bahasa yang tidak berbasis etika komunikasi Islam prinsip <i>qaulan ma.rufan</i>, yang mana netizen ini berkomentar menggunakan kata yang tidak santun, mengkritik dan mencari kesalahan orang lain.</p>
2.	 <p>2166 komentar</p> <p>02-16 Balas</p> <p>ArdaviMumtazKONVEKSI maa sha Allah 02-16 Balas</p> <p>Nengdenok ketika aku tidak suka sifat mertua itu juga yang terbaik untuk ku ya yaallah 02-16 Balas</p> <p>nay @ayuskmtii 02-15 Balas</p> <p>milanizam ya allah aku ingin jdi isteri dn ibu yg pnyabar..aamiin 02-15 Balas</p> <p>santy</p>	Video Ke 3	<p>Pada gambar di samping netizen berkomentar di konten TikTok Oki Setiana Dewi menggunakan bahasa yang tidak berbasis etika komunikasi Islam prinsip <i>qaulan ma.rufan</i>, yang mana netizen ini</p>

		<p>berkomentar menggunakan kata yang tidak santun, mengkritik dan mencari kesalahan orang lain.</p>
--	--	---

Tabel 4. 4 Analisis Data Berbasis Qaulan Ma'rufan

No.	Komentar	Video	Pemaparan
1.		Video ke 2	<p>Pada gambar di samping netizen berkomentar di konten TikTok Oki Setiana Dewi menggunakan bahasa yang berbasis etika komunikasi Islam prinsip <i>qaulan ma'rufan</i>, yang mana netizen ini berkomentar menggunakan kata-kata</p>

		<p>yang santunan tidak menyakiti hati, dimana dalam video ini Oki menjelaskan terkait keutamaan bersedekah terhadap keluarga.</p>
--	---	---

Dari gambar diatas bentuk komunikasi yang digunakan di media sosial khususnya TikTok ada yang sudah menerapkan etika komunikasi Islam dan ada yang belum menerapkan etika komunikasi Islam. yang belum menerapkan etika komunikasi Islam ini mereka menggunakan perkataan yang berbanding terbalik dengan etika komunikasi Islam prinsip *Qaulan Ma'rufan*. Netizen akan memberikan komentar berupa pujian yang berlebihan pada sesuatu yang disukainya, tetapi sebaliknya mereka akan memberikan umpatan yang kasar dan mengkritik jika mereka tidak menyukainya. Tidak semua netizen memberikan komentar buruk pada semua unggahan, biasanya masih ada netizen yang memberikan komentar bijak dan santun. Dalam hal ini tentu pentingnya etika komunikasi dalam menyampaikan pesan diperlukan.

*Qaulan Ma'rufan* sendiri berarti perkataan yang baik, santun, ungkapan yang pantas dan tidak menyakiti perasaan. Dalam hal ini sebagai seorang muslim, ketika menggunakan TikTok, kita juga harus menuliskan kata-kata yang baik. Jangan sampai mencari kejelekan orang lain, mengkritik, menghasut, menghujat dan memfitnah. Untuk mewujudkan komunikasi yang baik seseorang harus berhati-hati dan memikirkan apa yang akan diucapkan. Jika tidak hal ini akan menjadi malapetaka atau bencana. Sebagaimana telah disebutkan sebanyak empat kali dalam Al-Qur'an yaitu dalam Q.S Al-Baqarah ayat 235, Q.S An-Nisa ayat 5, Q.S An-Nisa ayat 8 dan Q.S Al-Ahzab ayat 32. Dilihat dari empat ayat tersebut, dapat disimpulkan bahwa *qaulan ma'rufa* adalah *lafadz* atau

ungkapan yang baik, ramah, tidak kasar, tidak menyinggung perasaan orang, tidak kotor, dan tidak mengundang nafsu orang yang mendengarkannya untuk berbuat jahat.

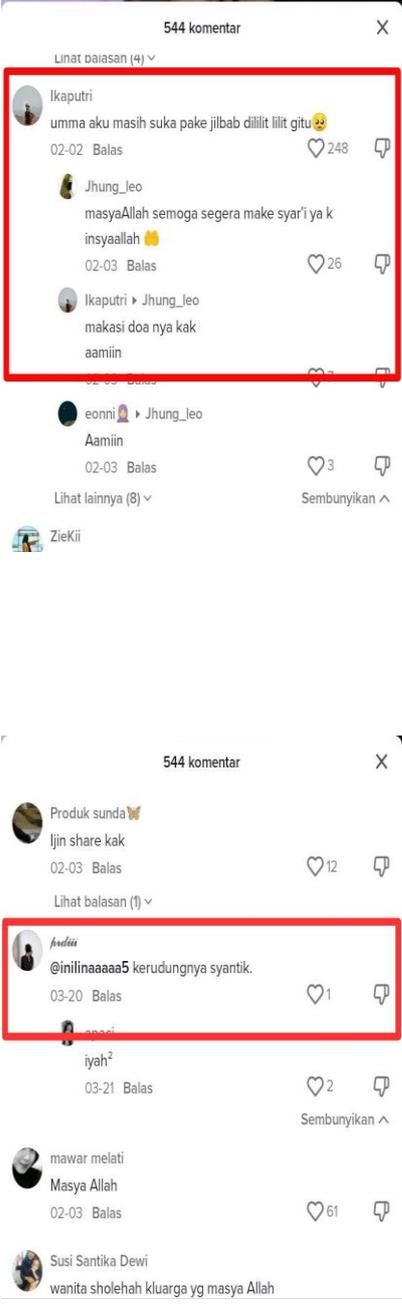
### C. Analisis Etika Komunikasi Netizen Berdasarkan *Qaulan Layyinan*

Tabel 4. 5 Analisis Data Tidak Berbasis *Qaulan Layyinan*

No	Komentar	Video	Pemaparan
1.	 <p>1551 komentar</p> <p>Juliana sitorus amiin yarobballa'lamiin 04-05 Balas 2</p> <p>murniati3366 tp dikehidupan saya tdk begitu 04-05 Balas 1</p> <p>bejoonline gak gitu kali mbak... 04-05 Balas 2</p> <p>Anget Sukoco Masyaallah 04-05 Balas 2</p> <p>Mirha Aamiinn ya rabbal alamin 04-05 Balas 1</p> <p>1551 komentar</p> <p>04-07 Balas 3</p> <p>ilismulyani190 Ya allah,amin ustadjah 04-07 Balas 2</p> <p>refandraaz adikmu ria ricas di bilangin tuh MB oky 04-07 Balas 2</p> <p>lusu amin ya rabbal alamiin 04-07 Balas 2</p> <p>@rjun@ SUBHANALLAH 04-07 Balas 2</p> <p>Riska31 pantesan pas sava msh daanao ada uano lebih...</p>	Video Ke 2	<p>Pada gambar di samping netizen berkomentar di konten TikTok Oki Setiana Dewi menggunakan bahasa yang tidak berbasis etika komunikasi Islam prinsip <i>qaulan layyinan</i>, yang mana netizen ini berkomentar menggunakan kata yang masih terlalu kasar.</p>

			
2.		Video Ke 3	<p>Pada gambar di samping netizen berkomentar di konten TikTok Oki Setiana Dewi menggunakan bahasa yang tidak berbasis etika komunikasi Islam prinsip <i>qaulan layyinan</i>, yang mana netizen ini berkomentar menggunakan kata yang masih terlalu kasar.</p>

Tabel 4. 6 Analisi Data Berbasis Qaulan Layyinan

No.	Komentar	Video	Pemaparan
1.	 <p>544 komentar</p> <p>Lihat balasan (4) ▾</p> <p>Ikaputri umma aku masih suka pake jilbab dililit lilit gitu 😊</p> <p>02-02 Balas 248</p> <p>Jhung_Leo masyaAllah semoga segera make syar'i ya k insyaallah 🙏</p> <p>02-03 Balas 26</p> <p>Ikaputri ▸ Jhung_Leo makasi doa nya kak aamiin</p> <p>eonni ▸ Jhung_Leo Aamiin</p> <p>02-03 Balas 3</p> <p>Lihat lainnya (8) ▾ Sembunyikan ^</p> <p>ZieKi</p> <hr/> <p>544 komentar</p> <p>Produk sunda 🍷 Ijin share kak</p> <p>02-03 Balas 12</p> <p>Lihat balasan (1) ▾</p> <p>Andita @inilinaaaa5 kerudungnya syantik.</p> <p>03-20 Balas 1</p> <p>iyah<sup>2</sup> iyah<sup>2</sup></p> <p>03-21 Balas 2</p> <p>Sembunyikan ^</p> <p>mawar melati Masya Allah</p> <p>02-03 Balas 61</p> <p>Susi Santika Dewi wanita sholehah keluarga yg masya Allah</p>	Video Ke 3	<p>Pada gambar di samping netizen berkomentar di konten TikTok Oki Setiana Dewi menggunakan bahasa yang berbasis etika komunikasi Islam prinsip <i>qaulan baligha</i>, yang mana netizen ini berkomentar menggunakan kata-kata yang lemah lembut, penuh tata krama, enak didengar dan tidak bermaksud merendahkan orang lain, sehingga orang yang di ajak bicara akan merasa tersentuh dan tergerak jiwanya untuk menerima pesan yang di sampaikan. Dalam video ini Oki sedang membahas terkait fungsi hijab bagi wanita sehingga banya netizen yang berkomentar dan mengajak teman, kerabat dan pasangan untuk bisa mengenakan hijab sesuai syariat dengan</p>

			menggunakan kata-kata yang enak didengar,
--	--	--	---

Dari gambar diatas bentuk komunikasi yang digunakan di media sosial khususnya TikTok ada yang sudah menerapkan etika komunikasi Islam dan ada yang belum menerapkan etika komunikasi Islam. yang belum menerapkan etika komunikasi Islam ini mereka menggunakan perkataan yang masih terlalu kasar berbanding terbalik dengan *Qaulan Layyina* yaitu pembicaraan yang lemah lembut, penuh keramahan, enak didengar dan tidak bermaksud merendahkan orang lain. Di media TikTok, netizen tentu saja bebas memberikan komentar. Terlalu bebasnya, komentar yang ditulis tidak disaring terlebih dahulu. Terkait dari segi pesan yang disampaikan oleh netizen masih terlalu kasar. Nyatanya, apa yang mereka tulis dikomentar itu baik. Seperti mengingatkan seseorang bila ada tindakan dan perilaku yang salah, tetapi cara penyampaian pesan dan etika sering diabaikan. Pesan yang disampaikan melalui komunikasi dapat berdampak positif, begitu pula sebaliknya. Jika peserta komunikasi memahami dan menguasai keterampilan komunikasi yang baik dan beretika maka komunikasi akan berjalan efektif ini terdapat dalam Q.S Thaha ayat 44

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

Artinya; “Maka berbicaralah kamu kepadanya (Fir’aun) dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat atau takut” (Q.S Thaha: 44).

Ayat di atas adalah perintah Allah SWT kepada Nabi Musa dan Harun agar berbicara lemah-lembut, tidak kasar, kepada Fir’aun. Dengan *Qaulan Layyina*, hati komunikan (orang yang diajak berkomunikasi) akan merasa tersentuh dan jiwanya tergerak untuk menerima pesan komunikasi kita.

Etika komunikasi tidak hanya berkaitan dengan perkataan yang baik, tetapi harus juga dengan niat tulus yang diungkapkan dari rasa ketenangan, kesabaran dan empati kita dalam berkomunikasi. Bentuk komunikasi ini akan menghasilkan

komunikasi dua arah yang ditandai dengan saling menghargai, perhatian dan dukungan dari kedua belah pihak. Etika komunikasi mendapat perhatian besar dalam agama Islam. Komunikasi yang baik untuk umat Islam adalah komunikasi yang sesuai dengan ajaran Islam yang terkandung dalam Al-Qur'an dan al-Hadits. Hal itu dapat dibuktikan dengan banyaknya ayat-ayat yang berkaitan dengan etika komunikasi, baik dalam Al-Qur'an maupun hadits. Islam sebagai wahyu yang diberikan oleh Allah mengajarkan kepada umatnya agar mampu berkomunikasi dengan baik sesuai dengan akidah yang telah diajarkannya dengan pedoman Al Qur'an sebagai sandaran. Allah telah memberikan petunjuk bagi hambanya, agar dalam berkomunikasi mereka mampu menjalin komunikasi yang baik. Komunikasi yang sesuai dengan ajaran Al Qur'an dengan segenap prinsip-prinsip didalamnya dan dengan etika-etika tertentu akan membuat komunikasi berjalan sesuai dengan yang diharapkan, tujuan dalam berkomunikasi dapat tercapai, sehingga komunikasi dapat dikatakan baik.

Komunikasi Islam tidak hanya menyampaikan pesan, merubah perilaku dan sikap komunikan. Tetapi komunikasi Islam berperan sangat penting dalam menyampaikan kemaslahatan serta kemuliaan antara komunikator dan komunikan. Jadi komunikasi Islam lebih unggul dibandingkan dengan komunikasi lainnya. Komunikasi Islam tidak terlepas dari fungsi mengingatkan dan membimbing manusia untuk berada di jalan Allah SWT.

Pelanggaran terhadap etika yang berlaku akan merugikan diri sendiri dan orang lain. Dalam bidang komunikasi kita harus tunduk terhadap etika atau norma yang berlaku dalam masyarakat. Sebagai umat Islam tentu harus mendasarkan kepada etika yang bersumber dalam Al-Qur'an dan al-Hadits. Oleh karena itu, sebagai netizen diharapkan lebih bijak dengan memperhatikan dan memikirkan apa yang akan disebarakan dalam media sosial. Hal ini bertujuan untuk menghindari konflik dari komentar-komentar yang terkadang akan menimbulkan masalah.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah peneliti melakukan penelitian dan analisis data menggunakan teori Miles dan Huberman yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya tentang Etika Komunikasi Islam Netizen pada Media Sosial TikTok Oki Setiana Dewi. Maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa etika komunikasi Islam netizen pada akun media sosial TikTok Oki Setiana Dewi ada yang sudah dan ada yang belum menerapkan. Dalam penelitian ini, netizen belum sepenuhnya melakukan komunikasi yang sesuai dengan ajaran Islam. masih ada komentar yang tidak santun, membicarakan kejelekan orang lain dan menggunakan perkataan kasar. Hal ini sangat disayangkan karena masih banyak netizen yang belum mengindahkan etika komunikasi yang sesuai dengan ajaran Islam. Adapun etika komunikasi dalam menggunakan media sosial yang sangat diperlukan sebagaimana berikut:

1. Netizen pada akun TikTok Oki Setiana Dewi masih banyak yang belum menggunakan etika komunikasi Islam berdasarkan prinsip *qaulan baligha* dalam bermedia sosial. Hal tersebut sebagaimana hasil analisis yang telah penulis paparkan pada bab sebelumnya, masih banyak netizen yang berkomentar menggunakan perkataan yang tidak jelas sehingga sulit untuk dimengerti dan berbelit-belit.
2. Netizen pada akun TikTok Oki Setiana Dewi masih banyak yang belum menggunakan etika komunikasi Islam berdasarkan prinsip *qaulan ma'rufan* dalam bermedia sosial. Hal tersebut sebagaimana hasil analisis yang telah penulis paparkan pada bab sebelumnya, masih banyak netizen yang berkomentar menggunakan perkataan yang tidak santun, mengkritik dan mencari kesalahan orang lain.
3. Netizen pada akun TikTok Oki Setiana Dewi masih banyak yang belum menggunakan etika komunikasi Islam berdasarkan prinsip

*qaulan layyinan* dalam bermedia sosial. Hal tersebut sebagaimana hasil analisis yang telah penulis paparkan pada bab sebelumnya, masih banyak netizen yang berkomentar menggunakan perkataan yang merendahkan orang lain dan tidak ramah.

Untuk meminimalisir hal-hal negatif yang ditimbulkan dari cara pandang dan tanggapan pembaca atau masyarakat. Etika komunikasi dalam menggunakan media sosial perlu diperhatikan baik dalam menulis status dan komentar harus difikirkan dan dipertimbangkan secara hati-hati agar tidak menyinggung perasaan orang lain meskipun semua pengguna media sosial mempunyai hak kebebasan berpendapat dengan memberikan komentar tanpa ada batasnya.

## **B. Saran**

Dengan adanya hasil penelitian ini penulis berharap agar penelitian ini dapat dijadikan wawasan dan sumber informasi serta bahan acuan kepada para mahasiswa yang ingin meneliti dalam penelitian pustaka berupa Etika Komunikasi Islam Netizen atau pemanfaatan media sosial sebagai alat menunjukkan eksistensinya untuk penelitian mereka selanjutnya. Konten TikTok Oki Setiana Dewi merupakan konten-konten dakwah. Dengan demikian diharapkan konten tersebut dapat diambil hikmahnya untuk diterapkan kedalam kehidupan sehari-hari apabila ada hal yang tidak sesuai dengan norma agama dapat dijadikan pelajaran.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku

- Afrizal. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aw, Suranto. 2010. *Komunikasi Sosial Budaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Badroen, Faisal. 2006. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group. Cetakan pertama.
- Bertens, Kees. 2011. *Etika*. Cetakan kebelas. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Eriyanto, 2021. *Analisis jaringan media sosial*. Jakarta: Kencana.
- Ginting, Agus dkk. 2021. *Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing*. Cirebon: Penerbit Insania.
- Halimi, Safroedin. 2008. *Etika Dakwah dalam Perspektif Al-Qur'an (Antara Idealis Qur'an dan Realitas Sosial)*. Semarang: Walisongo Press.
- Hefni, Harjani. 2015. *Komunikasi Islam*. Jakarta: Prenada Media.
- Ibrahim. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2019. *Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi Filsafat dan Etika Ilmunya Serta Prespektif Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Meinanda, Teguh. 1998. *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Jurnalistik*. Bandung: Armico.
- Mestika, Zed. 2004. *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Bogor Indonesia.
- Muis, A. (2001). *Komunikasi Islami*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2017. *Ilmu Komunikasi: suatu pengantar*. Bandung: Remaja Rodakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

- Simorangkir, OP. 1984. *Etika Jabatan*. Cetakan kedua. Jakarta: Aksara Persada Press.
- Sugiono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Thohir, Umar Faruq. dkk. 2013. *Etika Islam dan Transformasi Global*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Wijaya, A.W. 1991. *Etika Pemerintahan*. Jakarta: Bumu Aksara.
- Zubair, Ahmad Charis. 1995. *Kuliah Etika*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Zuhaily, Wahbah. 1994. *Tafsir Munir*. Beirut: Dar al-Fikr.

### **Sumber Jurnal**

- Bulele, Yohana Noni dan Tony Wibowo. 2020. “Analisis Fenomena Sosial Media dan Kaum Milenial: Study Kasus TikTok”. *Jurnal UIB*. 1(1).
- Kusumawati, Tri Indah. 2016. Komunikasi Verbal Dan Nonverbal. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 6(2), 84.
- Muawanah, Lutfi. 2021. Etika Komunikai Netizen di TikTok dalam Perspektif Islam. *Ath-Thariq*, 5(2), 139.
- Prasetyo, Agung dkk. 2022. Pola Perilaku bermedia sosial netizen Indonesia menyikapi pemberitaan viral di media sosial. *Journal Of Digital Communication and Design (JDCODE)*, 1(1), 5.
- Susilowati. 2018. “Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Personal Branding Di TikTok”. *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 176-177.
- Widianingsih, R Sri. 2019. Perspektif Komunikasi Islam. *Komversal: Jurnal komunikasi Universal*, 1(2), 1-12. <https://doi.org/10.38204/komversal.v1i2.401>.
- Zahzuli, Adzah dkk. 2022. Etika Berkomunikasi dalam Islam. *Busyro: Jurnal dakwah dan komunikasi*, 4(1), 2.

## Sumber Skripsi

- Aisyah. 2022. *Etika Komunikasi Dakwah Bangunjae dalam Media Sosial TikTok*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
- Hakiki, Iko Cahyo. 2021. *Etika Komunikasi Netizen di TikTok di media sosial TikTok dalam pandangan Islam*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Yusron, Alex. 2022. *Social Judgement Muslimah Di TikTok: Gaya Komunikasi Oki Setiana Dewi Dalam Cuplikan Video "Islam Melarang Pacaran"*. Skripsi. Istitut Agama Islam Negeri Kudus.

## Sumber Website

- Arenda, Fara. dkk. 2022. Pentingnya Etika Dalam Berkomunikasi di Media Sosial Tik Tok. <https://doi.org/10.31219/osf.io/5xz6p>.
- Hauben, Michael. (1996). *Netizens: On the history and impact of usenet the internet*. Columbia University.
- Ikhsan, M. 2020. Riset: Netizen di Indonesia Paling Tidak Sopan se-Asia Tenggara. *CNN Indonesia*. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20210225115954-185-610735/riset-netizen-di-indonesia-paling-tak-sopan-se-asia-tenggara>. Di akses pada 07 Juli 2023.
- KBBI. 2016. "Etika", dalam <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/etika>, diakses 20 Januari 2023.
- KBBI. 2016. "Netizen" dalam <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/netizen> diakses 04 Maret 2023.
- Marwah, Nur. 2021. "Etika Komunikasi Islam", dalam <https://jurnal.iain-bone.ac.id/index.php/aldin/article/download/1704/900>, diakses 24 Januari 2023.
- Valiant, Velantin. 2021. "Pengelolaan Konten TikTok sebagai media informasi", dalam <http://repository.upi-yai.ac.id/4706/1/Pengelolaan%20Konten%20TikTok%20sebagai%20Media%20Informasi.pdf>, diakses 17 Januari 2023.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Farikha Ludfiyatuazzahra  
Tempat, Tanggal Lahir : Jepara, 09 Agustus 2001  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Agama : Islam  
Alamat : Ds. Sekuro, Kec. Mlonggo, Kab. Jepara  
No. HP : 089628362272  
Email : farikha\_1901026045@student.walisongo.ac.id  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam

### Riwayat Pendidikan Formal

1. SD N 01 Sekuro
2. MTs As-Syamsuriyyah
3. SMK As-Syamsuriyyah
4. UIN Walisongo Semarang

### Riwayat Organisasi

1. PMII Rayon Dakwah (2019)
2. Forum Literasi Media (2019)
3. KMJS UIN Walisongo Semarang (2019)