

**ANALISIS ETIKA BERKOMUNIKASI MELALUI FACEBOOK
MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN WALISONGO SEMARANG
(Tinjauan Komunikasi Islam)**



Skripsi

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

Disusun oleh:
Iqbal Shamiago (1401026087)

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2019**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 5 (Lima) Eksemplar
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth. Dekan
Fakultas Dakwah dan
Komunikasi
UIN Walisongo
di Semarang

Assalamua'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, mengadakan koreksi, dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap naskah skripsi atas nama mahasiswa :

Nama : Iqbal Shamiago

NIM : 1401026087

Fak/Jur : Dakwah dan Komunikasi/KPI

Judul Skripsi : Etika Bermedia Sosial Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang (Tinjauan Komunikasi Islam)

Dengan ini kami menyatakan telah menyetujui naskah tersebut dan oleh karenanya mohon untuk segera diujikan.

Atas perhatiannya kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Semarang, 13 Oktober 2019

Pembimbing

Bidang Substansi Materi

Bidang Metodologi dan Tata Tulis



Dr. Najahan-Musyafak, M.A

NIP: 197010201995031001

Rustini Wulandari, S.Sos., M. Si

NIP : 197408212003122001

SKRIPSI

**Analisis Etika Berkomunikasi Melalui Facebook Mahasiswa Fakultas Dakwah dan
Komunikasi UIN Walisongo Semarang (Tinjauan Komunikasi Islam)**

Disusun Oleh:
Iqbal Shamiago
1401026087

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 23 Oktober 2019 dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat guna
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

Ketua/Penguji I



Dr. Saifudin, M.Ag
NIP. 197512032003121002

Sekretaris/Penguji II



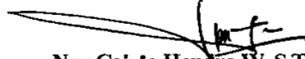
H. M. Alfandi, M.Ag
NIP. 1971060301997031003

Penguji III



Drs. H. Ahmad Anas, M.Ag
NIP. 196605131993031002

Penguji IV



Nur Cahyo Hendro W. S.T., M.Kom
NIP. 19731222 200604 1 001

Mengetahui

Pembimbing I



Dr. Najahan Masyafak, M.A
NIP. 19701020199503 1 001

Pembimbing II

Rustini Wulandari, S.Sos, M.Si
NIP. 19740821 200312 1 002

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Pada tanggal 28 Oktober 2019



Dr. Ilyas Supena, M. Ag.
NIP. 19720410 200112 1 003

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 atau tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 16 Oktober 2019



Iqbal shamiago

NIM: 1401026097

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillahiroobil'alamin puji syukur senantiasa peneliti panjatkan kehadiran Allah Swt, maha pemberi pertolongan dalam segala kesulitan. Sholawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada sang pemberi cahaya dalam hidup, Nabi Muhammad Saw, yang memberikan tauladan semangat menjalankan kehidupan.

Setelah melalui proses yang cukup panjang akhirnya peneliti menyelesaikan skripsi ini. Tetapi peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangannya. Terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan ketulusan hati, peneliti ingin berterima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Imam Taufiq, MAg., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. Ilyas Supena, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
3. H. M. Alfandi, M.Ag., selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Dr. Najahan Musyafak, M.A selaku pembimbing I dan Rustini Wulandari S.Sos, M.Si, selaku pembimbing II dan Wali dosen
5. yang telah berkenan meluangkan waktunya, tenaga dan pemikirannya untuk membimbing, megarahkan penulisan dan menyusun skripsi hingga selesai.
6. Para dosen penguji skripsi yang telah membantu peneliti dalam membuat karya ilma dalam bentuk skripsi
7. Dosen dan berseta staf pengajar di citivas akademik UIN Walisongo Semarang yang membekali berbagai pengalaman dan pengetahuan.

8. Kepala perpustakaan UIN Walisongo Semarang beserta seluruh staf dan karyawan yang telah memberikan pelayanan dengan baik.
9. Bapak/Ibu tercinta dan kakakku tersayang Vicky Visilia yang selalu sabar membimbing dan menasehati penulis.
10. Teman-teman seperjuangan KPI C 2014.
11. Teman-teman *publishing* UIN Walisongo Semarang yang mengajarkan penulis cinta terhadap sastra.
12. Seluruh rekan, kerabat, sahabat dan teman-teman semuanya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu pengerjaan laporan ini.

Semoga Allah Swt selalu melindungi dan meridhoi atas segala apa yang diberikan kepada peneliti serta tetap menuntun kami dijalanannya dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak pada umumnya.
Amin Ya Rabbal Alamiin.

Semarang, 16 september 2019

Peneliti

Iqbal Shamiago

PERSEMBAHAN

Sekripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Orangtua saya yaitu Bapak Drs. Mambauddin dan Ibu Dra. Khunaeni yang telah memberikan doa dan semangat dalam terselesaikannya Skripsi ini.
2. Kakak kandung saya Vicky Visilia yang telah membiayai kuliah saya dari awal kuliah sampai terselesaikannya skripsi ini.
3. Teruntuk Maftukhatun Nikmah yang telah mengiring dan menemani perjalanan hidup di Semarang, sekaligus ikut merasakan suka dan duka dalam menjalani proses hidup.
4. Terimakasih kepada temen-temen terdekat yaitu Sofyan Fakhurrozi, Ahmad Afandi dan Abdul Ghofar yang telah membantu dalam memotivasi penulis.
5. Terimakasih kepada temen-teman kelas KPIC yang telah membantu dalam berkembangnya pola pikir penulis.
6. Terimakasih kepada sahabat dan sahabati organisasi PMII yang telah membantu penulis untuk menemukan jati diri khususnya ikut membantu sifat leadership.
7. Terimakasih kepada teman-teman KPMDB yang telah mengajarkan penulis arti kebersamaan dan cara mencintai daerah tercinta yaitu Kabupaten Brebes.
8. Terimakasih kepada teman-teman jurusan penerbitan dan Publishing yang telah membantu penulis dalam memperkaya ilmu jurnalistik.

Motto

“Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pepohonan,
melainkan menguji kekuatan akarnya”

(Ali bin Abi Thalib)

ABSTRAK

Iqbal Shamiago, 1401026087. “Etika Berkomunikasi Melalui Facebook Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang (Tinjauan Komunikasi Islam),”. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.

Berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi membuat mahasiswa semakin mudah memproduksi dan mengkonsumsi sebuah informasi. munculnya media sosial berdampak terhadap tatanan dari perilaku manusia, baik sebagai sarana informasi maupun sarana sosialisasi dengan interaksi antar manusia. *Facebook* merupakan salah satu media sosial yang banyak diminati oleh sebagian Mahasiswa fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Media sosial sekarang sebagai tempat segala aktifitas Mahasiswa yang tidak jarang menyampingkan etika berkomunikasi. Beberapa problem yang sering terjadi di mahasiswa di media sosial diantaranya, kurang memperhatikan kebenaran informasi, memposting informasi yang sifatnya privasi dan memposting informasi tanpa memperhatikan diksi (pilihan kata) yang baik. Komunikasi Islam adalah komunikasi yang lebih unggul dari komunikasi konvensional, karena komunikasi ini bukan hanya menyampaikan pesan, merubah sikap dan perilaku komunikan. Lebih dari itu, komunikasi Islam adalah komunikasi yang menyampaikan kemaslahatan dan kemuliaan antara komunikator dan komunikan. Komunikasi Islam meliputi *Qaulan sadida*, prinsip kejujuran untuk mengatakan kebenaran sesuai fakta. *Qaulan marufa*, prinsip mengajak ke nilai yang baik (dakwah). *Qaulan baliighan*, prinsip kesesuaian pesan dengan kebutuhan khalayak. *Qaulan masyuran*, Prinsip menyajikan pesan yang sesuai dengan aqidah Islam. *Qaulan syawiraa*, prinsip bermusyawarah atau mempertimbangan pendapat orang lain dan dan *qaulan az-zur* (menghindari kata bohong)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk etika bermedia sosial Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang di Tinjau dari Komunikasi Islam. Adapun penelitian ini menggunakan teknik *snowball sampling*. Peneliti melakukan

wawancara terhadap sejumlah mahasiswa Mahasiswa Fakultas Dakwah Komunikasi UIN Walisongo Semarang hingga 21 mahasiswa. Setelah data jenuh, peneliti menghentikan proses wawancara. Serta melakukan observasi terhadap mahasiswa FDK pengguna Facebook. dengan teknik analisis data Miles and Huberman. Dari penelitian tersebut, peneliti mendapatkan beberapa kesimpulan yaitu: Etika Qaulan Sadidan mahasiswa mampu memilah dan memilih informasi atau tidak asal posting. Etika Qaulan Baligha mahasiswa dalam melakuka update status intensitasnya rendah. Etika Qaulan maysura mahasiswa mampu menggunkan kalimat atau bahasa yang santun dan menggunakan bahasa Indonesia pada bahasa asing. Etika Qaulan Syawira mahasiswa melakukan tabayyun dengan cara bertanya atau berdiskusi dengan orang lain. Etika Qaulan Marufa, mahasiswa memperhatikan narasi postingan dan melihat kemanfaatanya. Etika Qaulan Az-zur mahasiswa mengikuti akun yang kredibel.

Kata Kunci: Etika, *Facebook*, *mahasiswa*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
PERSEMBAHAN.....	vii
MOTTO.....	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Tinjauan Pustaka.....	6
F. Metode Penelitian	9
G. Sistematika Penulisan	16
BAB II: ETIKA KOMUNIKASI ISLAM DAN MEDIA	
SOSIAL FACEBOOK	
A. Etika Komunikasi Islam	19
1. Pengertian Etika	19
2. Pengertian komunikasi	20

3. Etika Komunikasi Islam	21
B. Media Sosial Facebook.....	30
1. Pengertian Media Sosial.....	30
2. Karakteristik Media Sosial	30
3. Jenis-Jenis Media Sosial.....	32
4. Media Sosial Facebook	34

BAB III : ETIKA BERKOMUNIKASI MELALUI FACEBOOK MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN WALISONGO SEMARANG

A. Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.....	43
B. Deskripsi Etika Bermedia Sosial Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang ditinjau dari Komunikasi Islam.....	51
C. Bentuk Etika Berkomunikasi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang	63

**BAB IV: ANALISIS KOMUNIKASI ISLAM TERHADAP
ETIKA BERKOMUNIKASI MELALUI
FACEBOOK MAHASISWA FAKULTAS
DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN
WALISONGO SEMARANG**

A. Analisis data menurut Miles and Huberman	74
1. Data Reduction (Reduksi Data)	74
2. Display Data (Penyajian Data).....	81
3. <i>Conclusion Drawing or Verification</i> (Penarikan Kesimpulan).....	88
B. Analisis Etika Bermedia Sosial Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisono Semarang di Tinjau dari Etika Komunikasi Islam.....	94
1. Analisis Etika Bermedia Sosial Mahasiswa Berdasarkan Tinjauan <i>Qaulan Sadida</i>	94
2. Analisis Etika Bermedia Sosial Mahasiswa Berdasarkan Tinjauan <i>Qaulan Baligha</i>	97
3. Analisis Etika Bermedia Sosial Mahasiswa Berdasarkan Tinjauan <i>Qaulan Maysura</i>	99
4. Analisis Etika Bermedia Sosial Mahasiswa Berdasarkan Tinjauan <i>Qaulan Syawira</i>	102
5. Analisis Etika Bermedia Sosial Mahasiswa Berdasarkan Tinjauan <i>Qaulan Marufan</i>	105

6. Analisis Etika Bermedia Sosial Mahasiswa Berdasarkan Tinjauan <i>Qaulan Az-Zur</i>	107
--	-----

BAB V: PENUTUP

A. Kesimpulan	111
B. Saran	113
C. Penutup	113

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media sosial adalah media *online* yang mendukung interaksi sosial dan menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif (Tamburaka, 2013: 78). Media sosial telah menjadi wadah atau sarana komunikasi yang dapat menyampaikan pesan dari komunikator berbagai kalangan secara efektif karena dapat dijangkau oleh beberapa kalangan pengguna media sosial dan juga karena media sosial menyediakan berbagai aplikasi yang memudahkan individu maupun organisasi saling berkomunikasi satu sama lain. Secara konsep, peran dasar media sosial untuk berbagi informasi, komunitas virtual, dan forum diskusi. Peran tersebut dapat tercapai karena sifatnya yang partisipatif, terbuka, mendorong percakapan, komunitas dan keterhubungan antar pengguna. Media sosial memungkinkan semua pengguna menjadi produsen informasi, menyajikan ruang terbuka untuk merespon informasi, pada akhirnya dapat membangun komunitas virtual sebagai sarana diskusi di ruang maya.

Mahasiswa sebagai individu yang terpelajar banyak melakukan *posting* status ataupun informasi di media sosial, setiap kegiatan ataupun postingan media sosial merupakan

hasil dari pemikiran setiap individu. Media sosial merupakan sebuah perantara yang memiliki sifat netral, positif dan negatif pada media sosial tergantung pada penggunanya itu sendiri. Oleh sebab itu, diperlukan sebuah etika yang dapat digunakan untuk mengontrol baik buruknya suatu tindakan.

Salah satu penyalahgunaan media sosial bagi mahasiswa adalah menyebarkan informasi tanpa memperhatikan kebenaran sebuah informasi. Informasi yang dishare jika tidak sesuai dengan fakta yang terjadi (hoax) maka akan berdampak negatif bagi dirinya sendiri atau khalayak media sosial. Selain hoax, etika komunikasi yang masih menjadi problem bagi mahasiswa adalah penggunaan kata atau bahasa yang tidak sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia (EYD), sehingga Seringkali ditemukan ketimpangan komunikasi (*miscommunication*) antar penulis dan pembaca karena penggunaan bahasa. Sering juga didapati keblablasan berkomunikasi (*lost communication*) karena pengelolaan pesan yang tidak terkendali atau sengaja dibenturkan, sehingga tidak saja berakibat pada rusaknya sendi-sendi bahasa, tetapi juga hancurnya nilai-nilai persaudaraan antar komunikan. Sebagai contoh adalah maraknya kasus ujaran kebencian (*hate speech*).

Etika merupakan pengetahuan yang membahas baik buruk atau benar atau tidaknya tingkah laku dan tindakan manusia serta menyoroti kewajiban-kewajiban manusia

(Haris, 2007: 5). Etika dapat menjadi gambaran Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang dalam mengambil sebuah keputusan baik atau yang buruk. namun etika berkomunikasi di media sosial masih menjadi permasalahan di kalangan mahasiswa UIN Walisongo khususnya Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

Berdasarkan prespektif Islam, komunikasi merupakan bagian yang tidak jauh terpisahkan dalam kehidupan manusia karena segala gerak langkah selalu diiringi dengan komunikasi. Komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi yang Islami, yaitu komunikasi yang berakhlak al-karimah atau beretika. (Musyafak, 2015: 16). Komunikasi Islam ialah proses penyampaian pesan antar manusia yang didasarkan pada ajaran Agama Islam dan terkandung dalam Al-Quran dan Hadis (Muis, 2011: 34-35)

Fecebook adalah salah satu bagian dari media sosial dimana para penggunanya bisa saling berinteraksi, berkomunikasi dan berbagi informasi tanpa batasan ruang dan waktu (Tamburaka, 2013; 80). Berdasarkan pra riset yang dilakukan oleh peneliti pada 23 Oktober 2018, diperoleh hasil bahwa *facebook* merupakan media sosial yang masih digunakan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) dalam mengisi waktu luang untuk berkomunikasi dan berbagi informasi dengan para pengguna lain. Setelah peneliti melakukan *stalking* di *facebook* salah satu narasumber pada

tanggal 15 Mei 2019, peneliti menemukan status yang cenderung kurang *sadidda* (jujur) dan terkesan provokatif.

Gambar 1.1
Status Facebook



Narasumber membuat status dengan narasi “*facebook* buatan Yahudi, pro pemerintah. *Tag wonge*”. Jika dikaji lebih dalam, pemilik akun media sosial *facebook* berinisial IT sudah meninggalkan Etika Komunikasi dalam Islam yaitu *qaulan ma'ruf* (berkata bijaksana). status tersebut menurut peneliti kurang bijak dan cenderung provokatif dikarenakan membawa nama agama (yahudi) dan dikaitkan dengan pemerintah (pro). Selain meninggalkan unsur *qaulan ma'ruf* (berkata bijaksana), narasumber juga meninggalkan unsur *qaulan sadidda* (berkata jujur). Terbukti ketika peneliti bertanya kepada narasumber mengenai bukti afiliasi pemerintah dengan yahudi (pro), ia mengatakan saya hanya asal buat status dan tidak mengetahui

mengenai pemerintah yang pro yahudi. Akses media sosial yang tidak dibatasi dan bersifat plural, sehingga dapat menimbulkan berbagai macam persepsi dari khalayak.

Dalam Al-Quran, terdapat etika komunikasi Islam yang dapat digunakan sebagai tuntunan dalam bermedia social. Adapun macam-macam etika tersebut adalah : *Qaulan sadida*, prinsip kejujuran untuk mengatakan kebenaran sesuai fakta. *Qaulan marufa*, prinsip mengajak ke nilai yang baik (dakwah). *Qaulan balighan*, prinsip kesesuaian pesan dengan kebutuhan khalayak. *Qaulan maisura*, Prinsip menyajikan pesan yng sesuai dengan aqidah Islam. *Qaulan syawira*, prinsip bermusawarah atau mempertimbangan pendapat orang lain. *Qaulan az-zur* prinsip Menghindari hal yang menyimpang, menyeleweng, kebohongan.

Berdasarkan fenomena yang ada dalam penelitian ini, peneliti akan menjelaskan mengenai bentuk etika mahasiswa dalam bermedia sosial ditinjau dari etika komunikasi Islam. Atas dasar itu peneliti ingin meneliti lebih lanjut mengenai “Etika Berkomunikasi Melalui Facebook Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang (Tinjauan Etika Komunikasi Islam)”

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latarbelakang diatas, maka yang menjadi permasalahan pada penelitian ini adalah: “Bagaiman bentuk etika berkomunikasi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan

Komunikasi UIN Walisongo Semarang di media sosial facebook prespektif Etika Komunikasi Islam?”

C. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian Tujuan penelitian yaitu Untuk mengetahui dan menganalisis etika berkomunikasi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang di media sosial facebook prespektif etika komunikasi Islam

D. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memperdalam teori Komunikasi Islam yang berupa *qaulan sadidia*, *qaulan marufa*, *qaulan balighan*, *qaulan maisyura*, *qaulan syawira* dan *qaulan az-zur*. Sehingga penelitian diharapkan meningkatkan dan mengembangkan wacana ilmu pengetahuan dan penelitian ilmiah dalam bidang ilmu komunikasi Islam.

2. Praktis

Mengetahui penerapan prinsip-prinsip etika berkomunikasi melalui facebook di kalangan mahasiswa .

E. Tinjauan Pustaka

Penelitian mengenai penggunaan media sosial telah banyak dilakukan oleh para peneliti dengan menganalisis berbagai tema, terutama dalam tindakan etis pengguna media sosial dan hal yang berhubungan dengan interaksi di dunia

maya. Dalam penelitian ini, penulis menelaah beberapa penelitian terdahulu sebagai perbandingan dan tolak ukur penelitian.

Pertama penelitian yang dilakukan oleh Dita Prasantri (2010), yang berjudul “Etika Komunikasi dalam Media Sosial bagi Ibu-Ibu PKK di Desa Mekarmukti Kab.Bandung barat”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui perilaku komunikasi ibu-ibu PKK di media sosial. Hasil penelitan ini menunjuka bahwa ibu-ibu PKK sadar akan pentingnya memiliki pengetahuan dalam etika berkomunikasi di media sosial. Persamaan dalam penelitain ini adalah obyek dan metode penelitian dan perbedaanya adalah pada tujuan dan subyek penelitian.

Penelitian yang kedua dilakukan oleh Nurul Kusuma Wardhani (2015) dengan judul sekripsi “Etika Interpersonal Mahasiswa Komunikasi UMI Dalam Media Sosial *Twitter*” penelitian ini menggunakan pendekatan deskripsi kualitatif, teknik pengambilan data *purposive sampling*, teori yang digunakan teori komunikasi interpersonal, penelitian ini berfokus pada etika interpesonal mahasiswa UMI dalam menggunakan *twitter*. Persamaan dalam penelitian ini adalah pada obyek penelitian yaitu sama-sama mengkaji media sosial. Perbedaanya adalah pada tujuan dan subyek penelitian.

Penelitian ketiga berjudul “Kesantunan Berbahasa Pada Media Jejaring Sosial *Facebook*”. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Maulidi (2015) ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan semantic. Pengumpulan data menggunakan metode simak (membaca), dalam menganalisis data menggunakan metode normatif meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, verifikasi atau kesimpulan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kesantunan berbahasa mahasiswa di media sosial *facebook*. Hasil penelitian ini menemukan bahwa dalam media *facebook* ditemukan status pengguna yang mengandung kesantunan. Bentuk kesantunan dalam *facebook* terwujud dalam data tuturan yang mengandung pernyataan terimakasih, rasa syukur, harapan, permohonan, penghargaan, ajakan, penawaran, dan informasi. Kesamaan dalam penelitian ini pada obyek penelitian yaitu media sosial *facebook*, sedangkan perbedaan dalam penelitian ini adalah pada metode dan tujuan penelitian.

Penelitian yang keempat yang berjudul “Tinjauan Perilaku penggunaan media Sosial Mahasiswa Semester II STABN Sriwijaya Tahun Akademik 2015/2016”. Penelitian yang dilakukan Aditiya Dhammajaya (2014) ini menggunakan metode kualitatif dan pendekatan fenomenologi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui perilaku mahasiswa dalam bermedia sosial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

perilaku mahasiswa dalam bermedia sosial adalah untuk perilaku sosial, kerja sama dan persaingan. Persamaan dalam penelitian ini adalah pada obyek penelitian yaitu sama-sama mengkaji media sosial. Perbedaan adalah pada pendekatan dan tujuan penelitian.

Penelitian yang kelima berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Akhlak dan Prestasi Belajar Peserta Didik di SMA UII Yogyakarta” Penelitian yang dilakukan oleh Irwansyah Suwahu (2017) ini adalah penelitian lapangan dengan menggunakan metode penelitian kombinasi sequential explanatory dimana tahap pertama akan dilakukan metode kuantitatif dan tahap yang kedua metode kualitatif. Teknik pengumpulan data adalah melalui angket observasi, dokumentasi dan wawancara. Hasil penelitian ini menemukan angka penggunaan media sosial SMA UII Yogyakarta adalah tinggi. Hal ini dibuktikan dari jumlah akun yang dimiliki oleh masing-masing peserta didik yang banyak dan intensitas penggunaan setiap hari. Kesamaan dalam penelitian adalah pada obyek penelitian yaitu sama-sama mengkaji media sosial. Perbedaannya adalah pada metode dan subyek penelitian

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan pendekatan penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman berdasarkan pada metodologi menyelidik pada

fenomena sosial dan masalah manusia. Penelitian ini membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari gambaran responden atau informan, dan melakukan studi pada situasi yang dialami (Tamburaka, 2013 : 79). Menurut Chaedar Alwasilah dalam Hikmat (2014 : 37), metode kualitatif memiliki kelebihan yakni adanya fleksibilitas yang tinggi bagi peneliti ketika menentukan langkah-langkah penelitian. Metode kualitatif hadir sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang berperilaku yang dapat diamati.

Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan analisis deskriptif, yakni akan menggambarkan secara sistematis dan akurat mengenai fakta dan karakteristik terkait bidang tertentu (Saifudin, 2001 : 7). Menurut Nadzir, metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu system pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang (Prastowo, 2016 : 186). Penelitian ini berusaha menggambarkan, menganalisis dan mendeskripsikan data yang diperoleh dari Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.

2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan dengan konsep yang jelas berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel yang dapat diamati (Saifudin, 2001 : 74). Jadi definisi konseptual merupakan penjelasan dari kata-kata atau istilah yang berkaitan dengan judul yang akan diteliti. Agar tidak terjadi kesalahan pemahaman dalam skripsi ini, maka peneliti perlu menjelaskan maksud dan pengertian tentang etika bermedia Mahasiswa UIN Walisongo Semarang.

a. Etika Komunikasi Islam

Etika komunikasi Islam yang dimaksud ialah penyampaian informasi yang sesuai dengan standar nilai moral atau akhlak yang di dalamnya .mengandung nilai-nilai luhur dan sifat terpuji (*mahmudah*) yang berdasarkan ajaran Islam, yaitu yang berasal dari Al-Quran dan Hadis.

Pembatasan etika dalam penelitian ini adalah etika komunikasi Islam yang berupa *qaulan marufan*, *qaulan sadiddan*, *qaulan baligha*, *qaulan syawira*, *qaulan maysuran* dan *qaulan az-zur*.

b. Media sosial

Media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi web baru berbasis internet, yang memudahkan seseorang untuk berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi, dan membentuk sebuah

jaringan secara *online*, Media sosial adalah berupa jejaring sosial *facebook*, *Twitter*, atau video youtube dapat dilihat secara langsung oleh jutaan orang secara gratis (Zarella, 2010; 2-3). Adapun batasan yang akan penulis teliti dalam penelitian ini adalah media sosial *facebook*.

3. Sumber dan jenis data

Sumber data merupakan darimana data tersebut diperoleh. Berkaitan dengan hal tersebut, berikut ada sumber data dari penelitian ini:

a) Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari masyarakat melalui wawancara (Subagyo, 1991 : 87). Dalam hal ini yang menjadi sumber data primer yaitu informan atau data yang berasal dari objek penelitian, berupa jawaban-jawaban dari hasil wawancara kepada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Disini peneliti membatasi narasumber dalam peneliti ini dengan pertimbangan diantaranya :

1. Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang
2. Informan mempunyai akun facebook
3. Informan dalam membuka *facebook* minimal 3 kali sehari

b) Data skunder

Data skunder adalah informasi yang tidak berkaitan langsung dengan obyek penelitian dan hanya menjadi pendukung dari keberadaan data primer (Subagyo, 1991: 88). Sumber data Skunder dalam Penelitian ini adalah buku yang berhubungan dengan Terori etika komunikasi Islam, media sosila dan cacatan lapangan yang bersangkutan dengan judul dalam penelitian ini.

4. Teknik Pengumpulan data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Selalu ada hubungan antara metode pengumpulan data dengan masalah penelitian yang ingin dipecahkan (Nazir, 2017 : 153). Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu metode observasi, wawancara dan dokumentasi dengan penjelasan berikut :

a) Observasi

Metode ini adalah proses langsung mengamati subyek dan objek penelitian secara langsung. Dengan metode ini dimungkinkan melihat perilaku serta kejadian yang telah terjadi sebenarnya. Melalui metode ini memungkinkan peneliti merasakan apa yang dirasakan oleh objek penelitian pada waktu itu sehingga tidak menutup kemungkinan apabila peneliti menjadi sumber data. Memungkinkan pembentukan yang diketahui bersama, baik

dari pihaknya maupun dari pihak subjek (Meleong, 2010: 175). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan atau observasi secara langsung kepada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang dengan cara bertanya langsung berkaitan aktivitasnya di media sosial *facebook*.

b) Wawancara Mendalam (*indepth interview*)

Menurut Hikmat (2014:79), wawancara mendalam adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan informan, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara. Proses wawancara dilakukan dengan mengajukan jumlah pertanyaan langsung kepada orang yang menjadi informan atau dari sumber data yang berkaitan dalam etika dalam bermedia sosial. Wawancara dilakukan terencana dengan pedoman pada daftar wawancara yang telah dipersiapkan sehingga persoalan yang penulis sampaikan terkait penelitian ini mampu terjawab secara optimal, wawancara dilakukan secara tatap muka dan melakukan *chatting*, SMS, atau telfon sesuai jadwal kesanggupan responden sehingga peneliti tidak mengganggu aktifitasnya.

Adapun jumlah keseluruhan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang adalah 2786 Mahasiswa. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan

wawancara kepada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang dengan teknik *snowball sampling*. *Snowball sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang bermula sedikit kemudian berkembang menjadi banyak selaras dengan perkembangan pemenuhan informasi sehingga data atau informasi yang didapat mengalami kejenuhan. (Sugiyono, 2011 : 301).

c) Dekumentasi

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 Mahasiswa FDK di media sosial facebook.

5. Analisis Data

Miles dan Huberman yang dikutip oleh Sugiyono (2007: 91) mendeskripsikan tiga prosedur analisis data dalam penelitian kualitatif sebagai berikut:

a) Reduksi data

Pada prosedur reduksi data ini, data direduksi dan ditransformasi dalam upaya agar data menjadi mudah terakses, lebih mudah dipahami, dan pada akhirnya peneliti dapat melihat pola utama atau tema utama yang ada dalam

data. Dalam prosedur reduksi data ini, perhatian peneliti adalah pada tujuan pembuatan fokus, penyerderhanaan, dan transformasi data mentah kedalam bentuk-bentuk yang sudah lebih terkelola. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan reduksi data hasil wawancara dan observasi, sehingga mempermudah dalam analisis data.

b) Pemaparan atau penyajian data

Tujuan pemaparan data adalah mendeskripsikan ide-ide utama dalam data yang disajikan secara terorganisir dengan gabungan informasi terabstraksi yang memungkinkan kesimpulan menjadi dapat diambil. Penyajian data yang penulis lakukan adalah mengenai etika bermedia sosial Mahasiswa UIN Walisongo Semarang.

c) Pembutan kesimpulan dan verifikasi

Penaarikan kesimpulan adalah pemakan pola-pola yang muncul selama proses analisis data dengan mencari persamaan dan perbedaan. Penaarikan kesimpulan dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian dengan pernyataan dengan subyek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut.

G. Sistematika penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini meliputi Perumusan masalah kecil, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustakan,

metode penelian yang berisi jenis dan pendekatan penelitian, definisi konseptual, sumber data teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data serta dilengkapi dengan sistematika penulisan sekripsi.

BAB II ETIKA KOMUNIKASI ISLAM DAN MEDIA SOSIAL

Bab ini akan diuraikan tentang teori etika komunikasi Islam (meliputi: pengertian etika, pengertian komunikasi dan etika komunikasi Islam). Media sosial (meliputi: pengertian media sosial, karakteristik media sosial, jenis-jenis media sosial).

BAB III ETIKA BERMEDIA SOSIAL MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN WALISONGO SEMARANG

Bab ini berisi gambaran umum obyek penelitian yaitu Fakultas Dakwah dan Komunikasi, facebook, dan deskripsi data penelitian mengenai etika bermedia sosial mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi.

BAB IV ANALISIS ETIKA BERMEDIA SOSIAL MAHASISWA UIN WALISONGO SEMARANG.

Bab ini pembahasan analisis etika bermedia sosial Mahasiswa UIN Walisongo Semarang.

BAB V PENUTUP

Bab ini penulis akan memberikan kesimpulan dari penelitian yang telah berlangsung, selain itu juga akan menyampaikan kritik sarannya serta salam penutup. Salam penutup dibagian akhir akan dicantumkan Daftar pustaka, lampiran-lampiran dan biodata.

BAB II

ETIKA KOMUNIKASI ISLAM DAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK

A. Etika Komunikasi Islam

1. Pengertian Etika

Term etika di masyarakat timur sudah sangat familiar dalam kehidupan sehari-hari, bahkan setiap gerak dan perilaku seseorang telah dibingkai etika, baik bermula dari keluarga, lingkungan, agama dan Negara dalam lingkup yang luas. Misalnya secara umum setiap orang akan menerima pemberian orang lain dengan tangan kanannya. Ketika seseorang menerima sesuatu dengan tangan kirinya maka dia termasuk orang yang kategori tidak beretika. Hal ini berbeda dengan dunia barat dengan fram adat dan budaya berbeda maka akan memiliki makna yang berbeda pula.

Menurut bahasa Yunani Kuno, etika berasal dari kata *ethikos* yang berarti “timbul dari kebiasaan”. Etika adalah cabang utama filsafat yang mempelajari nilai atau kualitas yang menjadi studi mengenai standar dan penilaian moral. Etika mencakup analisis dan penerapan konsep seperti benar, salah, baik, buruk, dan tanggung jawab. (Surajjiyo, 2012: 88)

Sedangkan Etika islam berkaitan erat dengan akhlak . Secara sederhana akhlak dapat diartikan mengajarkan dan menuntun kepada tinglah laku yang baik dan menjauhkan diri

dari tingkah laku yang buruk berdasarkan ajaran Islam yaitu bersumber dari Al-quran dan sunnah (Rahmat Ndajnika, 2002: 11) sedangkan menurut Imam Al Ghozali yang dikutip oleh Mustafa (1997: 12) Akhlak adalah suatu sifat yang tertanam dalam jiwa yang dari padanya timbul perbuatan-perbuatan dengan mudah dengan tidak mempertimbangkan pikiran terlebih dahulu. Menurut Yonahar Ilyas yang dikutip oleh Abudin Nata (2008: 97) Akhlak adalah sifat yang tertanam dalam jiwa manusia, sehingga dia akan muncul secara spontan diamana diperlukan tanpa memerlukan pikiran atau pertimbangan lebih dahulu serta tidak memerlukan dorongan dari luar.

Dari beberapa definisi di atas adapat disimpulkan bahwa akhlak merupakan tingkah laku baik buruk yang tertanam dalam jiwa, lebih mengedepankan parameter agama daripada faktor yang di luar (akal pikiran)

2. Pengertian Komunikasi

Secara etimologi Istilah komunikasi diambil dalam bahasa inggris yaitu *communication* atau dalam bahasa latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini yang dimaksud adalah sama makna. Hal senada diungkapkan oleh Hafid Cangara (.....) komunikasi berpangkal pada perkataan Latin *communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan anatar dua orang atau lebih. Jenis dan Kelly (

2008: 25-26), menyebutkan bahwa komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan untuk mengubah atau membentuk perilaku orang lainnya (khalayak), sedangkan Weaver (2008: 26) mendefinisikan komunikasi sebagai prosedur melalui mana pikiran seseorang dapat mempengaruhi pikiran orang lainnya.

Sebuah definisi yang dibuat oleh sekelompok sarjana komunikasi yang mengkhususkan diri pada studi komunikasi antar manusia (*human communication*) bahwa: komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan (1) membangun hubungan antar manusia (2) melalui pertukaran informasi (3) untuk mengatur sikap dan tingkah laku orang lain, serta (4) berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu (Cangara, 2011: 18-19).

3. Etika Komunikasi Islam

Sebelum penulis membahas mengenai etika komunikasi Islam, hendaknya perlu diketahui terlebih dahulu pengertian dari etika komunikasi Islam itu sendiri. Menurut Muis (2001: 34-35), komunikasi Islam pada dasarnya tidak berbeda dengan komunikasi non-Islam dalam hal model, proses dan efeknya, tetapi yang lebih membedakannya lebih pada landasan filosofisnya. Landasan filosofi komunikasi Islam ialah Al-Quran dan hadis Nabi. Jadi Komunikasi Islam ialah

proses penyampaian pesan antara manusia didasarkan pada ajaran agama Islam yang terkandung dalam Al-Quran dan Hadis.

Adapun menurut Taufik (2012: 211-221), bahwa dakwah merupakan etika Komunikasi Islam dimana dakwah dan komunikasi sebagai suatu teknik, serta dakwah Islamiah sebagai suatu tindakan *amar ma'ruf nahi mungkar* serta penyampaian pesan risalah Islamiah.

Selanjutnya Jalaluddin Rakhmat (1994: 76-87) mengemukakan ada 6 etika komunikasi Islam, diantaranya:

1) *Qaulan Ma'rufan*

Ungkapan *qaulan ma'rufan* jika ditelusuri lebih dalam dapat diartikan dengan “ungkapan atau ucapan yang pantas dan baik”, sedangkan baik diartikan sebagai kata yang “sopan”. (Tasmara, 1997:114). *Qaulan ma'rufan* juga bermakna pembicaraan yang bermanfaat yang menimbulkan kebaikan nasehat. sebagai muslim yang beriman perkataan seorang muslim harus terjaga dari perkataan yang tersia-sia, menyejukan hati bagi orang yang mendengarkannya. (Kholil, 2007: 2) . Sebagaimana firman Allah dalam surat Al Baqarah ayat 263 yang berbunyi :

قَوْلٌ مَّعْرُوفٌ وَمَغْفِرَةٌ خَيْرٌ مِّنْ صَدَقَةٍ يَتَّبِعُهَا أَذًى^ط
وَاللَّهُ عَزِيزٌ حَلِيمٌ ﴿٢٦٣﴾

“*Qaulan ma'rufa* perkataan yang baik dan pemberian maaf lebih baik dari sedekah yang diiringi dengan sesuatu yang menyakitkan (perasaan penerima) Allah maha kaya dan maha penyantun.” (Departemen Agama RI, 2009: 55)

Hamka (1983 :juz 22: 242)memaknai *qaulan ma'rufa* sebagai ucapan bahasa yang sopan santun, halus, dan penuh penghargaan. Sedangkan Amir (1999: 85) menyebut *qaulan ma'rufa* sebagai perkataan yang baik dan pantas. Senada dengan itu Assidiqi menjelaskan (1997: 256) perkataan yang baik yaitu kata-kata yang tidak membuat orang lain atau dirinya merasa malu.

2) *Qaulan Sadida*

Qaulan sadida disebutkan dua kali dalam Al-Quran, pertama Allah menyuruh menyampaikan *qaulan sadida* pada urusan anak yatim dan keturunan, terdapat dalam firman Allah QS An-Nisaa: 9

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ
فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٩﴾

Artinya: “Dan hendaklah takut (kepada Allah) orang-orang yang mereka sekiranya meninggalkan keturunan yang lemah di belakang mereka yang mereka khawatirkan terhadap kesejahteraan. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah, dan hendaklah mereka berbicara dengan tutur yang benar” (Departemen Agama RI, 2009: 78)

Kedua, Allah memerintahkan *qaulan sadida* sesudah taqwa. Hal tersebut dalam firmanya QS. Al-Ahzaab: 70

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾

Artinya: “*Wahai orang-orang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar* (Departemen Agama RI, 2009: 427)

Menurut Rahmat (1994: 77) mengungkapkan *qaulan sadida* dalam arti pembicaraan yang benar, jujur, tulus, tidak sombong dan tidak berbelit-belit. Sedangkan menurut Hamka (1987: 274) menafsirkan kata *qaulan sadida* berdasarkan konteks ayat, yaitu dalam konteks tdan tepat, tidak meninggalkan keraguan bagi orang yang ditinggalkan.

Memahami pendapat para ahli tafsir di atas dapat dikatakan bahwa *qaulan sadida* dalam segi konteks ayat mengandung makna kekhawatiran dan mencemaskan seseorang memberi wasiat terhadap anak-anaknya yang digambarkan dalam bentuk ucapan-ucapan yang lemah lembut, jelas, jujur, tepat, baik, dan adil.

3) *Qaulan Balighan*

Ungkapan *qaulan baligha* terdapat pada surat An-Nisa ayat 63, yaitu:

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ

وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا ﴿٦٣﴾

Artinya: “Mereka itu adalah oaring-orang yang Allah mengetahui apa yang ada didalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka” (Departemen Agama RI, 2009: 88)

Kata *balighan* bentuk masdar dari kata *baliga*, yang berarti sampai atau sampainya sesuatu kepada orang lain (Munawwir , 2002: 107). Al-Asfani (2010: 60) mengemukakan bahwa kata itu mengandung 3 (tiga) makna sekaligus, yakni: [1] bahasanya tepat [2] sesuai dengan apa yang dikehendaki [3] isi perkataannya adalah suatu kebenaran. Dalam konteks komunikator dan komunikan, kata tersebut dimaksudkan adalah seorang komunikator secara sengaja menyampaikan sesuatu dengan cara yang benar dan tepat (jelas) agar diterima oleh komunikan.

Dalam hal ini, para ahli sastra sebagaimana apa yang dikutip oleh Quraish Shihab (2002: 468) mengatakan bahwa suatu pesan atau perkataan dapat

dikatakan baligha apabila memenuhi beberapa kriteria tertentu. Kriterianya adalah sebagai berikut:

- (a) Pengguna kalimat mencakup seluruh psan yang ingin disampaikan
- (b) Kalimatnya tidak berulang-ulang, dan juga tidak terlalu pendek sehingga pengertiannya menjadi kabur
- (c) Kosa kata yang digunakan tidak terkesan asing bagi komunikan
- (d) Kesesuaian kandungan dan gaya bahasa dengan komunikan
- (e) Tata bahasanya tepat dan jelas

Dengan demikian, kata baliga merupakan salah satu teknik berbicara atau penyampaian pesan dengan menggunakan ungkapan atau kalimat yang tepat sasaran. Jelas dan tujuannya tercapai, sehingga kominikasinya efektif. Dengan kata lain baliga merupakan kalimat yang singkat, tepat, padat dan jelas.

4) *Qaulan Az-Zur*

Qaulan Az-Zur terdapat pada surah Al-Hajj ayat 30, sebagai berikut:

ذَٰلِكَ وَمَنْ يُعَظِّمْ حُرْمَتِ اللَّهِ فَهُوَ خَيْرٌ لَهُ عِنْدَ رَبِّهِ ۗ

وَأَحَلَّتْ لَكُمْ الْأَنْعَامَ إِلَّا مَا يُتَىٰ عَلَيْكُمْ فَاجْتَنِبُوا

الرِّجْسَ مِنَ الْأَوْثَانِ وَاجْتَنِبُوا قَوْلَ الزُّورِ ﴿٣٨﴾

Artinya: “maka jauilah olehmu berhala-berhala yang najis itu dan jauilah perkataan-perkataan dusta” (Departemen Agama RI, 2009: 450)

Kata *az-zur* mempunyai arti menyimpang, menyeleweng, kebohongan, sementara qaula *az-zur* bermakna dusta atau bohong (Munawwir, 2007: 592). Sedangkan menurut As-Suyuthi dan al-Mahalli *qaula az-zur* mengandung pengertian yaitu sumpah palsu, dan sumpah palsu ini sebanding dengan perbuatan syirik karena syirik merupakan seburuk-buruk kedustaan dan kebohongan (As-Suyuti, 2004: 122).

Maka dari itulah, Al-Quran mengarahkan kaum muslim agar selalu berkata benar dan menjahui kata dusta. Karena berkat jujur dan benar akan menciptakan kemaslahatan bagi semua orang. Sebaliknya kebohongan dan kedustaan akan menciptakan malapetaka bagi umat manusia

5) *Qaulan Syawira*

Kata *qaulan syawira* terdapat pada suarh Asy-syura ayat 38, sebagai berikut:

وَالَّذِينَ اسْتَجَابُوا لِرَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَمْرُهُمْ شُورَى بَيْنَهُمْ

وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنْفِقُونَ ﴿٢٤٦﴾

Artinya: “Dan (bagi) orang-orang yang menerima (mematuhi) seruan Tuhanya dan mendirikan shalat, sedangkan urusan mereka (diputuskan) dengan musyawarah antara mereka, dan mereka menafkahkan sebagian dari rizki yang kami berikan kepada mereka” (Departemen Agama RI, 2009: 345)

Kata *syawira* berasal dari kata *syara*, yang bermakna mengambil madu, meminta pendapat, pertimbangan, bermusyawarah. (Munawwir, 2007: 750). Mengambil madu atau mengeluarkan madu dari sarang lebah adalah makna dasar dari *syawira*. Makna ini kemudian berkembang berkembang sehingga mencakup segala sesuatu yang dapat diambil dan dikeluarkan dari yang lain. (termasuk mengeluarkan pendapat dalam bermusyawarah). Musyawarah juga dapat diartikan mengatakan atau mengajukan sesuatu (Shihab, 2000: 617).

Maka dengan demikian *qulan syawira* dapat berarti sebagai suatu kegiatan untuk mencari kesepakatan yang benar, dimana dengan mempertimbangkan segala pendapat yang diutarakan, selanjutnya diambil sebuah keputusan yang tepat.

6) *Qaulan masyuran*

Qaulan masyura terdapat pada surah Al-Israa ayat 28, sebagai berikut:

وَأِمَّا تُعْرِضَنَّ عَنْهُمْ أَبْتِغَاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ
قَوْلًا مَّيْسُورًا ﴿٢٨﴾

Artinya: “Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari tuhanmu yang engkau harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang lemah lembut” (Departemen Agama RI, 2009: 285)

Secara etimologis, kata *masyura* berasal dari kata *yasara* yang artinya mudah dan gampang. Digabung dengan kata *qaulan* menjadi *qaulan masyura* berarti berkata dengan mudah dan gampang. Berkata dengan mudah maksudnya kata-kata yang digunakan mudah diterima, muadhah dicerna, mudah dipahami oleh komunikan.

Dalam Al-Quran ditemukan istilah *qaulan maisura* yang merupakan salah satu tuntunan untuk untuk melakukan komunikasi dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan melegakan perasaan. (Djamarah, 2004: 110). Kata *Masyuran*, merupakan bentuk masdar dari *yassara*, yang mempunyai mudah dan gampang. (Munawwir, 2002: 1588). Jalaluddin Rahmat

(2003: 91) mengartikan “ucapan yang menyenangkan, prkataan yang mudah dan pantas.

B. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Menurut Van Dijk yang dikutip oleh Rulli Nasrullah (2015: 11), media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

Andreas Kaplan dan michsel Haenlein mendefinisikan media sosial sebuah kelompok *aplikasi* yang berbasis internet yang membangun di atas dasar komunikasi dan teknologi *web 2.0* dan memungkinkan menciptakan pertukaran antar *user* atau *user-generated content*.(Tabroni, 2012: 160)

2. Karakteristik Media Sosial

Menurut Nasrullah (2015: 16) media sosial mempunyai beberapa karakteristik diantaranya:

a) Jaringan

Media sosial mempunyai karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk dalam jaringan atau internet.

b) Informasi

Pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten dan melakukan komoditas dalam masyarakat informasi. Informasi menjadi komoditas dalam masyarakat informasi (*information society*)

c) Arsip

Arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun. Setiap informasi apapun yang diunggah di *Facebook*, sebagai contoh, informasi tidak akan hilang begitu saja saat pergantian hari, bulan, sampai tahun.

d) Interaksi

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Jaringan ini tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi anatarpengguna tersebut.

e) Simulasi

Baudrillard mengungkapkan gagasan simulasi bahwa kesadaran akan di benak khalayak semakin berkurang dan tergantikan dengan realitas semu. Kondisi ini disebabkan oleh imaji yang disajikan media secara terus menerus. Khalayak seolah-olah tidak bisa membedakan antara yang nyata dan yang di layar. Khalayak seolah-

olah berada di antara realitas dan ilusi sebab tanda yang ada di media sepertinya telah terputus dari realitas.

f) Konten

Oleh Pengguna Konten oleh pengguna atau lebih populer disebut *User Generated Content* (USG). Ini menunjukkan bahwa di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun.

g) Penyebaran

Penyebaran (*share/sharing*) medium ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dari dan dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi juga didistribusikan sekaligus dikembangkan oleh penggunanya. Praktek ini merupakan ciri khas dari media sosial yang menunjukkan bahwa khalayak aktif menyebarkan konten sekaligus mengembangkannya.

3. Jenis-jenis Media Sosial

Menurut Nasrullah (2015: 40) media sosial terbagi berbagai jenis:

a) Jejaring Sosial (*Social Networking*)

Social networking atau jaringan sosial merupakan medium paling populer dalam karegori media sosial. Medium ini merupakan sarana yang bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk

konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut di dunia *virtual*.

Menurut Sexena yang dikutip oleh Rulli Nasrullah (2015: 40) situs jejaring sosial adalah media sosial yang paling populer. Media sosial tersebut memungkinkan anggota untuk berinteraksi satu sama lain. Interaksi yang terjadi bukan hanya pada pesan teks, tetapi juga termasuk foto dan video yang mungkin menarik pengguna lain. Semua *posting* (publikasi) merupakan real time, memungkinkan anggota untuk berbagi informasi seperti apa yang sedang terjadi.

b) Blog

Blog merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah aktivitas keseharian, saling mengomentari dan berbagi baik tautan web lain, informasi dan sebagainya. Istilah blog berasal dari kata "*webblog*" yang pertama kali diperkenalkan oleh Jorn Berger pada tahun 1997 merujuk pada jurnal pribadi *online*.

c) *Microblogging*

Microblogging merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mempublikasikan aktivitas serta pendapatnya. Secara historis, kehadiran jenis media sosial ini merujuk pada

munculnya Twitter yang hanya menyediakan ruang tertentu atau maksimal 140 karakter.

d) *Media Sharing*

Situs berbagi media (*media sharing*) merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk berbagi media, mulai dari dokumen (*file*), video, audio, gambar dan sebagainya. Beberapa contoh media berbagi ini adalah *Youtube*, *flicker*, dan *snafish*.

e) Penanda Sosial (*Social Bookmarking*)

Penanda Sosial (*Social Bookmarking*) merupakan media sosial yang berkerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola atau mencari berita tertentu secara *online*.

f) Media Konten

Wiki atau media konten merupakan situs web yang secara program memungkinkan penggunanya berkolaborasi untuk membangun konten secara bersama. Dengan wiki, setiap pengguna melalui perambah web bisa dapat menyunting sebuah konten yang telah terpublikasi, bahkan turut membantu konten yang sudah direlisasikan atau disunting oleh pengguna lain yang telah berkontribusi. (Gilmor, 2004: 32).

4. Media Sosial *Facebook*

a) Sejarah Facebook

Facebook didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama dengan rekan kamarnya dan sesama mahasiswa Universitas Harvard yaitu Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovits dan Chris Hughes. Awal mulanya keanggotaan hanya terbatas pada mahasiswa Harvard saja, namun kemudian keanggotaan diperluas hingga ke perguruan tinggi lain seperti Boston, Ivy League, dan Universitas Seiring dengan kepopulerannya di perguruan tinggi. Kemudian menerima keanggotaan dari mahasiswa di universitas lain.

Sebelum membuat facebook pendahulunya adalah facesmash, yakni website yang menggunakan foto dari anak-anak asrama yang kemudian dibagikan dan setiap orang bisa mengklik “hot” or “not” dengan menempatkan dua foto saling berdampingan pada satu waktu dan meminta pengguna memilih yang mana yang paling seksi.

Sejak diluncurkan pada februari 2004 lalu facebook kini telah mempunyai pengguna tinggi mencapai 600 juta pengguna aktif. Pengguna dapat membuat profile pribadi, meminta dan menambahkan pengguna lain sebagai teman, melakukan pertukaran pesan lewat chat atau mail box, membuat status terbaru dan penerimaan pemberitahuan. Selain itu juga dapat membuat dan bergabung dalam grup dengan karakteristik tertentu.

Pada april 2010, menurut The New York Times, merilis laporan berita bahwa beberapa Negara yang memiliki pengguna facebook terbanyak seperti Amerika Serikat, Inggris dan Indonesia. Indonesia sudah menjadi Negara dengan jumlah pengguna facebook terbanyak kedua di dunia setelah Amerika serikat dengan populasi sekitar 24 juta pengguna atau 10 persen dari total penduduk Indonesia.

Facebook telah menghadapi beberapa kontroversi. Situs ini telah diblokir di beberapa negara termasuk di Republik Rakyat Cina., Vietnam, Iran, Uzbekistan, Pakistan, Suriah, dan Banglades atas alasan yang berbeda-beda. Misalnya karena antis-Islam dan konten diskriminasi agama yang diizinkan oleh facebook, situs ini dilarang diberbagai berbagai Negara di dunia, selain itu. Selain itu, facebook juga dilarang di beberapa perkantoran untuk mencegah karyawan membuang-buang waktu. Privasi pengguna facebook juga dipermasalahkan dan keamanan akun pengguna telah ditembus beberapa kali. Facebook berhasil menyelesaikan tuntutan hukum mengenai klaim kode sumber dan properti intelektual.

b) Fitur *Facebook*

1) Fitur *Status Updates*

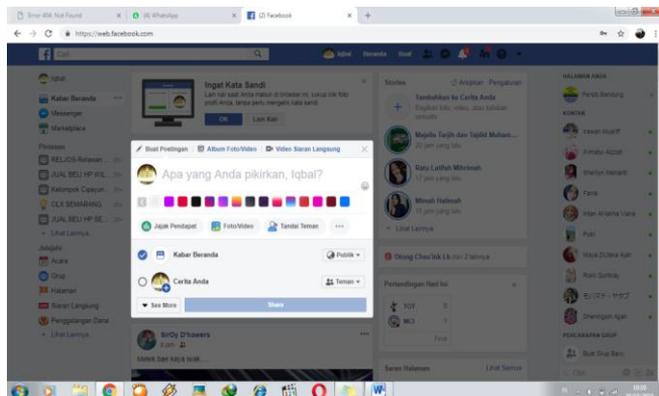
Fitur ini adalah yang paling dasar ketika orang membuka *facebook*, hal yang sering dilakukan adalah

update status, fitur ini memungkinkan pengguna dapat memposting peasan, baik berupa teks, gambar, link, ataupun video. Status yang pengguna buat akan dilihat oleh pengguna lain.

Gambar 3.1

kolom status *facebook*

Sumber: <https://web.facebook.com/>



2) Friends

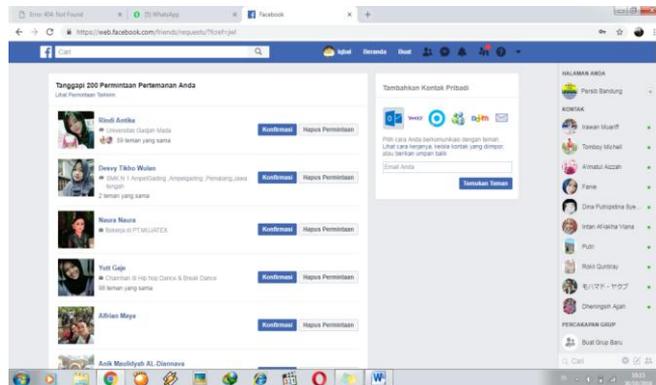
Untuk mencari dan menambahkan teman di facebook, fitur yang digunakan adalah *friend*. Dengan langkah mengeti di pencarian, kemudian mengirim permintaan untuk menjadi teman (*sent friends request*). Kedua *user facebook* bisa berteman jika *user* mendapatkan request menyetujui permintaan pertemananya. Tapi jika pengguna tidak menerima

pengguna sebagai teman, pengguna tinggal menolaknya atau menyembunyikan dengan tombol “*Not Now*”

Gambar 3.2 pertemana facebook

Sumber:

<https://web.facebook.com/friends/requests/?fcref=jwl>



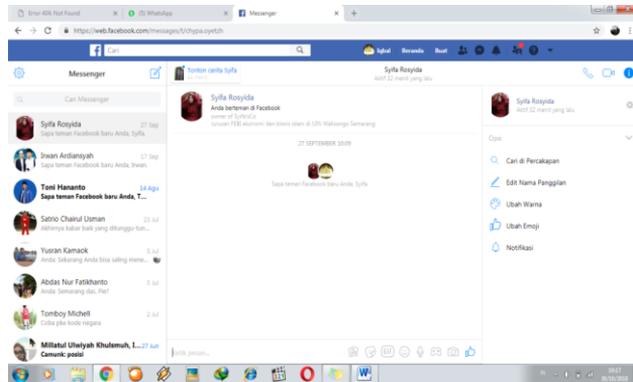
3) Message

Dengan fitur ini pengguna bisa mengirim pesan kepada *user* lain secara privat. *User* juga dapat mengirim pesan kepada banyak teman sekaligus. pesan ini tersimpan di kedua belah pihak. Sejak akhir tahun 2010 fitur “*Facebook Messanges*” muncul.

Gambar 1.3 pesan facebook

Sumber:

<https://web.facebook.com/messages/t/chypa.oyetzh>



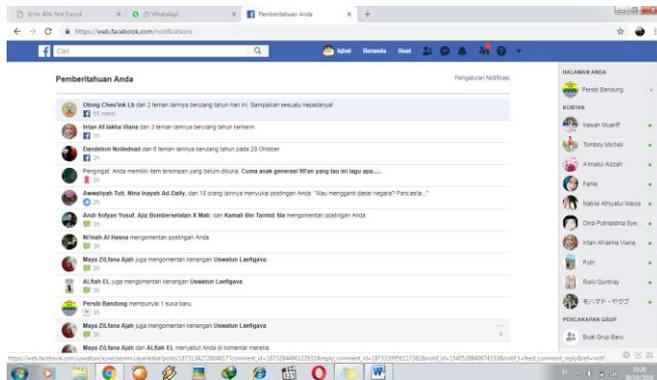
4) *Notification*

Fitur ini adalah semacam fitur yang memberikan informasi berupa pemberitahuan yang muncul di bagian toolbar atas notifikasi ini berupa pemberitahuan adanya permintaan pertemanan, pesan yang masuk ke inbox dan di wall teman, komentar baru.

Gambar 3.3

pemberitahuan facebook

Sumber: <https://web.facebook.com/notifications>



5) Fan page

Fan page adalah sebuah halaman khusus layaknya blog yang menyediakan informasi sesuai dengan keinginan pemiliknya, mulai dari pendidikan perusahaan, layanan produk fisik, artis, komunitas, dan masih banyak lainnya. (Wikipedia.com: 26/3/18, 07.00 WIB). Facebook fan page berfungsi sebagai lini masa (time line) untuk organisasi, bisnis, mereka dan tokoh masyarakat. Serupa dengan profile pemilik halaman dapat memposting cerita, menambahkan foto sanpul, host acara dan masih banyak lagi. Mereka

yang memiliki “menyukai” halaman akan melihat update page di feed berita mereka.

Gambar 3.4
fan page facebook

Sumber: <https://web.facebook.com/BersamaDakwah/>



Siapa pun dapat membuat *facebook fan page*, tapi hanya perwakilan resmi dapat mengelola halaman untuk sebuah organisasi, bisnis, merek atau tokoh masyarakat. Profile pemilik bisa mengelola beberapa pages, dan pencipta halaman dapat memberi izin bagi orang lain untuk menjadi administrator untuk membantu mengelola page.

6) Grup

Group facebook merupakan wadah untuk berkumpul suatu kelompok, komunitas yang memiliki kesamaan atau berdiskusi dalam satu topic tertentu. Kunci sukses

dari kelompok adalah partisipasi anggota. Status hubungan di *facebook* group yaitu member atau anggota. Pengguna yang bergabung dalam sebuah group merupakan bagian dari komunitas yang bersangkutan. Pengguna yang sudah disetujui masuk ke dalam group dapat memposting statusnya, baik dalam bentuk tulisan, gambir atau video. Status tersebut hanya bisa dilihat oleh sesama anggota group saja.

Gambar 3.6 Grup *facebook*

Sumber:

<https://web.facebook.com/groups/jualbelihpsemarang/>



BAB III

ETIKA BERKOMUNIKASI MELALUI FACEBOOK MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN WALISONGO SEMARANG

A. Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo

1. Visi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo

Sebagaimana dalam buku panduan program sarjana (S.1) dan Diploma 3 (D3) UIN Walisongo Tahun Akademik 2019/2020 visi dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo adalah terdepan dalam pendidikan penelitian terapan dan pengembangan ilmu dakwah dan komunikasi untuk kemanusiaan dan peradaban berbasis kesatuan ilmu pengetahuan di Asia Tenggara tahun 2035 (Buku panduan Program Sarjana (S.1) dan diploma 3 (D.3) UIN Walisongo Tahun Akademik 2017/2018)

2. Misi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo

Misi dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo adalah sebagai berikut:

- a. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran ilmu dakwah dan komunikasi berbasis kesatuan ilmu pengetahuan untuk menghasilkan lulusan yang

unggul, interdisipliner, kompetitif dan berakhlakul karimah.

- b. Mengembangkan ilmu dakwah dan komunikasi berbasis riset.
- c. Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat berbasis riset.
- d. Menggali dan menerapkan kearifan lokal dalam bidang ilmu dakwah dan komunikasi.
- e. Menggali dan mengembangkan kerjasama dalam pengembangan tri dharma perguruan tinggi. (Buku panduan program Sarjana (S.1) dan Diploma 3 (D.3) UIN Walisongo Tahun Akademik 2019/2020)

3. Profil Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo

Fakultas Dakwah merupakan Fakultas tertua di lingkup UIN Walisongo Semarang yang berdiri sejak 6 april 1970. Gagasan pendirinya diilhami oleh kenyataan bahwa di Jawa Tengah belum terdapat lembaga pendidikan tinggi Islam yang mampu melahirkan dai-dai professional serta maampu membimbing dalam meningkatkan kualitas keimanan di tengah-tengah masyarakat.

Pada perkembangannya, Fakultas Dakwah UIN Walisongo selalu berusaha menyesuaikan diri dengan perubahan serta tuntunan zaman. Seiring pesatnya ilmu

pengetahuan dan teknologi (IPTEK), Fakultas Dakwah UIN Walisongo Semarang berubah menjadi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo yang berupaya mencetak da'i-da'i professional serta kapabel di berbagai bidang. Melalui arahan dan bimbingan dosen-dosen yang kompeten di bidangnya. Saat ini Fakultas dakwah dan Komunikasi telah membuka 5 (lima) PRODI (Program Studi) S-1:

- a. Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
- b. Bimbingan dan Penyuluhan Islam(BPI)
- c. Manajemen Dakwah (MD)
- d. Pengembangan Masyarakat Islam (PMI)
- e. Manajemen Haji dan Umrah (MHU)

4. Sejarah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo

Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Walisongo yang sekarang sudah menjadi UIN di Semarang didirikan pada tahun 1969 atas perkasa Drs. H.Masdar Helmy (Kepada Jawatan Penerangan Agama Provinsi Jawa Tengah) dan Drs. Soenarto Notowigadgo (anggota BPH Provinsi Jawa Tengah). Kuliah perdana dilaksanakan pada tanggal 12 Maret 1969 dengan menempati gedung Yayasan Pendidikan Diponogoro di Jln. Mugas No. 1 Semarang. Kedua beliau itulah sebagai perintis sekaligus sebagai panitia pendiri Fakultas Dakwah rangka

mendapatkan pengesahan status negeri dari Menteri Agama. Pada tanggal 6 April 1970 dengan keputusan Menteri Agama R.I Nomor 30 Tahun 1970 maka secara sah dan resmi Fakultas Dakwah menjadi salah satu fakultas yang berada di UIN Walisongo Semarang. Sedangkan berdirinya UIN Walisongo ditetapkan dengan Surat Keputusan Menteri Agama Nomer 31 Tahun 1970 pada tanggal yang sama yakni 6 April 1970 (Kemenag, 1990: 66)

5. Mahasiswa Fakultas Dan Komunikasi UIN Walisongo

Mahasiswa adalah panggilan untuk orang yang sedang menjalani pendidikan tinggi disebuah perguruan tinggi. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia disebut bahwa mahasiswa adalah orang yang belajar (pelajar) pada perguruan Tinggi, atau seorang yang menghadiri suatu institusi pendidikan (kbbi.web.id/mahasiswa diakses pada tanggal 29 Maret 2018, pkl 14.00 WIB). Mereka merupakan sebagian kecil dari generasi muda Indonesia yang mendapat kesempatan untuk mengasah kemampuannya di perguruan tinggi. Tentunya sangat diharapkan mendapatkan manfaat yang sebesar-besarnya dari pendidikan agar kelak mampu menyumbangkan kemampuannya untuk memperbaiki kualitas hidup bangsa.

Fakultas Dakwah dan Komunikasi merupakan fakultas yang mengutamakan Ilmu Dakwah yang menunjang kegiatan komunikasi dan dakwah. Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo berdasarkan hasil registrasi tahun 2018 berjumlah 2585 mahasiswa. Berdasarkan jumlah mahasiswa tersebut laki-laki sebanyak (1035 dan perempuan sebanyak 1500. (<http://fakdakom.walisongo.ac.id/> diakses pada tanggal 4 April 2018, pukul 09,15 WIB)

6. Lembaga Kemahasiswaan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo

Adapun Lembaga Kemahasiswaan yang ada di Fakultas Dakwah dan Komunikasi diantaranya:

1. BEMFD (Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Dakwah)
2. SMFD (Senat Mahasiswa Fakultas Dakwah)
3. HMJFD (Himpunan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan BPI ,KPI ,MD, PMI, MHU)
4. UKMFD (Unit Kegiatan Mahasiswa Fakultas Dakwah) meliputi: (Missi, Walisongo TV, MBS FM, DSC, Korda'is, Wadas)

7. Sarana dan Prasarana

Untuk mewujudkan visi, misi dan tujuan Fakultas Dakwah, maka dibutuhkan muatan kurikulum, Sumber Daya Manusia (SDM) yang tersedia dan memadai seperti tenaga pengajar (dosen), proses belajar mengajar (PMB) dan

evaluasi, serta yang tidak kalah pentingnya adalah tersedianya sarana dan prasarana penunjang pelaksanaan pendidikan. Dalam kegiatan perkuliahan maupun diluar perkuliahan, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang memiliki berbagai sarana dan prasarana yang dapat menunjang keberhasilan pendidikan.

Selain sarana gedung serta saran lain untuk kantor dan kelas, Fakultas dakwah dan Komunikasi memiliki LCD proyektor dan komputer di setiap kelas untuk menunjang perkuliahan serta agar mahasiswa mengetahui perkembangan media pembelajaran saat ini. Dengan metode tersebut diharapkan mahasiswa cara menggunakan sarana tersebut baik didalam mupun diluar kegiatan perkuliahan.

Laboratorium merupakan tempat pembinaan bagi mahasiswa agar lebih berkualitas dalam menguasai ilmu pengetahuan akademik dan pendidikan kerampilan professional. Laboratorium Fakultas Dakwah dan Komunikasi memiliki ruang-ruang khusus kelengkapan perlengkapan seperti:

1. Devisi *Broadcasting* / Walisongo TV dan MBS , yang dilengkapi dengan ruang studio siaran radio dan ruangan studio produksi siaran radio kedap suara lengkap dengan peralatan isinya. Selian itu juga dilengkapi dengan ruangan *production house* (produksi siaran TV dan Film) kedap suara dan lengkap dengan peralatannya.

2. Devisi *Publishing*, yang dilengkapi dengan ruangan percetakan lengkap dengan alat percetakannya.
3. Ruang media tradisional, yang dilengkapi dengan ruang *micro preaching*, yang dilengkapi dengan peralatan modern, seperti video *shooting*. Selain itu devisi ini memiliki peralatan tradisional seperti, gamelan dan wayang kulit yang bisa digunakan ketika melaksanakan dakwahnya.
4. Devisi konseling, yang dilengkapi dengan ruang kedap suara untuk latihan dan praktik konseling. Selain itu untuk melaksanakan fungsi devisi ini telah dibentuk lembaga konseling islami (LBKI)
5. Devisi pelatihan dan pengembangan, yang dilengkapi dengan *operation room* lengkap dengan berbagai peralatan, seperti computer, yang berfungsi sebagai penyusun data dan pusat informasi data. Selain itu tersedia ruang seminar dan diskusi dengan kapasitas 200 orang.
6. Devisi kelembagaan Islam, yang dilengkapi dengan ruang ekspose lengkap dengan peralatan-peralatan presentasi seperti laptop, LCD, OHP, dan lain-lain. Selain itu juga terdapat ruang praktikum manajemen kelembagaan islam, seperti manajemen wisata religious, haji, dan umroh (<http://fandyiain.blogspot.com/2018/03/fungsi-laboratorium-dakwah.html>).

**8. Struktur Organisasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Walisongo Semarang**

Tabel 3.1

Struktur organisasi

Jabatan	Nama
Dekan	Dr. Ilyas Supena, M.Ag
Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan	Dr. H. M. Mudhofi, M.Ag
Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan	Dr. Safrodin, M.Ag
Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama	Dr. Ali Murtadho, M.Pd
Kepala Bagian Tata Usaha	H. M. Yasin, S.Ag., MM
Kasubbag. Akademik, Akutansi dan Keuangan	Retno Sulisto Wati, S.Ag., MM.
Kasubbag. Akademik, Kemahasiswaan dari Alumni	Alimul Huda, S.Pd.I.
Kasubbag. Administrasi Umum dan kepegawaian	Mahmadun, S.Ag., MM.

Sumber: fakdakom.walisongo.id

B. Deskripsi Etika Berkomunikasi Melalui Facebook Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang di Tinjau dari Komunikasi Islam.

Berikut ini hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada 21 Mahasiswa Fakultas dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Peneliti melakukan wawancara kepada informan untuk mengetahui bentuk etika berkomunikasi melalui facebook ditinjau dari komunikasi Islam. Adapun deskripsi hasil wawancara sebagai berikut:

- 1) Pertimbangan memposting sebuah informasi. Diperoleh hasil jawaban dari informan Rifat Khumaidi, Adi Pamungkas, Hana Ni'matul Izah, Naila Muna, Slamet Wibisono, keakuratan informasi. Anisa Ashari mengatakan tabayyun. Faisal Amarsah, Nur M Rifki, Alfan Nur Azmi, Niswatur Rosidah menjawab informasi yang menarik. Ahmad Afandi menjawab informasi yang hot. Diah Arwaningsih menjawab informasi yang penting. Nuzumul Laili, Naufal Labib kemanfaatan informasi. Alfin Nur Azmi, Dewi Ema Fauziyah, Nikhlatun Nafi'ah, M Nizar Zulmi, Icha Ayu Pertiwi, Adam tanpa pertimbangan. Dina Fitria keviralan informasi.
- 2) Memposting sebuah informasi hanya dikarenakan informasinya menarik. Diperoleh jawaban dari informan Rifat Khumaidi, Adi Pamungkas, Dewi Ema Fauziyah,

menjawab pernah, karena biasanya daya tarik yang mempengaruhi. Ahmad Afandi menyatakan pernah, pas menghsare informasi politik. Alfin Nur Azmi menjawab pernah, karena kurang memahami informasi tersebut. Hana Nimatul Izzah menjawab pernah karena terkadang terpancing. Alfan Nur Azmi, M Nizar Zulmi ,Icha Ayu Pratiwi, Naila Muna, menjawab pernah, karena kurang cermat dalam membaca informas. Diah Arwaningsih menjawab pernah, seperti memposting video lucu. Nikhlatun Nafi'ah menjawab pernah, biasanya di media yang kurang kredibel. Nuzumul Laili menjawab tidak selalu tergantung selera. mengatakan jarang, Karena harus hati-hati dalam mnerima informasi. Naufal Labib menjawab pernah, biasanya dibuat story. Anisa Ahari, Faisal Amarsah, Nur M Rifki, Adam, Slamet Wibisono, menjawab tidak pernah, karena membaca informasi harus teliti.

- 3) Mengidentifikasi fakta dan opini dalam menerima informasi. Diperoleh jawaban dari informan Rifat Khumaidi menjawab iya, karena itu kewajiban sebelum membaca informasi. Adi Pamungkas, Ahmad Afandi, Faisal Amarsah, Hana Nimatul Izzah, Fahmi Nurmaula Putra, Diah Arwaningsih, Dina Fitria, menjawab tidak pernah, hanya lansung membaca. Nur M Rifki menjawab tidak pernah, sering lalai. M Nizar Zulmi, Naufal Labib,

Dina Fitria, menjawab tidak pernah mengidentifikasi. Anisa Ashari menjawab Selalu mengidentifikasi, mengutamakan informasi yang benar-benar real. Dewi Ema Fauziyah, Nikhlatun Nafi'ah, Naila Muna mengatakan wajib, untuk mengetahui kebenaran informasi. Icha Ayu Pratiwi menjawab Pernah, terkadang jika informasi tersebut mengandung unsur penting secara spontanitas mengidentifikasinya. Alfan Nur Azmi dan Nuzumul laili menjawab pernah, karena sebelum kita meebagikan informasi sebelumnya kita harus memilah terlebih dahulu apakah informasi tersebut nyata adanya atau hanya guroan saja. Niswatu Rosidah menjawab pernah, karena informasi itu tidak selamanya fakta dan tidak selamanya opini, jadi harus diidentifikasi. Alfin Nur Azmi dan Adam menjawab pernah, kita harus hati-hati dengan informasi yang beredar. Slamet Wibisono menjawab Sebuah keharusan, kejelasan informasi itu penting

- 4) Intensitas mengupdate status di media sosial *facebook*. Diperoleh jawaban dari informan Rifat Khumaidi, Anisa Ashari, Diah Arwaningsih, Naufal Labib, Dina Fitria menjawab dua kali sehari. Adi Pamungkas menjawab Tergantung sikon, kadang tiga kali sehari. Ahmad Afandi megatakan Sering, pastinya setiap hari mas, kemungkinan empat kali. Faisal Amarsah menjawab Sering, maksimal

tiga kali sehari. Alfin Nur Azmi mengatakan jarang, tapi setiap minggu pasti update *status*. Hana Nimatul Izzah mengatakan sering, 3 sering kali sehari. Kemudian informan Nur M Rifki menjawab sering, minimal empat kali sehari, soalnya saya aktif di media sosial. Informan Alfan Nur Azmi, Dewi Ema Fauziyah, Nikhlatun Nafi'ah, Dina Fitria, M Nizar Zulmi, Icha Ayu pratiwi, Naila Muna, mengatakan jarang mengupdate status di media sosial facebook. kemudian informan Diah Arwaningsih mengatakan satu atau dua kali satu hari dalam mengupdate status. menjawab tidak terlalu sering, sesuai kebutuhan saja. Adam Dan informan Slamet Wibisono menjawab Sering, kemungkinan empat kali sehari

- 5) Intensitas meluapkan perasaan di media sosial. Diperoleh jawaban dari informan Rifat Khumaidi, Adi pamungksi, Ahmad Afandi, Alfin Nur Azmi menjawab sering, terutama informasi yang bersifat emisional. Faisal Amarsah, Dewi Ema Fauziyah, Icha Ayu Pratiwi, Diah Arwaningsih menjawab sering, biasanya informasi sosial yang sifatnya penting. Kemudian informan G menjawab Jarang kalau masalah curhat ke medsos. Anisha Ashari, Nur M Rifki, Alfan Nur Azmi, M Nizar Zulmi, Naila Muna menjawab jarang Karena itu masalah privasi. Nuzumul Laili, Niswatur Rosidah, Adam menjawab tidak pernah, karena itu tidak baik. Naufal Labi dan Nikhlatun

Nafi'ah menjawab pernah tapi sewajarnya saja, hanya memberkan teka-teki kepada pembaca. Dina Fitria menjawab Jarang, karena khalayak medsos berbeda, takut salah presepsi. Dan Slamet Wibisono menjawab jarang takut berdampak negatif bagi citra diri.

- 6) Intensitas memposting dengan bahasa asing. Diperoleh jawaban dari informan Rifat Khumaidi, Icha Ayu Pratiwi, Nur M Rifki menjawab tidak pernah, karena tidak mahir. Adi Pamungkas, Faisal Amarsah menjawab Jarang, karena bukan ahlinya. Kemudian Anisa Ashari, Ahmad Afandi, Nida menjawab sering, pake bahasa Inggris. Alfin Nur Azmi, Niswatu Rosidah, Naufal Labib menjawab sering, pake bahasa Inggris. Hana Nimatul Izah menjawab tidak selalu, kalau iya mungkin bahasa Inggris. Alfian Nur Azmi menjawab sama sekali tidak pernah, takut tidak memahamkan. Dewi Ema Fauziyah menjawab Terkadang memakai. Erlina Lubis, Nikhlatur Nafi'ah menjawab tidak pernah. M Nizar Zulmi mengatakan sering, karena posisinya sebagai mahasiswa. Naila Muna menjawab Sesekali, karena bahasa asing tidak memahamkan bagi orang lain. Diah arwaningsih menjawab jarang, karena takut salah. Nuzumul laili menjawab jarang, karena khalayak media tidak semuanya memahami. Adam menjawab Pernah, tapi ndc sering. Dan

Dina Fitria menjawab jarang, karena update status lebih baik pake bahasa nasional, jadi semua paham.

- 7) Mempertimbangkan bahasa serta kalimat yang digunakan ketika memposting sebuah informasi agar dipahami pembaca. Diperoleh jawaban dari informan Rifat Khumaidi, Anisa Ashari, Faisal Amarsah menjawab pernah, karena itu penting. Ahmad Afandi menjawab hampir setiap memposting. Alfin Nur Azmi menjawab Selalu, karena khalayak media sosial majemuk. Nuzumul laili menjawab Selalu itu, karena khalayak media sosial majemuk. Hana Nimatul Izah mengatakan pernah, untuk mencegah hoax. Nur M Rifki mengatakan Wajib itu, takut informasi salah. Alfan Nur Azmi menjawab Selalu mempertimbangkan, salah satunya diksi, bila ambigu, bisa salah persepsi. Dewi Ema Fauziyah, Nikhlatur Nafi'ah mengatakan hah itu wajib dalam bermedsos. Adi Pamungkas, Sifni Jumaila, Icha Ayu Pratiwi, Naila Muna, Diah Arwaningsih, Naufal Labib, Adam, Dina Fitria, M Nizar Zulmi Slamet Wibisono menjawab tidak, hanya asal memposting.
- 8) Selalu yakin dengan informasi yang anda terima di media sosial. Diperoleh jawaban dari informan Rifat Khumaidi, Nur M Rifki, Anisa Ashari, Ahmad Afandi, Faisal Amarsah, Dewi Ema Fauziyah menjawab tidak, informasi harus diverifikasi. Adi Pamungkas, M Nizar Zulmi, Icha

Ayu Pertiwi, Naila Muna, Diah Arwaningsih menjawab tidak, harus tabayyun. Niswatur Rosida, Adam, Naufal Labib, Nida, menjawab tidak, bertanya kepada teman yang mengerti. Hana Nimatul Izah, Alfan Nur Azmi, Nikhlatun Nafi'ah, M Nizar Zulmi, Alfin Nur Azmi Nuzumul Lili dan Dina menjawab tanpa pertimbangan.

- 9) Cara meyakini kebenaran Informasi di media sosial facebook? Diperoleh jawaban dari informan Rifat Khumaidi, Anisa Ashari, Faisal Amarsah, Alfin Nur Azmi, hana Nimatul Izzah, Diah Arwaningsih, Slamet Wibisono, menjawab bertanya kepada pihak lain. Ahmad Afandi, Alfan Nur Azmi, M Nizar Zulmi, Icha ayu Pratiwi, Nuzumul laili, dina Fitria, menjawab membandingkan dengan sumber lain. Adi pamungkas, Nur M Rifki, Dewi Ema fauziyah, Nikhlatun Nafi'ah, Naila Muna, Adam, Niswatur Rosidah M Nizar Zulmi dan Naufal Labib menjawab mengidentifikasi informasi.
- 10) Intensitas berdiskusi dengan orang lain ketika mendapati informasi kurang jelas. Diperoleh jawaban dari informan Rifat Khumaidi menjawab sering, biasanya dengan teman. Adi Pamungkas menjawab Sering banget, kalau ada informasi yang tidak jelas sumbernya. Anisa ashari menjawab Sering kalau bertanya kepada temen mengenai ketidak jelasan informasi. Ahmad Afandi, Dewi Ema fauziyah, Icha Ayu Pratiwi, Naila Muna, Diah

arwaningsih menjawab jarang berdiskusi ketika mendapati informasi tidak jelas. informan Faisal Amarsah dan Alfin Nur Azmi menjawab sering, informan M Nizar Zulmi mnjawab hampir selalu, Nur M Rifki pernah kalau bingung dngan informasi, informan Alfan Nur Azmi mengatakan pernah namun tergantung situasi dan kondisi, Nikhlatun Nafi'ah mengatakan kalau bingung dengan informasi pasti berdiskusi dengan teman, Nuzumul Laili sering karena terkadang informasi adapula yang tidak jelas kebenarannya, Niswahtur Rosidah sering karena ada hoax, Adam mengatakan sering, khususnya ketika bingung pasti langsung berdiskusi dengan teman, Slamet Wibisono, Naufal Habib sering dengan teman dekat, dan Dina Fitria pernah dan sering.

- 11) memposting sesuatu namun tidak selesai. Diperoleh jawaban informan Rifat Khumaidi mengatakan tidak pernah, informan Adi Pamungkas pernah, karena keterbatasan karakter huruf di media sosial. informan Anisa Ashari, Ahmad Afandi, Hana NImatul Izzah, Nur M Rifki, Alfan Nur Azmi, M Nizar Zulmi, Naila Muna, Diah Arwaningsih, Nuzumul Laili, Adam, mengatakan tidak pernah. Informan , Faisal Amarsah, Dewi Ema Fauziyah, dan Icha Ayu Pertiwi mengatakan jarang. Smentara itu informan Nikhlatun Nafi'ah, Alfin Nur

Azmi, Niswatur Rosidah, Naufal Labib, dan Slamet Wibisono mengatakan pernah.

- 12) Materi biasanya posting di media sosial facebook. Diproleh jawaban informan Rifat Khumaidi mengatakan Islami, terutama tentang dakwah. Informan Adi Pamungkas, Motivasi diri dan islami. Informan Anisa Ashari Islami dan budaya, Ahmad Afandi kesehatan dan motivasi, Faisal Amarsah sosial, kata kata bijak islami dan politik, Alfin Nur Azmi kata-kata bijak dan kesehatan, Hana Nimatul Izzah Islami dan dakwah, Nur M Rifki kata-kata mutiara dan motivasi, Hanis berlianawati sosial dan budaya, dewi Ema fauziyah Islami dan kesehatan, Nikhlatun Nafi'ah mengatakan poliyik dan budaya, informan M Nizar Zulmi tentang kata-kata bijak islami, terutama loker dan tentang motivasi, informan Icha Yu Pertiwi islami dan dakwah, islami dan dakwah, informan Naila Muna motivasi diri dan kesehatan, informan Diah arwaningsih politik dan teknologi, informan Nuzumul laili kesehatan dan budaya, Niswatur Rosidah sosial dan buday, informan Adam Islami dan kesehatan, informan Naufal Labib dakwah dan motivasi, informan Dina Fitria Islmi dsan motivasi, dan informn Slamet Wibisono mengatakan dakwah dan sosial.
- 13) Memposting sebuah informasi namun akhirnya banyak komentar yang menimbulkan dan saling menjatuhkan.

Diperoleh jawaban informan Rifat Khumaidi, Pernah, saya sebagai pihak pemosting harus bersikap maruf, informan Adi Pamungkas, Hana Niamatul Izzah, Nur M Rifki, M Nizar Zulmi, Nuzumul laili, dina Fitria, Slamet Wibisono mengatakan tidak pernah. Informan Anisa Ashari Pernah, dan saya tidak tanggapi secara berlebihan, informan Naila Muna dan Ahmad Afandi Pernah, dan saya tidak memberikan respon lebih, informan Faisal Amarsah Pernah , karena informasi yang dia sajikan, informan Alfin Nur Azmi mengatakan pernah waktu memposting informasi tentang politik, Alfan Nur Azmi pernah dan ia tidak meresponnya, informan Dewi Ema fauziyah jarang banget, Nikhlatun Nafi'ah mengatakan pernah ketiks memposting informasi yang tidak tuntas sehingga mnimbulkan perdebatan, informan Icha ayu Pertiwi mengatakan pernah dan seringnya ketika memposting hal-hal yang berkaitan dengan politik, informan Diah Arwaningsih mengtakan pernah, Niswatur Rosidah Pernah ketia meng-share matri kaitannya khilafah, Adam jarang, dan Naufal Labib, pernah karena menggunakan alimat multi tafsir.

- 14) Menyelesksi akun di media sosial untuk ikuti. Diperoleh jawaban informan Rifat Khumaidi, Anisa Ashari, dan Alfan Nur Azmi mengatakan iya pasti. Informan Adi Pamungkas, Hana Niamatul Izzah, Diah Arwaningsih, M

Nizar Zulmi, Nisatur Rosidah, Dina Fitria, dan Slamet Wibisono mengatakan tidak. Informan Ahmad Afandi mengatakan selalu meyeleksi, karena hal tersebut penting. Informan kode Faisal Amarsah mengatakan iya karena tujuannya untuk mencari kredibilitas akun. Informan Alfin Nur Azmi mengatakan iya tentunya. Nur M Rifki tidak dan asal mengikuti saja. Informan dewi Ema Fauziah mengatakan tidak selalu. Nikhlatun Nafi'ah, hanya akun yang terpercaya yang diikuti. Kode M Nizar Zulmi tidak pernah. Kode Icha ayu Pratiwi, jarang. Kode Naila Muna mengatakan pasti. Supaya informasi yang diterima bisa dipertanggungjawabkan. Informan Nuzumul Laili mengatakan iya, karena trauma terkena hoax sehingga akun harus terpercaya. Informan Adam dan naufal Labib mengatakan jarang dan asal ikuti saja.

- 15) Akun yang sering ikuti dan konsumsi informasinya. Informan dengan kode Rifat Khumaidi menjawab Nahdlatul Ulama, detik.com, tribunjateng. Informan kode Adi Pamungkas **Okezone dan Kompas**. Informan kode **Anisa Ashari** detik.com, Kompas, kumparan, informan kode Ahmad Afandi **Kompas, CNN, detik.com**. Informan kode Faisal Amarsah Kumparan, Dakwahtuna, CNN Indonesia. Informan kode Alfin Nur Azmi **Yusuf Mansur dan Dakwahtuna dan Kompas**. Informan kode Hana Nimatul Izah **Voa Indonesia**. Alfan Nur Azmi **Kumparan**

dan Kompas, Informan Dewi Ema Fauziyah Klikdokter.com dan Merto. Informan KMetro dan CNN Indonesia, informan M Nizar Zulmi Beritasatu.com. informan kode Nikhlatun Nafi'ah Liputan6.com. Informan M Nizar Zulmi Terimakasih Ibu Indoensia dan Hijrah.com. informan kode Icha ayu Pratiwi Kompas dan CNN. Informan kode Niswatur Rosidah Kompasiana dan CNN. Informan Adam Tribun.com dan Kompas. Informan Naufal Labib Merdeka.com dan CNN Indonesia. Informan Nur M Rifki, Dina Fitria Hijrah, Tabligh, Dakwahtuna dan CNN Indonesia Dan informan kode Slamet Wibisono Kompas.com dan Merdeka.com Naila Muna Kompas.com dan CNN Indonsia.

- 16) Jumlah sumber yang anda butuhkan untuk meyakini kebenaran informasi. diperoleh jawaban dari informan Rifat Khumaidi minimal dua sumber. Informan Adi Pamungkas satu sumber, yang penting terprcaya. Informan Anisa Ashari dua atau tiga. Informan Ahmad Afandi tiga sumber cukup. Informan Faisal Amarsah dua atau tiga. Informan Alfin Nur Azmi satu asal terpercaya, informan Hana Nimatu Izzah satu cari yang tanggungjawab medianya. Informan Nur M Rifki dua. Informan Dewi Ema Fauziyah lebih dari satu, tujuannya untuk memperkuat. Informan Alfian Nur Azmi satu sumber dan mencari yang bisa dipercaya sumber

informasinya. Informan Nikhlatun Nafi'ah dua sumber. Informan M Nizar Zulmi dan Niswatur Rosidah minimal tiga sumber. Informan Icha Ayu Pratiwi, Diah Arwaningsih, Nuzumul Laili, dan Naufal Labib satu sumber. Informan Naila Muna, Adam, Dina Fitria, dan Slamet Wibisono dua sumber.

C. Bentuk Etika Berkomunikasi Melalui Facebook Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang

1. Anissa Ashari (BPI)

Gambar 4.1

Bentuk Etika Berkomunikasi Qaulan Ma'rufan



2. Dewi Ema Fauziah (MD)

Gambar 4.2

Bentuk Etika Berkomunikasi Qaulan Ma'rufan



Dewi EmMa berada di Puri Anjasmoro, Semarang, Indonesia.

11 Oktober 2018 pukul 16.09 · Facebook for Android · 🧑🏻

Kesalahan adalah bukti bahwa kita pernah mencoba. Dari itu saya belajar bahwa yg terbaik tak harus yg sempurna, karna yg sempurna hanya milik-Nya. 😊

Afternoon 🌿



👍 265

3. Icha Ayu Pratiwi (MD)

Gambar 4.3

Etika Berkomunikasi Qaulan Maru'fan



Semarang.

8 Juni pukul 19.41 · 🧑🏻

Hidup itu seperti secangkir teh, bagaimana rasanya, tergantung bagaimana kamu meraciknya 😊



4. Adi Pamungkas

Gambar 4.4
Etika Berkomunikasi Qauln Ma'rufan

Adimungkas Erkanto

Orang akan tetap pandai selama ia masih terus belajar, bila ia berhenti belajar karena ia sudah merasa pandai, mulailah ia bodoh
#bacalahwatauseayat
#ngopisyahdu



5. Niswatu Rosyidah

Gambar 4.5
Etika Berkomunikasi Qauln Ma'rufan



6. Diah Arwaningsih

Gambar 4.6

Etika Berkomunikasi Qaulan Marufan

Diah Arwaningsih 😊 merasa penuh cinta bersama Nur Hasyim Maulidah Hunaifi dan 6 lainnya.



Aku tidaklah
semulia Khadijah,
tidak setaqwa Aisyah,
tidak setabah Fatimah,
bukan pula sekaya Balqis,
apalagi secantik Zulaikahah.
Aku hanyalah wanita
akhir zaman yang punya
cita-cita menjadi istri
yang Shalehah.

1 Agustus 2017 pukul 08.57 · Teman dari teman

👍❤️ 51 · Suka · Tanggapi · 1 Komentar ·

7. Naufal Labib

Gambar 4.7

Etika Berkomunikasi Qaulan Ma'rufan

Naufal Labib 😊 merasa bersyukur.

Allaaahumma sholi 'alaaaaa Muhaammaad...
Yaaa Robbi sholi 'alaaaa Muhaammaad...

24 Juli 2016 pukul 20.17 · Facebook for Android ·
Publik

Bagikan · Berita Lengkap · Simpan · Cari
Dukungan atau Laporkan Postingan

8. Hana Ni'matul Izzah

Gambar 4.8

Etika Berkomunikasi Qaulan Ma'rufan

Hana Ni'matul Izzah 😊 merasa StrOng.

Di balik derai air mata..,terselip Doa yg tak terucap...

#Be careful 😊 .

4 Juni 2016 pukul 15.40 · Publik

5 Komentar · Bagikan · Berita Lengkap · Simpan ·
Cari Dukungan atau Laporkan Postingan

9. Nuzumul Laeli

Gambar 4.9

Etika Berkomunikasi Qaulan Ma'rufan

Nuzumul Laelti

"Jika Allah menginginkan kebaikan untuk seseorang, ia akan memberikan ujian pada orang itu" (HR.Bukhari)

So, jangan berburuk sangka dengan takdir Allah, dan tetap tebarkan senyuman, karena senyuman mampu membuat segalanya lebih baik....



4 September pukul 22.27 · Teman

👍👎 52 · Suka · Tanggapi · 2 Komentar ·

10. Nur M Rifqi

Gambar 4.10
Etika Berkomunikasi Qaulan Ma'rufan



11. Rifat Kumaedi

Gambar 4.11
Etika Berkomunikasi Qaulan Ma'rufan



12. Alfin Nur Azmi

Gambar 4.12
Etika Berkomunikasi Qaulan Ma'rufan



13. Alfan Nur Azmi

Gambar 4.13
Bentuk Etika Berkomunikasi Qaulan Ma'rufan



14. M. Nizar Zulmi

Gambar 4.14
Bentuk etika Berkomunikasi Qaulan Ma'rufan



15. Naila Muna

Gambar 4.15
Bentuk Etika Berkomunikasi Qaulan Ma'rufan



16. Nikhlatur Nafi'ah

Gambar 4.16

Bentuk Etika Qaulan Ma'rufan

Nafika Nihla berada di Merbabu Mountain.

Maka nikmat Tuhan kamu " فَيَأْتِي آلَهُمْ وَيَكْفُرُوا كَيْدًا بَانَ " (QS. Ar-Rahman [55])
 pendakigunung#
 #merapimountain
 #merapinews
 #wargagunung
 #hadiahalam
 #astibatang



6 Juli 2018 pukul 11.04 · Facebook Lite · Publik

17. Ahmad Afandi

Gambar 4.17

Bentuk Berkomunikasi Qaulan Ma'rufan

Ah Fand

Niat pada bulan Mautid yg telah di ajarkan org2 sholih yg beraqidahkan ahli sunnah waljamaah at-asy'ariyah.

نوينا كما نوى مشايخنا وأسلافنا الصالحين في
 استقبال وعند دخول شهر ربيع الأول
 ودينا قراءة سيرة الحبيب صلى الله عليه وآله
 وسلم
 واتباعه ظاهرا وباطنا في كل الأحوال والأعمال
 وكثرة الصلاة عليه صلى الله عليه وآله وسلم

19 menit · Teman

Suka · Tanggapi · Komentari · Berita Lengkap ·
 Simpan ·
 Cari Dukungan atau Laporkan Postingan

18. Faisal Armarsyah

Gambar 4.18
Bentuk Etika Komunikasi Qaulan Marufan



19. Slamet Wibisono

Gambar 4.19
Bentuk Etika Berkomunikasi Qaulan Ma'rufan



20. Adam

Gambar 4.20
Bentuk Etika Berkmunikasi Qaulan Ma'rufan



21. Dina Fitri

Gambar 4.21
Bentuk Etika Berkomunikasi Qaulan Ma'rufan



BAB IV

ANALISIS ETIKA BERKOMUNIKASI MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN WALISONGO SEMARANG TINJAUAN KOMUNIKASI ISLAM

A. Analisis Data Menurut Milles dan Huberman

Sesuai dengan yang telah ditetapkan pada awal dalam menganalisis data, peneliti menggunakan teknik analisis kualitatif milik *Miles and Huberman* yang dibagi menjadi tiga tahap yaitu *data reduction* (reduksi data), *data display* (penyajian data) dan *conclusion drawing or verification* (penarikan kesimpulan). *Data reduction* (reduksi data) adalah mengambil, memilih dan merangkum hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya, hingga menyampai data yang pokok. *Data display* (penyajian data) adalah penyajian data dilakukan dengan teks yang bersifat naratif, grafik dan tabel, maksudnya merencanakan kerja berdasarkan apa yang telah dipahami. *Conclusion drawing or verification* adalah penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2012 : 246-253).

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari pola dan temanya. Data yang diperoleh dari lapangan dengan

jumlah yang cukup banyak sehingga peneliti mereduksi data sesuai dengan permasalahan yang terjadi. Narasumber yang dipilih peneliti sesuai dengan tujuan awal penelitian yaitu memilih narasumber yang menilai baik positif maupun negatif dengan jumlah 21 orang. Bentuk etika bermedia sosial mahasiswa ditinjau dari komunikasi Islam memiliki jawaban yang beragam, sehingga peneliti menggunakan kode untuk mempermudah dalam menganalisis. Berikut ini akan disajikan hasil reduksi sejumlah 18 pertanyaan dari 21 narasumber:

1. Apakah pertimbangan anda ketika menerima sebuah informasi?

Pertanyaan pertama, pertimbangan dalam menerima sebuah informasi. Narasumber yang berjumlah 21 orang beragam jawabannya yaitu “Keakuratan informasi”, “*tabayyun*” dan “informasi menarik”. Peneliti menggunakan kode dari jawaban yang telah disampaikan narasumber yaitu tepat dan tidak tepat. Hal ini dilakukan supaya dalam menganalisis lebih mudah karena jawaban sudah seragam.

2. Pernahkah anda memposting sebuah informasi hanya dikarenakan informasinya menarik?

Pertanyaan yang kedua, memposting informasi hanya dikarenakan informasinya menarik. Narasumber yang

berjumlah 21 orang beragam jawabannya yaitu “Pernah” dan “tidak Pernah”. Peneliti menggunakan kode dari jawaban yang telah disampaikan narasumber yaitu pernah dan tidak pernah. Hal ini dilakukan supaya dalam menganalisis lebih mudah karena jawaban sudah seragam.

3. Pernahkah anda mengidentifikasi fakta dan opini dalam menerima informasi?

Pertanyaan ketiga berkaitan dengan identifikasi fakta dan opini dalam menerima informasi. Diperoleh jawaban yang beragam dari narasumber yang berjumlah 21 orang. Berdasarkan jawaban yang telah penulis peroleh, maka peneliti menggunakan kode “Pernah” dan “Tidak Pernah” guna menyeragamkan dan mempermudah dalam menganalisis.

4. Seberapa sering anda meng-*update* status di media sosial?
Pertanyaan keempat yakni. Intensitas meng-*update* status di media sosial. Narasumber yang berjumlah 21 orang memiliki jawaban yang beragam. Peneliti menggunakan kode “Sering” dan “Jarang” karena kode tersebut mampu mewakili semua jawaban narasumber.
5. Pernahkah anda meluapkan perasaan di media sosial dan berapa intensitasnya?

Pertanyaan kelima, Intensitas meluapkan isi perasaan di media sosial *facebook*. Narasumber yang berjumlah 21 orang beragam jawabannya yaitu “Sering”, “Jarang”

dan “Tidak Pernah”. Peneliti menggunakan kode dari jawaban yang telah disampaikan narasumber yaitu sering, jarang, dan tidak pernah. Hal ini dilakukan supaya dalam menganalisis lebih mudah karena jawaban sudah seragam.

6. Pernahkah anda memposting informasi dengan bahasa asing dan seberapa sering intensitasnya?

Pertanyaan keenam, intensitas menggunakan bahasa asing dalam memposting informasi. Narasumber yang berjumlah 21 orang beragam jawabannya yaitu “Sering”, “Jarang” dan “Tidak Pernah”. Peneliti menggunakan kode dari jawaban yang telah disampaikan narasumber yaitu pernah dan tidak pernah, guna mempermudah dalam menganalisis.

7. Pernahkah anda mempertimbangkan bahasa serta kalimat yang digunakan ketika memposting sebuah informasi agar mudah dipahami seluruh pembaca?

Pertanyaan ketujuh, pertimbangan menggunakan bahasa serta kalimat yang baik saat memposting informasi di media sosial. Narasumber yang berjumlah 21 orang beragam jawabannya yaitu “Pernah” dan “Tidak Pernah”. Peneliti menggunakan kode dari jawaban yang telah disampaikan narasumber yaitu pernah dan tidak pernah guna mempermudah dalam menganalisis.

8. Apakah anda selalu yakin dengan informasi yang anda terima di media sosial?

Pertanyaan kedelapan, keyakinan dalam setiap informasi yang diterima. Narasumber yang berjumlah 21 orang beragam jawabannya yaitu “Iya” dan “Tidak”. Peneliti menggunakan kode dari jawaban yang telah disampaikan narasumber yaitu iya dan tidak, guna mempermudah dalam menganalisis.

9. Bagaimana cara anda meyakini bahwa informasi yang anda terima adalah benar?

Pertanyaan kesepuluh, cara meyakini kebenaran sebuah informasi. Narasumber yang berjumlah 21 orang beragam jawabannya yaitu “bertanya”, “identifikasi sumber” dan “membaca dengan seksama”. Peneliti menggunakan kode dari jawaban yang telah disampaikan narasumber yaitu tepat dan tidak tepat, Hal ini dilakukan supaya dalam menganalisis lebih mudah karena jawaban sudah seragam.

10. Pernahkah anda berdiskusi dengan orang lain ketika mendapati informasi kurang jelas? Seberapa sering intensitasnya?

Pertanyaan kesebelas, bertanya atau berdiskusi ketika mendapati informasi kurang jelas. Berikut ini jawaban dari beberapa narasumber yang hampir sama yaitu “pernah” dan “Tidak Pernah”. Peneliti menggunakan kode

dari jawaban yang telah disampaikan narasumber yaitu pernah dan tidak pernah, Hal ini dilakukan supaya dalam menganalisis lebih mudah karena jawaban sudah seragam.

11. Pernahkan anda memposting sesuatu informasi namun tidak selesai?

Pertanyaan kedua belas, memposting sesuatu namun tidak selesai. Narasumber yang berjumlah 21 orang beragam jawabanya yaitu “Sering”, “Pernah” dan “Tidak Pernah”. Peneliti menggunakan kode dari jawaban yang telah disampaikan narasumber yaitu pernah dan tidak pernah, Hal ini dilakukan supaya dalam menganalisis lebih mudah karena jawaban sudah seragam.

12. Materi apa saja yang biasanya anda posting?

Pertanyaan ketiga belas, materi apa saja yang biasanya diposting di media sosial *facebook*. Narasumber yang berjumlah 21 orang beragam jawabanya yaitu “Islami”, “Kesehatan”, “Politik”, “Sosial”. Peneliti menggunakan kode dari jawaban yang telah disampaikan narasumber yaitu Informasi Islami dan Informasi Umum, Hal ini dilakukan supaya dalam menganalisis lebih mudah karena jawaban sudah seragam.

13. Pernahkah anda memposting sebuah informasi namun akhirnya banyak komentar yang menimbulkan perdebatan sehingga saling menjatuhkan?

Pertanyaan keempat belas, memposting informasi yang yang menghasilkan perdebatan. Jawaban dari beberapa narasumber yang hampir sama yaitu “pernah” dan “tidak pernah”. Peneliti menggunakan kode dari jawaban yang telah disampaikan narasumber yaitu pernah dan tidak pernah. Hal ini dilakukan supaya dalam menganalisis lebih mudah karena jawaban sudah seragam.

14. Apakah anda menyeleksi akun di media sosial untuk anda ikuti?

Pertanyaan kelima belas, menyeleksi akun untuk diikuti. Jawaban dari beberapa narasumber yang hampir sama yaitu “pernah” dan “tidak pernah”. Peneliti menggunakan kode dari jawaban yang telah disampaikan narasumber yaitu pernah dan tidak pernah. Hal ini dilakukan supaya dalam menganalisis lebih mudah karena jawaban sudah seragam.

15. Akun apa yang anda sering ikuti dan dikonsumsi informasinya?

Pertanyaan keenam belas, akun yang sering diikuti dan dikonsumsi. Narasumber yang berjumlah 21 orang beragam jawabannya yaitu “kompas.com”, “detik.com”, “kumparan”, “merdeka.com”, “CNN Indonesia”, “liputan6.com”, “kompasiana”, dan “merdeka.com”. Peneliti menggunakan kode dari jawaban yang telah disampaikan narasumber yaitu tepat dan tidak tepat, Hal

ini dilakukan supaya dalam menganalisis lebih mudah karena jawaban sudah seragam.

16. Berapa sumber yang anda butuhkan untuk meyakini informasi itu benar?

Pertanyaan tujuh belas, jumlah sumber yang dibutuhkan untuk meyakini kebenaran informasi. Narasumber yang berjumlah 21 orang beragam jawabannya yaitu “satu sumber”, “dua sumber” dan “tiga sumber”. Peneliti menggunakan kode dari jawaban yang telah disampaikan narasumber yaitu satu sumber, dua sumber dan tiga sumber, Hal ini dilakukan supaya dalam menganalisis lebih mudah karena jawaban sudah seragam.

2. *Display Data (Penyajian Data)*

Penyajian data berfungsi untuk memudahkan, memahami apa yang terjadi. Pada langkah ini peneliti berusaha menyusun data yang relevan dari 21 narasumber, sehingga informasi yang didapatkan dapat menjawab masalah yang sedang dibahas peneliti. Peneliti membagi setiap data pertanyaan ke dalam kategori Etika Komunikasi Islam yang terdiri dari 6 komponen yaitu, *Qaulan saddidan*, *Qaulan balighan*, *Qaulan masyura*, *Qaulan syawira*, *Qaulan marufan* dan *Qaulan az-zur*.

Tabel 3.4
Penyajian Data

Variabel	Komponen	Indikator	Nomor Pertanyaan
Komunikasi Islam	1. <i>Qulan Sadida</i>	Faktual, jujur, teguh dengan pendirian.	1,2,3
	2. <i>Qaulan balihgha n</i>	Kesesuaiaan pesan dengan kebutuhan khalayak, komunikatif, <i>frame of reference</i> (kerangka referensi) dan <i>field of experince</i> (kerangka pengalaman)	4,5
	3. <i>Qaulan masyura</i>	Pesan menggunakan bahasa yang	6,7,8

		mudah dimengerti, singkat, padat dan jelas.	
	4. <i>Qaulan syawira</i>	Meminta pertimbangan, nasehat, bermusyawarah.	9,10,11
	5. <i>Qaulan Marufan</i>	Menimbulkan kebaikan, santun, bijaksan.	12,13,14
	6. <i>Qaulan az-zur</i>	Menghindari hal yang menyimpang, menyeleweng, kebohongan.	15,16,17

a. *Qaulan Saddidan*

Indikator dari *qaulan sadida* adalah faktual, jujur dan teguh dalam pendirian. Indikator tersebut terdapat pada pertanyaan nomor 1,2, dan 3. Pertanyaan nomor satu berkaitan tentang pertimbangan mereka ketika

memposting informasi. Berdasarkan kode yang telah penulis paparkan pada bagian reduksi data, maka diketahui bahwa sejumlah 11 informan telah memberikan jawaban secara tepat, dan 10 informan tidak tepat. Pertanyaan nomor dua adalah berkaitan dengan pernah tidaknya mereka memposting sebuah informasi hanya dikarenakan informasi tersebut menarik. Jawaban dari narasumber hampir sama. Diperoleh hasil bahwa 10 informan pernah dan 11 informan tidak pernah. Pertanyaan nomor tiga adalah mengenai pernah tidaknya informan mengidentifikasi fakta dan opini dalam menerima informasi. Sesuai pengkodean pada bagian reduksi, maka diberikan kode tepat dan tidak tepat. Dari jumlah 21 informan diperoleh hasil 11 informan pernah dan 10 informan tidak pernah.

b. *Qaulan balighan*

Indikator *qaulan balighan* adalah kesesuaian pesan dengan kebutuhan khalayak dan komunikatif. Indikator tersebut terdapat pada pertanyaan nomor 4 dan 5. Pertanyaan nomor 4 adalah seberapa sering mereka dalam membuat atau meng-*update* status di media sosial. Jawaban dari narasumber adalah hampir sama. Peneliti menggunakan kode dari jawaban yang telah disampaikan yaitu Sering dan Jarang. Sehingga berdasarkan wawancara yang telah peneliti lakukan diperoleh data sejumlah 8

orang sering dan 13 jarang. Pertanyaan nomor 5 adalah mengenai pernah tidaknya meluapkan perasaan di media sosial serta seberapa sering intensitasnya. 21 informan memiliki beragam jawaban. Namun berdasarkan pengkodean jawaban pada bagian reduksi, yakni peneliti membagi menjadi 2 kode yakni sering dan jarang. Berdasarkan hasil wawancara diperoleh hasil bahwa sejumlah 9 orang sering dan 12 orang jarang.

c. *Qaulan masyura*

Indikator dari *qaulan masyura* adalah pesan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti, singkat, padat dan jelas. Indikator tersebut terdapat pada pertanyaan nomor 6,7, dan 8. Pertanyaan nomor 6 adalah mengenai pernah tidaknya mereka memposting informasi dengan bahasa asing dan seberapa sering intensitasnya. Berdasarkan reduksi data pada bagian sebelumnya, peneliti menggunakan kode sering dan jarang. Dari hasil pengumpulan data, diperoleh hasil bahwa sebanyak 7 informan sering dan 14 informan jarang. Selanjutnya adalah pertanyaan ke 7 mengenai pernah tidaknya mempertimbangkan bahasa serta kalimat yang baik ketika memposting sebuah informasi agar mudah dipahami seluruh pembaca.

Jawaban dari narasumber adalah hampir sama.

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh hasil bahwa

sejumlah 12 informan pernah, dan 9 informan tidak pernah.

d. *Qaulan syawira*

Indikator dari *qaulan syawira* adalah meminta pertimbangan atau nasehat, bermusyawarah. Terdapat pada pertanyaan nomor 9,10 dan 11. Pertanyaan nomor 9 berkaitan dengan keyakinan terhadap informasi diterima. Berdasarkan kode yang telah penulis paparkan pada bagian reduksi data, maka diketahui bahwa sejumlah 5 informan menjawab ya dan 16 informan menjawab tidak. Pertanyaan nomor 10 adalah berkaitan dengan cara menyakini kebanara informasi. Berdasarkan kode yang telah penulis paparkan pada bagian reduksi data, maka diketahui bahwa 7 informan menjawab bertanya, 14 informan menjawab identifikasi sumber informasi. Pertanyaan nomor 11 berkaitan dengan intensitas bermusyawarah atau berdiskusi ketika mendapat informasi yang kurang jelas. Berdasarkan kode yang penulis paparkan pada bagian reduksi data, maka diketahui bahwa 17 informan menjawab sering dan 4 informan menjawab jarang.

e. *Qaulan Marufan*

Indikator dari *qaulan marufan* adalah Mengajak kepada kebaikan, santun, bijaksana terdapat pada nomer lima 12,13 dan 14. Pertanyaan nomor 12 berkaitan

memposting informasi namun tidak selesai. Berdasarkan kode yang penulis paparkan pada bagian reduksi data, maka diketahui bahwa 5 informan menjawab pernah dan 16 informan menjawab tidak pernah. Pertanyaan nomor 13 berkaitan dengan materi yang biasanya di posting di media sosial facebook. Berdasarkan kode yang penulis paparkan pada bagian reduksi data, maka diketahui bahwa 9 informan menjawab informasi islami dan 12 informan menjawab informasi umum. Pertanyaan nomor 14 berkaitan dengan memposting sebuah informasi namun akhirnya banyak komentar yang menimbulkan perdebatan sehingga saling menjatuhkan. Berdasarkan kode yang penulis paparkan pada bagian reduksi data, maka diketahui bahwa 11 informan menjawab pernah dan 10 informan menjawab tidak pernah.

f. *Qaulan Az-zur*

Indikator dari qulan az-zur adalah menghindari hal yang menyimpang, menyeleweng, kebohongan terdapat pada 15,16 dan 17. Indikator dari Pertanyaan nomor 15 berkaitan dengan penyeleksian akun di media sosial facebook. Berdasarkan kode yang penulis paparkan pada bagian reduksi data, maka diketahui bahwa 13 informan mengatakan iya dan 8 informan mengatakan tidak. Pertanyaan nomor 16 berkaitan dengan akun yang sering diikuti di media sosial facebook. Berdasarkan kode yang

penulis paparkan pada bagian reduksi data, maka diketahui bahwa 21 informan menjawab tepat dan 0 informan menjawab tidak tepat. 17 Pertanyaan nomor tiga berkaitan dengan jumlah sumber informasi untuk menyakini kebenaran informasi. Berdasarkan kode yang penulis paparkan pada bagian reduksi data, maka diketahui bahwa 8 informan menjawab satu sumber, 10 informan menjawab dua sumber dan 3 informan menjawab tiga sumber.

3. *Conclusion Drawing or Verification* (Penarikan Kesimpulan)

Langkah terakhir dari analisis data dalam penelitian kualitatif ini adalah penarikan kesimpulan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan berupa deskripsi suatu obyek yang sebelumnya belum terlihat jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas.

- a. Kesimpulan etika bimedia sosial Mahasiswa berdasarkan tinjauan *Qaulan sadida* terdapat pada pertanyaan nomer 1.2.3.
 - a). Pertanyaan nomer kesatu, berkaitan dengan pertimbangan dalam memposting sebuah informasi. Pertanyaan berkaitan dengan “pertimbangan dalam memposting sebuah informasi” Sebagaimana diperoleh hasil persentase jawaban “Tepat” sebanyak

11 dengan persentase 48% dan “Tidak Tepat” sebanyak 10 dengan persentase 52%”, maka hasil keseluruhan adalah hasil maksimal, yaitu 21 narasumber (100%).

b) Pertanyaan kedua, berkaitan dengan memposting sebuah informasi hanya dikarenakan informasi tersebut menarik. . Sebagaimana diperoleh hasil persentase “pernah” sebanyak 10 dengan persentase (48%)” dan “tidak pernah” sebanyak 11 dengan presentase (52%)”. Maka hasil keseluruhan adalah hasil maksimal, yaitu 21 narasumber (100%).

c) pertanyaan ketiga, berkaitan dengan identifikasi fakta dan opini dalam menerima informasi. diperoleh hasil persentase “pernah” sebanyak 10 dengan persentase (55%)” dan “tidak pernah” sebanyak 11 dengan presentase (45%)”. Maka hasil keseluruhan adalah hasil maksimal, yaitu 21 narasumber (100%).

b. Kesimpulan etika bermedia sosial mahasiswa berdasarkan tinjauan *Qaulan baliigha* terdapat pada nomer 4 dan 5

a) Pertanyaan nomer 4, berkaitan dengan intensitas update status di media sosial. Dengan hasil persentase “sering” sebanyak 13 narasumber dengan persentase (38%)” dan “jarang” sebanyak dengan persentase (62%)”. Maka hasil keseluruhan adalah maksimal, yaitu 21 narasumber (100%).

- b) Pertanyaan nomer 5, berkaitan dengan intensitas meluapkan perasaan di media sosial. Dengan hasil persentase “sering” sebanyak 9 narasumber dengan persentase (43%)” dan “jarang” sebanyak 11 dengan persentase (57%)”. Maka hasil keseluruhan adalah maksimal, yaitu 21 narasumber (100%).
- c. Kesimpulan etika bermedia sosial mahasiswa berdasarkan tinjauan *qaulan masyura* terdapat pada nomer 6.7.8
 - a) Pertanyaan keenam, berkaitan dengan intensitas memposting di media sosial dengan bahasa asing. Dengan hasil persentase “Sering” sebanyak 7 dengan persentase (33%)” dan “Jarang” sebanyak 14 dengan persentase (67%)”. Maka hasil keseluruhan adalah maksimal, yaitu 21 narasumber (100%).
 - b) Pertanyaan ketujuh, berkaitan dengan pertimbangan menggunakan bahasa serta kalimat yang baik ketika memposting sebuah informasi. Sebagaimana diperoleh hasil persentase “pernah” sebanyak 12 dengan persentase (57%)” dan “tidak pernah” sebanyak 9 dengan persentase (43%)”. Maka hasil keseluruhan adalah maksimal, yaitu 21 narasumber (100%).
- d. Kesimpulan etika bermedia sosial mahasiswa berdasarkan tinjauan *qaulan syawira* terdapat pada pertanyaan nomer 9.10.11

- a) Pertanyaan kesembilan, narasumber selalu yakin terhadap informasi yang diterima di media sosial. Dengan hasil persentase “Ya” sebanyak 5 narasumber dengan persentase (24%)” dan “tidak” sebanyak 16 narasumber dengan presentase (76%)”. Maka hasil keseluruhan adalah maksimal, yaitu 21 narasumber (100%).
- b) Pertanyaan kesepuluh, berkaitan dengan cara meyakini kebenaran informasi. Dengan hasil persentase jawabab “Bertanya” sebanyak 7 narasumber dengan persentase (33%)” dan “Identifikasi Sumber Informasi” sebanyak 14 narasumber dengan presentase (67%)”. Maka hasil keseluruhan adalah maksimal, yaitu 21 narasumber (100%).
- c) Pertanyaan kesebelas, berkaitan dengan intensitas berdiskusi dengan orang lain ketika mendapati informasi kurang jelas. Sebagaimana diperoleh hasil persentase “pernah” sebanyak 17 dengan persentase (81%)” dan “tidak pernah” sebanyak 4 dengan presentase (19%)”. Maka hasil keseluruhan adalah maksimal, yaitu 21 narasumber (100%).
- e. Kesimpulan etika bermedia sosial mahasiswa berdasarkan tinjauan *qualan marufan* terdapat pada pertanyaan nomer 12.13.14

- a) Pertanyaan kedua belas, berkaitan dengan pemostingan informasi namun tidak selesai. Dengan hasil persentase “pernah” sebanyak 5 dengan persentase 24%” dan “tidak” sebanyak 16 dengan persentase (76%)”. Maka hasil keseluruhan adalah maksimal, yaitu 21 narasumber (100%).
 - b) Peretanyaan ketiga belas, berkaitan dengan materi yang biasanya diposting narasumber. Dengan hasil persentase “informasi islami” sebanyak 9 dengan persentase (43%)” dan “informasi umum” sebanyak 12 dengan persentase (76%)”. Maka hasil keseluruhan adalah maksimal, yaitu 21 narasumber (100%).
 - c) Pertanyaan keempat belas, berkaitan dengan memposting sebuah informasi namun akhirnya banyak komentar yang menimbulkan perdebatan sehingga saling menjatuhkan. Dengan hasil persentase “pernah” sebanyak 11 narasumber dengan persentase (52%)” dan “tidak pernah” sebanyak 10 narasumber dengan persentase (48%)”. Maka hasil keseluruhan adalah maksimal, yaitu 21 narasumber (100%).
- f. Kesimpulan etika bermedia sosial mahasiswa berdasarkan tinjauan *qaulan az-zur* terdapat pada pertanyaan nomer 15.16.17

- a) Pertanyaan kelima belas, berkaitan dengan menyeleksi akun di media sosial untuk diikuti. Dengan hasil persentase “Iya” sebanyak 13 narasumber dengan presentase (62%)” dan “tidak” sebanyak 8 narasumber dengan persentase (38%)”. Maka hasil keseluruhan adalah maksimal, yaitu 21 narasumber (100%).
- b) Pertanyaan keenam belas, berkaitan dengan akun yang sering diikuti dan dikonsumsi narasumber. Dengan hasil persentase “tepat” sebanyak 21 dengan presentase (100%)” dan “tidak tepat” sebanyak 0 dengan persentase (0%)”. Maka hasil keseluruhan adalah maksimal, yaitu 21 narasumber (100%).
- c) Pertanyaan ketujuh belas, berkaitan dengan jumlah sumber yang dibutuhkan narasumber untuk meyakini kebenaran informasi. Dengan hasil persentase jawaban “satu sumber” sebanyak 8 narasumber dengan presentase (100%)”, “dua Sumber” sebanyak 10 narasumber dengan presentase (48%), dan “Tiga Sumber” sebanyak 3 narasumber dengan presentase (14%). Maka hasil keseluruhan adalah maksimal, yaitu 21 narasumber (100%).

B. Analisis Etika Berkomunikasi Melalui Facebook Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang di Tinjau dari Etika Komunikasi Islam

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 6 komponen yaitu *Qaulan sadida*, prinsip kejujuran untuk mengatakan kebenaran sesuai fakta. *Qaulan marufa*, prinsip mengajak ke nilai yang baik (dakwah). *Qaulan balighan*, prinsip kesesuaian pesan dengan kebutuhan khalayak. *Qaulan masyuran*, Prinsip menyajikan pesan yang sesuai dengan aqidah Islam. *Qaulan syawira*, prinsip bermusawarah atau mempertimbangan pendapat orang lain dan dan *qaulan az-zur* (menghindari kata bohong)

1. Analisis Etika Berkomunikasi Melalui Facebook Mahasiswa Berdasarkan Tinjauan *Qaulan Sadida*

Qaulan sadida, istilah ini memiliki pembicaraan yang benar, jujur, (*straight to the point*), lurus tidak bohong dan tidak berbelit-belit (Rahmat 1994: 77) melalui prinsip ini seorang muslim tidak akan berbicara secara dusta, atau *lahw al-hadis* atau *al fik*. Istilah pertama berarti kebohongan atau cerita palsu. Sedangkan istilah kedua berarti palsu atau gosip, melalui prinsip ini

pula kita akan terbimbing untuk tidak melakukan kebohongan publik.

- . Pertanyaan pertama mengenai sikap *qaulan sadida*, narasumber ketika diwawancarai mengenai “Apakah pertimbangan anda ketika memposting sebuah informasi?” salah satu narasumber dengan kode A menjawab keakuratan sebuah informasi

“Untuk menghindari hoax, keakuratan sebuah informasi sangat penting” (wawancara dengan narasumber kode A tanggal 1 Agustus 2019).

Pendapat yang berbeda dilontrakan oleh narasumber dengan kode B, ia mengatakan bertabyyun sebelum sebelum memposting informasi.

“Bertabayyun dulu, mikir-mikir dulu, apalagi sekarang musimnya berita hoax” (wawancara dengan narasumber kode B tanggal 1 Agustus 2019).

Pertanyaan kedua mengenai sikap *qaulan sadida*, narasumber ketika diwawancarai mengenai “Pernahkah anda memposting sebuah informasi hanya dikarenakan informasi tersebut menarik?” salah satu narasumber

dengan kode S menjawab pernah, dengan dibuat story *facebook*

“Pernah mas, biasanya dibuat story” (wawancara dengan narasumber kode S tanggal 1 Agustus 2019).

Kemudian narasumber dengan berkode R berpendapat bahwa tidak pernah, memposting informasi harus teliti

“Tidak pernah mas, karena memposting informasi harus teliti” (wawancara dengan narasumber kode R tanggal 1 Agustus 2019).

Pertanyaan ketiga mengenai sikap *qaulan sadida*, narasumber ketika diwawancarai mengenai “ pernahkah anda mengidentifikasi fakta dan opini dalam menerima informasi?” salah satu narasumber yang berkode P berpendapat pernah, membaca informasi harus memilah dan milih fakta.

“Ya pernah, karena sebelum kita meebagikan informasi sebelumnya kita harus memilah terlebih dahulu apakah informasi tersebut nyata adanya atau hanya guroan saja” (wawancara dengan narasumber kode P tanggal 1 Agustus 2019).

Berbeda dengan narasumber berkode O, ia menjawab tidak pernah langsung membaca tanpa mengidentifikasi sebuah informasi.

“Tidak pernah, saya lansung membaca, jarang mengidentiffikasi sebuah informasi” (wawancara dengan narasumber kode O tanggal 1 Agustus 2019).

Berdasarkan hasil wawancara dari 21 narasumber, sebagian besar narasumber sudah melaksanakan etika berkomunikasi dengan *prinsip qaulan sadida*, karena jawaban dari nasumber sudah sesuai dengan indikator *qaulan sadida* yaitu Faktual, jujur, teguh dengan pendirian.

2. Analisis Etika Berkomunikasi Melalui Facebook Mahasiswa Berdasarkan Tinjauan *Qaulan Baligha*

Qaulan baligha, prinsip ini mengandung arti fasih, jelas maknanya terang dan tepat dalam mengungkapkan apa yang dikehendaki, melalu prinsip ini seorang muslim akan berbicara efektif. Akan berbicara sesuai dengan kapasitas kemampuan *frame of reference* (kerangka referensi) dan *field of experince* (kerangka pengalaman) orang yang diajark bicara. Dengan begitu apa yang dibicarakan akan nyambung dan diterima oleh orang yang diajak bicara.

Pertanyaan pertama mengenai sikap *qaulan baligha*, Narasumber ketika diwawancarai mengenai ” Seberapa sering anda mengupdate status di media sosial *facebook*?” salah satu narasumber dengan kode Q

menjawab sering, dalam berbagi atau membuat status sendiri.

“Sering, 4 kali sehari, baik berbagi atau membuat status sendiri” (wawancara dengan narasumber kode Q tanggal 1 Agustus 2019).

Kemudian narasumber yang berkode U menjawab sering, minimal 4 kali sehari.

“Sering, ya kemungkinan empat kali sehari” (wawancara dengan narasumber kode U tanggal 1 Agustus 2019)

Berbeda dengan jawaban yang dilontarkan oleh narasumber yang berkode P, ia menjawab update status sesuai dengan kebutuhan.

“Sering, Ya kemungkinan empat kali sehari” (wawancara dengan narasumber kode P tanggal 1 Agustus 2019)

Pertanyaan kedua mengenai sikap *qaulan sadida*, narasumber ketika diwawancarai mengenai “Pernahkah anda meluapkan perasaan di media sosial dan seberapa intensitasnya?”, salah satu narasumber dengan kode T menjawab, jarang, karena khalayak medsos berbeda-beda, takut salah persepsi.

“Jarang, karena khalayak medsos berbeda, takut salah persepsi” (wawancara dengan narasumber kode T tanggal 1 Agustus 2019)

Kemudian narasumber yang berkode U menjawab jarang, takut berdampak pada citra diri.

“Jarang banget, takut berdampak negatif bagi citra diri saya” (wawancara dengan narasumber kode T tanggal 1 Agustus 2019)

Berdasarkan hasil wawancara dari 21 narasumber, sebagian besar narasumber sudah melaksanakan etika berkomunikasi dengan prinsip *qaulan balighan* karena jawaban dari narasumber sudah sesuai dengan indikator *qaulan balighan* yaitu kesesuaian pesan dengan kebutuhan khalayak dan komunikatif.

3. Analisis Etika Berkomunikasi Melalui Facebook Mahasiswa Berdasarkan Tinjauan *Qaulan Maysura*

Secara etimologis kata *maysura* berasal dari kata *yasara* yang artinya mudah dan gampang. Digabung dengan kata *qaulan* menjadi *qaulan maysura* berarti berkata dengan mudah dan gampang. Berkata dengan mudah maksudnya kata-kata yang digunakan mudah dicerna, mudah dimengerti dan mudah dipahami oleh komunikan. Prinsip ini berarti perkataan yang mudah dimengerti dan menyenangkan perasaan. Melalui prinsip

ini komunikator ditekankan untuk memperhatikan diksi (pilihan kata) yang tepat dalam menyampaikn sesuatu sehingga mudah dipahami oleh komunikan. Dalam kaidah diksi dijelaskan bahwa ketepatan memilih kata - kata juga harus mempertimbangkan kesesuaian kata dengan lingkungan pemakai, terutama yang berkaitan dengan nilai-nilai sosial tertentu. Nilai sosial erat hubungannya dengan kesantunan berbahasa dalam kehidupan bermasyarakat (Keraf. 2002: 24).

Pertanyaan pertama mengenai sikap *qaulan masyura*, narasumber ketika diwawancarai mengenai ” Pernahkah anda memposting dengan bahasa asing, dan seberapa sering itensitasnya?”. salah satunya narasumber dengan kode I menjawab tidak pernah, karena tidak memahamkan khalyak luas.

“Sama sekali tidak pernah, takut tidak memahamkan” (wawancara dengan narasumber kode I tanggal 1 Agustus 2019).

Sedangkan pendapat yang sama dilontarkan oleh narasumber dengan kode T, mengatakan, jarang, karena bahasa indonesia lebu memahamkan khalayak.

“Jarang, karena update status lebih baik pake bahsa nasional, jadi semua paham.” (wawancara dengan narasumber kode T tanggal Agustus 2019).

Berbeda dengan kedua narasumber di atas, narasumber dengan kode Q mengatakan pernah pake bahasa Inggris atau bahasa Arab.

“Pernah, seringnya pake dua bahasa asing yaitu Arab dan Inggris” (wawancara dengan narasumber kode Q tanggal 1 Agustus 2019).

Pertanyaan kedua mengenai sikap *qaulan masyura*. narasumber ketika diwawancarai mengenai “Pernahkah anda mempertimbangkan bahasa serta kalimat yang digunakan ketika memposting sebuah informasi agar dipahami pembaca?, salah satunya narasumber dengan kode G menjawab mempertimbang, untuk mencegah hoax.

“Pastinya itu, penting banget untuk mencegah hoax” (wawancara dengan narasumber kode G tanggal 1 Agustus 2019).

Sedangkan pendapat yang sama dilontarkan oleh narasumber dengan kode I, mengatakan, mempertimbangkan, diksi bila ambigu bisa salah persepsi.

“Iya mempertimbangkan, salah satunya diksi, bila ambigu, bisa salah persepsi” (wawancara dengan narasumber kode I tanggal 1 Agustus 2019).

Berbeda dengan kedua narasumber di atas, narasumber dengan kode B mengatakan tidak pernah, hanya asal menulis dalam membuat status.

“Tidak pernah, saya hanya asal menulis dalam membuat status “(wawancara dengan narasumber kode B tanggal 1 Agustus 2019)

Berdasarkan hasil wawancara dari 21 narasumber, sebagian besar narasumber sudah melaksanakan etika berkomunikasi dengan prinsip *qaulan masyura* karena jawaban narasumber sudah sesuai dengan indikator yaitu *qaulan masyura* yaitu pesan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti, singkat, padat dan jelas.

4. Analisis Etika Berkomunikasi Melalui Facebook Mahasiswa Berdasarkan Tinjauan *Qaulan Syawira*

Kata *syawira* berasal dari kata *syara*, yang bermakna mengambil madu, meminta pendapat, pertimbangan, bermusyawarah. (Munawwir, 2007: 750). Maka dengan demikian *qaulan syawira* dapat berarti sebagai suatu kegiatan untuk mencari kesepakatan yang benar, dimana dengan mempertimbangkan segala pendapat yang diutarakan, selanjutnya diambil sebuah keputusan yang tepat.

Pertanyaan pertama mengenai sikap *qaulan Syawira*, Narasumber diwawancarai mengenai “apakah anda

selalu yakin dengan informasi yang anda terima di media sosial?” Salah satu narasumber dengan kode A menjawab tidak, harus identifikasi informasi

“Tidak mas, harus diidentifikasi” (wawancara dengan narasumber kode A tanggal 1 Agustus 2019).

Senada dengan narasumber dengan kode A, narasumber dengan kode B mengatakan bertabayun terhadap informasi yang diterima.

“Tidak mas, biasanya saya bertabayun” (wawancara dengan narasumber kode B tanggal 1 Agustus 2019).

Pertanyaan kedua mengenai sikap *qaulan syawira*. narasumber ketika diwawancarai mengenai “Bagaimana cara anda meyakini bahwa informasi yang anda terima adalah benar? Salah satu narasumber dengan kode L menjawab mencari sumber lain yang dapat dipercaya.

“Mencari referensi lain mas, dengan sumber terpercaya” (wawancara dengan narasumber kode L tanggal 1 Agustus 2019).

Sedangkan pendapat yang sama dilontarkan oleh narasumber dengan kode A, ia menjawab bertanya kepada pihak penyebar informasi.

“Bertanya kepada pihak penyebar informasi mas, supaya jelas” (wawancara dengan narasumber kode A tanggal 1 Agustus 2019).

Pertanyaan ketiga mengenai sikap *qaulan syawira*. narasumber ketika diwawancarai mengenai “Pernahkah anda berdiskusi dengan orang lain ketika mendapati informasi kurang jelas ? seberapa sering intensitasnya?, Salah satu narasumber dengan kode C menjawab sering, bertanya kepada teman ketika mendapat informasi tidak jelas.

“Sering mas, kalau bertanya kepada teman mengenai ketidakjelasan informasi” (wawancara dengan narasumber kode C tanggal 1 Agustus 2019).

Senada dengan narasumber dengan kode C, narasumber dengan kode G mengatakan sering, biasanya dengan teman pondok.

“Hampir selalu mas, itu dengan teman pondok biasanya” (wawancara dengan narasumber kode G tanggal 1 Agustus 2019).

Berdasarkan hasil wawancara dari 21 narasumber, sebagian besar narasumber sudah melaksanakan etika berkomunikasi dengan prinsip *qaulan syawira* karena jawaban sudah sesuai dengan indikator *qaulan syawira* yaitu meminta pertimbangan, nasehat, bermusyawarah.

5. Analisis Etika Berkomunikasi Melalui Facebook Mahasiswa Berdasarkan Tinjauan *Qaulan Marufan*

Qaulan ma'rufan bermakna pembicaraan yang bermanfaat yang menimbulkan kebaikan nasehat. sebagai muslim yang beriman perkataan seorang muslim harus terjaga dari perkataan yang tersia-sia, menyejukan hati bagi orang yang mendengarkannya. (Kholil, 2007: 2) sedangkan menurut Jalaluddin Rahmat (1996: 24) berarti pembicaraan yang menimbulkan pengetahuan, mencerahkan pemikiran, menunjukkan pemecahan terhadap kesulitan kepada orang yang lemah, jika kita tidak dapat membantu secara material, kita harus dapat membantu secara Psikologi.

Pertanyaan pertama mengenai sikap *qaulan marufa*. narasumber ketika diwawancarai mengenai “Pernah anda pernah memposting informasi namun tak selesai?”. Salah satu narasumber dengan kode L mengatakan tidak pernah, memposting informasi harus tuntas

“Tidak pernah mas, memposting informasi haru sampai tuntas” (wawancara dengan narasumber kode L tanggal 1 Agustus 2019).

Senada dengan narasumber dengan kode L , narasumber dengan kode H mengatakan tidak pernah, memposting informasi harus dengan kehati-hatian.

“ Tidak pernah, harus hati-hati dalam memposting” (wawancara dengan narasumber kode H tanggal 1 Agustus 2019).

Pertanyaan kedua mengenai sikap *qaulan marufa*. narasumber ketika diwawancarai mengenai “Materi apa saja yang biasanya anda posting?”, Salah satu narasumber dengan kode M menjawab motivasi diri dan islami.

“Motivasi diri dan islami mas” (wawancara dengan narasumber kode M tanggal 1 Agustus 2019).

Senada dengan narasumber dengan kode L , narasumber dengan kode Q menjawab islami dan dakwah.

“Islami dan dakwah mas” (wawancara dengan narasumber kode Q tanggal 1 Agustus 2019)

Pertanyaan ketiga mengenai sikap *qaulan marufa*. narasumber ketika diwawancarai mengenai “Pernahkah anda memposting sebuah informasi namun akhirnya banyak komentar yang menimbulkan perdebatan sehingga saling menjatuhkan? Salah satu narasumber dengan kode C menjawab pernah dan tidak menanggapi secara berlebih.

“pernah mas, tapi saya tidak menanggapi seacara berlebih, berusaha memahami” (wawancara dengan narasumber kode C tanggal 1 Agustus 2019).

Sedangkan pendapat yang sama dilontarkan oleh narasumber dengan kode M, ia menjawab pernah, postingan berhubungan dengan politik

“pernah mas seringnya pas memposting informasi yang berkaitan dengan ranah politik” (wawancara dengan narasumber kode M tanggal 1 Agustus 2019).

Berdasarkan hasil wawancara dari 21 narasumber, sebagaimana besar narasumber sudah melaksanakan etika berkomunikasi dengan prinsip *qaulan marufan* karena jawaban narasumber sudah sesuai dengan indikator *qaulan marufan* yaitu Menimbulkan kebaikan, santun, bijaksana.

6. Analisis Etika Berkomunikasi Melalui Facebook Mahasiswa Berdasarkan Tinjauan *Qaulan Az-Zur*

Kata *az-zur* mempunyai arti menyimpang, menyeleweng, kebohongan, sementara *qaulan az-zur* bermakna dusta atau bohong (Munawwir, 2007: 592). Sedangkan menurut As-Suyuthi dan al-Mahalli *qaula az-zur* mengandung pengertian yaitu sumpah palsu, dan sumpah palsu ini sebanding dengan perbuatan syirik karena syirik merupakan seburuk-buruk kedustaan dan kebohongan (As-Suyuti, 2004: 122). Maka dari itulah, Al-Quran mengarahkan kaum muslim agar selalu berkata

benar dan menjahui kata dusta. Karena berkat jujur dan benar akan menciptakan kemaslahatan bagi semua orang. Sebaliknya kebohongan dan kedustaan akan menciptakan malapetaka bagi umat manusia.

Pertanyaan pertama mengenai sikap *qaulan az-zur*. narasumber diwawancarai mengenai “apakah anda menyelesaikan akun di media sosial untuk anda ikuti? ” salah satu narasumber dengan kode E menjawab iya, karena ingin mengetahui kredibilitas akun

“Iya mas, tujuannya untuk mencari kredibilitas akun” (wawancara dengan narasumber kode E tanggal 1 Agustus 2019). Satu nanda dengan narasumber dengan kode E, narasumber dengan kode K menjawab iya dan mengikuti akun yang terpercaya.

“Iya, akun yang terpercaya yang saya ikuti” (wawancara dengan narasumber kode K tanggal 1 Agustus 2019).

Pertanyaan kedua mengenai sikap *qaulan az-zur*. narasumber diwawancarai mengenai ”Akun apa yang anda sering ikuti dan konsumsi informasinya?”, salah satu narasumber dengan kode J menjawab kumparan dan kompas.com.

“kumparan dan kompas.com”(wawancara dengan narasumber kode J tanggal 1 Agustus 2019).

Sedangkan pendapat yang sama dilontarkan oleh narasumber dengan kode U, ia menjawab Kompas.com dan Merdeka.com

“Kompas.com dan Merdeka.com”(wawancara dengan narasumber kode U tanggal 1 Agustus 2019).

Pertanyaan kedua mengenai sikap *qaulan az-zur*. narasumber diwawancarai mengenai “Berapa sumber yang anda butuhkan untuk meyakini informasi itu benar?”, “?”, salah satu narasumber dengan kode I menjawab lebih dari satu sumber, bertujuan memperkuat kepercayaan”

“Lebih dari dari satu sumber mas, tujuannya untuk memperkuat kredibilitas”(wawancara dengan narasumber kode I tanggal 1 Agustus 2019).

Senada dengan narasumber dengan kode I , narasumber dengan kode G menjawab dua sumber, bertujuan untun meyakinkan kebenaran informasi”

“Dua sumber mas, untuk meyakinkan kebenaran informasi” ”(wawancara dengan narasumber kode I tanggal 1 Agustus 2019).

hasil wawancara dari 21 narasumber, sebagian besar narasumber sudah melaksanakan etika berkomunikasi dengan prinsip *qaulan az-zur* karena jawaban narasumber

sudah sesuai dengan indikator yaitu menghindari hal yang menyimpang, menyeleweng, kebohongan.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan terhadap 21 narasumber mengenai pelaksanaan etika berkomunikasi melalui facebook tinjauan komunikasi Islam dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Dakwah dan komunikasi UIN walisongo Semarang mayoritas sudah melaksanakan komunikasi perspektif Islam di media sosial, yang meliputi *qaulan sadida* (berkata jujur) *qaulan baligha* (memperhatikan kondisi khalayak), *qaulan masyura* (memperhatikan diksi), *qaulan syawira* (bermusyawarah), *qaulan marufa* (berkata baik) dan *qaulan az-zur* (menghindari kata bohong).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusalan masalah yang peneliti kaji dalam penelitian ini yaitu bagaimana bentuk etika bermedia sosial Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo tinjauan komunikasi Islam. Pada bab-bab yang sudah dipaparkan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa etika bermedia sosial Mahasiswa Fakultas Dakwah dan komunikasi UIN Walisongo Semarang di tinjau dari etika komunikasi Islam sebagai berikut:

1. Mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi UIN Walisongo Semarang sudah melaksanakan prinsip *qaulan sadidan* dalam bermedia sosial. Hal tersebut sebagaimana hasil analisis yang telah penulis paparkan pada bab sebelumnya. Mahasiswa mempertimbangkan informasi yang diterima, tidak asal memposting informasi hanya karena informasi tersebut menarik tanpa bertabayyun terlebih dahulu, serta mengidentifikasi fakta dan opini pada informasi atau berita yang diterima.
2. Mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi UIN Walisongo Semarang sudah melaksanakan prinsip *qaulan baligha* dalam bermedia sosial. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil yang menunjukkan bahwa mahasiswa

memiliki intensitas yang lebih rendah untuk mengupdate status atau meluapkan perasaannya di media sosial.

3. Mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi UIN Walisongo Semarang sudah melaksanakan prinsip *qaulan masyura* dalam bermedia sosial. Meski pernah menggunakan bahasa asing, mahasiswa lebih memilih menggunakan bahasa Indonesia dalam memposting status di media sosial. Disamping itu mereka juga mempertimbangkan kalimat yang digunakan agar mampu dipahami oleh pembaca.
4. Mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi UIN Walisongo Semarang sudah melaksanakan prinsip *qaulan Syawira* dalam bermedia sosial. Mahasiswa tidak langsung menerima informasi yang diterima tanpa melakukan tabayyun. Adapun cara yang ditempuh berbeda, ada yang identifikasi sumber dan diskusi.
5. Mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi UIN Walisongo Semarang sudah melaksanakan prinsip *qaulan ma'rufa* dalam bermedia sosial. Materi yang diposting antara lain informasi umum dan islami. Mahasiswa dalam memposting juga memperhatikan materi yang ditulis sehingga tidak membingungkan pembaca. Selain itu juga bisa bermanfaat bagi pembaca.
6. Mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi UIN Walisongo Semarang sudah melaksanakan prinsip *qaulan*

azzura dalam bermedia sosial. mahasiswa selalu menyeleksi akun yang hendak dikonsumsi. Mereka memilih akun kredibel untuk diikuti. Adapun ketika mendapatkan informasi, mereka membutuhkan lebih dari satu sumber untuk meyakinkan bahwa informasi tersebut adalah benar.

B. Saran-saran

1. Saran bagi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang untuk meningkatkan keikutsertaan kegiatan literasi media, baik di dalam kampus atau di luar kampus, sehingga akan meningkatkan kecakapan dalam menggunakan media sosial.
2. Saran bagi civitas akademik kampus UIN Walisongo Semarang untuk meningkatkan kegiatan literasi media melalui organisasi intra kampus seperti BEM (Badan Eksekutif Mahasiswa), HMJ (Himpunan Mahasiswa Jurusan) UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) guna meningkatkan pengetahuan, kecakapan dan ketrampilan Mahasiswa UIN Walisongo Semarang dalam menggunakan media sosial.

C. Penutup

Syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan kehadiran Illahi Rabbi, atas berkat dan rahmatNya penulis mampu menyelesaikan karya tulis ilmiah berupa skripsi ini. Penulis menyadari karena keterbatasan pengetahuan dan juga

kemampuan tentu dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik saran yang membangun untuk skripsi ini senantiasa penulis harapkan.

Kepada semua pihak yang telah banyak membantu terselesaikannya skripsi ini, penulis ucapkan terimakasih. Semoga karya sederhana ini mampu memberikan manfaat kepada peneliti khususnya dan para pembaca pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amril, 2002. *Etika Islam*. Pekanbaru: LSFK2P
- Ardial, 2014. *Paradigma dan Model Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Arikunto, S 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan praktik*. Jakarta. PT
- Bertens, K. 2003. *Keprihatinan Moral : Telaah atas Masalah Etika*. Yogyakarta: penerbit kasinus.
- Djantnika, R. 1996. *Sistem Ethika Islam*. Jakarta. Pustaka Panjimas
- Fauzi, A. 2009. *Panduan Praktis Menguasai Faceook*. Surabaya: PT Indah Suarabaya
- Kementrian Agama. 2010. *Al Qur'an dan Terjemah*. Bandung :Syamil Quran
- Kriyanto, Rachmat. 2010. *Riset Komunikasi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kurniali.,S. *Step by Step Facebook*. Jakarta: Elek Media Komputindo.
- Rakhmat, J. 2001. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sutanta, E. 2013.*Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta : Graha Ilmu.
- Morrisan, dkk. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Musyafak, Najahan. 2015. *Islam dan Ilmu Komunikasi*. Semarang: CV. Karya Abdi Jaya
- Purwanto, N. 1997. *Prinsip-prinsip dan Teknik Evaluasi Pengajaran*: PT. Remaja Rosdakarya
- Hafied, C. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Hanurawan, F. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grafindo.
- Nasrullah, R. 2015. *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Nasution, S. 2003. *Metode Research, Cet.VI*. Jakarta: Bumi Aksara

- Prastowo, A. 2016. *Memahami Metode-Metode Penelitian*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media.
- Rony, T. 2012. *Komunikasi Politik Pada Era Multimedia*. Bandung : Simbiosia
- Sugiono, 2011. *Metode Peneliti Kuantitatif, Kualitatif, dan R&*. Bandung: Alfabeta.
- Sudiono A. 1996. *Pengantar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Vera, N. 2016. *Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Wahyono, T. 2016. *Etika Komputer*. Yogyakarta: Andi Offset Rineka cipta.

Draft Wawancara

Etika Berkomunikasi Melalui Facebook Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang (Tinjauan Komunikasi Islam)

Komponen Etika	Indikator	Pertanyaan
1. <i>Qaulan saddidan</i>	Faktual, jujur, teguh, dalam pendirian	<ul style="list-style-type: none">- Apakah pertimbangan anda ketika memposting sebuah informasi?- Pernahkah anda memposting sebuah informasi hanya dikarenakan informasi tersebut menarik?- Pernahkah anda mengidentifikasi fakta dan opini dalam menerima informasi?
2. <i>Qaulan balihghhan</i>	kesesuaian pesan dengan kebutuhan khalayak, komunikatif	<ul style="list-style-type: none">- Seberapa sering anda mengupdate status di media sosial?- Pernahkah anda meluapkan perasaan di media sosial dan berapa

		intensitasnya?
3. <i>Qaulan masyuran</i>	pesan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti, singkat, padat dan jelas	<ul style="list-style-type: none"> - Pernahkah anda memposting informasi dengan bahasa asing dan seberapa sering intensitasnya? - Pernahkah anda mempertimbangkan bahasa serta kalimat yang digunakan ketika memposting sebuah informasi agar mudah dipahami seluruh pembaca?
4. <i>Qaulan syawira</i>	Meminta pertimbangan atau nasehat, bermusyawarah	<ul style="list-style-type: none"> - Apakah anda selalu yakin dengan informasi yang anda terima di media sosial? - Bagaimana cara anda meyakini bahwa informasi yang anda terima adalah benar? - Pernahkah anda berdiskusi dengan orang lain ketika mendapati

		informasi kurang jelas ? seberapa sering intensitasnya?
5. <i>Qaulan marufan</i>	mengajak kepada kebaikan, santun, bijaksana	<ul style="list-style-type: none"> - Pernahkah anda pernah memposting informasi namun tak selesai? - Materi apa saja yang biasanya anda posting? - Pernahkah anda memposting sebuah informasi namun akhirnya banyak komentar yang menimbulkan perdebatan sehingga saling menjatuhkan?
6. <i>Qaulan az zur</i>	Menghindari hal menyimpang, menyeleweng, kebohongan	<ul style="list-style-type: none"> - Apakah anda menyeleksi akun di media sosial untuk anda ikuti? - Akun apa yang anda sering ikuti dan konsumsi informasinya? - Berapa sumber yang anda butuhkan untuk meyakini informasi itu

		benar?
--	--	--------

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Iqbal Shamiago
Tempat / Tanggal Lahir : Brebes, 31 Agustus 1995
NIM : 1401026087
Alamat Rumah : Ds. Kubangwungu RT 07 RW
03 Kec. Ketanggungan Kab.
Brebes Jawa Tengah.

Pendidikan Formal

- MI Iqbal Muta'alimin Lulus Tahun 2008
- MTS N 01 Ketanggungan Lulus Tahun 2011
- SMA N 01 Ketanggungan Lulus Tahun 2014
- UIN Walisongo Semarang Lulus Tahun 2019

Pengalaman Organisasi

- PMII UIN Walisongo Semarang
- KPMDB Walisongo

Demikian daftar riwayat hidup pendidikan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan harap maklum adanya.

Semarang, 15 Oktober 2019

Penulis

Iqbal Shamiago
1401026087