

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan dari teknologi informasi dan komunikasi yang semakin meningkat ini, tentunya kian mempengaruhi proses komunikasi pada manusia, kehadiran media digital, tentunya lambat laun menggantikan peran komunikasi manusia yang dahulunya hanya menggunakan media konvensional. Salah satu bentuk media digital yang sudah menjadi bagian komunikasi dari manusia saat ini ialah media sosial. Di media sosial, setiap orang memiliki akun pribadi yang dapat digunakan untuk menyebarkan informasi, memberikan komentar, maupun beradu argumentasi dengan akun lainnya. Menurut perspektif Habermas, ruang publik adalah arena dimana setiap individu berhak masuk dan berbicara tanpa tekanan dari individu lain.¹

Seiring perkembangan teknologi seperti dalam penjelasan di atas, dakwah dapat dilakukan dengan berbagai cara dan menggunakan berbagai platform media. Dakwah pada zaman sekarang ini tidak hanya dilakukan pada saat tertentu, seperti acara pengajian, atau acara-acara hari besar Islam. Dakwah juga tidak hanya dilakukan di tempat-tempat tertentu seperti masjid, *majlis ta'lim* maupun tempat ibadah muslim lainnya. Perkembangan media tanpa batas tempat dan waktu memungkinkan dakwah agar dapat dilakukan dimana dan kapan saja.

¹Tuty Mutiah, dkk, *Etika Komunikasi dalam Menggunakan Media Sosial*, Vol. 1 No. 1 2019, Desember 2019, ISSN 2085 – 6636, EISSN 2655 – 5328, hal. 15.

Modernisasi membawa perubahan yang kompleks bagi kehidupan masyarakat. Salah satunya pada aspek informasi dan komunikasi yang beriringan dengan mode interaksi dan relasi sosial. Kemajuan yang begitu pesat, di bidang komunikasi menciptakan beragam inovasi, gagasan, dan ide yang bertujuan untuk mempermudah dalam melakukan proses komunikasi. Perkembangan teknologi ini membuat komunikasi manusia menjadi lebih mudah dan efektif. Teknologi komunikasi yang memudahkan manusia untuk memproduksi pesan dalam berbagai bentuk dan disebarkan dalam berbagai platform digital.²

Hadirnya kecanggihan yang dimiliki *smartphone* dari berbagai merk membuat manusia tidak bisa lepas dari telepon genggam. Perkembangan teknologi juga merambah ke dunia internet, media sosial merupakan platform digital yang sangat digemari masyarakat. Dengan sarana media yang ada saat ini kita dihadapkan berbagai pilihan untuk mengakses atau menyampaikan informasi, salah satunya adalah media sosial. Sosial media dapat memenuhi kebutuhan untuk banyak orang.³ Dengan media sosial seperti facebook, instagram, twitter, tiktok, dan youtube kita bisa terhubung dengan dunia luar sehingga kita dapat mengetahui apa yang terjadi di lingkungan sekitarnya.

Saat ini hampir sebagian orang dapat saling berbagi informasi dan berkomunikasi dengan menggunakan media sosial. Harold D. Laswell

² Maya Sandra Rosita Dewi, *Islam dan Etika Islam Bermedia*, Vol 3, Number 1, Januari 2019, P- ISSN: 2550-0171, E- ISSN: 2580-5819, hal. 139.

³ Zida Zakiyatul Husna dan Abdul Muhid, *Perkembangan Dakwah Melalui Media Sosial Instagram*, Ath-Thariq, Vol. 05, No. 02, Juli-Desember 2021, hal. 198.

mengatakan fungsi media dibagi menjadi tiga. Pertama, media memiliki fungsi sebagai pemberi informasi untuk publik luas tentang hal-hal yang berada di luar jangkauan penglihatan mereka. Kedua, media berfungsi melakukan seleksi, evaluasi, dan interpretasi atas informasi yang diperoleh. Ketiga, media berfungsi menyampaikan nilai dan warisan sosial-budaya kepada masyarakat.⁴ Dari penjelasan tersebut, fungsi media tidak hanya digunakan sebagai sarana untuk menyebarkan dan mendapatkan informasi, akan tetapi memberikan interpretasi atas informasi dan menyebarkan nilai budaya.

Dari sekian banyak media sosial yang paling cepat pertumbuhannya adalah *Twitter* karena *twitter* memanjakan pelanggannya dengan informasi tepat guna yang menampilkan informasi trending atau viral. *Twitter* adalah sebuah situs web yang dimiliki dan dioperasikan oleh *Twitter Inc* yang dibentuk pada tahun 2006 oleh Jack Dorsey. Menurut Setyani dalam Irwansyah mengatakan bahwa *twitter* merupakan salah satu jejaring sosial yang paling mudah digunakan, karena hanya memerlukan waktu yang singkat tetapi informasi yang disampaikan dapat langsung menyebar secara luas.⁵

Twitter memiliki unsur-unsur yang mirip dengan surat elektronik (email), instant messenger, pesan singkat (SMS), blogging, RSS, jejaring sosial, dan sebagainya terlebih memberikan informasi tepat guna yang

⁴ Haryatmoko, *Etika Komunikasi: Manipulasi Media, Kekerasan dan Pornografi* (Yogyakarta: Kanisius, 2007), hal. 11

⁵ Syailendra Reza Irwansyah Rezeki, dkk, *Penggunaan Sosial Media Twitter dalam Komunikasi Organisasi (Studi Kasus Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dalam Penanganan Covid-19)*, *Journal Of Islamic And Law Studies*, Vol. 4 No. 2 Desember 2020. pp. 63-78, hal. 66.

menampilkan informasi trending atau viral, karena itulah *twitter* dengan cepat mengambil perhatian masyarakat Indonesia, remaja khususnya kebanyakan isi dalam *Twitter* adalah hal-hal pribadi dimana seseorang berbagi cerita, opini aktivitasnya, kepada orang-orang pilihan. Penggunaan *Twitter* umumnya berlangsung saat terjadinya peristiwa-peristiwa populer. merupakan salah satu jejaring media sosial yang populer digunakan masyarakat di Indonesia. Kelebihan tagar yang dimiliki *Twitter* membuat media massa menjadikannya sebagai sumber mengangkat isu hangat, membantu memperoleh kemudahan dalam mencari, menemukan, dan membahas topik tertentu.⁶

Berbagai informasi maupun isu-isu bertebaran di Twitter, mulai dari isu yang biasa hingga isu yang sedang kontroversial yang dapat mengundang terjadinya perbincangan publik yang kesemuanya dapat menggiring opini sejumlah pihak, namun sebagian kelompok menjadikan ruang publik demokratis tersebut menjadi tempat untuk saling caci bahkan menjatuhkan pihak lainnya dan delegitimasi. Perlunya etika komunikasi dalam berinteraksi dengan pengguna twitter lainnya.

Ciri dari media sosial twitter yang masih dianggap bebas dalam memberikan pendapat mengakibatkan adanya pesan yang tidak terkontrol dan dengan mudah tersebar luas ke berbagai masyarakat digital yang memicu para politisi berkompetisi dalam menggiring opini publik. Bukan hanya berita

⁶ Tuty Mutiah, dkk, *Etika Komunikasi Dalam Menggunakan Media Sosial*, Vol. 1 No. 1 2019, Desember 2019, ISSN 2085 – 6636, EISSN 2655 – 5328, hal. 16

positif, pada twitter juga terdapat berita bohong (*hoax*) maupun berita palsu (*fake news*).

Komunikasi yang dilakukan dalam media sosial dalam hal ini adalah twitter tentu tidak selalu memakai bahasa yang baku, atau bahasa yang sesuai dengan ejaan yang disempurnakan (EYD) bahasa Indonesia, ini menyebabkan banyaknya pengguna media sosial ini mengabaikan aspek nilai, norma dan etika berkomunikasi. Hal ini memungkinkan friksi yang mungkin terjadi diantara pengguna media sosial sebagai aplikasi chat baik personal maupun kelompok yang menghasilkan sebuah komunikasi yang tidak efektif.

Selanjutnya, dalam menggunakan media sosial memang harus beretika sehingga akan ada standar penilaian untuk menentukan media sosial yang baik atau buruk, yang benar atau salah, dan yang tepat atau tidak tepat. Karena ini berimbas pada rendahnya etika dan moral masyarakat. Etika dalam penggunaan media sosial juga harus dijaga, agar mendapatkan hal baik dan positif, minimal sebagai hiburan dan sumber informasi faktual. Kemajuan teknologi dan arus globalisasi yang marak membuat kebudayaan timur dan norma-norma kesantunan memudar. Hal ini berimbas pada rendahnya etika dan moral masyarakat, bahkan bukan kesantunan bahasa yang terjalin melainkan ujaran kebencian yang dapat merusak kerukunan dan persatuan bangsa Indonesia.

Dalam perpektif Islam, komunikasi yang baik adalah komunikasi yang sesuai dengan kaidah agama, nilai-nilai yang terkandung dalam Al-Quran dan Hadits. Kaitan antara nilai etis dengan norma yang berlaku sangat erat. Selain

agama sebagai asas kepercayaan atau keyakinan masyarakat, ideologi juga menjadi tolok ukur norma yang berlaku. Memilih kata dalam berkomunikasi juga perlu di perhatikan agar sebuah kegiatan atau tindakan membentuk dan menyelaraskan kata dalam kalimat dengan tujuan untuk mendapatkan kata yang paling tepat dan sanggup mengungkapkan konsep atau gagasan yang dimaksudkan oleh pembicara ataupun penulis. Pelanggaran terhadap etika yang berlaku, bukan hanya akan merugikan seseorang yang melakukan perbuatan, tetapi juga akan membahayakan atau merugikan orang lain, baik individu maupun secara kolektif.⁷

Mencermati pemberitaan media sosial di tanah air, tentunya tidak lepas dari *public figure* yang menyampaikan gagasan mereka tentang isu yang sedang hangat. Karena pada dasarnya *public figure* dapat mempengaruhi opini publik, dalam hal ini para pengguna twitter, atau bisa disebut dengan istilah *virtual opinion leader*. Twitter menjadi salah satu sarana yang dipakai masyarakat dalam menyampaikan opini mereka atas kebijakan pemerintah ataupun membicarakan terkait kondisi politik di Indonesia. Pro dan kontra tentu menjadi hal yang sudah terbiasa dalam hal tersebut.

Ada salah seorang *public figure* yang seringkali membuat ramai jagad twitter atas cuitan yang bersifat kontroversial dan selalu mengundang kegaduhan. Dia bernama Denny Siregar, seorang pegiat media sosial yang namanya disorot karena tolak jabatan komisaris tawaran dari Menteri BUMN Erick Thohir. Melalui akun *twitter* @Dennysiregar7 seringkali denny

⁷ Maya Sandra Rosita Dewi, *Islam dan Etika Islam Bermedia*, Vol 3, Number 1, Januari 2019, P- ISSN: 2550-0171, E- ISSN: 2580-5819, hal. 143

mengangkat isu yang sedang hangat, baik itu tentang politik, agama, kebijakan pemerintah, pendidikan, fenomena yang sedang viral, dan lain sebagainya. Namun, banyak netizen beranggapan bahwa denny sebenarnya adalah seorang aktor pemain politik. Penulis menganggap, bahwa postingan ataupun twitt pada kolom komentar dari akun twitter @Dennysiregar7 sangat memicu terjadinya kegaduhan pada jagad twitter dan bersifat provokatif. Berikut salah satu contoh postingan pada akun @Dennysiregar7 yang dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 1. Postingan di twitter @Dennysiregar7

Dalam ajaran agama Islam, telah banyak kita dapatkan bahwa seseorang dilarang untuk mengumpat dan menceritakan aib orang lain, mengadu domba, merasa paling hebat atau sombong, mencaci-maki, dan lain sebagainya. Jadi,

seseorang tidak diperbolehkan mencari keburukan orang lain atau kelompok serta menggunjingnya. Hal ini dapat menimbulkan keributan dan menyinggung, bahkan menyakiti perasaan orang lain. Oleh karenanya permasalahan yang dirumuskan adalah bagaimana etika komunikasi akun twitter @Dennysiregar7 dalam perspektif Islam. Dengan demikian etika komunikasi menjadi sangat penting ketika berkomunikasi dalam sebuah media sosial khususnya *twitter*. Diharapkan dengan adanya penelitian ini, mampu dijadikan gambaran maupun petunjuk bagi pengguna internet ataupun masyarakat umum dalam mengonsumsi media sosial (*twitter*).

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk membahas sebuah penelitian tentang pandangan islam terhadap etika komunikasi dengan judul "*Analisis Isi Etika Komunikasi Verbal Publik Figur Pada Akun Media Sosial Twitter @Dennysiregar7 dalam Pandangan Islam*".

B. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini jelas dan demi menghindari kesalahpahaman, maka penulis perlu membuat batasan masalah guna menghindari meluasnya pembahasan yang akan dilaksanakan. Pembatasan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah analisis isi etika komunikasi verbal pada akun twitter @Dennyiregar7 dalam pandangan media sosial dan pandangan Islam. Adapun cuitan-cuitan Denny Siregar peneliti batasi dari tahun 2022 sampai 2023 yang terdapat sebanyak 10 cuitan tentang isu-isu politik yang bertentangan dengan etika komunikasi media sosial dan Islam.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana analisis isi etika komunikasi verbal publik figur pada akun media sosial twitter @Dennyiregar7 dalam pandangan media sosial?
2. Bagaimana analisis isi etika komunikasi verbal publik figur pada akun media sosial twitter @Dennyiregar7 dalam pandangan Islam?

D. Penegasan Istilah

Agar tidak terjadi salah penafsiran istilah atau kesalahpahaman tentang judul penelitian ini, maka peneliti memberikan batasan-batasan serta ruang lingkup peneliti supaya lebih mudah dipahami dan dimengerti. Terdapat beberapa hal yang perlu dijelaskan, sebagai berikut:

1. Etika Komunikasi

Kata etika secara etimologi (bahasa) berasal dari kata *ethos* (bahasa Yunani). Bentuk tunggal kata *ethos* memiliki arti tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, perasaan, dan cara berpikir. Dalam bentuk jamak, *ta etha* berarti adat kebiasaan. Etika sering juga disebut dengan etik. Etik merupakan pencerminan dari pandangan masyarakat mengenai apa yang baik dan yang buruk, serta membedakan perilaku atau sikap yang dapat diterima dengan apa yang ditolak guna mencapai kebaikan dalam kehidupan bersama.⁸

⁸ Maya Sandra Rosita Dewi, *Islam dan Etika Islam Bermedia, Op. Cit*, hal. 141

Menurut Ditha Prasanti dan Sri Seti Indriani, etika merupakan sebuah teori tentang perbuatan manusia, yang ditimbang menurut baik dan buruknya atau sebuah ilmu yang menyelidiki mana yang baik dan mana yang buruk, dengan memperhatikan akal pikiran.⁹ Dengan demikian etika komunikasi adalah ilmu yang memperhatikan baik buruknya cara berkomunikasi. Etika komunikasi memperhatikan kejujuran dan terusterang, keharmonisan hubungan, pesan yang tepat, menghindari kecurangan, konsistensi antara pesan verbal maupun non-verbal serta memperhatikan apakah para komunikator memotong suatu pembicaraan atau tidak.

2. Komunikasi Verbal

Secara etimologi, Komunikasi berasal dari kata “*communis*” yang dalam bahasa Latin berarti sama, yaitu sama makna dan arti. Menurut Munawwir Nasir, komunikasi adalah proses penyampaian pesan tertentu oleh seseorang kepada orang lain; atau untuk mempengaruhi seseorang baik langsung secara lisan, ataupun tidak langsung secara media sehingga terjadi perubahan sikap, pendapat atau perilaku.¹⁰ Selanjutnya komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan simbol atau kata-kata, baik yang dinyatakan secara oral atau lisan maupun tulisan.¹¹ Lambang verbal

⁹ Ditha Prasanti dan Sri Seti Indriani, *Etika Komunikasi Dalam Media Sosial bagi Ibu-Ibu PKK di Desa Mekarmukti Kab. Bandung*, Vol.10/No.01/April 2017 - Profetik Jurnal Komunikasi, hal. 25

¹⁰ Munawwir Nasir, *Etika dan Komunikasi dalam Bisnis: Tinjauan Al-Qur'an, Filosofis dan Teoretis, Cetakan Pertama*. (Makasar: CV. Social Politic Genius, 2019), hal. 25

¹¹ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), hal, 95.

adalah semua lambang yang digunakan untuk menjelaskan pesan-pesan dengan memanfaatkan kata-kata (bahasa). Komunikasi verbal ini dapat dilangsungkan dengan kata-kata seperti: menggunakan tulisan, surat, buku, majalah, Koran, dan lain-lain.¹² Adapun komunikasi verbal dalam penelitian ini adalah komunikasi dengan menggunakan kata-kata yang dimuat di akun media sosial *twitter* @Dennyiregar7

3. Media Sosial *Twitter*

Twitter adalah situs micro blogging yang dioperasikan oleh Twitter, Inc. Disebut micro blogging karena situs ini memungkinkan penggunanya mengirim dan membaca pesan seperti blog pada umumnya. Pesan tersebut dinamakan tweet, yaitu teks tulisan sebanyak 140 karakter yang ditampilkan pada halaman profil pengguna.¹³ *Twitter* adalah suatu jaringan sosial yang dilambangkan serupa dengan burung sebagai kicauan atau pesan untuk menerima atau memberikan informasi secara *up to date* dengan detail yakni: tanggal, waktu dan zona tercantumkan dikronologi *twitter* sesuai pesan yang disajikan pada saat itu, yang dimaksud dengan kicauan adalah teks tulisan.¹⁴ Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *twitter* merupakan sebuah situs web yang menawarkan jejaring sosial berupa mikroblog sehingga memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan yang disebut kicauan (*tweets*)

¹²Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, hal. 341.

¹³Taufiq Rahman, *Pengertian Media Sosial Twitter* (Bandung: Jaya Pustaka, 2016), 14.

¹⁴Maya Sandra Rosita Dewi, *Islam dan Etika Islam Bermedia, Op. Cit*, hal. 143

4. @Dennyiregar7

Penggiat media sosial tentunya sudah tidak asing lagi dengan Denny Siregar yang selalu memberikan komentar dan kritikan melalui akun Twitter @Dennysiregar7. Tak jarang, banyak juga cuitan-cuitan kontroversi yang diunggahnya di akun media sosialnya. @Dennyiregar7 merupakan akun twitter milik public figure bernama Denny Siregar dengan 1.5 juta *followers*. Denny Siregar memiliki nama asli Denny Zulfikar Siregar. Tempat kelahirannya di Medan, 3 Oktober 1973, berkewarganegaraan Indonesia. Keturunan Batak dengan nama Ayah Nawir Siregar. Akun media sosial aktif miliki pribadinya beralamat di Twitter: @Dennysiregar7, YouTube: Denny Siregar, Instagram: @dennysirregar.¹⁵

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah sebagaimana telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah

1. Mengetahui tentang analisis isi etika komunikasi verbal publik figur pada akun twitter @Dennyiregar7 dalam pandangan media sosial.
2. Mengetahui tentang analisis isi etika komunikasi verbal publik figur pada akun twitter @Dennyiregar7 dalam pandangan Islam.

F. Kegunaan Penelitian

Setiap penelitian pasti memiliki makna dan manfaat baik yang terkait dengan pengembangan ilmu pengetahuan yang dicermati maupun manfaat

¹⁵ <https://www.ayobandung.com/umum/pr-794168587/>, diakses pada tanggal 24 Agustus 2023.

untuk kepentingan praktis bagi peneliti, sekurang-kurangnya memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Peneliti memiliki tujuan dan kegunaan tertentu, secara umum tujuan penelitian untuk menggambarkan, membuktikan, mengembangkan, menemukan, dan menciptakan. Menggambarkan berarti mendeskripsikan apa yang terjadi pada objek yang diteliti. Membuktikan berarti dengan adanya data yang diperoleh, peneliti bisa membuktikan adanya keraguan informasi, teori dan lainnya. Mengembangkan berarti memperdalam, memperluas, dan menyempurnakan pengetahuan, teori dan lainnya sehingga menjadi efektif dan efisien. Menemukan berarti mendapatkan sesuatu yang belum diketahui kemungkinan hilang atau dan masih terpendam. Menciptakan berarti membuat sesuatu yang sebelumnya belum pernah ada.

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi pemikiran tentang public figure dan etika komunikasi verbal di media sosial. Selain itu juga diharapkan bisa menjadi sumbangsih pemikiran dalam menambah khazanah keilmuan bagi penulis maupun pihak-pihak yang berkaitan.

2. Kegunaan Praktis

Setiap kegiatan penelitian, diharapkan dapat bermanfaat bagi individu maupun lembaga. Dengan diketahuinya hasil penelitian ini, semoga bisa memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Bagi pengguna media sosial secara umum, terkhusus masyarakat Indonesia untuk dijadikan sebagai acuan dalam menjaga etika komunikasi verbal di media sosial.
- b. Bagi peneliti dapat dijadikan bahan kajian penelitian lebih lanjut dan mendalam tentang permasalahan yang terkait.

G. Kerangka Teori

Agar penelitian ini berdasar sesuai dengan teori-teori para tokoh dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, maka kali ini penulis akan menjelaskan lebih rinci tentang teori-teori dan pengertian-pengertian kalimat yang digunakan dalam penelitian ini secara terperinci dan mendalam yang berdasarkan pada teori para tokoh. Adapun kerangka teoretik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Konsepsi Etika Komunikasi

a. Pengertian Etika Komunikasi

Secara Etimologi Etik berasal dari Bahasa Yunani Ethos (dalam bentuk tunggal arti: tempat tinggal, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, perasaan cara berpikir).¹⁶ Bahasa Indonesia etika adalah ilmu pengetahuan tentang asas-asas akhlak.¹⁷ Sejalan dengan pendapat tersebut menurut Kees Bertens dalam Munawwir Nasir menyebutkan secara lebih detail bahwa term etika memiliki dua

¹⁶ Hastuti Mulang, *Buku Ajar Etika Komunikasi Bisnis, Cetakan Pertama*, (Purbalingga: Ureka Media Aksara, 2022), hal. 1

¹⁷ Nurul Islam dan Muh. Aswad, *Filsafat Etika Komunikasi dan Islam, Cetakan Pertama*, (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2023), hal. 20

makna, yaitu “*Ethos*” yang bermakna bentukan tunggal; dan “*Ta Etha*” yang bermakna bentukan jamak yang berarti kebiasaan, akhlak, atau watak.¹⁸ Dalam Islam, etika dipahami sebagai akhlak. Di mana secara bahasa (etimologi), akhlak merupakan bentuk jamak dari *khuluq* (*khuluqun*) yang artinya budi pekerti, perangai, tingkah laku, atau tabi’at.¹⁹

Menurut Maya Sandra Rosita Dewi mengatakan bahwa etika merupakan pencerminan dari pandangan masyarakat mengenai apa yang baik dan yang buruk, serta membedakan perilaku atau sikap yang dapat diterima dengan apa yang ditolak guna mencapai kebaikan dalam kehidupan bersama. Etika menyangkut nilai-nilai sosial dan budaya yang telah disepakati masyarakat sebagai norma yang dipatuhi bersama.²⁰

Selanjutnya adalah kata komunikasi. Secara etimologi, Komunikasi berasal dari kata “*communis*” yang dalam bahasa Latin berarti sama, yaitu sama makna dan arti. Komunikasi dalam bahasa Arab diistilahkan *alaitisal* dan padangannya di dalam Al-Qur’an ialah pernyataan.²¹ Menurut Mahdi dan Masdudi mengatakan bahwa

¹⁸ Munawwir Nasir, *Etika dan Komunikasi dalam Bisnis: Tinjauan Al-Qur’an, Filosofis dan Teoretis*, Op. Cit, hal. 27.

¹⁹ Rifma Ghulam Dzaljad, dkk, *Etika Komunikasi: Sebuah Paradigma Integratif*, Cetakan I, (Yogyakarta: GRAMASURYA, 2022), hal. 6.

²⁰ Maya Sandra Rosita Dewi, *Islam dan Etika Islam Bermedia*, Op. Cit, hal. 141

²¹ Ali Nurdin, dkk, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Cetakan I, (Surabaya: IAIN Sunan Ampel, 2013), hal. 6

komunikasi berasal dari kata Latin yaitu *Cum*, kata depan yang berarti dengan dan bersama dengan, dan *unus*, yaitu kata bilangan yang berarti satu. Dari kedua kata itu terbentuk kata benda *communio* yang dalam bahasa Inggris menjadi *communion* dan berarti kebersamaan, persatuan, persekutuan, gabungan, pergaulan, hubungan.²² Hal tersebut dapat dipahami dalam penjelasan Q.S. Ar-Rahman ayat 4 yang berbunyi:

عَلَّمَهُ الْبَيَانَ

Artinya: Mengajarnya pandai berbicara. (Q.S. Ar-Rahman: 4)²³

Ayat di atas menjelaskan bahwa manusia diberikan petunjuk oleh Allah SWT untuk berkomunikasi dengan baik sehingga dapat menerangkan maksud dari sesuatu. Selanjutnya, secara terminologi komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi di antara individu melalui sistem lambang-lambang, tanda-tanda atau tingkah laku.²⁴ Menurut Karyaningsih, komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja. Tidak terbatas bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal tapi juga dalam bentuk ekspresi muka, lukisan dan teknologi.²⁵

²² Mahdi dan Masdudi, *Membangun Relasi Komunikasi Keluarga dalam Membentuk Sikap Sosial Remaja*, Jurnal edueksos Vol. VIII No. 2, Desember 2019, hal. 104.

²³ Kementerian Pendidikan Republik Indonesia, *Mushaf Al-Azhar: Al-Qur'an dan Terjemah*, (Jakarta: Kementerian Pendidikan RI, 2010), hal, 573

²⁴ Zuwirna, *Dasar-Dasar Komunikasi, Cetakan Pertama*, (Jakarta: Kencana, 2020), hal. 5

²⁵ Ponco Dewi Karyaningsing, *Ilmu Komunikasi, Cetakan I*, (Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, 2018), hal. 3.

Sejalan dengan pendapat di atas, komunikasi menurut Fahrudin Yusuf mengatakan bahwa komunikasi adalah penyampaian pikiran oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan).²⁶ Menurut Siregar, dkk komunikasi dapat diartikan mengadakan pembicaraan dengan mengirimkan dan menerima pesan yang melibatkan dua orang atau lebih dalam mencapai kesamaan pemahaman dengan menggunakan cara berkomunikasi yang biasa melalui lisan, tulisan maupun sinyal-sinyal non verbal.²⁷

Menurut Achmad Mucharam, komunikasi merupakan sebuah proses, yaitu rangkaian peristiwa ketika dua orang atau lebih saling bertukar informasi, dalam konteks hubungan antarpribadi, kelompok, organisasi, dan masyarakat sehingga mengarah pada saling pengertian diantara mereka, meski kadang terjadi distorsi, namun terbuka peluang adanya umpan balik.²⁸

Oleh karena itu berdasarkan pengertian komunikasi yang dikemukakan para ahli tersebut dapat diidentifikasi beberapa unsur komunikasi, yaitu:

- 1) Satu orang atau seseorang mengirimkan pesan, biasanya disebut komunikator

²⁶ Muhammad Fahrudin Yusuf, *Buku Ajar: Pengantar Ilmu Komunikasi untuk Perguruan Tinggi Keagamaan Islam dan Umum, Cetakan I*, (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2021), hal. 7.

²⁷ Robert Tua Siregar, dkk, *Komunikasi Organisasi, Cetakan Pertama*, (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021), hal. 3

²⁸ Achmad Mucharam, *Membangun Komunikasi Publik Yang Efektif, Vol. Xxvii No.1 April 2022, Issn: 1978-6972*, hal. 74.

- 2) Seseorang, kelompok, publik atau massa, biasanya disebut komunikasikan
- 3) Pesan yang dipertukarkan
- 4) Efek atau pengaruh
- 5) Umpan balik
- 6) Gangguan (*Noise*)

Dalam proses komunikasi, unsur gangguan, dianggap sebagai unsur yang disfungsi. Artinya, unsur tersebut memberikan konsekuensi-konsekuensi yang tidak relevan dengan keseluruhan unsur yang ada dalam suatu sistem tindak komunikasi. Jadi ketika komunikasi dilihat sebagai suatu sistem maka unsur-unsurnya merupakan satu kesatuan yang memberi konsekuensi-konsekuensi yang relevan dalam mencapai tujuan komunikasi. Oleh karena itu, perlu diantisipasi munculnya gangguan oleh pelaku komunikasi agar tindak komunikasi yang dilakukan bisa berhasil

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa etika komunikasi merupakan suatu rangkuman istilah yang mempunyai pengertian tersendiri, yakni norma, nilai, atau ukuran tingkah laku yang baik dalam kegiatan komunikasi di masyarakat. Pada dasarnya komunikasi dapat berlangsung secara lisan maupun tertulis. Secara lisan dapat terjadi secara langsung (tatap muka), maupun dengan menggunakan media telepon. Berdasarkan pengertian tersebut, apabila etika dan komunikasi diimplementasikan dalam hubungan sosial, dapat

disimpulkan bahwa etika komunikasi islam adalah tata cara berkomunikasi yang sesuai dengan nilai moral dalam menilai benar atau salah perilaku manusia dan disampaikan dengan mengandung unsur ilahiah, baik dalam bentuk hubungan manusia dengan Allah Swt dan manusia dengan manusia sehingga mengarahkan manusia kepada kemaslahatan dunia dan akhirat.

b. Tujuan Etika Komunikasi

Dalam kaitannya dengan komunikasi, etika komunikasi mencakup segala nilai dan norma yang menjadi standar dan acuan setiap orang dalam berkomunikasi dengan orang lain. Etika komunikasi menilai mana yang tindakan komunikasi yang baik dan buruk berdasarkan standar yang berlaku. Sehingga adanya etika komunikasi adalah untuk mencegah terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan, seperti kesalah-pahaman, perselisihan, pertengkaran, dan lain-lain. Menurut Muchtar, penggunaan etika dalam komunikasi bertujuan untuk menyampaikan informasi dengan tepat, membangun relasi yang baik, sebagai bentuk sopan santun, bagian dari rasa saling menghormati/menghargai orang lain.²⁹

Menurut Budi Prihatminingtyas, tujuan etika komunikasi adalah sebagai berikut:

²⁹ Muhammad Ilham Muchtar, dkk, *Analisis Prinsip Komunikasi Islami dalam Membangun Keluarga Harmonis Menurut Alqur'an*, ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Vol.2, No.10, September 2023, hal. 49

- 1) Membantu individu atau kelompok dalam masyarakat untuk bertindak secara bebas tapi dapat dipertanggung-jawabkan.
- 2) Membantu individu atau kelompok dalam masyarakat untuk dapat mengambil sikap atau tindakan secara tepat.
- 3) Menciptakan rasa saling menghormati dan menghargai.³⁰

c. Fungsi Etika Komunikasi

Penggunaan etika dalam komunikasi bertujuan untuk menyampaikan informasi dengan tepat, membangun relasi yang baik, sebagai bentuk sopan santun, bagian dari rasa saling menghormati/menghargai orang lain. Adapun manfaat etika komunikasi adalah sebagai berikut:

- 1) Mempermudah Proses Penyampaian Pesan. Dengan menjalankan etika komunikasi, manusia akan lebih mudah dalam menyampaikan dan menerima pesan. Karena bahasa yang digunakan mudah dimengerti kedua belah pihak.
- 2) Sebagai Panduan Manusia dalam Berkomunikasi. Panduan ini meliputi penggunaan bahasa, baik komunikasi lisan maupun tertulis, hingga cara berperilaku.³¹

Sejalan dengan pendapat di atas, menurut Budi Prihatminingtyas, secara garis besar ada tiga fungsi, yaitu:

³⁰ Budi Prihatminingsih, *Etika Bisnis Suatu Pendekatan dan Aplikasinya terhadap Stakholders*, (Purwokerto: CV RRDH, 2019), hal, 34.

³¹ Kompas.com/skola/read/2021/12/03/175634369/, di akses pada tanggal 6 Oktober 2023

- 1) Sebagai Landasan Moral. Etika komunikasi membangun landasan moral antarmanusia. Misalnya berkomunikasi dengan bahasa yang baik, berperilaku sopan saat berbicara, dan sebagainya.
- 2) Mempermudah Proses Penyampaian Pesan. Dengan menjalankan etika komunikasi, setiap orang akan lebih mudah dalam menyampaikan dan menerima pesan. Sebab, penggunaan bahasa akan lebih mudah tersampaikan dari kedua belah pihak.
- 3) Sebagai Panduan Manusia Dalam Berkomunikasi. Panduan ini meliputi penggunaan bahasa, baik komunikasi lisan maupun tertulis, hingga cara berperilaku.³²

Sebagai makhluk sosial, dapat diketahui bahwa etika termasuk hal mendasar dalam kehidupan manusia. Terlebih lagi sebagai orang Indonesia yang sedari kecil sudah biasa diajari tentang sopan santun, tata krama, dan adat kebiasaan. Mengenai bagaimana harus bersikap dengan orang lain, dan sebagainya.

2. Konsepsi Komunikasi Verbal

a. Pengertian Komunikasi Verbal

Sebelum peneliti membahas pengertian komunikasi verbal terlebih dahulu peneliti jelaskan apa yang dinamakan komunikasi itu sendiri dan verbal. Komunikasi verbal terdiri dari dua suku kata yaitu komunikasi dan verbal. Menurut Deddy Mulyana, “simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau

³² Budi Prihatminingsih, *Etika Bisnis Suatu Pendekatan dan Aplikasinya terhadap Stakeholders, Op. Cit*, hal. 38.

lebih. Bahasa dapat juga dianggap sebagai sistem kode verbal”.³³ Menurut Ronaning, komunikasi verbal dapat diartikan sebagai komunikasi dengan bentuk yang paling umum dan digunakan dalam kegiatan berkomunikasi sehari-hari. Jadi, komunikasi yang melibatkan simbol-simbol atau kata-kata, yang hal-hal tersebut disampaikan secara oral atau lisan, maupun secara tulisan.³⁴

Sejalan dengan pendapat di atas, menurut Fahrudin Yusuf, komunikasi verbal adalah komunikasi dengan menggunakan ucapan dan tulisan. Ucapan dan tulisan itu merupakan symbol verbal yang terdiri dari satu kata atau lebih. Umumnya symbol verbal itu sengaja dan secara sadar digunakan untuk berbicara, baik secara lisan maupun tulisan.³⁵ Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas. “Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan simbol atau kata-kata, baik yang dinyatakan secara oral atau lisan maupun tulisan”.³⁶

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi verbal adalah komunikasi yang disampaikan secara

³³ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005). hal. 340.

³⁴ Elva Ronaning Roem dan Sarmiati, *Komunikasi Interpersonal, Cetakan Pertama*, (Malang: CV IRDH, 2019), hal. 48

³⁵ Muhammad Fahrudin Yusuf, *Buku Ajar: Pengantar Ilmu Komunikasi untuk Perguruan Tinggi Keagamaan Islam dan Umum, Op. Cit*, hal. 78.

³⁶ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), hal. 95.

langsung yaitu berbicara langsung (*face to face*) maupun dengan perantara media, contohnya berinteraksi dengan menggunakan media sosial atau telepon genggam

b. Unsur Komunikasi Verbal

Menurut Desak Putu, Unsur penting dalam komunikasi verbal adalah sebagai berikut:

- 1) Kata. Kata merupakan lambang terkecil dari bahasa. Kata merupakan lambang yang mewakili sesuatu hal, baik itu orang, barang, kejadian, atau keadaan. Makna kata tidak ada pada pikiran orang. Tidak ada hubungan langsung antara kata dan hal. Yang berhubungan langsung hanyalah kata dan pikiran orang.
- 2) Bahasa. Bahasa adalah suatu sistem lambang yang memungkinkan orang berbagi makna. Dalam komunikasi verbal, lambang bahasa yang dipergunakan adalah bahasa lisan, tertulis pada kertas, ataupun elektronik.³⁷

c. Jenis Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal dapat di bedakan atas komunikasi lisan dan komunikasi tulisan yang dapat diuraikan sebagai berikut

1) Komunikasi Lisan

Komunikasi lisan dapat didefinisikan sebagai suatu proses dimana seorang pembicara berinteraksi secara lisan dengan pendengar untuk mempengaruhi tingkah laku penerima. Komunikasi

³⁷ Desak Putu Yuli Kutniati, *Modul Komunikasi Verbal dan Non Verbal*, (Denpasar: Universitas Udayana, 2016), hal. 7-8

lisan dapat berupa tatap muka, melalui telepon, radio, televisi dan lain-lain.

2) Komunikasi Tulisan

Komunikasi tulisan ialah apabila keputusan yang akan disampaikan oleh pimpinan disandikan dengan simbol-simbol kemudian dikirimkan kepada karyawan yang dimaksudkan. Komunikasi tertulis ini dapat berupa memo, surat, buku petunjuk, gambar, maupun laporan. Komunikasi verbal ini dapat dilangsungkan dengan kata-kata seperti: menggunakan tulisan, surat, buku, majalah, Koran, dan lain-lain.³⁸

Sejalan dengan pendapat di atas, menurut Karyaningsih komunikasi verbal dapat dibedakan menjadi 2 jenis yaitu

1) Berbicara dan Menulis

Berbicara adalah komunikasi verbal vocal, sedangkan menulis adalah komunikasi verbal non vocal. Presentasi dalam rapat adalah contoh dari komunikasi verbal vocal. Surat menyurat adalah contoh dari komunikasi verbal non vocal.

2) Mendengarkan dan Membaca

Mendengar dan mendengarkan adalah dua hal yang berbeda. Mendengar mengandung arti hanya mengambil getaran bunyi, sedangkan mendengarkan adalah mengambil makna dari apa yang didengar. Mendengarkan melibatkan unsur mendengar,

³⁸ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, hal. 341.

memperhatikan, memahami dan mengingat. Membaca adalah satu cara untuk mendapatkan informasi dari sesuatu yang ditulis.³⁹

d. Karakteristik Komunikasi Verbal

Menurut Desak Putu, karakteristik komunikasi verbal diantaranya adalah sebagai berikut:

1) Jelas dan Ringkas

Berbicara secara lambat dan pengucapan yang jelas akan membuat kata tersebut makin mudah dipahami.

2) Perbendaharaan Kata

Penggunaan kata-kata yang mudah dimengerti oleh seseorang akan meningkatkan keberhasilan komunikasi. Komunikasi tidak akan berhasil jika pengirim pesan tidak mampu menterjemahkan kata dan ucapan.

3) Arti Konotatif dan Denotative

Makna konotatif adalah pikiran, perasaan atau ide yang terdapat dalam suatu kata, sedangkan arti denotatif adalah memberikan pengertian yang sama terhadap kata yang digunakan.

4) Intonasi

Seorang komunikator mampu mempengaruhi arti pesan melalui nada suara yang dikirimkan. Emosi sangat berperan dalam nada suara ini.

³⁹ Ponco Dewi Karyaningsing, *Ilmu Komunikasi, Cetakan I*, (Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, 2018), hal. 126.

5) Kecepatan Berbicara

Keberhasilan komunikasi dipengaruhi juga oleh kecepatan dan tempo bicara yang tepat. Kesan menyembunyikan sesuatu dapat timbul bila dalam pembicaraan ada pengalihan yang cepat pada pokok pembicaraan.

6) Humor

Humor dapat meningkatkan keberhasilan dalam memberikan dukungan emosi terhadap lawan bicara. Tertawa membantu mengurangi ketegangan pendengar sehingga meningkatkan keberhasilan untuk mendapat dukungan.⁴⁰

3. Konsepsi Publik Figur

a. Pengertian Publik Figur

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, publik diartikan sebagai orang banyak (umum); sedangkan kata figur diartikan sebagai bentuk, wujud, dan tokoh. Publik figur adalah kata yang berasal dari bahasa Inggris yang dalam penerjemahannya memiliki arti watak, sosok atau tokoh yang dikenal secara luas oleh masyarakat umum.⁴¹

Di Indonesia, penggunaan kata sosok atau tokoh seringkali diberikan kepada seseorang yang melekat sebagai pemuka adat, kepala suku, atau dalam kedudukannya di pemerintahan. Sedangkan, kata publik figur seringkali dikaitkan dengan seorang yang tampil dengan pemeran

⁴⁰ Desak Putu Yuli Kutniati, *Modul Komunikasi Verbal dan Non Verbal*, *Op. Cit*, hal. 10-12.

⁴¹ <https://analisedaily.com/berita/arsip/2016/4/15/230242/publik-figur/>, diakses pada tanggal 7 Oktober 2023.

sebagai aktor, artis dan penyanyi yang tampil di sebuah layar kaca. Hal ini tentu saja terdapat penyimpangan makna terhadap publik figur, karena kata publik figur tersebut hanya tepat apabila disejajarkan dengan seseorang yang patut menjadi panutan dan sebagai seorang teladan.

Hal yang terpenting untuk menjadikan seseorang disebut sebagai publik figur adalah dengan senantiasa menjaga perilaku, etika dan moralitasnya. Kemudian, seorang publik figur juga mempunyai peranan penting dalam kehidupan berbangsa dan bernegara kita. Dengan demikian, apabila digandeng kata tersebut menjadi publik figur, maka dapat menjadi tokoh yang dikenal oleh orang banyak / umum.

b. Kriteria Publik Figur

Menurut Praktiko ada 3 kriteria penilaian seorang publik figur, diantaranya adalah:

- 1) *Credibility* yaitu kepercayaan atau rasa percaya yang diberikan atau ditonjolkan oleh seorang publik figur kepada masyarakat. Ini bisa berupa kata-kata yang berisi janji atau sumpah atau hal lain yang sejenis. Ini bisa terdapat pada figur pimpinan atau tokoh masyarakat yang menjadi teladan.
- 2) *Power* yaitu kekuatan atau kekuasaan yang dimiliki dan menonjol dari seorang figur. Hal ini merupakan sesuatu yang dihormati atau dipandang oleh masyarakat. Ini biasanya dimiliki oleh para pemimpin atau politisi maupun tokoh masyarakat yang telah

menjadi teladan dan dikenal oleh masyarakat luas dalam waktu yang lama.

- 3) *Attractiveness* yaitu daya tarik yang dimiliki figur tertentu. Ini biasanya dimiliki oleh kalangan artis (selebritis), dipandang dari segi fisik ataupun kharisma yang dimiliki figur tersebut. Dalam hal fisik dilihat dari penampilan, ketampanan, karakter, dan lainnya yang melekat pada diri publik figur tersebut.⁴²

4. Konsepsi Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Secara etimologi media sosial tersusundari dua kata, yakni media dan sosial. Media diartikan sebagai alat komunikasi. Sedangkan kata sosial, diartikan sebagai kehidupan masyarakat, bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat.⁴³

Berdasarkan pengertian masing-masing kata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial sebagai alat komunikasi yang digunakan oleh pengguna dalam proses sosial. Sementara istilah media sesungguhnya mulai dikenal sejak 1980 disaat penggunaan media dan cara berkomunikasi mulai beralih dengan adanya teknologi. Keberadaan media juga turut membawa perubahan pada bidang sosial, teknologi, dan kebudayaan.

⁴² Riyono Praktiko, *Lingkar-an-lingkar-an komunikasi*, (Bandung: Alumi. 2019), hal. 51.

⁴³ I Ketuk Manik Astajaya, *Etika Komunikasi di Media Sosial*, Widya Duta, Vol. 15, No. 1, 2020, hal. 84.

b. Karakteristik Media Sosial

Kehadiran media diharapkan produktifitas, pendidikan, dan industry kreatif bisa semakin berkembang. Beberapa teknologi yang di kategorikan sebagai media baru seringkali diidentifikasi sebagai teknologi digital. Biasanya teknologiteknologi tersebut mempunyai karakteristik yaitu dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat interaktif, dan cenderung tidak memilih. Menurut Manik, karakteristik dari media meliputi:

- 1) Media mudah dimanipulasi. Hal ini seringkali mendapat tanggapan negatif dan menjadi perdebatan, karena media memungkinkan setiap orang untuk memanipulasi dan merubah berbagai data dan informasi dengan bebas.
- 2) Media bersifat networkable. Artinya, konten-konten yang terdapat dalam media baru dapat dengan mudah dishare dan dipertukarkan antar pengguna lewat jaringan internet yang tersedia. Karakteristik ini dapat kita sebut sebagai kelebihan, karena media baru membuat setiap orang dapat kita sebut kelebihan, karena media baru membuat setiap orang dapat terkoneksi dengan cepat dan memberi solusi terhadap kendala jarak dan waktu antar pengguna.
- 3) Media bersifat compressible. Konten-konten yang ada dalam media dapat diperkeci ukurannya sehingga kapasitasnya dapat dikurangi. Hal ini memberi kemudahan untuk menyimpan konten-konten tersebut dan mensharenya kepada orang lain.

- 4) Media sifatnya padat. Dimana kita hanya membutuhkan space yang kecil untuk menyimpan berbagai konten yang ada dalam media baru.
- 5) Media bersifat imparisial. Konten-konten yang ada dalam media baru tidak berpihak pada siapapun dan tidak dikuasai oleh segelitir orang saja. Karena itulah media seringkali disebut sebagai media yang sangat demokratis, karena kapitalisasi media tidak berlaku lagi. Setiap orang dapat menjadi produsen dan konsumen secara bersamaan dan setiap pengguna dapat berlaku aktif disana.⁴⁴

c. Manfaat Media Sosial

Menurut Arif Rohmadi, media sosial memiliki banyak manfaat diantaranya sebagai berikut:

1) Mendapatkan Informasi

Informasi yang dapat diperoleh melalui media sosial, seperti informasi beasiswa, pendidikan, lowongan pekerjaan, info seputar agama maupun hal-hal yang sedang trend yang dibicarakan banyak orang.

2) Menjalin Silaturahmi

Melalui sosial media, penggunanya dapat melakukan komunikasi meski dengan jarak yang berjauhan dengan pengguna lain sehingga terjalin silaturahmi, baik dengan orang baru, teman lama, bahkan kerabat dan keluarga.

⁴⁴ *Ibid*, hal. 85.

3) Kegiatan Sosial

Melalui media sosial, pengguna dimudahkan dalam menggalang dana bantuan untuk kegiatan sosial, hal ini dikarenakan informasi tentang penggalangan bantuan dapat dilihat dari oleh banyak orang dalam waktu yang singkat. Sehingga semakin banyak orang yang terketuk hatinya maka bantuan yang diperlukan akan terpenuhi.

4) *Branding*

Branding merupakan kumpulan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh suatu perusahaan agar *brand* (merk) yang mereka tawarkan dikenal. Dalam perkembangan saat ini, branding tidak hanya dilakukan oleh perusahaan saja, namun meluas sampai tingkat personal (perorangan) atau yang lebih dikenal dengan personal branding.

5) Promosi

Adanya sosial media memudahkan orang mempromosikan produk atau jasa yang dimiliki, jika dahulu untuk berjualan harus berada dipinggir jalan, sekarang dari rumah pun kita bisa berjualan dengan menggunakan media sosial⁴⁵

d. Pengertian *Twitter*

Twitter adalah situs micro blogging yang dioperasikan oleh Twitter, Inc. Disebut micro blogging karena situs ini memungkinkan

⁴⁵ Lutfi Muawanah, *Etika Komunikasi Netizen di Instagram dalam Perspektif Islam*, Ath-Thariq, Vol. 05, No. 02, Juli-Desember 2021, hal. 138.

penggunanya mengirim dan membaca pesan seperti blog pada umumnya. Pesan tersebut dinamakan tweet, yaitu teks tulisan sebanyak 140 karakter yang ditampilkan pada halaman profil pengguna. ⁴⁶ Twitter adalah suatu jaringan sosial yang dilambangkan serupa dengan burung sebagai kicauan atau pesan untuk menerima atau memberikan informasi secara *up to date* dengan detail yakni: tanggal, waktu dan zona tercantumkan dikronologi twitter sesuai pesan yang disajikan pada saat itu, yang dimaksud dengan kicauan adalah teks tulisan.⁴⁷

Jejaring Sosial Twitter sudah sangat dikenal oleh setiap orang di dunia. Bahkan di Tahun 2014 ini Twitter menjadi salah satu dari 5 besar situs yang paling sering dikunjungi oleh banyak orang. Popularitas Twitter sangat meningkat pada tahun 2012, di Tahun 2012 sudah ada 150 juta pengguna aktif di Twitter. sejak dicatat. sudah ada Lebih dari 600 juta pengguna Twitter di tahun 2014 ini. dikutip dari Wikipedia Pada awal 2013 telah ada 350 juta kicauan atau tweet perharinya.

Twitter sangat memudahkan penggunanya untuk saling menjalin pertemanan dengan pengguna lainnya, Di Twitter juga ada Fitur Top Trending yaitu fitur yang memudahkan penggunanya untuk melihat kicauan apa yang paling populer dan paling sering dikicaukan oleh pengguna Twitter. Twitter pun mempunyai konten Verified Account yaitu konten untuk mendapatkan Lencana Akun Verifikasi Di Twitter,

⁴⁶ Taufiq Rahman, *Pengertian Media Sosial Twitter* (Bandung: Jaya Pustaka, 2016), 14.

⁴⁷ Maya Sandra Rosita Dewi, *Islam dan Etika Islam Bermedia, Op. Cit*, hal. 143

tidak sembarangan orang yang dapat mempunyai Lencana Akun Terverifikasi dari Twitter untuk akunnya.

Hanya kalangan selebritis, politikus dan orang-orang yang berpengaruh pada suatu negara serta orang-orang tertentu. Dahulu sejak pertama munculnya Twitter. Twitter 42 membuka layanan Verified Account untuk orang biasa, namun sekarang sudah tidak lagi Logo di Twitter juga dari tahun-ketahun sudah berganti 3 kali. Mulai dari di Tahun 2006, 2010 dan 2012. Logo dari Twitter sendiri Bernama Larry Bird. Twitter sangat amat bergantung dengan Perangkat lunak yang bersumber terbuka.

Halaman utama situs Twitter merupakan karangan dari Ruby On Rail. Twitter sudah tersedia dalam banyak bahasa, sehingga lebih memudahkan pengguna-pengguna Twitter. Twitter juga mempunyai keamanan dan privasi, jadi privasi dari pengguna Twitter sangat dirahasiakan, Twitter juga menyediakan Fitur penguncian akun. Jadi setiap akun yang dikunci oleh penggunanya, maka akun tersebut tidak dapat dilihat oleh siapa pun karena terlindungi.⁴⁸

e. Fitur-Fitur dalam *Twitter*

Beberapa istilah digunakan dalam Twitter untuk menyebut fitur dan layanan yang disediakan. Berikut adalah penjelasan dari *Twitter* tentang beberapa istilah yang sering dipakai:

⁴⁸ Hasab Basri, *Peran Media Sosial Twitter Dalam Interaksi Sosial Pelajar Sekolah Menengah Pertama Di Kota Pekanbaru*, Jom FISIP, Vol. 4, No 2, Oktober 2017, hal.10-11

- 1) *Bio*: deskripsi singkat tentang pemilik akun sepanjang 160 karakter atau kurang.
- 2) *Connect* (hubungan): fitur untuk melihat interaksi, *mentions* (pemanggilan), *follower* (pengikut) baru, *retweet*, dan pengguna lain yang menandai *tweet* atau *me-retweet*.
- 3) *Follow* (ikut): mengikuti (*following*) akun lain dalam *Twitter* untuk berlangganan *tweet* dari akun tersebut
- 4) *Follower* (pengikut): akun lain yang mengikuti dan berlangganan *tweet* suatu akun *Twitter*.
- 5) *Following* (mengikuti): jumlah akun lain yang yang diikuti.
- 6) *Interactions* (interaksi): hubungan timbal balik yang terjadi di *Twitter*.
- 7) *Mention* (memanggil): *tweet* yang memuat tautan ke akun *Twitter* lain, ditandai dengan adanya tanda @ di depan nama.
- 8) *Reply* (balasan): *tweet* yang merupakan balasan dari *tweet* lain, selalu diawali dengan *mention*.
- 9) *Retweet*: sebagai kata benda, merupakan *tweet* dari akun lain yang diteruskan kepada *follower* dengan tujuan menyebarkan ke jaringan yang lebih luas. Sebagai kata sifat, aksi meneruskan *tweet* dari akun lain agar dapat dilihat oleh *follower*. (*Quote retweet* adalah *retweet* yang ditulis dalam bentuk kutipan sehingga terlihat seperti *reply*).⁴⁹

⁴⁹ Syailendra Reza Irwansyah Rezeki, dkk, *Penggunaan Sosial Media Twitter dalam Komunikasi Organisasi (Studi Kasus Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dalam Penanganan Covid-19)*, Vol. 4 No. 2 Desember 2020. pp. 63-78, hal. 67.

H. Hasil Penelitian Terdahulu

Dalam kajian pustaka ini, peneliti berusaha memaparkan/menyajikan beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan pemikiran yang peneliti lakukan guna mengetahui dan mendapatkan perspektif ilmiah dari hasil penelitian terdahulu yang akan sangat membantu peneliti dalam penulisan tesis ini. Selain itu, guna membuktikan ke-aslian atau orisinalitas dari penelitian yang peneliti lakukan. Berikut adalah deskripsi singkat hasil penelitian yang peneliti cantumkan. Diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian oleh Mei Ariani Sudarman, Skripsi Tahun 2021 Mahasiswa Program Studi Aqidah Dan Filsafat Islam Fakultas Ushuluddin Dan Filsafat Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dengan judul “*Hate Speech* Ustaz Soni Eranata (Maaher At-Thuwailibi) Di Media Sosial Twitter Perspektif Ferdinand De Saussure”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ujaran kebencian yang disampaikan oleh Ustaz Soni Eranata (Maaher At-Thuwailibi) dalam dakwahnya di media sosial Twitter. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana semiotika oleh Ferdinand De Saussure dalam menganalisis ujaran kebencian yang terkandung pada dakwahnya Ustaz Soni Eranata (Maaher At-Thuwailibi).⁵⁰

Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa Fenomena ujaran kebencian yang dilakukan ustaz Maaher At-Thuwailibi di media sosial bersifat menghasut agar pengguna media sosial lain ikut memiliki rasa

⁵⁰ Mei Ariani Sudarman, *Hate Speech Ustaz Soni Eranata (Maaher At-Thuwailibi) Di Media Sosial Twitter Perspektif Ferdinand De Saussure*, Skripsi, (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2021).

benci atas isu-isu yang ada. Ujaran kebencian yang dilakukan oleh ustaz Maaher di media sosial twitter jika dianalisis berdasarkan semiotika Ferdinand de Saussure, akan menghasilkan petanda dan penanda. Petanda ini adalah berupa ujaran kebencian tersebut yang ada dalam video maupun cuitan di akun twitter sedangkan penanda merupakan makna sebenarnya dari apa yang menjadi petanda. Dari video atau cuitan tersebut, dengan kata-kata yang sifatnya memprovokasi serta mengandung kebencian.

Berdasarkan uraian tersebut dapat diketahui bahwa, persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti penulis, yaitu terletak pada media sosial twitter yang dijadikan sebagai objek penelitian. Untuk perbedaan penelitian ini terletak pada pembahasannya, penelitian ini membahas tentang ujaran kebencian yang dilakukan oleh pendakwah Ustaz Soni Eranata (Maaher At-Thuwailibi) dengan analisis semiotika, sedangkan penelitian penulis tentang etika komunikasi verbal.

2. Penelitian oleh Siti Hajar Rusmina Skripsi Tahun 2018, Mahasiswa Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi B Banda Aceh dengan judul “Etika Komunikasi Verbal Netizen Dalam Penggunaan Ruang Publik Pada Kolom Komentar Serambinews.Com”.

Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa etika komunikasi verbal para netizen dalam memberikan komentar di ruang publik pada media online pada serambinews.com adalah banyak komentar netizen dalam berkomunikasi tidak mempunyai etika pada berita-berita politik sering mengisi kolom komentar, komunikasi verbal yang digunakan dalam kolom

komentarpun menggunakan bahasa-bahasa dan kata-kata yang tidak layak dituliskan pada ruang publik, hal ini dianggap kurangnya etika sebagian netizen dalam memberikan komentar pada kolom komentar media online serambinews.com khususnya pada pemberitaan politik dan etika yang digunakan adalah etika yang buruk.⁵¹

Berdasarkan dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Siti Hajar Rusmina dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Persamaannya yaitu keduanya sama-sama mengkaji terkait etika komunikasi verbal. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan publik figur sebagai subjek penelitian, kalau penelitian ini subjek penelitian adalah netizen.

3. Penelitian oleh Sri Pertiwi Agesti Skripsi Tahun 2022 Mahasiswi Prodi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuludin Adab Dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dengan judul “Etika Komunikasi Netizen Di Media Sosial Twitter Pada Akun Twitter Ustadz Hilmi Firdausi”.⁵²

Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa Etika komunikasi netizen dimedia sosial memiliki standar etika komunikasi yang baik dalam menggunakan media sosial sebagaimana memberikan masukan yang positif,

⁵¹ Siti Hajar Rusmina, *Etika Komunikasi Verbal Netizen Dalam Penggunaan Ruang Publik Pada Kolom Komentar Serambinews.Com, Skripsi*, (Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2018).

⁵² Sri Pertiwi Agesti, *Etika Komunikasi Netizen Di Media Sosial Twitter Pada Akun Twitter Ustadz Hilmi Firdausi, Skripsi*, (Curup: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, 2022).

mengetahui dampak dari tindakan, melakukan riset, dan bijak menggunakan media sosial. Feedback ustadz Hilmi Firdausi terhadap etika komunikasi netizen pada akun twitter nya termasuk salah satu aspek komunikasi yang banyak dilakukan oleh para pemimpin, ada cara bijak memberikan feedback kepada para pengikutnya yaitu, harus bersikap objektif dan tidak emosional.

Berdasarkan dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian Sri Pertiwi Agesti dengan penelitian yang akan diteliti penulis. Persamaannya yaitu keduanya sama-sama membahas tentang etika komunikasi, sedangkan perbedaannya pada subjek penelitian, yaitu dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah netizen, sedangkan penelitian penulis subjek yang akan diteliti seorang publik figur.

I. Metode Penelitian

Metodologi penelitian skripsi ini berguna dalam rangka memetakan pekerjaan penelitian secara keseluruhan dan memberikan kredibilitas kepada hasil penelitian yang dicapai nantinya. Adapun metode dalam penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dalam skripsi ini adalah penelitian kualitatif. Menurut Sukmadinata, Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, keyakinan, persepsi, pemikiran orang secara

individu maupun kelompok. Penulis mengumpulkan data melalui pengamatan yang cermat dan mendalam, termasuk deskripsi dalam konteks yang rinci disertai dengan catatan dari wawancara mendalam, serta hasil analisis dokumen dan catatan.⁵³ Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang data-datanya berupa kata-kata, kalimat, artinya datanya tidak berbentuk angka.⁵⁴ Menurut Zulki, penelitian kualitatif adalah proses penelitian dan pemahaman berdasarkan metodologi yang meneliti tentang fenomena sosial dan masalah manusia. Dalam pendekatan ini, prosedur penelitian menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang diamati dan perilaku yang diamati.⁵⁵

Sejalan dengan pendapat di atas, menurut Moloeng, Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik, dan melalui deskripsi berupa kata-kata dan bahasa, dalam konteks khusus yang bersifat alamiah. dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.⁵⁶ Ratna mengatakan bahwa penelitian kualitatif tidak semata-mata mendeskripsikan, tetapi

⁵³ Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, Cetakan Kedelapan, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), hal. 60.

⁵⁴ Rifa'i Abubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Cetakan Pertama, (Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, 2021), hal. 7.

⁵⁵ Zulki Zulkifli Noor, *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif (Petunjuk Praktis untuk Penyusunan Skripsi, Tesis dan Disertasi)*, (Sleman: CV. Budi Utama, 2015), hal. 18.

⁵⁶ Andi Prastowo, *Metode Penelitian kualitatif: dalam Perspektif Rancangan Penelitian*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014), hal. 24.

lebih penting adalah menemukan makna yang terkandung dibalikinya, sebagai makna tersembunyi, atau dengan sengaja disembunyikan.⁵⁷

Dengan demikian, penelitian kualitatif dalam penelitian ini adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa postingan-postingan di twitter @Dennysiregar7.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan pendekatan penelitian analisis isi. Secara umum analisis isi kuantitatif adalah teknik penelitian ilmiah yang ditujukan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi.⁵⁸

Menurut Burhan Bungin, analisis isi sering digunakan dalam analisis- analisis verifikasi. Cara kerja atau logika analisis data ini sesungguhnya sama dengan kebanyakan analisis data kuantitatif. Peneliti memulai analisisnya dengan menggunakan lambang-lambang tertentu, mengkalisifikasi data tersebut dengan kriteria-kriteria tertentu serta melakukan prediksi dengan teknik analisis yang tertentu pula.⁵⁹

Sejalan dengan pendapat di atas, menurut Eryanto dalam bukunya yang berjudul Analisis Isi Pengantar Metodeologi Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya mengatakan bahwa analisis Isi

⁵⁷ Nyoman Kutha Ratna, *Metodologi Penelitian: Kajian Budaya dan Ilmu-Ilmu Sosial Humaniora pada Umumnya*, cetakan 1, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hal. 94

⁵⁸ Jumal Ahmad, *Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis)*, Jurnal Sekolah Pascasarjana UIN Syarif Hidayatullah, hal. 4

⁵⁹ Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif, ed. 1-8*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 85.

(*Content Analysis*) adalah teknik penelitian kualitatif dengan menekankan kejelasan isi komunikasi, makna isi komunikasi, pembacaan simbol-simbol dan pemaknaan isi interaksi simbolis yang terjadi dalam komunikasi.⁶⁰

Menurut Bungin pula kelebihan dalam penelitian analisis isi adalah tidak digunakannya manusia dalam subjek penelitian. Hal ini menyebabkan penelitian relatif lebih mudah, tidak ada reaksi dari populasi ataupun sampel yang diteliti karena tidak ada orang yang diwawancarai, diminta kuesioner, ataupun diminta datang di laboratorium. Analisis isi ini juga relatif murah, tidak terbentur masalah perizinan penelitian. Bahan-bahan penelitian mudah didapat terutama di perpustakaan, atau di bagian dokumentasi audio visual. Biaya untuk coder relatif lebih murah dibandingkan biaya operasional pengumpul data untuk survei. Kekurangan analisis terpenting adalah ia hanya meneliti pesan yang tampak, sesuatu yang disembunyikan dalam pesan bisa luput dari analisis isi. Oleh karena itu, analisis isi kualitatif seperti semiotik, discourse, analisis framing, ataupun textual analysis dapat menutupi kekurangan ini.

3. Desain Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kepustakaan yaitu penelitian yang mengfokuskan pembahasan pada literatur-literatur baik berupa buku, jurnal, makalah, maupun tulisan-tulisan lainnya yang relevan dengan topik penelitian guna sebagai data/sumber pendukung.

⁶⁰ Eryanto, *Analisis Isi Pengantar Metodeologi Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Cet. 2 (Jakarta: Penerbit Kencana Prenda Media Group, 2010), hal. 11

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kepustakaan (*literer*). Metode kepustakaan (*Literer*) adalah salah satu jenis metode penelitian kualitatif yang lokasi atau tempat penelitiannya dilakukan di pustaka, dokumen, arsip, dan lain sebagainya. Atau dengan kata lain, metode kepustakaan merupakan metode penelitian yang pengumpulan datanya dilakukan melalui tempat-tempat penyimpanan hasil penelitian, yaitu perpustakaan.⁶¹ Penelitian kepustakaan ini bertujuan untuk mengumpulkan data data-data dan informasi ilmiah berupa teori-teori, metode atau pendekatan yang pernah berkembang dan telah didokumentasikan dalam bentuk buku dan sebagainya di perpustakaan.⁶²

4. Desain Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kepustakaan yaitu penelitian yang mengfokuskan pembahasan pada literatur-literatur baik berupa buku, jurnal, makalah, maupun tulisan-tulisan lainnya yang relevan dengan topik penelitian guna sebagai data/sumber pendukung. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kepustakaan (*literer*).

Metode kepustakaan (*Literer*) adalah salah satu jenis metode penelitian kualitatif yang lokasi atau tempat penelitiannya dilakukan di pustaka, dokumen, arsip, dan lain sebagainya. Atau dengan kata lain, metode kepustakaan merupakan metode penelitian yang pengumpulan datanya dilakukan melalui tempat-tempat penyimpanan hasil penelitian,

⁶¹ Andi Prastowo, *Metode Penelitian kualitatif Perspektif Rancangan Penelitian*, hal. 190.

⁶² Sahrizal, *Pemikiran Pendidikan Islam Ibnu Sahnun: Analisis Kitab Adab Al-Mu'allimin, Cetakan I*, (Yogyakarta: Kaukaba Dipantara, 2017), hlm. 9.

yaitu perpustakaan.⁶³ Penelitian kepustakaan ini bertujuan untuk mengumpulkan data data-data dan informasi ilmiah berupa teori-teori, metode atau pendekatan yang pernah berkembang dan telah didokumentasikan dalam bentuk buku dan sebagainya di perpustakaan.⁶⁴

5. Subjek Penelitian dan Objek Penelitian

Subjek dan objek penelitian adalah tempat memperoleh data. Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah akun twitter @Dennysiregar7. Sedangkan yang menjadi objek penelitiannya adalah maka etika komunikasi verbal publik figur pada akun media sosial dalam pandangan Islam. Adapun data yang digunakan merupakan data primer yang asli, data yang mendalam, data senyatanya dan data yang sebenarnya.⁶⁵ Sumber data primer yang dimaksud yakni teks-teks informasi atau postingan pada akun media sosial twitter @Dennysiregar7. Selain itu, menggunakan data sekunder sebagai pendukung penelitian ini sebagai referensi, seperti buku, jurnal ilmiah, artikel yang relavan dengan objek penelitian dan analisis yang dilakukan.

6. Data dan Sumber Data

Menurut Rahmadi, data dan sumber data dalam penelitian sebagaimana dikemukakan Bungin berupa data yang diambil langsung dari objek penelitian antara lain:

⁶³ Andi Prastowo, *Metode Penelitian kualitatif Perspektif Rancangan Penelitian*, hal. 190.

⁶⁴ Sahrizal, *Pemikiran Pendidikan Islam Ibnu Sahnun: Analisis Kitab Adab Al-Mu'allimin, Cetakan I*, (Yogyakarta: Kaukaba Dipantara, 2017), hal. 9.

⁶⁵ Mujamil Qomar, *Metode Penelitian Kualitatif* (Malang Jatim : Intelegensia Media (Intrans Publishing Group, 2022), hal. 81-86.

- a. Data Premier (*premier-sources*), yaitu data berupa data gambar atau visual yang di posting oleh akun @Dennysiregar7 melalui twitter
- b. Data Sekunder (*secondary-sources*), yaitu dengan mencari referensi berupa buku-buku, tulisan lain dari internet yang berkaitan dengan penelitian ini.⁶⁶

7. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka penulis tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.⁶⁷

Teknik pengumpulan data ialah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Teknik (cara) menunjukkan suatu kata yang abstrak dan tidak diwujudkan dalam benda, tetapi hanya dapat dilihat penggunaannya melalui: angket, wawancara, pengamatan, ujian (tes), telaah dokumen (buku-buku) dan lainnya.⁶⁸

Dalam pengumpulan data, penelitian ini menggunakan metode dokumentasi yaitu dengan cara mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti,

⁶⁶ Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Banjarmasin: Antasari Press, 2011), h. 64

⁶⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta: 2011), hal. 80

⁶⁸ Yunita Rakhmawati, *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian Pembelajaran Bahasa Arab*, cetakan 1, hal. 81-82.

notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya⁶⁹ Menurut Mahmud, dokumen adalah catatan tertulis yang isinya merupakan pertanyaan tertulis yang disusun oleh seseorang atau lembaga untuk keperluan pengujian suatu peristiwa, dan berguna bagi sumber data, bukti, informasi kealiamahan yang sukar diperoleh, sukar ditemukan dan membuka kesempatan untuk lebih memperluas pengetahuan terhadap sesuatu yang diselidiki.⁷⁰ Data dokumentasi berupa gambar-gambar akun twitter @Dennysiregar7.

8. Teknik Analisa Data

Analisis berarti mengolah data, mengorganisir data, memecahkannya dalam unit-unit yang lebih kecil, mencari pola dan tema-tema yang sama.⁷¹

Bogdan menyatakan bahwa:

*Data analysis is the process of systematically searching and arranging the interview transcripts, fieldnotes, and other materials that you accumulate to increase your own understanding of them and to enable you to present what you have discovered to others. (Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain).*⁷²

Dalam teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, penulis menggunakan deskriptif analitik. Deskriptif analitik merupakan

⁶⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002), hal. 135

⁷⁰ Mahmud, *Metode Penulisan Pendidikan*, (Bandung: Pustaka Setia, 2011), hal. 183.

⁷¹ Raco, *Metode Penulisan Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*, *Op. Cit*, hal. 122.

⁷² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, *Op. Cit*, hal. 244.

metode dengan cara menguraikan sekaligus menganalisis.⁷³ Jadi, metode ini lebih banyak berkaitan dengan kata-kata, bukan angka-angka, benda-benda dan budaya apa saja yang sudah diterjemahkan ke dalam bentuk bahasa, baik secara lisan maupun tulisan. Data yang diperoleh berupa kata-kata, gambar, perilaku dan tidak dituangkan dalam bentuk bilangan atau angka statistik, melainkan tetap dalam bentuk kualitatif yang memiliki arti lebih kaya dari sekedar angka.

H. Pemeriksaan Keabsahan Data

1. Ketekunan Pengamatan

Ketekunan pengamatan dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara akurat, rinci, dan berkesinambungan terhadap faktor-faktor yang terlihat dalam penelitian. Hal ini diharapkan dapat mengurangi berbagai distorsi data yang timbul akibat keterburuan peneliti untuk menilai suatu persoalan, maupun distorsi data yang timbul dari kesalahan responden yang memberikan data secara tidak benar, misalnya berdusta, menipu dan berpura-pura.⁷⁴ Dalam penelitian ini, peneliti berusaha semaksimal mungkin memanfaatkan waktu. Peneliti juga tekun dalam menelaah secara teliti terhadap data-data yang diperoleh dari akun media sosial twitter @Dennysiregar7. Hal ini dilakukan guna memperoleh hasil yang maksimal dengan data yang lebih akurat dan sistematis.

⁷³ Nyoman Kutha Ratna, *Metodologi Penelitian: Kajian Budaya dan Ilmu-Ilmu Sosial Humaniora pada Umumnya*, cetakan 1, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hal. 336.

⁷⁴ Lexy Meleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rodakarya, 2000), hal. 62

2. Pengamatan Terus Menerus

Dalam hal ini mengamati jenis gambar yang di unduh dalam instagram dan melihat jenis apa saja gambar yang sesuai dengan ciri khas akun @Dennysiregar7. Melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan dengan cara tersebut maka kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis

3. Menggunakan Bahan Referensi

Bahan referensi adalah penunjang untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti. Peneliti disini berusaha untuk melakukan pengoreksian kembali terhadap data yang telah ada untuk diperiksa secara detail terhadap referensi yang diperlukan dalam menganalisis akun media sosial twitter @Dennysiregar7 yaitu berupa buku, jurnal dan internet yang dipastikan sangat relevan dengan masalah penelitian.

4. Diskusi dengan Teman Sejawat

Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan diskusi dengan teman sejawat, sehingga lewat kegiatan ini diharapkan menghasilkan data lain sebagai tambahan dan bahan perbandingan atas hasil analisis peneliti. Diskusi dengan teman sejawat diharapkan juga dapat menambah masukan dan saran yang berharga untuk kebaikan dalam penelitian.