

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk menghindari terjadinya kesalah pahaman dan memudahkan dalam memahami kalimat judul dalam skripsi ini maka terlebih dahulu akan di jelaskan pengertian dari judul:” ETIKA KOMUNIKASI NETIZEN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PANDANGAN ISLAM”.

Secara etimologi (bahasa) “etika” berasal dari kata bahasa Yunani *ethose*. Dalam bentuk tunggal, “*ethos*” berarti adat kebiasaan. Dalam bentuk jamak, *ta etha* berarti adat kebiasaan. Dalam istilah filsafat etika berarti ilmu tentang apa yang biasa di lakukan atau ilmu tentang adat kebiasaan.¹ Ahmad amin menjelaskan bahwa etika adalah ilmu yang menjelaskan arti baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia di dalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang seharusnya diperbuat.² Sedangkan menurut Soegarda Poerbakawatja etika adalah filsafat nilai, pengetahuan tentang nilai-nilai, ilmu yang mempelajari soal kebaikan dan keburukan di dalam hidup manusia semuanya, terutama mengenai gerak-gerik pikiran dan rasa yang merupakan pertimbangan dan perasaan sampai mengenai

¹ Muhammad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi* (Yogyakarta: Kanisius,2007), hal. 173.

² Muslimah, *etika komunikasi dalam perspektif islam, Sosial Budaya* (e-ISSN 2407-1684 / p-ISSN 1979-2603) Vol. 13, No. 2, Desember 2016 h. 117

tujuannya bentuk perbuatan.³ Etika menurut Ki Hajar Dewantara adalah ilmu yang mempelajari soal kebaikan dan keburukan dalam kehidupan manusia, terutama yang berkaitan dengan gerak-gerik pikiran dan rasa yang merupakan pertimbangan dan perasaan, sehingga dapat mencapai tujuannya dalam bentuk perbuatan.⁴

Berdasarkan dari beberapa pengertian diatas, Etika yang di maksud dalam skripsi ini adalah suatu kebiasaan tentang boleh dan tidak boleh dilakukan oleh seseorang.

Komunikasi secara etimologis atau menurut asal katanya berasal dari bahasa latin *communicatus* dan perkataan ini bersumber pada kata *communis*. Dalam kata *communis* ini memiliki makna ‘berbagi’ atau ‘menjadi milik bersama’ yaitu suatu usaha yg memiliki tujuan untuk kebersamaan atau kesamaan makna. Menurut kamus besar bahasa Indonesia Komunikasi adalah suatu proses penyimpanan informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak kepihak yang lain.⁵ Everett M. Roger seorang pakar sosiologi pedesaan Amerika yang telah banyak memberi perhatian pada studi riset komunikasi, khususnya dalam hal penyebaran inovasi membuat definisi bahwa komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.⁶ Sedangkan

³ Ibid h. 117

⁴ Muslimah, *etika komunikasi dalam perspektif islam, Sosial Budaya (e-ISSN 2407-1684 / p-ISSN 1979-2603) Vol. 13, No. 2, Desember 2016* h. 118

⁵ Ngalimun, *Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press,2017), hal.19

⁶ Hafied Cangara, *Pengertian Ilmu Komunikasi edisi kedua* (Jakarta:PT RajaGrafindo Persada,2012), h.22

menurut Handoko komunikasi adalah proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari seorang ke orang lain, yang melibatkan lebih dari sekedar kata-kata yang digunakan dalam percakapan, tetapi juga ekspresi wajah, intonasi, titik putus lokal dan sebagainya, dan perpindahan efektif memerlukan tidak hanya tranmisi data, tergantung pada keterampilan-keterampilan tertentu (membaca, menulis, mendengar, berbicara, dan lain-lain).⁷

Etika komunikasi yang dimaksud dalam skripsi ini adalah kebiasaan tentang boleh dan tidak boleh dilakukan seseorang dalam menyampaikan pesan/informasi kepada orang lain.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) netizen berarti warganet atau orang yang aktif menggunakan internet.⁸ Menurut wikipedia, istilah *netizen* adalah sebuah gabungan dari kata warga (*citizen*) dan internet jadi *netizen* dapat kita artikan dengan warga internet (warganet).⁹

Etika komunikasi netizen dalam penelitian ini yaitu perilaku yang boleh dan tidak boleh dilakukan oleh orang-orang yang terlibat secara aktif dalam menyampaikan pesan/informasi melalui media sosial.

Media sosial adalah sebuah media online dimana para penggunanya bisa dengan mudah ikut berpartisipasi. Berpartisipasi dalam arti seseorang akan dengan mudah berbagi informasi, menciptakan konten, memberi komentar

⁷ Hafied Cangara, *Pengertian Ilmu Komunikasi edisi kedua* (Jakarta:PT RajaGrafindo Persada,2012), h.22

⁸ Ibid h.22

⁹ www.wikiedia.org/wiki/Warganet, diakses pada tanggal 4 Maret 2020

terhadap masukan yang diterimanya dan seterusnya. Semua dapat dilakukan secara cepat dan tak terbatas.¹⁰ Menurut Mandiberg, media sosial adalah media yang mewadahi kerja sama diantara para pengguna yang menghasilkan konten (*User-generated Content*). Sedangkan Shirky menjelaskan bahwa media sosial adalah alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to co-operate*) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara koleksi yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi.¹¹ Meike dan Young mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be shared one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.¹²

Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial dari *smartphone* yang memungkinkan penggunanya mengambil foto, mengambil video, dan menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial.¹³ Menurut Bambang Dwi Atmoko, Instagram adalah sebuah aplikasi dari handphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi yang hampir sama dengan media sosial twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya.¹⁴

¹⁰ <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/netizen>. Diakses Pada 11 juli 2020

¹¹ Cartono, “*Kumunikasi Islam dan Interaksi Media Sosial*”. Jurnal Dakwah dan Komunikasi. Vol. 9 No. 2, November 2018, hal. 66

¹² Rulli Nasrullah, *Media sosial* (Bandung: Simbiosia Rekatama Media,2015), h. 11

¹³ Ibid h.11

¹⁴ Maya Sandra Rosita Dewi, “*Islam dan etika bermedia*”. Research Fair Unisri. Vol. 3, No.1, Januari 2019, Hal. 140

Media sosial instagram yang dimaksud dalam skripsi ini adalah suatu aplikasi dari *smartphone* yang memberikan layanan kepada para penggunanya untuk berbagi foto dan video secara online.

Arti kata pandangan dalam kamus besar bahasa Indonesia berarti hasil perbuatan memandang (memperhatikan, melihat), pengetahuan, pendapat.¹⁵ Pandangan Islam yang dimaksud dalam penelitian ini dapat diartikan sebagai pendapat Islam tentang etika komunikasi yang semestinya digunakan netizen di media sosial instagram.

Berdasarkan definisi diatas, skripsi yang berjudul etika komunikasi netizen di media sosial instagram dalam pandangan Islam adalah perilaku yang boleh dan tidak boleh dilakukan oleh orang-orang yang terlibat secara aktif dalam menyampaikan pesan atau informasi melalui media sosial yang sesuai dengan pendapat islam.

B. Alasan Memilih Judul

Adapun alasan penulis memilih judul “ETIKA KOMUNIKASI NETIZEN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PANDANGAN ISLAM” yaitu sebagai berikut:

1. Perkembangan teknologi komunikasi yang pesat di era ini menciptakan berbagai macam media sosial, salah satunya yaitu instagram yang merupakan aplikasi jejaring sosial yang paling banyak digunakan oleh

¹⁵ Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*, (Jakarta: Media Kita, 2012), h. 10.

masyarakat. Instagram memungkinkan penggunaanya saling berinteraksi melalui kolom komentar. Adanya fitur kolom komentar di instagram ini memberikan kebebasan penggunaanya untuk mengomentari postingan pengguna lainnya, yang seringkali tidak memperhatikan etika yang baik dalam berkomunikasi.

2. Saya mengangkat judul etika komunikasi netizen di media sosial instagram dalam pandangan islam ini terkait dengan keilmuan yang saya dapatkan dari jurusan komunikasi penyiaran islam.

C. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang kian pesat di bidang komunikasi saat ini, menciptakan bermacam inovasi, gagasan, dan ide-ide baru yang tujuannya untuk mempermudah dalam berkomunikasi. Salah satu teknologi terbaru yang sedang marak saat ini dimulai dari terciptanya bermacam *smartphone* dengan berbagai penawaran fitur yang canggih. Perkembangan teknologi juga merambah ke dunia internet yaitu dengan munculnya berbagai jenis media sosial seperti instagram, facebook, twitter.¹⁶ Shirky menjelaskan bahwa media sosial adalah alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to co-operate*) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara koleksi yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi.¹⁷ Sedangkan Meike Young mengartikan kata

¹⁶ <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pandangan>. Diakses pada 11 juli 2020

¹⁷ Maya Sandra Rosita Dewi, "Islam dan etika bermedia". Research Fair Unisri. Vol. 3, No.1, Januari 2019, Hal. 139

media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be shared one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.¹⁸

Dari beberapa pengertian media sosial diatas, dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah suatu alat untuk berinteraksi satu sama lain yang dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa batasan ruang dan waktu.

Media sosial bagi masyarakat kini bukan hanya sebagai pengganti proses komunikasi secara langsung saja, akan tetapi dengan media sosial masyarakat lebih dimudahkan baik dalam proses komunikasi maupun informasi. Harold D. Laswell memaparkan fungsi media bisa 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.¹⁹ Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa fungsi media bukan hanya sebagai sarana dalam mendapat dan menyebar informasi, akan tetapi memberikan interpretasi atas informasi dan juga menyebarkan nilai budaya. Dijelaskan bahwa pada tahun 2009, media sosial menjelma menjadi alat informasi yang sangat potensial di Indonesia. Tingginya jumlah pengguna media khususnya masyarakat Indonesia berada

¹⁸ Rulli Nasrullah, *Media sosial* (Bandung: Simbiosia Rekatama Media, 2015), h. 11

¹⁹ Ibid, h.11

pada aplikasi jejaring situs pertemanan dan informasi. Bisa dikatakan hampir seluruh masyarakat Indonesia memiliki media sosial yang tersedia. Pengguna media sosial tersebut tidak terbatas pada umur, karena dari remaja bahkan usia lanjut juga telah banyak yang memiliki akun pada media sosial tersebut.²⁰

Salah satu aplikasi media sosial yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat adalah instagram. Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial dari *smartphone* yang memungkinkan penggunanya mengambil foto, mengambil video, dan menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial.²¹ Salah satu keunikan dari instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti kamera Kodak Instamatic dan Polaroid.²² Interaksi yang dilakukan dalam instagram tidak jauh berbeda dengan jejaring pertemanan dan informasi lain. Dalam instagram, unggahan foto yang di upload oleh pemilik akun pribadi maupun admin dari akun group akan dikomentari oleh pengguna akun lain. Dalam foto atau cerita tersebut antara pemilik akun dengan teman dalam instagram bisa saling berbalas komentar.

Media sosial sangat mempengaruhi kehidupan seseorang, oleh karenanya kita harus pandai dalam menyikapinya sehingga tidak melupakan kewajiban pada kehidupan nyata. Etika dalam penggunaan media sosial juga

²⁰ Haryatmoko. *Etika Komunikasi, Manipulasi Media, Kekerasan, Dan Pornografi*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009)

²¹ Abu Bakar Fahmi. *Mencerna Situs Jejaring Sosial*. (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2011)

²² Maya Sandra Rosita Dewi, "Islam dan etika bermedia". *Research Fair Unisri*. Vol. 3, No.1, Januari 2019, Hal. 140

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 kekerasan fisik atau tawuran.²³

Nilai-nilai yang terbentuk terdapat beberapa kaidah yang bertujuan mengatur tata cara kita dalam berkomunikasi antar sesama tanpa harus saling menyakiti. Terlebih komunikasi merupakan hal yang tidak terlepas dalam kehidupan sehari-hari manusia.²⁴ Komunikasi menjadi kegiatan utama, mulai dari bangun tidur hingga tidur kembali baik secara formal maupun non formal. Walaupun hanya sekedar berinteraksi atau obrolan basa-basi. Dalam interaksi itulah manusia lambat laun menciptakan nilai-nilai bersama yang kemudian disebut sebagai kebudayaan. Cara berkomunikasi atau pemakaian suatu kata atau kalimat yang kita anggap sebuah etika, dapat pula berakibat pada sesuatu yang tidak menyenangkan dan menimbulkan suatu kesalahpahaman antar sesama.²⁵

Dalam pandangan islam, komunikasi dapat mewujudkan hubungan secara vertikal dengan Allah Swt, serta untuk menegakan komunikasi terhadap sesama manusia. Komunikasi dengan Allah Swt dapat tercermin melalui ibadah-ibadah seperti salat, puasa, zakat, dan haji yang tujuannya untuk

²³ Mursito. *Memahami Institusi Media* (Surakarta: Lindu Pustaka, 2006)

²⁴ Maya Sandra Rosita Dewi, “*Islam dan etika bermedia*”. Research Fair Unisri. Vol. 3, No.1, Januari 2019, Hal. 140

²⁵ Rulli Nasrullah. *Media Sosial Prosedur, Tren, dan Etika* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015)

membentuk takwa. Sedangkan komunikasi dengan sesama manusia tercermin dari seluruh aspek kehidupan manusia, baik dari aspek sosial, budaya, politik, ekonomi dan lain sebagainya. Dalam berkomunikasi kita juga perlu memilih kata yang tepat dan dapat mengungkapkan gagasan yang dimaksud oleh penulis atau pembicara. Apabila terjadi kesalahan dalam memilih kata, akan menyebabkan informasi yang ingin di sampaikan menjadi kurang efektif, bahkan bisa menjadi tidak jelas.²⁶

Rasulullah SAW dalam hadisnya menganjurkan kepada kita selaku umatnya, agar selalu berkata dengan perkataan yang memiliki nilai positif, atau setidaknya jika belum bisa berkat demikian, lebih baik untuk diam

مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكَلِّمْ خَيْرًا أَوْ لِيَصْمُتْ

Artinya:

“Barang siapa yang beriman kepada Allah SWT. Dan hari akhir, maka hendaklah ia diam” (HR. Bukhari).

Dalam hadis di atas, imam Syafii Ra. Menjelaskan bahwa, jika seseorang ingin mengatakan sesuatu, hendak ia ucapkan, jika kira-kira baik dan memiliki efek yang positif maka ucapkanlah, namun jika bahkan menimbulkan kegaduhan atau menyinggung orang lain, maka lebih baik ia simpan rapat-rapat dalam hatinya sendiri.²⁷

²⁶ Kismiyati. *Filsafat dan Etika*. (Bandung: Widya Padjajaran, 2010)

²⁷ Maya Sandra Rosita Dewi, “*Islam dan etika bermedia*”. Research Fair Unisri. Vol. 3, No.1, Januari 2019, Hal. 141

Meskipun banyak sekali teori yang menjelaskan tentang etika atau adat dalam bersosial media, untuk menggunakan bahasa yang baku, sopan, dan tidak mengandung kata-kata yang kasar ,*body shaming*, rasis, dan sara. Islam juga mengajarkan umatnya untuk lebih baik diam jika kata-kata tersebut dapat menimbulkan kegaduhan atau menyinggung orang lain. Namun pada kenyataannya masih banyak netizen yang tidak mengindahkan etika komunikasi dalam berkomentar di media sosial instagram terutama jika dilihat dari sudut pandang islam. Salah satu contohnya yaitu pada akun instagram @gusnur13official dimana banyak sekali komentar yang tidak menggunakan etka komunikasi yang sesuai dengan pandangan islam, contohnya komentar yang ditulis oleh akun @irfankharisul yang menulis komentar “Gus nur mati saja kau”, kemudian komentar dari @potrait_life yang menuliskan komentar “pake nama GUS?? Sugik nur penjual obat keliling. Menjual agama demi kehidupan anak istri. Nice trick” kemudian komentar dari akun @dandy2202 yang menuliskan komentar “muka lu itu PKI goblok” dan masih banyak komentar lainnya yang tidak sesuai dengan etika komunikasi dalam pandangan Islam. Inilah yang menjadi landasan peneliti mengambil judul “**Etika Komunikasi Netizen Di Media Sosial Instagram Dalam Pandangan Islam**”

D. Rumusan Masalah

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

“Bagaimana etika komunikasi netizen di media sosial instagram dalam pandangan Islam?”.

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Mengacu pada masalah yang telah dirumuskan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

”Untuk mengetahui etika komunikasi netizen di media sosial instagram yang sesuai dengan pandangan islam.”

2. Manfaat Penelitian

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam mengembangkan khasanah keilmuan, khususnya tentang etika komunikasi melalui media sosial.
- b. Penelitian ini diharapkan mampu dijadikan gambaran maupun petunjuk bagi pengguna internet maupun masyarakat secara umum dalam mengkonsumsi media sosial khususnya instagram.

F. Metode Penelitian

Metode penelitian berasal dari kata “metode” yang artinya cara yang tepat untuk melakukan sesuatu; dan Logos” yang artinya ilmu atau pengetahuan. Jadi metodologi artinya cara melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara saksama untuk mencapai suatu tujuan.²⁸

Berdasarkan pengertian diatas maka dapat disimpulka bahwa, metode penelitian adalah suatu ilmu pengetahuan yang menjelaskan tentang cara yang

²⁸ Abdul Muid, “Pesan imam syafii tentang menjaga lisan”, <https://bincangsyariah.com/kalam/menjaga-terplesetnya-lisan/> (diakses pada 12 juli 2020, pukul 14.22 WIB)

digunakan dalam mengadakan sebuah penelitian, yang berfungsi sebagai dasar acuan atau cara yang dilakukan untuk mendapatkan informasi data yang akurat. Oleh karena itu penulis menjelaskan hal hal yang berkaitan dengan metodologi yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu dengan menekankan analisisnya pada proses penyimpulan komparasi serta pada analisis terhadap dinamika hubungan fenomena yang diamati dengan menggunakan logika ilmiah.²⁹ Penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang menghasilkan data dekriptif berupa kata-kata tertulis dari orang-orang yang diamati yang tidak dituangkan ke dalam istilah yang digunakan dalam penelitian kuantitatif.³⁰

2. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian atau riset kepustakaan. Penelitian ini akan menggali bagaimanakah seharusnya etika komunikasi netizen di media sosial yang sesuai dalam pandangan islam.

Penelitian pustaka atau riset pustaka ialah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan koleksi perpustakaan saja tanpa memerlukan riset lapangan.³¹

²⁹ Drs. Cholid Narbuko, Drs. H. Abu Achamdi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2015), hal. 1.

³⁰ Saifuddin Azmar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), Hal. 5.

³¹ Ibid h, 6.

Penelitian ini akan menampilkan argumen penalaran keilmuan dari hasil kajian pustaka dan hasil olah pikir peneliti mengenai suatu masalah atau topik kajian. Jenis penelitian ini didukung oleh data yang diperoleh dari sumber pustaka yang berupa jurnal penelitian, skripsi, laporan penelitian, buku teks, makalah, dan lain sebagainya. Bahan-bahan pustakatersebut dibahas secara kritis dan mendalam dalam rangka mendukung pembahasan etika komunikasi netizen di mediasosial instagran dalam pandangan islam.

b. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif, yang dimaksud dengan deskriptif adalah berasal dari istilah bahasa inggris “to describe” yang berarti memaparkan atau menggambarkan suatu hal, misalnya keadaan, kondisi, situasi, peristiwa, kegiatan dan lain-lain dengan demikian penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian.³²

Data yang akan di deskripsikan dalam penelitian ini adalah etika komunikasi netizen di media sosial instagran dalam pandangan Islam. Penelitian ini akan memberikan gambaran dan informasi terkait bagaimanakah etika komunikasi para pengguna instagran yang benar dan sesuai dengan pandangan Islam.

³² Zed Mestika, *Metode Penelitian Kepustakaan*, (Jakarta: Yayasan Bogor Indonesia, 2004), hal.3.

3. Sumber data

Data adalah catatan atas kumpulan fakta. Data merupakan bentuk jamak dari datum, berasal dari bahasa latin yang berarti “sesuatu yang diberikan”.dalam penggunaan sehari-hari data berarti suatu pernyataan yang diterima secara apa adanya. Pernyataan ini adalah hasil pengukuran suatu variabel yang bentuknya bisa berupa angka, kata, atau citra.³³

Sumber data ialah sumber dari mana data itu diperoleh. Dalam sebuah penelitian terdapat dua sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh peneliti dari sumber asli (langsung dari informan) yang memiliki informasi atau data tersebut.³⁴ Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua yang memiliki informasi atau data tersebut.³⁵

1) Sumber Primer

- a. Jalaluddin Rakhmat, *Islam Aktual* (Bandung: Mizan, 1991).
- b. Dr. H. M. Tata Taufik, *Etika Komunikasi Islam* (Bandung: Pustaka Setia, 2012).

2) Sumber Sekunder

- a. Muslimah. 2016. Etika Komunikasi Dalam Perspektif Islam. *Sosial Budaya e-ISSN: 2407-1684. Vol. 13, No.2. pp. 115-S125.*
- b. Maya Sandra Rosita Dewi, “Islam dan etika bermedia”. *Research Fair Unisri. Vol. 3, No.1, januari 2019.*

³³ Suharsimi Arikunto, prosedur penelitian suatu pendekatan praktik,(Jakarta:PT Rineka Cipta,1998), cetakan kesebelas, h. 115.

³⁴ <https://id.wikipedia.org/wiki/Data>

³⁵ Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial* (Yogyakarta:Erlangga,2009), hal.86

- c. Bahrudin, “*Prinsip-Prinsip Komunikasi Dalam Al-Qur’an*”. Jurnal Ilmu Dakwah Vol. 15, Januari 2010.
- d. Muhammad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi* (Yogyakarta: Kanisius,2007).
- e. Cartono. 2018. Komunikasi Islam Dan Interaksi Media Sosial. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi, Vol. 9, No. 2. pp. 59-74.*

4. Teknik Pengumpulan Data

Mengingat data yang digunakan oleh penulis dari hasil observasi berupa buku, artikel, maupun jurnal, maka dalam pengumpulan data ini penulis menelusuri, kemudian membaca dan mencatat bahan-bahan yang diperlukan untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan pembahasan³⁶

5. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan model analisis interaktif dari Miles dan Huberman. Model interaktif ini terdiri dari tiga hal utama yaitu: (1) reduksi data (2) penyajian data (3) penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Ketiga kegiatan tersebut merupakan kegiatan yang saling berhubungan pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk yang sejajar untuk membangun wawasan umum yang disebut analisis.³⁷

³⁶ Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial* (Yogyakarta:Erlangga,2009), hal.86

³⁷ Moh Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hal. 103.

Berikut ini merupakan proses dalam model analisis interaktif Miles Dan Huberman.

a. Reduksi data

Reduksi data dapat diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan yang tertulis dari lapangan. Reduksi data berlangsung secara terus menerus sejalan dengan pelaksanaan penelitian berlangsung

Tahapan reduksi data merupakan bagian dari analisis sehingga pilihan peneliti tentang bagian data mana yang di kode, di buang, pola-pola mana yang meringkas sejumlah bagian yang tersebut, cerita-cerita apa yang berkembang, merupakan pilihan-pilihan analitis. Dengan begitu, proses reduksi data dimaksudkan untuk lebih menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang bagian data yang tidak diperlukan, serta meng organisasi data sehingga memudahkan untuk dilakukan penarikan kesimpulan yang kemudian akan dilanjutkan dengan proses verifikasi.³⁸

b. Display Data

Langkah berikutnya setelah proses reduksi data berlangsung adalah penyajian data, yang dimaknai oleh Miles dan Huberman sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

³⁸ Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial* (Yogyakarta:Erlangga,2009), h. 148

Kegiatan reduksi data dan proses penyajian data adalah aktivitas yang terkait langsung dengan proses analisis data model interaktif. Dengan begitu, kedua proses ini pun berlangsung selama proses penelitian ini berlangsung dan belum berakhir sebelum laporan hasil akhir penelitian disusun.³⁹

c. Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan

Tahap akhir proses pengumpulan data adalah verifikasi dan penarikan kesimpulan, yang dimaknai sebagai penarikan arti data yang telah ditampilkan. Beberapa cara yang dapat dilakukan dalam proses ini adalah dengan melakukan pencatatan untuk pola-pola dan tema yang sama, pengelompokan, dan pencarian kasus-kasus negatif (kasus khas, berbeda, mungkin pula menyimpang dari kebiasaan yang ada di masyarakat).⁴⁰

³⁹ Ibid, h.150

⁴⁰ Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial* (Yogyakarta:Erlangga,2009), h. 151