

**ETIKA KOMUNIKASI NETIZEN DI MEDIA
INSTAGRAM PADA AKUN @KHOIR 11
(DITINJAU DALAM PANDANGAN ISLAM)**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Dalam Bidang
Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam*

Oleh

LELI ASYURO NASUTION

NIM. 19 301 00010

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY

PADANGSIDIMPUAN

2024

**ETIKA KOMUNIKASI NETIZEN DI MEDIA
INSTAGRAM PADA AKUN @KHOIR 11
(DITINJAU DALAM PANDANGAN ISLAM)**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Dalam Bidang
Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam*

Oleh

**LELI ASYURO NASUTION
NIM. 19 301 00010**

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2024**

**ETIKA KOMUNIKASI NETIZEN DI MEDIA
INSTAGRAM PADA AKUN @KHOIR 11
(DITINJAU DALAM PANDANGAN ISLAM)**




SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Dalam Bidang
Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam*


Oleh

LELI ASYURO NASUTION
NIM. 19 301 00010

PEMBIMBING I


Dr. Mohd. Rafiq, S.Ag., M.A
NIP. 19680611 199903 1 002

PEMBIMBING II


Dr. Icol Dianto, S. Sos. I., M. Kom.I
NIP. 19870310 201801 1 001

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2024**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
Jalan T.Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634)22080 Faximile (0634)24022

Hal : Skripsi
a.n. **Leli Asyuro Nasution**
Lampiran : 6 (Enam) Exemplar

Padangsidimpuan, 20 Agustus 2024
Kepada Yth:
Ibu Dekan FDIK
UIN SYAHADA Padangsidimpuan
Di:
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Leli Asyuro Nasution** yang berjudul: "**Etika Komunikasi Netizen di Media Instagram Pada Akun @Khoir_11 (Ditinjau Dalam Pandangan Islam)**", maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang ilmu Komunikasi Penyiaran Islam pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggung jawabkan skripsinya ini.

Dengan demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya, diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Dr. Mohd. Rafiq, S.Ag., M.A.
NIP. 196806111999031002

PEMBIMBING II

Dr. Icol Dianto, S.Sos.I., M.Kom.I.
NIP. 198703102018011001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARYPADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634)22080 Fax. (0634)24022

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **LELI ASYURO NASUTION**
NIM : **1930100010**
Program Studi : **Komunikasi Penyiaran Islam**
Fakultas : **Dakwah dan Ilmu Komunikasi**
Judul Skripsi : **Etika Komunikasi Netizen di Media Instagram Pada Akun @Khoir_11 (Ditinjau Dalam Pandangan Islam)**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak syah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Pasal 14 Ayat 4 Tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum pada Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku

Padangsidimpuan, 20 Agustus 2024
Saya yang Menyatakan,



LELI ASYURO NASUTION
NIM. 1930100010



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634)22080 Faximile (0634)24022

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekhali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : LELI ASYURO NASUTION
NIM : 19 301 00010
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Etika Komunikasi Netizen di Media Instagram Pada Akun @Khoir_11 (Ditinjau Dalam Pandangan Islam)”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan), dengan Hak Bebas Royalti noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Padangsidimpuan
Pada Tanggal 20 Agustus 2024
Yang menyatakan,



LELI ASYURO NASUTION
NIM: 19 301 00010



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihatang, Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634)22080 Faximile (0634)24022

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN DAN KEBENARAN DOKUMEN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : LELI ASYURO NASUTION
Tempat/Tgl Lahir : MALINTANG JULU, 04 April 2001
NIM : 19 301 00010
Fak/Prodi : Dakwah dan Ilmu Komunikasi/ KPI

Menyatakan dengan sesungguhnya:

1. Segala data terdapat dalam dokumen permohonan ujian munaqosyah ini adalah benar dan sah.
2. Apabila di kemudian hari ditemukan bahwa dokumen-dokumen yang telah saya berikan tidak benar, maka saya bersedia dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dapat digunakan seperlunya.

Padangsidimpuan, 20 Agustus 2024
Yang Membuat Pernyataan



LELI ASYURO NASUTION
NIM. 19 301 00010



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

DEWAN PENGUJI SIDANG
MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Leli Asyuro Nasution
NIM : 1930100010
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Etika Komunikasi Netizen di Media Instagram Pada Akun @Khoir_11
(Ditinjau Dalam Pandangan Islam)

Ketua



Dr. Anas Habibi Ritonga, M.A.
NIP. 198404032015031004

Sekretaris




Nurfitriani M Siregar, M. Kom.I.
NIP. 199104172019032007


Anggota




Dr. Anas Habibi Ritonga, M.A.
NIP. 198404032015031004



Nurfitriani M Siregar, M. Kom.I.
NIP. 199104172019032007



Dr. Mohd. Rafiq, S.Ag., M.A.
NIP. 196806111999031002



Dr. Icol Dianto M. Kom.I.
NIP. 198703102018011001

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Selasa, 10 September 2024
Pukul : 13.30 WIB s/d Selesai
Hasil/Nilai : Lulus / 83,75 (A)
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,67
Predikat : Pujian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

PENGESAHAN

Nomor: ~~12024~~/Un.28/F.4c/PP.00.9/09/2024

Judul Skripsi : Etika Komunikasi Netizen di Media Instagram Pada Akun
@Khoir_11 (Ditinjau Dalam Pandangan Islam)
Nama : Leli Asyuro Nasution
NIM : 1930100010
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Telah dapat diterima untuk memenuhi
Syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)

Padangsidimpuan, 25 September 2024
Dekan,



Dr. Magdalena, M.Ag.
NIP.197403192000032001

ABSTRAK

Nama : Leli Asyuro Nasution

Nim : 1930100010

Judul : “Etika Komunikasi Netizen di Media Instagram

Pada Akun @Khoir_11 (Ditinjau Dalam Pandangan Islam)

Etika komunikasi merupakan bagian penting dalam ajaran Islam. Berkomunikasi dengan jujur dan menghormati orang lain. Namun di era digital saat ini, banyak pengguna media Instagram yang mengabaikan etika komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk pesan komunikasi antara konten kreator @Khoir_11 dengan followers, menganalisis alasan netizen dalam memberikan komentar pada postingan @Khoir_11, dan menganalisis pentingnya menjaga etika komunikasi sesuai pandangan Islam saat memberikan komentar di Instagram khususnya pada akun @Khoir_11. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis interaktif dari Miles dan Huberman, data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara dengan *followers*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk pesan komunikasi antara @Khoir dengan *followers* melibatkan proses pertukaran pesan dan interaksi. @Khoir_11 dapat mengirimkan berbagai konten seperti video, foto, yang berisi informasi *tilawah*, *followers* dapat menanggapi melalui kolom komentar. Banyak diantara pengguna memberikan komentar negatif disebabkan oleh ketidakpuasan terhadap ekspresi dan teknik pengambilan nafas dalam menyampaikan konten irama *tilawah*, namun terdapat juga pandangan positif yang muncul karena dianggap memberikan motivasi bagi generasi muda dalam mempelajari irama dan nada *tilawah*. Penelitian ini menekankan pentingnya penerapan enam prinsip komunikasi Islam yang disebutkan dalam Al-Qur'an yaitu *qawlan sadidan*, *qawlan baligha*, *qawlan ma'rufa*, *qawlan kariman*, *qawlan layyina*, dan *qawlan maysura*, untuk memastikan komunikasi di media Instagram sesuai dengan ajaran Islam. Selain itu, kesadaran dan kontrol diri dalam berkomunikasi sangat dibutuhkan untuk menciptakan hubungan yang harmonis dan damai tanpa adanya perasaan dendam.

Kata Kunci : *Etika Komunikasi, Instagram, Pandangan Islam*

ABSTRACT

Name : *Leli Asyuro Nasution*

Nim : *1930100010*

Thesis Title : *“Ethics of Netizen Communication on Instagram on the*

Account @Khoir_11 (Viewed from an Islamic Perspective)”

Communication ethics is an important part of Islamic teachings. Communicating honestly and respecting others are fundamental principles of communication according to Islam. However, in the current digital era, many Instagram users disregard communication ethics. This study aims to analyze the form of communication messages between content creator @Khoir_11 and followers, to analyze the reasons why netizens comment on @Khoir_11's posts, and to assess the importance of maintaining communication ethics according to Islamic views when commenting on Instagram, particularly on the account @Khoir_11. Using a qualitative approach with the interactive analysis method from Miles and Huberman, data were collected through observation and interviews with followers. The research findings indicate that the communication messages between @Khoir and followers involve a process of message exchange and interaction. @Khoir_11 can share various content such as videos and photos containing recitation information, and followers can respond through the comment section. Many users provide negative comments due to dissatisfaction with the expression and breathing techniques in delivering the content, but there are also positive views that emerge as the content is seen as motivating the younger generation to learn the rhythm and tone of recitation. This study emphasizes the importance of applying six principles of Islamic communication mentioned in the Qur'an, namely qawlan sadidan, qawlan baligha, qawlan ma'rufa, qawlan kariman, qawlan layyina, and qawlan maysura, to ensure communication on Instagram aligns with Islamic teachings. Additionally, awareness and self-control in communication are crucial for creating harmonious and peaceful relationships without feelings of resentment.

Keywords : *Communication Ethics, Instagram, Islamic Perspective*

ملخص البحث

الاسم: ليلى أسويرو ناسوتيون

رقم التسجيل: ١٩٣٠١٠٠٠١٠٠

عنوان البحث: أخلاقيات التواصل مع مستخدمي الإنترنت على حساب (@خوير_١١) (راجع في

عرض إسلامي)

أخلاقيات التواصل جزء مهم من التعاليم الإسلامية. التواصل بصدق واحترام الآخرين. ولكن في العصر الرقمي اليوم، يتجاهل العديد من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي على إنستغرام أخلاقيات التواصل. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل شكل رسائل التواصل بين صانع المحتوى (@خوير_١١) والمتابعين، وتحليل أسباب تعليق مستخدمي الإنترنت على منشورات (@خوير_١١)، وتحليل أهمية الحفاظ على أخلاقيات التواصل وفقاً للآراء الإسلامية عند التعليق على إنستغرام، وخاصة على حسابات (@خوير_١١). يستخدم هذا البحث منهجاً نوعياً باستخدام أسلوب التحليل التفاعلي من مايلز وهوبرمان، والبيانات التي تم جمعها من خلال الملاحظة والمقابلات مع المتابعين. وقد أظهرت النتائج أن شكل رسائل التواصل بين (@خوير_١١) والمتابعين ينطوي على عملية تبادل الرسائل والتفاعل. يمكن أن يرسل (@خوير_١١) محتويات مختلفة مثل مقاطع الفيديو والصور التي تحتوي على معلومات التلاوة، ويمكن للمتابعين الرد من خلال عمود التعليقات. ويعطي العديد من المستخدمين تعليقات سلبية بسبب عدم رضاهم عن تقنيات التعبير والتنفس في إيصال محتوى التلاوة الإيقاعية، ولكن هناك أيضاً آراء إيجابية تظهر لأنها تعتبر تحفيزاً لجيل الشباب في تعلم إيقاع ونبرة التلاوة. يؤكد هذا البحث على أهمية تطبيق مبادئ التواصل الإسلامي الستة المذكورة في القرآن الكريم، وهي قول سديدان، وقول بليغ، وقول معروف، وقول كريم، وقول لنا، وقول ميسور، لضمان أن يكون التواصل على وسائل التواصل الاجتماعي على إنستغرام متوافقاً مع تعاليم الإسلام. بالإضافة إلى ذلك، هناك حاجة إلى الوعي وضبط النفس في التواصل لخلق علاقات متناغمة وسلمية دون مشاعر الاستياء.

الكلمات المفتاحية: أخلاقيات التواصل، إنستغرام، نظرة إسلامية

KATA PENGANTAR



Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji dan syukur senantiasa penulis sampaikan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat-sahabatnya.

Skripsi ini penulis susun untuk memenuhi persyaratan dan melengkapi tugas untuk mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan dengan judul **ETIKA KOMUNIKASI NETIZEN DI MEDIA INSTAGRAM PADA AKUN @KHOIR_11 (DITINJAU DALAM PANDANGAN ISLAM)**.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan, baik dalam susunan kata, kalimat maupun sistematika pembahasannya. Hal ini disebabkan karena keterbatasan kemampuan dan pengalaman penulis, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat khususnya dan pembaca pada umumnya. Pada kesempatan kali ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag, Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga Bapak Dr. Erawadi, M.Ag, Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Kerjasama Bapak Dr. Anhar, M.A, dan Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag, dan Kerjasama serta seluruh civitas akademik UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Ibu Dr. Magdalena, M.Ag, Wakil Dekan Bidang Akademik Bapak Dr. Anas Habibi Ritonga, M.A, Wakil Dekan Bidang Perencanaan dan Keuangan Bapak Drs. H. Agus Salim Lubis, M.Ag, dan Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Bapak Dr. Sholeh Fikri, M.Ag.
3. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Ibu Nurfitriani M. Siregar, M.Kom.I.
4. Dosen Pembimbing I Bapak Dr. Mohd. Rafiq, S.Ag., M.A, dan Dosen Pembimbing II Bapak Icol Dianto, S.Sos.I., M.Kom.I, yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis dalam melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini.
5. Kasubbag Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Bapak Mukti Ali, S.Ag. beserta stafnya yang telah memberikan pelayanan akademik yang sangat baik demi kesuksesan dalam perkuliahan dan penyusunan skripsi.

6. Kepala Perpustakaan Bapak Yusri Fahmi, S.Ag., M.Hum., dan seluruh pegawai perpustakaan UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah membantu penulisan dalam menyediakan buku-buku yang berkaitan dengan pembahasan penelitian ini.
7. Para Dosen di lingkungan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah membekali berbagai pengetahuan sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini.
8. Ahmad Khoir selaku pemilik akun instagram @khoir_11 yang turut memberikan informasi dan data yang dibutuhkan penulis dalam penelitian ini.
9. Ungkapan terima kasih teruntuk Saudara/I tercinta Eriansyah Nasution, Suci Ramadhani yang senantiasa mendukung, menyemangati penulis untuk menyelesaikan pendidikan sampai ke jenjang Perguruan Tinggi.
10. Ungkapan terima kasih teruntuk sahabat tercinta Nuraisyah Ritonga dan Nurul Adzkia yang telah banyak membantu, mendukung, mau berjuang bersama, serta memotivasi penulis agar selalu semangat, mengingatkan untuk senantiasa berdo'a dan berusaha agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Terima kasih juga untuk teman-teman tersayang, Nurhasanah Simanjuntak, Irpa Suri, Rosmayani Rambe, Siti Nurmayana, Rajib Pangestu, Lesnida Ningsih dan seluruh Mahasiswa/I Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2019, semoga Allah SWT memberikan balasan yang baik kepada mereka, yang telah banyak mendukung dan menyemangati penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

12. Teruntuk Leli Asyuro Nasution, ya! diri saya sendiri, terima kasih karena telah mau berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan, walau seringkali putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terimakasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak memutuskan untuk menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, sesungguhnya kesempurnaan adalah milik Allah dan kekurangan adalah milik penulis. berada di titik ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Teristimewa terima kasih kepada cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Alm. Yusron Nasution, beliau memang sudah tiada tapi mampu membiayai uang kuliah penulis, semoga beliau ditempatkan di syurganya Allah SWT. Terima kasih kepada pintu surgaku, Ibunda Nurhasanah tercinta dan tersayang yang telah mengasuh, membimbing, dan mendidik sekaligus mendo'akan yang terbaik untuk putrinya. Terima kasih yang sebesar-besarnya untuk keduanya yang selalu mendukung dan memberikan nasihat serta berkontribusi kepada penulis untuk menyelesaikan pendidikan sampai ke jenjang Perguruan Tinggi.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang diberikan kepada penulis. Harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan penulis. Aamiin.

Padangsidempuan, 20 Agustus 2024
Penulis

Leli Asyuro Nasution

NIM. 1930100010

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	sa	s	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha	h	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	zal	z	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	ṣad	ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)




ع	'ain	∴	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El

م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	∴∴	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye



B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	dommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	fathah dan ya	Ai	a dan i
	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ...اُ ...اِ...	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
اِ...اِ...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis dibawah
اُ...اُ...	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua.

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

D. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

E. **Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan

huruf, yaitu ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penelitian Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang Penelitiannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini Penelitian kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau Penelitian itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

I. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN DAN KEBENARAN DOKUMEN	
LEMBAR DEWAN PENGUJI SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	
LEMBAR PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	1
KATA PENGANTAR	iii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
DAFTAR ISI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	8
C. Batasan Istilah	8
1. Etika Komunikasi	8
2. Media Instagram.....	9
3. Akun @Khoir_11	9
4. Pandangan Islam.....	10
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian	11
F. Manfaat Penelitian	11
G. Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Landasan Teori.....	13
1. Teori Uses and Gratification	13
2. Sejarah perkembangan Teori Uses and Gratification.....	13
3. Asumsi.....	14
B. Landasan Konseptual	15
1. Etika Komunikasi	16
2. Instagram Sebagai Media Sosial	22

3. Etika Komunikasi Dalam Pandangan Islam	25
C. Penelitian Terdahulu	32
D. Kerangka Berpikir	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
A. Waktu dan Lokasi Penelitian	39
B. Jenis Penelitian.....	39
C. Subjek dan Objek Penelitian	41
D. Sumber Data.....	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	43
F. Teknik Analisis Data.....	47
a. Data Reduction (Reduksi Data).....	47
b. Data Display (Penyajian Data)	48
c. Conclusion Drawing/ Verification (Penarikan Kesimpulan/ verifikasi)	48
G. Teknik Keabsahan Data	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Temuan Umum.....	50
1. Akun Instagram @Khoir_11	50
2. Data Informan Penelitian.....	53
B. Temuan Khusus.....	55
1. Bentuk-Bentuk Pesan Komunikasi Antara Konten Kreator @Khoir_11 Dengan Followers	55
2. Alasan Netizen Memberikan Komentar Pada Postingan Akun @Khoir_11 60	
3. Pentingnya Menjaga Etika Komunikasi di Media Instagram Sesuai Dengan Pandangan Islam.....	64
4. Analisis Data Hasil Penelitian	66
BAB V PENUTUP	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 4.1 Data Informan Penelitian	54
Tabel 4.2 Bentuk Pesan Komunikasi	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Berpikir.....	37
---	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi yang cepat dalam dunia koneksi memberikan kemudahan dalam melaksanakan proses koneksi. Perkembangan teknologi, membuat komunikasi seseorang menjadi lebih mudah.¹ Salah satunya adalah media Instagram yang tidak hanya dijadikan sebagai pengganti proses komunikasi secara tidak langsung, namun dari media Instagram juga dapat memberikan kemudahan dalam berkomunikasi dan berbagi informasi.²

Shirky menjelaskan bahwa media Instagram adalah alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to co-operate*) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi.³ Terkait umur untuk pengguna jejaring media Instagram tidak memiliki batas. Mulai usia anak-anak, remaja hingga orang tua juga sudah banyak yang memiliki akun di media Instagram.⁴

Penggunaan internet melalui media Instagram menghadirkan sebuah *web forum* yang dapat membentuk suatu komunitas *online*. Layaknya *forum* diskusi, *web forum* ini juga menampung ide, pendapat, dan segala informasi dari

¹ H. Mafri Amir. *Etika Komunikasi Massa dalam Pandangan Islam*. (Jakarta: PT. Logos Wacana Ilmu, 2017), hlm. 10.

² Sugihartati dan Rahma. *Perkembangan Masyarakat Informasi dan Teori Sosial Kontemporer*. (Jakarta: Kencana Prenada Media instagram Group, 2020), hlm. 13.

³ Maya Sandra Rosita Dewi. Islam dan Etika Bermedia instagram, *Jurnal Research Fair Unisri*. Vol. 3, No.1, Januari 2019, hlm. 139.

⁴ Bimo Mahendra. Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi), *Jurnal Visi Komunikasi*, Vol. 16, No. 1, 2017, hlm. 152.

para pengguna akun lainnya sehingga dapat saling berkomunikasi dan bertukar pikiran. Sebuah *forum online* tidak hanya memiliki suatu pokok bahasan tertentu saja, dan tidak menutup kemungkinan dapat meluas hingga ke berbagai bidang lainnya.⁵

Aplikasi Instagram merupakan salah satu media yang berfungsi untuk berkomunikasi dan berbagi informasi, jejaring sosial yang bisa mencari dan menambah pertemanan. Instagram memungkinkan penggunanya mengambil foto, mengambil video, dan menerapkan filter digital, serta membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial lainnya.⁶ Berkomunikasi adalah kegiatan utama, mulai pada saat terbangun dari tidur sampai kembali tidur, baik non formal maupun formal, meskipun hanya obrolan biasa atau berbasa-basi. Pada saat itulah hubungan interaksi antar sesama menciptakan nilai kebudayaan dalam bermasyarakat.

Pemakaian setiap kata atau suatu kalimat juga dapat berdampak positif dan negatif, mulai dari hal yang menyenangkan maupun sesuatu yang dapat menyakitkan kepada sesama pengguna Instagram.⁷ Selain itu, Instagram juga dapat memberikan tanggapan melalui pesan dengan melihat *stori* pengguna aplikasi. Setiap postingan yang diunggah, pemilik akun dapat memberikan *caption* guna memberi keterangan pada postingan Instagram. Fitur lain yang terdapat pada postingan pada akun adalah adanya kolom komentar yang

⁵ Tuty Mutiah (dkk). Etika Komunikasi dalam Menggunakan Media Instagram Sosial, *Jurnal Global Komunika*, Vol. 1, No. 1, Desember 2019. hlm. 14.

⁶ Mursito. *Memahami Institusi Media Instagram*. (Surakarta: Lindu Pustaka, 2016). hlm. 22.

⁷ Maya Sandra Rosita Dewi. Islam Dan Etika Bermedia, *Jurnal Research Fair Unisri*. Vol. 3, No. 1, Januari 2019, hlm. 140.

berfungsi sebagai wadah pengguna akun lain untuk memberikan komentar pada postingan yang sudah diunggah.

Pada nilai-nilai yang terbentuk ada beberapa kaidah yang bertujuan mengatur tata cara kita dalam berkomunikasi antar sesama tanpa menyakiti hati dan mejunjung tinggi etika sebagai penghargaan pada lawan bicara. Menurut pandangan Islam tentang etika penggunaan media Instagram, etika komunikasi sangat penting dan diatur oleh norma dan aturan yang jelas. mengenai etika bermedia Instagram dalam Al-Ahzab ayat 70 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar”.⁸

Ahmad Mustofa al- Maraghi menerangkan dengan kata qawlan sadidan dalam arti berbicara dengan penyampaian pembicaraan dengan hati. Kata *sadidan* terdiri dari huruf *sin* dan *dal* yang menunjukkan kepada makna meruntuhkan sesuatu kemudian memperbaikinya dengan istiqamah atau konsisten. Meruntuhkan jika disampaikan, harus pula dalam saat yang sama saat memperbaikinya, dalam arti kritik yang disampaikan hendaknya merupakan kritik yang membangun.⁹ Kata ini juga digunakan untuk menunjuk kepada sasaran seseorang yang menyampaikan ucapan yang benar dan tepat sasaran. Seorang yang menyampaikan sesuatu atau ucapan yang benar dan mengena tepat pada sasaran dilukiskan dengan kata ini. Dengan demikian, kata *sadidan*

⁸ Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, (Jakarta: PT Hati Emas, 2013), hlm 427.

⁹ Mustafa al- Maraghi, *Tafsir al-Maraghi*, (Semarang: Karya Toha), Juz 16, hlm. 103.

dalam ayat di atas tidak sekedar benar sebagaimana terjemahannya, tetapi juga berarti tepat sasaran.

Hal ini diperoleh petunjuk bahwa kritik yang disampaikan hendaknya merupakan kritik yang membangun atau memberikan informasi yang disampaikan harus baik, benar, dan mendidik. Dengan perkataan baik yang terucap dengan lidah dan didengar oleh orang banyak maupun yang tertulis sehingga terucapkan oleh diri sendiri maupun orang lain ketika membaca, karena hal ini akan tersebar luas dan memberi pengaruh bagi jiwa dan pikiran manusia. Jika ucapan itu baik, maka baik pula pengaruhnya sebaliknya jika ucapan itu buruk, maka buruk pula pengaruhnya.

Cara berkomunikasi yang dianggap sebuah etika, juga dapat berakibat pada sesuatu hal yang tidak menyenangkan serta juga dapat menimbulkan kesalahpahaman antar sesama. Sistem komunikasi verbal maupun nonverbal, membedakan suatu kelompok dari kelompok lainnya. Banyak sekali bahasa verbal di seluruh dunia ini termasuk juga bahasa nonverbal, meskipun bahasa tubuh (nonverbal) sering dianggap bersifat universal namun perwujudannya sering berbeda secara lokal.

Memilih kata dalam berkomunikasi perlu diperhatikan agar sebuah kegiatan atau tindakan membentuk dan selaras dengan kata dalam kalimat yang bertujuan untuk mendapatkan kata tepat dan sanggup mengungkapkan konsep maupun gagasan yang dimaksudkan oleh pembicara ataupun penulis. Kesalahan

dalam memilih kata akan mengakibatkan informasi yang ingin disampaikan pembicara kurang efektif, bahkan bisa tidak jelas.¹⁰

Penggunaan etika dalam media Instagram harus dijaga untuk mendapatkan hasil yang baik dan positif. Kemajuan teknologi dan globalisasi dapat mengancam norma kesantunan. Beberapa pengguna dapat menyalahgunakan kolom komentar dengan memberikan komentar buruk yang dapat menyakiti orang lain tanpa memperhatikan etika yang baik.¹¹

Dapat dilihat dari pemilik akun bernama @Khoir_11 yang merupakan pengguna aplikasi Instagram. Pemilik akun tersebut bergabung pada Oktober 2016 dengan memuat berbagai konten religi lewat postingannya. Khoir adalah seorang konten kreator yang aktif di Instagram, Tiktok dan juga Youtube. Akun Instagram pengguna memiliki *followers* sekitar 168.000. Dari observasi awal yang peneliti lakukan pada tgl 14 Maret 2023, Terdapat 78 postingan yang diunggah. Adapun isi postingan @Khoir_11 yaitu cara menyampaikan berbagai teknik dasar dari lagu atau irama Al-Qur'an, cara untuk melatih cengkok suara, *Challenge 5* ayat dalam 1 nafas, Adzan, dan juga Sholawat.¹²

Akun @Khoir_11 menarik untuk diteliti dibandingkan dengan akun lain yang sama-sama mengambil tema Qiraah dan irama Al-Qur'an karena akun @Khoir lebih ekspresif. Bahasa yang dipakai juga mengadopsi bahasa-bahasa yang populer pada masa konten diunggah. Misalnya akun @Khoir_11 kerap

¹⁰ Tuti Mutiah (dkk). *Etika Komunikasi dalam Menggunakan Media Instagram Sosial*,... hlm. 15.

¹¹ Miftahul Afwa, (dkk.), *Persoalan-persoalan Etika Pengguna Instagram Dalam Berkomunikasi*, *Jurnal Pendidikan, Seni, Sains dan Sosial Humaniora*, Vol. 1, No. 1, 2022, hlm. 17-45.

¹² Ahmad Khoir, *Dalam Akun Instagramnya @Khoir_11*.

menggunakan kata “sepuh“ digunakan untuk memanggil penontonnya. Kata “sepuh“ digunakan untuk panggilan kepada orang-orang yang dianggap lebih ahli dan lebih kompeten. Akun ini juga lebih unik dan ekspresif dengan mimik muka yang terkesan dibuat-buat ketika melafalkan ayat suci Al-Qur’an.

Hal ini berbeda dengan kebanyakan akun Instagram lain seperti Muzammil Hasbalah yang terlihat lebih kalem. Gaya akun @Khoir membuatnya mendapat banyak tanggapan baik positif maupun negatif di kolom komentar Instagramnya. Berbagai tanggapan dan komentar-komentar yang bersifat positif diberikan oleh pengguna akun lainnya, namun juga tidak jarang yang memberikan komentar dengan kata yang tidak baik, dapat dilihat dari akun Instagram @Khoir_11, sehingga tidak sesuai dengan etika yang semestinya¹³.

Akun Instagram lain yang juga dibangun sebagai qari adalah @Tumanggerqori. Dibanding dengan @Tumanggerqori, akun @Khoir_11 lebih konsisten dan fokus pada qira’ah. Sementara @Tumanggerqori tercampur dengan beberapa kegiatan pribadi yang tidak ada hubungannya dengan qira’ah. Selain itu, pengikut akun @Tumanggerqori juga tidak sebanyak @Khoir_11. Akun Instagram lain yang juga mencitrakan diri sebagai qori dan memiliki jumlah pengikut yang sama dengan @Khoir_11 adalah @darwinqori.

Sama seperti Tumanggerqori, @darwinqori juga mengunggah beberapa kegiatan pribadi di luar qiraah, sehingga qiraah yang menjadi ciri khasnya kurang kelihatan. Terdapat satu lagi akun Instagram yang khas dengan qiraah,

¹³ Rusmina, Siti Hajar. “Etika Komunikasi Verbal Netizen dalam Penggunaan Ruang Publik pada Kolom Komentar Serambinews. Com “ Skripsi, (Banda Aceh UIN Ar-Raniry, 2018), hlm. 27.

yakni @syamsurifirdaus. Akun @syamsurifirdaus kurang menarik untuk diteliti karena dalam unggahannya dia hanya mengambil potongan kegiatannya yang kebetulan berhubungan dengan qiraah. Unggahan @syamsurifirdaus ini berbeda dengan @Khoir_11 yang mengunggah video-video qiraah yang dibuat dan ditujukan kepada khalayak di media sosial.

Dalam praktiknya terdapat contoh komentar yang tidak beretika dalam melakukan komunikasi dan menyimpang dari ajaran Islam. Misalnya pada komentar pemilik akun yang bernama @romi_bebeto menulis komentar "bacot", kemudian komentar dari akun @hasyimawy_alattas serta memberikan komentar "banyak tingkah" dan komentar dari akun @komai51 yang menuliskan "sok senior kau". Hal tersebut merupakan salah satu kesalahan dalam bermedia di instagram.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan pengguna Instagram @m.baats47 bahwa :

“Alasannya memberikan komentar (Terlalu berlebihan ekspresinya Qari-qari Internasional saja gak segitunya), karena saya juga mondok di pesantren dan belajar Qiraatus Sabaah, gak ada yang berlebihan gitu cara penarikan nafasnya Qari dunia juga tidak ada yang begitu“¹⁴

Terdapat banyak teori etika dalam berkomunikasi di media sosial Instagram. Islam mengajarkan untuk berbicara dengan hati-hati agar tidak menyakiti orang lain dan menghindari perdebatan. Namun, praktiknya tidak selalu mencerminkan etika Islam dalam berkomunikasi di Instagram terutama melalui kolom komentar mengingat perkembangan teknologi. Islam juga telah

¹⁴ Muhammad Basyir, Pengguna Instagram @m.baats47, 8 Oktober 2023 Pukul 14: 22

mengatasi isu-isu terkait perkembangan teknologi dalam komunikasi. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang masalah yang sudah disebutkan maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul:

"Etika Komunikasi Netizen di Media Instagram pada Akun @Khoir_11 (Ditinjau Dalam Pandangan Islam)".

B. Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini bertujuan untuk menghindari pelebaran pokok bahasan pada penelitian ini agar lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan agar tujuan penelitian ini lebih tercapai. Peneliti memberikan batasan masalah dengan yang akan diteliti, yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini fokus kepada permasalahan etika komunikasi media Instagram.
2. Subjek yang diambil yakni pengguna akun yang berinteraksi pada kolom komentar akun @Khoir_11.
3. Konten Komentar yang Dianalisis: Penelitian ini membatasi jenis konten komentar yang dianalisis. Fokus utama adalah pada komentar-komentar yang secara langsung berkaitan dengan isu-isu etika komunikasi dalam konteks Islam.

C. Batasan Istilah

1. Etika Komunikasi

Ilmu yang memperhatikan baik buruknya cara berkomunikasi seseorang dalam berkomunikasi dengan orang lain. Etika komunikasi

memperhatikan kejujuran dan terus terang, keharmonisan hubungan, pesan yang tepat, menghindari kecurangan, konsistensi antara pesan verbal maupun non-verbal. Selain itu etika juga memiliki batasan yang diperlukan ketika kita selama masih berinteraksi dengan sesama manusia.¹⁵

2. Media Instragram

Instagram adalah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna berbagi foto yang memungkinkan pengguna berbagi foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Instagram berdiri pada tahun 2010 didirikan oleh dua bersahabat Kevin Syistrom dan Mike Krienger.¹⁶ Platform ini telah tumbuh pesat dan digunakan oleh miliaran pengguna di seluruh dunia. Instagram menawarkan fitur Direct Messages (DM) untuk berkomunikasi pribadi dan digunakan oleh merek dan bisnis untuk promosi. Ini adalah platform dinamis yang memungkinkan pengguna untuk berbagi momen dalam hidup mereka, berinteraksi, dan mengekspresikan diri melalui gambar dan video.

3. Akun @Khoir_11

Akun Khoir dalam penelitian ini adalah akun media Instagram yang menjadi fokus penelitian dianggap mewakili komunitas atau kelompok tertentu di media sosial. Akun yang menjadi objek penelitian, tentang

¹⁵ Runni Teguh Meunasah Tampubolon (dkk). Pentingnya Etika Dalam Bermedia Sosial. *Jurnal Hukum Indonesia*, Vol. 1, No. 1, 2022, hlm. 33.

¹⁶ Bimo Mahendra, "Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi)," *Jurnal Visi Komunikasi*, Vol. 16, No. 01, Mei 2017, hlm. 152.

bagaimana etika komunikasi melalui komentar di berbagai postingan berisi konten yang dapat dilihat seperti video, gambar, dan teks.

4. Pandangan Islam

Definisi pandangan menurut KBBI, yakni hasil dari tindakan memandang (melihat, memperhatikan) pendapat, pengetahuan. Komunikasi yang baik bagi umat Islam yaitu sebuah komunikasi yang didasarkan pada ketentuan nilai, agama yang ada di Al-Qur'an dan Hadist. Agama merupakan asas keyakinan dan kepercayaan masyarakat. Suatu ideologi juga dijadikan sebagai pengukuran norma yang ada. berdasarkan Pancasila yang merupakan ideologi Negara, berbangsa dan bermasyarakat memiliki tolak ukur dalam berkomunikasi.¹⁷

D. Rumusan Masalah

Bagaimana etika komunikasi netizen di media Instagram pada akun @Khoir-11 menurut pandangan Islam. Pertanyaan ini dirinci menjadi beberapa pertanyaan:

1. Bagaimana bentuk materi dan pesan komunikasi antara konten kreator @Khoir-11 dengan *followers* ?
2. Apa saja alasan netizen memberikan komentar pada postingan akun @Khoir_11?
3. Bagaimana pentingnya menjaga etika komunikasi di media Instagram sesuai dengan pandangan Islam?

¹⁷ H. Mafri Amir. *Etika Komunikasi Massa dalam Pandangan Islam*.(Jakarta: PT. Logos, Wacana Ilmu, 2017), hlm. 28.

E. Tujuan Penelitian

Mengiringi rumusan masalah maka peneliti dapat memberikan tujuan penelitian secara umum, yakni:

1. Untuk menganalisis bentuk pesan komunikasi antara konten kreator @Khoir_11 dengan followers nya
2. Untuk menganalisis apa saja alasan netizen memberikan komentar pada postingan akun @Khoir_
3. Untuk menganalisis pentingnya menjaga etika komunikasi saat memberikan komentar di media Instagram sesuai dengan pandangan Islam khususnya pada postingan akun Khoir_11

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini tentu memiliki manfaat bagi peneliti dan juga banyak orang, penelitian ini dapat memecahkan masalah serta memberi solusi. Secara spesifik manfaat penelitian mencakup dua aspek sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat untuk melakukan perkembangan khasanah keilmuan dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam, terkhusus mengenai bentuk etika komunikasi di media instagram dalam perspektif Islam.

2. Manfaat Praktis

Peneliti bisa membagikan pengalaman dalam bernalar ilmiah, diharapkan pada penelitian ini peneliti mampu memberikan sumbangsih pemikiran terkait ilmu etika komunikasi yang baik dan benar berdasarkan

ajaran agama Islam, serta dapat memberikan petunjuk dan gambaran dalam menggunakan media instagram terkhusus pada aplikasi instagram.

G. Sistematika Penulisan

Penelitian ini memberikan penjelasan pokok pikiran yang disusun secara sistematika sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, batasan masalah, batasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian , dan sistematika penulisan

Bab II Kajian Pustaka yang mencakup teori dan pengertian etika komunikasi, tujuan etika komunikasi, manfaat etika komunikasi, pengertian media instagram, karakteristik media instagram, fungsi media instagram, etika komunikasi menurut pandangan Islam, penelitian terdahulu, serta kerangka berpikir.

Bab III Metodologi Penelitian terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, jenis dan metode penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data dan analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian yang terdiri dari hasil dan pembahasan bagaimana etika komunikasi di instagram dalam pandangan Islam.

Bab V Penutup yang berisi kesimpulan dan saran-saran tentang penelitian yang disajikan oleh peneliti. Dan kesimpulan diambil berdasarkan hasil penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Uses and Gratification

Teori *Uses and Gratifications* adalah suatu kerangka teori dalam bidang komunikasi yang fokus pada pemahaman mengapa orang secara aktif memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan khusus mereka. Teori ini menekankan peran aktif audiens dalam pemilihan dan penggunaan konten media untuk memperoleh kepuasan. Sebaliknya daripada melihat audiens sebagai konsumen media pasif, teori ini menekankan peran aktif audiens dalam memilih dan menggunakan konten media untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi mereka.¹⁸

2. Sejarah perkembangan Teori *Uses and Gratification*

Teori *uses and gratification* merupakan perkembangan dari teori model jarum hipodermik. Teori ini diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses On Mass Communication*. Teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan suatu media.¹⁹ Teori *uses and gratification* menjelaskan tentang sifat khalayak yang aktif mengkonsumsi media sehingga mereka dapat

¹⁸ Ansar Suherman, *Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hlm. 65.

¹⁹ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada), hlm. 191-192.

selektif dalam memilah-milah pesan media yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan audiensi. Khalayak mengkonsumsi suatu media didorong oleh motif tertentu guna untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Khalayak memiliki sejumlah alasan dan usaha untuk mencapai tujuan tertentu ketika menggunakan media. Mcquail mengemukakan empat alasan mengapa audiens menggunakan media yaitu sebagai pengalihan berarti melarikan diri dari rutinitas, sebagai pengganti teman, memperkuat nilai-nilai individu, pengawasan bagaimana media membantu individu mencapai sesuatu.²⁰

Efek yang timbul dari diri khalayak seperti emosi dan perilaku dapat di operasionalisasikan sebagai evaluasi kemampuan media untuk memberi kepuasan. Pendekatan ini jelas bertujuan untuk menggali motif pendorong bagi seseorang dalam menggunakan media. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber yang lebih baik dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Jadi, bobotnya ialah pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus.²¹

3. Asumsi

Ada 5 asumsi dasar yang menjadi inti gagasan teori penggunaan dan kepuasan, yaitu :

²⁰ Richard West dan Lynn H. Tunner, *Pengantar Teori Analisis dan Aplikasi Buku 1 Edisi 3*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2013), hlm. 105.

²¹ Effendi, Ilmu, *Teori, dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 2003), hlm. 290

- 1) Khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan. Asumsi teori ini mengenai khalayak individu dapat tujuan cukup jelas.
- 2) Inisiatif dalam menghubungkan pemuasan kebutuhan akan kebutuhan pada anggota khalayak.
- 3) Media massa bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya.
- 4) Orang memiliki kesadaran yang khusus dalam penggunaan media mereka, minat, motif, sehingga dapat memberikan gambaran yang akurat pada peneliti.
- 5) Asumsi kelima ini juga sedikit berbicara mengenai khalayak bagaimana mereka menghubungkan kebutuhannya dengan media atau isi tertentu seharusnya ditunda.

Berdasarkan asumsi yang dikemukakan di atas, maka tampak bahwa model uses and gratification menitikberatkan pada masalah-masalah kebutuhan individu terhadap informasi yang disajikan oleh berbagai media dengan segala yang melingkupinya.

B. Landasan Konseptual

Landasan yang bersifat konseptual identik dengan asumsi, yaitu suatu gagasan, kepercayaan, prinsip, pendapat atau pernyataan yang sudah dianggap benar, yang dijadikan titik tolak dalam rangka berpikir (melakukan suatu studi) dan/atau dalam rangka bertindak. (melakukan suatu praktek).

1. Etika Komunikasi

a. Pengertian Etika

Pengertian etika di Indonesia menurut effendy merupakan terjemahan dari kata *ethic* atau *ethics*, yaitu asas-asas nilai perilaku manusia dalam kaitannya dengan sifat-sifat benar, salah, baik dan buruk.²² Etika berasal dari bahasa Yunani *ethos* (kata tunggal) yang berarti tempat tinggal, padang rumput, kandang, kebiasaan adat, watak, sikap, cara berpikir. Bentuk jamaknya adalah *ta etha*, yang berarti adat istiadat dalam hal ini kata etika sama pengertiannya dengan moral.²³ Etika komunikasi merupakan norma atau aturan yang mengatur perilaku komunikasi yang baik dan benar dalam interaksi sosial.

Etika komunikasi mencakup beberapa aspek, seperti kejujuran, kebenaran, keadilan, dan kebijaksanaan. Etika komunikasi juga meliputi penggunaan bahasa yang sopan, menghargai privasi orang lain, dan menghindari fitnah dan ghibah. Perkembangan nilai etika tidak lepas dari substansinya bahwa etika adalah suatu ilmu yang membicarakan masalah perbuatan atau tingkah laku manusia, mana yang dinilai baik dan mana yang jahat. Etika dalam Bahasa arab disebut akhlak, merupakan jamak dari kata

²² Mohd. Rafiq.. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Medan: Wal Ashri Publishing, 2018). hlm. 158.

²³ Abuddin Nata, *Akhlak Tasawuf dan Karakter Mulia* (Jakarta : Raja Grafindo, 2012), hlm. 75.

khuluq yang berarti adat kebiasaan, perangai, tabiat, watak, adab, dan agama.²⁴

b. Pengertian Komunikasi

Komunikasi dalam Bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio* yg berarti sama makna. Proses penyampaian pesan dari seseorang hingga sampai ke orang lain, baik itu dengan berbicara, mendengar, membaca dan yang bias kita sebut sebagai aktivitas komunikasi. Sedangkan komunikasi Islam menurut Mahyudin Abdul Halim adalah proses membekalkan khalayak dengan dengan hakikat kebenaran agama Islam berdasarkan Al-Qur'an dan As-Sunnah secara langsung atau tidak langsung, melalui perantara media umum atau khusus.

Dari pendapat di atas maka jelaslah bahwa sumber utama komunikasi Islam adalah Al-Qur'an dan Hadis.²⁵ Ini mencakup penggunaan bahasa yang sopan, jujur, dan menghormati keberagaman budaya dan pandangan. Dengan mematuhi etika komunikasi, individu dan kelompok dapat membangun hubungan yang kuat, memperkuat kepercayaan, dan menciptakan lingkungan komunikasi yang sehat dan produktif.

²⁴ Muhammad Alfian, *Filsafat Etika Islam*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2011), hlm. 17

²⁵ M. Yunus Sudirman, dkk. "Komunikasi Dalam Perspektif Islam," *Journal of Education, Psychology and Counseling*, Vol. 4, No. 2, 2022, hlm. 122-131.

c. Bentuk-bentuk Komunikasi

1. Komunikasi Intrapribadi merupakan komunikasi intrapribadi yang artinya komunikasi yang dilakukan kepada diri sendiri. Proses komunikasi ini terjadi dimulai dari kegiatan menerima pesan/informasi, mengolah dan menyimpan, juga menghasilkan kembali. Contoh kegiatan yang dilakukan pada komunikasi interpersonal adalah berdoa, bersyukur, tafakkur, berimajinasi secara kreatif dan lain sebagainya.
2. Komunikasi Interpersonal atau komunikasi antarpribadi dapat diartikan sebagai suatu proses pertukaran makna antara orang-orang yang saling berkomunikasi. Komunikasi terjadi secara tatap muka (*face to face*) antara dua individu.²⁶ Dalam pengertian tersebut mengandung 3 aspek: pertama pengertian proses, mengacu pada perubahan dan tindakan yang terjadi secara terus menerus. Kedua, suatu pertukaran yaitu tindakan menyampaikan dan menerima pesan secara timbal balik. Ketiga, mengandung makna, sesuatu yang dipertukarkan dalam proses adalah kesamaan pemahaman antara orang-orang yang berkomunikasi terhadap pesan-pesan yang digunakan dalam proses komunikasi.²⁷
3. Komunikasi Kelompok. Komunikasi kelompok dapat diartikan sebagai tatap muka dari tiga atau lebih individu guna memperoleh maksud dan tujuan yang dikehendaki. Seperti berbagi informasi, pemeliharaan diri pemecahan masalah. Komunikasi kelompok merupakan komunikasi yang dilakukan oleh beberapa orang lain atau sekelompok orang. Contoh komunikasi kelompok antara lain kuliah, rapat, briefing,

²⁶ Mohd. Rafiq.. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Medan: Wal Ashri Publishing, 2018). hlm. 30.

seminar, workshop dan lain-lain. Dalam komunikasi kelompok, setiap individu yang terlibat dalam kelompok masing-masing berkomunikasi sesuai dengan peran dan kedudukannya dalam kelompok tersebut. Pesan atau informasi yang disampaikan juga menyangkut kepentingan seluruh anggota kelompok dan bukan bersifat pribadi.

4. **Komunikasi Organisasi.** Komunikasi organisasi adalah komunikasi antarmanusia yang terjadi dalam hubungan organisasi. Komunikasi organisasi merupakan proses komunikasi yang berlangsung secara formal maupun nonformal dalam sebuah sistem yang disebut organisasi. Komunikasi organisasi sering dijadikan sebagai objek studi sendiri karena luasnya ruang lingkup komunikasi tersebut. Pada umumnya komunikasi organisasi membahas tentang struktur dan fungsi organisasi, hubungan antarmanusia, komunikasi dan proses pengorganisasian, serta budaya organisasi.
5. **Komunikasi Massa.** Komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh, sangat heterogen, dan menimbulkan efek tertentu. Jadi, Komunikasi massa sebagai pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang.

Ciri-ciri komunikasi massa adalah sebagai berikut:

Komunikator biasanya suatu lembaga media massa, Hubungan antara komunikator dan pemirsa bukan bersifat pribadi, Menggunakan media massa, Mediumnya dapat digunakan oleh orang banyak, Komunikan adalah massa, yang bersifat heterogen. Penyebaran pesan serentak pada saat yang bersamaan adalah Umpan balik bersifat tidak langsung, Pesan

yang disebarkan cenderung tidak langsung berpengaruh terhadap massa.²⁸ Tujuan dan Fungsi Etika Komunikasi

d. Tujuan dan fungsi etika komunikasi

adalah untuk memandu perilaku komunikasi individu dan kelompok agar mencapai interaksi yang sehat, efektif, dan bermartabat. Etika komunikasi bertujuan untuk menciptakan lingkungan komunikasi yang aman, di mana orang merasa dihormati dan dihargai.

Fungsi utamanya adalah untuk mencegah konflik, menyampaikan informasi dengan kejujuran, serta membangun hubungan yang kuat dan saling percaya. Dengan mematuhi etika komunikasi, individu dan kelompok dapat membangun hubungan yang kuat, memperkuat kepercayaan, dan menciptakan lingkungan komunikasi yang sehat dan produktif.²⁹

e. Pentingnya Etika Dalam Berkomunikasi

Etika dalam berkomunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam membangun hubungan yang sehat dan harmonis antara individu, kelompok, dan masyarakat secara keseluruhan. Dalam konteks komunikasi, etika membantu menciptakan lingkungan yang saling menghormati, mendukung, dan mempromosikan pemahaman.

²⁸ Arif Munandar, Ilmu Komunikasi dan Informasi dan Transaksi Elektronik, (CV. Media Sains Indonesia : Bandung, 2020), hlm. 110-11.

²⁹ Afna Fitria Sari, "Menanamkan Pemahaman Etika Komunikasi Kepada Mahasiswa," *Journal of Education and Teaching*, Vol. 1, No. 2, Agustus 2020, hlm. 127–135.

Ketika kita berkomunikasi dengan etika, kita menghindari perilaku yang merugikan, seperti penipuan, penghinaan, atau penyebaran informasi palsu, yang dapat merusak hubungan dan menciptakan ketidakpercayaan. Selain itu, etika dalam komunikasi membantu memahami dan menghargai perspektif orang lain, yang memungkinkan untuk lebih efektif berdialog dan berkolaborasi, mencegah konflik yang tidak perlu dan mempromosikan kerjasama yang produktif.

Etika dalam berkomunikasi juga mencakup kejujuran dan transparansi, yang penting untuk membangun kepercayaan. Orang-orang lebih cenderung berinteraksi dan bekerja sama dengan individu yang mereka percayai, dan etika dalam komunikasi membantu memperkuat dasar kepercayaan ini.

Etika komunikasi juga membantu dalam menjaga martabat dan kehormatan individu, menghindari diskriminasi, dan menjaga privasi. Dengan mengikuti etika komunikasi, dapat mencapai komunikasi yang lebih efektif, menciptakan hubungan yang positif, dan berkontribusi pada masyarakat yang lebih baik.³⁰ Terlebih lagi, etika dalam komunikasi memainkan peran penting dalam mempromosikan budaya yang inklusif dan adil.

³⁰ Haryatmoko, *Etika Komunikasi: Manipulasi Media, Kekerasan, dan Pornografi*. (Yogyakarta: Kanisius, 2007).

Ini berarti harus menghindari diskriminasi, prasangka, atau stereotip yang dapat merugikan atau merendahkan orang lain. Dengan demikian, etika komunikasi memungkinkan kita untuk menciptakan lingkungan yang lebih inklusif, menghormati keragaman, dan mendorong perubahan positif dalam masyarakat. Kesimpulannya, etika dalam berkomunikasi adalah landasan utama bagi hubungan yang sehat, produktif, dan berkelanjutan dalam kehidupan sehari-hari.³¹

2. Instagram Sebagai Media Sosial

Media Sosial adalah konten online yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan yang sangat mudah diakses dan terukur. Hal yang paling penting dari teknologi ini adalah terjadinya pergeseran cara mengetahui orang, membaca dan membagi berita, serta mencari informasi dan konten.

Instagram dikenal sebagai platform yang mampu memperlihatkan foto juga video secara cepat dan efektif untuk berbagi konten. Instagram dapat mengunggah foto dan video dengan filter digital yang nantinya dapat dibagikan secara terbuka dengan pengguna lain. Instagram merupakan salah satu media sosial dimana bisa memilih orang yang akan diajak bergabung sebagai teman bisa juga untuk menolak pertemanan jika memang tidak

³¹ Afriani dkk, "Penerapan etika komunikasi di media sosial." *Journal of Civic Education*, Vol. 3, No. 3, 2020, hlm. 331-338.

menginginkannya. Inilah yang dinamakan bahwa suatu komunitas berdiri atau terbentuk dengan sendirinya sesuai dengan yang di inginkan.

a. Fungsi Media Instagram

Media sosial seperti Instagram memiliki beragam fungsi yang penting dalam konteks sosial, komunikasi, dan interaksi online. Salah satu fungsi utama Instagram adalah sebagai platform berbagi foto dan video, yang memungkinkan pengguna untuk berbagi momen dalam hidup mereka dengan teman-teman dan pengikut mereka.

Ini memberi pengguna kesempatan untuk mengungkapkan diri, berbagi kebahagiaan, pengalaman, atau bahkan kesulitan mereka melalui gambar dan video. Selain itu, Instagram juga berfungsi sebagai alat promosi dan pemasaran. Banyak bisnis, merek, dan individu terkenal menggunakan Instagram untuk mempromosikan produk, jasa, atau citra mereka. Dengan mengunggah konten yang menarik dan relevan, mereka dapat mencapai khalayak yang lebih luas dan membangun merek mereka.

Instagram berperan dalam memfasilitasi komunikasi dan interaksi sosial. Pengguna dapat berinteraksi melalui komentar, pesan langsung, atau dengan menyukai dan mengomentari postingan orang lain. Ini memungkinkan pengguna untuk menjalin hubungan, berkolaborasi, atau berbagi pemikiran dan ide dengan orang-orang dari seluruh dunia. Selain itu, Instagram Stories memberikan platform untuk konten sementara yang memungkinkan pengguna untuk berbagi momen sehari-hari dengan cara yang lebih spontan.

Instagram juga berfungsi sebagai media berita dan sumber informasi. Banyak organisasi berita, jurnalis, dan individu menggunakan platform ini untuk menyebarkan berita terkini, opini, atau cerita penting lainnya. Ini memberikan akses cepat kepada pengguna untuk informasi terbaru dari berbagai sudut pandang. Secara keseluruhan, Instagram memiliki beragam fungsi yang mencakup berbagi momen pribadi, promosi bisnis, memfasilitasi komunikasi sosial, dan menjadi sumber informasi, menjadikannya platform media sosial yang sangat beragam dan relevan dalam kehidupan sehari-hari.³²

b. Karakteristik Media Instagram

Media sosial Instagram memiliki beberapa karakteristik khas yang menjadikannya unik dalam dunia digital. Pertama, Instagram difokuskan pada berbagai konten visual, seperti foto dan video, sehingga memberikan pengalaman yang sangat visual bagi pengguna. Karakteristik kedua adalah penggunaan hashtag yang memungkinkan pengguna untuk menemukan konten terkait dengan topik atau minat tertentu. Hal ini mempermudah penemuan dan penyebaran konten yang relevan. Selain itu, Instagram memiliki fitur berbagi cerita (Instagram Stories) yang memungkinkan pengguna untuk berbagi momen sementara yang menghilang setelah 24 jam.

Fitur ini memberikan nuansa keaslian dan spontanitas yang berbeda dari konten permanen pada akun pengguna. Selain itu, Instagram

³² Lioni, dan Wulan Purnama Sari. "Analisis Fungsi Media Instagram bagi Promosi Felize Beauty Bar." *Jurnal Kiwari*, Vol. 1, No. 2, 2022, hlm. 315-321.

juga menekankan pada interaksi sosial melalui fitur komentar, like, pesan langsung, dan berbagi konten pengguna lain. Karakteristik berikutnya adalah algoritma Instagram yang mempersonalisasi feed pengguna berdasarkan minat dan perilaku mereka. Hal ini membuat pengalaman pengguna menjadi lebih relevan dan menarik.

Terakhir, Instagram adalah platform yang mendukung berbagai jenis konten, termasuk foto, video pendek (Reels), IGTV untuk video lebih panjang, serta berbagai fitur kreatif dan filter yang memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri dengan cara yang unik. Dengan karakteristik ini, Instagram telah menjadi salah satu media sosial paling populer dan beragam di seluruh dunia.³³

3. Etika Komunikasi Dalam Pandangan Islam

Etika dalam Islam dikenal dengan akhlak dan adab, hal ini merupakan perbuatan yang komunikasi dalam Islam menekankan kesantunan, kejujuran, dan penghormatan terhadap orang lain. Islam sebagai agama samawi memiliki nilai-nilai etika universal sesuai dengan keuniversalnya sebagai agama terakhir untuk segenap manusia. Semua nilai-nilai itu terkonsep rapi dalam bentuk kitab suci Al-Qur'an dan sunnah Rasulullah.³⁴

³³ Amalia Djuwita dkk. "Karakteristik Media Sosial Instagram dalam Aksi Kampanye Penanggulangan Sampah Plastik oleh Akun@ greenerationid." *eProceedings of Management* 6.3 (2019).

³⁴ Icol Dianto, Urgensi Etika Profesi Pengembangan Masyarakat Islam. *Jurnal Tabligh*. Vol. 19, No. 1, 2018, hlm. 88.

Umat Muslim diminta menggunakan kata-kata lembut, menghindari kekasaran, dan menjauhi berita palsu. Pendengaran yang baik dianjurkan sebagai tanda penghormatan. Fitnah, atau menyebarkan informasi merugikan, dilarang keras. Permasalahan mengolok-olok merupakan persoalan yang tidak dibenarkan agama, disamping mengolok-olok merupakan perbuatan tercela, juga bisa menyakiti dan menimbulkan perpecahan dan permusuhan. Terdapat beberapa ayat Al-Qur'an terkait etika komunikasi Seperti yang telah dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Al-Hujurat[49]: 11 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا يَسْخَرْ قَوْمٌ مِّن قَوْمٍ عَسَىٰ أَن يَكُونُوا خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا نِسَاءٌ مِّن نِّسَاءٍ عَسَىٰ أَن يَكُنَّ خَيْرًا مِّنْهُنَّ ۖ وَلَا تَلْمِزُوا أَنفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِاللُّغَابِ ۖ بِئْسَ الْأَسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الْإِيمَانِ ۚ وَمَن لَّمْ يَتُبْ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah sekumpulan laki-laki merendahkan kumpulan yang lain, boleh jadi yang ditertawakan itu lebih baik dari mereka. Dan janganlah pula sekumpulan perempuan merendahkan kumpulan lainnya, boleh jadi yang direndahkan itu yang lebih baik. Dan janganlah suka mencela dirimu sendiri dan jangan memanggil dengan gelar yang mengandung ejekan. Seburuk-buruk panggilan adalah panggilan yang buruk sesudah iman dan barangsiapa yang tidak bertobat, maka mereka itulah orang-orang yang zalim." (QS. Al-Hujurat [49]: 11)³⁵

Pada Shahih Tafsir Ibnu Katsir, Surat Al-Hujurat Ayat 11 menjelaskan bahwa orang-orang mukmin tidak boleh menghina dan mengejek orang-orang mukmin lainnya. Allah SWT melarang menghina orang lain, termasuk kaum laki-laki dan perempuan, karena boleh jadi mereka yang diperolok-olokkan lebih baik dari yang mengolok-olokkan.

³⁵ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Jakarta : PT. Hati Emas,2013), hlm. 516.

Sebagai manusia berakal, kita tidak akan mencela diri sendiri, memberikan gelar buruk, atau membuka aib orang lain. Kita harus bertakwa kepada Allah SWT agar terhindar dari sifat buruk tersebut.³⁶

Tafsir ayat ini menekankan pentingnya menghindari celaan, ejekan, atau sebutan yang merendahkan terhadap sesama Muslim. Hal ini berlaku dalam komunikasi online seperti di media sosial juga. Ayat ini mengingatkan untuk berbicara dengan sopan dan hormat terhadap orang lain, bahkan dalam perbedaan pendapat. Ini menekankan pentingnya etika komunikasi yang mencerminkan nilai-nilai Islam, seperti menghindari fitnah dan ejekan.

Dukungan moral dan berbicara baik kepada orang lain sangat ditekankan, sementara praktek-praktek negatif seperti ghibah (menggosip) dan namimah (mengadu domba) harus dihindari. Islam juga mengecam sumpah palsu, mengajarkan menjaga rahasia, dan menjauhi bahasa kasar. Dalam perspektif Islam komunikasi sudah dijelaskan dalam sebuah Hadits yang relevan yang berasal dari Nabi Muhammad SAW terkait dengan etika komunikasi :

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ تَعَالَى عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ:
مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكَلِّمْ خَيْرًا أَوْ لِيَصْمُتْ

³⁶ Syaikh Syafiurrahman al-Mubarakfuri, *Shahih Tafsir Ibnu Katsir*, (Bogor: PT. Ibnu Katsir 2016), hlm 12.

Artinya: "Dari Abu Hurairah ra., Rasulullah saw. Bersabda, siapa saja yang beriman kepada Allah dan hari akhir, hendaklah ia berkata yang baik atau diam." (HR. Bukhari)³⁷

Berdasarkan hadis riwayat Al- Bukhori nomor 6018 ideal moral yang dapat ditemukan dalam hadis adalah pentingnya berkata baik dalam menjaga hubungan harmonis dalam kehidupan sosial. Jika seandainya seseorang tidak mampu atau bahkan tidak ingin menyampaikan perkataan yang baik, maka diam saja. Dengan demikian hadis ini melarang umat Islam berkata buruk, karena yang demikian itu akan merusak hubungan sosial.

Hadits tersebut menggarisbawahi pentingnya etika komunikasi yang baik dalam Islam, termasuk dalam komentar di media sosial khususnya di akun @Khoir_11. bahwa seorang Muslim seharusnya tidak hanya menjaga kejujuran dalam kata-kata mereka tetapi juga menjauhi celaan, ejekan, atau kata-kata yang merendahkan dalam interaksi online. Dengan etika komunikasi ini, umat Muslim diarahkan untuk menjaga hubungan yang sehat, memelihara kejujuran, dan menciptakan lingkungan sosial yang penuh kasih sayang.

Terdapat 6 prinsip komunikasi menurut pandangan Islam yang wajib diikuti oleh seluruh bagian umat muslim³⁸, di antaranya yaitu:

- a. *Qawlan Sadidan*, yang merujuk pada perkataan yang benar, tidak dusta, tidak bohong. pembicaraan yang benar, jujur, lurus tidak berbelit-belit

³⁷ Sri Hariyati Lestari, Muhammad Alwi, "Kontekstualisasi Hadis Berkata Baik atau Diam Sebagai Larangan *Hate Speech* di Media Sosial," *Jurnal Ilmu Al-Quran dan Hadist*, Vol. 3, No. 2, Juni 2020, hlm. 123

³⁸ Muhammad Haramain, *Komunikasi dalam Al-Qur'an*, (IAIN Pare-pare Nusantara Press, 2022), hlm 90-104.

dan tidak mengandung ke-bohongan. Oleh karena itulah, salah satu prinsip komunikasi dalam Al-Qur'an adalah perkataan yang benar. Al-Qur'an menyatakan bahwa berbicara dan menyampaikan pesan yang benar adalah prasyarat untuk kebenaran dan kemaslahatan amal. Apabila hendak menyukseskan karya, ingin memperbaiki masyarakat harus menyebarkan pesan yang benar.

Masyarakat akan menjadi rusak bila isi pesan komunikasi tidak benar. Penyakit jiwa individual maupun sosial timbul karena menggunakan bahasa yang tidak benar. Dalam hal ini Jalaluddin Rahmat berpendapat bahwa makin gila seseorang makin cenderung menggunakan kata-kata yang salah atau katakata yang menutupi kebenaran.³⁹

- b. *Qawlan Baligha*: Kata *baligh* dalam bahasa Arab berarti sampai, mengenai sasaran, atau mencapai tujuan. Jika dikaitkan dengan term *qaul* atau ucapan komunikasi, maka term *baligh* berarti fasih, jelas maknanya, terang, tepat mengungkap-kan apa yang dikehendaki. Karena itu, prinsip *qawlan baligha* dapat dikatakan sebagai prinsip komunikasi yang efektif. Menyampaikan pembicaraan hendaknya menggunakan bahasa yang dapat menyentuh hati, karena setiap tempat mem-punyai tatacara pembicaraan tersendiri. Pengaruh pem-bicaraan berbeda-beda sesuai dengan perbedaan pemahaman orang-orang yang diajak bicara.

³⁹ Jalaluddin Rahmat, *Islam Aktual* (bandung: Mizan, 1992), hlm. 79.

Bahasa yang baik ialah bahasa yang efektif yang digunakan sesuai dengan situasi dan kondisi baik oleh komunikator maupun komunikan. Orang yang mahir memper-gunakan bahasa sehingga komunikasi dengan khalayaknya tercapai secara efektif dianggap sudah mempergunakan bahasa yang baik. membuahkan efek atau hasil karena sesuai dengan kondisi yang dihadapinya. Seorang komunikator yang menyampaikan dakwah atau informasi dalam masyarakat tertentu harus memilih ragam bahasa yang cocok dengan lingkungan masyarakat tersebut.

- c. *Qawlan Ma'rufa*: perkataan yang enak dirasa oleh jiwa dan membuatnya menjadi penurut. Seperti memberikan pemahaman kepada orang yang belum bisa mengerti bahwa harta itu adalah kepunyaannya, tidak ada seorangpun yang berkuasa atasnya. Hendaknya setiap wali menasehati orang yang diasuhnya apabila ia masih kecil, bahwa ini adalah hartamu, aku hanyalah sebagai penyimpannya. Jika kamu sudah besar, harta ini akan kukembalikan padamu hendaknya sang wali memberikan petuah dan nasehat padanya agar tidak menyia-nyiakan harta dan berlaku boros.
- d. *Qawlan Karima* artinya perkataan atau komunikasi yang penuh hormat (mulia), khususnya ketika berkomunikasi dengan kedua orangtua. Dalam berkomunikasi dengan orang tua hendaknya dengan bersikap dan berkata-kata kepada mereka dengan perkataan yang mulia. Bersikap kepada orang tua dengan sikap rendah diri, dan taat kepada keduanya

dalam segala yang diperintahkan selama berupa kemaksiatan kepada Allah. Karena mereka benar-benar memerlukan orang yang bersifat butuh pada mereka berdua.

Demikianlah salah satu prinsip komunikasi menurut petunjuk Alquran, yakni hendaknya dalam bertindak dan berkata-kata terutama kepada kedua orangtua dilakukan dengan cara dan akhlak yang mulia, yakni bersikap lemah lembut kepada keduanya karena hal tersebut sangat di-butuhkan oleh keduanya.

- e. *Qawlan Layyina* artinya perkataan yang lemah-lembut, dengan suara yang enak didengar, dan penuh keramahan, sehingga dapat menyentuh hati. Terutama dalam menyampaikan dakwah, hendaknya berucap dengan ucapan yang lemah lembut agar lebih dapat menyentuh hati dan lebih dapat menariknya untuk menerima dakwah. Sebab, dengan perkataan yang lemah lembut, hati orang-orang durhaka akan menjadi halus dan kekuatan orang-orang yang sombong akan hancur.

Allah memberi suatu petunjuk dan arahan yang penting dalam berdakwah kepada orang yang telah melampaui batas. Dalam permulaan berhadap-hadapan kepada orang seperti tersebut janganlah langsung dilakukan sikap yang keras, melainkan hendaklah mulai dengan perkataan dan sikap yang lemah lembut, perkataan yang penuh suasana kedamaian. Demikianlah mengenai prinsip *qawlan layyinan* untuk berkomunikasi menurut petunjuk Alquran, yakni hendaknya

seorang komunikator menyampaikan informasinya dengan cara dan perkataan yang lemah lembut agar dapat diterima baik oleh komunikan.

- f. *Qawlan Maysura* artinya ucapan yang mudah yakni mudah dimengerti, mudah dicerna, mudah dipahami komunikan. Dalam prakteknya, terasa sulit bagi seseorang mengeluarkan harta terhadap seseorang secara kontinyu. Oleh karena itu, dalam keadaan yang seperti ini, hendaknya mengatakan kepada mereka dengan ucapan yang wajar. Maksudnya, memilih ungkapan yang tidak menyinggung perasaan. Sebabnya adalah orang yang membutuhkan bantuan seringkali tersinggung jika tidak mendapatkan bantuan dari seseorang. Dapat dipahami bahwa prinsip komunikasi lain menurut petunjuk Alquran adalah prinsip *qawlan maysûra*, yaitu mengucapkan kata-kata yang mudah dan lunak didengar oleh obyek pendengar.

C. Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini peneliti melakukan pengembangan pada beberapa kajian dengan berpedoman pada penelitian terdahulu, yang mempunyai kesesuaian dan relevansi dengan pembahasan dan kajian dalam penelitian ini. Adapun penelitian yang menjadi acuan pada peneliti ini antara lain:

Penelitian pertama dari I Ketut Manik Astajaya, S.Ag., M.Pd yang berjudul “Etika Komunikasi di Media Sosial” (2020). penelitian ini membahas tentang Etika Komunikasi di Media Sosial. Penelitian ini yang mengkaji tentang perilaku dan kesadaran masyarakat dalam menggunakan

media sosial. Metodenya melibatkan analisis isu-isu terkait dengan penggunaan media sosial, kesalahan dalam menerima informasi, dan dampak hukum berdasarkan Undang-Undang ITE. Hasilnya adalah pemahaman tentang pentingnya pengetahuan etika komunikasi dalam media sosial, yang perlu diajarkan dan dipahami secara aplikatif oleh masyarakat.⁴⁰

Penelitian yang kedua dari Luthfi Muawanah yang berjudul “Etika Komunikasi Netizen Di Instagram Dalam Perspektif Islam” (2021). Topik dalam penelitian ini adalah jumlah orang yang menggunakan media Instagram tetapi tidak memperhatikan etika komunikasi sesuai ajaran Islam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Tujuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang bagaimana etika komunikasi netizen dalam menggunakan Instagram sesuai dengan ajaran Islam. Adapun analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman. Perbedaan penelitian terletak pada fokus pada meminimalisir hal-hal negatif yang ditimbulkan dari cara pandang dan tanggapan.⁴¹

Penelitian yang ketiga adalah penelitian dari Maya Sandra Rosita Dewi dengan judul “Islam Dan Etika Bermedia” (2019). Penelitian ini membahas pentingnya etika komunikasi dalam penggunaan media sosial Instagram, terutama dalam konteks ajaran Islam. Metode penelitian yang

⁴⁰ I. Ketut Manik Astajaya. "Etika komunikasi di media sosial." *Widya Duta: Jurnal Ilmiah Ilmu Agama dan Ilmu Sosial Budaya*, Vol. 15 No. 1, 2020, hlm. 81-95.

⁴¹ Muawanah, Lutfi. "Etika Komunikasi Netizen Di Instagram Dalam Perspektif Islam." *Ath Thariq Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 5, No. 2, 2021, hlm. 129-148.

digunakan adalah kualitatif, dengan penekanan pada pemahaman tentang sejauh mana etika komunikasi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika komunikasi yang sesuai dengan ajaran agama Islam belum sepenuhnya dipatuhi oleh netizen, dan masih terdapat interaksi yang kurang sopan serta berpotensi menimbulkan konflik. Perbedaan penelitian terletak pada fokus masyarakat yang menggunakan media sosial ini (instagram) namun kurang memahami makna mediana itu sendiri.⁴²

Kemudian, penelitian keempat dari Nur Marwah dengan judul “Etika Komunikasi Islam”(2021). Penelitian ini membahas pentingnya komunikasi dalam kehidupan manusia dan bagaimana Islam menekankan nilai-nilai etika dalam komunikasi. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasilnya adalah pemahaman tentang pentingnya etika komunikasi Islami dan nilai-nilai yang harus ditekankan dalam komunikasi. Nilai-nilai seperti kejujuran, kebenaran, keadilan, kewajaran, dan kepatutan diidentifikasi sebagai nilai-nilai utama yang harus menjadi dasar dalam berkomunikasi dalam konteks Islam. Perbedaannya terletak pada gambaran bagaimana seharusnya etika komunikasi netizen di media sosial yang sesuai dalam pandangan Islam.⁴³

Penelitian terakhir adalah penelitian dari Witanti Prihatiningsih dengan judul “Motif Penggunaan Media Sosial Instagram

⁴² Maya Sandra Rosita Dewi. "Islam dan etika bermedia (kajian etika komunikasi netizen di media sosial instagram dalam perspektif islam)." *Research Fair Unisri* Vol. 3 No.1 (2019).

⁴³ Nur Marwah. "Etika Komunikasi Islam", *Jurnal Dakwah dan Sosial Keagamaan* , Vol 7, No. 1, 2021.

Di Kalangan Remaja” (2017). Penelitian ini mengeksplorasi pola penggunaan Instagram di kalangan remaja dengan metode deskriptif kualitatif. Lima remaja menjadi sampel yang aktif menggunakan Instagram. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi foto serta file terkait Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram memenuhi berbagai kebutuhan remaja, seperti kebutuhan kognitif, afektif, integrasi pribadi, integrasi sosial, dan kegiatan berkhayal. Dengan demikian, penelitian ini menggambarkan peran Instagram dalam memenuhi kebutuhan remaja dalam berbagai aspek kehidupan mereka.⁴⁴

Tabel 2.1
Kajian Terdahulu

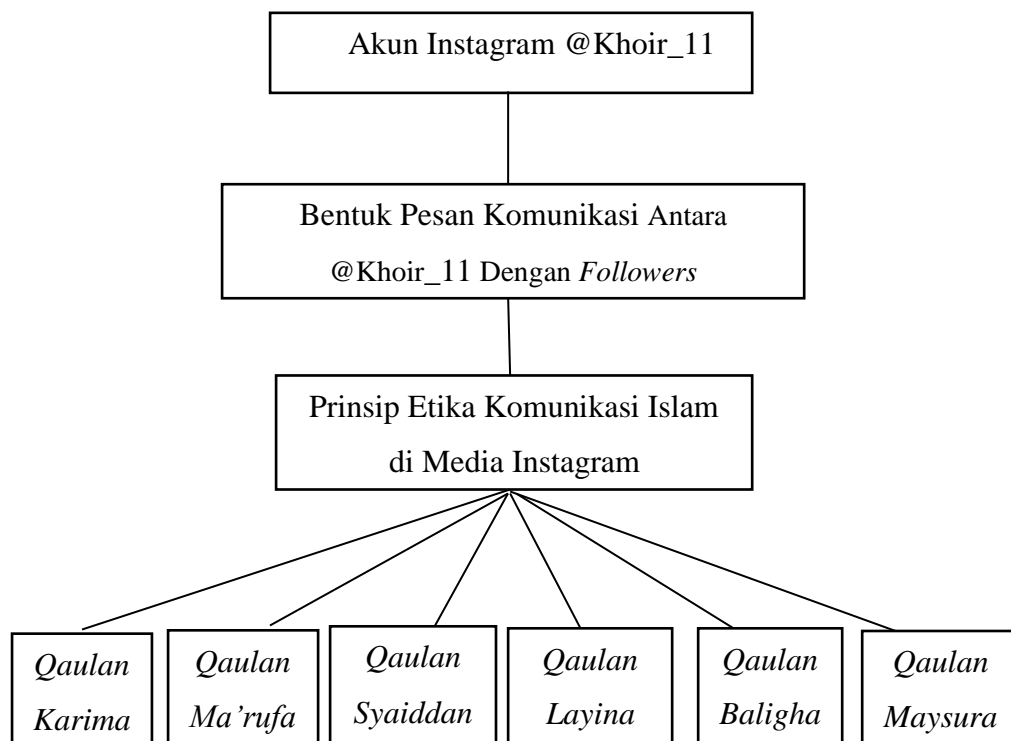
No	Nama Peneliti	Tahun	Persamaan	Perbedaan
1	I Ketut Manik Astajaya, S.Ag., M.Pd.	2020	Membahas etika komunikasi di media sosial	Fokus pada masyarakat, harus bijak menggunakan media sosial
2	Luthfi Muawanah	2021	Membahas etika komunikasi netizen di instagram dalam perspektif islam	Fokus pada menimalisir hal-hal negatif yang ditimbulkan dari cara pandang dan tanggapan pembaca atau masyarakat
3	Maya Sandra Rosila Dewi	2019	Membahas islam dan etika bermedia (Kajian etika komunikasi netizen di media sosial instagram dalam perspektif islam)	Fokus pada masyarakat yang menggunakan media sosial instagram. Namun, kurang memahaminya makna mediana itu sendiri
4	Nur Marwah	2021	Membahas pentingnya komunikasi dalam kehidupan manusia	Fokus pada gambaran bagaimana seharusnya etika komunikasi netizen di media sosial

⁴⁴ Prihatiningsih, Witanti. "Motif penggunaan media sosial instagram di kalangan remaja." *Journal Communication* Vol. 8, No. 1, 2017, hlm. 51-65.

			dan bagaimana islam menekankan nilai-nilai etika dalam komunikasi	yang sesuai dalam pandangan islam
5	Witanti Prihatiningsih	2017	Pola penggunaan instagram di kalangan remaja dengan metode deskriptif kualitatif	Instagram memenuhi berbagai kebutuhan remaja, seperti kebutuhan kognitif, afektif, integrasi pribadi, integrasi sosial dan kegiatan berkhayal

D. Kerangka Berpikir

Dalam bagan dibawah ini akan dijelaskan bagaimana alur penelitian yang dilakukan penulis untuk memecahkan rumusan masalah yang akan penulis teliti.



Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini nanti mengolah dan memahami komentar konten dalam akun Instagram @Khoir_11 baik positif dan negatif dan bagaimana Islam memandang hal itu. Mencakup etika komunikasi yang ditinjau dalam pandangan Islam berdasarkan Al-Qur'an dan hadist.

Dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Untuk mengeksplorasi interaksi ini, penelitian dapat mengikuti alur berikut: Pertama, peneliti akan mengidentifikasi konten-kreator @Khoir_11 yang aktif di Instagram dan mengumpulkan data terkait postingan dan interaksi dengan pengikut. Kedua, peneliti akan menganalisis pesan komunikasi yang disampaikan oleh Khoir kepada pengikutnya, termasuk pesan moral dan nilai-nilai Islam yang ditekankan. Selain itu, peneliti juga akan mengidentifikasi bagaimana pengikut merespons pesan-pesan ini melalui kolom komentar.

Komentar-komentar ini mengidentifikasi komunikasi yang melibatkan *hate comments*, bahasa atau tindakan yang bersifat merendahkan, serta variasi dalam respons yang diberikan oleh pemilik akun dan pengguna lain terhadap *hate comments* tersebut. Selain pengamatan langsung, penelitian ini juga akan melibatkan wawancara dengan pemilik akun @khoir_11. Tujuannya adalah untuk mendapatkan wawasan yang lebih dalam tentang pengalaman pribadi pemilik akun terkait dengan *hate comments* yang sering diterimanya. Wawancara ini akan membantu peneliti memahami dampak emosional, strategi penanganan, dan pandangan

pemilik akun terhadap etika komunikasi netizen dalam konteks media Instagram.⁴⁵

Peneliti akan menerapkan prinsip-prinsip komunikasi menurut pandangan Islam dalam analisisnya. Enam prinsip komunikasi utama dalam Islam meliputi *Qawlan Karima*, *Qawlan Syadida*, *Qawlan makrufa*, *Qawlan Layyina*, *Qawlan Baligha*, *Qawlan Maysura*.

Dalam prinsip tersebut, peneliti akan mengevaluasi apakah pesan-pesan yang disampaikan oleh Khoir dan respons pengikutnya sesuai dengan prinsip-prinsip ini. Dalam tahap terakhir, peneliti akan menyusun temuan dan kesimpulan dari analisis tersebut, menggambarkan bagaimana interaksi antara Khoir dan pengikutnya di Instagram salah satunya pada kolom komentar, mencerminkan atau melanggar prinsip-prinsip etika Islam.

⁴⁵ Zainal Arifin, "Tantangan dan Etika Bermedia Sosial dalam Dakwah Islam di Instagram," *Jurnal Studi Islam*, Vol. 6, No. 1, 2019, hlm. 45-58.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di media Instagram konten kreator @Khoir_11. Akun @Khoir_11 merupakan akun Instagram yang berisi konten religi seperti: tilawah, irama-irama adzan dan sholawat. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret 2023 sampai bulan Agustus 2024 yang direncanakan dengan jadwal penelitian sebagaimana dilampirkan. Adapun rincian kegiatannya dimulai pada tahap pra penelitian, tahap penyusunan dan pengembangan proposal penelitian, tahap penyusunan instrument penelitian (yang termasuk panduan observasi dan wawancara). selanjutnya tahap seminar proposal, tahap perbaikan proposal, pengumpulan data observasi, tahap analisis data, tahap penulisan naskah laporan penelitian, seminar hasil, tahap perbaikan penulisan naskah laporan penelitian, dan di akhiri dengan sidang.⁴⁶

B. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian deskriptif bertujuan membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta, sifat, serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.⁴⁷

⁴⁶ Lihat Lampiran 2 Tabel Jadwal Rencana Penelitian

⁴⁷ Lexy J Moeleong, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 3.

Deskriptif ialah menggambarkan sifat sesuatu yang berlangsung pada penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab suatu gejala tertentu.⁴⁸ Deskriptif kualitatif adalah upaya yang dilakukan seorang peneliti dalam mengamati suatu objek penelitian kemudian menjelaskan situasi atau peristiwa yang terjadi dengan mendeskripsikannya melalui kata-kata dan bahasa yang mudah dipahami pembaca serta menyajikan data sesuai fakta.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang subjektif karena peneliti dapat memilih, subjek atau informan yang akan digunakan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang diharapkan, yang memudahkan peneliti menjelajahi situasi sosial yang diteliti.⁴⁹ pemilihan sampel subjek atau informan disesuaikan dengan kebutuhan peneliti berdasarkan tujuan penelitian.

Dalam menentukan partisipan peneliti terlebih dahulu menentukan kriteria netizen yang memberikan komentar di media digital dan memiliki kredibilitas untuk menjawab hasil penelitian. Penulis mendeskripsikan tentang etika komunikasi netizen di media Instagram @Khoir_11 ditinjau dalam pandangan Islam. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk pemahaman kita tentang bagaimana komunikasi di media sosial dapat memengaruhi individu dan komunitas serta mengarah pada

⁴⁸ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta PT Raja Grafindo, 2009), hlm. 234.

⁴⁹ Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung : Alfabeta, 2022), hlm. 96.

rekomendasi untuk meningkatkan etika komunikasi dalam lingkungan digital yang semakin kompleks. Penelitian akan menganalisis postingan, komentar, tanggapan, dan interaksi lainnya yang melibatkan akun ini.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian dapat diartikan sebagai benda, hal ataupun orang yang memberikan data kepada peneliti. Sedangkan objek penelitian bisa diartikan sebagai masalah apa yang diteliti dalam sebuah penelitian. Subjek penelitian yaitu konten kreator dan *followers/netizen* pada akun Instagram @Khoir_11 sedangkan objek penelitian ini adalah etika komunikasi netizen pada Akun @Khoir-11 yang berupa komentar negatif dan positif di postingannya. Penelitian ini berusaha untuk memahami bagaimana prinsip-prinsip etika komunikasi dalam Islam diterapkan atau dilanggar oleh netizen dalam interaksi *online* mereka di Instagram.

Penelitian ini akan menggali perilaku netizen di media sosial Instagram, yang merupakan salah satu *platform* media sosial paling populer saat ini. Akun ini mewakili seorang individu yang menggunakan media sosial untuk berdakwah Islam atau berkomunikasi lewat media sosial, yang sering kali menjadi sasaran komentar negatif dan kritik dari netizen yang tidak setuju dengan pendekatannya. Penelitian akan menganalisis postingan, komentar, tanggapan, dan interaksi lainnya.

D. Sumber Data

Sumber data yaitu suatu sumber asal data bisa yang didapatkan.⁵⁰ Selanjutnya, peneliti menerapkan sumber data primer dan sumber data sekunder. Dalam penelitian ini, informan yang diteliti memiliki kriteria dan latar belakang yang sama tentang etika komunikasi di media instagram yaitu netizen akun @Khoir_11. Pemilihan informan dapat diambil dari netizen yang berinteraksi dan memberikan komentar positif maupun negatif di video yang diposting. Dalam hal ini peneliti memerlukan antara 10 sampai 13 informan, dengan menggunakan teknik purposive sampling.

a. Data primer

Data primer yakni suatu data yang didapatkan dengan cara langsung dari subjek penelitian, kemudian peneliti mendapatkan informasi dan data melalui beberapa instrument yang dipilih.⁵¹ Sumber data primer di dalam penelitian ini berupa postingan yang didapatkan dari akun konten kreator @Khoir_11 mulai dari gambar, video, poster, dan komentar dari *followers* oleh informan dengan melakukan wawancara berdasarkan komentar pada postingan akun konten kreator bernama “Khoir” di Instagram. Adapun batas pengambilan datanya yaitu mulai dari bulan Maret sampai Agustus.

⁵⁰ Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 172.

⁵¹ Burhan Bungin. *Metodologi Penelitian Sosial: Format 2 Kuantitatif dan Kualitatif*. (Surabaya: Airlangga University Press, 2005), hlm. 128.

Selain itu, etika komunikasi netizen dalam berkomentar pada postingan akun konten kreator di dokumentasikan sebagai sumber data penelitian. Data primer akan diperoleh langsung dari akun Instagram @Khoir_11, yang mencakup analisis konten yang diposting oleh pemilik akun, termasuk teks, gambar, video, dan informasi yang dibagikan.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber bahan bacaan yakni suatu informasi yang didapatkan dari publikasi/ dokumen/ laporan penelitian dari suatu instansi/dinas, buku-buku dan sebagainya.⁵² Sumber data sekunder yang akan digunakan ini bisa sebagai bahan pendukung dari penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan internet sebagai sumber data sekunder.

E. Teknik Pengumpulan Data

Ini merupakan upaya yang diterapkan peneliti dalam mengumpulkan data. Peneliti akan memanfaatkan berbagai metode pengumpulan data, diantaranya:

1. Observasi

Observasi yaitu teknik untuk mengumpulkan data yang dilaksanakan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan. Observasi pada penelitian ini yaitu observasi digital. Observasi

⁵² Deni Darmawan. *Metode Penelitian Kualitatif, Cet. ke-II.* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), hlm. 13.

digital adalah teknik penelitian yang melakukan pengamatan dan analisis perilaku dan interaksi pengguna dalam lingkungan digital, seperti situs web, media sosial, forum online dan platform lainnya. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana individu berperilaku dan berinteraksi dalam ruang digital.

Dalam konteks penelitian ini peneliti dapat mengamati konten yang diposting oleh akun @Khoir_11, berdasarkan apa judul kontennya, durasi atau menitnya, isi kesimpulan kontennya dan interaksi yang terjadi dalam kolom komentar serta berapa komentar yang terdapat dalam setiap postingannya. Kemudian mengklasifikasikan postingan seperti irama- irama dalam Al-Qur'an, adzan dan sholawat, tanpa perlu berinteraksi dalam interaksi tersebut. Mengobservasi etika komunikasi netizen dalam berkomentar pada postingan akun konten kreator @Khoir_11.

Observasi akan menjadi teknik utama dalam pengumpulan data secara objektif. Ini mencakup teks yang dibagikan, gambar, video, *caption*, serta respons yang diterima dalam bentuk komentar dari netizen. Observasi juga akan mencakup pemantauan terhadap interaksi netizen di bawah setiap postingan. Termasuk bagaimana komunikasi dilakukan, bahasa yang digunakan, dan apakah etika komunikasi Islam tercermin dalam interaksi tersebut. Pengamatan akan dilakukan secara berkala selama periode tertentu untuk mengidentifikasi tren dalam perilaku komunikasi.

2. Wawancara

Wawancara ialah teknik melakukan pengumpulan informasi melalui pertanyaan yang diberikan kepada nara sumber. Metode ini dilaksanakan saat peneliti membutuhkan komunikasi bersama respondennya.⁵³ Wawancara dilakukan dengan menggunakan jenis wawancara terstruktur dan terbuka. Wawancara terstruktur adalah metode pengumpulan data dimana peneliti atau pengumpul data sudah mengetahui dengan pasti tentang informasi yang akan diperoleh.

Dalam wawancara, pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang mempunyai jawaban yang terarah untuk mengumpulkan data data yang dianggap relevan saja. Wawancara terbuka wawancara yang dilakukan dimana jawaban respondennya tidak dibatasi diberikan kebebasan untuk menjelaskan ide, pandangan dan mengemukakan pendapat.

Pemilihan pada subjek yang akan diwawancarai lebih difokuskan kepada orang-orang yang memiliki informasi mengenai objek pada penelitian. Adapun narasumber yang diwawancarai adalah pengguna Instagram yang memberikan komentar pada akun @Khoir_11, dimana mereka dapat memberikan pandangan dan

⁵³ Etta Mamang Sangadji, Sopiah. *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*. (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), hlm. 171.

memahami konten yang diposting serta bagaimana mereka berinteraksi dengan konten tersebut.

Ini akan melibatkan wawancara dengan pemilik akun @Khoir_11 untuk memahami tujuan, pandangan, dan pengalaman mereka dalam berkomunikasi di Instagram, serta bagaimana mereka berupaya untuk menerapkan etika komunikasi Islam. Selain itu, wawancara juga dilakukan dengan beberapa netizen yang berinteraksi dengan akun tersebut untuk mendapatkan sudut pandang mereka tentang komunikasi online, perbedaan pendapat, dan pandangan tentang etika dalam berkomunikasi di media sosial khususnya pada akun Instagram @Khoir_11 sesuai pandangan Islam..⁵⁴

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi yakni teknik pengumpulan data terkait suatu variabel berbentuk transkrip, catatan, majalah, surat kabar serta lainnya.⁵⁵ Pengumpulan datanya menggunakan teknik membaca, mencatat, menyimak suatu hal yang berhubungan pada etika komunikasi dalam media instagram menurut pandangan Islam. Pada penelitian ini dokumentasi akan digunakan peneliti berupa

⁵⁴ Abdi Kusuma, Dampak Media Sosial Instagram terhadap Etika Komunikasi dalam Dakwah Islam. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 10, No. 2, hlm. 135-148.

⁵⁵ Sangidu. *Penelitian Sastra: Pendekatan Teori, Metode, Teknik dan Kiat*. (Yogyakarta: Unit Penerbitan Asia Barat, 2014), hlm. 19.

postingan dan komentar followers/netizen di media Instagram @Khoir_11.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif adalah proses penyusunan, mengkategorikan data, mencari pola data tema dengan maksud untuk memahami makna. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain⁵⁶. Miles dan Huberman mengemukakan bahwa aktivitas analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Proses analisis data dalam penelitian ini sebagai berikut :

a. Data *Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data dalam penelitian ini dilakukan dengan memilih dan memilah data yang terkait dengan akun Instagram @Khoir_11. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Data yang tidak terkait langsung dengan ini akan direduksi atau dihilangkan. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas,

⁵⁶ Sugiyono. “*Metode Penelitian kualitatif*”, (Bandung: Alfabeta CV, 2022), hlm. 132.

dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.⁵⁷

b. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi maka data yang diperoleh didisplay, yakni dengan menyajikan sekumpulan data dan informasi yang sudah tersusun dan memungkinkan untuk sambil sebuah kesimpulan.

c. *Conclusion Drawing/ Verification* (Penarikan Kesimpulan/ verifikasi)

Di tahap ini setelah data disajikan, data kemudian di analisis dan ditarik kesimpulan terkait dengan etika komunikasi di media Instagram yang ditinjau dalam pandangan Islam.

G. Teknik Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data yaitu derajat kepercayaan atas data penelitian yang diperoleh oleh peneliti dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Peneliti menggunakan teknik triangulasi metode. Triangulasi metode adalah penggunaan metode ganda untuk memaknai masalah seperti wawancara, pengamatan, daftar pertanyaan terstruktur, dan dokumen⁵⁸

⁵⁷ Sugiono. “*Metode Penelitian Kualitatif*”, (Bandung: Alfabeta CV, 2022), hlm. 134-142.

⁵⁸ Agus Triono, “*Metode Komunikasi Kualitatif*”, (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2021), hlm. 130.

Tringulasi dengan sumber data yang ada, cara yang dilakukan dengan membandingkan data melalui hasil wawancara dengan pengamatan, apakah sesuai atau tidak. Melalui teknik inilah peneliti mengetahui.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Umum

1. Akun Instagram @Khoir_11

a) Gambaran Akun Instagram @Khoir_11

Khoir atau pemilik akun @khoir_11 sendiri Bernama Ahmad Khoir lahir di Sirangkap 27 Maret 2001 sedari kecil Khoir bersekolah di sekolah yang berbasis agama dan hingga mendapat Pendidikan di salah satu pondok pesantren di Ma'had al-Musthafawiyah Purba Baru. Penggunaan Instagram sebagai media melibatkan berbagai fitur, seperti mengunggah reels, gambar, dan cerita untuk menyebarkan informasi keagamaan. Khoir melihat peluang berdakwah di media Instagram sangatlah luas, bukan hanya melalui Instagram tetapi Khoir juga aktif membagikan video di Tiktok dan juga Youtube.

Prinsip-prinsip Islam sangat mempengaruhi jenis konten yang dibuat, misalnya, irama ayat Al-Qur'an yang dibagikan dan ketika merespon pertanyaan dan komentar harus dengan cara yang jujur dan informatif. Awal mula khoir tertarik untuk membuat akun ini adalah dorongan dari teman-teman dan dorongan dari guru guru, kemudian Khoir melihat peluang untuk berdakwah di Instagram ini sangatlah luas. Pada akhirnya Khoir tertarik untuk membagikan sedikit-sedikit ilmu yang khoir ketahui.

Hingga kini khoir sudah memiliki pengikut sebanyak 570K pengikut dan mengikuti 465 akun di akun Instagram pribadinya. Hal ini sesuai wawancara dengan Ahmad Khoir sebagai berikut :

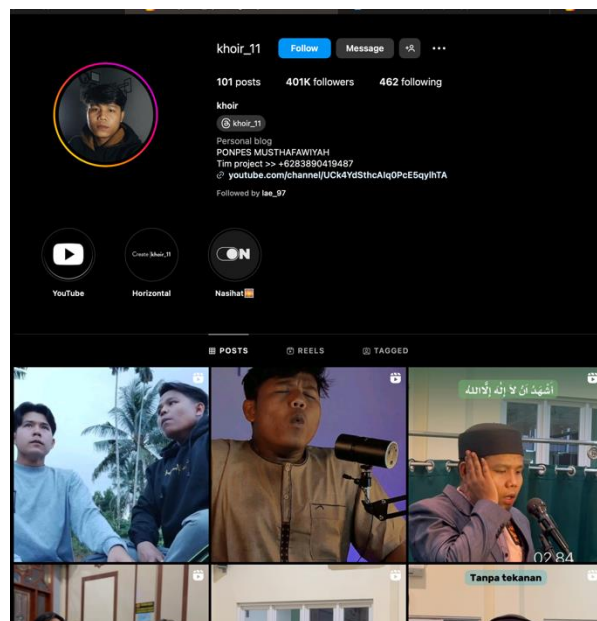
Pertama kali saya tertarik menjadi konten kreator adalah atas dorongan dari guru dan teman-teman, kemudian saya melihat peluang untuk berdakwah di media Instagram ini sangatlah luas, dan saya pun tertarik untuk membagikan sedikit demi sedikit ilmu yang saya ketahui. Baik itu tentang irama- irama adzan dan juga tilawah, agar mereka tidak jenuh saat membaca Al-Qur'an. motivasi saya bagaimana agar nada ini mudah dipahami, saya juga berharap ini bisa menjadi motivasi bagi kalangan muda untuk lebih berinteraksi dengan Al-Qur'an. Saya berinteraksi dengan pengikut melalui instagram stori dengan membuat pertanyaan-pertanyaan. Terkait etika netizen dalam kolom komentar, Mungkin banyak komentar positif dan negatif yang muncul, komentar positifnya saya ambil dan komentar negatif saya buang.⁵⁹

Khoir bergabung di Instagram pada bulan Oktober 2016. Tujuan pembuatan akun ini adalah untuk membangun kreativitas anak muda dalam membaca Al-Qur'an dengan mengenalkan referensi-referensi nada kepada para pengikut di Instagram, agar para remaja tidak jenuh dalam membaca Al-Qur'an. Akun Khoir juga memiliki motivasi agar nada ini bisa mudah dipahami para pengikutnya di Instagram. Khoir sendiri adalah salah satu qori muda yang konsisten membagikan kesehariannya pada saat melantunkan ayat suci maupun pada saat melantunkan adzan.

Khoir juga kerap membagikan postingan-postingan atau cuitan-cuitan mengenai hukum-hukum bacaan,tata cara, dan membagikan variasi nada saat membaca al-Qur'an yang baik dan benar. Adapun jumlah postingan yang terdapat dalam akun Instagram ini ini adalah sebanyak 127 postingan yakni postingan berupa video dan Sebagian merupakan foto⁶⁰.

⁵⁹ Wawancara dengan pemilik Ahmad Khoir, Pemilik akun instagram @Khoir_11, di Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal, Pada tanggal 25 Desember 2024

⁶⁰ Akun Instagram @khoir_11



Gambar 4.1 Profil akun Instagram @Khor_11

Pada setiap video yang akun @khor_11 upload memiliki ciri khas tersendiri dalam pengambilan nafas, akun ini sangat konsisten dalam memperbarui unggahannya di sertakan dengan captionnya yang berupa pernyataan pendek atau bahkan hanya emoji namun banyak penonton yang menekan tombol like di akun tersebut. Khor juga membuat pertanyaan Q&A berupa pertanyaan-pertanyaan.

Adapun tujuannya untuk membangun kreatifitas anak muda dalam membaca Al-Qur'an dan mengenalkan referensi-referensi nada kepada mereka, agar tidak jenuh dalam membaca Al-qur'an. Khor memikirkan cara agar nada ini bisa dengan mudah dipahami oleh Netizen. Dengan cara meng *upload* satu video dalam satu minggu kemudian membuat tebak-tebak nada di insta story.

2. Konten @Khoir_11

No	Jenis Konten	Jlh Suka	Komentar	Share
1	Tilawah	1,7 JT	8.773	61,4rb
2	Tilawah	910rb	5.593	47,2rb
3	Tilawah Nahawand	724rb	6.402	38,3rb
4	Tilawah	2,8jt	18,5rb	63rb
5	Tilawah	289rb	1.745	25,3rb
6	Tarhim	295rb	2.896	4.306
7	Tilawah	185rb	1.585	2.724
8	Hiburan	182	8	
9	Adzan Nahawand	130rb	204	10
10	Tilawah Jiharkah	105rb	849	2.567
11	Tilawah	125rb	1.306	1.984
12	Tilawah	129rb	3.506	644
13	Tilawah	89,8rb	608	1.099
14	Adzan Nahawand	161rb	599	3.113
15	Tilawah Soba	78rb	555	762
16	Tilawah	204rb	1.694	1.879
17	Tilawah	181rb	657	5.276
18	Tilawah	211rb	1.126	5.337

3. Data Informan Penelitian

Penelitian dilakukan dari bulan Maret 2023 hingga bulan Agustus 2024 terhitung sejak penulisan proposal hingga pelaksanaan riset di media Instagram @Khoir_11.

Tabel 4.1 Data Informan Penelitian

No	Netizen	Jenis Kelamin	Bentuk Perkataan
1	@dikaaajaa	Laki-laki	Memberikan komentar dengan baik dan sopan
2	@fikrihasyim	Laki-laki	Memberikan komentar dengan baik dan sopan
3	@m.baats47	Laki-laki	Memberikan komentar yang kurang sopan dan menyinggung
4	@fhrlnj1	Laki-laki	Memberikan komentar kurang sopan sehingga kurang enak dibaca
5	@ubay_lee16	Laki-laki	Berkomentar kurang sopan dan menyinggung
6	@lulu_kumila	Perempuan	Memberikan komentar dengan baik dan sopan
7	@fahrizal03_04	Laki-laki	Memberikan komentar kurang sopan dan menyinggung
8	@basribayusuf	Laki-laki	Memberikan komentar yang menyinggung dan berkata seenaknya
9	@muttaqin.desigh	Laki-laki	Memberikan komentar kurang baik dan sopan
10	@muhfirdaus817	Laki-laki	Berkomentar kurang baik dan sopan
11	@faqot_01	Laki-laki	Menyinggung perasaan orang lain, berkata seenaknya dan menghina
12	@Nurfatimah-28	Perempuan	Berkomentar baik sesuai etika
13	@nurlaeli5	Perempuan	Berkomentar baik sesuai etika

Sumber : Disarikan dari hasil penelitian⁶¹

Setiap akun @khor_11 membuat konten dan memposting kegiatannya saat membaca al-Qur'an banyak sekali penonton yang berkomentar positif pada postingan-postingan tersebut, namun selalu terselip pula komentar-komentar negatif yang mengarah pada tindakan yang tidak beretika dari para pengikut postingan akun khor.

B. Temuan Khusus

1. Bentuk-Bentuk Materi dan Pesan Komunikasi Antara Konten Kreator @Khor_11 Dengan Followers

Akun @Khor_11 menyajikan berbagai jenis konten atau materi yang berfokus pada qiraah dan teknik vokal. Ada beberapa jenis konten atau materi yang diunggah oleh akun @Khor_11.

1) Tutorial Tehnik Dasar Qiraah

Konten ini berisi video tutorial yang menjelaskan tehnik-trhnik dasar qiraah (membaca Al-Qur'an dengan lagu), Khor biasanya memulai dengan memperkenalkan teknik yang akan diajarkan, kemudian memberikan langkah demi langkah. Video disertai dengan penjelasan sehingga lebih mudah dipahami, dengan mencantumkan teks atau berupa caption untuk memperjelas poin-poin penting disertai irama seperti jiharkah, nahawand, bayati, shoba. Khor juga bisa menirukan

⁶¹ Hasil observasi penelitian 14 Desember 2023

nada dari Syekh Bandar Baleelah, Syekh Misyari bin Rasyid, dan Syekh Abdurrahman as-Sudais.

2) Latihan Cengkok Suara

Konten ini bertujuan untuk melatih cengkok suara dalam membaca Al-Qur'an, yang merupakan salah satu aspek penting dalam qiraah. Khoir menyampaikan dengan cara memberikan contoh cengkok suara dan mengajak *followers* untuk mengikuti latihan tersebut. Video biasanya dimulai dengan contoh yang mudah, kemudian secara bertahap meningkat. Khoir juga memberikan tips dan trik untuk menguasai cengkok suara dengan baik.

3) Adzan dan Sholawat

Khoir juga mengunggah video adzan dan sholawat, memberikan contoh bagaimana melantungkannya dengan benar. Video ini biasanya menampilkan Khoir melantunkan adzan dengan berbagai irama seperti adzan dengan irama jiharkah, bayyati dan nahawand.

Cara penyampaian Khoir menggunakan bahasa sehari-hari yang mudah dipahami audiensnya, penggunaan bahasa yang ramah membantu menarik perhatian audiens, terutama dari kalangan muda. Khoir dikenal dengan ekspresi yang unik saat menyampaikan konten, hal ini membuat videonya lebih menarik untuk ditonton, karena aktif berinteraksi dengan pengikutnya melalui balasan komentar dan sesi live di Instagram. Ini memungkinkan audiens berkomunikasi langsung dengan Khoir, mengajukan pertanyaan, dan mendapatkan jawaban. Interaksi ini membangun hubungan yang lebih erat.

Adapun komunikasi pada konten di akun @Khoir_11 sudah menggunakan *Qawlan Baligha* dan kontennya berisi pesan positif dimana dalam kontennya yang mengajarkan tentang irama adzan dan tilawah, dan ini merupakan hal positif bagi kalangan anak muda. Dakwah dalam era digital mengemban tanggung jawab untuk membimbing umat agar menggunakan teknologi dengan penuh kesadaran etika, menjaga privasi dan memastikan pengguna digital sejalan dengan agama.

Berdasarkan observasi peneliti, pada setiap unggahan konten di akun Instagram @ khoir_11 pasti terdapat *hate comment* atau dapat pula berupa kata kasar yang dilontarkan oleh netizen yang mungkin dapat menyakiti hati @khoir_11. Etika komunikasi merupakan seperangkat norma atau pedoman yang diyakini oleh sekelompok masyarakat yang akan memberikan aturan terhadap segala tingkah laku manusia, termasuk juga tingkah laku yang harus dilakukan dan yang harus di tinggalkan.

Dengan hal ini, *hate comment* atau kata kasar sangat bertentangan dengan etika komunikasi. Peneliti kemudian melakukan observasi pada akun Instagram @khoir_11 dan menemukan 13 netizen yang kemudian peneliti jadikan sebagai subjek penelitian. Perlu diketahui bahwa dari 13 narasumber tersebut Masing-masing mempunyai karakteristik yang berbeda. dimana ada netizen yang pernah melakukan *hate comment* atau memberi komentar berupa kata tidak sopan, atau yang lainnya, sementara subjek yang lain mengikuti akun instagram @khoir_11 namun tidak pernah memberikan *hate comment* atau memberi komentar berupa kata kasar, kata tidak sopan, atau yang lainnya

di kolom komentar. Banyak yang memberikan komentar pada setiap postingan di akun @Khoir_11, ada yang memberikan komentar positif dan banyak juga komentar negatif yang bertebaran di kolom komentar. Adapun bentuk pesan antara konten kreator @Khoir-11 dengan *followers* sebagai berikut :

Tabel 4.2 Bentuk Pesan

NO.	Bentuk Pesan	Netizen	Tanggapan @Khoir_11
1.	Bikin Adzan yang nada pendek bang, full di Youtube	@dikaaajaa_3	Ini nadanya pendek abg ku, coba cek
2.	Emang semenjak ada tangga nada ini, jadi makin gampang belajar nada, syukron	@fikri hasyim	Afwan bang, semoga bermanfaat
3.	Ekspresinya terlalu berlebihan Qari internasional aja tidak seperti itu.	@m.baats47	Masing-masing orang punya teknik yang berbeda
4.	Ekspresi mulutnya emang gak bisa biasa aja bang	@fhrlnjl	Baik bang
5.	Ke katak bro, santai aja mukanya banyak orang lebih dari kamu, tapi gak senorak itu	@ubay_lee 16	Bisa diambil ilmu dan manfaat nya

Ada beberapa pesan positif yang diberikan netizen pada kolom komentar di akun @Khoir_11. Hal ini sebagaimana terungkap dalam wawancara dengan netizen 1 @dikaaaja sebagai berikut :

@Khoir_11 sering membagikan video seperti adzan dan tilawah, bahasanya santai dan mudah dipahami. Kontennya sangat bagus dijadikan tempat belajar, karena dengan mendengarkan irama-irama adzan yang disampaikan beliau full di Youtube nya, saya lebih mudah untuk belajar kemudian dibawa ke ajang perlombaan.⁶²

Hal senada disampaikan netizen 2 @fikrihasyim :

Saya merasa dengan adanya konten yang disampaikan seperti adzan dan tilawah jadi bisa belajar irama dan tangga nada dengan cara mendengarkan, jadi makin gampang kalau belajar nada. selain suka dan komen saya juga membagikan postingannya, dia juga membalas komentar dengan baik terlihat sekali bahwa pesan yang disampaikan sangat berpengaruh.⁶³

Pada wawancara di atas memberikan gambaran jelas tentang bagaimana Khoir berkomunikasi dengan *followers* dan bagaimana *followers* atau netizen menanggapi pesan-pesan yang disampaikan. Cara Khoir dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan netizen menciptakan suasana positif di media Instagram

Adapun pesan komunikasi antara @Khoir dengan *followers* selanjutnya yang terlihat memberikan komentar negatif

Hasil wawancara dengan Netizen 3 @m.baats.47 sebagai berikut

:

Saat saya memberikan komentar yang ingin mengkritik khoir merespon dengan menjelaskan namun meski begitu saya hanya tidak suka dengan ekspresinya terlalu berlebihan yang qari

⁶² Wawancara dengan Netizen 1, Pemilik Akun @dikaaaja, Pada 18 April 2024

⁶³ Wawancara dengan Netizen 2, Pemilik Akun @fikrihasyim, Pada 26 Februari 2024.

internasional aja tidak seperti itu saya juga di pondok belajar qiratus sabaah tidak ada yang berlebihan gitu cara penarikan nafasnya qari-qari dunia juga tidak begitu jadi sewajarnya saja.⁶⁴

Kemudian wawancara dengan Netizen 4 @fhrlnj1 :

“Ketika saya memberi kritik khoir menjawab dengan baik, meskipun saya tidak setuju dengan teknik pernafasannya yang sebaiknya diperbaiki dan ekspresinya jangan terlalu dibuat-buat begitu.”⁶⁵

Selanjutnya wawancara dengan Netizen 5 @ubay-lee16 mengatakan :

Iya saya akui khoir ini memiliki suara yang bagus tapi mukanya lebih baik saat pengambilan nafas itu di crop, banyak yang tidak suka termasuk saya. Dan saya rasa ekspresinya terlalu norak lebih baik biasa aja tidak usah seperti itu, atau bisa tutup muka atau mulut saat pengambilan nafas.⁶⁶

Dari hasil wawancara ketiga Netizen di atas penulis menyimpulkan terdapat pesan negatif dari netizen dalam memberikan komentar, dan direspon dengan baik oleh pemilik akun untuk menjaga suasana positif.

2. Alasan Netizen Memberikan Komentar Pada Postingan Akun @Khoir_11

Banyak netizen memberikan komentar yang tidak pantas di dibagikan pada khalayak ramai. Karena media Instagram dapat diakses oleh siapapun termasuk pula anak yang masih di bawah umur. Selain itu, kata-kata yang tidak pantas itu kemudian dapat menyinggung perasaan orang lain

⁶⁴ Wawancara dengan Netizen 3, Pemilik Akun @m.baats.47, Pada 14 Desember 2023.

⁶⁵ Wawancara dengan Netizen 4, Pemilik Akun @fhrlnj1, Pada 2 Januari 2024

⁶⁶ Wawancara dengan Netizen 5, Pemilik Akun @ubay-lee16, Pada 17 Maret 2024.

dan dapat memicu keributan. Untuk itu, penerapan etika komunikasi kemudian sangat diperlukan untuk memberi batasan.

Berikut merupakan beberapa contoh dari komentar negatif yang terdapat pada kolom komentar akun Instagram @k choir_11



Beberapa contoh tersebut menegaskan masih banyaknya netizen yang berkomentar negatif dan cenderung tidak mempunyai etika komunikasi pada akun @k choir_11. Berdasarkan observasi peneliti, pada setiap unggahan konten di akun Instagram @k choir_11 pasti terdapat *hate comment* atau dapat pula berupa kata kasar yang dilontarkan oleh netizen yang mungkin dapat menyakiti hati @k choir_11. Etika komunikasi merupakan seperangkat norma atau pedoman yang diyakini oleh sekelompok masyarakat yang akan memberikan aturan terhadap segala tingkah laku manusia, termasuk juga tingkah laku yang harus dilakukan dan yang harus di tinggalkan.

Dengan hal ini, *hate comment* atau kata kasar sangat bertentangan dengan etika komunikasi.

Berdasarkan wawancara peneliti dengan netizen 6, menyatakan bahwa subjek telah mengetahui mengenai etika komunikasi. Netizen 6 @lulu_kumila memberikan komentar positif dan telah menerapkan etika komunikasi dengan memperhatikan etika saat memberikan komentar dan

mengetahui dampak dari komentar yang bersifat menjatuhkan. Hal ini kemudian dinyatakan dari hasil wawancara sebagai berikut:

Komentar komentar yang bersifat menjatuhkan, bisa mengejek atau mengolok olok. Efeknya bisa ngerusak hubungan. Saya pernah memberikan komentar pada akun @Khoir_11 namun masih memperhatikan etika, dan saya memberikan komentar beberapa kali pada postingan @Khoir_11 karena suara beliau begitu lembut dan nyaman di telinga. Saya merasa terinspirasi dan mendapatkan ketenangan dari cara penyampaiannya.⁶⁷

Lebih lanjut wawancara dengan netizen 7 @fahrizal03-04, menyatakan bahwa subjek telah mengetahui mengenai etika komunikasi, dan menyatakan bahwa subjek pernah melakukan *hate comment*, dengan alasan merasa emosi ketika melihat orangnya dan tidak suka dengan cara penarikan nafas dari konten kreator @Khoir_11. Hal ini kemudian dinyatakan dari hasil wawancara sebagai berikut :

Saya tau etika komunikasi, tapi pernah memberikan komentar yang tidak baik, dan alasan saya karena melihat video yang diunggah terlalu lebay seperti dibuat buat. Suka ngerasa emosi kalau liat video orangnya, bawaannya pengen komentar soalnya kalau *upload* video harusnya bagian nafasnya di crop saja atau tutup mukanya dengan mulut untuk bagian ambil nafasnya.⁶⁸

Sedikit berbeda dengan netizen 8 @basribayusuf yang kurang mengetahui tentang etika komunikasi dan kadang masih suka memberikan komentar kurang baik, dengan alasan melihat videonya terlalu lebay. Pada hasil wawancara yang dilakukan dengan netizen 8 @basribayusuf mungkin belum menerapkan etika komunikasi dalam memberikan komentar karena

⁶⁷ Wawancara dengan netizen 6, Pemilik Akun @lulu_kumila, Pada 26 Maret 2024

⁶⁸ Wawancara dengan netizen 7, Pemilik Akun @fahrizal03-04, Pada 26 Maret 2024

tidak suka dengan ekspresi pemilik akun. Hal ini kemudian dinyatakan dari hasil wawancara sebagai berikut :

Saya mungkin belum menerapkan etika komunikasi dalam memberikan komentar, masih kadang-kadang. Kadang masih suka memberikan komentar yang kurang enak. Bukan maksud menghina hanya memberikan kritik, tapi memang terlihat lebay saja ekspresi penarikan nafasnya saat ingin melafadzkan ayat Al-Qur'an.⁶⁹

Kemudian netizen 9 @muttaqindesigh menyatakan bahwa subjek belum mengetahui mengenai etika komunikasi dan memberi komentar dengan alasan kritik. Hal ini kemudian dinyatakan dari hasil wawancara berikut :

“Saya kurang tau seperti apa etika komunikasi, tapi sering memberikan komentar yang mungkin kurang sopan tapi tujuannya hanya memberi sedikit kritik jadi menurut saya sepertinya aman-aman saja.”⁷⁰

Adapun kesimpulan wawancara dengan netizen 8 dan 9 yang pernah melakukan hate comment dengan alasan ingin memberikan kritik karena tidak suka terhadap ekspresi pemilik akun.

Selanjutnya hasil observasi yang peneliti amati pada postingan akun @Khoir_11 Netizen 10 @muhfirdaus817 memberikan komentar yang menyatakan bahwa subjek telah mengetahui mengenai etika komunikasi, dan memberikan komentar pada akun @Khoir_11 dengan alasan memberikan komentar hanya ingin memberi kritik dan saran. Hal ini kemudian dinyatakan dari hasil wawancara sebagai berikut :

⁶⁹ Wawancara dengan Netizen 8, Pemilik Akun @basribayusuf, Pada 17 Maret 2024

⁷⁰ Wawancara dengan Netizen 9, Pemilik Akun @muttaqindesigh, Pada 15 Februari 2024

Kalau untuk etika berkomunikasi si kira-kira iya saya tau, yaitu dengan tidak menghina seseorang dalam berkomentar dan sepertinya saya sudah menerapkannya. Namun saya memberikan komentar pada postingan Khoir hanya sedikit memberi kritik dan saran saja, agar tidak mangap berlebihan dan tangannya tidak perlu di angkat seperti itu.⁷¹

Hal serupa diungkapkan Netizen 11 @faqod :

Saya tau etika komunikasi itu tidak menyerang individu atau kelompok dengan menghina lewat kolom komentar di Instagram, saya pernah memberikan komentar pada postingan akun Khoir sesekali, alasannya hanya ingin sedikit mengkritik sih bukan mempermasalahkan ngajinya tapi cara mangap nafasnya bikin ilfil itu saja.⁷²

Sejalan dengan beberapa informan mengenai etika dalam berkomunikasi netizen menyatakan pernah memberikan komentar pada akun @Khoir_11. Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diambil pemahaman bahwa netizen memberikan komentar pada akun @Khoir_11 dengan tujuan memberikan kritik karena adanya perasaan tidak suka terhadap ekspresi pemilik akun.

3. Menjaga Etika Komunikasi di Media Instagram Sesuai Dengan Pandangan Islam

Dalam pandangan Islam, menjaga etika komunikasi sangatlah penting terutama di media instagram dan menjadi bagian dari ajaran agama dimana Islam mengajarkan menghormati hak orang lain. Etika komunikasi tidak hanya berkaitan dengan tutur kata yang baik tetapi juga berangkat dari niat yang tulus kesabaran dan empati dengan menggunakan prinsip-prinsip

⁷¹ Wawancara dengan Netizen 10, Pemilik Akun @muhfirdaus817, Pada 20 Mei 2024

⁷² Wawancara dengan Netizen 11, Pemilik Akun @faqot_01, Pada 6 April 2024

komunikasi yang diajarkan dalam Islam. Berikut merupakan aturan komunikasi Islam yang terdiri dari kejujuran, kesadaran dalam pengawasan Allah SWT, berkata positif terutama dalam memberikan komentar.

Seperti wawancara dengan netizen 12 @Nurfatihmah_28 yang menyatakan mengetahui tentang pentingnya etika dalam pandangan Islam sebagai berikut :

Saya tau prinsip etika komunikasi Islam itu tidak boleh berbicara kasar yang bisa membuat sakit hati. Kalau etika komunikasi Islam diterapkan mungkin dampaknya akan tenang karena itulah penting menjaga etika komunikasi agar tercipta komunikasi yang lebih positif dan tidak adanya rasa dendam.⁷³

Sedangkan Netizen 13 @nurlaeli5 berpendapat dalam hasil wawancara sebagai berikut:

Perilaku yang tidak baik merugikan pihak yang dituju, itu bukan saran kritik yang membangun, dan juga mencerminkan kualitas sdm yang masih rendah. Etika komunikasi sesuai pandangan Islam sangat penting dan saya sudah menerapkan etika komunikasi dengan memberikan komentar yang baik tanpa menghina dan mengejek karena itu akan menciptakan komunikasi yang lebih baik dan membuat hati lebih tenang. Karena kontennya menarik juga kan untuk dijadikan pelajaran, jadi sebagai netizen seharusnya menjaga jarinya ketika memberi komentar.⁷⁴

Islam mendorong ummatnya untuk berinteraksi dengan orang lain secara baik dan mengedepankan nilai-nilai persaudaraan. Islam sebagai salah satu agama yang mengutamakan perdamaian memberikan solusi atas permasalahan yang menghambat hasil komunikasi dengan individu dan

⁷³ Wawancara dengan Netizen 12, Pemilik Akun @Nurfatihmah_28, Pada Tanggal 5 April 2024.

⁷⁴ Wawancara dengan Netizen 13, Pemilik Akun @nurlaeli5, Pada Tanggal 16 April 2024.

kelompok yang berbeda suku bangsa, budaya, ras, etnis dan agama.⁷⁵ Oleh karena itu, selalu berkomunikasi dengan sopan dan menghormati orang lain. Dengan menjaga etika komunikasi, kita dapat menciptakan lingkungan yang lebih positif dan mendukung.

4. Analisis Data Hasil Penelitian

Pada sub bab sebelumnya, telah dijelaskan mengenai hasil penjabaran dari hasil observasi dan hasil wawancara. Atas dasar hal tersebut, pada sub bab ini peneliti akan menguraikan mengenai pembahasan yang akan menjabarkan mengenai hasil analisa data dari ketiga subjek penelitian yang akan dihubungkan dengan beberapa teori yang telah dijelaskan pada bab kajian teori. Pendeskripsian dari hasil observasi dan wawancara disajikan berupa narasi guna melakukan penggambaran atas hasil penelitian. Penelitian ini menjelaskan tiga poin, yakni bentuk-bentuk pesan antara konten kreator dengan *followers*, alasan netizen memberikan komentar pada postingan akun @Khoir_11, dan pentingnya menjaga etika komunikasi di media instagram sesuai dengan pandangan Islam.

Dalam era yang baru ini, kita dapat menemukan komunikasi dan interaksi yang berbeda melalui media sosial yang menampilkan berbagai platform menarik. Setiap harinya, jutaan orang menciptakan dan membagikan konten digital mereka yang kemudian dapat diakses, ditonton, dan dikomentari oleh netizen. Komentar-komentar yang diberikan sangat

⁷⁵ Icol Dianto. Hambatan Komunikasi Antar Budaya, *Jurnal Hikmah*, Vol. 13, No. 2, 2019, hlm. 193.

beragam, baik bersifat positif maupun negatif. Bahkan hal ini dapat berbahaya jika terjadi ujaran kebencian terhadap individu atau kelompok tertentu. Netizen memiliki kebebasan untuk menghujat sesama netizen lainnya, dampaknya ini bisa mempengaruhi kesehatan mental seseorang.⁷⁶

Saat ini, fitur komentar di media sosial telah mendorong pengguna untuk saling berlomba-lomba dalam mengungkapkan pendapat atau pemikiran mereka terhadap suatu postingan. Terdapat pemikiran yang baik, yang didasarkan pada etika komunikasi digital, namun juga terdapat pemikiran yang buruk, seperti ujaran kebencian, penyebaran berita bohong, dan sejenisnya.

Sering kali menyaksikan fenomena di mana seseorang menggunakan kedok kritik untuk sebenarnya hanya menghujat orang lain. Kritik yang seharusnya membangun, justru berubah menjadi kritik yang menghina dan berdampak negatif bagi pembacanya. Motivasi di balik tindakan ini mungkin beragam, seperti ingin mendapatkan dukungan, terlihat keren, atau sekadar mengikuti tren tanpa memahami inti permasalahannya. Komentar yang diberikan kepada pengguna media sosial lainnya dapat dianggap sebagai ekspresi diri.

Ekspresi tersebut bukan hanya berlebihan juga sering kali berfokus pada faktor kebencian yang tidak jelas. Hal ini dapat menghasilkan ekspresi yang negatif dan tidak membangun bagi diri sendiri

⁷⁶ Muawanah Lutfi. Etika Komunikasi Netizen di Instagram Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ath-Thariq*, Vol. 5, No.2, 2021, hlm. 143.

maupun pemilik akun. Ungkapan-ungkapan yang digunakan oleh mereka cenderung kasar dan sering digunakan sebagai sarana untuk melampiaskan rasa ketidaksukaan atau bahkan iri hati.⁷⁷ Sementara Islam sebagai salah satu agama yang mengutamakan perdamaian memberikan solusi atas permasalahan yang menghambat hasil komunikasi dengan individu dan kelompok yang berbeda suku bangsa, budaya, ras, etnis dan agama.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Prasetya *et al*, (2022) menuturkan bahwa Karakteristik netizen Indonesia dapat dikategorikan berdasarkan perilaku mereka di media sosial. Biasanya, pola perilaku ini berbeda dengan kehidupan nyata. Netizen Indonesia cenderung memiliki kekuatan yang lebih besar di media sosial. Banyak dari mereka mengabaikan etika dan norma yang berlaku, dan berperilaku secara situasional tanpa memikirkan konsekuensi dari tindakan mereka.

Banyak netizen yang sudah paham dengan etika komunikasi Islam tetapi masih memberikan komentar yang tidak sesuai dan bisa menyakiti hati pemilik akun. Ada juga netizen yang kurang paham tentang etika komunikasi Islam namun masih bisa menjaga jari untuk berkomentar dan memberikan pesan yang positif karena dengan melibatkan etika dalam menggunakan sosial media, seseorang dapat membentuk sistem pengaturan pergaulan dengan saling menghormati yang dikenal dengan sebutan sopan santun, tata krama, protokoler, dan lain-lain sehingga terciptanya

⁷⁷ Agustin Sukmawati . Dampak Cyberbullying Pada Remaja. *Alauddin Scientific Journal of Nursing*, Vol. 1, No. 1, 2020. hlm. 21.

masyarakat yang senang, tenang, tentram, terlindung tanpa merugikan kepentingan satu atau kedua pihak.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan, dapat diketahui bahwa secara umum, gambaran netizen yang berkomentar pada akun @k Choir_11 menggunakan kata yang tidak sopan, tidak menghargai orang lain, dan berkata kasar. Terdapat pelanggaran atas etika komunikasi Islam dengan adanya perkataan kasar yang jelas tidak sesuai dengan prinsip *qawlan ma'rufa* dan *qawlan sadidan*.

Selain itu, pada komentar-komentar tersebut juga tidak menunjukkan penghargaan dan penghormatan kepada orang lain dan tidak enak dibaca sehingga bertolak belakang dengan prinsip *qawlan karima* dan *qawlan layyina*. Pelanggaran atas penerapan etika komunikasi prinsip *qawlan baligha* dan *qawlan masyura* ditunjukkan dengan adanya penyingkatan huruf-huruf sehingga perkataan cenderung tidak jelas dan tidak mudah untuk dicerna.

Sebelum mengunggah komentar, penting bagi pengguna media sosial untuk mempertimbangkan konsekuensi yang mungkin timbul baik bagi diri mereka sendiri maupun orang lain. Mereka sebaiknya hanya mengunggah komentar yang dianggap bermanfaat dan menghindari menyebarkan konten yang negatif. Etika merupakan pusat komunikasi, dikarenakan tanpa adanya etika maka proses komunikasi tidak berjalan efektif, oleh sebab itu etika sangatlah dibutuhkan dalam komunikasi.

Namun hal tersebut tidak diperhatikan oleh sebagian netizen yang memberikan komentar pada akun @khoir_11.

Etika komunikasi yang diterapkan oleh @Khoir_11 di media sosial dengan *followers* menggambarkan usaha untuk menjaga kesopanan dan profesionalisme. Beberapa prinsip utama yang dijalankan oleh @Khoir_11 dalam berkomunikasi dengan audiensnya, @Khoir_11 selalu merespons komentar dengan sopan, meskipun komentar tersebut bersifat negatif. Sikap ini penting untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dengan para pengikut serta menciptakan lingkungan yang positif.

Respon yang sopan menunjukkan penghargaan terhadap pandangan dan perasaan orang lain, yang pada gilirannya meningkatkan citra diri sebagai komunikator yang beretika. Contoh, Jika ada komentar yang kritis atau tidak setuju, @Khoir_11 menanggapi dengan nada yang tenang dan tidak defensif, misalnya dengan mengucapkan, "Terima kasih atas masukannya. Saya akan mempertimbangkan ini untuk konten berikutnya.

Dalam setiap interaksi, @Khoir_11 berusaha untuk jujur dan transparan. Jika terdapat kesalahan atau informasi yang kurang tepat dalam konten yang diunggah, ia tidak ragu untuk mengoreksinya secara terbuka. Hal ini penting untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan dari audiens. Contoh : Jika ada kesalahan dalam informasi yang disampaikan, @Khoir_11 segera membuat klarifikasi, misalnya, "Saya mohon maaf atas

kesalahan dalam postingan sebelumnya. Informasi yang benar @Khoir_11 memastikan bahwa konten yang diunggah tidak hanya menghibur tetapi juga memiliki nilai edukatif.

Ini mencerminkan tanggung jawabnya sebagai seorang edukator di bidang qiraah (tata cara membaca Al-Qur'an). Dengan demikian, setiap unggahan memberikan nilai tambah bagi pengikutnya. Contoh : Setiap konten yang diunggah oleh @Khoir_11 disertai dengan penjelasan mengenai teknik membaca Al-Qur'an yang benar, beserta referensi dari sumber-sumber yang terpercaya.

@Khoir_11 menghindari pertikaian dan konflik yang tidak perlu, sebagaimana diajarkan dalam Islam. Dengan tidak membalas komentar negatif secara kasar, @Khoir_11 membantu menciptakan lingkungan komunikasi yang lebih harmonis. Contoh : Saat mendapat komentar negatif, @Khoir_11 tidak pernah membalas ataupun menganggap hal tersebut sebagai masalah.

Dalam menghadapi berbagai komentar dari audiens, @Khoir_11 menunjukkan sikap sabar dan ikhlas. Ini sejalan dengan nilai-nilai Islam yang mengajarkan untuk selalu bersabar dan ikhlas dalam setiap perbuatan. Contoh, Saat menerima kritik yang mungkin menyakitkan, @Khoir_11 tetap menunjukkan kesabaran dan menjawab dengan bijaksana, tanpa menunjukkan emosi negatif.

Islam mengajarkan untuk menghindari pertikaian dan konflik yang tidak perlu. @Khoir_11 menerapkan ini dengan tidak membalas

komentar negatif dengan cara yang kasar atau konfrontatif. Sikap ini membantu dalam menciptakan lingkungan komunikasi yang lebih harmonis. Rasulullah ﷺ bersabda : "*Barangsiapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir, maka hendaklah ia berkata baik atau diam.*" Contoh Implementasi, Ketika menerima komentar yang memicu konflik, @Khoir_11 memilih untuk merespons dengan tenang atau tidak merespons sama sekali, agar tidak memperbesar masalah, ini dapat membantu menciptakan ruang digital yang lebih aman.

Netizen harus mengetahui pentingnya menjaga etika komunikasi di media Instagram sesuai dengan pandangan Islam. Dalam pandangan Islam, menjaga etika komunikasi sangat penting dan menjadi bagian dari ajaran agama dimana Islam mengajarkan menghormati hak orang lain dalam berkomunikasi, kita harus selalu menjaga tutur kata dan perilaku kita agar tidak melukai atau merendahkan orang lain. Serta membangun hubungan yang baik. Etika komunikasi yang baik terutama dalam media. menyebarkan kebaikan.

Dalam Islam, berkomunikasi bukan hanya tentang berbicara, tetapi juga tentang mendengarkan, memahami, dan merespons dengan cara yang penuh kebaikan. Dengan melibatkan etika dalam menggunakan media Instagram, seseorang dapat membentuk sistem pergaulan dengan saling

menghormati dengan sopan santun dan tata krama sehingga terciptanya ketenangan tanpa merugikan satu sama lain.⁷⁸

Berkaitan dengan cara penyampaiannya, dalam Al-Qur'an dan al-Hadits ditemukan berbagai panduan komunikasi agar berjalan dengan baik dan efektif. Kita bisa mengistilahkannya sebagai prinsip, kaidah atau etika berkomunikasi dalam perspektif Islam. Kang Jalal dalam buku *Islam Aktual*, menyebutkan ada 6 prinsip komunikasi Islam dalam Al-Qur'an yang diambil dari kata kunci *qawl* dalam konteks perintah (*amar*) yaitu *qawlan sadidan* artinya perkataan yang benar, *qawlan baligha* artinya perkataan yang fasih, *qawlan maysuran* artinya perkataan yang mudah, *qawlan layyinan* artinya perkataan yang lembut, *qawlan kariman* artinya perkataan mulia, *qawlan ma'rufan* artinya perkataan yang pantas bahwa istilah ini adalah tuntunan yang cukup baik dalam etika komunikasi.⁷⁹ Keenam prinsip inilah yang menjadi standarisasi etika komunikasi Islam.

Penerapan *qawlan baligha* pada komentar netizen dalam akun @Khoir_11 adalah pada komentar akun Instagram @ubay_lee 16 yang memberikan komentar sebagai berikut “Ke katak bro, santai aja mukanya banyak orang lebih dari kamu, tapi gak senorak itu”. Pemilihan diksi yang digunakan oleh @ubay_lee 16 dalam menanggapi video di akun Instagram @Khoir_11 terkait raut wajah saat melakukan pengambilan nafas qori’,

⁷⁸ I. Ketut Manik Astajaya. *Etika Komunikasi di Media Sosial*. Jurnal Ilmiah Ilmu Agama dan Seni Budaya, Vol. 15, No. 1. hlm. 52

⁷⁹ Mafri Amir, *Etika Komunikasi Massa dalam Pandangan Islam*, (Jakarta: Logos, 1999), hlm. 85.

akan tetapi komentar yang diberikan @ubay_lee 16 bersifat hate comment atau komentar buruk yang tidak sesuai dengan etika komunikasi pandangan Islam

Komunikasi yang baik bukan dinilai dari kekayaan ataupun jabatan seseorang, melainkan dari perkataannya. Seringkali dijumpai perseteruan antar sesama dikarenakan saling merendahkan dan tidak bisa menjaga ucapannya. Penerapan *qowlan karima* dalam kolom komentar akun Instagram @Khoir_11 seperti yang diucapkan oleh @dikaaajaa_3 yaitu “Bikin Adzan yang nada pendek bang, full di Youtube”. Dari komentar yang diberikan berisikan lafazd Allah SWT. Sebagai bentuk mengingat Allah agar hati selalu merasa tenang dan nyaman.

Dalam Fiqhu ad-Dakwah, Moh Nasir mengartikan *qowlan sadidan*, yaitu kata yang benar, kata yang lurus (tidak berbelit-belit), keluar dari hati yang suci bersih dari ucapan kotor, sehingga dapat mengenai sasaran yang dituju, mengetuk pintu akal dan hati pendengar.⁸⁰ Berkata benar berarti berkata jujur, apa adanya, jauh dari kebohongan dan dapat dipercaya. Setiap perkataan yang keluar dari mulutnya selalu mengandung kebenaran. Berkata benar memberikan efek psikologis yang positif terhadap jiwa seseorang. Perasaannya tenang, senang dan bahagia, jauh dari resah dan gelisah sebab ia tidak pernah mendzolimi orang lain dengan kedustaan.

Penerapan *qowlan sadidan* pada komentar yang di berikan pada video @Khoir_11 sebagaimana diberikan oleh akun Instagram @fikrihasyim yaitu

⁸⁰ Moh. Nasir, *Fiqhud Dakwah*, (Jakarta: Media Dakwah, 2000), hlm. 190.

”Emang semenjak ada tangga nada ini, jadi makin gampang belajar nada, syukron”. Dari komentar yang diberikan oleh @fikrihasyim memberikan efek psikologis yang positif dan senang karena memberikan wawasan terkait tangga nada sehingga memudahkan dalam belajar qori’

Pembahasan selanjutnya adalah *qawlan ma'rufa* dapat diterjemahkan dengan ungkapan yang pantas. Kata *ma'rufa* berbentuk *isim maf'ul* yang berasal dari *madhinya*, ‘arafa. Salah satu pengertian *ma'rufa* secara etimologis adalah *al-khair* atau *al-ihsan*, yang berarti yang baik-baik. Jadi *qawlan ma'rufa* mengandung pengertian perkataan atau ungkapan yang baik dan pantas. Penerapan *qawlan ma'rufa* dilakukan oleh akun Instagram @Nufatimah-28 dengan menuturkan kata-kata yang baik sesuai dengan frasa *qaulan ma'rufa*. Hal ini dikarenakan @Nufatimah-28 memahami bentuk etika komunikasi sesuai dengan pandangan Islam yang mana tidak boleh berkata kasar dan membuat sakit hati.

Islam mengajarkan agar menggunakan komunikasi yang lemah lembut kepadasiapapun. *Qawlan layyina* merupakan etika komunikasi yang diimbangi dengan sikap dan perilaku yang baik, lemah lembut, tanpa emosi dan cacik. Bila dihubungkan dengan dakwah, prinsip *qawlan layyina* mengacu pada sikap lemah lembut seorang da'i ketika menghadapi *mad'u* atau sasarannya, agar pesan yang disampaikan cepat dipahami.

Penerapan *qawlan layyina* dilakukan oleh pemilik akun Instagram @Khoir_11 yang menanggapi komentar buruk dari @m.baats47 yang diberikan kepadanya dengan tanggapan “Masing-masing orang punya

teknik yang berbeda”. Dalam al-Qur’an ditemukan istilah *qawlan maisura* yang merupakan salah satu tuntunan untuk melakukan komunikasi dengan mempergunakan bahasa yang mudah dimengerti dan melegakan perasaan. Penerapan etika komunikasi *qawlan maisura* dapat dilihat pada komentar buruk yang disampaikan oleh akun Instagram @fhrlnj. Pemilik akun @Khoir_11 menanggapi dengan memberikan kalimat untuk menyenangkan lawannya dengan kalimat “Baik bang”. Hal ini sesuai dengan frasa etika komunikasi menurut pandangan Islam *qawlan maisura*.

Pada penelitian ini menurut Teori Uses and Gratification penggunaan media Instagram khususnya akun @Khoir_11 pengguna Instagram menggunakan media Instagram sebagai sarana dakwah dengan media syair atau qori’. Berkaitan dengan penggunaan media Instagram konten dahwah tersebut menuai banyak komentar. Cara pengguna Instagram merespon konten yang disajikan oleh akun @Khoir_11 bervariasi tergantung dalam tujuan pengguna atau netizen karena memiliki motivasi dan tujuan yang berbeda dalam memberikan komentar. Beberapa pengguna mengikuti untuk mendapatkan informasi serta belajar tentang irama azdan dan tilawah. Pengguna Instagram juga dapat merespon konten yang disajikan dengan cara yang tidak diharapkan, seperti dengan memberikan komentar yang tidak sopan atau mengkritik dengan tidak menggunakan etika. Beberapa komentar dapat dikategorikan sesuai dengan etika komunikasi menurut Al-Qur’an dan Hadist.

Hal ini sesuai dengan Penelitian yang ketiga adalah penelitian dari

Maya Sandra Rosita Dewi yang menunjukkan bahwa etika komunikasi yang sesuai dengan ajaran agama Islam belum sepenuhnya dipatuhi oleh netizen, dan masih terdapat interaksi yang kurang sopan serta berpotensi menimbulkan konflik⁸¹.

Menurut Nur Marwah pemahaman tentang pentingnya etika komunikasi Islami dan nilai-nilai yang harus ditekankan dalam komunikasi. Nilai-nilai seperti kejujuran, kebenaran, keadilan, kewajaran, dan kepatutan diidentifikasi sebagai nilai-nilai utama yang harus menjadi dasar dalam berkomunikasi dalam konteks Islam⁸².

Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya , sama-sama membahas etika dalam bermedia dan pentingnya etika komunikasi dalam kehidupan manusia. perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya adalah dimana penelitian ini berfokus pada salah satu akun konten kreator @Khoir_11.

Berdasarkan pembahasan diatas bahwa hasil penelitian menunjukkan masih banyak etika komunikasi netizen pada akun @khoir_11 memakai kata-kata yang tidak sesuai dengan etika komunikasi Islam dengan masih banyaknya komentar kasar dan komentar negatif lain yang bersinggungan dengan ketiadaan penghargaan dan penghormatan kepada orang lain. Bentuk

⁸¹ Maya Sandra Rosita Dewi. "Islam dan etika bermedia (kajian etika komunikasi netizen di media sosial instagram dalam perspektif islam)." *Research Fair Unisri* Vol. 3 No.1 (2019). 145.

⁸² Nur Marwah. "Etika Komunikasi Islam", *Jurnal Dakwah dan Sosial Keagamaan* , Vol 7, No. 1, 2021. hlm. 17.

pesan interaksi akun @khour kepada netizen yaitu menghargai setiap komentar yang ada pada akunnya tidak meladeni netizen yang *hate comment*.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas, penulis menarik kesimpulan bahwa :

1. Komunikasi Interpersonal antara @Khoir_11 dengan *followers* merupakan proses yang melibatkan pertukaran pesan dan interaksi. Konten kreator Khoir dapat mengirimkan berbagai konten seperti video, foto, yang berisi informasi irama dalam tilawah dan adzan. Dengan demikian *followers* dapat memberikan komentar pada konten yang diunggah berupa tanggapan, pertanyaan atau pendapat. Cara Khoir dalam berkomunikasi berpengaruh terhadap interaksi dengan *followers*. Menciptakan suasana yang positif di media Instagram.
2. Banyak di antara pengguna media Instagram yang memberikan komentar negatif. Hal ini disebabkan berbagai faktor, termasuk ketidakpuasan terhadap ekspresi yang ditampilkan serta teknik pengambilan nafas dalam menyampaikan konten. Terdapat juga pandangan positif yang muncul dari konten @Khoir_11 dianggap memberi manfaat bagi *followers* terutama dalam memotivasi generasi muda agar lebih dekat dengan Al-Qur'an. Akun @Khoir_11 berkontribusi meningkatkan kemampuan *followers* dalam mengapresiasi irama dan nada dalam tilawah.
3. Menjaga etika komunikasi dalam interaksi di media Instagram sangat penting. Islam mengajarkan menjaga lisan, memilih kata-kata yang baik,

dan menghindari ucapan yang bisa menyakiti orang lain. Ada 6 prinsip komunikasi Islam yang harus diterapkan dalam berkomunikasi seperti *qawlan sadidan*, *qawlan makrufa*, *qawlan kariman*, *qawlan baligha*, *qawlan layyina*, *qawlan maysura*. Pentingnya penerapan etika yang baik akan menciptakan kehidupan yang harmonis, damai, dan terbebas dari konflik dan rasa dendam.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas penulis ingin menyampaikan beberapa saran yang mungkin dapat menjadi bahan pertimbangan.

1. Bagi remaja atau kalangan muda yang menggunakan media sosial

Bagi remaja atau kalangan muda sangat penting untuk menggunakan etika komunikasi yang baik. Hal ini dapat dilakukan dengan memperhatikan dengan seksama tulisan dan postingan yang dibagikan agar tidak menimbulkan kekacauan atau perselisihan yang tidak diinginkan.

2. Bagi Kalangan Tua

Disarankan agar meningkatkan pemahaman mengenai penerapan etika komunikasi digital yang baik dan benar. Selain itu, penting juga untuk saling berbagi informasi tentang pentingnya etika tersebut agar kehidupan menjadi lebih harmonis dan damai.

3. Bagi Pemilik Akun tetap tenang dalam menghadapi komentar negatif, fokus pada konten yang positif, beberapa komentar mungkin hanya berupa provokasi atau kebencian tanpa alasan yang jelas.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, F., Azmi, A. (2020), "Penerapan etika komunikasi di media sosial." *Journal of Civic Education*, Volume 3, (3), hlm.
- Al- Maraghi M. Tafsir al- Maraghi Semarang: Karya Toha Juz 16, hlm. 103.
- Alfan, M. (2011), *Filsafat Etika Islam*, Bandung: CV Pustaka Setia.
- Amir, H. M. (2017), *Etika Komunikasi Massa dalam Pandangan Islam*. Jakarta: PT. Logos Wacana Ilmu.
- Arifin, Z. (2019), "Tantangan dan Etika Bermedia Sosial dalam Dakwah Islam di Instagram," *Jurnal Studi Islam*, Volume 6, (1). hlm. 45-58.
- Arikunto, S. (2010), *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Astajaya, I. K. M. (2020), "Etika komunikasi di media sosial." *Widya Duta: Jurnal Ilmiah Ilmu Agama dan Ilmu Sosial Budaya*, Volume 15 (1), hlm. 81-95.
- Bayu, Dimas. *Pengguna Media instagram Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-instagram-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-jutapada-2023>.
- Bungin, B. (2005), *Metodologi Penelitian Sosial: Format 2 Kuantitatif dan Kualitatif*, Surabaya: Airlangga University Press.
- Darmawan, D. (2014), *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Dewi, M. S. R. (2019) "Islam dan Etika Bermedia Instagram", *Jurnal Research Fair Unisri*. Volume 3, (1), hlm. 139.
- Dianto, I. (2018), "Urgensi Etika Profesi Pengembangan Masyarakat Islam," *Jurnal Tabligh*, Volume 19, (1), hlm. 88.
- Dianto, I. (2019), "Hambatan Komunikasi Antar Budaya," *Jurnal Hikmah*, Volume 13, (2), hlm. 193.
- Djuwita, A., & Prabowo, B. (2019), "Karakteristik Media Sosial Instagram dalam Aksi Kampanye Penanggulangan Sampah Plastik oleh Akun@greenerationid." *eProceedings of Management* Volume 6, (3), hlm. 13
- Effendi. (2003), *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*, Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.

- Haryatmoko. (2007), *Etika Komunikasi: Manipulasi Media, Kekerasan, dan Pornografi*, Yogyakarta: Kanisius.
- Kementrian Agama Republik Indonesia. (2013), *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta : PT. Hati Emas.
- Kementrian Agama RI. (2013), *Al-Qur'an dan terjemahannya*, Jakarta: PT. Hati Emas.
- Khoir, A. Pengguna Instagram Pada Akun @Khoir_11.
- Kusuma, A. "Dampak Media Sosial Instagram terhadap Etika Komunikasi dalam Dakwah Islam", *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Volume 10, (2), hlm. 135-148.
- Lestari , Hariyati S., & Alwi. M. (2020), "Kontekstualisasi Hadis Berkata Baik atau Diam Sebagai Larangan *Hate Speech* di Media Sosial," *Jurnal Ilmu Al-Quran dan Hadist*, Volume 3, (2), hlm. 123.
- Lioni, & Sari W. P. (2022), "Analisis Fungsi Media Instagram bagi Promosi Felize Beauty Bar." *Kiwari* Volume. 1, (2), hlm. 315-321.
- Mahendra, B. (2017), "Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi)", *Jurnal Visi Komunikasi*, Volume 16, (1), hlm. 152.
- Marwah, Nur. (2021), "Etika Komunikasi Islam", *Jurnal Dakwah dan Sosial Keagamaan* , Volume 7, (1), hlm. 145.
- Moeleong, L. J. (2007), *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muawanah, L. (2021), "Etika Komunikasi Netizen Di Instagram Dalam Perspektif Islam." *Ath Thariq Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Volume 5, (2), hlm. 129-148.
- Mursito. (2016), *Memahami Institusi Media instagram*. Surakarta: Lindu Pustaka.
- Mutiah, T., Albar, I., Fitriyanto, & Rapiq, A. (2019) *Etika Komunikasi dalam Menggunakan Media instagram Sosial*, Volume 1, (1), hlm. 14.
- Nata, A. (2012), *Akhlak Tasawuf dan Karakter Mulia*, Jakarta : Raja Grapindo.
- Nurudin. (2017), *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Prihatiningsih & Witanti. (2017), "Motif penggunaan media sosial instagram di kalangan remaja." *Journal Communication* Voume. 8, (1), hlm. 51-65.

- Rafiq, M. (2018), *Pengantar Ilmu Komunikasi, Medan: Wal Ashri Publishing*
- Rahma & Sugihartati. (2020), *Perkembangan Masyarakat Informasi dan Teori Sosial Kontemporer*. Jakarta: Kencana Prenada Media instagram Group.
- Rusmina & Siti, H. (2018), “Etika Komunikasi Verbal Netizen dalam Penggunaan Ruang Publik pada Kolom Komentar Serambinews. Com “, *Skripsi, Banda Aceh, Uin Ar-Raniry*, hlm. 27
- Saggaf, M. I. (2021), "Prinsip Komunikasi Islam Sebagai Etika Bermedia Sosial." *Journal of Communication Studies* Volume 1, (1), hlm. 15-29.
- Sangadji E., M. & Sopiah. (2010), *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Sangidu. (2014), *Penelitian Sastra: Pendekatan Teori, Metode, Teknik dan Kiat*. Yogyakarta: Unit Penerbitan Asia Barat.
- Sari, A. F. (2020), “Menanamkan Pemahaman Etika Komunikasi Kepada Mahasiswa,” *Journal of Education and Teaching*, Vol.ume 1, (2), hlm. 127-135.
- Syaikh Syafiurrahman al-Mubarakfuri. (2016), *Shahih Tafsir Ibnu Katsir*, Bogor : PT. Ibnu Katsir.
- Sudirman, M. Yunus dkk. (2022), “Komunikasi Dalam Perspektif Islam,” *Journal of Education, Psychology and Counseling*, Volume 4, (2), hlm. 122-131.
- Sugiyono. (2022), *Metode Penelitian kualitatif*, Bandung: Alfabeta CV.
- Suherman, A. (2020), *Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi*, Yogyakarta: Deepublish.
- Tampubolon, Runni T. M., & Siregar, P. A. S. (2022), “Pentingnya Etika Dalam Bermedia Sosial”, *Jurnal Hukum Indonesia*, Volume 1, (1), hlm. 33
- Triono, A. (2021), *Metode Komunikasi Kualitatif*, Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.
- Umar, H. (2009), *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta PT Raja Grafindo.
- West, R., & Tunner, L. H. (2013) *Pengantar Teori Analisis dan Aplikasi Buku 1 Edisi 3*, Jakarta: Salemba Humanika.

William, S., Afwa, M., Kornellius, B., Efraim, M., & Nathanael. (2022),
“Persoalan-persoalan Etika Pengguna Instagram Dalam Berkomunikasi”,
Jurnal Pendidikan, Seni, Sains dan Sosial Humaniora, Volume 1, (1), hlm.
17-45.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Identitas Pribadi

1. Nama Lengkap : Leli Asyuro Nasution
2. NIM : 1930100010
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Tempat dan Tanggal Lahir : Malintang Julu, 04 April 2001
5. Anak ke- : 1 dari 3 bersaudara
6. Kewarganegaraan : Indonesia
7. Agama : Islam
8. Alamat : Malintang Julu, Kec. Bukit Malintang, Kab. Mandailing Natal
9. No. Telepon/Hp : 082210876360
10. E-mail : leliasyuro@gmail.com

II. Identitas Orangtua

Nama Ayah : Alm. Yusron Nasution

Nama Ibu : Nurhasanah

Pekerjaan Ibu : Guru

III. Pendidikan

- a. Sd 045 Malintang Julu dari tahun 2008-2013
- b. Mtsn 4 Mandailing Natal dari tahun 2013-2016
- c. Man 3 Mandailing Natal dari tahun 2016-2019
- d. UIN SYAHADA Padangsidempuan dari tahun 2019-2024

IV. Moto Hidup

Dibalik Setiap Peristiwa, Hikmah Selalu Ada

V. Pengalaman Organisasi

Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Padangsidempuan, 20 Agustus 2024

Leli Asyuro Nasution

1930100010

LAMPIRAN III

PEDOMAN OBSERVASI

Kegiatan observasi atau pengamatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah melakukan pengamatan yang berkaitan dengan Etika Komunikasi di Media Instagram Pada Akun @Khoir_11 (Ditinjau dalam Pandangan Islam). Khoir yang merupakan pengguna aplikasi Instagram asal Kota Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal, meliputi;

1. Mengamati secara langsung konten-konten pada akun Khoir_11.
2. Melakukan obrolan pesan pada aplikasi Instagram peneliti dengan pengguna akun khoir-11, berkenalan dan melakukan observasi.
3. Mengamati secara umum komentar-komentar yang diberikan oleh pengguna akun yang lain (yang mengikuti ataupun yang bukan sebagai pengikut) akun @Khoir_11.
4. Mengamati problematika pada komentar-komentar pada beberapa konten yang di *upload* pengguna di jejaring akun media sosial Instagram milik @Khoir_11.

LAMPIRAN IV

PEDOMAN WAWANCARA

A. Diajukan kepada pemilik akun media sosial Instagram

1. Bagaimana saudara pertama kali tertarik menjadi seorang konten kreator di Instagram?
2. Apa motivasi atau tujuan saudara dalam berbagi konten di platform ini?
3. Bagaimana saudara berinteraksi dengan netizen atau pengikut di Instagram?
4. Bagaimana saudara memilih tema untuk konten yang akan saudara bagikan di akun Instagram?
5. Bagaimana pandangan saudara terkait etika komunikasi netizen di akun saudara terutama dalam memberikan komentar?
6. Apa sikap saudara dalam menanggapi komentar-komentar yang buruk?

B. Diajukan kepada beberapa pengguna akun media sosial Instagram yang memberikan komentar kepada pemilik konten (@Khoir_11)

1. Apakah saudara/I mengetahui bagaimana etika komunikasi dan pentingnya berkomunikasi yang baik sesuai dengan pandangan Islam?
2. Mengapa saudara/i memberikan komentar pada konten yang di *upload* oleh akun @Khoir_11?
3. Apa pesan yang bisa diambil dari konten yang disampaikan oleh @Khoir_11 pada akun Instagramnya?

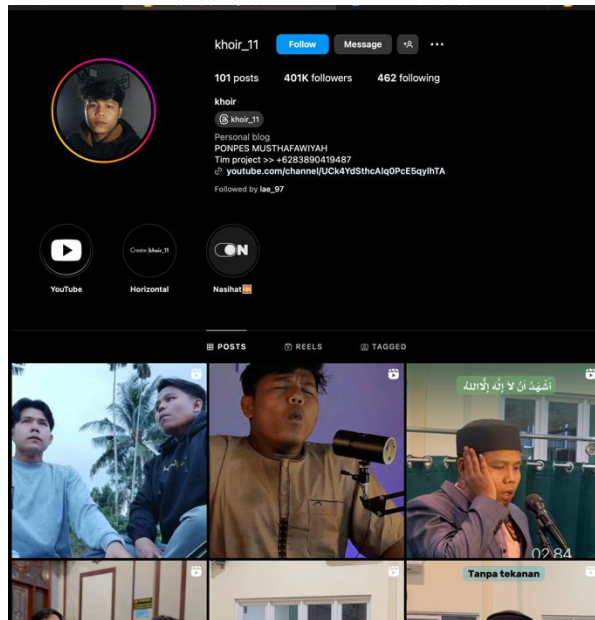
LAMPIRAN V

PEDOMAN DOKUMENTASI

Hal-hal yang berhubungan dengan postingan pada akun @Khoir_11. Dalam hal ini penulis akan mengumpulkan semua hal yang berkaitan dengan dokumentasi dari informan seperti teks faktual dan komentar-komentar yang ada pada postingan @Kkoir_11.

LAMPIRAN VI

LAMPIRAN DOKUMEN PENELITIAN



Gambar 1. Profil Akun @Khoir_11



Gambar 2. Hasil observasi penelitian pada komentar @lulu_khumila



Gambar 3. Hasil observasi penelitian pada komentar @fahrizal03_04



Gambar 4. Hasil observasi penelitian pada komentar @bashribayusuf



Gambar 5. Hasil observasi penelitian pada komentar @muttaqindesign_10



Gambar 6. Hasil observasi penelitian Pada komentar @muhfirdaus817



Gambar 7. Hasil observasi penelitian pada komentar @faqot_01



Gambar 8. Hasil observasi penelitian pada komentar @dikaaajaaa_3



Gambar 9. Hasil observasi penelitian pada komentar @fikrihasyim



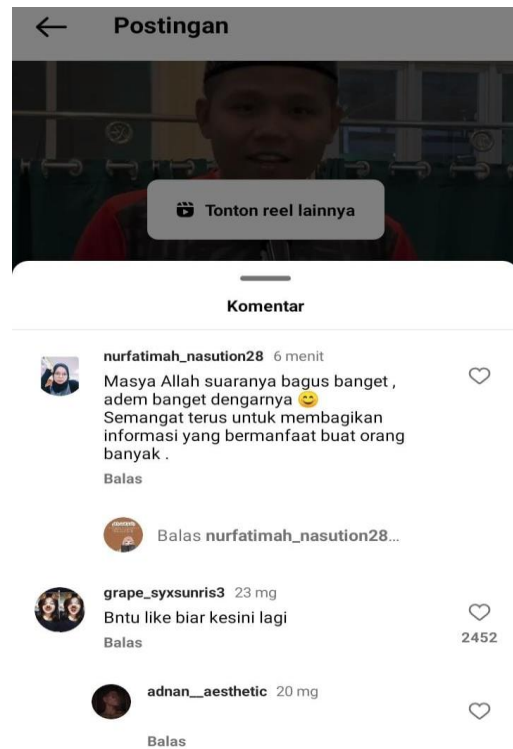
Gambar 10. Hasil observasi penelitian pada komentar @m.baats47



Gambar 11. Hasil observasi penelitian pada komentar @fhrlnjl



Gambar 11. Hasil observasi penelitian pada komentar @ubay_lee16



Gambar 12. Hasil observasi penelitian pada komentar @nurfatihmah_28



Gambar 13. Hasil observasi penelitian pada komentar @nurlaeli5



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH ALI HASAN
AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
Jalan T. Rizal Nurdin km 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

nomor : 1379/Un.28/F.5a/PP.00.9/12/2023
ampiran : -
al : Pengesahan Judul dan Pembimbing Skripsi

12 Desember 2023

Kepada:

Yth. : 1. Dr. Mohd. Rafiq, M.A
2. Dr. Icol Dianto, S.Sos.I., M.Kom.I.

Di-

Tempat

Dengan hormat, disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa berdasarkan Hasil Sidang Keputusan Tim Pengkajian Kelayakan Judul Skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa/i tersebut di bawah ini sebagai berikut:

Nama : Leli Asyuro Nasution
Nim : 1930100010
Judul Skripsi : Etika Komunikasi Netizen di Media Instagram Pada Akun @Khoir_11
(Ditinjau Dalam Pandangan Islam)

Seiring dengan hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu Menjadi **Pembimbing-I** dan **Pembimbing-II** penelitian penulisan Skripsi Mahasiswa/i dimaksud.

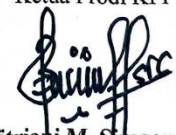
Demikian kami sampaikan, atas kesediaan dan kerjasama yang baik dari Bapak/ Ibu kami ucapkan terima kasih.



Dekan Fdik

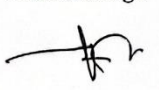

Dr. Magdalena, M.Ag.
NIP 197403192000032001

Ketua Prodi KPI

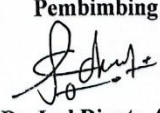

Nurfitriani M. Siregar., M.Kom.I.
NIP 199104172019032007

Pernyataan Kesediaan Sebagai Pembimbing

Bersedia/Tidak bersedia
Pembimbing I


Dr. Mohd. Rafiq, S.Ag., M.A.
NIP 196806111999031002

Bersedia/Tidak Bersedia
Pembimbing II


Dr. Icol Dianto, S.Sos.I., M.Kom.I.
NIP 198703102018011001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kola Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximlll (0634) 24022 Website: uinsyahada. ac. id

SURAT IZIN MELAKUKAN PENELITIAN

Nomor : 056 /Un.28/F/TL.01/07/2024

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan memberi Izin melakukan penelitian kepada :

Nama : LELI ASYURO NASUTION
NIM : 1930100010
Fakultas/Prodi. : Dakwah dan Ilmu Komunikasi/ KPI
Alamat : Malintang Julu, Kec. Bukit Malintang, Kab. Mandailing Natal

dengan judul “Etika Komunikasi Netizen di Media Instagram pada Akun @Koir_11(ditinjau dalam Pandangan Islam)”

Demikian surat ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk digunakan seperlunya.

Padangsidempuan, 3 Juli 2024
Dekan



Dr. Magdalena, M.Ag.
NIP. 197403192000032001 f