

PENGARUH DAKWAH DIGITAL TERHADAP ETIKA KOMUNIKASI NETIZEN DALAM DUNIA MAYA: MEDIA TIKTOK

Safira Rusyda¹, Dinda Maharani², Rorencia Fadlyla³,
Fitria Novarina⁴, Erwin Kusumastuti⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

123081010038@student.upnjatim.ac.id, 223081010132@student.upnjatim.ac.id,
323081010124@student.upnjatim.ac.id, 423081010121@student.upnjatim.ac.id,
5erwin.kusumastuti.tk@upnjatim.ac.id

ABSTRACT

This article discusses the influence of digital da'wah on the communication ethics of netizens in cyberspace using TikTok media. Increasingly developing technology also supports the spread of digital da'wah which we increasingly find in cyberspace, currently one of which is the TikTok platform. However, there are quite a few netizens who comment on the TikTok platform without ethically paying attention to communication according to Islamic religious rules. The aim of this research is to determine the influence of digital da'wah on the communication ethics of netizens in cyberspace using TikTok media. By using qualitative methods by conducting descriptive observations and observations, by collecting data from relevant studies, as well as documenting several contents from the TikTok platform which are analyzed critically and in depth. It is hoped that this research can determine the influence of digital da'wah on netizen communication ethics in cyberspace using TikTok media, as well as introduce communication ethics to the public. Based on research conducted, digital da'wah has an influence on user communication ethics on TikTok social media, not only contributing positively to building a better, friendlier and more responsible community, but also creating a more supportive environment for all users. Digital da'wah not only provides information or messages, but also influences netizens' communication patterns on TikTok social media.

Keywords: Digital Da'wah, Communication Ethics, Netizens, Cyberspace, TikTok

ABSTRAK

Tulisan ini membahas tentang pengaruh dakwah digital dalam etika komunikasi netizen pada dunia maya dengan media TikTok. Teknologi yang semakin berkembang juga mendukung penyebaran dakwah digital yang semakin sering kita temukan pada dunia maya untuk saat ini salah satunya *platform* TikTok. Namun, tidak sedikit netizen memberikan komentar pada *platform* TikTok dengan tidak memperhatikan etika komunikasi sesuai kaidah agama islam. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh dakwah digital terhadap etika komunikasi netizen pada dunia maya dengan media TikTok. Dengan menggunakan metode kualitatif dengan melakukan pengamatan deskriptif, dan observasi, dengan mengumpulkan data dari studi yang relevan, serta mendokumentasikan beberapa konten dari *platform* TikTok yang dianalisis secara kritis dan mendalam. Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui pengaruh dakwah digital dengan etika komunikasi netizen pada dunia maya dengan media TikTok, juga mengenalkan etika komunikasi pada khalayak. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dakwah digital memiliki pengaruh terhadap etika komunikasi pengguna di media sosial TikTok tidak

hanya berkontribusi positif dalam membangun komunitas yang lebih baik, ramah, dan bertanggung jawab, tetapi juga menciptakan lingkungan yang lebih mendukung bagi semua pengguna. Dakwah digital tidak hanya memberikan informasi atau pesan, tetapi juga mempengaruhi pola komunikasi netizen di media sosial TikTok.

Kata Kunci: Dakwah Digital, Etika Komunikasi, Netizen, Dunia Maya, TikTok

A. Pendahuluan

Media sosial saat ini merupakan wadah yang digunakan dalam pemenuhan akses informasi sehari-hari. Tidak hanya itu media sosial juga digunakan sebagai tempat dalam menuangkan kreatifitas dalam membuat konten-konten menarik bagi para penggunanya (Helmy & Ayuni, 2019).

Adanya kesempatan dakwah digital, membuat beberapa *content creator* islami terkenal di kalangan pengguna TikTok. Mereka melakukan penyampaian dakwah digital dengan berbagai macam pandangan sehingga mudah untuk dipahami oleh berbagai kalangan. Dakwah merupakan seruan panggilan untuk menganut suatu pendirian yang ada dasarnya berkonotasi positif dengan substansi terletak pada akitivitas yang memerintahkan amar makruf nahi mungkar (Abdurrahman & Badruzaman, 2023).

Kemudahan pada aksesibilitas media sosial bagi para penggunanya dianggap sebagai nilai lebih untuk

memaksimalkan optimalisasi dakwah dalam segi efektifitas maupun elektabilitas. Dakwah digital merupakan dakwah yang dilakukan oleh para tokoh agama saat ini dengan menggunakan teknologi informasi yang canggih (Usman, 2018).

Kemudahan aksesibilitas dalam aplikasi media sosial tidak hanya mencakup dalam pengunggahan video saja, hal ini mencakup ke dalam akses untuk berinteraksi dalam berbalas komentar maupun dalam interaksi stitch video (Habibi, 2018). Pengguna akun tersebut biasanya disebut netizen. Netizen merupakan istilah yang merujuk kepada individu yang aktif terlibat dalam komunitas online atau internet secara umum. Istilah ini merupakan gabungan dari kata "warga" (*citizen*) dan "Internet," yang secara harfiah dapat diartikan sebagai "warga internet" atau "*net citizen*."

Penelitian tentang dakwah digital pernah disampaikan oleh (Helmy & Ayuni, 2019) dengan judul

“Komunikasi Dakwah digital : Penyampaian Konten Islami lewat Media Sosial Line (Studi Deskriptif pada Akun Line 3 SAFA)”. Penelitian ini menggunakan media sosial Line untuk melakukan penyampaian konten islami dengan tujuan mengetahui keuntungan dari komunikasi dakwah lewat media digital, dan untuk mengetahui bagaimana respon pengikut 3SAFA terhadap komunikasi dakwah digital. berdasarkan penelitian tersebut diperoleh hasil analisis yaitu, dakwah digital yang disampaikan melalui media line dapat diakses secara bebas tanpa batas waktu dan tempat, serta penyampaian dakwah digital tersebut mendapat respon baik dari para penggunanya.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Kushardiyanti et al., 2021) dengan judul “Tren Konten Dakwah Digital Oleh *Content Creator* Milenial Melalui Media Sosial TikTok Di Era Pandemi Covid-19”. Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis strategi konten pada beberapa *content creator* dakwah dalam memanfaatkan peran sosial media sebagai media dakwah digital. berdasarkan hasil penelitian tersebut media sosial TikTok memberikan

engagement yang signifikan berupa like, komen, maupun *view* pada konten dakwah. hal ini dapat dilihat dari peninjauan konten berdasarkan materi dakwah, materi penyampaian, dan beberapa *hashtag* populer yang menunjukkan ciri khas tersendiri.

Penelitian seputar etika komunikasi di dunia maya juga sudah dilakukan. Salah satunya oleh (Ihsani & Febriyanti, 2021) yang meneliti “Etika Komunikasi Sebagai Kontrol Kesalehan Virtual dalam Perilaku Bermedia Masyarakat di Era Digital”. Tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan, menjelaskan, dan memahami peran etika komunikasi sebagai pengendali perilaku bermedia masyarakat di era digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika komunikasi bertindak sebagai pengendali perilaku bermedia masyarakat di era digital dengan memastikan kepatuhan terhadap norma-norma yang diterima secara umum dalam masyarakat.

Penelitian berikutnya dilakukan oleh (Putra et al., 2023) dengan judul “Pengaruh Konten TikTok Terhadap Perubahan Etika Remaja”. Penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup yang dilakukan secara online dengan memberikan 15 pertanyaan tentang

pengaruh TikTok terhadap etika remaja. Metode yang digunakan adalah kuantitatif, dengan populasi 32 remaja Tangerang usia 15-18 tahun. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak dari dakwah digital terhadap etika komunikasi pengguna *platform*. Kelebihan penelitian ini jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu adalah penelitian ini memiliki fokus yang lebih spesifik dan terfokus pada *platform* media sosial TikTok dengan memberikan akses ke data dan tren yang lebih baru dan relevan dengan perubahan serta memberikan gambaran yang lebih akurat tentang bagaimana dakwah digital mempengaruhi etika komunikasi netizen dalam dunia maya.

B. Metode Penelitian

Dalam penulisan ini, menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penggunaan prosedur-prosedur statistik dan cara kualitatif lainnya tidak digunakan untuk mendapatkan hasil dari penelitian kualitatif (Nugrahani & Hum, 2014). Selain itu, metode penelitian kualitatif merupakan pendekatan dalam penelitian yang berpatokan dengan fenomena yang

bersifat alami (Adussamad, 2021). Sehingga, penelitian kualitatif bersifat mendasar dan naturalis yang tidak dapat dilakukan dalam laboratorium atau sebuah kondisi pada lapangan.

Metode penelitian yang menggambarkan objek dan subjek secara mendalam dan terperinci disebut dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif digunakan untuk memecahkan dan menjawab mengenai persoalan dengan mengumpulkan data-data, melakukan analisis klasifikasi, membuat kesimpulan, dan laporan (Gumilang).

Teknik pengamatan atau observasi adalah mengamati komentar dari akun TikTok dan mengamati komentar para netizen dalam kolom komentar yang disediakan dalam akun TikTok tersebut yang menggunakan bahasa sarkasme yang tentu saja tidak menggunakan etika komunikasi dengan baik. Setelah menggunakan Teknik pengamatan, selanjutnya peneliti menggunakan teknik mencatat data, karena pada dasarnya teknik pengamatan harus dibarengi dengan mencatat hasil data komentar-komentar para netizen (Sarli et al., 2023).

Data-data kami peroleh dari sumber seperti jurnal, buku, serta

artikel online yang berkaitan dengan dakwah digital dan etika komunikasi netizen pada dunia maya dengan media TikTok. Selain itu, kami juga melakukan dokumentasi atas beberapa konten dari *platform* TikTok. Data-data yang terkumpul kami analisis secara kritis ke dalam kajian-kajian yang aktual sebagai suatu sumbangan dalam menelaah pengaruh dakwah digital terhadap etika komunikasi netizen pada dunia maya dengan media TikTok. Kami akan memanfaatkan penelitian terdahulu yang mengkaji tentang etika komunikasi netizen pada media TikTok dan pengaruh konten dakwah digital terhadap etika komunikasi tersebut.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Landasan Teori

Dakwah

Dakwah merupakan langkah untuk menyampaikan pesan, mengajak, atau memberikan panggilan kepada individu atau masyarakat agar mereka mau menerima, memahami, dan mengimplementasikan ajaran agama, keyakinan, serta nilai-nilai yang dijelaskan dalam agama tersebut. Dakwah bisa dilakukan melalui berbagai cara, mulai dari pembicaraan

langsung dengan individu, penggunaan media sosial dan teknologi, hingga penyelenggaraan acara-acara dakwah atau pengajaran di tempat-tempat ibadah. Dakwah dalam konteks Islam mengacu pada usaha untuk menyampaikan dan menyebarkan ajaran agama Islam kepada individu atau kelompok (Nurrohman, 2021).

1. Metode penyampaian dakwah

Dalam konteks aktivitas dakwah, terdapat berbagai metode yang digunakan, seperti dakwah lisan, metode ini melibatkan komunikasi langsung dengan menggunakan bahasa tangguh dan bermotivasi. Contoh dari metode ini adalah kajian, seminar, dan ceramah. Seminar umumnya membahas topik spesifik dan mengundang para ahli dalam bidang terkait untuk memberikan pencampuran, sedangkan ceramah biasanya lebih ringan dan fokus pada pertolongan spiritual.

Dalam kehidupan modern dakwah dapat dilakukan secara digital melalui beberapa *platform* seperti TikTok, YouTube, Instagram, dan sebagainya. Metode dakwah harus disesuaikan dengan situasi dan kebutuhan masyarakat. Setiap

metode memiliki kelebihan dan kekurangannya sendiri, para dakwah dapat menggunakan beberapa metode dakwah secara bergantian atau bersama-sama untuk menciptakan dampak yang lebih besar (Burhanudin et al., 2019).

2. Dakwah Digital

Dakwah digital adalah dakwah yang dilakukan dengan menggunakan metode pengajaran islam melalui media digital. dakwah digital memiliki karakteristik yang sangat mencolok, yaitu penggunaan gadget dalam mengakses nya. tidak hanya gadget, dakwah digital juga melakukan pemanfaatan internet sehingga model dakwah ini dapat diakses dimana pun dengan fleksibel (Mardiana, 2020).

Dakwah Digital mengacu pada penggunaan teknologi dan *platform* digital untuk menyebarkan ajaran agama dan mendorong moderasi beragama, khususnya di kalangan generasi muda. Ini adalah strategi yang memanfaatkan media sosial dan alat online lainnya untuk menjangkau khalayak yang lebih luas dan berinteraksi dengan mereka dengan cara yang lebih pribadi dan interaktif.

3. Etika komunikasi

Etika komunikasi merupakan prinsip yang mengatur tingkah laku manusia dalam hubungan interaksi antara penerimaan pesan dan pengiriman pesan. Etika komunikasi melibatkan keahlian dalam berbicara dan penggunaan tata krama yang memungkinkan pesan disampaikan dengan jelas kepada publik. Caranya berbicara dapat mencerminkan moralitas seseorang karena cara mereka menyampaikan ide dan gagasan melalui bahasa dapat mengungkapkan tingkat integritas moral serta nilai-nilai yang mereka anut.

4. Netizen

Netizen merupakan bagian integral dari ekosistem internet modern, yang berkontribusi dalam memperluas ruang informasi dan interaksi sosial secara global. Mereka tidak hanya menjadi pengguna internet pasif, tetapi juga aktif berpartisipasi dalam berbagai aktivitas online, seperti berbagi informasi, berdiskusi dalam forum, dan berkolaborasi dalam proyek-proyek bersama. Dengan demikian, netizen memiliki peran penting dalam membentuk dinamika dan perkembangan internet sebagai

media komunikasi dan informasi yang semakin penting dalam kehidupan sehari-hari (Gamayanto et al., 2017).

5. TikTok

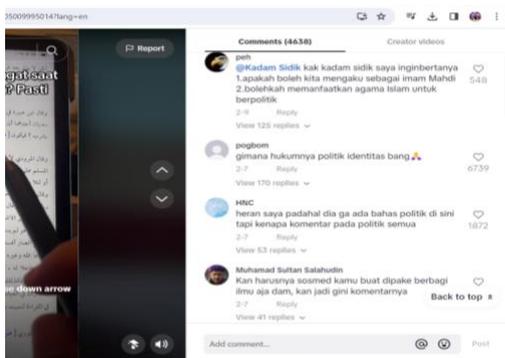
Media sosial adalah *platform* online yang memanfaatkan internet dimana pengguna dapat berinteraksi, berpartisipasi, dan berbagi konten secara langsung. Ini merupakan wadah di mana individu dapat terlibat dalam aktivitas komunikasi dan berbagi informasi dengan pengguna lainnya secara instan melalui berbagai fitur dan aplikasi yang disediakan (Dewa & Safitri, 2021). Namun, untuk saat ini TikTok tidak hanya memiliki fitur untuk video berdurasi musik disertai musik, semakin banyak fitur yang ditawarkan oleh aplikasi tersebut. Sehingga banyak juga masyarakat yang tertarik untuk menggunakan TikTok, selain itu TikTok juga memiliki algoritma yang cukup bagus dalam menyeleksi konten yang disukai oleh seorang pengguna. Salah satu konten yang sedang ramai di TikTok adalah konten terkait dakwah.

Dakwah Digital Pada Media Sosial

Dakwah digital merupakan suatu cara penyampaian dakwah yang efektif di era globalisasi saat ini.

Terdapat berbagai macam *creator* islami yang saat ini berkecimpung dalam media sosial TikTok untuk melakukan penyampaian dakwah di dunia maya. tidak sedikit dari mereka yang memperoleh *engagement* tinggi dari pekerjaannya sebagai *content creator*. beberapa *content creator* islami memiliki jutaan pengikut dengan cara penyampaian materi yang khas untuk dikenal oleh penggunanya, seperti akun TikTok yang bernama *@Kadamsidik00* yang memiliki 6 juta pengikut. *@Kadamsidik00* atau yang dikenal sebagai Ucen oleh para pengikutnya adalah pendakwah yang terkenal dengan pembawaannya yang santai dalam penyampaian materi dakwah yang sedang ia sampaikan.

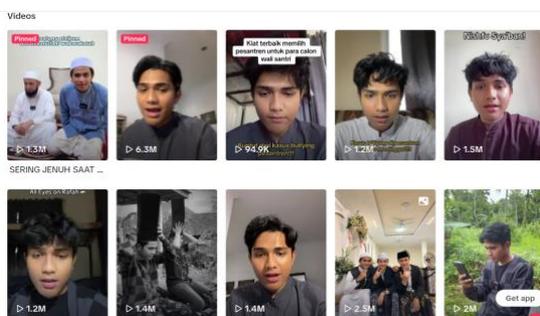
Netizen umumnya berinteraksi di TikTok dengan memberikan tanggapan berupa like dan komentar. penonton mampu memahami dan menafsirkan pesan yang disampaikan oleh Ucen dari gestur dan penyampaian yang jelas serta tidak berbelit belit. Hal ini terbukti dari beberapa konten kontennya yang selalu fyp dengan jutaan penonton, mendapat ribuan.



Gambar 1 Akun TikTok
@Kadamsidik00

likes serta jarang sekali ditemukan komentar komentar negatif pada konten tersebut.

Akun Ucen sering kali menghasilkan banyak komentar positif meskipun terkadang beberapa penyampaian materi dakwah sering menimbulkan sedikit kontroversi. namun, meski begitu ia jarang mendapatkan ujaran kalimat negatif pada konten yang diunggah. Hal ini dibuktikan dari kolom komentar pada beberapa video terbaru Ucen yang

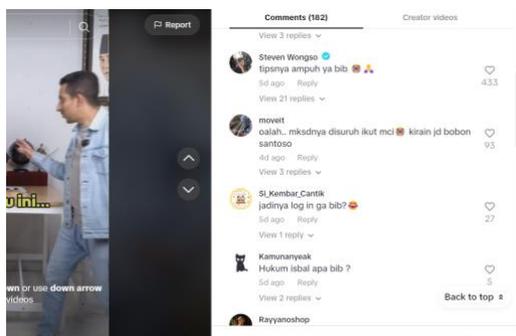


Gambar 2 Komentar pada Akun
TikTok @Kadam Sidik

menghasilkan ribuan kalimat positif, dan juga tidak jarang ia pun mendapat pertanyaan kembali mengenai ajaran islam di kolom komentarnya.

Habib Jafar merupakan pendakwah yang memiliki 2,7 juta pengikut pada akun TikTiknya. Habib Jafar melakukan penyampaian dakwah yang khas bersama para komedian dan juga artis-artis indonesia membuat materi materi yang disampaikan tidak hanya mampu menarik perhatian netizen namun juga menghibur. Konten-konten yang disampaikan digunakan sebagai penguatan pemahaman islam terhadap para pengikutnya, serta menanamkan rasa toleransi islam pada setiap agama yang ada.

Pada konten dakwah yang disampaikan, ia hampir tidak pernah menerima komentar negatif pada setiap konten ia jalankan. meskipun terhitung baru dalam dunia hiburan, hal tersebut tidak menghalangi jalannya dalam dunia hiburan. terdapat ribuan komentar positif yang didapatkan dalam perjalanannya sebagai pendakwah di dunia hiburan. berikut merupakan komentar komentar yang terdapat pada beberapa konten Habib Jafar.



Gambar 3 Komentar pada Akun TikTok @Husein Ja'far



Gambar 4 Komentar pada Akun TikTok @wowliddd

C. Perbandingan Penggunaan Etika Komunikasi dalam Konten Dakwah dan Non- Dakwah di Media Sosial TikTok

Etika komunikasi merupakan seni dalam berbicara atau tata kesopanan dalam berbicara untuk bisa dipahami oleh publik, dimana ketika seseorang berbicara/berucap untuk berkomunikasi dengan orang lain baik untuk menyampaikan pendapat ataupun hanya bertegur sapa etika komunikasi merupakan hal yang penting.

Akan tetapi, karena TikTok merupakan *platform* yang sangat digemari para khalayak pada masa sekarang maka sangat dapat terlihat dengan mudah bagaimana etika komunikasi yang digunakan oleh netizen pada *platform* TikTok. Pada TikTok tidak hanya terdapat konten-

konten yang menghibur untuk saat ini, tetapi juga terdapat konten yang mengedukasi. Salah satu yang dapat dikatakan sebagai bentuk edukasi adalah dakwah digital.

Pada konten TikTok yang berisi hiburan semata seringkali ditemukan komentar netizen yang dapat dikatakan memiliki etika komunikasi yang kurang baik, contohnya pada salah satu postingan akun @wowliddd yang isi kontennya sebenarnya adalah tentang kesehariannya sebagai seorang pemilik usaha salad buah, namun pada konten tersebut terdapat komentar netizen yang sangat mencerminkan kurangnya etika komunikasi. Pada kolom komentar video tersebut netizen yang memiliki *username* @secc dan @kelinci menyebutkan kata-kata yang tidak pantas bahkan tidak sesuai dengan

etika komunikasi yang diajarkan pada agama islam.



Gambar 5 Komentar pada Akun TikTok @userkesayangan1

Pada konten lainnya juga yang berisikan video *dance* sering didapati komentar netizen yang tidak menggunakan etika komunikasi dengan baik. Contohnya pada akun @userkesayangan1 terdapat komentar oleh akun @MuhammadJunaedi97 yang sangat jelas tidak menggunakan etika komunikasi sama sekali, yang tidak pantas apabila komentar tersebut dapat dibaca oleh anak di bawah umur yang tentu saja dapat mempengaruhi pola pikir dari mereka. Tentu saja etika komunikasi tersebut juga tidak sesuai dengan apa yang diajarkan dalam agama islam, ditambah lagi dengan *username* “Muhammad” yang identik dengan agama islam.

Sedangkan ketika dibandingkan dengan komentar netizen pada konten TikTok yang berisi konten dakwah hal tersebut memiliki perbedaan, contohnya pada akun TikTok @Kadam Sidik pada salah satu posting dakwahnya cenderung terdapat komentar yang justru sangat memiliki etika komunikasi yang cukup baik, walaupun masih juga terdapat komentar netizen pada postingan tersebut yang kurang memiliki etika komunikasi yang baik. Namun, dapat dilihat ketika isi dari sebuah konten merupakan hal yang bermanfaat justru akan membangun komentar/argumen netizen yang ke arah yang bermanfaat yang tentu saja secara tidak langsung netizen akan memberikan komentar yang bermanfaat untuk berdiskusi permasalahan yang mereka hadapi, dan tentu saja hal tersebut tidak luput dari etika komunikasi yang baik.



Gambar 6 Komentar pada Akun
@Kadam Sidik

Selain, dari akun tersebut ada juga video dari akun *@Husein Ja'far* yang hampir seluruh konten dari akun tersebut berisi konten dakwah yang mengedukasi, yang tentu saja dikemas dengan menarik untuk dipahami, didengarkan, dan implementasikan pada kehidupan sehari-hari. Dapat dilihat komentar dari netizen dalam postingan akun tersebut jauh lebih memiliki etika komunikasi dibandingkan dengan konten dari akun lain yang tidak berisi dakwah.

Pengaruh Dakwah Digital Terhadap Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial TikTok

Pengaruh Dakwah Digital terhadap Etika Komunikasi Netizen di

Media Sosial TikTok merupakan fenomena terkait dampak pesan dakwah yang disampaikan melalui platform TikTok terhadap komunikasi dan interaksi pengguna. Dakwah digital berpengaruh signifikan terhadap etika komunikasi pengguna di media sosial TikTok. Salah satu cara yang paling penting adalah dengan membentuk kesadaran akan nilai-nilai moral dan etika yang baik dalam berkomunikasi.

Selain meningkatkan kesadaran, dakwah digital juga dapat mendorong perubahan perilaku komunikasi netizen. Pesan-pesan dakwah yang kuat dan menyentuh dapat memotivasi mereka untuk memperhatikan bahasa dan nada yang mereka gunakan, menghindari penggunaan kata-kata kasar atau menyinggung, dan lebih mempertimbangkan dampak dari setiap komentar atau tindakan yang mereka lakukan di TikTok. Selain itu, dakwah digital juga berperan dalam meredam penyebaran konten negatif seperti pelecehan, kebencian, atau informasi palsu di TikTok

Pengaruh dakwah digital terhadap etika komunikasi netizen di media sosial TikTok memiliki dua dimensi yang perlu diperhatikan, yaitu

konten yang bersifat hiburan semata dan konten yang bersifat edukatif atau dakwah. Pada konten TikTok yang lebih menitikberatkan pada hiburan semata, terkadang dapat terlihat bahwa beberapa komentar netizen tidak selalu memperhatikan atau mengutamakan etika komunikasi yang baik. Contohnya dapat dilihat dari kolom komentar pada video @wowlidd yang mungkin mengandung kata-kata yang kurang pantas. Hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks hiburan semata, beberapa netizen mungkin cenderung kurang memperhatikan nilai-nilai etika dalam berkomunikasi. Namun, ketika fokus beralih kepada konten yang bersifat edukatif atau dakwah, seperti yang disampaikan oleh akun @Kadam Sidik dan @Husein Ja'far, pola komentar netizen cenderung lebih terarah dan memiliki etika komunikasi yang lebih baik.

Terdapat dua faktor utama yang menyebabkan pola komentar netizen pada konten yang bersifat edukatif atau dakwah cenderung lebih terarah dan memiliki etika komunikasi yang lebih baik. Pertama, konten dakwah memberikan nilai tambah berupa pemahaman agama atau nilai-nilai moral kepada netizen. Karena

konten tersebut bermanfaat, netizen cenderung memberikan respons yang lebih positif dan konstruktif, serta mendorong diskusi yang lebih mendalam.

Kedua, inspirasi dari cara penyampaian materi dakwah oleh para pendakwah seperti @Kadam Sidik dan @Husein Ja'far mempengaruhi netizen untuk meniru etika komunikasi yang baik. Gaya penyampaian yang khas dan bermutu dari pendakwah tersebut memotivasi netizen untuk merespons dengan baik, serta membangun suasana interaksi yang lebih santun dan beradab.

Dengan demikian, pengaruh dakwah digital terhadap etika komunikasi pengguna di media sosial TikTok tidak hanya berkontribusi positif dalam membangun komunitas yang lebih baik, ramah, dan bertanggung jawab, tetapi juga menciptakan lingkungan yang lebih mendukung bagi semua pengguna. Dakwah digital tidak hanya memberikan informasi atau pesan, tetapi juga mempengaruhi pola komunikasi netizen di media sosial TikTok. Konten yang bermanfaat dan penyampaiannya yang inspiratif membantu membentuk etika

komunikasi yang lebih baik di antara pengguna *platform* tersebut.

D. Kesimpulan

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah pengaruh dakwah digital dalam etika komunikasi netizen pada dunia maya dengan media TikTok. Dari penelitian dan pengamatan yang telah dilakukan hasilnya baik secara langsung maupun tidak langsung dakwah digital berpengaruh pada etika komunikasi. Ketika netizen memberikan komentar pada konten yang bersifat edukatif atau dakwah cenderung lebih terarah dan memiliki etika komunikasi yang lebih baik. Konten dakwah memberikan nilai tambah berupa pemahaman agama atau nilai-nilai moral kepada netizen. Karena konten tersebut bermanfaat, netizen cenderung memberikan respons yang lebih positif dan konstruktif, serta mendorong diskusi yang lebih mendalam. Dengan demikian, pengaruh dakwah digital terhadap etika komunikasi netizen di *platform* TikTok tidak hanya berkontribusi positif dalam membangun komunitas yang lebih baik, ramah, dan bertanggung jawab,

tetapi juga menciptakan lingkungan yang lebih mendukung bagi semua pengguna. Dakwah digital tidak hanya memberikan informasi atau pesan, tetapi juga mempengaruhi pola komunikasi netizen di media sosial TikTok.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Q., & Badruzaman, D. (2023). Tantangan dan peluang dakwah islam di era digital. *Journal of Islamic Communication & Broadcasting*, 3(2), 152-162.
- Adussamad, Z. (2021). *Metode penelitian Kualitatif*. CV. Syakir Media.
- Burhanudin, A. M., Nurhidayah, Y., & Chaerunisa, U. (2019). Dakwah melalui media sosial (Studi Tentang Pemanfaatan Media Instagram @cherbonfeminist Sebagai Media Dakwah Mengenai Kesetaraan Gender). *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 10(2), 236-246.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65-71.
- DeDewi, M. S. R. (2019, Januari). Islam dan etika bermedia (Kajian Etika

- Komunikasi Netizen di Media Sosial Instagram Dalam Perspektif Islam). *Jurnal Research Fair Unisri*, 3(1), 140.
- FerFernando, n. (2019). *Metode dakwah rasulullah periode madinah*. e-Mardiana, R. (2020). Daya tarik dakwah digital sebagai media dakwah untuk generasi milenial. *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah*, 10(02), 148-158.
- theses.iaincurup.ac.id. Gamayanto, I., Nilawati, F. E., & Suharnawi. (2017). Pengembangan dan Implementasi dari Wise Netizen (EComment) di Indonesia. *Techno.COM*, 16(1), 80-95.
- Masri, R. (2022, September 07). *Etika komunikasi Antar Budaya*. uin-lauddin.ac.id.
- GuGumilang, N. A. (n.d.). *Penelitian Deskriptif Adalah: Pengertian, Kriteria, dan Ciri-Cirinya*. Gramedia. Retrieved February 28, 2024.
- Muslimah. (2016). Etika komunikasi dalam perspektif islam. *Jurnal Sosial Budaya*, 13(2).
- HHHabibi, M. (2018, 1). Optimalisasi dakwah melalui media sosial di era milenial. *jurnal Dakwah*, 12(1), 103.
- Nugrahani, F., & Hum, M. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Cakra Books.
- HelHelmy, M., & Ayuni, R. D. (2019, Mei 1). Komunikasi dakwah digital: menyampaikan konten islami lewat media sosial line (studi deskriptif pada akun line 3safa). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 1.
- Nurrohman, A. S. (2021). *Strategi dakwah digital habib husein ja'far al-hadar dalam konten youtube jeda nulis*. etheses.iainponorogo.ac.id.
- liHlHsani, A. F. A., & Febriyanti, N. (2021, Februari). Etika Komunikasi Sebagai Kontrol Kesalehan Virtual dalam Perilaku Bermedia Masyarakat di Era Digital. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, Vol 2(1), 24-35.
- Putra, D. A., Mutmainna, Zalzillah, L. N., & Saputra, N. K. (2023, September). Pengaruh konten TikTok terhadap perubahan etika remaja. *Jurnal Gagasan Komunikasi, Politik, dan Budaya*, Vol 1(1), 1-6.
- Rachmania, N. D., & Cahyono, H. B. (n.d.). Penggunaan aplikasi tik-tok dalam menunjang eksistensi diri pada remaja (Studi Fenomenologi Pada Remaja Griya Besuki Mulya Desa konten dakwah digital oleh content creator milenial melalui media sosial TikTok di era pandemi covid-19. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 12(1), 1.

Besuki Kecamatan Besuki Kabupaten
Situbondo).

- SarSarli, Nurhadi, & Sari, E. S. (2023). Analisis penggunaan gaya bahasa sarkasme netizen di media sosial TikTok. *knowledge: Jurnal Inovasi Hasil Penelitian dan Pengembangan*, 3(1), 84-92.
- UsUsman, R. (2018). *Dakwah digital (Studi Strategi Membentuk Dai Digital di Aceh)*.