

## Etika Komunikasi Dakwah Virtual di Era Digital

Aliwan<sup>1</sup>, Abdul Hakim<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Sekolah Tinggi Agama Islam Walisembilan Semarang, Semarang, Indonesia  
[Ali.mujadiyah@gmail.com](mailto:Ali.mujadiyah@gmail.com), [hakeem2barra@gmail.com](mailto:hakeem2barra@gmail.com)

### ABSTRAK

Artikel ini bertujuan membahas tentang etika komunikasi dakwah di era digital pada platform virtual *Youtube, Instagram, Tiktok, WhatsApp, Facebook, dan Twitter*, menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik review pada artikel ilmiah dan buku yang berkaitan dengan etika komunikasi dakwah virtual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika komunikasi dakwah melalui platform dilakukan dengan cara 1) Etika Komunikasi dakwah virtual di Youtube diantaranya judul yang tidak *clickbait*, pengemasan konten yang sesuai, dan interaksi yang baik di kolom komentar. 2) Etika Komunikasi dakwah virtual di Instagram & TikTok diantaranya menghindari konten yang provokatif, menyajikan pesan yang jelas dan padat, menjaga citra positif dalam setiap unggahan. 3) Etika komunikasi dakwah di WhatsApp diantaranya menghindari spam atau pengiriman pesan berlebihan, memastikan informasi yang dibagikan valid dan relevan, menghormati privasi anggota grup. 4) Etika Komunikasi dakwah di Facebook menghindari penggunaan bahasa yang kasar, provokatif atau menyinggung orang lain, jujur, menggunakan gambar, video, dan teks yang mendukung pesan dakwah dengan bijak, menjaga privasi audiens, tidak melanggar hak cipta, bijak dalam menanggapi kolom komentar, serta menghindari perdebatan yang dapat merusak tujuan dakwah. 5) Etika komunikasi dakwah di Twitter diantaranya pesan yang jelas dan tidak ambigu, santun dan menghargai pandangan orang lain, penggunaan *hashtag* yang relevan dan bijak dalam berpendapat dan berbagi informasi.

**Kata Kunci:** Etika Komunikasi, Dakwah Virtual, Platform, Era Digital

### ABSTRACT

*This article aims to discuss the ethics of da'wah communication in the digital era on the virtual platforms of YouTube, Instagram, TikTok, WhatsApp, Facebook, and Twitter, using a qualitative approach with a literature study method. Data was collected through review techniques on scientific articles and books related to the ethics of virtual da'wah communication. The study results show that applying da'wah communication ethics through the platform is carried out in the following ways: 1) Ethics of virtual da'wah communication on YouTube include non-clickbait titles, appropriate content packaging, and good interaction in the comments column. 2) The ethics of virtual da'wah communication on Instagram & TikTok include avoiding provocative content, presenting clear and concise messages, and maintaining a positive image in every upload. 3) Ethics of da'wah communication on WhatsApp include avoiding spam or sending excessive messages, ensuring that the information shared is valid and relevant, and respecting the privacy of group members. 4) The ethics of da'wah communication on Facebook avoids the use of harsh, provocative, or offensive language, is honest, uses images, videos, and texts that support the da'wah message wisely, maintains audience privacy, does not violate copyright, is wise in responding to the comments column, and avoids debates that can damage the purpose of da'wah. 5) The ethics of da'wah communication on Twitter include unambiguous messages, being polite and respecting the views of others, using relevant hashtags, and being wise in expressing opinions and sharing information.*

**Keywords:** Communication Ethics, Virtual Da'wah, Platform, Digital Era

## PENDAHULUAN

Generasi era digital tumbuh dan berkembang seiring dengan kemajuan teknologi. Namun, sebagian besar dari generasi ini mungkin kurang menyadari pentingnya menjaga etika dalam penggunaan media sosial. Internet, dunia virtual yang menjadi pusat utama dari media sosial, memungkinkan penyebaran informasi dengan sangat cepat kepada seluruh pengguna yang terhubung. Apa pun yang diunggah di media sosial tidak hanya dapat diakses oleh pengguna terhubung langsung, tetapi juga dapat disebarluaskan lebih jauh oleh mereka. Akibatnya, informasi tersebut bisa diakses oleh orang-orang yang bahkan tidak saling mengenal, memperluas jangkauan penyebaran secara signifikan. (Utami et al., 2024) Perkembangan virtual atau media sosial yang begitu cepat di era digital saat ini memberikan dampak besar pada berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam kegiatan dakwah. Kini, dakwah dapat dilakukan secara virtual. Selain itu, media sosial telah menjadi fenomena yang trending karena kemudahannya dalam mengakses berbagai informasi dan aktivitas. Dakwah secara virtual akan menjadi solusi dalam menjawab berbagai permasalahan di Era Digital seperti jarak yang jauh, waktu yang sibuk dengan pekerjaan, dan lain sebagainya. Menurut data dari *We Are Social Blade*, pada tahun 2022 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 212,9 juta, atau sekitar 77% dari total populasi negara tersebut. Sementara itu, pengguna aktif media sosial mencapai 167 juta orang, yang setara dengan 60,4% dari total populasi (Hootsuite, 2022). Data ini mengindikasikan bahwa lebih dari setengah penduduk Indonesia kini aktif menggunakan media sosial. (Samsudin & Putri, 2023)

Seiring kemajuan zaman, aktivitas dakwah kini tidak lagi terbatas pada pertemuan dalam majelis khusus dengan metode tatap muka atau cara manual semata. Saat ini, dakwah dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja tanpa harus bertatap muka langsung. Misalnya, dengan memanfaatkan internet sebagai produk kemajuan teknologi, dakwah dapat disampaikan dengan lebih mudah dan luas. Internet menjadi alternatif strategis dalam menyampaikan dakwah, memungkinkan terciptanya komunikasi yang lebih baik di antara umat di era digitalisasi ini. Banyak umat Muslim menyadari bahwa dakwah yang dilakukan secara virtual melalui media sosial atau dunia maya memiliki daya jangkau yang lebih efektif, menjadikannya lebih mudah diakses oleh masyarakat secara luas. Pendekatan dakwah melalui strategi virtual ini juga menjadi awal untuk menemukan bentuk ideal media dakwah yang dapat terus berkembang, baik untuk masa kini maupun masa depan (Purbajati, 2021). Dakwah era sekarang lebih fleksibel dengan memanfaatkan teknologi dan internet.

Menurut Husain (2020), paradigma dakwah telah mengalami pergeseran dari metode tradisional seperti ceramah dan kuliah konvensional menuju pemanfaatan teknologi komunikasi modern. Media sosial, platform video daring, dan aplikasi pesan instan kini menjadi alat utama dalam penyebaran pesan keagamaan. Perubahan ini membawa dampak signifikan terhadap cara komunikasi dakwah disampaikan dan diakses oleh audiens. Oleh karena itu, diperlukan kajian mendalam mengenai etika komunikasi dakwah di era digital untuk memahami perannya serta dampaknya di tengah perkembangan teknologi yang semakin maju (Rahmawati et al., 2024). Dakwah dengan virtual lebih meluas keberbagai elemen masyarakat yang multikultural.

Menurut Ahmad (2013) Fenomena dakwah virtual, mulai berkembang sejak tahun 1994 di negara Indonesia. Bersamaan dibukanya indonet sebagai internet service provider/ ISP yang

pertama di Indonesia. Sejak munculnya berbagai perangkat sosial media yang menunjang perangkat internet tersebut, menyebabkan penggunaan internet sebagai media dakwah pun semakin maju dan berkembang. Perangkat- perangkat tersebut misalnya twitter, facebook, WA, youtube, instagram. Bahkan kini diantara perangkat perangkat tersebut ada yang dapat menyiarkan secara langsung aktivitas yang dilakukan seseorang dan memudahkan komunikasi serta memberikan umpan balik terhadap pesan yang diterima (Purbajati, 2021).

Masalah terkait isu etika komunikasi yang digunakan oleh dai telah menjadi perhatian besar di kalangan peneliti yang mendalami kajian komunikasi dakwah virtual. Menurut (Purbajati, 2021) dalam jurnal berjudul "*Telaah Dakwah Virtual Sebagai Perkembangan Metode Dakwah Islam Di Era Modern*" dan hasilnya bahwa dakwah virtual melalui media sosial sebagai perkembangan metode dakwah dilaksanakan dengan memperhatikan materi dakwah, media dakwah, konsep dan strategi dakwah, dan memperhatikan unsur budaya masyarakat. Penelitian ini berbeda dengan penelitian saya yang membahas lebih spesifik tentang etika komunikasi dakwah virtual di era digital yang fokusnya pada etika komunikasi dai di media virtual seperti di youtube, instagram, tiktok, whatsapp, facebook, twitter.

Menurut Surbakti (2021), etika komunikasi dalam Islam sejalan dengan prinsip-prinsip etika Islam yang mencakup berbagai aspek dan memiliki banyak cabang. Secara umum, komunikasi dalam Islam terbagi menjadi dua jenis: etika komunikasi transendental (*hablum minallah*) dan etika komunikasi insani (*hablum minannas*) (Armawan, 2022). Etika komunikasi transendental mengacu pada sikap dan perilaku manusia saat berkomunikasi langsung dengan Allah SWT, sedangkan etika komunikasi insani berkaitan dengan sikap dan perilaku manusia dalam interaksi antar individu atau kelompok (Yudi & Mukhroji, 2023)

Di era digital saat ini, pentingnya etika tidak bisa diabaikan, karena garis pemisah antara dunia nyata dan dunia maya semakin tipis. Perilaku di ruang digital dapat memberikan pengaruh besar terhadap kehidupan nyata, yang sering kali membingungkan pemahaman kita tentang norma-norma etika. Oleh karena itu, menjaga etika dalam komunikasi dakwah melalui platform virtual sangatlah vital di zaman sekarang. (Utami et al., 2024) Menurut Burhanudin (2019), dalam era digital, dakwah dapat dilakukan secara digital melalui berbagai platform seperti TikTok, YouTube, Instagram, dan lainnya. Pendekatan dakwah perlu disesuaikan dengan kondisi serta kebutuhan masyarakat. Setiap metode memiliki keunggulan dan kelemahannya masing-masing. Para pendakwah dapat mengombinasikan atau menggunakan beberapa metode secara bergantian untuk menghasilkan dampak yang lebih signifikan. (Rusyda, 2024)

Dakwah bertujuan untuk menyampaikan pesan dengan cara yang dapat diterima dan dipahami oleh audiens. Agar tujuan dakwah tercapai secara maksimal, penting bagi pendakwah untuk menggunakan cara-cara komunikasi yang santun, penuh hikmah, dan sesuai dengan etika komunikasi. Dengan demikian, pesan yang disampaikan tidak hanya dapat diterima dengan baik, tetapi juga membawa dampak positif bagi penerimanya. Secara keseluruhan, komunikasi yang baik dan etis adalah kunci dalam membangun masyarakat yang harmonis dan produktif.

Berdasarkan pemahaman tersebut, Islam mengajarkan umatnya, terutama para dai, untuk menyampaikan dakwah dengan cara yang memikat, menarik, dan penuh kelembutan. Seorang dai diharapkan mampu memahami kondisi mad'u, menyusun materi dakwah dengan baik, dan menyampaikan pesan dakwah secara efektif kepada mad'u. Oleh karena itu, peneliti dalam tulisan ini berusaha menguraikan etika komunikasi dalam berdakwah secara virtual di era digital.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian pada penelitian ini didasarkan pada metode kualitatif yang berlandaskan kepada studi kajian literatur. Metode kualitatif adalah penelitian yang bermakna untuk mempelajari dan memahami suatu fenomena sentral (Semiawan, 2010). Studi kajian literatur yang disebutkan penelitian didasarkan pada artikel jurnal yang telah diterbitkan dalam jurnal bereputasi secara nasional atau pun internasional, dan buku. Selanjutnya seluruh artikel tersebut dianalisis dengan prinsip teknik analisis kualitatif yang diterapkan peneliti yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. (Samsudin & Putri, 2023)

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur atau pustaka. Teknik ini dilakukan dengan membaca dan menganalisis berbagai teori yang terdapat dalam literatur serta catatan tertulis yang relevan dengan topik permasalahan yang menjadi fokus penelitian.

Penelitian ini melakukan langkah analisis dengan cara mengumpulkan literatur atau teks yang akurat (baik sumber primer maupun sekunder) maupun berbagai sumber lainnya, kemudian menyusun sesuai kajian dan tujuannya, setelah itu dibuat uraian atau deskripsi setiap literatur yang didapatkan secara data yang rinci untuk digunakan dalam proses analisis, kemudian hasilnya dilakukan analisis, ditelaah atau interpretasi yang dilakukan untuk menghasilkan konsep baru yang mudah dipahami dan sesuai dengan fokus pembahasan (Yudi & Mukhroji, 2023)

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Etika adalah suatu ilmu yang menjelaskan arti baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya oleh sebagian manusia kepada lainnya, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia di dalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang harus diperbuat. Secara etimologi etika berasal dari bahasa Yunani "ethos" yang berarti watak kesusilaan atau adat kebiasaan (custom). Etika biasanya berkaitan dengan masalah moral yang merupakan istilah dari bahasa Latin yaitu "mos" dan dalam bentuk amaknya "mores" yang berarti juga adat kebiasaan atau cara hidup seseorang dengan melakukan perbuatan yang baik dan menghindari hal-hal yang buruk (Khairul Hamim, 2022)

Komunikasi adalah suatu aktivitas manusia yang saling berinteraksi antara satu orang maupun lebih, konsep tentang komunikasi tidak hanya berkaitan dengan masalah cara berbicara efektif saja melainkan juga etika bicara. Dalam pandangan agama Islam komunikasi memiliki etika, agar jika kita melakukan komunikasi dengan seseorang maka orang itu dapat memahami apa yang kita sampaikan. Dalam perspektif Islam, komunikasi merupakan bagian yang tak terpisahkan dalam kehidupan manusia karena segala gerak langkah kita selalu disertai dengan komunikasi. Komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi yang Islami, yaitu komunikasi berakhlak al-karimah atau beretika. Komunikasi yang berakhlak al-karimah berarti komunikasi yang bersumber kepada Al-Quran dan hadis yang merupakan sunah Nabi (Muslimah et al., 2016).

Perspektif Islam, komunikasi adalah elemen yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia, karena setiap aspek kehidupan kita selalu melibatkan komunikasi. Komunikasi yang dimaksud di sini adalah komunikasi yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, yaitu komunikasi yang berakhlak mulia (al-karimah) atau beretika. Komunikasi yang berakhlak mulia merujuk pada komunikasi yang berlandaskan pada ajaran Al-Qur'an dan hadis (Yudi & Mukhroji, 2023). Praktiknya, seringkali kita menemukan komunikasi yang tidak etis, kasar, atau tidak santun. Hal ini bisa terjadi baik dalam komunikasi lisan maupun komunikasi yang dilakukan melalui saluran

virtual dan medsos. Kata-kata yang tidak pantas bisa memberi dampak negatif terhadap hubungan antar individu atau masyarakat, bahkan dapat merusak keharmonisan sosial. Untuk itu, penting bagi seorang komunikator untuk memahami hakekat komunikasi dan mematuhi etika yang ada.

Etika adalah ilmu yang mempelajari kebiasaan atau adat yang lazim dilakukan. Sementara itu, komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan tujuan menghasilkan informasi. Kedua komponen ini, yaitu etika dan komunikasi, saling melengkapi dan memberikan manfaat apabila diterapkan dengan benar. Dengan demikian, etika komunikasi dapat didefinisikan sebagai nilai-nilai atau kebiasaan yang menentukan baik atau buruknya individu maupun kelompok dalam menyampaikan pesan atau informasi (Pratiwi & Fajrul Islam, 2022). Dakwah adalah segala aktivitas yang memiliki tujuan untuk mengajak orang kepada kebaikan dan melarang kepada kejahatan, baik secara lisan, tulisan, lukisan, maupun perbuatan dengan metode dan media yang sesuai dengan prinsip Islam dengan tujuan mencapai kebahagiaan manusia di dunia dan di akhirat (Purbajati, 2021).

Dakwah dalam pengertian sempit atau (bi al-lisan) ini, lebih menunjukkan kepada cara-cara dalam pengutaraan dan penyampaian dakwah yang berorientasi pada ceramah agama, yang saat sekarang ini sedang berkembang menjadi disiplin retorika. Kemudian dakwah bi al-lisan (retorika) operasionalnya berkembang menjadi dakwah bi al-kitabah, yaitu dengan tulisan di buku, tulisan di surat kabar, tulisan di majalah, dan lain sebagainya. Selanjutnya, dakwah bi al-hal, yaitu dakwah yang mengarah kepada upaya mengajak orang atau kelompok manusia (masyarakat) dengan keteladanan dan amal perbuatan, perkembangannya menjadi populer dengan nama dakwah pembangunan (Purbajati, 2021).

Virtual Reality (VR) atau realitas maya Menurut Ramadhani (2017) adalah sebuah teknologi yang memberikan dampak besar dalam sejarah pemikiran manusia dan kini menjadi tren untuk mendukung peningkatan kualitas kerja dan produk. Teknologi VR memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan lingkungan yang dibuat secara digital melalui simulasi komputer. Dengan kata lain, VR mampu merepresentasikan situasi dunia nyata dalam bentuk dunia maya, sehingga pengguna dapat merasakan pengalaman yang tampak nyata meskipun berada dalam ruang virtual. (Abdul Rochman et al., 2020).

Internet memiliki potensi yang sangat besar untuk dimanfaatkan. Awalnya berfungsi sebagai media informasi dan komunikasi yang bersifat statis, internet kini telah berkembang menjadi dunia virtual. Meskipun tidak nyata secara fisik, dunia virtual ini mampu menyimpan berbagai aktivitas yang ada di kehidupan nyata, seperti berbelanja, berjualan, belajar-mengajar, hingga kegiatan yang sulit ditemukan di dunia nyata. Saat ini, banyak muballigh atau da'i yang memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan dakwah. Hal ini menjadi peluang besar untuk menarik perhatian masyarakat modern sebagai objek dakwah. Kehadiran teknologi modern ini mempermudah para muballigh dan da'i dalam berdakwah kapan saja dan di mana saja, tanpa batasan ruang dan waktu

Menurut Sirajuddin (2014) Adapun dampak positif dari dakwah virtual (dakwah melalui jaringan internet), di antaranya; pertama, mampu menembus batas ruang dan waktu dalam sekejap dengan biaya dan energi yang relatif terjangkau; kedua, pengguna jasa internet setiap tahunnya meningkat drastis, hal ini secara otomatis berpengaruh juga pada jumlah penyerapan misi dakwah; ketiga, para pakar dan ulama' yang berada di balik media dakwah via internet bisa lebih konsentrasi dalam menyikapi setiap wacana dan peristiwa yang menuntut status hukum

syar'i. Hal inilah yang menjadi alasan dakwah melalui internet dinilai sangat efektif dan potensial untuk diterapkan di masa kini dan masa mendatang. Meskipun didalamnya terdapat dampak- dampak negatif, salah satunya tergesernya budaya lokal pada tataran modern di era global ini (Purbajati, 2021).

Era digital adalah masa di mana teknologi menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia, dengan segala sesuatu saling terkoneksi. Di era ini, manusia dapat berkomunikasi dengan mudah dan terasa dekat meskipun secara fisik berjauhan. Informasi dapat diperoleh dengan cepat, bahkan secara real-time. Era digital juga sering dikaitkan dengan fenomena globalisasi, di mana dunia terasa semakin terhubung tanpa batasan ruang dan waktu (Imaniah & Manar, 2022).

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. (Rusyda, 2024).

Menurut Romli (2014) komunikasi dakwah ialah suatu tahapan transmisi ilmu keislaman yang berfungsi untuk mempengaruhi komunikan agar mampu menyebarkan, mengimani, dan mempertahankan ajaran Islam Selain itu komunikasi dakwah ialah komunikasi yang mengaitkan pesan-pesan dakwah dengan pandangan Islam pada berbagai dimensi kehidupan. Proses komunikasi dakwah berjalan sesuai dengan tahapan komunikasi yang lazimnya yaitu komunikator (da'i) hingga feedback (respon) dari objek dakwah (Samsudin & Putri, 2023).

Menurut Fran Magnis Suseno, mengatakan terdapat sekurang-kurangnya empat alasan mengapa etika diperlukan, yaitu: 1) Kita hidup dalam masyarakat yang semakin pluralistik, juga dalam bidang moral dan untuk mencapai suatu pendirian dalam pergolakan pandangan-pandangan moral maka refleksi kritis etika diperlukan. 2) Kita hidup dalam masa transformasi masyarakat yang tanpa tanding. Perubahan itu dibawa hantaman kekuatan yang mengenai semua segi kehidupan kita, yaitu gelombang modernisasi. Dalam kondisi seperti ini etika mau membantu agar kita jangan kehilangan orientasi, dapat membedakan antara apa yang hakiki dan apa saja yang boleh berubah, dan dengan demikian tetap sanggup untuk mengambil sikap yang dapat kita pertanggungjawabkan. 3) Tidak mengherankan bahwa proses perubahan sosial budaya dan moral yang kita alami ini dipergunakan oleh pelbagai pihak untuk memancing di air keruh. Etika dapat membuat kita sanggup untuk membentuk penilaian sendiri, agar kita tidak terlalu mudah terpancing. 4) Etika juga diperlukan oleh kaum agamawan yang disatu pihak menemukan dasar kemandirian mereka dalam iman kepercayaan mereka, dipihak lain sekaligus mau berpartisipasi tanpa takut-takut dan dengan tidak menutup diri dalam semua dimensi kehidupan masyarakat yang sedang berubah (Muliawati Berawi, 2019).

Dalam Al-Qur'an dengan sangat mudah kita menemukan contoh kongkrit bagaimana Allah selalu berkomunikasi dengan hamba-Nya melalui wahyu. Untuk menghindari kesalahan dalam menerima pesan melalui ayat-ayat tersebut, Allah juga memberikan kebebasan kepada Rasulullah untuk meredaksi wahyu-Nya melalui matan hadits. Baik hadits itu bersifat Qouliyah (perkataan), Fi'iliyah (perbuatan), Taqrir (persetujuan). Rasul, kemudian ditambah lagi dengan lahirnya para ahli tafsir sehingga melalui tangan mereka terkumpul sekian banyak bukubuku

tafsir. Selain itu, kita menemukan bahwa Rasulullah SAW dalam berkomunikasi dengan keluarga, sahabat dan umatnya. Komunikasi beliau sudah terkumpul dalam ratusan ribu hadits yang menjadi penguat, penjelas Al Qur'an sebagai petunjuk bagi kehidupan umat manusia (Yudi & Mukhroji, 2023).

Etika komunikasi merupakan kumpulan standar dan nilai yang menjadi pedoman dalam berkomunikasi. Hal ini berkaitan erat dengan prinsip-prinsip etika, nilai-nilai agama, serta budaya yang dianut oleh para peserta komunikasi. Etika komunikasi menekankan pentingnya sikap dan perilaku yang mencerminkan nilai-nilai kemanusiaan yang beradab untuk menjaga keharmonisan dalam interaksi. Oleh karena itu, terdapat sejumlah sikap dan prinsip yang harus diterapkan saat berkomunikasi, seperti bersikap jujur, tidak berbohong, bersikap dewasa, sabar, dan tidak kekanak-kanakan. Selain itu, etika ini juga mencakup penggunaan panggilan atau sebutan yang baik, menyampaikan pesan dengan bahasa yang efektif dan efisien, tidak mudah terbawa emosi, membuka dialog dengan inisiatif, berbicara dengan bahasa yang sopan dan ramah, mengenakan pakaian yang sesuai dengan konteks, serta menunjukkan perilaku yang baik (Khairul Hamim, 2022).

Etika dalam berkomunikasi dapat diterapkan melalui sikap santun, baik di dunia nyata maupun di dunia digital. Sikap ini mencerminkan kepribadian individu yang beretika. Pada era digital, etika komunikasi memiliki pengaruh besar terhadap perkembangan kehidupan manusia, seperti dengan menerapkan pengaturan privasi di media sosial untuk melindungi data pribadi, menggunakan email dan platform komunikasi lainnya secara profesional, serta menjaga profesionalisme dalam komunikasi digital, khususnya dalam konteks pekerjaan atau pendidikan. Perilaku di platform digital harus selaras dengan norma-norma yang berlaku. Ketika tindakan tidak lagi sesuai dengan etika tersebut, berbagai masalah dapat muncul sebagai akibatnya. (Utami et al., 2024).

Etika komunikasi dakwah di era digital menjadi aspek penting yang harus diperhatikan oleh setiap dai. Dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan melalui platform digital seperti media sosial, blog, atau aplikasi berbasis internet, seorang dai harus memegang prinsip kejujuran, santun, dan bijaksana. Penyampaian dakwah yang mengedepankan nilai-nilai kebaikan, toleransi, serta menghormati perbedaan dapat menciptakan suasana yang harmonis di tengah keberagaman masyarakat digital. Selain itu, seorang dai juga perlu memastikan bahwa informasi yang disampaikan valid dan tidak mengandung unsur provokasi atau ujaran kebencian yang dapat merusak persatuan umat. Dengan etika yang baik, dakwah di era digital dapat menjadi lebih efektif dan membawa dampak positif yang luas bagi umat (Arifin, 2019).

Menurut Ariani (2017), peran dakwah dalam masyarakat Islam tidak hanya terbatas pada menyampaikan ajaran agama, tetapi juga meliputi upaya aktif untuk memperkuat struktur sosial dan moral dalam komunitas Muslim. Dakwah berfungsi sebagai pilar utama dalam membentuk identitas serta karakter masyarakat yang berlandaskan nilai-nilai Islam (Rahmawati et al., 2024). Para da'i melakukan kreatifitas dalam berdakwah di era digital ini melalui metode dakwah bil lisan, bil qalam, dan bil hal dengan memanfaatkan berbagai media digital, dinataranya dengan menggunakan aplikasi virtual meeting. Dengan penggunaan aplikasi online, dakwah mampu menjangkau sasaran dakwah lebih luas dari dakwah secara offline. (Awaludin Pimay & Uswatun Niswah, 2021).

Menurut Syahrini Harahap, Karakteristik yang harus dimiliki seorang da'i antara lain: memiliki komitmen tauhid, istiqamah dan jujur, memiliki visi yang jelas, memiliki wawasan keislaman, memiliki kemampuan memadukan antara dakwah bi allisan dengan dakwah bi al-hal,

sesuai kata dengan perbuatan, berdiri di atas semua paham dan aliran, berpikir strategis, memiliki kemampuan analisis interdisipliner, sanggup berbicara sesuai dengan kemampuan masyarakat (Muliawati Berawi, 2019).

Proses dakwah tanpa adanya media masih dapat mencapai tujuan yang semaksimal mungkin dan media dakwah memiliki peranan atau kedudukan sebagai penunjang tercapainya tujuan. Pemahaman tentang dakwah, setidaknya dapat dikategorikan menjadi 5 hal: 1. Lisan, yakni bahwa media dakwah yang paling sederhana dengan menggunakan lidah dan suara, dakwah menggunakan media ini dapat berupa ceramah, pidato, bimbingan, penyuluhan, kuliah dan lain sebagainya. 2. Tulisan, yakni media dakwah melalui tulisan, buku, majalah, surat kabar, surat menyurat, sependuk dan sebagainya. 3. Lukisan, yakni media dakwah melalui gambar, karikatur, dan sebagainya. 4. Audio visual adalah media dakwah yang dapat merangsang indra pendengaran, penglihatan, atau kedua-duannya, misalnya media televisi, film, OHP, internet (Youtube, facebook, WA) dan lain sebagainya. 5. Akhlak, yaitu media dakwah melalui perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam yang secara langsung dapat dilihat dan didengarkan oleh da'i (Purbajati, 2021).

Pada buku Islam aktual, Kang Jalal menyebutkan ada enam prinsip komunikasi yang terdapat didalam Alqur'an diambil dari kata kunci "qawl" dalam konteks perintah (amar) yaitu qaulan sadidan (Q.S.4:9, 33:70), qaulan maysuran (Q.S.17:28), qaulan layyinan (Q.S.20:44), qaulan kariman(Q.S.17:23). Pendapat tersebut didukung oleh pendapat Mafri Amir yang menyatakan bahwa beberapa istilah tersebut adalah tuntunan cukup bagus dalam etika komunikasi. Enam prinsip inilah yang menjadi standarisasi dan dasar pijakan etika komunikasi dakwah (Yudi & Mukhroji, 2023).

Menurut Kadri, etika komunikasi yang baik dalam kehidupan sehari-hari melibatkan penerapan berbagai sikap dan perilaku yang mencerminkan kesopanan dan keharmonisan dalam berinteraksi. Beberapa di antaranya meliputi:

1. Menggunakan kata-kata dan kalimat yang baik, menyesuaikan dengan situasi dan lingkungan.
2. Memakai bahasa yang mudah dipahami oleh lawan bicara.
3. Menggunakan gerakan tubuh atau gestur yang sopan dan tidak berlebihan.
4. Berpakaian rapi, menutup aurat, dan sesuai dengan situasi serta kondisi.
5. Menatap mata lawan bicara dengan pandangan yang lembut dan penuh perhatian.
6. Menampilkan ekspresi wajah yang ramah disertai senyuman.
7. Bersikap ramah dan berperilaku baik terhadap lawan bicara.
8. Tidak mudah terpancing emosi oleh lawan bicara.
9. Bersikap terbuka terhadap perbedaan pendapat dan menerima perselisihan dengan bijak.
10. Mampu menyesuaikan gaya komunikasi dengan karakteristik lawan bicara.
11. Mengatur volume, nada, intonasi suara, dan kecepatan bicara dengan baik.
12. Menggunakan komunikasi nonverbal yang sesuai dengan norma dan budaya yang berlaku (Khairul Hamim, 2022).

Berbicara tentang etika berkomunikasi, menurut Effendi memberi garis besar pedoman etika komunikasi, yaitu: 1) Keharusan mengembangkan kebiasaan meneliti (*habit of search*) yang tumbuh dari pengenalan bahwa selama melakukan komunikasi, si pelaku adalah sebagai sumber primer. 2) Menumbuhkan kebiasaan bersikap adil (*habit of justice*) dengan memilih dan menampilkan fakta dan pendapat secara terbuka. 3) Komunikator harus terbiasa mengutamakan motivasi umum dari pada motivasi pribadi. Komunikator publik yang

bertanggung jawab harus secara merata mengungkapkan sumber-sumber informasi dan pendapatnya. 4) Menanamkan kebiasaan menghormati perbedaan pendapat dengan memperlihatkan dan mendorong berbagai ragam argumen dan pendapat (Asiva Noor Rachmayani, 2019).

Menurut Kusnawan (2022), Etika komunikasi dibangun berdasarkan petunjuk Al-Al-Qur'an, Islam mengajarkan berkomunikasi itu dengan penuh beradab, penuh penghormatan, penghargaan terhadap orang yang diajak bicara, dan sebagainya. Ketika berbicara dengan orang lain, Islam memberikan landasan yang jelas tentang tata cara berbicara. Tata cara berbicara kepada orang lain itu misalnya harus membicarakan hal-hal yang baik, menghindari kebatilan, menghindari perdebatan, menghindari pembicaraan dan permasalahan yang rumit, menyesuaikan diri dengan lawan bicara, jangan memuji diri sendiri, dan jangan memuji orang lain dalam kebohongan (Yudi & Mukhroji, 2023).

Etika komunikasi Dakwah di Berbagai Platform Digital atau virtual diantaranya melalui Youtube, Instagram dan Tiktok, WhatsApp dan Telegram, Facebook dan Twitter,

**a. YouTube**



YouTube menjadi salah satu platform populer untuk dakwah virtual. Da'i dapat menyampaikan ceramah dalam bentuk video yang mudah diakses kapan saja. Namun, etika yang perlu diperhatikan meliputi penggunaan judul yang tidak *clickbait*, pengemasan konten yang sesuai, dan interaksi yang sopan di kolom komentar (Arifin, 2020).

**b. Instagram dan TikTok**



Platform ini cocok untuk dakwah dengan format singkat. Etika dalam penggunaan Instagram dan TikTok mencakup: Menghindari konten yang provokatif atau tidak pantas, Menyajikan pesan yang jelas dan padat, Menjaga citra positif dalam setiap unggahan (Fahmi, 2021).

**c. WhatsApp dan Telegram**



Grup dakwah di aplikasi pesan instan memerlukan pengelolaan yang baik. Etika di sini meliputi: Menghindari spam atau pengiriman pesan berlebihan, Memastikan informasi yang dibagikan valid dan relevan, Menghormati privasi anggota grup (Ahmad, 2020).

**d. Facebook**



Etika Komunikasi dakwah di Facebook diantaranya pendakwah harus menjaga komunikasi yang tidak menyinggung perasaan orang lain dan menghindari penggunaan bahasa yang kasar atau provokatif. Selain itu, penyampaian pesan harus dilakukan dengan jujur dan berdasarkan sumber yang terpercaya, agar informasi yang diberikan tidak salah dan tidak menyesatkan. Menggunakan gambar, video, dan teks yang mendukung pesan dakwah dengan cara yang bijak juga sangat penting, mengingat konten visual sangat

berpengaruh di platform ini. Pendakwah juga perlu menjaga privasi audiens, tidak membagikan informasi pribadi atau melanggar hak cipta orang lain dalam konten yang dipublikasikan. Facebook sebagai platform yang memungkinkan interaksi dua arah, juga mengharuskan pendakwah untuk menjawab komentar atau pertanyaan audiens dengan sopan dan bijaksana, serta menghindari perdebatan yang dapat merusak tujuan dakwah (Hidayat, 2021).

e. Twitter



Etika komunikasi dakwah di Twitter diantaranya pesan yang jelas dan tidak ambigu agar audiens dapat memahami inti pesan dengan mudah, menjaga bahasa yang digunakan agar tetap santun dan menghargai pandangan orang lain, Penggunaan hashtag yang relevan juga dapat membantu memperluas jangkauan dakwah di Twitter, namun harus dilakukan dengan bijak, menghindari penyalahgunaan hashtag yang dapat menyesatkan. Sebagai platform yang memungkinkan interaksi secara langsung, Twitter mengharuskan pendakwah untuk siap menerima kritik dan memberikan tanggapan dengan bijak, tanpa terlibat dalam perdebatan yang tidak produktif (Nuraeni, 2020).

## **PENUTUP**

Dakwah virtual di era digital membuka kesempatan besar untuk berdakwah atau menyebarkan ajaran Islam secara fleksibel dan lebih luas. Sangat penting bagi para da'i untuk mengikuti etika komunikasi dakwah virtual agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan tidak menimbulkan perdebatan. Penerapan etika komunikasi dalam dakwah virtual atau online sangat krusial untuk memastikan pesan yang disampaikan tetap autentik, jujur, dan benar. Prinsip-prinsip etika komunikasi dakwah seperti kejujuran, kesopanan, keadilan, dan transparansi harus dijaga agar dakwah yang dilakukan tidak hanya efektif, tetapi juga sesuai dengan ajaran agama yang semestinya. Etika komunikasi dakwah melalui platform virtual atau berbagai media sosial sebagai berikut : 1) Etika Komunikasi dakwah virtual di Youtube diantaranya judul yang tidak *clickbait*, pengemasan konten yang sesuai, dan interaksi yang sopan di kolom komentar. 2) Etika Komunikasi dakwah virtual di Instagram & TikTok diantaranya menghindari konten yang provokatif atau tidak pantas, Menyajikan pesan yang jelas dan padat, Menjaga citra positif dalam setiap unggahan. 3) Etika Komunikasi dakwah di WhatsApp diantaranya Menghindari spam atau pengiriman pesan berlebihan, Memastikan informasi yang dibagikan valid dan relevan, Menghormati privasi anggota grup. 4) Etika Komunikasi dakwah di Facebook diantaranya pendakwah harus menjaga komunikasi yang tidak menyinggung perasaan orang lain dan menghindari penggunaan bahasa yang kasar atau provokatif. Selain itu, penyampaian pesan harus dilakukan dengan jujur dan berdasarkan sumber yang terpercaya, agar informasi yang diberikan tidak salah dan tidak menyesatkan. Menggunakan gambar, video, dan teks yang mendukung pesan dakwah dengan cara yang bijak juga sangat penting, mengingat konten visual sangat berpengaruh di platform ini. Pendakwah juga perlu menjaga privasi audiens, tidak membagikan informasi pribadi atau melanggar hak cipta orang lain dalam konten yang dipublikasikan, menjawab komentar atau pertanyaan audiens dengan sopan dan bijaksana, serta menghindari perdebatan yang dapat merusak tujuan dakwah. 5) Etika komunikasi dakwah di Twitter diantaranya pesan yang jelas dan tidak ambigu

agar audiens dapat memahami inti pesan dengan mudah, menjaga bahasa yang digunakan agar tetap santun dan menghargai pandangan orang lain, Penggunaan hashtag yang relevan juga dapat membantu memperluas jangkauan dakwah di Twitter, namun harus dilakukan dengan bijak, menghindari penyalahgunaan hashtag yang dapat menyesatkan. Sebagai platform yang memungkinkan interaksi secara langsung, Twitter mengharuskan pendakwah untuk siap menerima kritik dan memberikan tanggapan dengan bijak, tanpa terlibat dalam perdebatan yang tidak produktif.

## DAFTAR RUJUKAN

- Abdul Rochman, N. H., Nuroso, H., & Wibisono, A. (2020). Aplikasi Virtual Reality Sebagai Media Informasi Kampus Utama Universitas Pgris Semarang Berbasis Android. *JIPETIK: Jurnal Ilmiah Penelitian Teknologi Informasi & Komputer*, 1(2), 30–41. <https://doi.org/10.26877/jipetik.v1i2.5375>
- Ahmad, Z. (2020). Efektivitas Grup WhatsApp untuk Dakwah. *Jurnal Komunikasi Islam*.
- Arifin, S. (2020). Peran YouTube dalam Dakwah Kontemporer. *Jurnal Media Islam*.
- Asiva Noor Rachmayani. (2019). *Etika Komunikasi dalam berdakwah*. 1 No 2, 6.
- Awaludin Pimay, & Uswatun Niswah. (2021). Efektifitas Dakwah Virtual di Era Pandemi. *Jurnal Komunikasi Islam*, 11(2), 355–369. <https://doi.org/10.15642/jki.2021.11.2.355-369>
- Fahmi, T. (2021). Dakwah dan Media Sosial: Tantangan Baru. *Komunikasi Islam Modern*.
- Hidayat, A. (2021). Etika Komunikasi di Media Sosial dalam Perspektif Islam. *Jurnal Komunikasi Islam Dan Digital*.
- Imaniah, I., & Manar, al abduh m. (2022). 2 1-62 2022. *Menjadi Guru Profesional Di Era Digital : Pemanfaatan Media Pembelajaran Digital Dan Media Sosial*, 2, 1–62. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31000/cswb.v2i1.6889.g3718>
- Khairul Hamim. (2022). *Etika Komunikasi Islami : (Kajian Kata Qaul dalam al-Qur'an)* (R. Mas'ud (ed.); 1st ed.). CV. Alfa Press Creative.
- Muliawati Berawi. (2019). Etika Dakwah Pada Masyarakat Global. *Jurnal Ilmu Dakwah & Pembangunan*, XIV(1), 39–58.
- Muslimah, Budaya, M. M. S., & undefined. (2016). Etika Komunikasi dalam Perspektif Islam. *Ejournal.Uin-Suska.Ac.Id*, 13(2), 115–125. <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/SosialBudaya/article/view/3534>
- Nuraeni, A. (2020). "Etika Dakwah di Dunia Maya: Studi Kasus Penggunaan Media Sosial oleh Tokoh Agama. *Jurnal Dakwah Dan Media*.
- Purbajati, H. I. (2021). Telaah Dakwah Virtual Sebagai Perkembangan Metode Dakwah Islam Di Era Modern. *MODELING: Jurnal Program Studi PGMI*, 8(2), 203. <https://jurnal.stitnualhikmah.ac.id/index.php/modeling/article/download/938/644/>
- Rahmawati, Y., Hariyati, F., Abdullah, A. Z., & Nurmiarani, M. (2024). Gaya Komunikasi Dakwah Era Digital: Kajian Literatur. *Concept: Journal of Social Humanities and Education*, 3(1), 266–279. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/concept.v3i1.1081>
- Rusyda, S. (2024). Pengaruh Dakwah Digital Terhadap Etika Komunikasi Netizen dalam dunia maya: Media Tiktok. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 09(1), 37–48. <https://doi.org/https://doi.org/10.23969/jp.v9i1.12893>
- Samsudin, D., & Putri, I. M. (2023). Etika dan Strategi Komunikasi Dakwah Islam Berbasis Media Sosial di Indonesia. *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 7(2), 125. <https://doi.org/10.32332/ath-thariq.v7i2.7474>
- Utami, I. N., Pranata, N. P., Syihab, N. M., & Depriya, M. (2024). *Mengapa Etika Penting di Era Digital ?* 2(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.59581/jipsoshum-widyakarya.v2i3.3418>
- Yudi, D. T. N., & Mukhroji, M. (2023). Prinsip dan Etika Komunikasi Dakwah. *ARKANA Jurnal Komunikasi Dan Media*, 02(02), 186. <https://doi.org/https://doi.org/10.62022/arkana.v2i02.4967>.

