

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era digitalisasi ditandai dengan adanya perubahan-perubahan alat komunikasi masyarakat, salah satunya pada perubahan media massa semula menggunakan media cetak, surat menyurat, radio dan lain-lain. Saat ini telah berkembang karena adanya teknologi yang semakin maju yaitu internet komunikasi digital. Menurut Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna Internet di Indonesia akan mencapai 221.563.479 jiwa pada tahun 2024, dari jumlah penduduk Indonesia sebesar 278.696.200 jiwa pada tahun 2023. Berdasarkan hasil Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024 yang dipublikasikan oleh APJII, tingkat penetrasi internet – Net Indonesia meningkat sebesar 79,5%. Dibandingkan musim sebelumnya, peningkatan sebesar 1,4%.¹

Menurut Tahir, media sosial adalah alat untuk memberikan pesan atau informasi kepada sekelompok atau seseorang untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Indikator penggunaan media sosial terdiri dari banyaknya akun media sosial yang dimiliki, kegunaan media sosial, alokasi waktu mengakses media sosial dan dampak positif serta negatif dari penggunaan media sosial.² Media sosial saat ini merupakan wadah yang digunakan dalam pemenuhan akses informasi sehari-hari. Selain itu media sosial juga digunakan sebagai tempat dalam menuangkan kreatifitas dalam membuat konten-konten menarik bagi para penggunanya.³

TikTok adalah platform media sosial yang menawarkan berbagai jenis video pendek dengan berbagai tema, seperti hiburan, pendidikan, dan gaya

¹ Sofyan Mufti Prasetyo and others, 'Analisis Pertumbuhan Pengguna Internet Di Indonesia', *Jurnal Buletin Ilmiah Ilmu Komputer Dan Multimedia* , 2.1 (2024), 65–71 <<https://jurnalmahasiswa.com/index.php/biikma>>.

² Tahir Hamsinah and Detek Nurmala, 'Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Interaksi Sosial Pada Siswa SMA Negeri 2 Baubau', *Akademik Pendidikan Ekonomi*, 7.1 (2020), 44–48.

³ Muhammad Helmy and Risa Dwi Ayuni, 'Komunikasi Dakwah Digital : Menyampaikan Konten Islami Lewat Media Sosial Line (Studi Deskriptif Pada Akun Line 3Safa)', *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 2.1 (2019), 23–29.

hidup. Tiktok memiliki banyak manfaat, seperti memungkinkan orang berteman jarak jauh dan berbagi tren terbaru. Namun, dampak negatif lainnya termasuk kurangnya etika dalam berkomunikasi, *cyberbullying*, kurangnya interaksi sosial dengan orang-orang di sekitar, kurangnya kepercayaan diri, dan penurunan produktivitas sehari-hari.

TikTok memiliki dampak yang signifikan terhadap etika komunikasi, baik dari segi gaya berkomunikasi, konten, hingga cara interaksi sosial. Dengan platform ini pengguna dapat membuat video pendek yang ringkas dan menarik, yang mendorong komunikasi visual yang cepat. Namun, cara komunikasi seperti ini membawa pengaruh yang beragam terhadap etika komunikasi. Salah satu pengaruh TikTok terhadap etika komunikasi yaitu pengaruh terhadap bahasa dan tata bahasa. Banyak pengguna TikTok yang menggunakan bahasa gaul atau bahasa *slang* dalam videonya. Meskipun hal ini mencerminkan gaya komunikasi anak muda salah satunya di kalangan mahasiswa, penggunaannya yang berlebihan dapat menyebabkan degradasi bahasa formal dan tata bahasa. Penggunaan yang berlebihan ini sering kali menimbulkan ketidakjelasan pesan, yang pada akhirnya mengurangi keefektifan komunikasi yang seharusnya jelas dan efisien. Crystal menyebutkan bahwa platform media sosial seperti TikTok berpotensi mengubah bahasa menjadi lebih informal, yang berdampak pada etika komunikasi terutama dalam konteks formal.⁴

Dalam Islam, etika sering disebut dengan “akhlak”. Akhlak yaitu perilaku, sikap, atau cara hidup yang baik. Ibnu Maskawih, seorang filsuf Muslim menjelaskan akhlak sebagai “keadaan jiwa yang mendorong seseorang untuk melakukan perbuatan-perbuatan tanpa melalui proses pemikiran yang mendalam”. Maka akhlak menjadi cerminan dari kualitas kepribadian seorang Muslim. Etika dalam Islam bersumber dari dua hal utama, yaitu Al-Quran dan Sunnah Nabi Muhammad SAW.

⁴ Crystal. D, *Language and the Internet* (Cambridge University Press, 2020).

Nilai-nilai etika dalam Islam mencakup berbagai prinsip dan panduan moral yang dianggap sebagai landasan utama dalam perilaku dan interaksi manusia. Berikut adalah beberapa nilai etika utama dalam Islam:

1. Kesucian dan Kehormatan: "Dan janganlah kamu mendekati zina; sesungguhnya zina itu adalah suatu perbuatan keji dan suatu jalan yang buruk." (Al-Qur'an, Surah Al-Isra [17]: 32).
2. Keadilan dan Kesetaraan: "Dan berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa." (Al-Qur'an, Surah Al-Maidah [5]: 8).
3. Kasih Sayang dan Belas Kasihan: "Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu." (Al-Qur'an, Surah Ali Imran [3]: 159).
4. Kejujuran dan Kepercayaan: "Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar." (Al-Qur'an, Surah At-Tawbah [9]: 119).
5. Kesabaran dan Ketabahan: "Hai orang-orang yang beriman, bersabarlah kamu dan kuatkanlah kesabaranmu dan tetaplah bersiap-siap, serta bertakwalah kepada Allah, supaya kamu beruntung." (Al-Qur'an, Surah Ali Imran [3]: 200).⁵

Komunikasi adalah proses menyatakan ide dan pendapat, menyatakan perasaan, menjadi diketahui atau dipahami oleh orang lain, dan menyampaikan informasi atau pesan dari Komunikator ke Komunikan melalui media atau saluran lainnya dengan harapan mendapatkan umpan balik. Komunikator, pesan, dan komponen lainnya termasuk dalam komunikasi.⁶

Dalam Surat Al-Kahfi ayat 70:

قَالَ فَإِنِ اتَّبَعْتَنِي فَلَا تَسْأَلْنِي عَن شَيْءٍ حَتَّى أُحَدِّثَ لَكَ مِنْهُ ذِكْرًا

⁵ N A Halim, S Asyarah, and Y Sumarni, 'Penerapan Nilai-Nilai Etika Komunikasi Pada Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam', *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan ...*, 01.04 (2024), 730–35 <<http://jurnal.ittc.web.id/index.php/jiksp/article/view/1122>>.

⁶ Afna Fitria Sari, 'Etika Komunikasi', *TANJAK: Journal of Education and Teaching*, 1.2 (2020), 127–35 <<https://doi.org/10.35961/tanjak.v1i2.152>>.

Dia berkata, "Jika engkau mengikutiku, maka janganlah engkau menanyakan kepadaku tentang sesuatu apa pun, sampai aku sendiri menerangkannya kepadamu."

Dari penjelasan mufassir Jalalain Al- Mahalli dan Jalalain Suyuthi dalam tafsir Jalalain disimpulkan. Dalam ayat ini, Nabi Khidir a.s. bersedia menerima Nabi Musa a.s. dengan pesan, "Jika kamu (Musa) berjalan bersamaku (Khidir) maka janganlah kamu bertanya tentang sesuatu yang aku lakukan dan tentang rahasianya, sehingga aku sendiri yang akan menerangkannya kepadamu. Jangan kamu menegurku terhadap sesuatu perbuatan yang tidak dapat kamu benarkan hingga aku sendiri yang mulai menyebutnya untuk menerangkan keadaan yang sebenarnya." Nabi Musa a.s. mau menerima syarat itu, karena memang sebenarnya perilaku Nabi Musa a.s. yang demikian itu merupakan sopan-santun orang yang terpelajar terhadap gurunya. Sikap yang dilakukan Nabi Khidir a.s. kepada Nabi Musa a.s. menjadikan pelajaran bagi siapa saja yang hendak menuntut ilmu agar seorang murid selalu menjaga sikap sopan santunnya terhadap guru.

Sikap sopan santun dalam berkomunikasi murid kepada gurunya dalam menuntut ilmu menjadi pembelajaran bagaimana seharusnya etika murid saat berkomunikasi kepada gurunya dalam hal menuntut ilmu. Seringkali murid mengabaikan etika saat berkomunikasi dengan guru. Seperti yang dinyatakan dalam Surat Al-Kahfi ayat 70, yaitu tentang pentingnya mempertahankan etika komunikasi saat menuntut ilmu ataupun dalam berkomunikasi, karena siswa yang memiliki moral yang baik akan mempermudah, menghasilkan kebaikan, dan melahirkan insan yang berakhlakul karimah.⁷

Seseorang dapat membangun hubungan dengan orang lain melalui komunikasi. Dengan adanya komunikasi, maka terjalinlah hubungan dan interaksi timbal balik. Etika komunikasi adalah hal yang sangat penting baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Namun, di dalam

⁷ Ratna Juwita and Dinar Nur Inten, 'Implikasi Pendidikan QS Al-Kahfi Ayat 70 Tentang Etika Komunikasi Murid Kepada Guru', *Jurnal Riset Pendidikan Agama Islam*, 2022, 133–38 <<https://doi.org/10.29313/jrpai.v2i2.1518>>.

berkomunikasi tersebut ada hal yang menjadi sorotan yaitu kurangnya etika komunikasi seperti tata krama sehingga terkadang menimbulkan permasalahan.

Berdasarkan penelusuran dari berbagai sumber, penulis menemukan beberapa penelitian yang dapat dijadikan acuan dan menjadi perbandingan. Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh Ujang Jamaludin *dkk.*⁸ Amalia Ferniansyah *dkk.*⁹ Annisa Nurintha Fitri *dkk.*¹⁰ Persamaan penelitian dengan ketiga penelitian tersebut terdapat pada variabel X nya yaitu media sosial. Sedangkan yang menjadi perbedaan signifikan peneliti dengan ketiga penelitian tersebut yaitu terdapat pada etika komunikasi.

Dari hasil observasi awal ditemukan bahwa penggunaan jejaring sosial, khususnya TikTok dapat mengubah cara mahasiswa berkomunikasi, baik secara verbal maupun non verbal, serta dapat memicu perilaku komunikasi yang tidak etis. Adapun masalah yang teridentifikasi di lapangan yaitu komunikasi antar mahasiswa yang cenderung menggunakan bahasa yang kurang sopan, dan ada kekhawatiran timbul dalam proses komunikasi dengan dosen. Misalnya seperti penggunaan kata kasar, dan bahasa gaul yang tidak pantas, yang mungkin dipengaruhi oleh penggunaan media sosial TikTok. Dalam interaksi sehari-hari, mahasiswa sering kali mengadopsi gaya komunikasi yang lebih santai dan informal, yang dapat mengarah pada pengabaian norma-norma etika dalam berkomunikasi. Dengan konten TikTok yang sering kali bersifat humoris dan provokatif, menyebabkan mahasiswa akan lebih cenderung mengabaikan kesopanan dalam berbahasa.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh media sosial tiktok di kalangan mahasiswa yaitu di Jurusan

⁸ Ujang Jamaludin and others, 'Kajian Literatur : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Anak Usia Sekolah Dasar', *Didaktik : Jurnal Ilmiah PGSD FKIP Universitas Mandiri*, 09.02 (2023), 5309–22.

⁹ Ferniansyah, A., Nursanti, S., & Nayiroh, L. Pengaruh media sosial Tiktok terhadap kreativitas berpikir generasi z. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(9), (2021) 4287-4298.

¹⁰ Annisa Nurintha Fitri, Lestari Bunga Pertiwi, and Marisa Puspita Sary, 'Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2019', *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 13.1 (2021), 37–46 <<https://doi.org/10.23917/komuniti.v13i1.13045>>.

Pendidikan Agama Islam dengan judul penelitian “ **Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Etika Komunikasi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Agama Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon** ”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah yang dijadikan bahan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Penggunaan media sosial TikTok di kalangan mahasiswa semakin meningkat, tetapi belum diketahui secara spesifik bagaimana dampaknya terhadap etika komunikasi, terutama di kalangan mahasiswa yang berlatar belakang pendidikan agama.
2. Pengaruh media sosial terhadap etika komunikasi menjadi isu penting karena TikTok memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri secara bebas, yang dapat berpotensi memengaruhi etika dan nilai-nilai yang dimiliki oleh mahasiswa.

C. Batasan Masalah

Untuk menjaga fokus penelitian, batasan penelitian ini meliputi:

1. Objek Penelitian: Penelitian ini dibatasi pada mahasiswa Jurusan Pendidikan Agama Islam semester VI angkatan 2022 di UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.
2. Media Sosial: Fokus penelitian adalah pada platform media sosial TikTok sebagai variabel yang dianalisis pengaruhnya terhadap etika komunikasi.
3. Etika Komunikasi: Etika komunikasi dalam penelitian ini meliputi aspek-aspek seperti kesantunan, kejujuran, kejelasan, dan kesesuaian dalam berinteraksi, baik secara lisan maupun tertulis, dalam lingkungan kampus dan pergaulan sehari-hari.
4. Intensitas Penggunaan TikTok: Penelitian membatasi kajian pada tingkat intensitas penggunaan TikTok, yang diukur berdasarkan frekuensi dan durasi waktu yang dihabiskan oleh mahasiswa dalam menggunakan platform tersebut.

5. Waktu dan Ruang Lingkup: Penelitian dilaksanakan pada tahun akademik 2024/2025 dan hanya mencakup mahasiswa aktif semester VI pada jurusan Pendidikan Agama Islam di UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.
6. Pengaruh yang Diteliti: Penelitian membahas kajian pada analisis apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara intensitas penggunaan TikTok terhadap etika komunikasi mahasiswa, dengan menggunakan metode yang tepat untuk mengukur pengaruh tersebut.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka dalam penelitian ini peneliti mengajukan rumusan masalah yang akan diteliti antara lain:

1. Bagaimana intensitas penggunaan media sosial TikTok di kalangan mahasiswa semester VI angkatan 2022 Jurusan Pendidikan Agama Islam, UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon?
2. Bagaimana etika komunikasi mahasiswa semester VI angkatan 2022 Jurusan Pendidikan Agama Islam, UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon dalam interaksi sehari-hari?
3. Seberapa besar pengaruh signifikan penggunaan media sosial TikTok terhadap etika komunikasi mahasiswa semester VI angkatan 2022 Jurusan Pendidikan Agama Islam, UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini antara lain:

1. Mengetahui dan menganalisis intensitas penggunaan media sosial TikTok di kalangan mahasiswa semester VI angkatan 2022 Jurusan Pendidikan Agama Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.
2. Mengetahui dan mendeskripsikan etika komunikasi mahasiswa semester VI angkatan 2022 Jurusan Pendidikan Agama Islam, UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon dalam interaksi sehari-hari.

3. Mengetahui seberapa besar pengaruh signifikan penggunaan media sosial TikTok terhadap etika komunikasi mahasiswa semester VI angkatan 2022 Jurusan Pendidikan Agama Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan temuan pada penelitian mengenai pengaruh media sosial TikTok diharapkan dapat memberi manfaat. Kegunaan penelitian dibagi menjadi teoritis dan praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam kajian mengenai dampak media sosial terhadap etika komunikasi, terutama pada mahasiswa yang memiliki latar belakang pendidikan agama. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai dampak TikTok dalam bidang pendidikan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai dampak penggunaan media sosial terhadap etika komunikasi mereka.

b. Bagi Institusi Pendidikan

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi dasar untuk menyusun pedoman atau edukasi mengenai penggunaan media sosial yang bijak dan sesuai dengan nilai-nilai etika.

c. Bagi Peneliti

Bagi peneliti, penelitian ini menjadi tolak ukur seberapa dalam pengetahuan dan wawasan terkait dengan pengaruh media sosial terhadap etika mahasiswa dan juga sebagai sarana latihan dalam pengembangan keilmuan dalam keterampilan penyusunan karya ilmiah.

G. Kerangka Teori

Van Dijk dalam Nasrullah mengemukakan, bahwa pengertian media sosial merupakan suatu platform media yang memfokuskan pada suatu eksistensi pengguna yang memfasilitasi para pengguna dalam beraktifitas maupun dalam berkolaborasi.¹¹ Dalam buku yang berjudul Media Sosial oleh Indriyanto Banyumurti, pengertian media sosial adalah suatu aplikasi berbasis internet yang memungkinkan setiap penggunanya dapat berinteraksi satu sama lain dengan menciptakan suatu konten informasi dan membagikannya serta juga menerima informasi dari pengguna lainnya. Media sosial saat ini merupakan wadah yang digunakan dalam pemenuhan akses informasi sehari-hari. Selain itu media sosial juga digunakan sebagai tempat dalam menuangkan kreatifitas dalam membuat konten-konten menarik bagi para penggunanya.¹²

Ciri-ciri media sosial antara lain :

1. Bersifat terbuka. Memungkinkan semua orang atau pengguna untuk dapat membuat akun.
2. Halaman profil pengguna. Tersedianya menu profil yang memungkinkan pengguna dapat menyajikan atau menampilkan informasi tentang diri pengguna.
3. Interaksi dengan pengguna lain. Tersedianya fitur untuk berinteraksi dengan pengguna lain seperti *like*, komentar, *sharing* dan sebagainya.
4. *User generated content*. Adanya fitur bagi pengguna untuk membuat konten dan menyebarkannya.
5. Tanda waktu di setiap postingan. Pada setiap postingan terdapat tanda waktunya sehingga pengguna dapat mengetahui kapan pengguna membuat postingan.¹³

¹¹ Rulli Nasrullah, *Teori Riset Dan Media Siber(CyberMedia* (Jakarta: Kencana Pranadamedia Group4, 2014).

¹² Muhammad Helmy and Risa Dwi Ayuni, 'Komunikasi Dakwah Digital: Menyampaikan Konten Islami Lewat Media Sosial Line (Studi Deskriptif Pada Akun Line 3 Safa)', *Ilmu Komunikasi*, 2.1 (2019), 23–29.

¹³ Nasrullah, 'Media Sosial', *Media Sosial*, 2015, 11 <https://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial>.

Media sosial mempunyai banyak manfaat bagi masyarakat. Manfaat penggunaan media sosial dalam buku seri Literasi Digital oleh Direktorat Jenderal Informasi Dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia adalah¹⁴ :

1. Sebagai media komunikasi digital.
2. Sebagai sarana pembelajaran dan pengembangan diri.
3. Sebagai media hiburan.
4. Sebagai tempat membuka lapangan pekerjaan.
5. Sebagai media pemasaran.

Menurut Kaplan dan Adreas dalam buku seri Literasi Digital oleh Direktor Jendral Informasi Dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia, pembagian jenis-jenis media sosial antara lain:

1. Proyek Kolaborasi (*Collaborative Projects*)
2. *Blog* dan *Microblog*
3. Komunitas Konten (*Content Communities*)
4. Situs Jejaring Sosial (*Social Networking Sites*)
5. *Virtual Games Worlds*
6. *Virtual Social Worlds*

Dalam penelitian ini, media sosial yang akan dibahas yaitu TikTok. TikTok merupakan suatu jejaring media sosial serta platform video musik yang diluncurkan pada bulan September tahun 2016 yang berasal dari negeri Tiongkok. Aplikasi TikTok memberikan akses kepada para penggunanya untuk dapat membuat video pendek mereka sendiri.¹⁵ Dimana pengguna dapat menggunakan aplikasi ini untuk membagikan video pendeknya pada seluruh pengguna lainnya, yang awalnya hanya berdurasi sekitar 15-60 detik hingga menjadi maksimal 3 menit.

¹⁴ Yuni Fitriani, 'Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Atau Pembelajaran Digital', *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5.4 (2021), 1006–13 <<https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i4.609>>.

¹⁵ N Aji, W and P Setiyadi, D, B, 'Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Keterampilan Bersastra', *Pembelajaran Bahasa Dan Sastra*, 6(1) (2020), 147–57.

Selanjutnya, menurut Franz Magnissuseno seorang guru besar filsafat sosial, etika adalah suatu proses kolaborasi antara pemakaian daya fikir dengan akal budi manusia dalam memecahkan suatu masalah untuk mencapai kehidupan yang lebih baik.¹⁶ Sedangkan, menurut Ki Hajar Dewantara, etika merupakan ilmu yang mempelajari tentang kehidupan manusia dari segi kebaikan dan keburukan, bagaimana mencapai suatu tujuan melalui pertimbangan dan perasaan dalam bentuk tindakan.¹⁷ Selain itu menurut James A.F. Stones menyebutkan, bahwa komunikasi adalah aktivitas seseorang yang berusaha memindahkan pesan kepada orang lain melalui pengertian.

Al-Qur'an menyebut komunikasi sebagai salah satu fitrah manusia, sebagaimana tercantum dalam Surah ar-Rahman ayat 1- 4, yang artinya :“Tuhan Yang Maha Pemurah, yang telah mengajarkan AlQur'an, Dia menciptakan manusia, Mengajarnya pandai berbicara.” (Q.S. ar-Rahman: 1-4)

Komunikasi dengan bersumber pada al-Qur'an menjadi prinsip dalam etika komunikasi Islam. Menurut Hamka dalam bukunya Tafsir al-Azhar menafsirkan ayat di atas bahwa: Pertama, hikmah adalah bijaksana. Kebijaksanaan ini lahir dari kecerdasan intelektual, kecerdasan emosional, dan kecerdasan spiritual. Kebijaksanaan itu bukan saja dengan ucapan mulut, melainkan termasuk juga dengan tindakan dan sikap hidup, kadang-kadang lebih berhikmat "diam" daripada "berkata". Kedua, *al-Mau'izhatul Hasanah*, yang diartikan pendidikan yang baik, atau pesan-pesan yang baik, yang disampaikan sebagai nasehat. Ketiga, *jadilhum billati hiya ahsan*, dialog, apabila ada perdebatan maka bantah dengan cara yang lebih baik. Jika terpaksa timbul perbantahan atau pertukaran pikiran, yang di zaman kita ini disebut polemik.

Dari beberapa teori di atas indikator dari etika komunikasi siswa atau mahasiswa meliputi yaitu;

1. Menggunakan kata-kata dan bahasa yang baik;

¹⁶ Anisa and Nadya, 'Etika Murid Terhadap Guru (Analisis Kitab Ta'lim Muta'alim Karya Syekh Az-Zarnuji', 2010, 163–86.

¹⁷ Muslimah, 'Etika Komunikasi Dalam Perspektif Islam', *Sosial Budaya*, 13.2 (2016), 118.

2. Menyesuaikan kondisi pembicaraan;
3. Menaruh rasa hormat kepada guru atau dosen;
4. Mengucapkan dengan penuh keramahan;
5. Mendengarkan dengan penuh perhatian.¹⁸

Penggunaan media sosial TikTok di kalangan mahasiswa semakin populer dan beragam. Mahasiswa menggunakan TikTok tidak hanya sebagai hiburan, tetapi juga sebagai alat untuk belajar, berbagi informasi, dan mengembangkan kreativitas. Selain itu, media sosial TikTok juga dapat berpengaruh negatif terutama jika penggunaannya tidak terkontrol. Salah satu contohnya yaitu ketergantungan dan kecanduan, dan juga bisa memengaruhi terhadap etika dalam berkomunikasi. Karena tidak sedikit konten di TikTok itu bahasanya tidak formal, ketidaksadaran terhadap privasi dan kesopanan, dan bahkan dapat mengurangi kemampuan berpikir kritis.

Selain itu, berdasarkan penelitian Riska terdapat dua indikator utama yang terkait dengan penggunaan TikTok, yaitu dampak positif dan negatif serta kreatifitas. Penelitian Wahyu juga menemukan bahwa indikator TikTok meliputi dampak positif, negatif dan pembuatan konten. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, indikator media sosial TikTok akan difokuskan pada dampak penggunaannya terhadap etika komunikasi mahasiswa jurusan PAI. Adapun kerangka berpikir dari penelitian ini sebagai berikut:

¹⁸ Muslimah.

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

