

ARTIKEL

ETIKA KOMUNIKASI PUBLIK DALAM DAKWAH : STUDI KASUS KONTEN KONTROVERSIAL KH. MIFTAH MAULANA HABIBURRAHMAN (GUS MIFTAH)



FAKULTAS
DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM
PROGRAM STUDI
KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

NIM : 2112111017
HANDARIYATUL MASRUOH

2025



ARTIKEL
ETIKA KOMUNIKASI PUBLIK DALAM DAKWAH: STUDI
KASUS KONTEN KONTOVERSIAL KH. MIFTAH
MAULANA HABIBURRAHMAN (GUS MIFTAH)



Oleh :
Handariyatul Masruroh

NIM : 2112111017

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM (FDKI)
UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFAAT (UIMSYA)
BLOKAGUNG BANYUWANGI

2025

PRASYARAT GELAR



**ETIKA KOMUNIKASI PUBLIK DALAM DAKWAH: STUDI
KASUS KONTEN KONTROVERSIAL KH. MIFTAH
MAULANA HABIBURRAHMAN (GUS MIFTAH)**

ARTIKEL

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam
Universitas KH. Mukhtar Syafa'at (UIMSya) Blokagung
Banyuwangi**

**Untuk Memenuhi Salah Satu persyaratan Dalam
Menyelesaikan Program Sarjana Sosial (S.Sos)**

Oleh :

Handariyatul Masruroh

NIM: 2112111017

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM (FDKI)
UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFAAT (UIMSya)
BLOKAGUNG BANYUWANGI**

2025

PENGESAHAN PENGUJI

Artikel saudara Handariyatul Masruroh telah di musaqosah kepada Dewan
Penguji Artikel Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam Universitas KH.
Mukhtar Syafaat (UIMSYA) Blokagung Banyuwangi

Pada tanggal:

(01 Juli 2025)

Dan telah diterima serta disahkan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Sos)

Tim Penguji:

Ketua



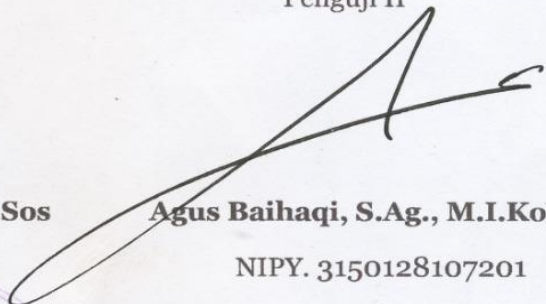
Afif Mahmudi, M.Sos
NIPY. 3150928108401

Penguji I

Penguji II



Agung Obianto, S.Sos.I., M.Sos
NIPY. 3151113018701



Agus Baihaqi, S.Ag., M.I.Kom
NIPY. 3150128107201



Dekan



Agus Baihaqi, S.Ag., M.I.Kom
NIPY. 3150128107201

Persyaratan Keaslian Tulisan

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Handariyatul Masruroh

NIM : 2112111017

Program : Sarjana Srata Satu (S1)

Institusi : FDKI Universitas KH. Mukhtar Syafa'at

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa artikel ini secara keseluruhan Adalah pene;itian / karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Banyuwangi, 10 Agustus 2025



Handariyatul Masruroh

NIM 2112111017



Etika Komunikasi Publik dalam Dakwah: Studi Kasus Konten Kontroversial KH.Miftah Maulana Habiburrahman (Gus Miftah)

Handariyatul Masruroh¹⁾, Afif Mahmudi,M.Sos²⁾

¹⁾ Universitas KH. Mukhtar Syafa'at Banyuwangi, Jawa Timur, Indonesia

²⁾ Universitas KH. Mukhtar Syafa'at Banyuwangi, Jawa Timur, Indonesia

e-mail Correspondent: handariyatulmasruroh676@gmail.com

Received:

Revised:

Accepted:

Info Artikel

Abstract

Keywords:

Digital preaching, Islamic communication, social media, Gus Miftah, virality

This research examines the public communication of a preacher named Gus Miftah. As a bearer of religious messages, a preacher is required to have good public communication skills, as they represent the teachings of Islam, which are courteous and friendly. However, in reality, Gus Miftah made a 'blunder' in his communication while delivering sermons. This type of research is descriptive qualitative. The data collection method was through observation and documentation. The results of the research indicate that Gus Miftah arrogantly made mistakes in his public communication, namely by making statements that are inappropriate for a preacher who is supposed to be a broadcaster of Islam's loving (friendly) teachings.

Abstrak

Penelitian ini mengkaji tentang komunikasi publik seorang dai yang bernama Gus Miftah. Dai sebagai penyampai pesan agama dituntut untuk memiliki kemampuan komunikasi publik yang baik, hal ini dikarenakan sebagai representasi dari ajaran Islam yang santun dan ramah. Namun, faktanya Gus Miftah melakukan "blunder" dalam komunikasi saat berceramah. Jenis penelitian ini deskriptif kualitatif. Adapun metode pengumpulan datanya melalui observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ialah, Gus Miftah secara berlebihan melakukan kesalahan dalam komunikasi publiknya, yaitu dengan mengeluarkan statement yang tidak pantas untuk dilakukan oleh seorang Dai yang notabene sebagai penyiar agama Islam yang penuh kasih sayang (ramah).

Kata kunci:

Komunikasi Publik, Dakwah, Gus Miftah

PENDAHULUAN

Manusia adalah makhluk sosial yang selalu berhubungan dengan orang lain, bahkan dalam kehidupan sehari-hari jika mereka tidak berkomunikasi dengan orang lain, mereka akan merasa terisolasi atau tersingkirkan dari masyarakatnya. (Khairunnisa, 2021) Komunikasi manusia dimotivasi oleh kebutuhan untuk bertahan hidup dan menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Oleh karena itu, komunikasi sangat penting dalam kehidupan bermasyarakat dan akan berdampak langsung pada struktur keseimbangan seseorang.

Komunikasi adalah proses menciptakan dan menggunakan informasi untuk terhubung dengan lingkungan dan orang lain. (Hasmawati, 2020). Dengan adanya komunikasi ini bisa membuat masyarakat saling bertegur sapa, saling bersilaturahmi, saling bertukar ide atau pendapat dan saling berbagi informasi satu sama lainnya. Dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi baik disadari maupun tidak adalah itu merupakan bagian dari kehidupan manusia.

Di dalam komunikasi ini tentunya mempunyai etika-etika yang diajarkan oleh agama untuk berkomunikasi yang baik, menghormati satu sama lain dan tidak merugikan pihak lain. Dalam etika komunikasi ini melibatkan beberapa aspek seperti, kejujuran, tanggung jawab, serta kesadaran terhadap dampak yang disampaikan. (Saleh, 2024). Dengan adanya etika dalam berkomunikasi tentunya memberikan dampak yang baik dan mengurangi kontroversi di dalam masyarakat. Adanya pemahaman etika tentang komunikasi dakwah tentunya dapat membuat paham tentang kontroversi dalam dakwah berkurang, tidak adanya perselisihan dan tidak adanya perdebatan. (Handayani & Jaya, 2024).

Gus Miftah adalah seorang dai yang dikenal dengan gaya ceramahnya yang santai, humoris, dan dekat dengan masyarakat. Namun, dalam sebuah acara tabligh akbar diduga mengolok - olok seorang penjual es teh keliling di acara pengajian pada tanggal 20 november 2024 yang digelar di Lapangan Drh. Soepardi, Mungkid, Kabupaten, Magelang, Jawa Tengah. Gus Miftah menjadi sorotan publik setelah video ceramahnya viral di media sosial. Dalam video tersebut, ia tampak bercanda dengan seorang pedagang es teh yang hadir di acara tersebut. Gus Miftah menggunakan gaya humor yang terkesan mengolok-olok dan merendahkan pedagang tersebut di depan banyak orang.

Rekaman tersebut menuai beragam reaksi dari masyarakat. Sebagian besar menilaibahwa humor yang disampaikan terlalu berlebihan dan tidak mempertimbangkan perasaan lawan bicara. Hal ini memicu diskusi luas tentang Batasan humor dalam dakwah serta pentingnya etika komunikasi bagi seorang

dai. Dalam islam, komunikasi tidak hanya sekedar menyampaikan pesan, tetapi juga harus memperhatikan nilai-nilai etika. Hadis Arba'in Nawawi menyebutkan

مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكَلِّمْ خَيْرًا أَوْ لِيَصْمُتْ

Artinya: barang siapa yang beriman kepada allah dan hari akhir hendaklah mereka berkata baik atau diam.

Di era media sosial saat ini, tantangan dalam menjaga etika komunikasi semakin kompleks. Konten dakwah dapat dengan cepat menjadi viral dan menjangkau berbagai kalangan dengan latar belakang yang beragam. Salah satu contoh nyata adalah kasus yang melibatkan Gus Miftah, di mana ia menggunakan kata "goblok" saat menanggapi seorang penjual es teh. Ungkapan tersebut memicu perdebatan di masyarakat. (*Viral-Gus-Miftah-Mengolok-Penjual-Es-Teh @ Wnn.Detik.Com*, n.d.)

Sebagian pihak mendukung gaya penyampaian Gus Miftah yang dinilai lugas dan apa adanya, menganggap bahwa gaya tersebut mencerminkan kejujuran serta kedekatannya dengan realitas masyarakat. Namun, tidak sedikit pula yang mengkritik penggunaan bahasa kasar oleh seorang tokoh agama, karena dianggap kurang mencerminkan akhlak Islami dan bisa berdampak negatif jika ditiru oleh publik, khususnya generasi muda.

Gaya komunikasi Gus Miftah memang dikenal tegas dan blak-blakan, namun hal ini sekaligus menjadi pengingat bahwa dalam berdakwah di ruang digital, penting untuk mempertimbangkan sensitivitas audiens agar pesan kebaikan dapat tersampaikan dengan lebih efektif dan tetap menjaga adab. Dalam Islam, berbicara dengan lemah lembut merupakan bagian dari akhlak yang dianjurkan. Sebagaimana firman allah dalam surat An-Nahl (16:125):

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk. Ayat ini menegaskan bahwa dakwah yang efektif bukan hanya soal isi pesan, tetapi juga cara penyampaiannya, yang sebaiknya dilakukan dengan hikmah dan kelembutan agar dapat diterima oleh berbagai lapisan masyarakat.

Dalam konteks komunikasi publik, pilihan kata seperti “goblok” memiliki efek yang lebih besar daripada sekadar isi pesan itu sendiri. (*Videoplayback* (4), n.d.) Kata tersebut dapat memengaruhi emosi audiens, baik dalam bentuk penerimaan maupun resistensi terhadap pesan yang disampaikan. Secara teoritis, teori disonansi kognitif dari Leon Festinger (1957) menjelaskan bahwa audiens yang memiliki ekspektasi tertentu terhadap tokoh agama, terutama terkait penggunaan bahasa yang sopan dan santun, dapat mengalami konflik psikologis ketika ekspektasi tersebut tidak terpenuhi. (Festinger, 1957)

Konflik ini dapat berujung pada penolakan terhadap pesan yang disampaikan atau bahkan terhadap kredibilitas tokoh itu sendiri. Lebih jauh, kasus ini menunjukkan bagaimana media sosial dapat memperbesar dampak dari komunikasi publik. Sebagai platform yang memungkinkan penyebaran informasi secara luas dan cepat, media sosial juga membuka ruang interpretasi yang sangat subjektif (Aziz, 2025). Pesan yang seharusnya dimaknai sebagai teguran konstruktif dapat ditafsirkan sebagai penghinaan atau pelecehan verbal oleh audiens tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi di ruang digital membutuhkan strategi khusus yang tidak hanya mengutamakan kejelasan pesan, tetapi juga memperhatikan sensitivitas audiens.

Selain itu, kasus Gus Miftah juga menyoroti pentingnya memahami audiens di era media sosial. Audiens saat ini tidak lagi hanya terdiri dari kalangan tertentu yang terbiasa menerima gaya komunikasi tradisional dalam dakwah. Sebaliknya, audiens media sosial sangat beragam, mulai dari mereka yang mendukung gaya komunikasi yang tegas dan langsung, hingga mereka yang mengharapkan bahasa dakwah yang lebih halus dan mendidik. Hal ini menciptakan tantangan bagi tokoh agama dalam menyeimbangkan gaya komunikasi agar dapat diterima oleh spektrum audiens yang luas.

Kasus ini juga memberikan pelajaran tentang bagaimana tokoh agama harus beradaptasi dengan perkembangan teknologi komunikasi. Media sosial tidak hanya menjadi alat untuk menyebarkan pesan, tetapi juga arena di mana pesan tersebut diuji, diperdebatkan, bahkan dikritik secara terbuka (Samsudin & Putri, 2023). Dalam konteks ini, tokoh agama dituntut untuk memiliki literasi digital yang baik, termasuk pemahaman tentang cara audiens digital merespons konten. Komunikasi yang tidak mempertimbangkan karakteristik audiens digital sering kali menjadi boomerang, seperti terlihat dalam kasus Gus Miftah.

Lebih jauh lagi, fenomena ini mengangkat isu tentang hubungan antara otoritas moral tokoh agama dan persepsi masyarakat (Nasaruddin et al., 2023). Di satu sisi, tokoh agama memiliki otoritas untuk menyampaikan kritik sebagai bagian dari upaya pembinaan masyarakat. Namun, di sisi lain, kritik tersebut harus disampaikan dengan cara yang tidak merusak citra diri sebagai pembawa nilai-nilai Islami. Ketika kritik disampaikan dengan bahasa yang dianggap kasar atau kurang sopan, hal ini dapat menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat, bahkan menciptakan resistensi terhadap pesan dakwah yang sebenarnya bernilai positif.

Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya relevan dalam memahami dinamika kasus Gus Miftah, tetapi juga penting untuk merumuskan pendekatan komunikasi yang lebih efektif dan etis di era media sosial. Dengan menganalisis bagaimana masyarakat memaknai gaya komunikasi Gus Miftah dalam kasus ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi tokoh agama dan praktisi dakwah lainnya dalam menyampaikan pesan secara bijak dan adaptif. Dengan begitu, dakwah tidak hanya menjadi alat penyampaian pesan, tetapi juga sarana memperkuat hubungan harmonis antara tokoh agama dan masyarakat di tengah tantangan era digital (Kasir & Awali, 2024).

Dengan memanfaatkan media sosial, tokoh agama dapat menyampaikan pesan-pesan moderasi beragama dan keharmonisan antarumat beragama. Hal ini penting untuk menciptakan masyarakat yang moderat dan harmonis di tengah keragaman (Rohmah et al., 2024). Oleh karena itu, pemanfaatan media digital dalam dakwah tidak hanya meningkatkan efektivitas penyampaian pesan, tetapi juga memperkuat hubungan antara tokoh agama dan masyarakat, menciptakan interaksi yang lebih harmonis di tengah tantangan era digital (Muhsinah, 2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis komunikasi publik dalam kasus konten dakwah kontroversi Gus Miftah. Metode utama yang diterapkan adalah analisis konten, di mana fokus utama adalah pada elemen-elemen komunikasi, seperti pemilihan kata, gaya komunikasi, dan bagaimana pesan tersebut disampaikan kepada audiens. Analisis ini bertujuan untuk memahami bagaimana pesan yang kontroversial dapat memengaruhi respons audiens, khususnya di media sosial.

Observasi media sosial dilakukan untuk mengamati bagaimana konten Gus Miftah dikomentari dan diperdebatkan oleh berbagai kalangan. Dalam

penelitian ini, analisis mendalam dilakukan pada interaksi, reaksi, dan interpretasi audiens terhadap konten tersebut untuk mengukur dampaknya terhadap persepsi publik. Media sosial, sebagai platform interaktif yang memungkinkan penyebaran pesan secara cepat dan luas, dianggap berperan penting dalam memperbesar dampak dari komunikasi public (Suhendra & Pratiwi, 2024).

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan pemahaman yang mendalam mengenai pengaruh etika komunikasi terhadap persepsi masyarakat di era digital. Dengan menganalisis secara komprehensif penerapan berbagai elemen komunikasi dan teori yang relevan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga bagi tokoh agama dan praktisi dakwah dalam menyampaikan pesan dengan cara yang lebih efektif dan etis di ruang publik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini berfokus pada konten dakwah kontroversial milik Gus Miftah, yang dalam sebuah situasi mengungkapkan kata "goblok" saat merespons kritik dari seorang penjual es teh. Hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan bahasa ini memicu beragam reaksi dari audiens di media sosial. Sebagian orang menilai pilihan kata tersebut sebagai ekspresi kejujuran dan kesederhanaan dalam menyampaikan pesan, sedangkan yang lain mengkritik pemakaian bahasa kasar tersebut, yang dianggap tidak mencerminkan akhlak Islami yang seharusnya dijunjung tinggi oleh seorang tokoh agama.

Analisis Konten mengungkap bahwa Gus Miftah sering kali menggunakan gaya komunikasi yang tegas dan langsung, namun hal ini berkontribusi pada munculnya disonansi kognitif pada audiens. Kata-kata seperti "goblok" atau komentar yang dianggap tidak pantas dapat memicu konflik psikologis antara ekspektasi audiens terhadap tokoh agama dengan kenyataan komunikasi yang diterima. Dalam konteks ini, audiens yang mengharapkan komunikasi yang lebih santun dan menghormati nilai-nilai moral merasa bahwa pesan yang disampaikan kurang sesuai dengan harapan tersebut. (*Viral-Gus-Miftah-Mengolok-Penjual-Es-Teh @ Wwww.Detik.Com*, n.d.)

Lebih jauh lagi, hasil observasi di media sosial menunjukkan bahwa konten kontroversial dari Gus Miftah telah memicu diskusi yang cukup luas. Beberapa komentar menganggap pesan tersebut efektif dalam menyampaikan kritik sosial, sementara ada juga yang berpendapat bahwa penggunaan bahasa yang kasar dapat mengurangi kredibilitas tokoh agama sebagai pemimpin spiritual (Nurhayati et al., 2023). Respons ini mencerminkan keberagaman pandangan

audiens, yang berasal dari berbagai latar belakang budaya, pendidikan, dan nilai-nilai yang berbeda.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa komunikasi publik di era media sosial menghadapi tantangan yang kompleks. Gus Miftah, sebagai tokoh agama, dihadapkan pada ekspektasi tinggi untuk menjaga etika komunikasi yang sejalan dengan nilai-nilai agama, tetapi gaya komunikasinya yang tegas dan langsung dapat menimbulkan pro dan kontra. Penggunaan kata-kata kontroversial, seperti “goblok,” berpotensi menciptakan disonansi kognitif pada audiens yang memiliki ekspektasi terhadap tokoh agama yang santun dalam berkomunikasi.

Teori disonansi kognitif dari Leon Festinger membantu menjelaskan bagaimana konflik internal ini memengaruhi respons audiens. Ketika ekspektasi audiens terhadap pesan yang sopan dan berbasis nilai-nilai Islami tidak terpenuhi, mereka cenderung merasa tidak nyaman atau bahkan menolak pesan tersebut. Hal ini menunjukkan pentingnya keseimbangan antara gaya komunikasi yang tegas dan santun dalam menyampaikan pesan di ruang publik (Rozalena et al., 2020).

Konten yang semestinya membawa pesan yang konstruktif dapat dengan mudah ditafsirkan secara subjektif, menimbulkan berbagai macam respons, baik positif maupun negatif. Oleh karena itu, tokoh agama perlu mempertimbangkan strategi komunikasi yang lebih bijak agar pesan yang disampaikan dapat diterima oleh spektrum audiens yang luas, tanpa kehilangan esensi nilai-nilai moral yang ingin disampaikan.

Penelitian ini juga menyoroti pentingnya literasi digital bagi tokoh agama dalam menghadapi era digitalisasi komunikasi. Pemahaman mendalam mengenai karakteristik audiens digital dan cara mereka merespons pesan sangat diperlukan untuk memastikan komunikasi yang efektif dan etis (Riana et al., 2024). Tanpa mempertimbangkan aspek ini, pesan yang disampaikan dapat berisiko menurunkan kredibilitas tokoh agama dan mengurangi pengaruhnya dalam pembinaan spiritual masyarakat.

Kesimpulan Respons Netizen:

Tanggapan netizen terhadap kasus ini terbagi dalam dua pandangan utama:

- Pendukung gaya lugas Gus Miftah

Banyak netizen yang mendukung Gus Miftah dan menganggap gaya bicaranya sebagai bentuk kejujuran, spontanitas, serta keberanian dalam menyampaikan kebenaran. Mereka menilai bahwa bahasa yang digunakan Gus Miftah adalah bagian dari strategi komunikasi agar lebih mudah dipahami oleh masyarakat akar

rumput. Bagi mereka, yang terpenting adalah substansi dakwahnya, bukan semata-mata pilihan kata.

- Kritik terhadap etika dan akhlak dalam dakwah

Sebagian netizen lainnya mengkritik penggunaan kata kasar oleh tokoh agama. Mereka merasa bahwa sebagai figur publik dan panutan umat, Gus Miftah seharusnya memberikan teladan dalam tutur kata. Penggunaan kata “goblok” dinilai tidak mencerminkan akhlak seorang dai dan bisa memberi contoh buruk bagi masyarakat, terutama anak muda yang meniru gaya komunikasinya.

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan ini mengindikasikan bahwa etika komunikasi di media sosial perlu ditingkatkan melalui pemahaman yang lebih baik tentang ekspektasi audiens dan pengelolaan pesan yang sensitif terhadap nilai-nilai budaya dan agama. Dengan demikian, komunikasi yang dilakukan oleh tokoh agama tidak hanya menjadi sarana penyampaian pesan, tetapi juga memperkuat hubungan harmonis antara tokoh agama dan masyarakat di tengah tantangan teknologi digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyoroti pentingnya etika komunikasi dalam dakwah, khususnya dalam konteks media sosial yang memungkinkan penyebaran informasi dengan cepat dan luas. Studi kasus mengenai ceramah Gus Miftah yang viral menunjukkan bahwa komunikasi publik oleh tokoh agama tidak hanya berkaitan dengan isi pesan, tetapi juga dengan cara penyampaiannya yang harus memperhatikan sensitivitas audiens dan norma sosial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam era digital, seorang dai harus memahami bagaimana pesan mereka dapat diterima oleh berbagai kalangan dengan perspektif yang beragam. Gaya komunikasi yang tegas dan blak-blakan, seperti yang digunakan oleh Gus Miftah, dapat menjadi strategi untuk menarik perhatian audiens tertentu, tetapi juga berpotensi menimbulkan kontroversi jika tidak disampaikan dengan kebijaksanaan. (Kusumaningtias & Akbarani, 2025) Hal ini sejalan dengan prinsip komunikasi Islam yang mengajarkan dakwah dengan hikmah, nasihat yang baik, dan dialog yang santun sebagaimana dijelaskan dalam Surah An-Nahl ayat 125.

Selain itu, penelitian ini menegaskan bahwa media sosial memiliki peran besar dalam membentuk opini publik terhadap seorang dai dan isi dakwahnya. Viralitas sebuah konten dapat memperkuat atau justru merusak citra seorang

tokoh agama, tergantung pada bagaimana pesan tersebut ditafsirkan oleh masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan literasi digital yang lebih baik bagi para dai agar mereka dapat menyesuaikan metode dakwah dengan dinamika komunikasi modern tanpa mengorbankan nilai-nilai etika dalam Islam.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan wawasan bahwa komunikasi publik dalam dakwah harus mengedepankan keseimbangan antara ketegasan dalam menyampaikan pesan dengan kebijaksanaan dalam memilih kata-kata. Ke depan, penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk menggali lebih dalam mengenai strategi komunikasi dakwah yang efektif di era digital serta dampaknya terhadap persepsi masyarakat terhadap agama dan ulama.(SARI, 2025)

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, S. (2025). Media Sosial sebagai Platform untuk Dialog Publik. *Peran Media Sosial Dalam Pembentukan Opini Publik*, 29.
- Festinger, L. (1957). A theory of cognitive dissonance. *Row, Peterson*. Handayani, N.
- A. T., & Jaya, C. K. (2024). Bentuk-Bentuk Etika Komunikasi Dakwah dalam Perspektif Al-Qur'an. *Journal of Da'wah*, 3(2), 114–136.
- Hasmawati, F. (2020). Manajemen dalam komunikasi. *Al-Idarah: Jurnal Pengkajian Dakwah Dan Manajemen*, 8(2), 1–11.
- Kasir, I., & Awali, S. (2024). Peran dakwah digital dalam menyebarkan pesan Islam di era modern. *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta*, 11(1), 59–68.
- Khairunnisa, N. (2021). *Etika Komunikasi di Media Sosial Perspektif Alquran*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
- Muhsinah, M. (2024). Analisis peran dakwah sebagai alat transformasi sosial: Tantangan dan strategi komunikasi dalam konteks masyarakat modern. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 1(1), 160–175.
- Nasaruddin, N., Munir, A., Abdussahid, A., & Mubarak, F. (2023). Etika Komunikasi di Media Sosial Melalui Prinsip 3A (Kajian Surah An-Nahl ayat 125). *TAJIDID: Jurnal Pemikiran Keislaman Dan Kemanusiaan*, 7(2), 86– 94.
- Nurhayati, M. A., Wirayudha, A. P., Fahrezi, A., Pasama, D. R., & Noor, A. M. (2023). Islam Dan Tantangan Dalam Era Digital: Mengembangkan Koneksi Spiritual Dalam Dunia Maya. *Al-Anfa: Jurnal Pendidikan Dan Kajian Keislaman*, 5(1), 1–27. <https://doi.org/10.32665/alaufa.v5i1.1618>
- Riana, N., Triany, N. A., Tamtomo, T., Muksin, N. N., Sari, P. A., Gafallo, M. F. Y., Gunawan, M. K., & Judijanto, L. (2024). *Komunikasi Publik: Panduan Praktis untuk Sukses dalam Berkomunikasi*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rohmah, F., Jannah, S. R., & Wazis, K. (2024). Komunikasi Dakwah Digital dalam Penguatan Moderasi Beragama. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 24(2), 130–148.

Rozalena, A., Sos, S., & Kom, M. I. (2020). *Komunikasi Bisnis-Konsep dan Praktik*. Penerbit Andi.

Saleh, M. (2024). Etika Komunikasi Islami: Solusi Untuk Kesuksesan Organisasi. *Limaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Masyarakat Islam*, 14(1), 27–46.

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), 125–138.

Suhendra, S., & Pratiwi, F. S. (2024). Peran Komunikasi Digital dalam Pembentukan Opini Publik:

Studi Kasus Media Sosial. *Iapa Proceedings Conference*, 293–315.

<https://www.youtube.com/watch?v=qriVPCOaJSY>

LAMPIRAN



JURNAL BUSYRO : JURNAL DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM SURAT KETERANGAN PENERIMAAN JURNAL BUSYRO

No. 24/BUSYRO/III/2025

Dewan penyunting Jurnal Busyro telah menerima artikel,
Nama : Handariyatul Masruroh
NIM / NIP / NIK : 2112111017
Judul : Etika Komunikasi Publik dalam Dakwah: Studi Kasus Konten
Kontroversial KH. Miftah Maulana Habiburrahman (Gus Miftah)
Asal Instansi : Universitas KH. Mukhtar Syafaat Banyuwangi
Email : handariyatulmasruroh676@gmail.com

Menyatakan bahwa artikel tersebut **telah diproses** sesuai Prosedur Penulisan Jurnal Busyro : Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam Institut Pesantren Sunan Drajat Lamongan **dan akan diterbitkan pada jurnal elektronik Busyro** Volume 06 Nomor 02 Mei 2025. Demikian surat keterangan ini dibuat dan harap dipergunakan dengan sebaik-baiknya.

Lamongan, 28 Maret 2025
Editor In Chief,



Dr. Hadi Ismanto, M.Sos.
NIDN. 2122028901



UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFAAT
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM
Blokagung - Banyuwangi

Jalan PP. Darussalam Blokagung Banyuwangi 68491
No Hp : 08113129333, E-Mail: official@uimsya.ac.id, Website: uimsya.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI

Nomor : S.2.12/059.68/UIMSYA/FDKI/B.4/V/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini Dekan fakultas dakwah dan Komunikasi islam Universitas KH Mukhtas Syafaat Blokagung Banyuwangi, dengan ini menerangkan bahwa telah di lakukan cek semilaritas terhadap naskah Artikel:

NAMA : Handariyatul Masruroh
NIM : 2112111017
FAKULTAS : Dakwah Dan Komunikasi Islam
JENJANG : Strata 1 (S.1)
DENGAN HASIL : 21%

Demikian surat keterangan ini di buat untuk di pergunakan sebagai salah satu syarat menempuh ujian artikel

Banyuwangi, 12 juni 2025
Dekan

Agus Baihaqi, S.Ag., M.I.Kom.
NIPY: 3150128107201



FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM
Blokagung - Banyuwangi

Jalan PP. Darussalam Blokagung Banyuwangi 68491
No Hp : 08113129333, E-Mail: official@uimsya.ac.id, Website: uimsya.ac.id

KARTU BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Hanbariyah masruroh
NIM : 211211017
Program Studi : KPI
Judul Skripsi : Etika komunikasi publik dalam sejarah :
studi kasus konten kontroversial Ktl. miftah Maulana
Habiburrahman (Lus miftah)
Pembimbing :  Atif Mahmudi M.Sos

No.	Topik Pembahasan	Tanggal	Tanda Tangan Pembimbing
1	pengajuan judul		
2	rumusan masalah		
3	Revisi rumusan masalah		
4	Bab I		
5	Revisi Bab I		
6	bimbingan bab II		
7	revisi bab II		
8	validasi proposal + ttd pembimbing		
9	kesimpulan		
10	penambahan referensi		
11			
12			

Blokagung.....2025

Ketua Prodi
Komunikasi dan Penyiaran Islam

BIODATA PENULIS

Nama : Handariyatul Masruroh
TTL : Jember, 07 juli 2003
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
NIM 2112111017
Fakultas : Fakultas Dakwah dan
Komunikasi Islam
Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam
Alamat : Dusun Karangrejo, RT001/RW017, Desa
Paleran, Kecamatan Umbulsari,
Kabupaten Jember
Email : handariyatulmasruroh676@gmail.com



Riwayat Pendidikan

Jenjang Pendidikan	Tahun Masuk	Tahun Lulus	Nama Instansi	Jurusan
TK	2007	2009	TK Assalam	
SD	2009	2015	MI Miftahul Ulum 03	
SMK	2015	2018	MTS Hasanuddin Semboro	
SMK	2018	2021	SMK Darussalam	TKJ
KULIAH	2021	2025	Universitas KH. Mukhtar Syafaat	Komunikasi Penyiaran Islam



UIMSYA

UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFA'AT
BLOKAGUNG BANYUWANGI

