

At Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam
IAIN Kudus

ISSN : 2338-8544

E-ISSN : 2477-2046

DOI : <http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v5i2.3197>.

Vol. 5 No. 2, 2015

<http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/komunikasi>

**DA'I MODERN: MEWUJUDKAN PENYIARAN ISLAM
KOMPREHENSIF BERBASIS ETIKA KOMUNIKASI QUR'ANI**

Salmah Fa'atin

STAIN Kudus

salmasyaldiena@gmail.com

Riza Zahriyal Falah

STAIN Kudus

rizazahriya@stainkudus.ac.id

Abstrak

Penelitian ini mengkaji tentang etika komunikasi dalam prespektif al-Qur'an serta mengimplementasikan nilai-nilai moral di dalamnya dalam lingkup dakwah untuk penyiaran Islam, khususnya mewujudkan da'i modern yang mampu berdakwah secara komprehensif dengan tetap berlandaskan etika komunikasi Qur'ani. Metode penelitian ini adalah deskriptif-kualitatif, dengan pendekatan hermeneutik untuk memahami ayat-ayat yang mengandung term komunikasi, dan menganalisisnya dengan pendekatan dakwah Islamiyah untuk merefleksikannya dalam fenomena pelaksanaan dakwah di era modern. Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip dan etika komunikasi dalam al-Qur'an sangat layak digunakan sebagai etika dan strategi berdakwah di era global, dengan perkembangan masyarakatnya yang dinamis, globalisasi informasi dan tingkat

intelektualitas yang tinggi. Kondisi demikian membutuhkan pola dakwah yang komprehensif, yakni bersifat multialog, integratif dan fungsional.

Kata Kunci: Da'i Modern, Komprehensif, Komunikasi Qur'ani

Abstract

This study examines the ethics of communication in the perspective of the Qur'an and implements the moral values in it within the sphere of da'wah for broadcasting Islam, especially to realize modern da'i who are able to preach comprehensively with the fixed ethics of Qur'ani communication. The method of this research is descriptive-qualitative, with hermeneutic approach to understand the verses containing term communication, and analyze it with Islamic da'wah approach to reflect it in the phenomenon of dakwah implementation in modern era. The results showed that the principles and ethics of communication in the Qur'an are very worthy of being used as ethics and da'wah strategy in the global era, with the development of dynamic society, information globalization and high intellectual level. Such conditions require a comprehensive propagation pattern, which is multialog, integrative and functional.

Keywords: Modern Da'i, Comprehensive, Qur'ani Communication

Pendahuluan

Dakwah merupakan kegiatan berupa ajakan, seruan dengan menyampaikan ajaran-ajaran Islam, untuk merubah sikap, perilaku dan tabiat manusia agar sesuai dengan fitrahnya. Dalam proses berdakwah terkandung kegiatan komunikasi, yang terdiri dari unsur *da'i*, orang yang menyampaikan informasi (komunikator), *mad'u* (audiens), penerima informasi (komunikan) dan media berdakwah. Dengan demikian, dakwah merupakan aktifitas komunikasi interaksi, yakni komunikasi yang dipahami sebagai proses aksi-reaksi, sebab-akibat, yang arahnya bergantian. Komunikasi interaksi dipandang lebih dinamis dari pada komunikasi satu arah, dan unsur penting dalam komunikasi interaksi adalah adanya *feedback* (umpan balik).

Dalam perspektif interaksi, dakwah dilihat sebagai bentuk komunikasi yang khas (komunikasi Islami), dengan sendirinya interaksi sosial akan terjadi, dan di dalamnya terbentuk norma-norma tertentu sesuai pesan-pesan dakwah. Sementara di sisi lain modernitas menuntut dakwah tidak hanya sebagai proses komunikasi yang normatif-verbalistik. Seiring perkembangan dan kemajuan peradaban, permasalahan yang dihadapi oleh umat Islam semakin kompleks dan meluas hingga masalah aqidah, ibadah, sosial, politik, ekonomi, kemanusiaan, lingkungan, pemberdayaan, dan sebagainya. Permasalahan tersebut menjadi tantangan para subjek dan pelaku atau aktor-

aktor tabligh Islam ke depan. Pelaku dakwah dalam melakukan tabligh memerlukan solusi manifestasi dakwah tabligh Islam yang lebih komprehensif.

Tulisan ini akan menggulirkan upaya mewujudkan adanya da'i modern yang berdakwah secara komprehensif dengan tetap berlandaskan etika komunikasi dalam al-Qur'an. Kendati penelitian tentang term komunikasi dalam al-Qur'an telah dilakukan, di antaranya Etika Berkomunikasi Kajian Tematik Term *Qaulun* dalam Al-Qur'an (Badruzaman, 2014), Konsep Komunikasi Islam Dalam Sudut Pandang Formula Komunikasi Efektif (Islami, 2013), Etika Pola Komunikasi dalam Al-Qur'an (Kurniawan, 2011), Etika Komunikasi Lisan Menurut al-Qur'an: Kajian Tafsir Tematik (Sholihin, 2011), Komunikasi Orang Tua dan Anak Prespektif Kisah dalam Al-Qur'an (Astuti, 2011), Pendidikan Karakter Melalui Penanaman Etika Berkomunikasi Dalam Al-Qur'an (Mudlofir, 2011). Namun kajian-kajian tersebut belum dikontekstualisasikan dalam prespektif dakwah Islam, khususnya tema da'i modern yang dapat melaksanakan penyiaran Islam secara komprehensif.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif-kualitatif yang akan menelaah pola komunikasi Qur'ani dengan menggunakan pendekatan hermeneutik dalam memahami ayat-ayat yang terdapat kata *qaulun maysur*, *qaulun karim*, *qaulun ma'ruf*, *qaulun sadid*, *qaulun tsaqil*, *qaulun baligh*, *qaulun layyin*, dan *qaulun adzim*, serta menganalisisnya dengan pendekatan *dakwah Islamiyah*. Substansi dari ayat-ayat tersebut, selanjutnya, diimplementasikan dalam mewujudkan da'i modern berbasis etika komunikasi Qur'ani.

Pembahasan

Term Qaul dalam al-Qur'an: Telaah Interpretatif Etika Komunikasi Qur'ani

Dakwah, sebagai salah satu manifestasi bentuk komunikasi interaksi, menurut pakar komunikasi menjelaskan bahwa komunikasi dapat bersifat informatif agar orang lain paham, juga persuasif agar orang lain mau menerima informasi yang disampaikan, melakukan kegiatan atau perbuatan. Komunikasi tidak hanya terkait dengan penyampaian informasi, tetapi juga bertujuan membentuk pendapat umum (*public opinion*) dan sikap publik (*public attitude*) (Solihin, 2011:42).

Membahas tentang komunikasi, kata *al-bayan* dan *al-qaulun* adalah dua kata kunci yang digunakan al-Qur'an untuk berkomunikasi (Rahmat, 1994:35-36). Al-

Qur'an menegaskan pilar sangat penting dengan menjabarkan enam prinsip etika yang sepatutnya dijadikan pedoman dalam berkomunikasi, yakni *qaulun maysur*, *qaulun karim*, *qaulun ma'ruf*, *qaulun sadid*, *qaulun layyin*, *qaulun tsaqil*, *qaulun baligh* dan *qaulun adzim*, (Mudlofir, 2011).

Qaulan maysura bermakna perkataan yang mudah dipahami oleh lawan bicara atau audien. Term ini tertera hanya sekali dalam al-Qur'an, ayat 28 surat al-Isra'. Ayat ini membicarakan bentuk perkataan yang seharusnya digunakan Nabi Muhammad dalam berkomunikasi dengan orang-orang miskin, kaum kerabat, dan orang sedang dalam perjalanan. Ketika Nabi tidak memiliki sesuatu yang dapat diberikan kepada mereka, maka perkataan yang santun, lunak, lembut dan baik yang mudah dipahami oleh mereka. Al-Maraghi (t.th: 190) mengartikannya dengan ucapan yang lunak dan baik atau ucapan janji yang tidak mengecewakannya. Sementara Hamka (1983: 67) mengartikannya dengan kata-kata yang menyenangkan, bagus, halus, dermawan, dan mau menolong.

Qaulan maysura secara tekstual maupun kontekstual merupakan ucapan yang membuat orang lain merasa mudah, lunak, indah, tidak membuat pendengar kecewa, menyenangkan serta memberikan optimisme pada lawan bicara. Mudah artinya bahasanya komunikatif, sehingga mudah dimengerti lawan bicara dan mendorongnya untuk tetap mempunyai harapan. Lunak artinya diucapkan dengan pantas atau layak. Sedangkan lemah lembut artinya diucapkan dengan halus, sehingga tidak membuat orang lain kecewa atau tersinggung. Dengan demikian, *qaulan maysura* memberikan rincian operasional bagi tata cara pengucapan bahasa yang santun (Mudlofir, 2011: 372).

Qaulan karima diartikan dengan perkataan yang mulia. Diungkap al-Qur'an sekali dalam ayat 23 surat al-Nisa', memperbincangkan etika dalam berkomunikasi dengan kedua orang tua. Al-Qur'an mengajarkan agar dalam berkomunikasi dengan kedua orangtua menggunakan ungkapan yang baik dan mulia. Para mufassir mengartikan kata *karima* dengan *layyina*, *hasana*, *thayyiba*, sopan dan *ta'dzim* (Ibnu Katsir Jilid III, t.th: 34) (Al-Sabuni, Jilid II t.th: 149). Al-Nawawi menafsirkan *karima* dengan "perkataan yang lunak, lembut dan baik, yang disertai dengan tanda-tanda *ta'dzim* (penghormatan) (Al-Jawi, t.th: 476). Secara praktikal, *qaulan karima* adalah

kata-kata yang disampaikan seorang hamba yang hendak bertaubat di hadapan Sang Tuan yang penuh wibawa dan keagungan (Al-Andalusi, 1993).

Kendati konteksnya berkaitan dengan bagaimana bergaul dan berkomunikasi dengan orang tua, namun pesan-moral di dalamnya berlaku secara universal, meliputi semua pola pergaulan terutama antara seseorang dengan orang lain yang usianya lebih tua. Pola komunikasi yang harus dikembangkan dalam pergaulan “muda-tua” adalah pola *qaul karim*. Yakni komunikasi yang menjunjung nilai-nilai kemuliaan. Yang muda sadar akan kemudaannya di hadapan yang tua sehingga ia tahu hak-hak yang tua terhadap dirinya yang masih muda. Sementara yang tua tidak memanfaatkan ketuaannya untuk menekan yang muda menunaikan kewajibannya terhadap dirinya yang lebih tua. Masing-masing pihak sadar diri; tahu diri, mawas diri, pintar menempatkan diri, mengerti mana hak yang mungkin ia dapatkan dan mana kewajiban yang harus ditunaikan (Badzruzaman, 2014: 188).

Qaulun ma'rufun dalam al-Qur'an terdapat dalam lima ayat, dalam surat al-Baqarah ayat 235 dan 263, surat al-Nisa' ayat 5 dan 8, serta surat al-Ahzab ayat 32. Dalam al-Qur'an, istilah ini digunakan dalam konteks peminangan, pemberi wasiat, dan waris, mengandung arti ucapan yang indah, halus, dan lembut sebagaimana ucapan yang disukai oleh wanita dan anak-anak, pantas diucapkan sesuai status dan latar belakang orang yang mengucapkan dan lawan bicara (Mudlofir, 2011: 370).

Kata *ma'ruf* bermakna yang dikenal atau yang diketahui (Manzur, 1990: 240). Quraish Shihab memaknai *ma'ruf* dengan nilai-nilai baik yang sudah diterima dan diakui oleh masyarakat (Shihab, 1992: 125). Amir Muis menyatakan *qaulun ma'ruf* sebagai perkataan yang baik dan pantas. Baik artinya sesuai dengan norma dan nilai, sedangkan pantas sesuai dengan latar belakang dan status orang yang mengucapkannya (Muis, 1999: 85). Al-Buruswi memaknai *qaulun ma'ruf* sebagai ungkapan bahasa yang halus dan baik sebagaimana ungkapan seorang laki-laki kepada perempuan yang akan dipinangnya (Al-Buruswi, 1996).

Qaulun ma'ruf juga berarti ungkapan yang mengandung optimisme dan doa, ucapan yang dibolehkan, yang indah, baik dan benar (al-Tabari, 1988: 3). Perkataan yang baik adalah perkataan yang tidak membuat orang lain atau dirinya sendiri malu (al-Shidiqie, 1977: 258). *Qaulun ma'ruf* juga dimaknai sebagai perkataan yang baik, benar, menyenangkan, dan tidak diikuti oleh cacian atau celaan (al-Khazin, 1977: 203,

404). *Qaulun ma'ruf* dapat bermakna ucapan yang sesuai dengan hukum dan akal sehat (logis) (Jauhari, t.t: 10). Perkataan *ma'ruf* adalah perkataan yang biasa dikenali - sesuai dengan akal dan syara' - oleh lawan bicara (Yusuf, 2015:169).

Konteks ayat-ayat tersebut awalnya terkait dengan hubungan wali dan anak perwaliannya, namun pesan-moral di dalamnya berlaku umum, terutama para pihak yang memiliki pola hubungan yang mirip dengan yang tergambar dalam ayat di atas, seperti hubungan atasan-bawahan, tuan-pelayan, pemimpin-rakyat, pejabat-rakyat, guru-murid, dosen-mahasiswa, orangtua-anak, da'i-mad'u dan seterusnya. Pihak-pihak yang disebut pertama memiliki beberapa kewajiban terhadap pihak kedua. Kewajiban itu bukan hanya menyangkut pemenuhan material, tapi juga menyangkut sikap seperti bagaimana bertutur-kata. Ayat ini dengan jelas memberi titah untuk menyampaikan *qaulun ma'ruf*; kata-kata yang baik, santun dan enak didengar (Badruzzaman, 2014: 180).

Demikianlah, *qaulun ma'ruf* berarti perkataan yang baik, benar, pantas, logis, sopan, indah, halus, penuh penghargaan, menyenangkan, dan sesuai dengan kaidah hukum dan logika. Perkataan yang baik adalah yang sesuai dengan status dan latar belakang orang yang diajak bicara. Al-Qur'an memerintahkan agar melakukan komunikasi *ma'ruf*, model komunikasi yang biasa dikenali sehingga mudah dipahami oleh lawan bicara.

Term *qaulun sadid* digunakan dalam al-Qur'an sebanyak dua kali, surat al-Nisa' ayat 9 dan surat al-Ahzab ayat 70. *Qaulun sadid* dalam ayat 9 surat al-Nisa' diartikan oleh para mufasir dengan perkataan yang adil. Ayat tersebut mengajarkan tentang kehati-hati dan kekhawatiran terhadap orang-orang mu'min mengenai anak-anak yang ditinggalkan. Orang-orang yang menjenguk orang sakit hendaklah jangan berlebihan dalam mewasiatkan hartanya, berikan hak anak. Mereka juga mesti mengingatkan si sakit agar bertaubat kepada Allah dan mengucapkan kalimah syahadah (al-Jawi, t.th: 141). Ungkapan atau peringatan inilah yang dimaksud dengan *qaulun sadid* (M Yusuf, 2015:170).

Penafsiran terhadap term *qaulun sadid* dalam ayat 70 surat al-Ahzab dimaknai dengan perkataan yang benar, jika dikomunikasikan dengan baik kepada lawan bicara akan menghalanginya untuk melakukan keburukan. Pada ayat ini Allah menyeru kembali kepada orang-orang beriman untuk bertakwa kepada-Nya dan bertutur dengan

kata-kata yang benar (*qaulun sadid*). Menurut Badruzaman (2014: 183) hal ini menunjukkan dua poin penting, *pertama*, perintah bertakwa diikuti langsung dengan perintah berkata baik, sehingga terkait erat antara takwa sebagai titah universal dan keharusan menjaga lisan sebagai bentuk manifestasi takwa yang paling nyata dan mudah dipahami indera. *Kedua*, penggunaan term *qaul sadid* yang berarti perkataan yang baik dalam ayat ini, dan term *qaul ma'ruf* dalam ayat lain, menunjukkan penekanan makna yang sedikit-banyak berbeda antar keduanya.

Qaulun sadid memiliki beberapa pengertian, yaitu *qashdan wa haqqan* (efisien dan benar), *shawab* (tepat), *al-ladzi yuwafiqu zhahiruhu bathinahu* (yang selaras luar-dalamnya), *ma urida bihi wajh Allah duna ghairuh* (yang diniatkan hanya karena Allah, bukan lain-Nya) dan *al-ishlah bain al-mutasyajirin* (mendamaikan orang-orang yang bertengkar). Al-Qurthubi menegaskan bahwa term *qaulun sadid* mencakup semua kebaikan (*al-khairat*) (al-Qurtuby, 1988: 162). Badruzaman (2014) menegaskan bahwa *Qaulun sadid* memuat pesan-moral nyata bagaimana seharusnya setiap orang menjaga dan menata lisan, menggunakan tutur-kata yang baik, tepat, berkeadilan dan tidak menyinggung perasaan siapa pun, kapan dan di mana pun serta kepada siapa pun.

Term *qaulun tsaqil* diungkapkan dalam al-Qur'an sebanyak satu kali dalam ayat 5 surat al-Muzammil dalam perbincangannya mengenai komunikasi Allah dengan Nabi Muhammad. Dalam tafsir Ibnu Katsir dinyatakan bahwa term *tsaqil* dalam ayat itu bermakna berat mengamalkan pesan-pesan yang terdapat dalam al-Qur'an (Ibnu Katsir, t.th). Mufasir lain berpendapat bahwa *tsaqil* bermakna Nabi berat menerimanya, karena ia merupakan komunikasi dua dimensi yang berbeda antara Jibril sebagai makhluk immaterial dan Rasulullah yang secara fisik sebagai makhluk material (M Yusuf, 2015: 173).

Al-Qur'an menggunakan term *qaulun baligh* sekali dalam ayat 63 surat al-Nisa', tentang perkataan yang harus digunakan oleh Nabi Muhammad ketika berkomunikasi dengan orang-orang munafik. Para mufasir memaknai *qaulun baligh* dengan perkataan yang menyentuh atau berbekas pada jiwa (M Yusuf, 2015: 174).

Para pakar sastra, sebagaimana dikutip Quraish Shihab, menentukan kriteria tentang pesan yang dianggap *baligh*, yaitu *pertama*, tertampungnya seluruh pesan dalam kalimat yang disampaikan, *kedua*, kalimatnya tidak bertele-tele juga tidak terlalu singkat sehingga pengertiannya menjadi samar atau kabur, *keempat*, pilihan kosa katanya tidak asing di kalangan pendengar, *kelima*, kandungan dan gaya bahasa yang

digunakan sesuai dengan lawan bicara dan sesuai dengan tata bahasa (Shihab, 2000: 468).

Pada ranah implementatif, penggunaan term *qaul baligh* tidak hanya ditujukan kepada kaum munafik, tetapi semua golongan dengan mempertimbangkan tingkat kecerdasan, daya tangkap, kedewasaan, *setting* sosial-ekonomi dan budaya dan semacamnya. Setiap kelompok atau golongan menuntut tipe atau model *qaul baligh* tertentu. Tipe atau model yang cocok buat kalangan petani belum tentu cocok buat kalangan pedagang dan begitu seterusnya (Badruzaman, 2014: 187).

Qaulun layyin dalam al-Qur'an hanya diungkap satu kali dalam ayat 44 surat Thaha. Kata *qaulun layyin* dalam ayat tersebut merupakan bentuk komunikasi Nabi Musa dan Harun dengan Fir'aun dalam mengajaknya ke jalan yang benar, dan menyatakan bahwa keduanya adalah utusan Allah. Pada ayat ini Allah menyuruh mereka untuk tetap menggunakan kata-kata yang lembut dalam menyeru kepada Fir'aun, dengan harapan Fir'aun sadar lalu takut kepada Allah, kendati akhirnya Fir'an tetap bersikukuh dengan kekufurannya, tidak mau beriman kepada Allah swt (M Yusuf, 2015: 171).

Qaul layyin juga dimaknai dengan kata-kata yang tidak menimbulkan rasa tidak enak pada orang yang diajak bicara; kata-kata yang lemah-lembut. Di antara bentuk *qaul layyin* adalah memanggil seseorang dengan gelar atau julukan yang disukai orang itu (Al-Zamakhsyari, 2005: 656). Pesan moral dari ayat tersebut, dalam berkomunikasi dengan pihak lain harus menggunakan kata-kata yang lemah-lembut, santun, halus serta mengena. Kata-kata seperti itu disampaikan terutama kepada penguasa zalim yang sangat diharapkan kesadaran dan ketakwaannya kepada Allah (Badruzaman, 2015: 186).

Perkataan yang lunak, lembut, tidak kasar, merupakan model komunikasi yang diajarkan kepada manusia, walaupun terhadap musuh. Sikap lembut dituntut dalam berkomunikasi secara lisan maupun perbuatan (M. Yusuf, 2015: 171-172). Keberhasilan Rasulullah dalam mendidik para sahabat disebabkan oleh kelembutannya, secara lisan dan perbuatan, dalam bergaul dan berkomunikasi dengan mereka (Q.S Ali Imran: 159).

Term *qaulan adzima* digunakan al-Qur'an sekali dalam ayat 40 surat al-Isra', menggambarkan perkataan orang musyrik kepada Allah bahwa Dia memiliki anak laki-laki dan perempuan. Perkataan seperti ini merupakan komunikasi yang tidak baik dan mengandung dosa. Al-Qur'an melarang orang-orang mukmin berkomunikasi dengan

ungkapan yang mengandung dosa, baik terhadap Allah maupun sesama (M Yusuf, 2015: 174). Dalam hal ini, komunikasi kita dengan sesama juga harus terhindar dari *qaul 'azhim* seperti yang ditunjukkan ayat ini, yaitu kata-kata yang mengandung kekejian dan kebohongan meski dibalut dengan redaksi yang puitis atau kata-kata yang bersastra (Badruzaman, 2014: 197).

Etika Komunikasi Qur'ani: Telaah Substantif Term Komunikasi dalam al-Qur'an

Etika komunikasi berusaha membahas perbuatan yang dilakukan oleh manusia yang bersumber pada akal pikiran dan filsafat yang berfungsi untuk menilai, menentukan dan menetapkan terhadap perbuatan yang dilakukan oleh manusia (apakah perbuatan tersebut dinilai baik, buruk, mulia terhormat dan sebagainya) yang berkaitan dengan proses penyampaian dan penerimaan pesan dari seseorang kepada orang lain (Widjaja, 1988: 90).

Komunikasi Qur'ani merupakan proses penyampaian atau tukar menukar informasi yang menggunakan prinsip dan kaedah komunikasi dalam Al-Quran. Komunikasi Qur'ani, dengan demikian, dapat dimaknai sebagai proses penyampaian nilai-nilai Islam dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan prinsip-prinsip komunikasi yang sesuai dengan Al-Quran.

Telaah dan analisis terhadap ayat-ayat yang mengandung term *qaul* (komunikasi) dalam al-Qur'an di atas menegaskan adanya nilai-nilai ideal moral yang dapat dijadikan sebagai etika dalam melaksanakan komunikasi. Berkomunikasi harus menggunakan bahasa yang *benar*, artinya betul (tidak salah); lurus, adil (Poerwardarmita, 1985) berdasarkan ukuran dan sumber yang jelas, kebenaran mutlak yang hanya bersumber dari Allah Yang Maha Mutlak. Berkomunikasi dengan bahasa yang *jujur*, mengandung konten yang benar, apa adanya, sesuai dengan data atau realita, penyampaiannya pun dilakukan dengan tanpa persuasi atau memihak. Berkomunikasi dengan bahasa yang *adil*, yakni isinya sesuai dengan yang seharusnya, tidak berat sebelah atau mengandung subyektifitas tertentu. Berbahasa yang *baik* dalam komunikasi, diungkapkan sesuai dengan kaidah bahasa, isinya menunjukkan nilai kebaikan dan kebenaran, dan diucapkan sesuai dengan situasi dan kondisi. Berkomunikasi dengan bahasa yang *lurus*, yakni tepat sesuai dengan tujuannya, baik

berkaitan dengan isinya yang benar, maupun cara pengungkapannya yang tidak menyimpang atau bertele-tele.

Etika berkomunikasi harus menggunakan bahasa yang *mengesankan*, bahasa yang mampu memberi kesan pada pendengarnya, bahasa yang *tenang* yang diucapkan sesuai dengan kondisi jiwa yang tenang, karena itu ucapan tidak disampaikan secara terburu-buru atau tergesa-gesa. Menggunakan bahasa yang *efektif* juga menjadi prinsip penting dalam berkomunikasi, yaitu ungkapan bahasa yang singkat, jelas, tidak bertele-tele, dan kena sasaran, juga bahasa yang *lunak* berupa ungkapan bahasa yang disampaikan dengan lemah lembut. Sementara bahasa yang *lemah lembut* adalah pengembangan dari bahasa yang halus dari segi cara menuturkannya yang mengungkapkan kerendahan hati dan kasih sayang terhadap lawan bicara, sehingga lawan bicaranya merasa dihargai dan diberi perhatian. Berkomunikasi dengan *rendah hati* menunjukkan kerendahan hati pembicaranya.

Komunikasi juga harus dilakukan dengan menggunakan bahasa yang *indah* berupa ungkapan bahasa yang menarik, menyenangkan dan tidak membosankan pendengarnya, bahasa yang *menyenangkan* berupa ungkapan bahasa yang mengandung isi dan disampaikan dengan gaya bahasa yang menyenangkan orang lain yang mendengarkan. Selain itu, juga harus berkomunikasi dengan bahasa yang *logis* yakni ungkapan bahasa yang isinya masuk akal dan disampaikan dengan cara yang wajar, bahasa yang *fasih* berupa ungkapan bahasa yang diucapkan dengan kata-kata dan kalimat yang jelas, terang, dan mudah dimengerti, juga bahasa yang *terang* yakni ungkapan bahasa yang jelas, tidak mengandung penafsiran yang berbeda-beda bagi yang mendengarnya. Berkomunikasi secara etis juga sepatutnya menggunakan bahasa yang *tepat* memuat ungkapan bahasa yang mengenai sasaran dan diungkapkan dalam kata-kata dan kalimat yang sesuai dengan situasi dan kondisi, bahasa yang *menyentuh hati* berisi ungkapan bahasa yang isi maupun kata-katanya mengena di hati dan perasaan pendengarnya, serta bahasa yang *selaras*, bahasa yang sesuai baik isi maupun caranya dengan kenyataan.

Etika berkomunikasi yang baik dengan bahasa yang *halus* sesuai dengan tingkat dan derajat orang yang mengucapkan atau mendengarkannya, berbahasa yang *sopan* isi maupun cara pengungkapannya sesuai dengan norma masyarakat, juga berkomunikasi dengan bahasa yang *pantas* sesuai dengan tingkat atau status orang yang mengucapkan

dan mendengarnya. Hal lain yang penting dalam berkomunikasi adalah berbahasa yang mengandung *penghargaan* tidak merendahkan orang yang diajak bicara, bahkan ia merasa diperhatikan, dihargai dan dihormati, bahasa yang *khidmat* isi dan gaya pengungkapannya memberikan pelayanan kepada orang yang diajak bicara, dengan memberikan orientasi dan perhatian penuh kepadanya, serta bahasa yang *optimis* berupa ungkapan bahasa yang dilakukan dengan gaya dan pilihan kata, sehingga orang lain memiliki harapan dan masa depan lebih baik.

Da'i sebagai seorang komunikator, tentu usahanya tidak hanya terbatas pada menyampaikan pesan, tetapi dia juga harus memiliki *concern* terhadap komunikan. Karena komunikasi yang disampaikan itu membutuhkan *follow up* (suatu hal yang sangat diperhatikan mubaligh) sebagai *feedback*, maka setiap mubaligh harus mengidentifikasikan dirinya sebagai pemimpin jamaah (Tasmara, 1997: 84)

Da'i Modern: Mewujudkan Penyiaran Islam Secara Komprehensif Berbasis Etika Komunikasi Qur'ani

Al-Quran telah memberikan berbagai panduan agar komunikasi berjalan dengan baik dan efektif, yang dapat disebut sebagai kaidah, prinsip, atau etika berkomunikasi dalam perspektif Islam. Kaidah, prinsip, atau etika komunikasi Islam (dakwah) ini merupakan panduan bagi kaum Muslim dalam melakukan komunikasi, baik dalam komunikasi intrapersonal, interpersonal dalam pergaulan sehari-hari, berdakwah secara lisan dan tulisan, maupun dalam aktivitas lain karena dakwah adalah ilmu komunikasi (Bakti & Meidasari, 2014: 22). Diskursus dakwah tidak saja terbatas pada da'i dan audien (mad'u), melainkan juga penekanan pada dimensi etika yang selaras dengan prinsip-prinsip etika Qur'ani dan profetik (Basri, 2016: 25).

Ismi Dian Islami, mengutip pendapat Colin Chery, mengatakan bahwa sebenarnya dakwah itu sendiri adalah komunikasi, dakwah tanpa komunikasi tidak akan mampu berjalan menuju target-target yang diinginkan, demikian komunikasi tanpa dakwah akan kehilangan nilai-nilai Ilahi dalam kehidupan. Maka dari sekian banyak definisi dakwah ada sebuah definisi yang menyatakan, bahwa dakwah adalah proses komunikasi efektif dan kontinyu, bersifat umum dan rasional, dengan menggunakan cara-cara ilmiah dan sarana yang efisien, dalam mencapai tujuan-tujuannya (Islami, 2013: 56).

Berbicara tentang dakwah tidak akan terlepas dari peran aktor yang disebut dengan da'i atau mubaligh. Da'i adalah orang yang memiliki ketinggian ilmu dan konsisten menjalankan ajaran Islam di dalam kehidupannya sehari-hari. Seorang da'i dituntut memiliki keteladanan, karena jika tidak akan menjadikan sesuatu yang dilematis dan menjadi bumerang bagi da'i yang bersangkutan. Peran seorang da'i dalam kehidupan masyarakat sangat besar (Shodiqin, 2012: 366). Dakwah berpengaruh besar bagi audiensnya. Pengaruh yang ideal bagi keberhasilan seorang da'i adalah jika audiensnya dapat menangkap dan mengamalkan pesan dalam kehidupan sehari-hari (Shodiqin, 2012: 367).

Dakwah tidak boleh hanya dipandang dalam pengertian sempit sebagai *tabligh* atau sebatas ceramah yang lebih banyak berorientasi kepada masalah-masalah ibadah *mahdhah* (ritual). Tetapi dakwah juga mempunyai orientasi pada masalah-masalah ibadah *ijtima'iyah* (social), Karena dakwah pada hakekatnya adalah suatu upaya untuk mengangkat harkat dan martabat manusia agar memperoleh dunia yang hasanah dan akhirat yang hasanah (Astuti, 2006: 50). Apalagi tantangan yang dihadapi umat saat ini sangat kompleks. Mulai dari tantangan kesenjangan ekonomi umat, masalah akhlak, keberagamaan simbolik, serta tantangan pendidikan umat yang masih terbelakang jika dibandingkan dengan umat-umat lain. Dalam konteks dinamika kompleksitas sosial ini, Kuntowijoyo menganjurkan adanya pergeseran paradigma dakwah ke arah yang lebih konkret (Kuntowijoyo, 1997: 18-19).

Jika selama ini dakwah yang dilakukan secara konvensional belum bisa menjawab sepenuhnya problematika sosial umat Islam, maka ia menilai umat Islam perlu melakukan *reinterpretasi* mengenai dakwah itu sendiri. Dalam hal ini, diperlukan suatu pemahaman dan perubahan pemahaman dakwah secara komprehensif, sehingga dakwah tidak kehilangan makna yang hakiki, tetapi mengena dalam semua aspek kehidupan masyarakat (Amin, 2008: x-xi).

Terkait objek kajian dakwah dalam konteks kekinian, pemetaan Abdurrahman al-Baghdadi (1997) terhadap umat Islam masa kini masih relevan. Umat Islam terbagi dalam tiga kelompok, *pertama*, kelompok Islam yang berjuang untuk menegakkan khilafah (pemerintahan) Islam; *kedua*, kelompok Islam yang mengagungkan kebudayaan Barat dan menentang gerakan untuk mewujudkan pemerintahan Islam secara formal; dan *ketiga*, kelompok Islam yang tidak memiliki kepedulian terhadap permasalahan umat Islam secara keseluruhan. Realitas sosial di atas ada yang tidak sesuai dengan cita-cita ideal Islam, karenanya harus dirubah melalui dakwah Islam.

Realitas demikian memerlukan paradigma baru dalam melakukan dakwah Islam, yakni dengan mempertimbangkan jenis dan kualitas permasalahan yang dihadapi oleh umat. Usaha dakwah tersebut harus dijalankan secara sistematis dan profesional melalui langkah-langkah yang strategis (Astuti, 2006: 54).

Di era modern ini, da'i perlu memiliki dua kompetensi dalam melaksanakan dakwah, yaitu kompetensi substantif dan kompetensi metodologis. Kompetensi substantif meliputi penguasaan seorang juru dakwah terhadap ajaran-ajaran Islam secara tepat dan benar. Kompetensi metodologis meliputi kemampuan juru dakwah dalam mensosialisasikan ajaran-ajaran Islam kepada sasaran dakwah (Mul Khan: 1996). Salah satu metode yang ditempuh dalam berdakwah adalah dengan menggunakan ilmu komunikasi. Dakwah dapat ditilik dengan menggunakan teori-teori ilmu komunikasi seperti konstruksi dan komunikasi interaktif (Bakti & Meidasri, 2014: 34). Dalam konteks inilah, etika komunikasi Qur'ani termasuk dalam komponen kompetensi metodologis, yang diperlukan dalam berdakwah di era modern.

Berdasarkan beberapa konsep dakwah yang dikemukakan, para ahli sepakat bahwa dakwah adalah bersifat informatif-persuasif, bukan termasuk dakwah jika ada unsur pemaksaan dalam prosesnya. Dakwah juga tidak manipulatif, sehingga bukan dakwah jika yang terjadi adalah pemutar balikkan fakta tentang Islam sehingga orang tertarik masuk Islam, juga pemutar balikkan fakta yang lainnya (Marwantika, 2015).

Seorang juru dakwah Islam maupun agama lain dalam menjalankan misinya hendaklah melihat secara proporsional dalam mengemban amanahnya menata aktivitas penyebaran dakwah agama secara lebih komprehensif. Melihat keadaan masyarakat setempat, dengan tidak memaksakan kehendak. Sikap komunikator sebagai *ad-Dakwah* memperhatikan kearifan sosial dan mampu mengelola konflik yang ada menjadi "*energy social*" bagi pemenuhan kepentingan bersama. Etos dan kredibilitas komunikator dakwah menjadi faktor penting dalam kehidupan sosial budaya masyarakat. Dakwah yang mempertimbangkan kearifan budaya lokal menjadikannya dapat berjalan baik dan mereduksi potensi konflik (Syam, 2014: 119).

Para ahli komunikasi cenderung berpendapat bahwa dalam melancarkan komunikasi lebih baik mempergunakan pendekatan apa yang disebut *A-A Procedure* atau *from Attention to Action Procedure*. *Attention* (Perhatian), *I Interest* (minat), *D Desire* (Hasrat), *D Decition* (keputusan), *A Action* (Kegiatan). Proses pentahapan komunikasi ini memberikan gambaran bahwa dakwah hendaknya dimulai dengan

membangkitkan perhatian. Seorang da'i harus menimbulkan daya tarik. Pada dirinya harus terdapat faktor daya tarik komunikator (*source attractiveness*).

Dalam konteks keragaman agama dan budaya, da'i seyogyanya menghindari menyampaikan himbauan-himbau negatif (*Attention arousing*), melainkan *Anxiety arousing*, menumbuhkan kegelisahan. William J. McGuire menegaskan dalam karyanya "*Persuasion*" bahwa "*anxiety arousing communication*" menimbulkan efek ganda. Da'i justru harus mempertinggi motivasi kepada audiens untuk melakukan tindakan preventif. Di lain pihak rasa takut tersebut *flight to fight* yang dalam kasus komunikasi dapat berbentuk permusuhan pada komunikator atau tidak menaruh perhatian sama sekali. Ketika perhatian audiens telah ada, hendaknya disusul dengan upaya menumbuhkan minat (*interest*), yang merupakan derajat yang lebih tinggi dari perhatian. Minat adalah kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya hasrat (*desire*) untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan da'i. jika hanya ada hasrat saja pada diri audiens, bagi da'i belum berarti, karena yang harus ada selanjutnya adalah terwujudnya keputusan (*decision*) untuk melakukan kegiatan (*action*) sebagaimana diharapkan oleh da'i (Onong Uchyana, 2000: 304).

Di era saat ini, peranan dakwah akan lebih meningkat dan penting karena tantangan-tantangan yang dihadapi lebih kompleks dan masyarakat menuntut layanan agama yang dapat memberi motivasi dan bekal untuk memecahkan masalah duniawi yang semakin kompleks. Secara umum ada tiga tantangan yang dihadapi masyarakat. *Pertama*, masyarakat telah berubah dari agraris menjadi masyarakat industri yang memiliki pola hidup mewah dan hedonistik, cenderung lebih rasional dan lebih otonom dalam perencanaan, produksi, pemasaran dan promosi industri. Situasi ini membawa mereka cenderung kurang merasa perlu terhadap agama dan karenanya akan menjadi jauh dari ajaran moral agama. *Kedua*, globalisasi informasi, yang dibanjiri oleh budaya, pola hidup dan tata nilai global yang tidak selalu menunjang usaha pemupukan budi pekerti luhur. *Ketiga*, makin tingginya tingkat intelektualitas, terutama di kalangan muda. Mereka tentunya memiliki daya kritis yang semakin kuat dan tidak mau begitu saja menerima kata serta pendapat orang lain. Mereka akan minta penjelasan yang rasional dan dapat diterima akal mereka (Basit, 2006: 151-152).

Kondisi demikian, menurut Asna Istya Marwantika (2015), diperlukan adanya dakwah multialog, integratif dan fungsional. Dakwah dalam hal ini dapat diformulasikan sebagai proses interaksi umat Islam dengan umat manusia secara

keseluruhan, yang bertujuan untuk mengenalkan nilai-nilai Islam dan konsep Islam yang operasional dan mengupayakan realisasinya dalam kehidupan umat manusia. Karenanya pesan dakwah harus mencakup seluruh aspek kehidupan umat manusia, baik pada tataran individu maupun komunitas. Dalam keadaan seperti ini, maka dakwah perlu dilakukan dalam bentuk dialog kehidupan manusia dalam berbagai aspeknya.

Dakwah integratif yakni menyatu dengan kehidupan masyarakat dan membangun kesadaran tunggal akan makna dan misi pembangunan dan perubahan. Dakwah harus dapat membaca peluang dan celah yang dapat dimasuki untuk menyatukan visi dan misi. Dakwah dijabarkan melalui kegiatan sosial yang aktual dan berpijak dari dasar persoalan dan kebutuhan masyarakat yang sedang dirasakan. Sifat integratif dakwah menuntut dakwah dipersiapkan dan berangkat dari dalam situasi dan kondisi masyarakat. Interaksi antara da'i dan masyarakat lebih intens dan sejajar, sehingga memahami dan merasakan apa yang dirasakan masyarakat (Marwantika, 2015: 18).

Dakwah fungsional yakni yang secara nyata mampu menjawab persoalan-persoalan riil yang muncul dalam masyarakat. Dakwah fungsional berarti upaya menumbuhkan kesadaran umat dan membuktikan kepada umat bahwa apabila ajaran Islam dipahami secara benar dan dilaksanakan serta diimplementasikan dalam kehidupan, maka ia akan bisa mengatasi dan mencari alternatif jalan keluar.

Secara esensial, dakwah berkaitan dengan bagaimana membangun dan membentuk masyarakat yang baik, berpijak pada nilai-nilai kebenaran dan hak asasi manusia. Dalam pengertian non-konvensional inilah, dakwah dapat berhubungan secara kultural-fungsional dengan penyelesaian problem kemanusiaan, termasuk problem social (Marwantika, 2015:19).

Akhirnya, diperlukan upaya penyiaran Islam secara komprehensif untuk pengembangan dakwah agar dapat menyelesaikan problem yang ada, yakni dakwah harus dimulai dengan mencari kebutuhan masyarakat. Kebutuhan ini bukan hanya kebutuhan obyektif yang perlu dipenuhi, tapi kebutuhan yang perlu mendapat perhatian. Dakwah dilakukan secara terpadu, dalam artian bahwa berbagai aspek kebutuhan masyarakat dapat dijangkau program dakwah, dapat melibatkan berbagai unsur yang ada dalam masyarakat. Penyelenggaraan program dakwah itu merupakan rangkaian yang tidak terpisah. Dakwah dilakukan dengan pendekatan partisipasi dari

bawah. Ide yang ditawarkan mendapat kesepakatan masyarakat, atau merupakan ide masyarakat itu sendiri. Hal ini memberi peluang keikutsertaan masyarakat dalam perencanaan dan keterlibatan mereka dalam program dakwah. Dakwah dilaksanakan melalui proses sistematis pemecahan masalah. Dengan demikian masyarakat terbiasa bekerja terencana, efisien, dan mempunyai tujuan jelas.

Simpulan

Aktifitas berdakwah di era modern memerlukan formula yang komprehensif, namun dengan tetap berpedoman pada etika dan prinsip berdakwah yang terdapat dalam al-Qur'an. Dakwah adalah bagian dari komunikasi, yang secara substantif etikanya harus digali dan dikaji untuk mendapatkan pola komunikasi yang dapat diaplikasikan dalam ranah penyiaran Islam. Seorang da'i harus memiliki kompetensi substantif dan metodologis, tidak hanya dalam ilmu dan luas wawasan keilmuannya, tetapi seharusnya da'i juga dapat mengkomunikasikan ajaran-ajaran Islam dengan baik dan efektif sesuai prinsip komunikasi dalam al-Qur'an.

Secara substantif, term-term *qaul* dalam al-Qur'an mengandung prinsip dan etika berkomunikasi dengan pola komunikasi Qur'ani untuk mewujudkan komunikasi yang baik dan terjalin hubungan sosial yang sinergi dan harmoni. Untuk mencapai hal tersebut, da'i di jaman modern ini harus berpedoman dengan prinsip dan etika berbahasa yang benar, jujur, adil, baik, lurus, halus, sopan, pantas, mengandung penghargaan, khidmat, optimis, ungkapan yang indah, menyenangkan, logis, fasih, terang, tepat, menyentuh hati, selaras, mengesankan, efektif, lunak, lemah lembut dan rendah hati.

Etika komunikasi Qur'ani tersebut sangat relevan untuk mewujudkan penyiaran Islam di era global, secara komprehensif yang multialog, integratif dan fungsional, dengan perkembangan masyarakatnya yang dinamis, globalisasi informasi dan tingkat intelektualitas yang tinggi. *Wallahu a'lamu bi al-shawab*

Referensi

- Al-Andalusi, Abu Muhammad bin 'Athiyah. 1993. *Al-Muharrir Al-Wajij fi Tafsir Al-Kitab Al-'Aziz*. Cet. I. Libanon: Dar al-Kutub al-'Ilmiyah.
- Al-Buruswi, Ismail. 1996. *Terjemahan Tafsir Ruhul Bayan jilid 5*. Bandung: CV. Diponegoro.
- Al- Khazin. t.th. *Tafsir al-Khazin*. Beirut: Dar al-Fikr.
- Al-Maraghi. 1943. *Tafsir al-Maraghi, Jilid 3*. Beirut: Dar al-Fikr.
- Al-Qurthubi, Muhammad bin Ahmad. 1988. *Ll-Jami' Li Ahkam Al-Qur'an. Jilid 7. Cet. I*. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyah.
- As-Shiddiqie, Hasbi. 1997. *Tafsir al-Bayan jilid 1*. Bandung: Al-Maarif.
- Al-Zamakhshari, Mahmud bin 'Umar. 1993. *Tafsir al-Kasysyaf*. Cet. II. Beirut: Dar al-Ma'rifah.
- Amin, Samsul Munir. 2008. *Rekontuksi Pemikiran Dakwah Islam*, Jakarta: Amzah.
- Astuti, Robitoh Widi. 2011. "Komunikasi Orang Tua dan Anak Prespektif Kisah dalam Al-Qur'an". *Tesis*. Yogyakarta: Program Studi Agama dan Filsafat Konsentrasi Studi al-Qur'an dan Hadis Pasca Sarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Astuti, Dwi. 2006. Strategi Dakwah Dalam Pelestarian Lingkungan Hidup Fakultas Ilmu Kedokteran Progdi Kesehatan Lingkungan Universitas Muhammadiyah Surakarta, *SUHUF*, Vol. XVIII, No. 01/Mei
- Badruzaman, Abad. 2014. Etika Berkomunikasi: Kajian Tematik Term Qaul Dalam Al-Qur'an. *Jurnal Epistemé*. Volume 9. Nomor 1.
- Bakti, Andi Faisal & Venny Eka Meidasari. 2014. "Trendsetter Komunikasi di Era Digital: Tantangan dan Peluang Pendidikan Komunikasi dan Penyiaran Islam". *Jurnal Komunikasi Islam* Volume 04, Nomor 01, Juni
- Basit, Abdul. 2006. *Wacana Dakwah Kontemporer*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Basri. 2016. "Fenomena Dakwah Radikal: Penyikapan Akademisi Stain Sas Babel Terhadap Model Dan Pendekatan Dalam Berdakwah, *Mawa'izh*. Vol. 1, No. 7, Juni
- Effendi, Onong Uchyana. 2000. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Cet II, Bandung: Penerbit Citra Aditya Bakti.
- HAMKA, 1983. *Tafsir al-Azhar*. Juz 15. Jakarta: Bulan Bintang.
- Islami, Dian Ismi. 2013. "Konsep Komunikasi Islam Dalam Sudut Pandang Formula Komunikasi Efektif". *Wacana* Volume XII No.1, Februari
- Kuntowijoyo.1997. *Identitas Politik Umat Islam*. Bandung: Mizan
- Kurniawan, Irpan. 2011. "Etika Pola Komunikasi dalam Al-Qur'an". *Skripsi*. Jakarta: Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah
- Marwantika, Asna Istya Marwantika. 2015. Pemetaan Aliran Pemikiran Dakwah Ditinjau Dari Periodisasi Gerakan Dakwah Dan Konsep Keilmuan. *Qalamuna Jurnal Pendidikan, Sosial dan Agama*, Vol. 7 No. 1
- Mudlofir, Ali. 2011. Pendidikan Karakter Melalui Penanaman Etika Berkomunikasi dalam Al-Qur'an, *ISLAMICA*. Vol. 5, No. 2
- Muis, Amir. 1999. *Etika Komunikasi Masa dalam Pandangan Islam*. Jakarta: Logos.
- Mulkhan, Abdul Munir. 1996, *Ideologisasi Gerakan Dakwah:Episod Kehidupan M. Natsir & Azhar Basyir*. Yogyakarta: Sypress.
- Rahmat, Jalaluddin. 1994. "Prinsip-prinsip Komunikasi Menurut Al-Qur'an", *Audenta*, Vol. I, No. 1 35-36.
- Shihab, Quraish. 2000. *Tafsir al-Misbah Jilid II*. Jakarta: Lentera Hati
- Shodiqin, Asep. 2012. "Reposisi Muballigh: Dari 'Personal' Menuju 'Agent of Change'". *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*. Vol. 6 No. 2 Desember
- Sholihin, Amir Mu'min. 2011. "Etika Komunikasi Lisan Menurut Al-Qur'an: Kajian Tafsir Tematik". *Skripsi*. Jakarta: Jurusan Tafsir Hadits Fakultas Ushuludin Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah

- Syam, Nia Kurniati. 2014. "Kearifan Dakwah Dan Konflik Sosial". *Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan PKM Sosial, Ekonomi dan Humaniora*
- Widjaja, AW., 1988. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta: Bina Aksara
- Yusuf, Kadar M.. 2015. *Tafsir Tarbawi: Pesan-pesan Al-Qur'an tentang Pendidikan*. Jakarta: Amzah.