

KONSEP KOMUNIKASI DAKWAH PERSUASIF DALAM PERSPEKTIF AL-QUR'AN

Oleh : Ahmad Atabik

Dosen Tetap STAIN Kudus

Abstrak

Komunikasi dakwah hampir sama dengan komunikasi pada umumnya, akan tetapi yang membedakan antara keduanya hanya pada cara dan tujuan yang akan dicapai. Tujuan komunikasi pada umumnya yaitu mengharapkan partisipasi dari komunikan (mad'u) atas ide-ide atau pesan-pesan yang disampaikan oleh pihak komunikator (da'i) sehingga pesan-pesan yang disampaikan tersebut terjadilah perubahan sikap dan tingkah laku yang diharapkan, sedangkan tujuan komunikasi dakwah yaitu mengharapkan terjadinya perubahan atau pembentukan sikap atau tingkah laku sesuai dengan ajaran al-Qur'an dan hadis sebagai sumber ajaran Islam. Artikel ini akan memaparkan tentang komunikasi dakwah dan hubungannya dengan al-Qur'an sebagai kitab konstitusi dakwah. Di mulai dengan pengertian komunikasi dakwah, hubungan antara komunikasi dan dakwah, karakteristik komunikasi dakwah, komponen komunikasi dakwah, dakwah sebagai komunikasi persuasif serta etika berkomunikasi dalam al-Qur'an.

Kata Kunci: Dakwah, Komunikasi, Persuasif, al-Qur'an

A. Pendahuluan

Dalam al-Qur'an terdapat banyak sekali ayat yang menggambarkan tentang proses komunikasi. Salah satunya adalah dialog yang terjadi pertama kali antara Allah swt., dan malaikat. Ini dapat dilihat dalam QS. Al-Baqarah: 30.

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ ﴿٣٠﴾

Artinya: Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada para Malaikat: «Sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi.» Mereka berkata: «Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, padahal kami senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau?» Tuhan berfirman: «Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui.» (QS. Al-Baqarah: 30).

Dari penafsiran ayat di atas, dapat disimpulkan bahwa mula-mula Allah sebagai komunikator mengajak bicara kepada malaikat (sebagai komunikan) terkait adanya makhluk akan diciptakan-Nya yang menjadi khalifah dimuka bumi, lalu malaikat protes atas pesan (konten) yang disampaikan Allah (komunikator).

Komunikasi dakwah menyemaikan pesan keagamaan dalam berbagai tatanan komunikasi atau model komunikasi agar orang lain yang menjadi sasaran dakwah dapat terpanggil akan pentingnya Islam dan ajarannya dalam dunia ini. Di antara tatanan komunikasi yang dapat diimplementasikan pada dakwah, yaitu tatanan komunikasi antar pribadi, kelompok dan publik (Ma'arif, 2012: 1).

Dilihat dari segi prosesnya, komunikasi dakwah hampir sama dengan komunikasi pada umumnya, tetapi yang membedakan antara keduanya hanya pada cara dan tujuan yang akan dicapai. Tujuan komunikasi pada umumnya yaitu mengharapkan partisipasi dari komunikan (*mad'u*) atas ide-ide atau pesan-pesan yang disampaikan oleh pihak komunikator (*da'i*) sehingga pesan-pesan yang disampaikan tersebut terjadilah perubahan sikap dan tingkah laku yang diharapkan, sedangkan tujuan komunikasi dakwah yaitu mengharapkan terjadinya perubahan atau pembentukan sikap atau tingkah laku sesuai dengan ajaran al-Qur'an dan hadis sebagai sumber ajaran Islam.

Berangkat dari *view point* di atas, artikel ini akan memaparkan tentang komunikasi dakwah dan hubungannya dengan al-Qur'an sebagai buku konstitusi dakwah. Di mulai dengan pengertian komunikasi dakwah, hubungan antara komunikasi dan dakwah, karakteristik komunikasi dakwah, komponen komunikasi dakwah, dakwah sebagai komunikasi persuasif serta etika berkomunikasi dalam al-Qur'an.

B. Pengertian komunikasi

Secara etimologis komunikasi atau dalam bahasa Inggris '*communication*' berasal dari bahasa latin '*communicatio*', bersumber dari '*communis*' yang berarti "sama". Komunikasi minimal harus mengandung "kesamaan makna" antara kedua belah pihak yang terlibat. Dikatakan minimal karena kegiatan komunikasi itu tidak bersifat informatif saja, yakni agar orang mengerti dan tahu, tetapi juga *persuasif*, yaitu agar orang bersedia menerima sesuatu paham atau keyakinan, melakukan suatu kegiatan dan lain-lain (Ilahi, 2010: 4).

Secara terminologis komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Dari pengertian itu diambil kesimpulan bahwa komunikasi melibatkan sejumlah, di mana seseorang menyatakan sesesuatu kepada orang lain (Effendi, 2008: 4). Lebih jelas Effendi (2010:4) menyatakan komunikasi secara sederhana dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan akibat tertentu. dalam pelaksanaannya, komunikasi dapat dilakukan secara primer (langsung) maupun secara sekunder (tidak langsung). Komunikasi ini berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan, yakni panduan pengalaman dan pengertian yang pernah diperoleh oleh komunikan (Ilahi, 2010: 4).

Komunikasi pada pengertian-pengertian di atas komunikasi yang dilakukan oleh manusia, komunikasi ini juga disebut dengan istilah komunikasi sosial atau komunikasi kemasyarakatan, karena hanya pada manusia-manusia yang bermasyarakat komunikasi bisa terjadi. Muhtadi (2012; 16) menegaskan komunikasi insani (*human communication*) adalah proses pertukaran pesan yang berlangsung dalam dunia manusia. Karena itu, ia selalu melibatkan manusia, baik dalam konteks intrapersonal, interpersonal, kelompok, maupun massa. Dalam suatu interaksi antar individu, seperti halnya kegiatan tablig di majlis ta'lim, pertemuan di tempat kerja, ataupun belajar-mengajar disekolah, komunikasi bertujuan menghidupkan suasana interaksi yang berlangsung sehingga diperoleh efek yang maksimal, baik efek kognitif, afektif maupun psikomotorik.

Menurut Arifin (2011:42) komunikasi sebagai fenomena sosial, sungguh telah hadis sejak perjumpaan Adan dan Hawa di muka bumi. Bahkan eksistensinya tidak dapat dielakkan, Karena perjumpaan itu sendiri memerlukan komunikasi, agar dapat berlanjut menjadi persahabatan, pertemanan, persekutuan atau perkawinan. Justru

itu banyak orang yang menyebut komunikasi sebagai pererat hidup bersama dan merupakan aktivitas yang hadir bersama kehadiran dan pertemuan Adam dan Hawa.

Komunikasi yang terjadi antar individu dalam masyarakat pun mempunyai proses-proses tertentu. Secara psikologis komunikasi ini terjadi pada diri komunikator dan komunikan. Ketika seorang komunikator berniat akan menyampaikan sesuatu pesan kepada komunikan, maka dalam dirinya terjadi suatu proses. Pesan komunikasi ini terdiri dari dua aspek, yakni isi pesan dan lambang. Isi pesan umumnya adalah pikiran, sedangkan lambang umumnya adalah bahasa (Effendi, 2003: 31).

Bahasa dapat menjembatani dua atau lebih pikiran dan perasaan terutama untuk membangun kesamaan-kesamaan yang diperlukan dalam proses komunikasi. Jembatan penghubung inilah yang kemudian diekspresikan secara verbal melalui bahasa. Dalam banyak hal, bahasa dapat mempermudah menemukan kesamaan rujukan sejauh simbol-simbol (kosakata) yang digunakannya dapat dimaknai secara sama pula (Muhtad, 2012: 19).

C. Hubungan antara Dakwah dan Komunikasi

Dakwah dan komunikasi merupakan dua aktivitas yang hampir sama secara terminologinya, keduanya tidak dapat dipisahkan. Amin (2009: 145) menuturkan walaupun terdapat pula perbedaan-perbedaan. Kalau diperhatikan secara seksama dan mendalam, pengertian dakwah itu tidak jauh berbeda dengan komunikasi. Antara keduanya, dakwah dan komunikasi merupakan dua sisi yang berbeda. Hanya saja yang dibedakan dari bentuk komunikasi lainnya adalah pada cara dan tujuan yang akan dicapai. Tujuan dari komunikasi adalah adanya partisipasi dari komunikan atas ide-ide atau pesan-pesan yang disampaikan oleh pihak komunikator sehingga dari pesan yang disampaikan tersebut terjadi perubahan sikap dan tingkah laku yang diharapkan. Sedangkan di dalam dakwah, seorang dai menjadi komunikatornya sedangkan komunikannya adalah *mad'u*. Sebagai komunikator, dai mengharapkan adanya partisipasi dari pihak komunikan dan kemudian berharap agar komunikannya tersebut dapat bersikap dan berbuat sesuai dengan isi pesan yang disampaiakannya.

Dalam menghubungkan antara dakwah dan komunikasi Saputra (2011: 226) menilai bahwa dakwah sebagai proses informasi nilai-nilai

keIslaman membutuhkan apa yang dinakan proses pengkomunikasian. Kandungan ajaran Islam yang didakwahkan merupakan sekumpulan pesan-pesan yang dikomunikasikan kepada manusia. Proses dakwah kalau diamati sampai pada tahapan tanggapan *mad'u*, serta pelaksanaan ajaran keagamaan sebagai hasil dari proses dakwah, maka dapat dilihat bahwa terjadi keselarasan antara proses komunikasi dengan proses dakwah. Oleh karenanya, wajar jika banyak orang yang mengatakan bahwa proses dakwah adalah proses komunikasi itu sendiri.

Dari aspek praktisnya, antara komunikasi dan dakwah sangat kental, mengingat dakwah menyatu dengan manusia dalam kerangka membentuk suatu komunitas atau masyarakat. Dakwah dalam rangka komunikasi inilah yang di dalamnya berbagai istilah Islam disebut sebagai *tabligh* yang menjadi inti dari komunikasi dakwah. *Tabligh* di sini harus dipahami secara lebih luas. Sebab makna *tabligh* sebenarnya adalah proses penyampaian pesan keagamaan secara keseluruhan, bukan semata-mata pengajian umum sebagaimana selama ini dipahami (Saputra, 2011: 226).

Dakwah Islam dilaksanakan baik dengan ucapan lisan, tulisan karangan, maupun dengan berupaya memberikan contoh yang baik dalam kehidupan umat manusia. Komunikator dakwah perlu menyelami isyarat Qur'ani sebagaimana komunikasi dakwah (*mad'u*) menerima pesan dakwah, sedangkan persoalan hidayah merupakan hak prerogatif Allah (QS. 28: 56); manusia hanya menyampaikan pesan-pesan-Nya secara jelas (*tabligh*) (QS.5:92). Untuk bisa menyampaikan pesan kepada komunikasi dakwah (*mad'u*) secara jelas, diperlukan pengetahuan tentang karakteristik *mad'u* secara individual dalam konteks dakwah... *Katakanlah (olehmu) kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka* (QS. 4:63). (Ma'arif, 2010: 62). Ayat diatas menjelaskan bahwa *da'i* (komunikator) perlu menghayati keadaan kejiwaan *mad'u* (komunikasi).

Komunikasi merupakan sarana dakwah. Seorang *da'i* menyampaikan pesan-pesan keagamaan menggunakan simbol-simbol verbal dan non verbal. Kedua jenis simbol inilah yang paling banyak digunakan oleh komunikator dakwah. Simbol-simbol verbal meliputi ucapan dan tulisan yang lazim dimengerti, sedangkan simbol-simbol nonverbal –dalam dunia dakwah—mengacu pada gerak, raut wajah, pakaian, tindakan atau perilaku, dan situasi lingkungan, sesuatu yang bermakna selain mekanisme linguistik (Ma'arif, 2010: 36). Jadi simbol dakwah secara nonverbal ini bisa berarti bahwa dakwah bisa dilakukan

oleh semua kaum muslim dengan berbagai profesinya. Amin (2009: 146) menjabarkan,

Seorang muslim yang kebetulan mempunyai keahlian dalam melukis dapat menyampaikan pesan-pesannya lewat coretan cat minyak di atas kanvas lukisannya. Seorang biolog dapat saja menguraikan kehidupan microcosmos dalam kairannya dengan penyampaian misi tersebut. Dalam hal ini, setiap muslim merupakan seorang komunikator dan juru bicara atas nama agamanya untuk memperngaruhi orang lain agar memenuhi pesan-pesan yang disampaikannya. Sedangkan secara khusus, orang yang seharusnya berperan lebih intensif sebagai komunikator adalah mereka yang memang mempunyai profesi ataupun memang sengaja mengkonsentrasikan dirinya dalam tugas menggali mutiara-mutiara ilmu serta ajaran agama Islam untuk disampaikan kepada orang lain sehingga ilmu dan ajaran agamanya dapat mempengaruhi sikap dan tingkah lalu orang lain tersebut.

Shihab (1996:398) memberi penjelasan dua macam dakwah. *Dakwah bi al-lisan* (mengajak orang secara lisan), dakwah ini merupakan suatu ajaka ke atau penyebarluasan nilai-nilai keagamaan dengan pendekatan komunikasi verbal melalui bahasa lisan (verbal) dan tulisan, seperti ceramah, pidato (*public speaking*, orasi), tulisan, dan karangan. Sementara itu, dakwah *bi al-hal* (perbuatan) yaitu suatu penyebarluasan nilai keagamaan dengan pendekatan komunikasi nonverbal melalui amal atau contoh-contoh kongkret dan tersedianya lingkungan (*milieu*) yang kondusif. Dengan asumsi bahwa syarat utama agar suatu komunitas dapat memelihara dan mengembangkan identitasnya adalah terciptanya kondisi yang terorganisasi, yang kemudian memudahkan persatu, kerja sama, dan pergerakan ke arah yang lebih kondusif.

Dalam dakwah *bi al-lisan* erat hubungannya dengan tatanan komunikasi. Amsyari (1993: 156) lebih menegaskan dakwah bisa dilakukan dengan cara komunikasi, cara ini meliputi komunikasi intrapribadi (intrapersonal), antarpribadi (interpersonal), kelompok, publik, organisasi, dan bermedia. Pada tataran publik, figure dengan teknik retorika (*public speaking*) lebih sering mendominasi agenda komunikasi dakwah. Berdasarkan pemahaman tersebut, setidaknya ada empat aktivitas yang bisa dilakukan oleh komunikator dalam komunikasi dakwah, meliputi, pertama, mengingatkan orang akan nilai-nilai kebenaran dan keadilan lisan. Kedua, mengomunikasikan prinsip-prinsip Islam melalui karya tulisnya. Ketiga, memberi contoh

keteladanan akan perilaku atau akhlak yang baik. Dan, keempat, bertindak tegas dengan kemampuan fisik, harta, dan jiwanya dalam menegakkan prinsip-prinsip Ilahi.

D. Komponen dalam Komunikasi Dakwah

Dalam komunikasi dakwah terdapat beberapa komponen yang mempengaruhi keberhasilan dakwah.

Pertama, komunikator dakwah (*da'i*). Pada hakekatnya semua pribadi muslim berperan secara otomatis sebagai juru dakwah atau komunikator dakwah. Keefektifan komunikasi dakwah tidak saja ditentukan oleh kemampuan berkomunikasi, tetapi juga oleh diri komunikator (Ilahi, 2010: 77). Keefektifan komunikasi dakwah sangat ditentukan oleh etos komunikator yang sikap dan perilakunya akan menjadi sumber penilaian dan rujukan perilaku masyarakat. Seorang komunikator dakwah dituntut menjadi orang yang saleh, bersih, baik dalam keluarga dan lingkungannya dan mampu mencerminkan sikap dan perilaku yang dapat dijadikan panutan.

Seorang komunikator dituntut juga menjadi tokoh di masyarakatnya. Ketokohan komunikator dakwah menjadi sesuatu yang strategis meskipun tingkatannya berbeda. Persona komunikator dakwah dapat mengantarkan pada peluang keberhasilan dakwah bila dibarengi keahlian mengemas pesan dakwah menjadi menarik dan dapat dipahami oleh komunikan (*mad'u*) manakala disampaikan dengan cara berpikir dan cara merasa. Komunikator dakwah seyogyanya mampu menyelami perasaan dan logika komunikan sehingga ia dapat dengan mudah mengemas pesan-pesannya agar berdaya panggil kuat dan berwibawa pada jiwa seseorang (Ma'arif, 2010: 40).

Kemampuan lain yang harus dikuasai oleh komunikator dakwah adalah kemampuan membaca dan memahami seluk-beluk komunikannya sehingga dapat dirancang metode apa yang cocok dipakai. Dengan mengetahui karakter komunikan seorang *da'i* bisa merancang media apa yang cocok digunakan, apakah dengan media bersifat audio, visual ataukah yang bersifat audio visual (Amin, 2009: 79). Oleh karena itu seorang komunikator dakwah agar dapat berkomunikasi dengan komunikannya dengan efektif dan sesuai dengan apa yang diharapkan dan didukung dengan kemampuan yang memadai dibidang pengetahuan agama, pengetahuan umum dan tentunya fasih dalam melantunkan ayat-ayat suci al-Qur'an.

Kedua, komunikasikan dakwah (*mad'u*). Ia merupakan pihak yang diajak ke jalan kebenaran (Islam). Pada dasarnya komunikasikan dakwah memiliki kemampuan yang berbeda-beda. Ada dua potensi dalam diri komunikasikan yang dapat dijadikan acuan oleh komunikasikan dakwah dalam menyampaikan pesannya, yaitu 1) Kemampuan berfikir, mengarah kepada seberapa jauh komunikasikan senang berpikir mendalam, dan 2) kemampuan merasa (perasaan), mengarah kepada apakah komunikasikan lebih senang imbauan emosional pesan-pesan yang menggembirakan atau pesan yang sedih (Ma'arif, 2010: 41-42).

Penerima pesan dakwah atau *mad'u* adalah pihak yang menjadi sasaran/mitra pesan yang dikirim oleh sumber. Jika pesan dakwah tidak diterima oleh *mad'u*, maka akan menimbulkan berbagai macam masalah yang sering kali menuntut perubahan, apakah ada sumber pesan atau saluran. Komunikasikan dakwah apada hakikat dapat dibedakan menjadi tiga, 1) *crowd*, adalah kelompok orang berkumpul pada suatu tempat atau ruangan tertentu yang terlibat dalam suatu persoalan atau kepentingan bersama secara tatap muka. 2) publik, merupakan kelompok yang abstrak dari orang-orang yang menaruh perhatian pada suatu persoalan atau kepentingan yang sama karena mereka terlibat dalam suatu pertukaran pemikiran melalui komunikasi tidak langsung untuk mencari penyelesaian atau kepuasan atau persoalan atau kepentingan mereka. 3) massa, merupakan orang banyak yang sangat heterogen, tidak terikat oleh suatu tempat dan interaksinya sangat kurang, demikian masalah yang mereka hadapi masing-masing masih terpecah-pecah. Olehnya, cakupan massa lebih luas daripada publik, audien ataupun *crowd* (Ilaihi, 2010: 87-88).

Sedang menurut Saputra (2011: 279) membagi komunikasikan dakwah (*mad'u*) ke beberapa kriteria; 1) sasaran yang menyangkut kelompok masyarakat dilihat dari segi sosiologis berupa masyarakat terasing pedesaan, kota besar dan kecil serta masyarakat dari kota besar, 2) sasaran yang menyangkut golongan masyarakat dilihat dari sudut struktur kelembagaan berupa masyarakat, pemerintahan dan keluarga, 3) sasaran yang berupa kelompok dilihat dari segi sosial kultural berupa golongan priyayi, abangan dan santri, 4). Sasaran yang berhubungan dengan masyarakat dilihat dari segi usia, berupa golongan anak-anak, remaja dan orang tua, 5) sasaran yang berhubungan dengan golongan masyarakat dilihat dari segi okupasional (profesi dan pekerjaan) berupa golongan petani, pedagang, seniman, buruh dan pegawai negeri, 6)

sasaran yang menyangkut golongan masyarakat dilihat dari segi tingkat hidup sosial ekonomi berupa golongan orang kaya, menengah dan miskin, 7) sasaran yang menyangkut kelompok masyarakat dilihat dari jenis kelamin, laki-laki dan perempuan, 8) sasaran yang berhubungan dengan golongan dilihat dari segi khusus berupa golongan masyarakat tuna susila tuna wisma, tuna karya dan narapidana.

Ketiga, pesan dakwah, merupakan isi kandungan yang disampaikan oleh da'i kepada *mad'u*. Pesan komunikasi dakwah berupa nilai-nilai keagamaan yang bersumber dari ajaran Islam baik yang diambil dari al-Qur'an maupun dari hadis. Pesan dakwah ini seyogyanya mampu membangkitkan dorongan atau motivasi bagi komunikan sesuai dengan apa yang diharapkan karena ada kemungkinan mereka hanya mendengar, tidak mau melaksanakan, atau bahkan menolak serta antipasti dan apatis terhadap pesan tersebut (Ma'arif, 2010: 43).

Di dalam al-Qur'an terdapat dua jenis pesan dakwah, 1) pesan yang maknanya memanggil akal atau dalam al-Qur'an diistilahkan sebagai pendaya gunaan akal, seperti kalimat *afala ta'qilun* (tidakkah engkau memikirkan). 2), pesan yang maknanya menghimbau rasa serta hati atau dalam istilah al-Qur'an disebut sebagai pendayagunaan rasa, seperti kalimat *afala tasy'urun* (tidakkah engkau merasakan). Rasa dan rasio sebagai landasan berpijak bagi perancangan pesan-pesan komunikator dakwah (Ma'arif, 2010: 43).

Pesan komunikasi dakwah memiliki tujuan tertentu yang menentukan teknik yang akan diambil, apakah itu teknik informasi, teknik persuasi, atau teknik instruksi. Betapun juga teknik pertama yang harus dimengerti dalam proses komunikasi dakwah adalah pesan dari komunikasi tersebut. Dalam melancarkan komunikasi dakwah seorang komunikator harus berupaya menghindarkan ucapan-ucapan yang konotatif (Ilaihi, 2012: 98). Karena gagalnya komunikasi sering disebabkan pesan yang disampaikan tidak bisa memberi pengaruh dalam perasaan *mad'u*.

Keempat, metode komunikasi dakwah. Ia merupakan jalan yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesan-pesannya terhadap komunikannya. Al-Qur'an menyampaikan cara berkomunikasi dakwah dengan indah, seperti tergambar dalam surat Yusuf: 108. "*Katakanlah: "Inilah jalan (agama) ku, aku dan orang-orang yang mengikutiku mengajak (kamu) kepada Allah dengan hujjah yang nyata, Maha Suci Allah, dan aku tiada termasuk orang-orang yang musyrik."*" Ayat ini memberi penjelasan

bahwa hujjah yang nyata adalah memberikan alasan yang menyentuh perasaan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi audiennya (Ma'arif, 2010: 52).

Al-Qur'an juga menggambarkan metodologi komunikasi dakwah sebagaimana yang tersifat dalam firman Allah, al-Nahl 125: "*Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.*"

1. *Bil hikmah* (membidik rasio dan hati)

Metode hikmah dapat dilakukan orang yang sudah cakap dalam berdakwah, yaitu bisa dilakukan orang yang menonjol analisis rasionalnya. Dakwah bil hikmah berarti dakwah bijak, mempunyai makna memperhatikan suasana, situasi, dan kondisi *mad'u*. Metode ini berarti menggunakan cara yang relevan dan realistis sesuai dengan tantangan dan kebutuhan, dengan memikirkan kadar kemampuan akal dan suasana psikologis serta sosio kultural *mad'u* (Muhyiddin, 2002: 164).

Amin (2009: 98) metode hikmah merupakan suatu metode pendekatan komunikasi yang dilaksanakan atas dasar persuasif. Karena dakwah bertumpu pada human oriented maka konsekuensi logisnya adalah pengakuan dan penghargaan pada hak-hak yang bersifat demokratis, agar fungsi dakwah yang utama, sebagaimana ketentuan al-Qur'an dalam surat al-Ghasiyah: 21-22: "*Bahwasanya engkau itu adalah yang memberi peringatan. Kamu bukanlah orang yang berkuasa atas mereka.*"

2. *Mauidzab hasanah* (nasehat yang baik).

Metode ini biasa disebut dengan istilah ceramah. Para da'i memberi ceramah dengan nasehat yang baik kepada orang lain dengan cara-cara yang baik, yaitu petunjuk kearah kebaikan dengan bahasa yang dapat diterima oleh *mad'u* yang biasanya dari golongan orang awam. Peranan juru dakwah dalam hal ini adalah sebagai pembimbing, teman dekat yang setia, menyayangi dan meberikan segala hal yang bermanfaat, serta membahagiakan *mad'unya* (Muhyiddin, 2002, 166).

Dalam menggunakan metode ini seorang dai sebagai subyek dakwah harus mampu menyesuaikan dan mengarahkan pesan dakwahnya sesuai dengan tingkatan berpikir dan lingkup pengalaman dari obyek dakwahnya. Dengan demikian, dakwah dengan menggunakan

pendekatan mauidzah hasanah ini, para dai dituntut untuk memperhatikan hal berikut ini. *Pertama*, tutur kata yang lembut sehingga akan mengesan di hati. *Kedua*, menghindari sikap sinis dan kasar. *Ketiga*, tidak menyebutkan kesalahan atau bersikap menghakimi orang yang diajak bicara (*mukhatthab*) (Amin, 2009: 100).

3. *Wajadilhum billati hiya ahsan* (Berdialog dengan cara yang terbaik).

Metode ini mempunyai arti upaya dakwah melalui cara bantahan, diskusi, atau berdebat dengan cara yang baik, santun dan saling menghargai. Al-Qardhawi (1999:623) menjelaskan metode ini digunakan melalui dialog dengan para lawan melalui pendekatan dialog yang baik dan terhalus. Al-Qur'an mencukupkan nasihat dengan cara yang baik (*hasanah*), akan tetapi tidak menganggap cukup dalam hal berdialog kecuali dengan cara yang paling baik (*ahsan*). Maksudnya, kalau ada dua cara untuk berdebat atau diaog; cara yang baik dan cara yang terbaik maka seorang muslim disuruh untuk berdialog dengan para lawan melalui cara yang terbaik.

Al-Qardhawi (1999) melakukan *feed back* dengan mengemukakan mengapa al-Qur'an membedakan antara nasehat, debat, atau dialog? Ia menjelaskan, karena nasihat biasanya adalah untuk sesama pemeluk agama Islam. Akan tetapi, debat atau dialog adalah dengan mereka yang tidak seagama. Yang seagama cukup menyampaikan kepada mereka dengan cara yang baik, tetapi dengan yang tidak seagama membuahkan kepada cara yang lebih baik (bahkan terbaik). Al-Qur'an mengajak kita untuk menggunakan sebaik-baik cara dalam mendebat mereka dan menekankan pada masalah yang disepakati, bukan pada masalah-masalah yang menjadi perbedaan antara kita dan mereka. Oleh karena itu, tidak diragukan lagi di situ ada beberapa bagian yang menyatu antara kita dan mereka. Disini hendakna kita menampkkan saat berdialog. Sebagaimana firman-Nya: ... *katakanlah, Kami telah beriman kepada kitab-kitab yang diturunkan kepada kami dan yang diturunkan kepada kamu; Tuhan kami dan Tuhan kamu adalah satu, dan kami kepada-Nya berserah diri* (al-Ankabut: 46)

4. Berkomunikasi kepada setiap bangsa dengan bahasa mereka

Selain ketiga metode di atas, al-Qardhawi (1999: 625) memberikan metode lain dalam berdakwah yaitu metode komunikasi sesuai dengan bahasanya. Di antara petunjuk al-Qur'an dalam masalah dakwah adalah bahwa berkomunikasi dengan setiap kaum harus menggunakan bahasa yang sesuai dengan bahasa yang mereka pahami, tidak dengan bahasa

yang asing bagi mereka. Sebagaimana firman-Nya: “*Kami tidak mengutus seroang rasul pun, melainkan dengan bahasa kaumnya, supaya ia dapat member penjelasan dengan terang kepada mereka...*”. (Ibrahim: 4).

Lebih lanjut al-Qardhawi menegaskan bahwa setiap kaum mempunyai memiliki bahasa komunikasi tersendiri, yaitu bahasa yang lebih spesifik bukan bahasa dalam pengertian umum. Demikian juga bahasa yang digunakan dalam berdakwah harus sesuai dengan kapasitas dan level mereka, dengan cara yang pas bagi mereka dan dengan bahasa yang mampu dicerna oleh rasio mereka. Janganlah anda berkomunikasi kepada kaum dengan bahasa kaum lain. Hal ini disampaikan oleh Sayyidina Ali bin Abi Thalib ra., “*Berbicalah kepada manusia dengan sesuatu yang mereka ketahui, tinggalkanlah sesuatu yang mereka tentang. Adakah kamu senang berdusta kepada Allah dan Rasulnya?*” (al-Qardhawi, 1999: 625).

E. Dakwah sebagai Komunikasi Persuasif

Dalam kamus bahasa Indonesia Moeliono (dalam Ma’arif, 2010: 15) persuasi mempunyai arti bujukan halus himbauan dan rayuan. Persuasi mengarah pada suatu kondisi daya tarik yang terjadi pada saat berlangsungnya interaksi yang tidak hanya terbatas pada interaksi antar pribadi, tetapi juga dalam pergaulan yang lebih luas. Persuasi merupakan komunikasi di mana pesan-pesan yang disampaikan diharap mampu mengubah sikap, kepercayaan dan perilaku pihak penerima atau komunikan. Sedangkan maksud komunikasi persuasif dalam kerangka dakwah adalah komunikasi yang senantiasa berorientasi pada segi-segi psikologis *mad’u* dalam rangka membangkitkan kesadaran mereka untuk menerima dan melaksanakan ajaran Islam (Ilaihi, 2010: 125).

Dalam kerangka dakwah dan kepentingan komunikasi persuasif, seorang komunikator dakwah hendaknya membekali diri mereka dengan teori-teori *persuasif* agar ia dapat menjadi komunikator yang efektif. Ilaihi (2010: 126) menjelaskan beberapa teori yang digunakan sebagai dasar kegiatan komunikasi persuasif, bisa dikembangkan dalam beberapa metode,

- Metode asosiasi, adalah penyajian pesan komunikasi dengan jalan menumpungkan pada suatu peristiwa yang actual atau sedang menarik perhatian dan minat masa.
- Metode integrasi, kemampuan untuk menyatukan diri dengan komunikan dalam arti menyatukan diri secara komunikatif sehingga tampak menjadi satu, atau mengandung arti kebersamaan dan

senasib serta sepenanggungan dengan komunikan, baik dilakukan secara verbal maupun nonverbal (sikap).

- Metode pay-off dan fear-arousing, yakni kegiatan mempengaruhi orang lain dengan jalan melukiskan hal-hal yang menggemburkan dan menyenangkan perasaannya atau member harapan (iming-iming), dan sebaliknya dengan menggambarkan hal-hal yang menakutkan atau menyajikan konsekuensi yang buruk dan tidak menyenangkan.
- Metode icing, yaitu menjadikan indah sesuatu, sehingga menarik siapa yang menerimanya. Metode icing ini juga disebut metode memanis-maniskan atau megulang kegiatan *persuasif* dengan jalan menata rupa sehingga komunikasi menjadi menarik.

Efektifitas komunikasi dakwah yang *persuasif* mengarah pada sebuah pertanyaan, sampai sejauh mana pesan-pesan dan aktivitas dakwah dapat mempengaruhi dan meyakinkan khalayak (*mad'u*). kekuatan persuasi itu berkaitan antara berbagai komponen dalam komunikasi dakwah. Dakwah memberikan bukti atau apa yang telah diserukan oleh komunikator dakwah (*da'i*). Suatu komunikasi dakwah berdaya panggil secara berbeda pada jiwa orang yang diserunya. Ada daya panggil besar, namun ada pula berdaya panggil kecil. Sekecil apapun daya panggil dakwah, selayaknya dipahami sebagai efek dari kegiatan komunikasi dakwah (Ma'arif, 2012: 64). Dalam berdakwah, para nabi begitu kuat daya komunikasi dakwahnya sehingga umat mau mengikutinya. Keberhasilan dakwah yang dilakukan oleh para Nabi itu bukan semata-mata karena kiprah komunikasi dakwah mereka, melainkan atas pertolongan Allah swt, firman-Nya dalam surat al-Hujurat: 16, "*Katakanlah: "Apakah kamu akan memberitabukan kepada Allah tentang agamamu, padahal Allah mengetahui apa yang di langit dan apa yang di bumi dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu?"*" Pengetahuan dan pertolongan Allah ini lah yang menghantarkan kesuksesan Nabi menyebarkan Islam ke seluruh alam semesta ini, karena pada hakikatnya Nabi diutus sebagai rahmat sekalian alam.

Dalam penyebaran Islam di nusantara, peran komunikasi dakwah walisongo begitu luar biasa sehingga Islam menjadi agama mayoritas, yang sebelumnya beragama Hindu. Komunikasi dakwah mereka lebih menekankan pada nilai-nilai sufistik yang menyentuh hati dan tidak menghilangkan nilai budaya yang dianut oleh orang Jawa dan nusantara pada umumnya. Pendekatan tasawwuf di dahulukan daripada pendekatan syariat, sehingga dakwah mereka betul-betul menyentuh relung hati dan membina kepribadian muslim dengan lemah lembut.

Komunikasi dakwah walisongo sekiranya senantiasa dapat digunakan oleh para juru dakwah di nusantara ini sehingga dapat mengena dihati setiap muslim, bukan malah melakukan pendekatan dakwah yang membuat anti pati terhadap Islam dan juru dakwah Islam sendiri.

Ma'arif (2012: 65) menjelaskan dakwah Islam dapat dikaji dari berbagai macam ilmu dan pendekatan, misalnya sosiologi, antropologi, dan berbagai macam disiplin lainnya yang perpendekatan tasawwuf dan syariah, namun jaran yang mendekatinya dari sudut psikologi komunikasi. Dari sudut komunikasi, dapat dicermati bahwa suatu dakwah dilakukan dengan cara damai. Islam tidak disebarluaskan dengan cara-cara pemaksaan dan kekerasan. Sebaliknya, Islam disebarluaskan dengan cara yang berbudaya dan menumbuhkan kesadaran agar seseorang atau suatu kelompok dapat memahami ajaran Islam dengan penuh pengertian. Dakwah Islam yang fleksibel dalam menyebarkan ajaran Islam turut melahirkan berbagai macam ijihad untuk menumbuhkembangkan pemahaman budi pekerti masyarakat.

F. Bentuk-bentuk Etika Komunikasi Persuasif dalam al-Qur'an

Komunikasi dakwah bukan saja harus baik dalam hal isi (konten) yang disampaikan oleh komunikatornya (*da'i*), melainkan juga harus baik dalam hal cara. Al-Qur'an sebagai kitab konstitusi dakwah telah banyak memberikan informasi tentang bagaimana dakwah dengan baik, dengan cara-cara yang bisa menyentuh *mad'unya*. Dalam berkomunikasi al-Qur'an mengajarkan bahwa suatu pesan perlu dirangkai sedemikian ruapa sehingga dapat menyentuh pada relung pendengarnya. Kata-kata yang dipilih al-Qur'an dalam berkomunikasi dipandang sangat efektif dan memiliki kekuatan dalam mempengaruhi atau mengubah tingkah laku manusia baik sebagai *da'i* maupun *mad'u*.

Jika diteliti, terdapat ayat-ayat al-Qur'an yang menggunakan ungkapan yang mendekati dengan pengertian komunikasi. Al-Qur'an juga menjelaskan betapa pentingnya pesan yang disampaikan oleh komunikator dakwah. Al-Qur'an memperkenalkan kata *qaulan* dalam banyak ayat. Gaya bicara al-Qur'an atau pembicaraan (*qaulan*) dikategorikan sebagai kaidah, prinsip, atau etika komunikasi Islam, berikut penjelasannya:

1. Qaulan Balighan

Dalam perspektif bahasa Arab, kata *baligh* mempunyai arti yang fasih, *khathib baligh* berarti ahli piato (orator) yang fasih dan

lancar bicaranya, baligh juga berarti yang kuat, dan sampai. (Ali dan Muhdlor, 1998: 355). Jika dikaitkan dengan kata-kata *qaul* (ucapan atau komunikasi) *baligh* berarti fasih, jelas maknanya, tepat mengungkapkan apa yang dikehendaki dan terang. Ibnu Katsir (1997: 443) mengartikan *qaulan balighan* sebagai perkataan yang membekas di jiwa. Dalam surat al-Nisa': 63, Allah menjelaskan,

أُولَٰئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا

Artinya: Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka (QS. Al-Nisa': 63).

Qaulan baligha perkataan yang membekas dalam jiwa, perkataan yang tidak berbelit-belit. Seorang yang mampu menyampaikan kata-kata dengan baik dinamakan *baligh*. Demikian juga *muballigh* adalah seorang yang menyampaikan berita yang cukup kepada orang lain dengan baik. Dalam komunikasi dakwah, ungkapan *qaulan baligha* bisa dipahami sebagai perkataan atau pesan komunikator untuk menyesuaikan pembicaraannya dengan sifat-sifat khalayak yang dihadapinya (Ilaihi, 2010: 174).

2. Qaulan Layyinan

Layyin secara etimologi berarti lembut. *Qaulan layyinan* berarti perkataan yang lemah lembut. Dalam komunikasi dakwah, perkataan yang lemah lembut merupakan jenis interaksi komunikasi *dai* dalam mempengaruhi *mad'u* untuk mencapai hikmah. Kata *qaulan Layyinan* digambarkan dalam surat Thaha: 43-44,

أَذْهَبَا إِلَىٰ فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَىٰ ﴿٤٣﴾ فَقُولَا لَهُ، قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ ﴿٤٤﴾

Artinya: "Pergilah kamu berdua kepada Fir'aun, sesungguhnya dia telah melampui batas; Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah mudahan ia ingat akan takut. (QS. Thaha: 43-44).

Dalam komunikasi dakwah *qaulan layyinan* menjadi dasar tentang perlunya sikap bijaksana dalam berdakwah ditandai dengan ucapan-ucapan yang santun yang tidak menyakitkan komunikan dakwah (*mad'u*). Al-Maraghi (Maktabah Syamilah) menerangkan bahwa *Qaulan Layyinan* berarti pembicaraan yang lemah lembut agar lebih dapat menyentuh hati dan menariknya untuk menerima dakwah.

Karena Fir'aun saja yang begitu bengisnya bahkan mengaku sebagai Tuhan, Nabi Musa dan Harun dalam berdakwah kepadanya masih juga diperintahkan oleh Allah untuk menghadapinya dengan lemah lembut, dengan harapan perkataan itu bisa diterima.

Qaulan Layyinan juga memiliki arti kata-kata yang lemah lembut, sikap bersahabat, suara yang enak didengar, dan bertingkah laku yang menyenangkan dalam menyerukan agama Allah. Komunikasi dengan *Qaulan Layyinan*, juga dimaksudkan komunikasi yang mengajak orang dengan tersentuh hatinya, tergerak jiwannya dan tentram batinnya, sehingga ia akan tertarik mengikuti komunikator dakwahnya (*da'i*).

3. *Qaulan Sadidan*

Dalam bahasa arab *sadid* berarti yang benar dan yang tepat (Ali dan Muhdlor, 2003:1055). *Qaulan Sadidan* artinya pembicaraan yang benar, tepat, jujur, dan tidak bohong. Kata *qaulan sadidan* disebut dua kali dalam Al-Quran. *Pertama*, dalam surat al-Nisa': 9,

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا
قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya: Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar (QS.al-Nisa': 9).

Dalam ayat ini dijelaskan bahwa Allah menyuruh manusia menyampaikan *qaulan sadidan* dalam urusan anak-anak yatim, yang pada hakikatnya berbeda-beda dengan anak-anak kandung, sehingga membutuhkan perlakuan yang lebih hati-hati dan berbicara dengan memilih perkataan yang baik, dan walaupun memberikan teguran jangan sampai menimbulkan kekeruhan dalam hati mereka. Walaupun menegur anak-anak yatim dengan teguran yang bertujuan meluruskan kesalahan sekaligus membina.

Kedua, dalam surat al-Ahzab: 70, dalam ayat ini Allah memerintahkan *qaulan sadidan* sesudah takwa, firman-Nya:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan ketakanlah perkataan yang benar (QS. Al-Ahzab: 70)"

Dalam menafsirkan ayat ini Thahir Ibnu Asyur (dalam Maktabah Syamilah) dengan menekankan pada kata *qaul* atau ucapan, yang menurutnya merupakan satu pintu yang sangat luas, baik yang berkaitan dengan kebajikan maupun keburukan. Hal ini terlihat dari banyaknya hadis yang menekankan pentingnya memperhatikan lidah dan ucapan-ucapannya. Dan Allah swt. menganugerahkan rahmat seseorang yang mengucapkan kata-kata yang baik sehingga dia memperoleh keselamatan.” Barang siapa yang peraya kepada Allah dan hari akhir, maka hendaklah dia mengucapkan kata yang baik atau diam. Demikian Ibnu Asyur mengemukakan tiga hadis nabi saw. dan yang selanjutnya menyatakan bahwa “perkataan yang tepat” itu mencakup sabda para nabi, ucapan para ulma, dan penutur hikmah. Termasuk di dalamnya membaca al-Qur'an, takbir, tahmid, adzan dan iqamah (Ilaihi, 2010: 189).

Dalam konteks komunikasi dakwah, *qaulan sadidan* mengajarkan agar masyarakat memperbaiki dalam perkataannya, berupaya menuturkan kata-kata yang baik dalam setiap ucapannya. Bahasa yang dituturkan adalah bahasa yang baik, pesan yang keluar dari mulutnya adalah kebenaran yang berlandaskan atas fakta dan realitasnya. Perkataan yang keluar dari mulutnya adalah kata-kata yang berlandaskan ilmu bukan hanya sekedar omong kosong semata.

4. *Qaulan Maysuran*

Secara etimologi kata *maysuran* berasal dari kata *yasara* yang artinya mudah atau gampang (Al-Munawir, 1997: 158). Dalam al-Qur'an kata *qaulan maysuran* hanya satu kali disebutkan dalam Al-Quran, QS. Al-Isra': 28.

وَأِمَّا تُعْرِضَنَّ عَنْهُمْ أَبْغَاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا مَّيْسُورًا

Artinya: Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang pantas (QS. Al-Isra': 28).

Ayat di atas mempunyai *asbab al-nuzul* (sebab-sebab turunnya) Allah memberikan pendidikan dan teguran kepada nabi Muhammad saw. agar bersikap lemah lembut kepada para sahabat yang miskin yang minta kendaraan untuk berperang di jalan Allah, saat itu rasulullah menolak permintaan sahabat tersebut. Lalu Allah menegur Nabi dengan menurunkan ayat ini (al-Suyuthi, tt: 38).

Qaulan maysuran mempunyai arti perkataan yang mudah dan gampang, yaitu perkataan yang mudah dipahami dan dimengerti oleh

komunikasikan. Menurut Bennett, (dalam Mulyana, 1993: 83) salah satu prinsip komunikasi dalam Islam adalah setiap berkomunikasi harus bertujuan mendekatkan manusia dengan Tuhannya dan hambahambanya yang lain. Seorang komunikator yang baik adalah komunikator yang mampu menampilkan dirinya sehingga disukai dan disenangi orang lain. Untuk bisa disenangi orang lain, ia harus memiliki sikap simpati dan empati. Simpati dapat diartikan dengan menempatkan diri kita secara imajinatif dalam posisi orang lain.

5. *Qulan Ma'rufan*

Menurut bahasa *ma'ruf* berarti baik, santun, dan tidak kasar. Dalam al-Qur'an kata qaulan ma'rufan diulang 4 kali yaitu dalam Al-Baqarah:235, 263, An-Nisa':5, Al-Ahzab: 32,

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَامًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا

Artinya: "Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum Sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. berilah mereka belanja dan Pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik". (QS. Al-Nisa: 5).

Menurut Quraish Shihab (1998: 125) ma'rufa berarti baik dan diterima oleh nilai-nilai yang berlaku di masyarakat. Ungkapan yang baik adalah ungkapan yang diterima sebagai sesuatu yang baik dalam pandangan masyarakat lingkungan penutur.

Jika diteliti, ayat-ayat yang terkait dengan *qaulan ma'rufan* ini memberi gambaran bagaimana berkomunikasi yang baik dengan komunikasikan. *Pertama*, orang-orang kuat (komunikator yang memiliki power) kepada yang lemah seperti orang miskin, anak yatim dan sebagainya (komunikasikan). *Kedua*, orang-orang yang masih belum sempurna menggunakan akalannya (anak-anak), yang lebih mengedepankan emosi daripada logikanya. *Ketiga*, para perempuan, ditujukan untuk menghindarkan dan mencegah perkataan yang lemah lembut dalam konteks dapat menimbulkan fitnah (Ilaihi, 2010: 187).

6. *Qaulan Kariman*

Dari segi bahasa *karima* berarti mulia. Perkataan yang mulia adalah perkataan yang diucapkan oleh komunikator dengan memberi penghargaan dan penghormatan kepada orang yang diajak bicara atau komunikannya. Dalam al-Qur'an kata qaulan karima terdapat dalam surat al-Isra': 23,

وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۖ إِنَّمَا يُبَلِّغُنَّ عِنْدَكَ الْأَكْبَرُ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا نَهْرُهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا

Artinya: "Dan Tuhanmu Telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. jika salah seorang di antara keduanya atau kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, Maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan "ah" dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia". (QS. Al-Isra: 23).

Dalam komunikasi dakwah, qaulan kariman berarti lebih menekankan pada komunikan (*mad'u*) yang lebih tua. Maka pendekatan yang dilakukan oleh komunikatornya adalah pendekatan akhlak mulia berlandaskan kesantunan, kelembutan, dan sopan santun. Mengungkapkan kata-kata yang baik dengan penuh hikmah dengan tidak menggurui dan percakapan yang berapi-api sehingga menyakiti komunikannya yang lebih tua.

G. Simpulan

Antara komunikasi dan dakwah terdapat hubungan yang kental, mengingat dakwah menyatu dengan manusia dalam kerangka membentuk suatu komunitas atau masyarakat. Dakwah dalam rangka komunikasi inilah yang di dalamnya berbagai istilah Islam disebut sebagai tabligh yang menjadi inti dari komunikasi dakwah. Tabligh di sini harus dipahami secara lebih luas.

Komunikasi dakwah bukan saja harus baik dalam hal isi (konten) yang disampaikan oleh komunikatornya (*da'i*), melainkan juga harus baik dalam hal cara. Al-Qur'an sebagai kitab konstitusi dakwah telah banyak memberikan informasi tentang bagaimana dakwah dengan baik, dengan cara-cara yang bisa menyentuh *mad'unya*. Dalam berkomunikasi al-Qur'an mengajarkan bahwa suatu pesan perlu dirangkai sedemikian rupa sehingga dapat menyentuh pada relung pendengarnya.

Dalam Al-Qur'an terdapat ayat-ayat al-Qur'an yang menggunakan ungkapan yang mendekati dengan pengertian komunikasi. Al-Qur'an juga menjelaskan betapa pentingnya pesan yang disampaikan oleh komunikator dakwah. Al-Qur'an memperkenalkan kata *qaulan* dalam banyak ayat. Pembicaraan (*qaulan*) dikategorikan sebagai kaidah, prinsip, atau etika komunikasi Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Atabik dan A. Zuhdi Muhdlor, *Kamus Kontemporer Arab Indonesia*, Yogyakarta: Multi Karya Grafika, 1998.
- Al-Maraghi, Mushtafa, *Tafsir al-Maraghi*, Software Maktabah Syamilah.
- Al-Qardhawi, Yusuf, *Kaija Nata'amal ma'a al-Qur'an al-Adzim*, (Berinteraksi dengan *Al-Qur'an*), terj. Abdul Hay al-Kattani, Jakarta: Gema Insani Press, 1999.
- Al-Suyuthi Jalaluddin, *Lubab al-Nuqul fi Asbab al-Nuzul*, Surabaya: Mutiara Ilmu, tt.
- Amin, Samsul Arifin, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Penerbit Amzah, 2009.
- Amsyari, Fuad, *Masa Depan Umat Islam Indonesia: Peluang dan Tantangan*, Bandung: Mizan, 1993.
- Arifin, Anwar, *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Effendi, Onong Uchjana, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008.
- , *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT. Citra Adiya Bakti, Cet. III, 2003.
- Ibnu Katsir, *Tafsir al-Qur'an al-Adzim*, Beirut: Al-Maktabah al-'Ashriyah, 1997.
- Ilaihi, Wahyu, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010.
- Ma'arif, Bambang S., *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010.
- Muhtadi, Asep Saeful, *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan, dan Aplikasi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012.
- Mulyana, Deddy, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000.
- Shibab, Quraish, *Membumikan al-Qur'an*, Bandung: Mizan, 1996.