

DAKWATOLOGI KOMUNIKASI DAN TITIK BIAS KOMUNIKASI

Aep Wahyudin

(Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SGD Bandung)

Abstract:

Building a paradigm of Islamic communication does not have to start from scratch. In terms of synthesis base, it can use conventional communication theories. However, it is the task of Muslim intellectuals and scholars to make a new synthesis through metatheoretical aspects, which includes epistemology, ontology and perspective. Aspects of values and ethics should be able to collaborate with monotheism and divine responsibility. The function of communication in Islam is to realize the same meaning, leading to changes in the attitudes or behavior of the Muslim community. In the meantime, the ultimate goal of communication in Islam is the happiness in this world and the hereafter, which emphasizes on communication aspects, not communicator. In social change and community development, conventional communication tends to be positivistic and functional and is oriented to individual, not a whole social system. The values of communication such as truth, simplicity, kindness, honesty, integrity, fairness, the validity of message and source, become an important aspect of communication in Islam. On this perspective, Islam is established on the triangular relationship between God, man and society.

ليس من الضروري أن نبدأ بناء نموذج للاتصال الإسلامية من الصفر. من حيث قاعدة التوليف، فإنه يمكن استخدام نظريات الاتصال التقليدية. ومع ذلك، فإنه من مهمة المثقفين والعلماء المسلمين أن يقوموا بتوليفة جديدة من خلال جوانب الفوقية النظرية، والذي يتضمن نظرية المعرفة وعلم الوجود والمنظور العلمي. وينبغي لجوانب القيم والأخلاق أن تكون قادرة على التعاون مع التوحيد والمسؤولية الإلهية. ووظيفة الاتصال في الإسلام هو تحقيق نفس المعنى، مما يؤدي إلى تغييرات في المواقف أو السلوك للمجتمع المسلم. وفي غضون ذلك، فإن الهدف النهائي للاتصالات في الإسلام هو السعادة في الدنيا والآخرة، والذي يؤكد على جوانب الاتصال، وليس التواصل. وفي التعبير الاجتماعي وتنمية المجتمع، تميل الاتصالات التقليدية إلى أن تكون وضعية وظيفية موجهة إلى الفرد، وليس نظاما اجتماعيا كاملا. فاما قيم التواصل مثل الحقيقة والبساطة واللطف والصدق والنزاهة والإنصاف و صحة الرسالة والمصدر

فأصبحت جانباً هاماً من جوانب الاتصالات في الإسلام. وفي هذا المنظور، تم تأسيس الإسلام في العلاقة الثلاثية بين الرجل والله والمجتمع.

Kata Kunci : *dakwah, komunikasi islam, epistemologi.*

Pendahuluan

Littlejohn SW (1978), dalam “*Theories of Human Communication*”, mengungkapkan kajian komunikasi merupakan studi interdisipliner yang menyelidiki proses komunikasi dengan menggunakan pandangan dari berbagai disiplin ilmu tradisional (sosiologi, psikologi, antropologi, dan filsafat).¹ Secara kajian studi Islam (*Islamic studies*), dengan pendekatan antar disiplin, komunikasi juga dapat dipahami dalam ilmu dan pengetahuan ke-Islam-an. Pendekatan terhadap hal ini telah dilakukan, misalnya oleh Imtiaz Hasnain dengan “*Communication: An Islamic Approach*”, dan Muhammad Yusof Hussein “*Islamization of Communication Theory*”.²

Rumusan definisi komunikasi banyak sekali, sebagai gambaran “*entry point*” memahami komunikasi, menurut Berker, “*process that involves interdependent an interpreted element working together to achieve desired goal or out come*”.³ Berelson dan Steiner menyatakan komunikasi sebagai proses penyampaian informasi, emosi, ketrampilan, dengan menggunakan simbol, kata, gambar, angka, dan sebagainya. Dan, menurut Carl I.

¹Ahmad Kamil Muhammed, *Communication As an Academic Discipline*, terj. (Komunikasi sebagai suatu disiplin Akademis), dalam Jurnal Komunikasi Audientia, (Vol 1. No. 1 Januari-Maret 1993; Bandung: Rosdakarya), h. 1. Disarikan dari Littlejohn SW, “Theories of Human Communication”, (Columbus, Ohio: Charles E Merrill).

²Imtiaz Hasnain, *Communication: An Islamic Approach*, terj. (Komunikasi Menurut Pendekatan Islam). Dalam Jurnal Komunikasi Audientia, Ibid., h. 15

³Lary Barker, *Communication*, (New Jersey: Prentic Hall Inc. 1984), p. 425

Hovland, adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap, bahkan secara khusus “*communication is the process to modify the behavior of other individuals*” (komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain)⁴

Berdasar dari pengertian di atas, secara bahasan akademis dapat diidentifikasi bahwa ilmu komunikasi secara umum dapat disebut (memiliki kesamaan) dengan *dakwah*. Keduanya memiliki proses *transformasi, internalisasi dan eksternalisasi pesan (message)*. Karena kegiatan dakwah Islam merupakan syi’ar dan penerangan Islam atau komunikasi dan penyiaran Islam yang terdiri dari: *transformasi, sosialisasi, internalisasi, dan eksternalisasi* ajaran Islam dengan menggunakan metode (sarana) untuk mencapai tujuan.⁵

Dalam Alqurān disebutkan term-term yang berkaitan dengan dakwah : Allah sebagai da’i (yang menyeru, memanggil dan mengajak – dalam komunikasi bisa disebut komunikator) sebanyak 980 kali, Nabi (sebagai penyampai informasi Ilahiyah) sebanyak 154 kali dalam 43 bentuk, dakwah sebanyak 208 kali dalam 70 bentuk, tabligh (menyampaikan ajaran Islam) sebanyak 77 kali dalam 32 bentuk, lisan 25 kali dalam 7 bentuk, dan term-term lainnya.⁶ Merujuk pada firman Allah:

⁴ Onong Uchyana Effendi, *Ilmu Komunikasi teori dan Praktek*, (Bandung: Rosda Karya, 1994), h. 10

⁵ Amarullah Ahmad, “*Kurikulum Nasional Fakultas Dakwah IAIN*”, Tim Penyusun Kurikulum Nasional fakultas Dakwah, (1994), h. 4

⁶ Syukriadi Sambas, *Uṣul al-Ithna al-‘Ash’ariyah*, (Pedoman Matan Wilayah Dakwah Islam), (Fakultas Dakwah IAIN SGD Bandung: 1998), h. 1-2

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْعُرْفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ
الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٥﴾ وَلَا تَكُونُوا كَالَّذِينَ تَفَرَّقُوا وَاخْتَلَفُوا مِنْ بَعْدِ مَا جَاءَهُمُ الْبَيِّنَاتُ وَأُولَئِكَ
هُمُ عَذَابٌ عَظِيمٌ ﴿١٠٦﴾

(“Dan hendaklah ada diantara kamu sekalian segolongan umat yang menyeru kepada kebaikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah yang munkar, mereka itulah orang-orang yang beruntung”).⁷

Hadith Rasul menyebutkan;

وعن عبدالله عمر وبن العاص رضي الله عنه ان النبي صلى الله عليه وسلم قال
بلغوا عنى ولو اية (رواه البخارى)

(“Abdullah Bin ‘Amr Bin al-Aṣ berkata: Bersabda Rasulullah saw: “sampaikan dari ajaranku walaupun hanya satu ayat..”).⁸

Oleh karena itu komunikasi sebagai suatu bentuk disiplin ilmu sosial yang berkenaan dengan manusia, tidak bisa dipisahkan dengan dakwah yang berkenaan pula dengan manusia. Maka dakwah dapat dipahami dalam beberapa *definisi*, sebagai berikut :

“Syekh Ali Mahfuz dalam “Hidāyatu al-Murshidīn” :

- “Mendorong manusia untuk melakukan kebaikan dan mengikuti petunjuk, memerintahkan berbuat ma’rūf dan mencegah dari berbuat munkar, agar memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat”.⁹

⁷Q.S. ali ‘Imrān (3): 104. Juga ayat-ayat lain yang berkenaan dengan dakwah ini : Q.S. al-Baqarah (2): 186; Q.S. ar-Rūm (30): 25; al-Baqarah (2): 2; al-‘An‘ām (6): 52; Q.S. Yunus (10): 25; Q.S. ali ‘Imrān (3): 110, dan lain-lain.

⁸ An-Nawawy, *Riyadu al-Ṣālihin*, terj. Jild II. Penerjemah Salim Bahreisy. (Bandung : PT. Al-Ma’arif. 1987), h. 316

⁹ Syekh Ali Mahfuz, *Hidāyatu al-Murshidīn*, (Bairut : Dār al-Ma’arif, Tith), h. 17

- “Aktualisasi Imani (teologis) yang dimanifestasikan dalam suatu sistem kegiatan manusia beriman dalam bidang kemasyarakatan yang dilakukan secara teratur untuk mempengaruhi cara merasa, berpikir, bersikap dan bertindak manusia pada dataran kenyataan individual dan sosio-kultural dalam rangka mengusahakan terwujudnya ajaran Islam dalam semua segi kehidupan dengan menggunakan cara tertentu”.¹⁰
- “Penyampaian informasi (Islam) yang bukan saja bertujuan supaya orang mengerti dan memahami isi suatu informasi, akan tetapi agar orang meyakini dan menundukan diri pada sisi atau pesan informasi tersebut, yang berisi kegiatan dan proses sosialisasi idea dan konsep-konsep serta internalisasi nilai dan kaidah ajaran Islam, sehingga hal itu masuk dalam kepribadian seseorang”.¹¹
- “Dakwah disebut pula komunikasi Islam, sbagai suatu cara yang mengajarkan, mempengaruhi manusia melalui alam pikirannya, dengan tujuan menggubah situasi yang negatif kepada situasi yang positif, memindahkan dari alam kekafiran kepada alam keimanan kepada Allah swt.¹²
- “Seruan atau ajaran kepada keinsafan atau usaha untuk mengubah situasi kepada situasi yang lebih baik dan sempurna, baik kepada pribadi maupun masyarakat”.¹³
- “Merupakan tugas suci bagi setiap muslim ketika berada di bumi, yaitu menyeru dan menyampaikan agama Islam kepada masyarakat dan kewajiban tersebut untuk selama-lamanya”.¹⁴
- “Mengajak atau menyeru untuk melakukan kebajikan-kebajikan dan mencegah kemunkaran, merubah ummat dari situasi lain yang lebih baik dalam segala bidang, merealisasikan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari bagi seorang pribadi, keluarga, kelompok

¹⁰Amrullah Ahmad, *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*, (Yogyakarta: PLP2M, 1985), h. 2

¹¹ Abdul Munir Mulkhan, *Paradigma Intelektual Muslim*, (Yogyakarta: Sipes. 1994), h. 100

¹²R. Agus Toha Kustawa, *Komunikasi Islam*, (.Jakarta: Arikha Media Cipta, 1986), h. 12

¹³M. Quraish Shihab, *Membumikan Alqurān*, (Bandung: Mizan, 1995), h. 194

¹⁴Hafi, Anshari, *Pemahaman dan pengamalan Dakwah*, (Surabaya: Al-Ikhlās. 1993), h. 10

atau massa serta bagi kehidupan masyarakat sebagai keseluruhan tata kehidupan bersama dalam rangka pembangunan bangsa dan ummat manusia”.¹⁵

- “Sebagai komunikasi mengajak dan memanggil ummat manusia kepada agama Islam, memberi informasi mengenainya, amar ma’ruf nahi munkar, agar dapat tercapai kebahagiaan dunia dan akhirat, dan supaya terlaksananya ketentuan Allah”.¹⁶

Pembahasan

A. Jejak Histori Komunikasi Dalam Islam

Untuk mengetahui sejarah komunikasi dalam Islam, maka ia akan terkait dengan tarikh atau *sejarah dakwah Islamiyah*. Dakwah sebagai komunikasi Islam ini memiliki sejarah yang luas sepanjang sejarah peradaban manusia dalam menyebarkan Islam. Dalam hal ini, komunikasi Islam dalam aspek sejarahnya dapat dibagi dua masa:

1. Masa Sejarah Dakwah (Komunikasi Islam) Dalam Bentuk Praktis

Sejarah dakwah itu sangat panjang, semenjak dakwah yang dilakukan oleh Nabi Adam as., sampai kepada Nabi Muhammad saw dan hingga sekarang. Masa kehidupan Muhammad dalam proses mengkomunikasikan Islam terdiri dari periode Makkah dan periode Madinah, kemudian *Khulafā’ ar-Rāshidin*, periode Mu’awiyah dan Abasyiyah, hingga masa kebangkitan kembali Islam. Pada periode tersebut banyak masalah yang dapat diteliti dan dihimpun, hingga dapat menghasilkan teori-teori ilmu dakwah (sebagai komunikasi Islam).¹⁷

¹⁵A. H. Hasanuddin, *Retorika Dakwah dan Publisistik*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1982), h. 35

¹⁶ Ahmad Subandi, *Ilmu Dakwah*, (Bandung: Yayasan Syahida, 1994), h. 18

¹⁷DR. Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Bandung: Logos. 1997), h. 36

Kedudukan Rasulullah dalam kaitannya dengan dakwah (dalam mengkomunikasikan pesan-pesan Islam). Maka seluruh perilaku kehidupan rasol merupakan perilaku dakwah, artinya dakwah tak bisa dilepaskan Islam sebagai agama tersebut, mengamalkan Islam berarti mengamalkan dakwah.¹⁸ Sejarah Dakwah Islamiyah dimulai sejak tanggal 17 ramadhan, dua belas tahu sebelum hijrah (6 Agustus 610) pada waktu Muhammad diangkat menjadi Rasulullah dengan tugas “risalah”-nya yang pertama untuk membudayakan umat manusia dengan perintah wajib membasmi buta huruf dan mengembangkan ilmu pengetahuan. Tergambar dalam surat yang pertama kali diturunkan: “*Bacalah (iqra’) dengan nama Tuhanmu...*”.¹⁹ Hal ini ditegaskan Allah terjadi pada bulan ramadhan.²⁰ Peristiwa ini merupakan titik awal dakwah Islamiyah.²¹ Digambarkan Sayyid Qutub, hal itu sebagai peristiwa besar, besarnya tiada bertepi, tak mampu mengelilinginya, karena mempunyai segi-segi yang banyak sekali.²² Pada masa rasul pun, di Arab ada tradisi pertandingan sya’ir yang mengandung nilai sastra yang tinggi yang berlokasi di pasar ukaz, karena orang-orang Arab memiliki kepandaian sastra yang tinggi. Yang secara praktis, itu merupakan teknik komunikasi yang memiliki nilai pesan (isi) sastra.

¹⁸ Mulkhan, *Paradigma.....*, h. 101

¹⁹ Q.S. al-‘Alaq (96): 1-5

²⁰ Q.S. al-Baqarah (2): 185

²¹ A. Hasymy, *Dustur Dakwah Menurut Alqurān*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1994), h. 4-5

²² Syayid Qutub, *Tafsir fi Dilal Alqurān*, Jilid viii, Juz xxx, cet ke-3, (Bairut: Ihyā at Turāsi al-‘Araby, tth), h. 198

Kemudian proses dakwah dalam mengkomunikasikan pesan-pesan Ilahiyah, menurut Hamzah Ya'kub (1981) dapat dilihat dari sisi ukurannya sebagai berikut :

a. Dakwah (Komunikasi Islam) secara Diam-diam

Setelah Nabi menerima 7 ayat pertama surah al-Mudathir, yang maksudnya supaya Nabi bangkit memberikat peringatan, makamulailah melaksanakan dakwahnya secara diam-diam (sembunyi) sesuai kondisi pada waktu itu. Sasaran dakwah pertama klai yaitu keluarganya sendiri, kerabat dan para shahabatnya. Selanjutnya dengan bantuan Khadijah dan Abu Bakar, bertambah banyak orang yang beriman, dalam masa tiga tahun dakwah pertamanya telah beriman sebanyak 39 orang yang terdiri atas golongan hartawan, hamba sahaya, orang desa, laki-laki dan perempuan.

b. Masa Dakwah (Komunikasi Islam) Secara Terbuka

Setelah melakukan pembinaan terhadap 39 orang yang telah beriman, kemudian turunlah ayat yang menegaskan dakwah secara terbuka, berdasarkan firman Allah swt:

*“Maka sampaikanlah olehmu secara terang-terangan segala apa yang telah diperintahkan (kepadamu) dan berpalinglah dari orang-orang musyrik”.*²³

Hal itu dillakukan disebuah tempat dikaki bukit şafa, tetapi Abu Lahab menentang dan mecela Rasulullah saw sehingga dengan peristiwa itu turunlah surat al-Lahab.

²³ Q.S. al-Hijr (15): 94

c. Masa Dakwah (komunikasi Islam) dengan Risalah (tulisan)

Setelah perdamaian Hudaibiyah pada tahun keempat hijrah, Nabi Muhammad mempraktekan suatu metode dakwah yang ditujukan kepada raja-raja dan kaisar-kaisar, yakni dakwah dengan menggunakan media tulisan, dengan didampingi para shahabar untuk menulis sebagai juru tulis dalam menulis risalah tersebut. Untuk menguatkan surat yang dibuat oleh rasul menggunakan cincin stempel yang terbuat dari perak dan terukirkan tiga baris kalimat “*Muhammadan Rasūlullāh*”. Telah menjadi kebiasaan administrasi masa itu, bahwa surat harus dibubuhi cap pengirim. Risalah Nabi tersebut disampaikan kepada raja Hiraqla (Rum), raja Persi, raja Habsy, raja Qitbi dan lain-lain.²⁴

d. Masa Dakwah (Komunikasi Islam) Secara Teoritis

Dalam sejarah Dakwah Islam, pada masa Abasyiyah Harun al-Rasyid dan putranya al-Makmun mendirikan perpustakaan terbesar dilengkapi dengan *translating institue*, sebagai pusat pendidikan dan pengetahuan.²⁵ Dalam bidang ilmu bahasa (*‘ilmu al-lughah*) berkembang begitu pesat, bahasa arab semakin mendesak membutuhkan ilmu bahasa yang menyeluruh (*nahwu, saraf, al-ma’ani, al-bayan, al-badi’* dan sebagainya).²⁶

Dalam perkembangannya, komunikasi dalam Islam yang merupakan hal pokok dalam pelaksanaan dakwah dengan

²⁴ Dr. Hamzah Ya’kub, *Publisistik Islam Teknik Dakwah dan Leadership*. (Bandung : CV Diponegoro, 1981), h. 54-58, Lihat juga Kustawa. ..., h. 71-78

²⁵ Hasan Ibrahim Hasan, “*Tarikh al-Islam*”, (Kairo: Maktabah al-Naḍarah al-Miṣiriyah, 1965), h. 129

²⁶ Harun Nasution, “*Islam Ditinjau dari Berbagai Aspeknya*”, Jilid II, (Jakarta: UI Press, 1985), h. 14

menggunakan bahasa dan retorika, yang pada selanjutnya disebut "*fannu al-khiṭābah*",²⁷ atau teknik ilmu percakapan. Pada masa selanjutnya, banyak para ilmuwan-ilmuwan muslim yang menulis karya-karya dakwah, diantaranya Muhammad Ahmad al-'Adawi (1935) karyanya "*al-Da'wah al-Islāmiyah*"; Muhammad Ghazali (1961) karyanya "*Ma'alahi Dirāsāt fi ad-Da'wah wa ad-Du'ah*"; Abu Hasan Ali Husaini an-Nadawy (1968) karyanya "*Rajālu fikri wa ad-Da'wah fi al-Islām*"; Muhammad al-Bakry (1970) karyanya "*As-Sābilu ilā Da'wati al-Ḥaq*". Muhammad Abu Zahrah (1973) karyanya "*al-Da'wah ilā al-Islām*";

Sayyid Quṭub (1976) karyanya "*Fiḥḥu al-Da'wah*"; Abdul Karim Zaidan (1976) karyanya "*Uṣul al-Da'wah*". Abdullah Syuahata (1978) karyanya "*ad-Da'watu al-Islāmiyah wal-Iklānu al-Dīnī*"; Ahmad ghalwasyī (1987) "*al-Da'wah al-Islāmiyah*"; Ali Ibn Shalih al-Mursyid (1989) karyanya "*Mustalzamāt al-da'wah fi al-'Ashari al Ḥadir*", dan lain-lain.²⁸

2. Bentuk Komunikasi Islam Berdasarkan Sasaran dan Konteksnya.

Islam dalam hal ini dipahami sebagai suatu usaha *mengkomunikasikan* nilai-nilai pesan Ilahiyah dari tatanan deduktif idealistik untuk dibumikan menjadi suatu tatanan induktif realistik. *Sasarannya* adalah untuk keselamatan hidup manusia seluruhnya (*kāffatan linnās*),²⁹ yang memiliki perbedaan realitas sosial,³⁰ karena

²⁷ T.A. Lathief Rousydiy, *Dasar-dasar Rhetorika Komunikasi dan Informasi*, (Jakarta: Rimbaw Medan, 1985), h. 40

²⁸ A. Hasmy, *Dustur.....*, h. 377. Lihat juga Sambas, *Uṣul...*, h. 13, Lihat juga Subandi, *Ilmu Dakwah...*, h. 181-186

²⁹ Q.S. Saba' (34): 28

essensinya Islam berfungsi sebagai rahmat bagi seluruh alam (*rahmatan lil'ālamīn*).³¹ Realitas sosial itulah terkait dengan proses dakwah atau komunikasi Islam.

Ruang lingkup dakwah baik dalam bentuk *sahṣiyah (personal)*, *usrah (komunal)*, *jama'ah (sosial)* dan ummat, merupakan perwujudan doktrin Islam dalam seluruh segi kehidupan dalam bentuk realitas tersebut,³² guna membentuk *khaira ummah*.³³ Hal ini disadarkan pada ayat Alqurān :

“Hai orang-orang yang beriman, jagalah (lindungilah) dirimu dan keluargamu dari api neraka...”.³⁴

“Dan Kami tidak mengutuskamu, melainkan kepada ummat manusia seluruhnya sebagai pembawa (penyampai) berita gembira dan pemberi peringatan...”.³⁵

Kontekstualisasi dari ayat tersebut, dalam mengkomunikasikan Islam atau proses dakwah Islam kepada realitas masyarakat. Dapat diskemakan dengan struktur sebagai berikut:

Rukun Dakwah (Konteks Dakwah)	Da'i (komunikator)	Mauḍu' (pesan)	Uṣlub (metode)	Waṣā'il (media)	Mad'u (komunikan)	Manhaj (perspektif)
Nafsiyah (persona)						Istinbat Iqṭibas Istiḡra

³⁰ Q.S. al-Hujurāt (49): 13

³¹ Q.S. al-Anbiyā (21): 107

³² Ahmad, *Kurikulum....*, h. 4

³³ Q.S. ali 'Imrān (3) :110

³⁴ Q.S. at-Tahrīm (66): 6

³⁵ Q.S. Saba' (34): 28

Fardiyah (antar persona)						
Fi'ah (kelompok)						
Hizbiyah (organisasi)						
Ummat (massa)						
Qabā'iliyah (Antar budaya)						
Shu'ubiyah (Antar bangsa)						

Sumber : Disarikan dan dipolarisasikan dari *uṣul al-ithnā al-'ash'ariyāh* (matan wilayah kajian dakwah)³⁶

Keterangan :

Istinbat : Proses penalaran (*istiḍāl*) dalam memahami dan menjelaskan hakikat dakwah dari Alqurān dan Alhadith yang produknya sebagai teori utama dakwah (*grand theory*)

Iqtibas : Proses penalaran (*istiḍāl*) dalam memahami dan menjelaskan hakikat dakwah dengan mengambil pelajaran dari teori ilmu-ilmu sosial (*Midle Theory*)

Istiqrā : Proses penalaran (*istiḍāl*) dalam memahami dan menjelaskan hakikat dakwah melalui penelitian kualitatif dan kuantitatif dengan mengacu pada teori produk istinbath dan iqtibas (*lower theory*).

³⁶ Dalam Sambas, *Ushul...*, h 3 dan 6

B. Tujuan Komunikasi Islam dan Konsekwensi Penyimpangan

Tujuan sentral komunikasi, menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam “*Techques for Effective Communication*”, menyebutkan :

- *to secure understanding* (mengerti pesan yang diterimanya)
- *to established acceptance* (penerimanya harus dibina)
- *to motivate action* (kegiatan dimotivasikan)³⁷

Tujuan tersebut dalam kaitannya dengan Islam, memunculkan nilai-nilai religiusitas yaitu akhlaq atau etika dalam komunikasi. Etika muncul sebagai sebuah tema sosial dalam kaitannya dengan religiusitas manusia yang memiliki keyakinan teologis. Dimensi akhlaq sebagai suatu antisipasi penyebab konflik, dari komunikasi yang destruktif dan immoral.³⁸ Oleh karenanya akhlaq sebagai suatu etika merupakan sistem dalam makna kesusilaan dan kepatutan prilaku manusia dalam masyarakat, dengan sistem itu yang baik dan yang buruk serta ucapan manusia diperiksa menurut takaran kesusilaan dan kepatutan.³⁹

Maka tujuan komunikasi dalam Islam ada dua hal, *pertama* : *tujuan secara shari'āt (formal)*; menyampaikan pesan dengan berakhlaq merupakan pokok dari Islam, karena memang Nabi diutus untuk menyempurnakan akhlaq (*innamā bu'ithtu li utammima makārima al-akhlāq*). Alqurān menegaskan perintah menyeru kebaikan,⁴⁰ berlaku

³⁷ Effendi, *Ilmu Komunikasi*...., h. 32

³⁸ Solatun, *Islam dan Etika Komunikasi : Studi Interpretatif tentang pendekatan Etis dalam Komunikasi antar Ummat Berbeda agama menurut Studi Pandang Islam Tekstual*, Tesis, (Bandung: UNPAD, 1999), h. 20

³⁹ Ensiklopedi Indoensia, Edisi Khusus, (Jakarta: Ikhtiar Baru Van Hove, 1981)

⁴⁰ Q.S. ali 'Imrān (3): 104, 110

lemah lembut kepada mad'u (komunikasikan, sasaran),⁴¹ Allah tak menyukai kata-kata kasar,⁴² berbicara dengan kalimat yang damai,⁴³ Berbantah dengan cara yang baik,⁴⁴ berbantah dengan musuh dengan cara baik seperti sahabat,⁴⁵ membalas dengan lebih baik penghormatan,⁴⁶ mengajak dengan hikmah (kebijaksanaan),⁴⁷ tolak kejahatan dengan cara yang baik,⁴⁸ dan ayat-ayat lain yang serupa, yang dalam dalam Alqurān menggunakan term-term *qaulan layyinā*,⁴⁹ *qaulan karīmā*, *Qaulan maysūrā*,⁵⁰ *qaulan thaqīlā*,⁵¹ *qaulan ma'rūfā*,⁵² *qaulan balīghā*,⁵³ *qaulan shadīdā*,⁵⁴ (*perkataan yang lembut, mulia, mudah, berbobot, baik, yang tersampaikan*) dan sebagainya. Sebagaimana digambarkan dalam suatu riwayat, oleh Abu Sofyan ketika menceritakan pertemuannya dengan raja Hiraqlius yang bertanya kepada Abu Sofyan: "*Nabi itu (Muhammad saw.) menyuruh apa kepadamu? Maka Abu Sofyan menjawab: "Sembahlah Allah dan jangan menyekutukan Dia dengan sesuatu*

⁴¹ Q.S. al-Imrān (3): 159

⁴² Q.S. an-Nisā' (4): 148

⁴³ Q.S. al-Furqān (25): 63

⁴⁴ Q.S. an-Nahl (6); 125; al-Ankabut (29): 46

⁴⁵ Q.S. Fuṣṣilat (41): 34

⁴⁶ Q.S. an-Nisā' (4): 86

⁴⁷ Q.S. an-Nahl (16): 125

⁴⁸ Q.S. al-Mu'minūn (23) : 96

⁴⁹ Q.S. Ṭaha (20): 44

⁵⁰ Q.S. al-Isrā' (17): 28

⁵¹ Q.S. al-Muzammil (73): 5

⁵² Q.S. an-Nisā' (4): 5

⁵³ Q.S. an-Nisā' (4): 63

⁵⁴ Q.S. an-Nisā' (4): 9, al-Aḥzāb (33): 70;

pun...., berkata benar, sopan (pemaaf), dan menjalin hubungan atau wasilah".⁵⁵

Kedua; tujuan secara hakikat (substansial), adalah untuk menanamkan keyakinan, menumbuhkan sikap dan mendorong perilaku manusia menurut nilai-nilai dan ajaran Islam untuk menjadikan kenyataan dalam kehidupan.⁵⁶ Juga bertujuan terwujudnya *khairul ummah* (ummat yang terbaik)⁵⁷ yang basisnya didukung oleh muslim yang berkualitas *khairul barriyah*⁵⁸ (insan terbaik) yang oleh Allah dijanjikan memperoleh ridlo-Nya.

Pada dasarnya, apabila sudah dilaksanakan dakwah atau mengkomunikasikan Islam secara optimal, namun kurang berhasil, maka secara teologis hal itu tidak apa-apa. Hal ini didasarkan pada ayat:

يَتَأْتِيهِمُ الَّذِينَ ءَامَنُوا عَلَيْكُمْ أَنفُسَكُمْ لَا يَضُرُّكُمْ مَن ضَلَّ إِذَا أِهْتَدَيْتُمْ إِلَى اللَّهِ مَرْجِعُكُمْ
جَمِيعًا فَيَنْتَقِمُ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿٥٩﴾

("...Tidaklah orang yang sesat itu akan memberi mudlarat kepadamu apabila kamu telah mendapat petunjuk, kepada Allahlah kamu kembali semuanya..").⁵⁹

Akan tetapi jika terjadi penyimpangan dari tujuan tersebut, secara teologis hal itu telah keluar dari koridor syari'at dan mardlatillah, firman-Nya menegaskan: "Amat besar kemurkaan di sisi Allah bahwa kamu

⁵⁵ Syarifuddin An-Nawawy, *Matan Al-'Arba'in*, (Jakarta: Al-Tahiriyyah. Jild I, 1384 H - 1985), h. 78

⁵⁶Zaini Muhtarom, *Dasar-dasar Manajemen Dakwah*, (Yogyakarta: Al-Amin. 1996), h. 14

⁵⁷ Q.S. ali 'Imrān (3): 110

⁵⁸ Q.S. al-Bayyinah (98): 7

⁵⁹ Q.S. al-Mā'idah (5): 105

berkata apa yang tidak kamu perbuat”.⁶⁰ Pandangan etis teologis telah tereliminir, dengan tidak memiliki aspek transendenlisme dalam tindakannya. Dan *secara akademis*, penyimpangan dari tujuan terjadi karena menafikan profesionalitas dan proporsionalitas. Konsekwensi sosial dari hal ini akan terjadi diskomunikasi bukan harmonisasi komunikasi, dissosialisasi bukan sosialisasi, alienasi komunikasi, dan sebagainya.

C. Pre-Judice Dalam Komunikasi Dan Antisipasinya Menurut Komunikasi Islam

Pre-judice atau prasangka, merupakan *unsur emosi* yang memiliki keterkaitan dengan daya tarik motif, kekuatan daya tarik motif ditentukan oleh kekuatan emosi yang mewarnainya.⁶¹ Emosi prasangka merupakan kebencian yang subjektif, karena telah beraapriori terlebih dahulu dengan konotasi dan *citra negatif (negative image)*. Prasangka berhubungan langsung dengan *ethos*, yang merupakan sikap seorang komunikator dalam kata-kata dan prilakunya, mengandung perpaduan antara keahlian, kebenaran, ke’arifan, timbang rasa dan tenggang rasa.⁶² Oleh karenanya, adanya prasangka (*pre-judice*) akan menghambat efektivitas komunikasi, karena salah satu pendekatan agar komunikasi efektif, menurut B. Aubrey Fisher (1986) harus adanya penyesuaian antara komunikator dan komunikan.⁶³ Hal ini timbul, prasangka dari sisi

⁶⁰ Q.S. as-Saff (61): 3

⁶¹ Jalaluddin Rakhmat, *Rethorika Modern: Pendekatan Praktis*, (Bandung: Rosdakarya, 1994), h. 106

⁶² Onong Uchyana Effendi, *Kamus Komunikasi*, (Bandung: Mandar Maju, 1989), h. 121

⁶³ B. Aubrey, *Teori-teori Komunikasi*, Penyunting; Jalaluddin Rakhmat, (Bandung: Rosdakarya, 1986)

komunikasikan yang melihatnya. Oleh karenanya dalam ajaran Islam prasangka (*pre-judice*) – *negative thinking*, adalah bentuk sifat *su'uzan* (buruk sangka). Sifat dan sikap seperti ini, merupakan syak wasangka yang secara sengaja mencari kesalahan-kesalahan orang lain, dan tidak dibenarkan dalam Islam, ayat Alqurān menegaskan :

“Hai orang-orang yang beriman, jauhilah dari kebanyakan prasangka, sesungguhnya sebahagian prasangka itu adalah dosa dan janganlah kamu mencari-cari kesalahan orang lain dan janganlah kamu sebahagian kamu menggunjing sebagian yang lain ...”.⁶⁴

Untuk mengantisipasi dari bentuk prasangka ini, yang menghambat terjadinya komunikasi yang efektif, bahkan terjalinya hubungan sosial (*relationship*) yang baik. Maka, dalam tinjauan Islam dapat dilakukan beberapa bentuk antisipasi :

1. Antisipasi pada Komunikator

Menghadapi orang yang berprasangka dalam konteks komunikasi ini, bukan menentang dengan berbalik prasangka lagi, dinyatakan dalam Alqurān: ”Dan bersabarlah terhadap apa yang mereka ucapkan dan jauhilah mereka dengan cara yang baik.”⁶⁵ Antisipasi yang ditekankan pada komunikator adalah membangun kredibilitas selaku penyampai pesan (*message*). Hovland dan Weiss menyatakan bahwa ‘credibility’ terdiri dari dua unsur: *expertise* (keahlian) dan *trustworthiness* (dapat dipercaya).⁶⁶ Aritoteles menyebut karakter komunikator ini sebagai *ethos*, *ethos* terdiri dari pikiran baik, akhlaq yang baik, dan maksud yang baik (*good sense, good moral character,*

⁶⁴ Q.S. al-Hujurāt (49): 12

⁶⁵ Q.S. al-Muzammil (73): 10

⁶⁶ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Rosda Karya, 1996), h.

good will).⁶⁷ Citra diri pada komunikator adalah *akhlaq al-karimah* dengan pembuktian amal saleh, sebagaimana dinyatakan Alqur'an: "Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang shaleh dan berkata: sesungguhnya aku termasuk orang-rang yang menyerahkan diri".⁶⁸

2. Antisipasi pada Komunikan

"Unzur mā qāla walā tanzur man qāla" (lihatlah apa (isi) yang dikatakannya, dan tidaklah melihat orang yang mengatakannya). Dari ungkapan keterangan tersebut, mengindikasikan akan urgensi informasi terlepas dari siapa yang mengatakannya. Dan membangun pandangan yang positif atau "*husnuzān*" kepada orang lain, tidak terjebak dalam pancingan situasi emosional, dan emosi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pemecahan masalah dalam komunikasi, ia akan mempengaruhi cara berpikir dan tidak pernah berpikir objektif.⁶⁹

Komunikasi yang diawali dengan positif thinking (*husnuzān*), akan ada keterbukaan, menurut Devito (1978) faktor keterbukaan penting dalam komunikasi, empati, perasaan positif, dukungan dan keseimbangan.⁷⁰

⁶⁷ Ibid., h. 255

⁶⁸ Q.S. Fussilat (41): 31

⁶⁹ Rakhmat., *Psikologi*.... h. 74

⁷⁰ A. Devito, *Recognizing and Assesing Creativity*, In Jweigand ed. "Development Teacher Competenties", (New Jersey: Prentic Hall Inc. 1978), p. 261. Lihat juga, Rakhmat, *Psikologi*...h. 120

D. Kredibilitas Sumber Dalam Komunikasi Perspektif Islam

Sumber (informasi) dalam Islam merupakan hal penting, karena komunikasi tanpa memperhatikan sumber menyesatkan. Islam memerintahkan berkata tentang kebenaran dan kebaikan, sebagaimana hadits menyatakan: "Man kāna yu'minu billāhi wa al-yaumul ākhiri fal yaqul khairun au liyaşmuṭ" (barang siapa beriman kepada Allah dan hari akhir maka berkatalah yang baik atau diam).⁷¹ Islam melarang informasi yang tak didasarkan kebenaran (kebohongan informasi).⁷² Oleh karenanya informasi yang diterima harus didasarkan pada ketelitian *al-sam'a* (pendengaran), *al-abṣar* (penglihatan), dan *al-fu'ad* (akal-hati), sebab kesemuanya memiliki konsekuensi teologis.⁷³ Dalam ajaran Islam, Alqur'an menyebutnya harus ada "*tabayyun*" (penjelasan),⁷⁴ sebagai berikut :

يا ايها الذين امنوا ان جاءكم فاسق بنباء فتبينوا

("Hai orang-orang yang beriman , jika datang kepadamu orang fasiq membawa suatu berita maka periksalah dengan teliti...").⁷⁵

Sebagian orang Kuffah, dan umumnya orang Madinah, membaca ayat tersebut dilafalkan "*فتتبنوا*" (*fataṭabbatū*), sebagai pengganti "*فتبينوا*" (*fatabayyanū*). Menurut Ibnu Jarir keduanya berarti mencari kepastian dan kejelasan dengan dalil atau bukti. Mencari ketetapan dari

⁷¹ Habib Abdullah Hadad, *Al-Naṣa'ih al-Diniyah wa al-Waṣaya al-Imāmah*, terj. "Nasihat agama dan Wasiat Iman", (Bandung: Gema Risalah Press, 1993), h. 389

⁷² Q.S. Ali 'Imrān (4): 6, 105

⁷³ Q.S. al-Isrā' (17): 36

⁷⁴ Dr. Sayyid Muhammad Nuh, *Affatun 'Alā Aṭ-Ṭariq*, terj. "Terapi Mental Aktif Harakah", (Solo: CV. Pustaka Mantik. 1995), h. 344-345

⁷⁵ Q.S. al Hujurat (49): 6, Q.S. an-Nisā' (4): 94

suatu hakikat, bisa menjadi jelas dan terbuka keadaannya.⁷⁶ Ayat ini memperingatkan kepada ummat Islam untuk selalu tidak menerima dari sebelah pihak saja.⁷⁷

E. Komunikasi Persuasi (Makna, Motif, Daya Tarik) Perspektif Komunikasi Islam

Komunikasi yang dilakukan secara persuasi, sarat dengan isi yang mengandung suatu makna, motif, dan daya tarik (membuat orang ingin berbuat). Pada dasarnya dalam dakwah hal ini berkaitan dengan al hikmah (kebijaksanaan), yang hal itu dapat dipahami, sebagai berikut :

⁷⁶ Nuh, *Affatun...*, H. 345

⁷⁷ Dr. H.M.D. Dahlan, et. al, *Asbābun Nuzūl*, (Bandung : CV. Diponegoro, 1995) h. 470. Sebab turunnya ayat ini adalah, diriwayatkan bahwa al-Harth menghadap Rasulullah, beliau mengajak kepadanya untuk masuk Islam. Rasul mengajaknya untuk mengeluarkan zakat, dan ia menerimanya, ia berkata : Yā Rasulullah aku akan pulang ke kaumku untuk mengajak mereka masuk Islam dan menunaikan zakat. Barang siapa yang mengikuti ajakanku akau kukumpulkan zakatnya. Apabila telah sampai waktunya kirimlah utusan untuk mengambil zakat yang telah kukumpulkan. al-Harth berhasil mengumpulkan zakat, dan menunggu utusan Rasulullah karena sudah tiba waktunya, tapi utusan tidak datang juga, ia mengira rasul marah. Padahal rasul telah mengutus al-Walid, namun ia merasa gentar dan takut, sehingga pulang lagi dan berkata kepada rasul (laporan palsu) bahwa al-Harth tidak mengumpulkan menyerahkan zakat, bahkan ia akan membunuhnya.

Kemudian Rasulullah mengutus utusan berikutnya beserta para shahabat yang bertemu dengan al-Harth di perjalanan, shahabat itu menceritakan bahwa rasul telah mengutus kepada al-Walid, namun al-Harth tidak menyerahkan zakat bahkan akan membunuhnya. Al-Harth Berkata :” Demi Allah yang telah mengutus Muhammad, aku tidak melihatnya, dan tak ada yang datang kepadaku”.

Ketika sampai kehadapan Rasulullah, ia bertanya :”mengapa engkau menahan zakat dan hendak membunuh utusanku? al-Harth menjawab :”Demi Allah yang telah mengutus engkau, aku tidak berbuat demikian. (Diriwayatkan oleh Ahmad dan lainnya dengan sanad yang baik bersumber dari al-Harth Bin Dirāra al-Khuzā’i, sanad rawi-rawi hadith ini sangat bisa dipercaya).

1. *Komunikasi Persuasi: Dakwah sebagai Motivasi dan Tidak ada Paksaan dalam Islam.*

Komunikasi persuasi artinya membujuk, mengajak, atau merayu yang bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat dan perilaku.⁷⁸ Sebagai hasilnya pihak yang dipengaruhi melaksanakannya dengan kesadaran.⁷⁹ Islam sebagai agama dakwah dan Alqurān sebagai kitab dakwah,⁸⁰ menyatakan tidak ada unsur paksaan dalam (masuk) Islam,⁸¹ dalam mengajak kepada *al-khair (al-Islām)*.⁸² Syekh Abdurrahman Abdul Khaliq (1996), mengatakan Islam sebagai *agama motivasi*, karena setiap muslim diwajibkan untuk menyeru (berdakwah) kepada *al-Islām* sesuai dengan kemampuan masing-masing yang dimiliki.⁸³

2. *Dakwah dengan Al-Hikmah: Dari Kesadaran Kognisi ke Kesadaran Konasi.*

Al-Hikmah merupakan kebijaksanaan yang meliputi cara dan taktik dakwah, yang diperlukan dalam menghadapi golongan manapun. Hikmah juga berarti perkataan yang jelas dan tegas, disertai dengan dalil-dalil yang dapat memperjelas kebenaran dan

⁷⁸ Onong Uchyana Effendi, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung : Roasda karya. 1993), h. 21

⁷⁹ Effendi, *Kamus..*, h. 270

⁸⁰ Sayyid Qutub, *Fiḥu al-Da'wah*, "*Mauḍu'at fi al-Da'wah wa al-Ḥarakah*". (Bairut : Mu'assasah al Risalah 1970), h. 15

⁸¹ Q.S. al-Baqarah (2): 256

⁸² Q.S. Ali 'Imrān (3): 104

⁸³ Abdurrahman Abdul Khaliq, *Fusūlun min al-Shiyasāti Shar'iyati fi Da'wati ilā Allāh*" terj. "Metode dan Strategi Dakwah Islam", (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 1996), h. 17

menghilangkan keraguan.⁸⁴ al-Fairuz Abady dalam “*Baṣā’iru Zawit Tamyīz*”, menguraikan al hikmah dengan keadilan, ilmu, kelembutan, nobuwah, taat kepada Allah, pemahaman aga secara mendalam dan pengamalannya, rasa takut, wara’ akal,, ketetapan dalam bicara atau perbuatan, memikirkan perintah Allah dan mengikutinya.⁸⁵ Jadi pokok al hikmah dalam dakwah ialah membimbing kepada kebaikan yang didasarkan pada ilmu pengetahuan untuk mencegah perbuatan zhalim.⁸⁶ Karakteristik Islam adalah paralel dengan akan fikiran yang sehat menyadari dengan sebenar-benarnya, bahwa pemaksaan dalam suatu agama, akan melahirkan kepalsuan keyakinan dan hipokritis teologis.⁸⁷

Aspek kesadaran pemahaman kognisi dalam proses dakwah, dilakukan dengan cara *tabligh*. Termasuk dalam kerangka tabligh ini bentuk *da’wah bi lisān* (dakwah dengan lisan), dan kegiatan tabligh Islam ini merupakan proses transmisi atau penyiaran dan penerangan sosialisasi ajaran Islam dengan menggunakan sarana tertentu.⁸⁸ Karena tabligh secara kebahasaan, menurut Louis Makluf berarti penyampaian sampai kepada sesuatu yang dikehendaki,⁸⁹ dan J. Milton Cowan (1971) menyatakan sebagai komunikasi, maklumat,

⁸⁴ M. Natsir, *Fiqhu Da’wah*, (Dewan Dakwah islam Indonesia, 1984), h.165

⁸⁵ Mujiduddin Muhammad Bin Ya’kub Al-Fairuz Al-Abady, *Baṣā’iru Zawit Tamyīz fi Laṭa’ifi al-Kitābi al-Azīz*, (Bairut: Al-Maktabah al-’Ilmiyah, Tth.), h. 491

⁸⁶ Dr. Zaid Abdul Karim Az Zaid, *al-Ḥikmah fi al-Da’wah ilā Allāh*, terj. (Dakwah bil hikmah), Oleh Kathur Suhardi, (Jakarta: Pustaka Al-Kauthar, 1993), h. 16

⁸⁷ Ya’kub, *Publisistik....*, h. 68

⁸⁸ Ahmad, *Kurikulum....*, h. 6

⁸⁹ Louis Makluf, *Al-Munīd fi al-Lughah wa al-’Adab*, (Bairut: Matba’ah Kastulkiyyah, Tth.), h. 48

atau pemberitaan.⁹⁰ Dalam konteks dakwah, penyampaian tersebut adalah mengenai ajaran Islam kepada ummat manusia, sehingga yang menerima menjadi terikat dengannya,⁹¹ sebab Alqurān memerintahkan atas wahyu (informasi pesan lhaiyah) harus disampaikan.⁹²

Keterikatan atas dasar kesadaran *konasi*, menjadi nilai-nilai perilaku nyata, dilakukan dengan bentuk *da'wah bi al-hāl*. Dakwah ini dilakukan qudwah atau uswah hasanah (tauladan) sikap dan perilaku, yang secara efektivitas lebih daripada bicara. Qudwah dalam dakwah *bi al-hal* ini yang penting direalisasikan' khususnya pada qudwah 'amaliyah (keteladanan dalam amal),⁹³ sebab dakwah merupakan ajakan keinsyafan.⁹⁴ Alqurān tegas mengecam inkonsistensi ucapan dengan perbuatan,⁹⁵ karena teologis keimanan manusia perlu pembuktian pada sosial dan amal shaleh.⁹⁶

Komunikasi persuasi tersebut, dapat dikerangkakan dalam pola pemahaman dakwah, sebagai berikut :

⁹⁰ J. Milton Cowan, *A Dictionary of Written Arabic*, (London : Goerge Allan and Unwin, 1971), h. 74.

⁹¹ Subandi, *Ilmu...*, h. 34.

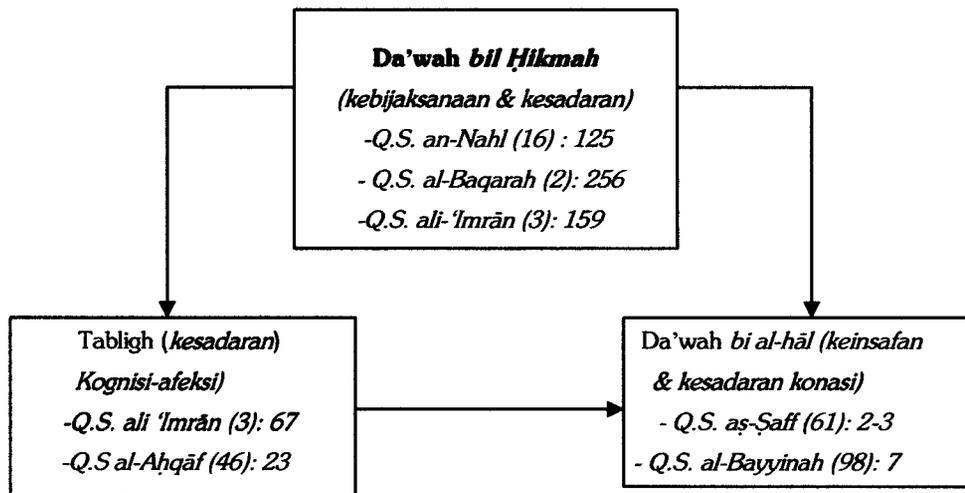
⁹² Q.S. ali 'Imrān (3): 34, al-Aḥqāf (46): 23

⁹³ Al Ustadz Mushtafa Masyhur, *Qudwah 'alā Ṭariqi al-Da'wah*, terj. (Qudwah di Jalan Dakwah). Oleh Miqdad Haqqani, (Solo: Citra Islami Press, 1996), h. 9

⁹⁴ M. Qurais Shihab, *Membumikan Alqurān*, (Bandung: Mizan, 1995), h. 194

⁹⁵ Q.S. aṣ- Ṣaff (61): 2-3

⁹⁶ Q.S. al-Bayyinah (98) : 7



F. Psikologi komunikan (Behaviorisme, Psiko-analitik, Psiko-kognitif dan Humanistik) Dalam Pandangan Islam

Allah memberikan memposisikan keterwakilan terhadap manusia (sebagai subjek dan objek dakwah), menjadikan *khalifah fil 'arḍ* (pemimpin di muka bumi),⁹⁷ secara psikologis maupun biologis mengindikasikan penghargaan terhadap eksistensi manusia dalam bentuk sempurna⁹⁸. Ketegasan psikologis manusia pun, dinyatakan bahwa dalam Islam tak ada unsur paksaan,⁹⁹ hal ini dipahami adanya iklim demokratis kebebasan manusia. Dan Islam sebagai ajaran untuk ummat manusia,¹⁰⁰ menegaskan pengamalan ajaran tersebut berdasarkan kemampuan, ayat Alqurān menyatakan: *"lā yukallifu Allāha*

⁹⁷ Q.S. al-Baqarah (2): 30

⁹⁸ Q.S. aṭ-Ṭīn (95): 4

⁹⁹ Q.S. al-Baqarah (2): 256

¹⁰⁰ Q.S. Saba' (34): 28

illā wus'aha' (Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kemampuannya),¹⁰¹ karena Islam memberikan kemudahan bukan membuat kesusahan (*inna Allāha yurīdu bikumul yusrā walā yurīdu bikumul 'usrā*).

Psikologi manusia sebagai komunikan, yang dipahami dalam behaviorisme, psiko analitik, psiko kognitif dan humanistik. Tidak dipahami dalam kerangka filsafat dengan paradigma pemikiran modern yang *antromorfik dan sekuler*.¹⁰² Karena pandangan yang *humanis antroposentris plus sekularis* merupakan penjelmaan rasionalitas manusia modern, akan melupakan "*siapakah ia sesungguhnya*", karena ia hidup di feri-feri (pinggiran) eksistensi.¹⁰³ Dengan kata lain tanpa bantuan wahyu, yang merupakan dasar agama, tabi'at insai sudah dapat mengusakan karya budinya,¹⁰⁴ sebuah keterpisahan dari yang transenden.

Islam dalam konteks dakwah, melihat psikologi komunikan dalam pola pemahaman behaviorisme, psiko analitik, psiko kognitif dan humanistik, tetap frame utama transendentalisme. Immanuel Kant (1724-1804), menyebut metode dan model pendekatan filsafat ilmu yaitu *kritisisme*, yang didalamnya terdapat istilah "transendental".¹⁰⁵ Meminjam istilah M. Amin Abdullah, tetap memiliki dimensi etis teologis

¹⁰¹ Q.S. al-Baqarah (2): 286

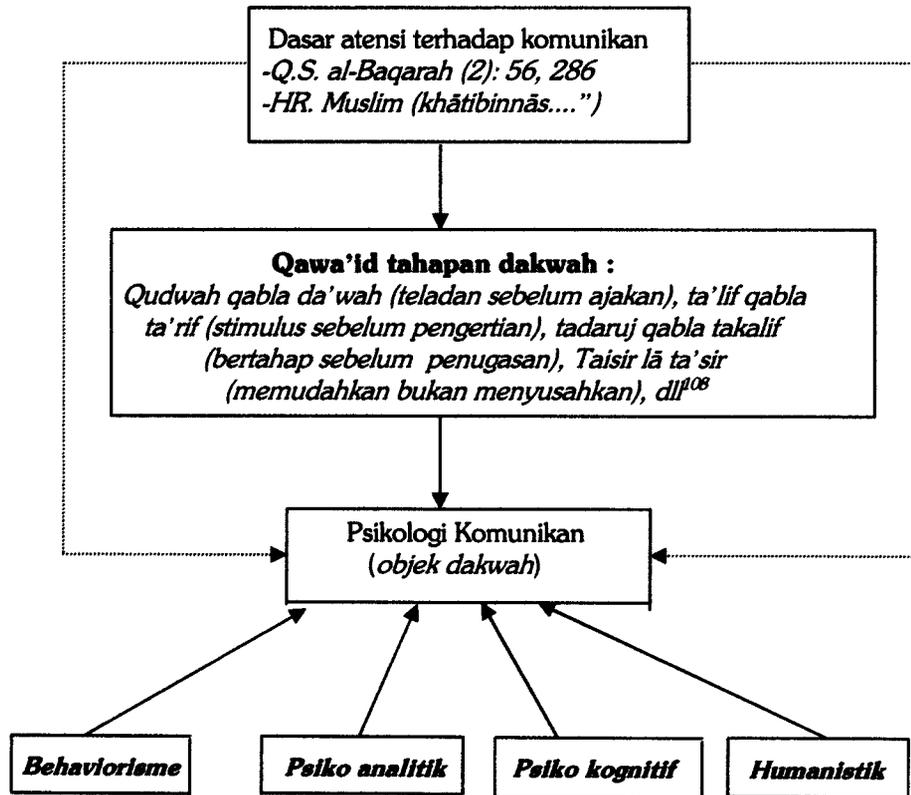
¹⁰² Seyyed Hossein Nasr, *Islam Tradisi Dikancah Dunia modern*, (Bandung: Pustaka, 1994), h. 98

¹⁰³ Sayyed Hossein Nasr, *Sains dan Peradaban dalam Islam*, (Bandung: Pustaka . 1985), h. 18

¹⁰⁴ Harun Hadi Wijono, *Sari-sari Sejarah Filsafat Barat*, (Jakarta: Kanisius, 1994), h. 12

¹⁰⁵ Sukriadi Sambas, *Transendentalisme: Suatu Bagian dari Metode Ilmiah*, Dalam *Mimabr Studi*, No. 72/xvii/September, (Bandung: IAIN SGD, 1995), h. 10

dan dimensi etis antropologis.¹⁰⁶ Oleh karenanya dalam hal ini, perspektif Islam dalam konteks dakwah tetap memperhatikan psikologi manusia sebagai komunikan, diungkapkan dalam hadits riwayat Muslim: ”*khāthibinnās ‘alā qadri ‘uqulihim*’ (berbicaralah kepada manusia menurut akal kemampuan mereka)¹⁰⁷. Dapat digambarkan:



¹⁰⁶M. Amin Abdullah, *Falsafah Kalam Di Era Pots Modernisme*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), h. 177

¹⁰⁷ Subandi, *Ilmu...*, h. 109

¹⁰⁸ Menurut Jum'ah Amin Abdul Aziz, *Istinbat Qawā'id min al-Uṣul Tarshudu al-Da'i*, Dalam Catatan Kuliah Strata Satu Fakultas Dakwah, (Bandung: IAIN SGD, T. th.), T.h.

G. Teknik Komunikasi Informatif, Persuasif, Koersif dan Manipulatif Menurut Islam.

Islam dalam pengertian dakwah, sebagai proses transmisi, transformasi, internalisasi, sosialisasi, dan eksternalisasi pesan-pesan ke-wahyu-an, untuk di dipahami, dihayati, diamalkan, dan dilembagakan yang dikontekstualisasikan dalam perilaku sosio-kultural kehidupan manusia. *Dari pengertian substansial ini, memiliki titik sinkronistik secara operasional dengan teknik komunikasi berupa informatif, persuasif, koersif dan manipulatif (dalam pengertian rekayasa positif), dalam proses mengkomunikasikan pesan-pesan Islam untuk dibumikan.*

Teknik komunikasi berupa *informatif*, dipahami dalam Islam (dakwah) sebagai proses tabligh,¹⁰⁹ yaitu transmisi dan penyebarluasan ajaran Islam.¹¹⁰ Teknik komunikasi *persuasi*, dalam konteks dakwah sebagai proses *irshad*, yaitu internalisasi dan bimbingan nilai-nilai Islam,¹¹¹ dan juga berarti *mau'izah hasanah*¹¹² atau nasihat dan tutur kata yang baik.¹¹³ Komunikasi dengan teknik koersif, mengandung pengertian *tandhir*,¹¹⁴ yaitu merupakan peringatan, atau juga dalam arti ikhtisab, sebagai proses dakwah '*amar ma'rūf nahy munkār*.¹¹⁵ Dan teknik komunikasi berupa manipulatif (dalam pengertian positif), dalam konteks dakwah diidentifikasi dengan tahsin (membaguskan), yaitu sebagai suatu

¹⁰⁹ Q.S. al-Imrān (3): 67, Q.S. Qāf (50): 23

¹¹⁰ Sambas, *Uşul...*, h. 2; Lihat juga dalam Subandi, *Ilmu...*, h. 34; Ahmad, *Kurikulum...*, h. 6

¹¹¹ *Ibid.*

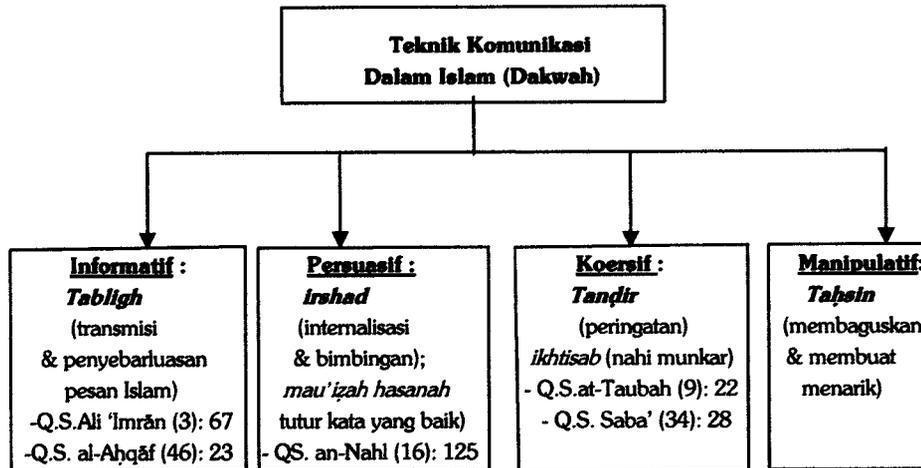
¹¹² Q.S. an-Nahl (16): 125

¹¹³ Subandi, *Ibid.* hal 96. Lihat Juga Syamsuri Siddiq, *Da'wah dan teknik Berkhutbah*, Bandung: PT. Al-Ma'arif, 1981), h. 27

¹¹⁴ Jamaluddin Kafie, *Psikologi Dakwah*, (Surabaya: Offset Indah, 1993), h. 39; Q.S. At-Taubah (9): 22

¹¹⁵ Subandi, *Ilmu...*, h. 22

teknik dan cara membuat indah, dengan upaya agar metode dan pesan komunikasi Islam yang dilakukan memiliki daya tarik. Tuhan memiliki nama-nama yang paling indah,¹¹⁶ Ia menciptakan segala sesuatu dengan keindahan,¹¹⁷ dan menurunkan risalah yang paling indah dalam bentuk kitab.¹¹⁸ Teknik komunikasi tersebut dapat digambarkan:



H. Komunikasi Dengan Alam Sekitar (Universe) Menurut Islam: Urgensi Komunikasi dengan Alam dan Alam (kawniyah) sebagai Sumber Daya

Tuhan menciptakan pedoman bagi ummat manusia terdiri dari : ayat-ayat *qur'āniyah* (kitabullah secara tekstual), dan ayat-ayat *kawniyah* (alam semesta secara kontekstual). Alqurān sebagai kitab yang bersifat “mujmali” (universal)¹¹⁹ mengandung pesan-pesan kehidupan. Antara lain menyangkut alam raya dan fenomenanya, uraian mengenai ayat-

¹¹⁶ Q.S. al-A'rāf (7): 180; al-Isrā' (17): 110; Ṭaha (20): 8

¹¹⁷ Q.S. as-Sajadah (32): 7

¹¹⁸ Q.S. az-Zumar (39): 55

¹¹⁹ Q.S. an-Nahl (16): 84

ayat kawaniyah tersebut tidak kurang dari 750 ayat, baik yang eksplisit maupun yang tersirat.¹²⁰ Alqurān memproklamirkan dirinya sebagai “*hudan linnās*” (petunjuk bagi umat manusia), bukan hanya masalah praksis kehidupan manusia, tetapi juga tentang patokan-patokan dasar tentang bagaimana manusia menyantuni alam semesta dan lingkungannya.¹²¹ Dalam Islam alam bukan saja sebagai *amanah*¹²² tapi juga memiliki anugerah potensi sumberdaya. Maka posisi manusia, dalam melakukan komunikasi dengan alam sekitar (universe), menurut Islam mengandung makna sebagai :

1. *Istiqrā: Studi Eksplorasi (Penelitian dan pengamatan)*

Kandungan mendalam falsafah “*iqra*” sebagai kata pertama dari wahyu pertama yang diterima Nabi Muhammad saw, mengandung arti *perintah baca*. Secara umum, ini pun ditujukan untuk umat manusia, karena realisasi perintah tersebut merupakan kunci pembuka jalan kebahagiaan hidup dunia dan akhirat.¹²³ Dalam kamus-kamus bahasa, *iqra*’ bisa berarti *menyampaikan, menela’ah, membaca, memdalami, meneliti, mengetahui ciri-cirinya*, dan lain-lain, yang kesemuanya bisa dikembalikan kepada hakikat “menghimpun”.¹²⁴ Oleh karenanya, fokus tentang alam sekitar dan fenomenanya ini, Alqurān memerintahkan kepada manusia untuk memperhatikan dan mempelajari alam raya dalam rangka memperoleh kemudahan-kemudahan bagi kehidupannya, untuk

¹²⁰ Shihab, *Membumikan...*, h. 131

¹²¹ Abdullah, *Falsafah...*, h. 180

¹²² Q.S. al-Ahzāb (33): 72

¹²³ Shihab, *Membumikan...*, h. 167.

¹²⁴ *Ibid.*

menyadarkan kesadaran akan ke-Esaan dan kekuasaan Allah SWT.¹²⁵ Oleh karenanya, perintah baca dikaitkan dengan “*bismi rabbika*”¹²⁶(dengan nama Tuhanmu), perintah ini merupakan tuntutan untuk melakukan proses baca dengan keikhlasan, juga dengan memilih bahan-bahan yang dibaca yang bersesuaian dengan aturan Allah swt.¹²⁷ Manifestasi ini merupakan kecintaan terhadap alam, rasa kecintaan ini digambarkan oleh seorang penya’ir Persia, yang melukiskan :

“*Aku gembira dengan kosmos,
karena kosmos menerima kegembiraan dari-Nya’
Aku mencintai seluruh dunia,
Karena dunia milik-Nya*”.¹²⁸

2. *Isti’ mār: Komunikasi Pembangunan*

Islam memandang manusia sebagai wakil Tuhan di muka bumi (*khalifah fil arḍ*),¹²⁹ kualitas keterwakilan sebagai khalifah di bumi ini mengharuskan dan menugaskan untuk memakmurka alam dan bumi ini. Alqurān menegaskan: “*Huwa ansha’akum min al-’arḍi wa asta’marakum fiḥā*” (Dialah yang menciptakan kamu dan menugaskan untuk memakmurkannya).¹³⁰ *Ista’marakum* berarti menjadikan dan menugaskan manusia mengolah bumi guna memperoleh manfaatnya.¹³¹ Istilah Nurchalis Madjid, menyebutnya

¹²⁵ *Ibid.*, h. 132

¹²⁶ Q.S. al-’Alaq (96): 1-2

¹²⁷ Shihab, *Membumikan...*, h. 168

¹²⁸ Seyyed Hossein Nasr, *Islam and Environmental Crisis*, terj. “Islam dan Krisi Lingkungan” Dalam “Islamika”, (Bandung: Mizan, 1994), h. 7, Sya’ir gubahan Sa’idi

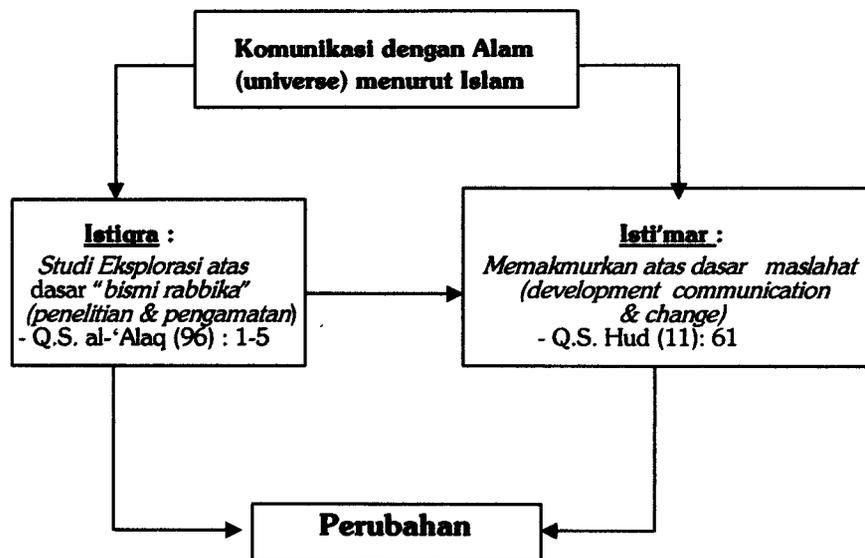
¹²⁹ Q.S. al-Baqarah (2): 31

¹³⁰ Q.S. Hūd (11): 61

¹³¹ M. Quraisy Shihab, *Wawasan Alqurān*, (Bandung: Mizan, 1996), h. 424

dengan “reformasi bumi” (*islah al-‘ard*), maka manusia dilarang berbuat kerasakan alam (bumi), tapi usaha aktif manusia untuk menciptakan sesuatu yang baru, baik dan bermaslahat.¹³² Komunikasi pembangunan dalam Islam bersifat menyeluruh dan seutuhnya, material dan spiritual.¹³³

Berdasarkan pola pemahaman tersebut, tentang posisi dan tugas manusia dalam konteks komunikasi dengan alam sekitar menurut pandangan Islam, yang pada intinya berorientasi pada perubahan dari adanya pemberdayaan alam yang bermashlahat. Dapat di polarisasikan dengan gambaran sebagai berikut:



¹³² Nurchalis Madjid, *Cendekiawan dan Religiusitas Masyarakat*, (Jakarta: Paramadina, 1999), h. 31-32

¹³³ Shihab, *Membumikan...*, h. 301

Penutup

Komunikasi adalah suatu disiplin ilmu yang telah memiliki “*body of knowledge*” tersendiri secara akademis. Dan Islam, dalam “*frame of Thinking*” secara studi ilmu-ilmu ke-Islaman (*study of islamic science*), memiliki identifikasi sinkronik dengan konsepsi teori-teori dakwah Islamiyah, yang telah berusaha menjelma dan memiliki bangunan ilmu (*body of knowledge*) tersendiri, sebagai sebuah disiplin ilmu dakwah. Dengan tetap mendeduktifikasi dari “*grand reference*”, Alqurān dan Alhadith.

Oleh karena itu, untuk menjawab absurditas masalah-masalah komunikasi tersebut, adalah dengan menggunakan ***pendekatan antar disiplin*** komunikasi dan dakwah, dan *pendekatan* ayat-ayat Alqurān yang secara eksplisit maupun implisit berhubungan dengan komunikasi. Dan *pola jawaban* yang digunakan, adalah dengan *uraian sistematis*, mengingat perlunya penjelasan jawaban uraian yang analitik dari kedalaman masalah permasalahan tersebut.

Membangun paradigma komunikasi Islam, sesungguhnya tidak harus dimulai dari nol. Dasaran sintesisnya dapat menggunakan teori-teori komunikasi konvensional (Barat), namun yang menjadi Homework bagi para intelektual Muslim adalah membuat sintesis baru melalui aspek *methatheory* yang meliputi epistemologi, ontologi dan perspektif. Pembinaan pada aspek dimensi nilai dan etika harus dapat berkolaborasi dengan ketauhidan dan tanggungjawab ukhrawi. Fungsi komunikasi Islam adalah untuk mewujudkan persamaan makna, dengan demikian akan terjadi perubahan sikap atau tingkah laku pada masyarakat Muslim

Komunikasi Islam merupakan bentuk frasa dan pemikiran yang baru muncul dalam penelitian akademik sekitar tiga dekade belakangan ini. Munculnya pemikiran dan aktivisme komunikasi Islam didasarkan pada

kegagalan falsafah, paradigma dan pelaksanaan komunikasi Barat yang lebih mengoptimalkan nilai-nilai pragmatis, materialistis serta penggunaan media secara kapitalis. Kegagalan tersebut menimbulkan implikasi negatif terutama terhadap komunitas Muslim di seluruh penjuru dunia akibat perbedaan agama, budaya dan gaya hidup dari negara-negara (Barat) yang menjadi produsen ilmu tersebut.

Dalam aspek holitis, universe, spiritualitas, substansi nilai perubahan individual-sosial-kultural dan pemberayaan masyarakat, komunikasi Barat cenderung bersifat positivistik dan fungsional-pragmatis yang berorientasi kepada individu (*parochial*) dan '*temporal time oriented*', bukan kepada keseluruhan sistem sosial dan fungsi sosiobudaya yang sangat penting untuk merangsang terjadinya perubahan sosial. Kualitas komunikasi menyangkut nilai-nilai kebenaran, kesederhanaan, kebaikan, kejujuran, integritas, keadilan, kesahihan pesan dan sumber, menjadi aspek penting dalam komunikasi Islam. Oleh karenanya dalam perspektif ini, komunikasi Islam ditegakkan atas sendi hubungan segitiga (*islamic triangular relationship*), antara "Allah, manusia dan manusia (masyarakat)"

Dalam Islam prinsip informasi bukan merupakan hak eksklusif dan bahan komoditi yang bersifat *value-free*, tetapi ia memiliki norma-norma, etika dan moral imperatif yang bertujuan sebagai *service* membangun kualitas manusia secara paripurna. Jadi Islam meletakkan inspirasi tauhid sebagai parameter pengembangan teori komunikasi dan informasi. Alquran menyediakan seperangkat aturan dalam prinsip dan tata berkomunikasi.

Daftar Pustaka

Abdullah, M. Amin. *Falsafah Kalam di Era Post Modernisme*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995

- Ahmad, Amrullah, *Kurikulum Nasional Fakultas Dakwah IAIN*. Tim Penyusun, 1994
- , *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*, Yogyakarta: PL2M, 1985
- An Nawawy, *Riyādu al-Sālihīn*, terjemah oleh Salim Bahreisy, Bandung: PT. Al-Ma'arif, 1987.
- An Nawawy, Syarifuddin, *Matan al-'Arba'īn*, Jakarta: At-Tahiriyah, 1985
- Aubrey, A., *Teori-teori Komunikasi*, Bandung: Rosda Karya, 1986
- Al-Abady, Mujiduddin Muhammad Bin Ya'kub Al-Fairuz, *Baṣa'ir Zawit Tamyiz fi Lathā'if al-Kitābil Aziz*, Bairut: Al-Maktabah Al-'Ilmiyah, tth.
- Anshari, M. Hafi, *Pemahaman dan Pengamalan Dakwah*, Surabaya: Al-Ikhlas, 1993
- Azzaid, Zaid Abdul Karim, *Al-Hikmah Fi al-Da'wah ilā Allāh*, terj. "Dakwah bi al-Hikmah", Jakarta: Pustaka al-Kauthar, 1993
- Barker, Lary, *Communication*", New Jersey: Prantic Hall, 1984
- Bachtiar, Wardi, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, Bandung; Logos, 1997.
- Cowan, J. Milton, *A Dictionary of Written Arabic*, London: Goerge Allah and Uniwin, 1971
- Dahlan, H.M.D., *Asbabun Nuzul*, Bandung: Cv. Diponegoro, 1995
- Depag RI., *Alqurān dan Terjemahnya*, Bandung: Gema Risalah Press, 1992.
- Devito, A., *Recognizing and Assesing Creativity*, in Jweigand "Development Teacher Competenties", New Jersey: Prentic Hall inc., 1978.
- Effendi, Onong Uchyana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: Rosda Karya, 1994
- , *Kamus Komunikasi*, Bandung: Mandar Maju, 1989
- , *Dinamika Komunikasi*, Bandung: Rosda Kary, 1993
- Hadad, Abdullah Habib, *al-Nashā'ih al-Diniyāh wa al-Washaya al-Imāmah*", terj. "Nasihat Agama dan Wasiat Iman". Bandung: Gema Risalah Press, 1993
- Hasan, Ibrahim Hasan, *Tarikh al-Islām*, Kairo al-Nāḍrah al-Miṣriyyāh, 1965

- Hasanudin, A. H., *Retorika Dakwah dan Publisistik*, Surabaya: Usaha Nasional, 1982
- Hasymy, A., *Dustur Dakwah Menurut Alqurān*, Jakarta: Bulan Bintang, 1994
- Kafie, Jamaluddin, *Psikologi Dakwah*, Surabaya: Ofsett Indah, 1993
- Kustawa, R. Agus Toha, *Komunikasi Islam*, Jakarta: Arikha Media Cipta, 1986
- Khaliq, Abdurrahman Abdul, *Fusūlun Min al-Shiasāti Shar'yati fi al-Da'wah ilā Allāh*, terj. "Metode dan Strategi Dakwah Islam", Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 1996
- Mahfuzh, Syekh Ali, *Hidāyatu al Murshidīn*, Bairut: Dār al-Ma'arif, tth.
- Makluf, Louis, *Al-Munīd fi al-Lughāh wa al-'Adab*, Bairut: Matbā'ah Kastulkiyah, tth.
- Masyhur, Al Ustadz Mushtafa, *Qudwāh Alā al-Tariq al-Da'wah*, terj. "Qudwah Di Jalan Dakwah", Solo: Citra Islami Press, 1996
- Muhammad, Ahmad Kamil, *Communication As An Academic Discipline*, terj. "Komunikasi Sebagai suatu Disiplin Akademis". Disarikan dari Littlejohn SW, "Theories of Human Communication". Dalam Jurnal komunikasi Audienta, Bandung: Rosda Karya, 1993
- Muhtaron, Zaini, *Dasar-dasar Manajemen Dakwah*, Yogyakarta: al-Amin, 1996.
- Mulkhan, Abdul Munir, *Paradigma Intelektual Muslim*, Yogyakarta: Sipres, 1994.
- Nasution, Harun, *Islam Ditinjau dari Berbagai Aspeknya*, Jakarta: UI Press, 1985
- Nasr, Seyyed Hossein, *Islam Tradisi Di Kancah Dunia Modern*, Bandung: Pustaka, 1994
- , *Sains dan Peradaban Islam*, Bandung: Pustaka, 1985.
- , *Islam and Environmental Crissis*, terj. "Islam dan Krisis Lingkungan" Dalam Islamika, Bandung: Mizan, 1994
- Nuh, Sayyid Muhammad, *Affātun Alā al-Tariq al-Harakah*, terj. "Terapi Mental Aktivis Harakah", Solo: CV. Pustaka Mantiq, 1995
- Nurchalis, Madjid, *Cendekiawan dan Religiusitas Masyarakat*, Jakarta: Paramadina, 1999

- Qutub, Sayyid. *Tafsir Fi dilali Alqurān*. Bairut : Ihyāut Turāsi al-'Araby, tth.
- , *Fiqhu Da'wah Mauḍu'at fil al-Da'wah al-Ḥarakah*, Bairut: Muassasah al-Risalah, 1970.
- Rakhmat, Jalaluddin, *Retorika Modern: Pendekatan Praktis*. Bandung: Rosda Karya, 1994
- , *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Rosda karya, 1996
- Rousydi, Lathief TA., *Dasar-dasar Retorika Komunikasi dan Informasi*, Jakarta: Rimbaw Medan, 1985
- Sambas, Syukriadi, *Uṣul al-Ithna' al-Asha'riyāh*, Terj. "Pedoman Matan Wilayah Dakwah Islam", Bandung: Fakultas Dakwah IAIN SGD, 1998.
- , *Transendentalisme: Suatu Bagian Dari Metode Ilmiah*, Dalam Mimbar Studi, Bandung: IAIN SGD, 1995
- Shihab, M. Quraish, *Membumikan Alqurān*, Bandung: Mizan, 1995
- , *Wawasan Alqurān*, Bandung: Mizan, 1996
- Siddiq, Syamsuri, *Dakwah dan Teknik Berkhutbah*, Bandung: PT. Al-Ma'rif, 1981
- Subandi, Ahmad, *Ilmu Dakwah*, Bandung: Yayasan Syahida, 1994
- Solatun, *Islam dan Etika Komunikasi: Studi Interpretatif Tentang Pendekatan Etis dalam Komunikasi antar Ummat Berbeda Agama menurut Studi Pandang Islam Tekstual*, Dalam Tesis Pascasarjana UNPAD Bandung, 1994
- Wijono, Harun, *Sari-sari Sejarah Filsafat Barat*, Jakarta: Kanisius, 1994
- Ya'kub, Hamzah, *Publisistik Islam Teknik Dakwah Dan Leadership*, Bandung: CV. Diponegoro, 1981