

**RANCANG BANGUN ISLAM NUSANTARA
ISLAM DAN HAK ASASI MANUSIA:
Rumadi Ahmad**

**METAMORFOSA PENDIDIKAN ISLAM NUSANTARA
Suyadi**

**ISLAM NUSANTARA: MANIFESTASI ISLAM ADAPTIF
DAN REALITAS BUDAYA ISLAM-MELAYU BENGKULU
Samsudin**

**EKSISTENSI NORMA AGAMA DAN PANCASILA
DALAM PEMBENTUKAN PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN
Sirajuddin M**

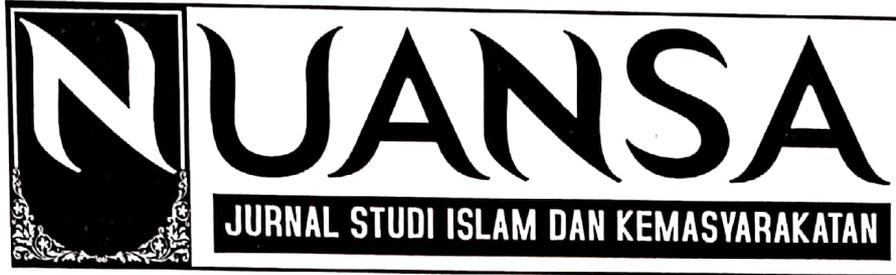
**HERMENEUTIKA HUKUM ISLAM INKLUSIF DI INDONESIA
Moh Dahlan**

**MODEL KEPRIBADIAN ISLAM MELALUI PENDEKATAN PSIKOSUFISTIK
Abdul Mujib**

**INTEGRASI NILAI-NILAI ISLAM DALAM HUKUM PUBLIK
(STUDI TENTANG PENGATURAN HUKUM PENGELOLAAN ZAKAT
OLEH PEMERINTAH PROVINSI BENGKULU)
Imam Mahdi**

**ETIKA KOMUNIKASI DAKWAH DI TENGAH MASYARAKAT MULTIKULTURAL
Ujang Mahadi**

NUANSA | VOL. VIII | NO. 1 | Hal. 1 - 98 | Juni 2015 | ISSN: 2086-4493



NUANSA Vol. VIII, No. 1, Juni 2015

ISSN: 2086-4493

PENANGGUNG JAWAB:

Rohimin

REDAKTUR:

Zubaedi

PENYUNTING:

Syahril

DEWAN PENYUNTING:

Nurcholish Setiawan

Mulyadi Kartanegara

Nadirsyah

Abdul Mujib

Hery Nur Ali

COVER & LAY OUT:

Haryono

SIRKULASI DAN DISTRIBUSI:

Nilda Susilawati

Program Pascasarjana IAIN Bengkulu
Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu
Telp. (0736) 51276 Fax. (0736) 51272
E-mail: nuansa_ppsiainbkl@yahoo.com

ETIKA KOMUNIKASI DAKWAH DI TENGAH MASYARAKAT MULTIKULTURAL

Ujang Mahadi

Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Bengkulu
Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Selebar Bengkulu
Email: mahadi4kdzhnh@yahoo.com

Abstract: Multicultural society is a society that has diversity in many ways, good nature, language, customs, symbols used, the customs and cultures are different from one another. Ethics is required in an increasingly pluralistic society lives in order to distinguish and assess whether the speech to be delivered and the action to be done is right or wrong, good or bad. In the context of a multicultural society, communication ethics propaganda should receive serious attention and serious if you want propaganda message conveyed a positive response from the audience. Hence, in preaching preacher must consider the values and cultures live and act in the community or communities and to know which behaviors are justified and which are not justified, laudable and reprehensible according to the size of the community where the preaching was delivered.

Keywords: Ethics, Da'wah and Multicultural Communications.

Abstrak: Masyarakat multikultural adalah masyarakat yang memiliki keberagaman dalam berbagai hal, baik sifat, bahasa, adat-istiadat, simbol yang digunakan, kebiasaan dan kebudayaan yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Etika diperlukan dalam kehidupan masyarakat yang semakin pluralistik agar dapat membedakan dan menilai apakah perkataan yang akan disampaikan dan tindakan yang akan diperbuat itu benar atau salah, baik atau buruk. Dalam konteks masyarakat multikultural, etika komunikasi dakwah harus mendapat perhatian sungguh-sungguh dan serius jika ingin pesan dakwah yang disampaikan mendapat respon positif dari khalayak. Oleh karena itu, dalam berdakwah da'i harus memperhatikan nilai-nilai serta budaya yang hidup dan berlaku di tengah masyarakat atau komunitas tertentu serta mengetahui mana perilaku yang dibenarkan dan yang tidak dibenarkan, yang terpuji dan tercela menurut ukuran masyarakat dimana dakwah itu disampaikan.

Kata Kunci: Etika, Komunikasi Dakwah dan Multikultural.

Pendahuluan

Dahulu kita dengan mudah mendapatkan suatu daerah yang dihuni oleh satu komunitas atau satu etnik tertentu dengan budaya dan agama yang sama. Sekarang keadaannya sudah berubah dan berbeda, satu kota kecil, Bengkulu misalnya, sudah dihuni oleh banyak penduduk dengan etnik, budaya dan agama yang berbeda. Semua ini karena dinamisasi mobilitas manusia yang bergerak begitu cepat dan dinamis serta didukung oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, baik teknologi komunikasi maupun teknologi transformasi.

Saat ini diberbagai kota/daerah dihuni oleh masyarakat multikultural yang memiliki etnik, budaya dan agama yang tidak sama. Heterogenitas masyarakat itu menuntut kesadaran yang tinggi,

kepedulian, saling pengertian dan saling menghargai antara satu dengan yang lainnya agar tercipta kehidupan bersama yang harmoni, damai dan saling mengayomi.

Berangkat dari realita bahwa bangsa Indonesia adalah bangsa yang penuh keragaman, masyarakatnya tersebar di 17.000 lebih pulau, terdiri dari puluhan etnik dengan bahasa, tradisi dan agama yang tidak sama. Pancasila dan UUD 1945 telah mencoba merangkul semua unsure keragaman itu, sebagaimana juga terukir tegas pada simbol (Garuda) dengan kalimat *Bhinneka Tunggal Ika* "berbeda-beda tetapi tetap satu"; sungguh merupakan semboyan yang paling pas untuk merangkum prinsip-prinsip multikulturalisme. Syang kita baru berkuat pada slogan tetapi lemah dalam

tindakan, sehingga multikulturalisme masih terasa asing atau bahkan ditakuti.¹

Salmadani,² mengatakan “di negara dengan jumlah penduduk lebih dari 200 juta jiwa ini, berdiam tidak kurang dari 300 etnis dengan identitas kulturalnya masing-masing, lebih dari 250 bahasa dipakai, beraneka adat istiadat serta beragam agama yang di anut. Memahami kemajemukan harus dengan melibatkan sikap diri yang penuh empati, jujur dan adil menempatkan perbedaan pada tempatnya, yaitu dengan menghormati, memahami dan mengakui eksistensi orang lain, sebagaimana menghormati dan mengakui eksistensi diri sendiri”.

Dalam suatu masyarakat multikultural, setiap kelompok berhak mengembangkan diri sesuai dengan “jalan” jati diri atau karakteristik kelompoknya. Dalam masyarakat multikultural dibutuhkan adanya jaminan terhadap hak-hak kelompok minoritas untuk mengembangkan martabat atas dasar jati diri mereka. Jadi dibutuhkan adanya kesadaran kolektif yang mendorong munculnya kebudayaan politik yang ditandai oleh kehormatan timbal balik atas hak-hak manusia.³

Etika komunikasi dakwah pada masyarakat multikultural harus menjadi perhatian penting bagi pelaku dakwah jika ingin dakwahnya diterima masyarakat. Menarik disimak pernyataan Ismail,⁴ “para da’i atau lembaga-lembaga dakwah harus memahami sosiologi dakwah, yaitu mempelajari dan memahami lingkungan sosial atau keadaan komunitas yang akan menerima dakwah. Setiap kelompok masyarakat mempunyai sifat, watak, tradisi, perangai, kebiasaan dan kebudayaan yang berbeda satu sama lain. Itu semua harus dipelajari dan dipahami oleh para da’i atau lembaga-lembaga dakwah agar dakwah yang mereka laksanakan di tengah-tengah suatu kelompok masyarakat (etnis) tertentu bias berhasil dengan baik”.

¹ Nasruddin Harahap. “Pembangunan Masyarakat Multikultural dalam Perspektif Islam”. Makalah, (Yogyakarta, 16 Maret 2005), hal. 2.

² Salmadani. “Kearifan Dakwah dalam Kemajemukan Umat”. Makalah pada acara Seminar Nasional “Dakwah dan Radikalisme” dan Temu Dekan/Kajur Dakwah se Indonesia di IAIN Imam Bonjol, (Padang, 3 Nopember 2012), hal. 3.

³ Nasruddin Harahap. “Pembangunan Masyarakat Multikultural dalam Perspektif Islam”. Makalah, (Yogyakarta, 16 Maret 2005), hal. 1.

⁴ Faisal Ismail. “Tantangan dan Peluang Dakwah di Tengah Masyarakat Plural”. Makalah dipresentasikan dalam Seminar Nasional dan Temu Dekan Dakwah se Indonesia di Hotel UIN Sunankalijaga, (Yogyakarta, 28 – 30 Oktober 2011), hal. 6.

Pluralitas Masyarakat

Pluralitas dan perbedaan sudah menjadi kodrat kehidupan manusia (*sunnatullah*) yang tak terbantahkan dan tidak akan pernah berubah selamanya. Toleran terhadap pluralitas dan perbedaan menuntut manusia untuk bersikap saling memahami (*mutual understanding*) dan saling menghargai (*mutual respect*) antara satu dengan yang lainnya.

Ismail,⁵ berpandangan “pluralitas masyarakat (yang mewujud dalam keberagaman dan kemajemukan ras, bangsa dan etnis) telah melahirkan keberagaman bahasa, adat istiadat, tradisi dan budaya. Pluralitas masyarakat ini memang dikehendaki oleh Allah dengan maksud agar kelompok-kelompok masyarakat yang hidup berbangsa-bangsa dan bersuku-suku itu bisa saling kenal mengenal satu sama lain. Pluralitas masyarakat tidak saja menampilkan manifestasinya pada bentuk-bentuk fisik (tubuh), bahasa, tradisi dan budayanya, akan tetapi juga terefleksikan dalam pola kepegangan agama, ideologi, politik atau paham”.

Kemajemukan merupakan *sunnatullah* dan ini dapat dipahami dari al-Qur’an surat Al-Hujurat ayat 13 dan surat Ar-Ruum ayat 22 yang membicarakan masalah keragaman, perbedaan, multikultural, kemajemukan atau pluralisme, sebagai berikut:

يٰۤاَيُّهَا النَّاسُ اِنَّا خَلَقْتَكُمْ مِّنْ ذَكَرٍ وَّاُنْثٰى وَجَعَلْنٰكُمْ شُعُوْبًا
وَقَبَاۤىِٕلَ لِتَعَارَفُوْۤا اِنَّ اَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللّٰهِ اَتْقٰىكُمْ ؕ اِنَّ اللّٰهَ
عَلِيْمٌ حٰخِيْمٌ

“Wahai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertakwa di antara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal” (QS. Al-Hujurat: 13).

وَمِنۡ ءَايٰتِيۡهِ خَلْقُ السَّمٰوٰتِ وَاَلْاَرْضِ وَاَخْتِلٰفُ اَللِّسٰنِيۡكُمْ
وَالْوَبۡرِكُمۡ ؕ اِنَّ فِيۡ ذٰلِكَ لَآٰيٰتٍ لِّلْعٰلَمِيۡنَ

⁵ Faisal Ismail. “Tantangan dan Peluang Dakwah di Tengah Masyarakat Plural”. Makalah dipresentasikan dalam Seminar Nasional dan Temu Dekan Dakwah se Indonesia di Hotel UIN Sunankalijaga, (Yogyakarta, 28 – 30 Oktober 2011), hal. 3.

"Dan di antara tanda-tanda kekuasaan-Nya ialah menciptakan langit dan bumi dan berlain-lainan bahasamu dan warna kulitmu. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda bagi orang-orang yang mengetahui" (QS. Ar-Ruum: 22).

Kedua ayat di atas memberikan pemahaman bahwa umat manusia diciptakan dengan perbedaan jenis kelamin, beragam bangsa, berbeda suku, beraneka bahasa dan warna kulit. Perbedaan tersebut berimplikasi pada perbedaan budaya—antara masyarakat yang satu dengan masyarakat lainnya. Ini berarti ketika manusia melakukan interaksi akan terjadi komunikasi antarbudaya.⁶

Ismail,⁷ mengatakan "menurut kodratnya, pluralitas (sifat atau keadaan beragam) adalah merupakan ciri utama kehidupan suatu masyarakat di mana saja dan kapan saja. Pluralitas sudah menjadi kodrat kehidupan manusia dan merupakan asal kejadian pembentukan kehidupan masyarakat. Pluralitas tidak hanya dikenal pada zaman modern sekarang ini, tetapi pluralitas itu sudah dikenal dan eksis sejak zaman dulu kala. Tidak ada kehidupan masyarakat di dunia ini yang tidak memiliki dan tidak mengandung unsur pluralitas. Dengan kata lain, pluralitas itu pasti ada dalam setiap kehidupan masyarakat/bangsa".

Agar seorang juru dakwah bisa mengoptimalkan kegiatannya, sebaiknya dia mempertimbangkan perspektif sosial budaya dalam melihat proses dakwah. Dalam konteks ini, dia akan memahami bahwa umat akan memberi makna terhadap pesan yang dia sampaikan. Agar makna ini tidak melenceng jauh dari yang diharapkan sang juru dakwah, sebaiknya dia mem-*framing* dakwahnya.⁸

Fenomena global yang menumbuhkan masyarakat multikultural meyakinkan orang mukmin akan universalitas Islam. Nabi mengajarkan tentang: (1) keberanian untuk memasuki masyarakat multikultural (*ummah*) secara terbuka, percaya diri dan menjunjung tinggi martabat Islam, (2) konsolidasi

internal dengan membangun *ukhuwah Islamiyah*, (3) interaksi sosial dengan kelompok-kelompok lain atas dasar saling menjaga diri dengan saling menghargai dan menghormati perbedaan yang ada, (4) membangun *ukhuwah wathoniyah dan bashariyah* antarkelompok etnik-agama yang ada, (5) melakukan dakwah Islam *bilhikmah*, untuk menyemaikan kebenaran Tuhan keseluruhan sel masyarakat.⁹

Komunikasi Dakwah

Komunikasi dakwah merupakan pertemuan dua disiplin ilmu, yaitu "komunikasi" dan "dakwah". Pengertian komunikasi, mengutip pendapat Effendy,¹⁰ adalah "proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun tak langsung melalui media". Sedangkan pengertian dakwah, mengutip pendapat Amin,¹¹ adalah "suatu aktivitas yang dilakukan secara sadar dalam rangka menyampaikan pesan-pesan agama Islam kepada orang lain agar mereka menerima ajaran Islam tersebut dan menjalankannya dengan baik dalam kehidupan individual maupun bermasyarakat untuk mencapai kebahagiaan manusia baik di dunia maupun di akhirat, dengan menggunakan berbagai media dan cara-cara tertentu".

Komunikasi dan dakwah memiliki kesamaan dan perbedaan di antara keduanya. Kesamaannya, baik komunikasi maupun dakwah adalah penyampaian pesan, baik informatif maupun persuasif. Sedangkan perbedaannya adalah komunikasi bermuatan pesan umum, sedangkan dakwah berkonotasi pesan khusus ajaran agama Islam.¹²

Menurut Mubarak,¹³ semua hukum yang berlaku dalam sistem komunikasi berlaku juga pada dakwah, hambatan komunikasi adalah hambatan dakwah pula, dan bagaimana cara mengungkap apa yang tersembunyi dibalik perilaku manusia dakwah, sama pula dengan apa yang harus dikerjakan terhadap manusia komunikan. Adapun

⁶ Ujang Mahdi. 2015. "Komunikasi dan Dakwah Kontemporer: Pendekatan Fenomenologi, Interaksi Simbolik dan Dramaturgi", (Bogor: IPB Press), hal. 163.

⁷ Faizal Ismail. "Tantangan dan Peluang Dakwah di Tengah Masyarakat Plural". Makalah dipresentasikan dalam Seminar Nasional dan Temu Dekan Dakwah se Indonesia di Hotel UIN Sunankalijaga, (Yogyakarta, 28 - 30 Oktober 2011), hal. 3.

⁸ Ana Nadhya Albar. Makalah "Bagaimana Memframing Dakwah Islam". Disampaikan pada Seminar Nasional dan Temu Dekan Fakultas Dakwah se Indonesia di UIN Sunankalijaga, (Yogyakarta, 29 Oktober 2011), hal. 7.

⁹ Nasruddin Harahap. "Pembangunan Masyarakat Multikultural dalam Perspektif Islam". Makalah, (Yogyakarta, 16 Maret 2005), hal. 8.

¹⁰ Onong Uchjana Effendy. 2000. "Dinamika Komunikasi". (Bandung: Remaja Rosdakarya), hal. 5.

¹¹ Samsul Munir Amin. 2008. "Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam". (Jakarta: Amzah), hal. 7.

¹² M. Bahri Ghazali. 1997. "Dakwah Komunikatif: Membangun Kerangka Dasar Ilmu Komunikasi Dakwah". (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya), hal. 5.

¹³ Alunad Mubarak. 2008. "Psikologi Dakwah". Cetakan keempat. (Jakarta: Pustaka Firdaus), hal. 21.

perbedaan *dakwah* dengan *komunikasi* terletak pada muatan pesannya, pada *komunikasi* sifatnya netral, sedangkan pada *dakwah* agama terkandung nilai keteladanan. Seorang pemain sandiwara dianggap hebat manakala ia dapat memerankan dirinya sebagai orang lain, dan pesannya dinilai komunikatif meskipun kehidupannya di luar panggung sangat jauh kualitasnya dibanding tokoh yang diperankannya di atas panggung, karena ukuran keberhasilan seorang aktor adalah keberhasilannya menjadi orang lain. Adapun seorang da'i, ia bukan hanya seorang komunikator, tetapi juga motivator dan contoh sehingga ia dituntut untuk *sinkron* antara apa yang disampaikan di atas mimbar dengan apa yang dilakukannya dalam kehidupan kesehariannya. Seorang da'i adalah komunikator sekaligus teladan".

Letak perbedaan antara "komunikasi" dan "komunikasi dakwah" yang sangat menonjol sebenarnya terletak pada muatan yang terkandung di dalam pesannya. Dalam hal ini, komunikasi sifatnya lebih netral dan umum, sedangkan dalam *dakwah* terkandung nilai kebenaran dan keteladanan Islam. Disamping itu, perbedaan pada tujuan dan efek yang diharapkan.¹⁴

Mahadi,¹⁵ berpendapat bahwa "komunikasi dakwah merupakan proses penyampaian pesan dakwah (pesan moral/ajaran agama) yang bersumber dari al-Qur'an dan Hadits yang dilakukan da'i secara ikhlas, sadar dan terencana dengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, dan/atau perilaku ke jalan yang benar menurut ajaran Islam dengan menggunakan media yang sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Dalam proses dakwah, memberikan kesempatan kepada jama'ah yang masih ragu dan/atau belum memahami pesan agama yang disampaikan untuk mendiskusikannya secara lebih mendalam. Komunikasi dakwah dapat juga diartikan sebagai upaya da'ulama/kyai/buya atau mubaligh dalam menyampaikan pesan-pesan kebenaran kepada jama'ah agar mereka dapat mengetahui, memahami, menghayati, menyadari dan mengamalkannya secara baik dan benar dalam kehidupan sehari-hari serta menjadikan al-Qur'an dan Hadits sebagai pedoman dan petunjuk hidupnya".

¹⁴ Walya Bahi, 2010. "Komunikasi Dakwah". (Bandung: Remaja Rosdakarya), hal. 24

¹⁵ Ujang Mahadi, 2015. "Komunikasi dan Dakwah Kontemporer: Pendekatan Komunikasi, Ilmu Sastra, dan Dramaturgi". (Dagur: IPB Press), hal. 24-25

Menurut flaihi,¹⁶ ada beberapa peran komunikasi dalam dakwah, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Komunikasi dapat menciptakan iklim bagi perubahan dengan memasukkan nilai-nilai persuasif Islam, sikap mental Islam, dan bentuk perilaku Islam.
- 2) Komunikasi dapat mengajarkan keterampilan-keterampilan pendidikan Islam.
- 3) Media massa dapat bertindak sebagai penganda sumber-sumber daya pengetahuan.
- 4) Media massa dapat mengantarkan pengalaman-pengalaman yang dialami diri sendiri sehingga mengurangi biaya psikis dan ekonomis untuk menciptakan kepribadian Islam (*amar ma'ruf nahi munkar*).
- 5) Komunikasi dapat meningkatkan apresiasi yang merupakan perangsang untuk bertindak secara riil.
- 6) Komunikasi dapat membantu masyarakat menemukan Islam dan tentang pengetahuan Islam dalam mengatasi perubahan.
- 7) Komunikasi dapat membuat orang lebih condong untuk berpartisipasi dalam membuat keputusan di tengah kehidupan masyarakat.
- 8) Komunikasi dapat mengubah struktur kekuasaan masyarakat pada masyarakat yang awam ke masyarakat yang memiliki pengetahuan dan wawasan kepada massa.
- 9) Komunikasi dapat menciptakan umat menjadi loyal terhadap Islam.
- 10) Komunikasi memudahkan perencanaan dan implementasi program dan strategi dakwah.
- 11) Komunikasi dapat membuat dakwah menjadi proses yang berlangsung secara mandiri.

Etika Komunikasi Dakwah

Kata etika berasal dari kata "*ethos*" (bahasa Yunani), dalam bahasa Inggris "*ethics*" yang berarti karakter, watak kesusilaan atau adat (*costum*). *Ethic* (bahasa Inggris) berarti etika, tatasusila, *ethical* berarti etis, pantas, layak, beradab, susila. Sebagai suatu subyek etika akan berkaitan dengan konsep yang dimiliki oleh individu ataupun kelompok untuk menilai apakah tindakan-tindakan yang telah dikerjakannya salah atau benar, buruk atau baik.¹⁷

¹⁶ Walya Bahi, 2010. "Komunikasi Dakwah". (Bandung: Remaja Rosdakarya), hal. 40.

¹⁷ Meluhik: <http://azmeqa.blogspot.com/2011/01/etika->

Secara terminologis, menurut Ahmad Amin, etika berarti ilmu yang menjelaskan arti baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia di dalam perbuatan mereka, dan menunjukkan jalan yang seharusnya diperbuat. Secara lebih spesifik, Ki Hajar Dewantara mengartikan etika, sebagai ilmu yang mempelajari soal kebaikan dan keburukan dalam kehidupan manusia, terutama yang berkaitan dengan gerak-gerik pikiran dan rasa yang merupakan pertimbangan dan perasaan, sehingga dapat mencapai tujuannya dalam bentuk perbuatan.¹⁸

Fran Magnis Suseno,¹⁹ mengatakan terdapat sekurang-kurangnya empat alasan mengapa etika diperlukan, yaitu:

- 1) Kita hidup dalam masyarakat yang semakin pluralistik, juga dalam bidang moral dan untuk mencapai suatu pendirian dalam pergolakan pandangan-pandangan moral maka refleksi kritis etika diperlukan.
- 2) Kita hidup dalam masa transformasi masyarakat yang tanpa tanding. Perubahan itu dibawa hantaman kekuatan yang mengenai semua segi kehidupan kita, yaitu gelombang modernisasi. Dalam kondisi seperti ini etika mau membantu agar kita jangan kehilangan orientasi, dapat membedakan antara apa yang hakiki dan apa saja yang boleh berubah, dan dengan demikian tetap sanggup untuk mengambil sikap yang dapat kita pertanggungjawabkan.
- 3) Tidak mengherankan bahwa proses perubahan sosial budaya dan moral yang kita alami ini dipergunakan oleh pelbagai pihak untuk memancing di air keruh. Etika dapat membuat kita sanggup untuk membentuk penilaian sendiri, agar kita tidak terlalu mudah terpancing.
- 4) Etika juga diperlukan oleh kaum agamawan yang disatu pihak menemukan dasar kemantapan mereka dalam iman kepercayaan mereka, dipihak lain sekaligus mau berpartisipasi tanpa takut-takut dan dengan tidak menutup diri dalam semua dimensi kehidupan masyarakat yang sedang berubah.

dakwah-dan-komunikasi.html > [16/10/2011].

¹⁸ Melalui: < <http://zonaislam.net/?p=12383> > [16/10/2011].

¹⁹ Lihat dalam Enjang dan Aliyudin. 2009. "Dasar-dasar Ilmu Dakwah". (Bandung: Widya Padjadjaran), hal. 134.

Dalam konteks masyarakat multikultural, etika komunikasi dakwah harus mendapat perhatian sungguh-sungguh dan serius jika ingin pesan dakwah yang disampaikan mendapatkan respon positif dari khalayak. Oleh karena itu, dalam berdakwah da'i harus memperhatikan nilai-nilai yang hidup dan berlaku di tengah masyarakat atau komunitas tertentu serta mengetahui mana perilaku yang dibenarkan dan yang tidak dibenarkan, yang pantas dan tercela menurut ukuran masyarakat dimana dakwah itu disampaikan. Seperti dikatakan Ismail,²⁰ 'dalam masyarakat pluralistik (seperti masyarakat Indonesia) perlu dihindari penyajian materi, tema atau pesan-pesan dakwah yang dapat menimbulkan terjadinya gangguan SARA (suku, agama, ras dan antargolongan)".

Menurut Amir,²¹ "etika komunikasi mengacu pada pengertian bagaimana berkomunikasi yang sesuai dengan nilai-nilai yang berlaku di tengah masyarakat atau golongan tertentu. Pengertian seperti ini tentu tidak saja diukur dari nilai keyakinan atau agama masyarakat itu sendiri, tetapi juga diukur dari nilai-nilai adat-istiadat yang berlaku dalam masyarakat".

Dakwah hendaklah disampaikan dengan cara yang baik, bijak, penuh hikmah dan bermuatan pelajaran yang berharga. Dakwah akan sampai kepada jama'ah manakala penyampaian materi dakwah dikemas dengan seni dan teknik berkomunikasi yang cerdas. Da'i sejatinya adalah seorang komunikolog yang membawa pesan-pesan Ilahiah untuk disampaikan kepada umat (jama'ah). Pemahaman dan pengetahuan akan etika komunikasi dakwah bagi seorang da'i menjadi sesuatu yang penting dan mutlak dimiliki, terlebih pada masyarakat multikultural yang dinamis dan terbuka (seperti Indonesia).

Materi, Media dan Metode Dakwah

Di era modern, ketika kehidupan manusia dan masalah-masalahnya begitu kompleks, peran dakwah sangat dibutuhkan untuk memberi topangan nilai. Dakwah tidak lagi hanya berkutat pada

²⁰ Faisal Ismail. "Tantangan dan Peluang Dakwah di Tengah Masyarakat Plural". Makalah dipresentasikan dalam Seminar Nasional dan Temu Dekan Dakwah se Indonesia di Hotel UIN Sunankalijaga, (Yogyakarta, 28 – 30 Oktober 2011), hal. 5.

²¹ Lihat dalam Enjang dan Hajir Tajiri. 2009. "Etika Dakwah: Suatu Pendekatan Teologis dan Filosofis". (Bandung: Widya Padjadjaran), hal. 127.

masalah-masalah spiritual dan eskatologis, tetapi juga harus beranjak ke aspek-aspek riil masyarakat pemeluknya. Dengan menanamkan nilai-nilai moral sehingga manusia memiliki kemampuan tinggi untuk mengatasi masalahnya dengan tanpa merusak harmoni dengan lingkungannya. Dengan nilai-nilai moral agama, manusia memiliki kecakapan mengatasi dan ketajaman membaca tanda-tanda zaman berikut kemampuan menciptakan seperangkat nilai untuk melestarikannya, seperti hukum dan sejumlah peraturan.²²

Berdakwah tidaklah cukup hanya dengan menyampaikan materi dakwah, tetapi harus juga memastikan bahwa materi dakwahnya bisa mengubah sebuah masyarakat. Tanggungjawab besar seperti ini semakin menunjukkan bahwa kegiatan dakwah bukanlah sesuatu yang remeh, main-main, atau dilakukan cukup sekedarnya saja. Dalam konteks ini, manajemen dengan segala macam evolusi teori dan aplikasinya yang fleksibel disemua zaman sangat dibutuhkan untuk membantu tercapainya target dakwah.²³

Era ini menuntut para da'i untuk memformat materi dakwah yang bersifat logis, rasional, aktual, ilmiah dan materi yang relevan dengan kebutuhan serta budaya yang sedang berlangsung. Selama ini materi dakwah sering mengambang dan kurang mengarah, sehingga sulit disimpulkan. Terkadang materi dakwah terkesan apologi, dogmatis, normatif dan tidak responsif terhadap perkembangan budaya. Terdapat tiga kategori muatan materi dakwah secara rasionalitas, *pertama*: materi yang ada merupakan pentransformasian materi yang tekstual ke kontekstual; *kedua*: materi yang bersifat doktrin ke sains dan teknologi; *ketiga*: materi tersebut merupakan reinterpretasi terhadap ajaran Islam mengenai masalah-masalah yang aktual dan faktual dalam masyarakat.²⁴

Ismail,²⁵ mempertegas bahwa "yang perlu

²² Wahyu Ilahi. "Dakwah Sebagai Solusi Perdamaian Global". Lihat dalam Congress Proceeding "Dakwah dan Pembangunan Bangsa: Strategi Transformatif Masyarakat Multikultural". Fak. Dakwah IAIN Sunan Ampel – APDI, (Surabaya, 15 s.d. 17 Mei 2009), hal. 300.

²³ Aun Falestien Faletehan. "Mengapa Harus Menggunakan Manajemen dalam Kegiatan Dakwah?". Lihat dalam Congress Proceeding "Dakwah dan Pembangunan Bangsa: Strategi Transformatif Masyarakat Multikultural". Fak. Dakwah IAIN Sunan Ampel – APDI, (Surabaya, 15 s.d. 17 Mei 2009), hal. 223.

²⁴ Harnidah. Makalah "Dakwah Islam Era Global". (t.l.), hal. 7.

²⁵ Falsal Ismail. "Tantangan dan Peluang Dakwah di Tengah Masyarakat Plural". Makalah dipresentasikan dalam Seminar Nasional dan Temu Dekan Dakwah se Indonesia di Hotel UIN

diubah oleh umat Islam adalah penyajian materi dakwah yang kelihatan kurang menarik menjadi lebih menarik. Materi dakwah sebaiknya tidak saja dapat menyentuh lubuk hati orang-orang yang didakwahi, tetapi juga harus mampu menggugah akal pikiran mereka. Jadi, emosionalitas dan rasionalitas orang-orang yang didakwahi perlu secara serentak disentuh agar pemahaman dan penerimaan mereka terhadap Islam berjalan secara seimbang dan simultan".

Media massa mempunyai peran yang urgen dalam menopang aktivitas dakwah di tengah masyarakat. Pesan-pesan dakwah yang dipublikasikan melalui media massa dapat menjangkau mad'u dalam jumlah besar dan jarak yang jauh sekalipun. Pesan dakwah dapat diketahui dengan cepat oleh masyarakat luas dan diharapkan dapat mempengaruhi serta menggugah pikiran mereka untuk mengikuti nilai-nilai luhur yang terkandung dalam pesan dakwah.

Sebagai media yang sangat populer dalam kehidupan masyarakat modern, internet bisa menjadi alternatif media yang sangat efektif dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Banyak fitur-fitur yang disajikan sehingga akan menjangkau lebih banyak mad'u yang dibidik. Masing-masing fitur memiliki kelebihan, tinggal bagaimana para da'i memanfaatkannya. Dari kelebihan fitur yang ditonjolkan internet menjadikan media tersebut mampu menyajikan dakwah dalam bentuk yang berbeda.²⁶

Dalam konteks media dakwah, teknologi informasi dan internet bisa dimanfaatkan untuk kepentingan dakwah. Salah satunya adalah memudahkan transformasi data baik berupa tulisan, opini, artikel atau data dalam format apapun yang berisi tema-tema Islam atau dakwah melalui elektronik dan internet. Akhimya kemudian muncul istilah e-Dakwah, yaitu aktivitas dakwah yang didukung oleh teknologi elektronik atau teknologi informasi.²⁷

Sunankalijaga, (Yogyakarta, 28 – 30 Oktober 2011), hal. 4.

²⁶ Advan Navis Zubaidi. "Adopsi Teknologi dalam Dakwah". Lihat dalam Congress Proceeding "Dakwah dan Pembangunan Bangsa: Strategi Transformatif Masyarakat Multikultural". Fak. Dakwah IAIN Sunan Ampel – APDI, (Surabaya, 15 s.d. 17 Mei 2009), hal. 94.

²⁷ Yusuf Amrozi. "Sumbangsih Teknologi Informasi untuk Pengembangan Dakwah Islam". Lihat dalam Congress Proceeding "Dakwah dan Pembangunan Bangsa: Strategi Transformatif Masyarakat Multikultural". Fak. Dakwah IAIN Sunan Ampel – APDI, (Surabaya, 15 s.d. 17 Mei 2009), hal. 76.

Zubaidi,²⁸ menambahkan “dalam konteks dakwah, banyak hal yang bisa dilakukan dengan pemanfaatan teknologi. Untuk berkomunikasi dengan para jamaah muslim di Belanda, kita cukup duduk di depan komputer yang terhubung dengan jaringan internet dan dilengkapi dengan *webcam* (kamera yang terhubung dengan komputer), sehingga satu sama lain bisa saling berhubungan dan bisa melihat wajah masing-masing.

Berkenaan dengan penggunaan media dakwah, secara lebih gamblang dan lengkap disampaikan oleh Ismail,²⁹ “dalam masyarakat pluralistik di masa modern sekarang ini, para da'i dan organisasi-organisasi dakwah Islam harus terus mengembangkan kiat-kiat baru dalam mengembangkan kiprah dan gerakan dakwahnya. Selain tetap menggunakan media tradisional (yang dipakai untuk kalangan masyarakat tradisional), umat Islam perlu pula menggunakan segala macam media modern dalam mengembangkan dan merealisasikan dakwahnya. Majalah, surat kabar, radio, film, televisi, internet dan media modern lainnya perlu dimanfaatkan oleh umat Islam dalam mengembangkan dan melaksanakan dakwahnya. Penggunaan media modern semacam ini tentunya akan sangat efektif karena dapat menembus jarak yang jauh dan sampai kepada para pendengar, pembaca dan pemirsa di tempat yang jauh pula”.

Aktivitas dakwah selain harus memperhatikan “materi dan media” dakwah, tidak kalah pentingnya adalah memperhatikan “metode” dakwah yang digunakan. Dalam beberapa literatur yang mengkaji “ilmu dakwah” ketika membahas “metode dakwah” pada umumnya para ahli dakwah merujuk pada al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125, yaitu:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْخَسِيَّةِ
وَجِدِّلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ
عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah

²⁸ Advan Navis Zubaidi. “Adopsi Teknologi dalam Dakwah”. Lihat dalam Congress Proceeding “Dakwah dan Pembangunan Bangsa: Strategi Transformatif Masyarakat Multikultural”. Fak. Dakwah IAIN Sunan Ampel – APDI, (Surabaya, 15 s.d. 17 Mei 2009), hal. 90.

²⁹ Faisal Ismail. “Tantangan dan Peluang Dakwah di Tengah Masyarakat Plural”. Makalah dipresentasikan dalam Seminar Nasional dan Temu Dekan Dakwah se Indonesia di Hotel UIN Sunankalijaga, (Yogyakarta, 28 – 30 Oktober 2011), hal. 4-5.

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” (QS. An-Nahl: 125).

Metode dakwah pada ayat 125 di atas, untuk menyeru manusia (kepada Islam) dengan salah satu dari tiga cara, yaitu dengan *hikmah*, *mau'izhah al-hasanah* dan *mujadalah bil al-thariq al-ihsan*. Ketiga metode itu disesuaikan dengan kemampuan intelektual masyarakat yang dihadapi. Namun bukan berarti masing-masing metode tertentu untuk masyarakat tertentu pula, akan tetapi secara prinsip semua metode dapat dipergunakan kepada semua masyarakat. Pada ayat tersebut bukan hanya berbicara seputar metode dakwah, akan tetapi meliputi faktor-faktor lainnya, yaitu tentang subjek dan materi yang disampaikan. Bahkan secara tersirat juga terkandung objek dakwah, karena perintah dakwah dalam ayat tersebut ditujukan kepada Nabi Muhammad saw.³⁰

Menurut Daroini,³¹ ada beberapa hal yang terkandung dalam ayat tersebut, yaitu:

- 1) Mengajak, maksudnya mengajak menuju ke jalan Tuhan;
- 2) Hikmah, maksudnya mengajak ke jalan Tuhan dengan hikmah, yaitu dengan bijaksana, sesuai dengan kondisi dan situasi *mad'u* yang menjadi objek dakwah;
- 3) Hasanah, yaitu berdakwah dengan nasihat-nasihat yang baik; dan
- 4) Berdebat, tetap dengan perdebatan yang baik, dari segi cara dan proses maupun isi dari diskusi itu.

Ismail,³² mengatakan bahwa “contoh baik yang pantas ditiru adalah dakwah yang dilakukan oleh Wali Songo. Mereka berdakwah dengan menggunakan metode “kultural edukatif”, tidak secara membabi buta menyerang keras paham dan praktik-praktik yang tidak Islami, tetapi mereka

³⁰ Salmadani. “Kearifan Dakwah dalam Kemajemukan Umat”. Makalah pada acara Seminar Nasional “Dakwah dan Radikalisme” dan Temu Dekan/Kajur Dakwah se Indonesia di IAIN Imam Bonjol, (Padang, 3 Nopember 2012), hal. 14.

³¹ Ahmad Daroini, lihat dalam Ujang Mahadi. 2015. “Komunikasi dan Dakwah Kontemporer: Pendekatan Fenomenologi, Interaksi Simbolik dan Dramaturgi”, (Bogor: IPB Press), hal. 131.

³² Faisal Ismail. “Tantangan dan Peluang Dakwah di Tengah Masyarakat Plural”. Makalah dipresentasikan dalam Seminar Nasional dan Temu Dekan Dakwah se Indonesia di Hotel UIN Sunankalijaga, (Yogyakarta, 28 – 30 Oktober 2011), hal. 6.

melakukan secara persuasif, edukatif, etis dan humanis. Cara-cara santun, bijak, arif dan edukatif mereka terapkan dalam metode dakwah mereka sehingga kalbu orang-orang yang didakwahi tersentuh dan akhirnya masuk Islam”.

Penutup

Aktivitas dakwah di tengah masyarakat multikultural menuntut pelaku dakwah (da'i, ustadz, kyai, buya) memperhatikan etika komunikasi dakwah agar pesan dakwah yang disampaikan dapat diterima, dipahami dan selanjutnya diaplikasikan dalam kehidupan. Etika komunikasi dakwah harus mempertimbangkan karakteristik *mad'u* atau jama'ah yang berkaitan dengan budaya, bahasa, adat-istiadat, system simbol dan juga harus mengetahui hal-hal yang dibolehkan dan dilarang, mengetahui perkataan dan perbuatan yang terpuji dan tercela dimana dakwah disampaikan.

Pustaka Acuan

- Abrar, Ana Nadhya. 2011. Makalah “*Bagaimana Memframing Dakwah Islam*”. Disampaikan pada Seminar Nasional dan Temu Dekan Fakultas Dakwah se Indonesia di UIN Sunankalijaga, Yogyakarta, 29 Oktober 2011.
- Amin, Samsul Munir. 2008. “*Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*”. Jakarta: Amzah.
- Amrozi, Yusuf. 2009. “*Sumbangsih Teknologi Informasi untuk Pengembangan Dakwah Islam*”. Lihat dalam Congress Proceeding “*Dakwah dan Pembangunan Bangsa: Strategi Transformatif Masyarakat Multikultural*”. Fak. Dakwah IAIN Sunan Ampel – APDI, Surabaya, 15 s.d. 17 Mei 2009.
- Effendy, Onong Uchjana. 2000. “*Dinamika Komunikasi*”. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Enjang dan Aliyudin. 2009. “*Dasar-dasar Ilmu Dakwah*”. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Enjang dan Hajir Tajiri. 2009. “*Etika Dakwah: Suatu Pendekatan Teologis dan Filosofis*”. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Faletahan, Aun Falestien. 2009. “*Mengapa Harus Menggunakan Manajemen dalam Kegiatan Dakwah?*”. Lihat dalam Congress Proceeding “*Dakwah dan Pembangunan Bangsa: Strategi Transformatif Masyarakat Multikultural*”. Fak. Dakwah IAIN Sunan Ampel – APDI, Surabaya, 15 s.d. 17 Mei 2009.
- Ghazali, M. Bahri. 1997. “*Dakwah Komunikatif: Membangun Kerangka Dasar Ilmu Komunikasi Dakwah*”. Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya.
- Hamidah. Makalah “*Dakwah Islam Era Global*”. (t.t.).
- Ilaihi, Wahyu. 2009. “*Dakwah Sebagai Solusi Perdamaian Global*”. Lihat dalam Congress Proceeding “*Dakwah dan Pembangunan Bangsa: Strategi Transformatif Masyarakat Multikultural*”. Fak. Dakwah IAIN Sunan Ampel – APDI, Surabaya, 15 s.d. 17 Mei 2009.
- _____, 2010. “*Komunikasi Dakwah*”. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ismail, Faisal. 2011. “*Tantangan dan Peluang Dakwah di Tengah Masyarakat Plural*”. Makalah dipresentasikan dalam Seminar Nasional dan Temu Dekan Dakwah se Indonesia di Hotel UIN Sunankalijaga, Yogyakarta, 28 – 30 Oktober 2011.
- Mahadi, Ujang. 2015. “*Komunikasi dan Dakwah Kontemporer: Pendekatan Fenomenologi, Interaksi Simbolik dan Dramaturgi*”. Bogor: IPB Press.
- Melalui: <http://azriepo.blogspot.com/2011/01/etika-dakwah-dan-komunikasi.html> [16/10/2011].
- Melalui: <http://zonaislam.net/?p=12383> [16/10/2011].
- Mubarok, Ahmad. 2008. “*Psikologi Dakwah*”. Cetakan keempat. Jakarta: Pustaka Firdaus.
- Nasruddin Harahap. 2005. Makalah “*Pembangunan Masyarakat Multikultural dalam Perspektif Islam*”. Yogyakarta, 16 Maret 2005.
- Salmadanis. 2012. “*Kearifan Dakwah dalam Kemajemukan Umat*”. Makalah pada acara Seminar Nasional “*Dakwah dan Radikalisme*” dan Temu Dekan/Kajur Dakwah se Indonesia di IAIN Imam Bonjol, Padang, 3 Nopember 2012.
- Zubaidi, Advan Navis. 2009. “*Adopsi Teknologi dalam Dakwah*”. Lihat dalam Congress Proceeding “*Dakwah dan Pembangunan Bangsa: Strategi Transformatif Masyarakat Multikultural*”. Fak. Dakwah IAIN Sunan Ampel – APDI, Surabaya, 15 s.d. 17 Mei 2009.



PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU

