



Episteme Dakwatologi Komunikasi (Menakar Komunikasi Islam dalam Epsitemologi Triangular Relationship)

Aep Wahyudin

UIN Sunan Gunung Djati Bandung

E-mail: fwahyu2000@yahoo.com

Abstract

Building a paradigm on Islamic communication does not actually have to start from the scratch. Synthesis heavy foundation can be use the existing communication theories, but the more important for Muslim scholars is to create a new synthesis through meta-theories aspects which include epistemology, ontology and perspectives. Settling on the aspects of the value and ethics dimensions must be able to collaborate with monotheism and responsibilities hereafter. Islamic communication functions is to realize the meaning of the equation, thus there will be changes in attitude or behavior of the Muslim societies. While the ultimate goal of Islam is the point which stressed on the aspect communicant, not the communicator. In the aspect of social change and community development, communication tends to be positivistic and functionally oriented to the individual, instead the social system and sociocultural functions that are critical to stimulate social changes. Quality of communication regarding the values of truth, simplicity, kindness, honesty, integrity, fairness, validity of the message and sources, are the important aspect in the Islamic communication. Therefore, in this perspective, communication is established to joint Islamic Triangular Relationship between "God, man and society".

Kata Kunci:

Ilmu dakwah, Komunikasi, Epistemologi Komunikasi Islam,
Makna-Nilai dan Komunikasi 'Universe'

A. Pendahuluan

Membangun paradigma komunikasi “Islam”, sesungguhnya tidak harus dimulai dari nol. Dasaran sintesisnya dapat menggunakan teori-teori komunikasi konvensional, namun yang menjadi tugas besar bagi para intelektual dan sarjana Muslim adalah membuat sintesis baru melalui aspek meta-teori 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. Sedangkan *ultimate goal* dari komunikasi Islam adalah kebahagiaan hidup dunia dan akhirat yang titik tekannya pada aspek komunikasi bukan pada komunikator. Dalam aspek perubahan sosial dan pembangunan masyarakat, Komunikasi Barat cenderung bersifat positivistik dan fungsional yang berorientasi kepada individu, bukan kepada keseluruhan sistem sosial dan fungsi sosio-budaya dan nilai yang sangat penting untuk merangsang terjadinya perubahan individual-sosial-kultural. Kualitas komunikasi menyangkut adanya nilai-nilai kebenaran (*truth*), kesederhanaan (*humanity*), kebaikan (*good*), kejujuran (*honesty*), ketulusan (*sincerity*), integritas (*integrity*), keadilan (*justice*), kesahihan pesan (*validity*) dan sumber (*credibility*), 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 masyarakat”.

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 (Muhammed, 1993:1). Dalam perspektif studi Islam (*Islamic studies*), dengan pendekatan antar-disipliner, komunikasi juga dapat dipahami dalam ilmu dan pengetahuan ke-Islaman. Pendekatan terhadap hal ini telah dilakukan, misalnya oleh Imtiaz Hasnain dengan “*Communication: An Islamic Approach*”, dan Muhammad Yusof Hussein “*Islamization of Communication Theory*”.

Rumusan definisi komunikasi banyak sekali, sebagai gambaran "entry point" memahami komunikasi, menurut Berker (1984:425) "*process that involves interdependent an interpreted element working together to achieve desired goal or out come*" (Barker, 1984: 425). Berelson dan Steiner (dalam Chandra, 1996: 3), menyatakan komunikasi sebagai proses penyampaian informasi, emosi, keterampilan, dengan menggunakan simbol, kata, gambar, angka, dan sebagainya. Dan, menurut 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*" (Effendi, 1994: 10)

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 (Ahmad, 1994: 4)

Dalam Al-Quran 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 (Sambas, 1998: 1-2). Merujuk pada firman Allah dalam Q.S. Ali Imran ayat 104:

دعون الى الخير وياءمرون بالمعروف وينهون عن المنكر والتكن منكم امة ي
والنك هم المفلحون

"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"

عن عبدالله عمر وبن العاص رضي الله عنه ان النبي صلى الله عليه
(وسلم قال بلغوا عني ولو اية (رواه البخاري

*“Abdullah Bin ‘Amr Bin Al Ash berkata : Bersabda Rasulullah SAW :
“sampaikan dari ajaranku walaupun hanya satu ayat (Nawawy,
1987: 316)*

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 Mahfud dalam “Hidayatu al Mursyidin” : “Mendorong manusia untuk melakukan kebaikan dan mengikuti petunjuk, memerintahkan berbuat ma’ruf dan mencegah dari berbuat munkar, agar memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat’.
(Mahfud, tt: 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
(Ahmad, 1985: 2)*
- *“Penyampaian informasi (Islam) yang bukan saja bertujuan supaya orang mnegerti 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” (Mulkhan, 1994: 100)*
- *“Dakwah disebut pula komunikasi Islam, sbagai suatu cara yang mengajarkan, mempengaruhi manusia melalui alam pikirannya, dengan tujuan mengubah situasi yang negatif kepada situasi yang positif, memindahkan dari alam kekafiran kepada alam keimanan kepada Allah SWT. (Kustawa, 1986: 12)*
- *“Seruan atau ajaran kepada keinsafan atau usaha untuk mengubah istuasi kepada sitruasi yang lebih baik dan sempurna, baik kepada pribadi maupun masyarakat”. (Shihab, 1995: 194)*

- “Merupakan tugas suci bagi setiap muslim ketika berada di bumi, yaitu menyeru dan menyampaikan agama Islam kepada masyarakat dan kewajiban tersebut untuk selama-lamanya”. (Anshory, 1993: 10)
- “Mengajak atau menyeru untuk melakukan 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 atau massa serta bagi kehidupan masyarakat sebagai keseluruhan tata kehidupan bersama dalam rangka pembangunan bangsa dan ummat manusia” (Hasanudin, 1988: 35)
- “Sebagai komunikasi mengajak dan memanggil ummat manusia kepada agama Islam, memberi informasi mengenaiya, amar ma’ruf nahi munkar, agar dapat tercapai kebahagiaan dunia dan akhirat, dan supaya terlaksananya ketentuan Allah”.

B. Entry Point 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 sejarah:

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 *khulafa’urrahyidun*, 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). (Bachtiar, 1997: 36)

Kedudukan Rasulullah dalam kaitannya dengan dakwah (dalam mengkomunikasikan pesan-pesan Islam). Maka seluruh perilaku kehidupan rasul merupakan perilaku dakwah, artinya dakwah tak bisa dilepaskan Islam sebagai agama tersebut, mengamalkan Islam berarti mengamalkan dakwah (Mul Khan, 1994: 101). Sejarah Dakwah Islamiyah dimulai sejak tanggal 17 Ramadhan, dua belas tahun 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....*". (Q.S. Al "Alaq/96: 1-5). Hal ini ditegaskan Allah terjadi pada bulan Ramadhan (Q.S. Al Baqarah/2: 185). Peristiwa ini merupakan titik awal dakwah Islamiyah (Hasmy, 1994: 4-5). Digambarkan Sayyid Quthub, hal itu sebagai peristiwa besar, besarnya tiada bertepi, dak tak mampu mengelilinginya, karena mempunyai segi-segi yang banyak sekali (Quthb, t.t.: 198). 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.

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

Dakwah (komunikasi Islam) secara diam-diam, setelah Nabi menerima 7 ayat pertama surat Al-Muddatsir, yang maksudnya supaya Nabi bangkit memberikan peringatan, makamlailah melaksanakan dakwahnya secara diam-diam (sembunyi) sesuai kondisi pada waktu itu. Sasaran dakwah pertamakali 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.

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 (Q.S. Al Hijr: 94)

Hal itu dilakukan disebuah tempat dikaki bukit shofa, tetapi Abu Lahab menentang dan mecela Rasulullah SAW sehingga dengan peristiwa itu turunlah surat Al-Lahab.

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 shahabat 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 *“muhammadarrasulullah”*. Telah menjadi kebiasaan administrasi masa itu, bahwa surat harus dibubuhi cap pengirim. Risalah Nabi tersebut disampaikan kepada Raja Hiraqla (Rum), Raja Persia, Raja Habsy, Raja Qithbi dan lain-lain (Ya'kub, 1981: 71-78).

2. 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 (Hasan, 1965: 129). Dalam bidang ilmu bahasa berkembang begitu pesat, bahasa arab semakin mendesak membutuhkan ilmu bahasa yang menyeluruh (*nahwu, sharaf, ma'ani, bayan, al-badi'* dan sebagainya) (Nasution, 1985: 14)

Dalam perkembangannya, komunikasi dalam Islam yang merupakan hal pokok dalam pelaksanaan dakwah dengan menggunakan bahasa dan retorika, yang pada selanjutnya disebut *“fannu al khithabah”*, (Rousydi, 1985: 40) 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 Islamiyah*"; Muhammad Ghazali (1961) karyanya "*Ma'alahi Diraasat fid da'wah waad Du'ah*"; Abu Hasan Ali Husaini An Nadawy (1968) karyanya "*Rojaalu fikri wad Da'wah fil Islam*"; Muhammad Al Bakry (1970) karyanya "*Assabilu ila Da'wati al Haq*". Muhammad Abu Zahrah (1973) karyanya "*Al Da'wah ila al Islam*"; Sayyid Quthub (1976) karyanya "*Fiqhu al Da'wah*"; Abdul Karim Zaidan (1976) karyanya "*Ushul al Da'wah*". Abdullah Syuahata (1978) karyanya "*Al Da'watu al Islamiyah wal Iklanu al Dini*"; Ahmad ghalwasyi (1987) "*Al Da'wah al Islamiyah*"; Ali Ibn Shalih al Mursyid (1989) karyanya "*Mustalzamat al da'wah fi al "Ashari al Hadlir"*", dan lain-lain. (Hasjmy, 1994: 181-186)

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 (*kaafatan linnaas*) (Q.S. Assaba': 28), yang memiliki perbedaan realitas sosial, karena esensinya Islam berfungsi sebagai rahmat bagi seluruh alam (*rahmatan lil'alam*) (Q.S. Al-Anbiya: 107). Realitas sosial itu terkait dengan proses dakwah atau komunikasi Islam.

Ruang lingkup dakwah baik dalam bentuk *syakhsiyah (personal)*, *usroh (komunal)*, *jama'ah (sosial)* dan umat, merupakan perwujudan doktrin Islam dalam seluruh segi kehidupan dalam bentuk realitas tersebut, (Ahmad, 1994: 4) guna membentuk *khayru ummah* (Q.S. Ali Imran: 110). Hal ini didasarkan pada ayat Al-Qur'an:

"Hai orang-orang yang beriman, jagalah (lindungilah) dirimu dan keluargamu dari api neraka...". (Q.S. Attahrim: 6)

"Dan Kami tidak mengutus kamu, melainkan kepada umat manusia seluruhnya sebagai pembawa (penyampai) berita gembira dan pemberi peringatan..". (Q.S. Assaba': 28)

C. Tujuan Komunikasi dalam Islam dan Konsekuensi Penyimpangan

Tujuan sentral komunikasi, menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett, antara lain; mengerti pesan yang diterimanya; penerimanya harus dibina, dan untuk memotivasi tindakan. Tujuan tersebut dalam kaitannya dengan Islam, memunculkan nilai-nilai *religiusitas* yang itu 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 (Solatun, 1999: 20). Oleh karenanya akhlaq sebagai suatu etika merupakan sistem dalam makna kesesuaian dan kepatutan perilaku manusia dalam masyarakat, dengan sistem itu yang baik dan yang buruk serta ucapan manusia diperiksa menurut takaran kesesuaian dan kepatutan (Van Hove: 1981)

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: “...*Tidaklah orang yang sesat itu akan memberi madlarat kepadamu apabila kamu telah mendapat petunjuk, kepada Allah kamu kembali semuanya...*” (Q.S. Al-Ma’idah: 105). 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 berkata apa yang tidak kamu perbuat*” (Q.S. Ash-Shaf: 3). Pandangan etis teologis telah tereliminir, dengan tidak memiliki aspek transendenlisme dalam tindakannya. Dan *secara akademis*, penyimpangan dari tujuan terjadi karena menafikan profesionalitas dan proporsionalitas. Konsekuensi sosial dari hal ini akan terjadi diskomunikasi bukan harmonisasi komunikasi, disosialisasi bukan sosialisasi, alienasi komunikasi, dan sebagainya.

D. 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 sesuatu). Pada dasarnya dalam dakwah hal ini berkaitan

dengan al hikmah (kebijaksanaan), yang hal itu dapat dipahami, sebagai berikut:

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 (Effendi, 1993: 21). Sebagai hasilnya pihak yang dipengaruhi melaksanakannya dengan kesadaran. Islam sebagai agama dakwah dan Al-Qur'an sebagai kitab dakwah (Quthub: 1970:15), menyatakan tidak ada unsur paksaan dalam (masuk) Islam (Q.S. Al Baqarah: 256), dalam mengajak kepada *al khair* (al Islam) (Q.S. Ali Imran: 104). Syekh Abdurrahman Abdul Khaliq (1996), mengatakan Islam sebagai agama motivasi, karena setiap muslim diwajibkan untuk menyeru (berdakwah) kepada al Islam sesuai dengan kemampuan masing-masing yang dimiliki (Khaliq, 1996: 17)

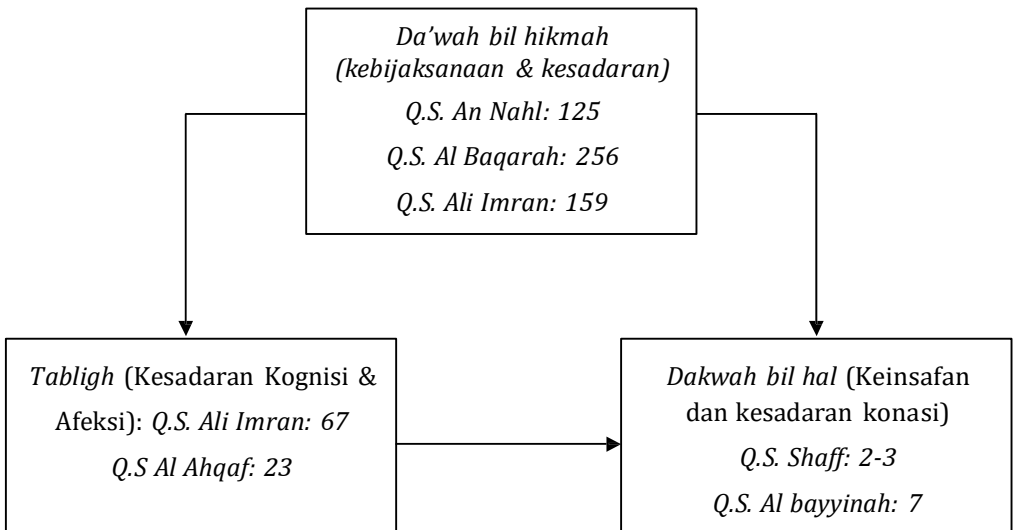
2. Dakwah dengan al Hikmah: Dari Kesadaran Kognisi ke Kesadaran Konasi

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 menghilangkan keraguan (Natsir, 1984: 165). Al Fairuz Abady dalam "*Basha'iru Dzawit Tamyiz*", menguraikan al hikmah dengan keadilan, ilmu, kelembutan, nubuwah, taat kepada Allah, pemahaman aga secara mendalam dan pengamalannya, rasa takut, wara' akal,, ketetapan dalam bicara atau perbuatan, memikirkan perintah Allah dan mengikutinya (Abaday, tt:491). Jadi pokok al hikmah dalam dakwah ialah membimbing kepada kebaikan yang didasarkan pada ilmu pengetahuan untuk mencegah perbuatan zhalim (Azzaid, 1993: 16). 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 (Ya'kub, 1981: 68).

Aspek kesadaran pemahaman kognisi dalam proses dakwah, dilakukan dengan cara *tabligh*. Termasuk dalam kerangka *tabligh* ini bentuk da'wah bi lisan (dakwah dengan lisan), dan kegiatan *tabligh* Islam ini merupakan proses transmisi atau penyiaran dan penerangan sosialisasi ajaran Islam dengan menggunakan sarana tertentu (Ahmad,

1994: 6). Karena tabligh secara kebahasaan, menurut Louis Makluf berarti penyampaian sampai kepada sesuatu yang dikehendaki (Makluf, tt: 48) dan J. Milton Cowan (1971) menyatakan sebagai komunikasi, maklumat, atau pemberitaan (Cowan, 1971: 74). Dalam konteks dakwah, penyampaian tersebut adalah mengenai ajaran Islam kepada ummat manusia, sehingga yang menerima menjadi terikat dengannya, sebab Al-Qur'an memerintahkan atas wahyu (iformasi pesan Ihaiyah) harus disampaikan. (Q.S. Ali Imran: 34, Al Ahqaf: 23).

Keterikatan atas dasar kesadaran *konasi*, menjadi nilai-nilai perilaku nyata, dilakukan dengan bentuk *da'wah bil hal*. Dakwah ini dilakukan *qudwah* atau *uswah hasanah* (tauladan) sikap dan perilaku, yang secara efektivitas lebih daripada bicara. *Qudwah* dalam *dakwah bil hal* ini yang penting direalisasikan' khususnya pada *qudwah 'amaliyah* (keteladanan dalam amal) (Masyhur, 1996: 9), sebab dakwah merupakan ajakan keinsyafan (Shihab, 1995: 194), Al-Qur'an tegas mengecam inkonsistensi ucapan dengan perbuatan (Q.S. Shaff: 2-3), karena teologis keimanan manusia perlu pembuktian pada sosial dan amal shaleh (Q.S. Al-Bayyinah: 7).Komunikasi persuasi tersebut, dapat dikerangkakan dalam pola pemahaman dakwah, sebagai berikut:



E. Psikologi Komunikatif (Behaviorisme, Psiko-analitik, Psiko-kognitif dan Humanistik) dalam Pandangan Islam

Allah memberikan memosisikan keterwakilan terhadap manusia (sebagai subjek dan objek dakwah), menjadikan *khalifah fil ardl* (pemimpin di muka bumi) (Q.S. Al Baqarah: 30). Secara psikologis maupun biologis mengindikasikan penghargaan terhadap eksistensi manusia dalam bentuk sempurna (Q.S. Attin: 4). Ketegasan psikologis manusia pun, dinyatakan bahwa dalam Islam tak ada unsur paksaan (Q.S. Al Baqarah: 256), hal ini dipahami adanya iklim demokratis kebebasan manusia. Dan Islam sebagai ajaran untuk ummat manusia (Q.S. Saba': 28), menegaskan pengamalan ajaran tersebut berdasarkan kemampuan, ayat Al-Qur'an menyatakan: "*laa yakallifu Allaha illa wus'aha*" (Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kemampuannya), (Q.S. Al Baqarah: 286), karena Islam memberikan kemudahan bukan membuat kesusahan.

Psikologi manusia sebagai komunikatif, yang dipahami dalam behaviorisme, psiko analitik, psiko kognitif dan humanistik. Tidak dipahami dalam kerangka filsafat dengan paradigma pemikiran modern yang *antromorfik dan sekuler* (Nasr, 1994: 198). Karena pandangan yang *humanis antroposentris plus sekularis* merupakan penjelmaan rasionalitas manusia modern, akan melupakan "*siapakah ia sesungguhnya*", karena ia hidup di pinggiran eksistensi (Nasr, 1985: 18). Dengan kata lain tanpa bantuan wahyu, yang merupakan dasar agama, tabi'at insani sudah dapat mengusakan karya budinya, (Wijono, 1994: 12). Sebuah keterpisahan dari yang transenden.

Islam dalam konteks dakwah, melihat psikologi komunikatif 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" (Sambas, 1995: 10). Oleh karenanya dalam hal ini, perspektif Islam dalam konteks dakwah tetap memperhatikan psikologi manusia sebagai komunikatif, diungkapkan dalam hadits riwayat Muslim: "*khothibinnaas 'ala qodri 'uqulihim*" (berbicaralah kepada manusia menurut akal kemampuan mereka).

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

Islam dalam pengertian dakwah, sebagai proses transmisi, transformasi, internalisasi, sosialisasi, dan eksternalisasi pesan-pesan kewahyuan, 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, (Q.S. Ali Imran: 67, Q.S. Al Ahqaf: 23), yaitu transmisi dan penyebarluasan ajaran Islam. Teknik komunikasi *persuasi*, dalam konteks dakwah sebagai proses irsyad, yaitu internalisasi dan bimbingan nilai-nilai Islam, dan juga berarti mau'izhah hasanah (Q.S. An Nahl: 125) atau nasihat dan tutur kata yang baik (Siddiq, 1981: 27). Komunikasi dengan teknik *koersif*, mengandung pengertian tandzir (Kafie, 1993: 22), yaitu merupakan peringatan, atau juga dalam arti ikhtisab, sebagai proses dakwah amar ma'rif nahi munkar. Dan teknik komunikasi berupa *manifulatif* (dalam pengertian positif), dalam konteks dakwah diidentifikasi dengan *tahsin*, yaitu sebagai suatu 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 (Q.S. Al A'raf: 180; Al Isra: 110; Thaha: 8), Ia menciptakan segala sesuatu dengan keindahan (Q.S. Assajdah: 7), dan menurunkan risalah yang paling indah dalam bentuk kitab (Q.S. Azzumar: 55).

G. Komunikasi dengan Alam Sekitar Menurut Islam

Tuhan menciptakan pedoman bagi umat manusia terdiri dari: ayat-ayat *qur'aniyah* (kitabullah secara tekstual), dan ayat-ayat *kawniyah* (alam semesta secara kontekstual). Al-Qur'an sebagai kitab yang bersifat "mujmali" (universal) (Q.S. An Nahl: 84) mengandung pesan-pesan kehidupan, antara lain menyangkut alam raya dan fenomenanya. Uraian mengenai ayat-ayat kawniyah tersebut tidak kurang dari 750 ayat, baik yang eksplisit maupun yang tersirat (Shihab,

1994: 191). Al-Qur'an memproklamirkan dirinya sebagai "*hudan linnas*" (petunjuk bagi ummat manusia), bukan hanya masalah praksis kehidupan manusia, tetapi juga tentang patokan-patokan dasar tentang bagaimana manusia menyantuni alam semesta dan lingkungannya (Abdullah, tt: 180). Dalam Islam, alam bukan saja sebagai *amanah* (Q.S. Al-Ahzab:72), tapi juga memiliki anugerah potensi sumberdaya. Maka posisi manusia, dalam melakukan komunikasi dengan alam sekitar (universe), menurut Islam mengandung makna sebagai:

Isti'qra'. 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 (Shihab, 1994: 167). *Iqra* juga bisa berarti *menyampaikan, menelaah, membaca, memdalami, meneliti, mengetahui ciri-cirinya*, dan lain-lain, yang kesemuanya bisa dikembalikan kepada hakikat "menghimpun". Oleh karenanya, fokus tentang alam sekitar dan fenomenanya ini, Al-Qur'an memerintahkan manusia untuk memperhatikan dan mempelajari alam raya untuk memperoleh kemudahan-kemudahan bagi kehidupannya, dan untuk menyadari ke-Esaan dan kekuasaan Allah SWT. Oleh karena, perintah baca dikaitkan dengan "*bismi rabbika*" (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 (Shihab, 1994: 168). Inji merupakan manifestasi kecintaan terhadap alam, rasa kecintaan ini digambarkan oleh seorang penyair Persia melalui ungkapan, "*Aku gembira dengan kosmos, karena kosmos menerima kegembiraan dari-Nya Aku mencintai seluruh dunia, Karena dunia milik-Nya*".

Isti'mar. Islam memandang manusia sebagai wakil Tuhan di muka bumi (*khalifah fil ardl*) (Q.S. A. Baqarah: 31). Kualitas keterwakilan sebagai khalifah di bumi ini mengharuskan dan menugaskan untuk memakmurkan alam dan bumi ini. Al-Qur'an menegaskan: "*Huwa ansy'a'ukum mina al ardli wa asta'marokum fiha*" (Dia-lah yang menciptakan kamu dan menugaskan untuk memakmurkannya) (Q.S. Hud: 61). *Ista'marakum* berarti menjadikan dan menugaskan manusia mengolah bumi guna memperoleh manfaatnya (Shihab, 1996: 424). Nurcholis Madjid menyebutnya dengan "reformasi bumi" (*ishlah al*

ardl), yakni usaha aktif manusia untuk menciptakan sesuatu yang baru, baik dan bermanfaat (Madjid, 1999: 31-32). Komunikasi pembangunan dalam Islam bersifat menyeluruh dan seutuhnya, material dan spiritual (Shihab, 1995: 103). Berdasarkan pola pemahaman tersebut, konteks komunikasi dengan alam sekitar menurut pandangan Islam, pada intinya berorientasi pada perubahan dari adanya pemberdayaan alam yang bermashlahat.

H. Penutup

Komunikasi adalah suatu disiplin ilmu yang telah memiliki "*body of knowledge*" tersendiri secara akademis. Dan Islam, dalam pemahaman "*frame of thinking*" secara studi ilmu-ilmu ke-Islaman memiliki *identifikasi sinkronik* dengan konsepsi teori-teori dakwah Islamiyah, yang telah berusaha menjelma dan memiliki bangunan ilmu tersendiri, sebagai sebuah disiplin ilmu dakwah dengan tetap melakukan deduksi dari Al-Qur'an dan Al-Hadits.

Oleh karena itu, untuk menjawab absurditas masalah-masalah komunikasi tersebut, salah satunya dengan menggunakan pendekatan antar-disipliner komunikasi dan dakwah, dan pendekatan ayat-ayat Al-Qur'an 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.

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.

Secara holistik, substansi nilai perubahan individual-sosial-kultural dan pemberayaan masyarakat dalam komunikasi perspektif Barat cenderung bersifat positivistik dan fungsional-pragmatis yang berorientasi kepada individu, bukan kepada keseluruhan sistem sosial

dan fungsi sosio-budaya 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 hubungan segitiga 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 untuk membangun kualitas manusia secara paripurna. Jadi Islam meletakkan inspirasi tauhid sebagai parameter pengembangan teori komunikasi dan informasi. Al-Qur’an menyediakan seperangkat aturan dalam prinsip tata aturan dalam berkomunikasi.

Demikian juga menyangkut isi pesan komunikasi harus berorientasi pada kesejahteraan di dunia dan akhirat, sebagaimana dijelaskan dalam surat al-Baqarah ayat 201: *“Dan di antara mereka ada orang yang mendo’a: “Ya Tuhan kami, berilah kami kebaikan di dunia dan kebaikan di akhirat dan peliharalah kami dari siksa neraka”.*

Selain itu, prinsip komunikasi Islam menekankan keadilan (*‘adl*) sebagaimana tertera dalam surah an-Nahl ayat 90, berbuat baik (*ihsan*) dalam surah Yunus ayat 26, melarang perkataan bohong dalam surah al-Hajj ayat 30, bersikap pertengahan (*qana’ah*) seperti tidak tamak, sabar sebagaimana dijelaskan pada surah al-Baqarah ayat 153, *tawadlu’* dalam surah al-Furqan ayat 63, menunaikan janji dalam surah al-Isra’ ayat 34 dan seterusnya.[]

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. Amin. 1995. *"Falsafah Kalam di Era Post Modernisme"*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Ahmad, Amrullah. 1985. *"Dakwah Islam dan Perubahan Sosial"*. Yogyakarta: PL2M
- _____. 1994. *"Kurikulum Nasional Fakultas Dakwah IAIN"*
- An Nawawy. 1987. *Riyadlu al Shalihin*. Terj. Salim Bahreisy. Bandung: Al-Ma'arif
- Anshari, M. Hafi. 1993. *Pemahaman dan Pengamalan Dakwah*. Surabaya: Al Ikhlas
- Azzaid, Zaid Abdul Karim. 1993. *Al Hikmah fi al Da'wah ila Allah*. Terj. Jakarta: Pustaka al kautsar
- Barker, Lary. 1984. *Communication*. New Jersey: Prantinc Hall
- Bachtiar, Wardi. 1997. *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*. Jakarta: Logos
- Cowan, J. Milton. 1971. *A Dictionary of Written Arabic*. London: George and Uniwin
- Depag RI. 1992. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: Gema Risalah Press
- Devito, A. 1978. 'Recognizing and Assesing Creativity,' in *Jweigand Development Teacher Competenties*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Effendi, Onong Uchyana. 1993. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya
- _____. 1994. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Rosdakarya
- Hasan, Ibrahim Hasan. 1965. *Tarikh al Islam*. Kairo: Maktabah Al Nadlrah al Mishriyyah
- Hasanudin, A.H. 1982. *Retorika Dakwah dan Publisistik*. Surabaya: Usaha Nasional
- Hasjmy, A. 1994. *Dustur Dakwah menurut Al-Qur'an*. Jakarta: Bulan Bintang
- Kafie, Jamaluddin. 1993. *Psikologi Dakwah*. Surabaya: Ofsett Indah

- Kustawa, R. Agus Toha. 1986. *Komunikasi Islam*. Jakarta: Arikha Media Cipta
- Khaliq, Abdurrahman Abdul. 1996. *Metode dan Strategi Dakwah Islam*. terj. Jakarta: Pustaka Al kautsar
- Mahfuzh, Syekh Ali. *Hidâyat al Mursyidîn*. Beirut: Dâr al Ma'arif
- Madjid, Nurcholis. 1999. *Cendekiawan dan Religiusitas Masyarakat*. Jakarta: Paramadina
- Makluf, Louis. t.t. *Al Munid fil Lughoh wal Adab*. Beirut: Matba'ah Kastulkiyah
- Masyhur, Mushthafa. 1996. *Qudwah Di Jalan Dakwah*. terj. Solo: Citra Islami Press
- Muhammad, Ahmad Kamil. 1993. 'Komunikasi Sebagai suatu Disiplin Akademis,' dalam *Jurnal komunikasi Audienta*. Bandung: Rosda Karya
- Mulkhan, Abdul Munir. 1994. *Paradigma Intelektual Muslim*. Yogyakarta: Sipress
- Nasution, Harun. 1985. *Islam Ditinjau dari Berbagai Aspeknya*. Jakarta: UI Press
- Nasr, Seyyed Hossein. 1985. *Sains dan Peradaban Islam*. Bandung: Pustaka
- _____. 1994. *Islam Tradisi Dikancah Dunia Modern*. Bandung: Pustaka
- Quthub, Sayyid. t.t. *Tafsir Fi Zhilali Al-Qur'an*. Bairut: Ihyaut Turasi Al Araby
- Rousyidi, Lathief TA. 1985. *Dasar-dasar Retorika Komunikasi dan Informasi*. Jakarta: Rimbaw Medan
- Sambas, Syukriadi. 1995. 'Transendentalisme: Suatu Bagian dari Metode Ilmiah', dalam *Mimbar Studi*, Bandung: IAIN SGD
- _____. 1998. *Pedoman Matan Wilayah Dakwah Islam*. Fakultas Dakwah IAIN SGD Bandung
- Shihab, M. Quraisy. 1995. *Membumikan Al-Qur'an*. Bandung: Mizan
- _____. 1996. *Wawasan Al-Qur'an*. Bandung: Mizan
- Siddiq, Syamsuri. 1981. *Dakwah dan Teknik Berkhutbah*. Bandung: PT. Al Ma'rif

- Subandi, Ahmad. 1994. *Ilmu Dakwah*. Bandung: Yayasan Syahida
- Solatun. 1999. *'Islam dan Etika Komunikasi: Studi Interpretatif Tentang Pendekatan Etis dalam Komunikasi antar Ummat Berbeda Agama menurut Studi Pandang Islam Tekstual'*, dalam *Tesis*, Bandung: Pascasarjana UNPAD
- Wijono, Harun. 1994. *Sari-sari Sejarah Filsafat Barat*. Jakaarta: Kanisius
- Ya'kub, Hamzah. 1981. *Publisistik Islam Teknik Dakwah dan Leadership*. Bandung: CV. Diponegoro