

PUSTAKA AL-IKHLASH

# Dakwah Era Digital

Seri Komunikasi Islam

Dr. M. Tata Taufik

2013

Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

## Dakwah Era Digital

Oleh M. Tata Taufik

e-book edition

November 2013

Penerbit Pustaka Al-Ikhlash

Pondok Modern Al-Ikhlash Ciawilor

Ciawigebang Kuningan Jawa Barat

Telp. (0232) 878462.

## Pengantar

Alhamdulillah segala puji bagi Allah atas segala kesempatan dan kemampuan yang diberikan untuk penulisan buku ini, semoga kegiatan ini menjadi amal ibadah bagi penulis. Shalawat dan salam semoga tetap terpanjatkan kepada Rasulullah SAW, keluarga dan sahabat serta para pengikutnya hingga akhir zaman, seiring doa semoga apa yang dilakukan penulis termasuk pengamalan dari sabda beliau “sampaikanlah apa yang didapat dariku walau hanya satu ayat.”

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan karya ini terutama kepada istri dan anak-anak; Iis Mulyati (istri), Baitsah Hasanah, Muhsin Arafat, Aisyah Sholihah, Imam Mutaqin, Ali Basyar, Zakiyah, Putri Harum, Khaerunnisa, Rosyidah dan Muhammad Al-Faiq (anak) yang telah memberi kesempatan dan motivasinya, semoga karya ini dapat memotivasi mereka juga untuk berkarya dan mengembangkan diri.

Salah satu obsesi penulis adalah mengembangkan dan menyuarakan komunikasi Islam terutama dari segi pengembangan media massa Islam. Sementara buku tentang dakwah dan komunikasi Islam dirasakan masih sangat kurang. Pembahasan tentang ilmu dakwah misalnya lebih banyak berbahasa Arab, padahal kelahiran Jurusan Dakwah di Negara-negara Arab hampir bersamaan dengan jurusan yang sama di Indonesia sekitar tahun 70an. Melalui buku ini penulis mencoba menyajikan apa itu dakwah, dakwah sebagai ilmu, sejarahnya serta metodenya. Kemudian dibahas juga kaidah amar'ma'ruf nahi mungkar. Selanjutnya dihubungkan dengan pembahasan media massa Islam, indikator dan peran dan manfaatnya. Di akhir tulisan dibahas juga pemanfaatan jurnalisme warga sebagai media dakwah..

Mudah-mudahan buku ini bisa membangkitkan motivasi untuk lebih memodernisir pola-pola dakwah dengan pemanfaatan media kontemporer. Wal akhir untuk semuanya penulis sampaikan terima kasih dan selamat membaca semoga bermanfaat.

Al-Iklash, 8 November 2013

M. Tata Taufik

## Table of Contents

Pengertian Dakwah dan Ilmu Dakwah .....	6
Pengertian ilmu dakwah:.....	9
Obyek Pembahasan Ilmu Dakwah:.....	10
Hubungan Ilmu Dakwah dengan Ilmu Lainnya:.....	12
Metodologi Ilmu Dakwah:.....	16
Dakwah Masa Rasulullah SAW .....	20
Dakwah Masa Khulâfa’u Al-Râsyidîn (Th 10-40 H) .....	30
Masa Umawiyah Abbasiyah Dan Utsmaniyah.....	36
Dakwah Kontemporer (1924 M-Sekarang).....	46
Dasar- dasar Dakwah:.....	54
Pelaku Dakwah .....	62
Sasaran Dakwah .....	66
Pesan Dakwah .....	71
Metode Dakwah: Hikmah, Nasehat, Perdebatan, Keteladanan.....	84
Pengertian Ma’ruf & Munkar:.....	105
Kaidah Amar Ma’ruf & Nahyi Munkar:.....	106
Mencegah Kemunkaran Para Eksekutif:.....	113
Institusi Media.....	123
Content Media.....	138
Audiens.....	144
Efek dan Kekuatan Media.....	153
Ketika Dakwah Islam Melirik Arena Media Massa .....	157
Prinsip-Prinsip Dasar.....	159
Memahami Kiat-kiat Lawan.....	160
Media Komunikasi.....	162
Sifat Media Komunikasi.....	166
Alternatif Media .....	167
Fungsi dan Peran Bagi Islam.....	170
Fungsi dan Peran Bagi Masyarakat.....	171
Isi Media.....	174
Iklan .....	182

## Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

Kultur dan Media Massa Islam .....	184
Visi dan Misi.....	190
Institusi Media Massa Islam .....	191
Isi Media Massa .....	194
Pandangan Terhadap Iklan.....	197
Pandangan Terhadap Audiens.....	197
Bermula dari Khutbah Jum'at.....	201
Pusat Penyebaran Dakwah Bermedia .....	203
Citizen Journalism.....	209
Berdakwah Dengan Citizen Journalism .....	211
Tentang Penulis .....	223

# Pengertian Dakwah dan Ilmu Dakwah

---

Ada dua permasalahan dalam pembahasan ini, pertama mengenai pengertian dakwah kemudian yang kedua pengertian ilmu dakwah, yang pertama merupakan pengertian kata dakwah dalam literatur keislaman dan lebih menuju pada pengertian istilah dakwah itu digunakan, yang kedua menuju pada pengertian dakwah sebagai ilmu.

## Pengertian dan Tujuan Dakwah:

Di dunia Islam sendiri belum ada kesepakatan penggunaan kata dakwah ketika diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris. Misalnya ada yang terjemahan *call to Allah*, ketika menerjemahkan <sup>1</sup>الدعوة إلى الله. Bahkan ada yang tidak menerjemahkannya sama sekali.<sup>2</sup> Ada juga yang menggunakan kata *propagation*<sup>3</sup> padahal kata *propagation* dalam komunikasi modern berkonotasi negatif (mungkin karena pengaruh penggunaan oleh Hitler serta dalam istilah politik) dan cenderung menghalalkan segala cara.

Perbedaan propaganda dengan dakwah terletak pada hasil dari propaganda lebih mendahulukan kepentingan (keuntungan) bagi pelakunya tanpa mempedulikan sasaran apakah beruntung atau tidak. Dalam istilah propaganda Roger Brown (1958)<sup>4</sup> sasaran cenderung menjadi korban. Laswell (1937) mendefinisikan propaganda sebagai teknik memengaruhi tindakan manusia dengan memanipulasi representasi (penyajian). Representasi bisa

---

<sup>1</sup> Misalnya dalam situs *islamweb.net*.

<sup>2</sup> Seperti redaksi *islaam.com* saat menterjemahkan artikel Bin Baz berikut: "Using Media for Giving da'wah."

<sup>3</sup> Seperti dipakai dalam menterjemahkan artikel Al-Qarnee berikut "Five Premises, Five Means and Five Results of the Islamic, Propagation", oleh tim *islaam.com*.

<sup>4</sup> Warner J.A. Severin & James W. Tankard, Jr. *Communication, Theories, Origins, Methods, & Uses in the Mass Media*, dialihbahasakan Sugeng Haryanto. (Jakarta: Kencana, 2005) Cet. I. h. 128.

Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

berbentuk lisan, tulisan, gambar atau musik.<sup>5</sup> Jadi kata *propaganda* memiliki medan makna negatif dan kurang mewakili makna dakwah sebagai konsep yang dipahami kaum muslimin. Pada literatur klasik istilah dakwah sering dimasukkan dalam bab *Tarhîb min Masâwi' al-Akhlâq* dan *Targîb Fî Makârim al-Akhlâq*, seperti Ibn Hajar al-'Asqalâni dalam *Bulûgh al-Marâm*, Abi Zakariya Yahya Ibn Syaraf al-Nawâwi, dalam *Riyâdu al-Shâlihîn*, banyak dimuat dalam *kitâb al-Umûr al-Manhiy 'Anha*. lebih dikenal dengan aktivitas amar ma'ruf nahyi munkar. Ada juga para ulama seperti Abubakar Ahmad Ibn Muhammad Hârûn al-Khilâliyy (311 H), yang menulis risalah khusus tentang *al-'Amru bil Ma'ruf wa al-Nahyi a'nil-mukar*, dalam risalah tersebut al-Khilâliyy membahas apa-apa saja yang termasuk amar ma'ruf dan nahi munkar serta apa yang harus dilakukan seseorang ketika melihat kemungkaran di hadapannya. Selain itu Ibnu Taimia (728 H) menulis risalahnya tentang *al-Amru bil Ma'ruf wa al-Nahyi anil-mukar*. Risalah singkat tersebut berisikan pengertian ma'ruf dan munkar serta tehnik dan metode amar ma'ruf dan nahyi munkar yang kita kenal sekarang dengan dakwah.

Dalam buku-buku keislaman seperti sejarah islam dan pembahasan lainnya kata dakwah sering dipakai untuk menyebut aktifitas Rasul SAW dalam menyampaikan risalah kenabiannya. Ungkapan seperti *al-da'wah al-muhammadiyah*, *al-da'wah al-islamiyah*, *da'watu sirra,n da'watu jahran* sering dijumpai dalam berbagai literatur bahasa arab.

Dari sudut bahasa kata dakwah berasal dari bahasa Arab دَعَا yang berarti طَلَب menyeru, meminta, menuntun, menggiring atau memanggil, mengajak orang lain supaya mengikuti, bergabung, memahami untuk memiliki suatu tindakan dan tujuan yang sama yang diharapkan oleh penyerunya<sup>6</sup>.

Sedangkan dari sudut istilah, ada beberapa pengertian diantaranya, dakwah (الدعوة إلى الله) dimaksudkan seruan untuk beriman kepada Allah, beriman

<sup>5</sup> Warner J. *Communication...*, h.128.

<sup>6</sup>Sad 'Ali Ibn Muhammad al-Qothoniy. *fiqhu al-da'wah fi shahîh al-Imam al-Buhkariy*, Maktaba Syamela.

kepada apa-apa yang dibawa oleh para rasul-Nya, menyeru untuk mempercayai apa yang diberitakan oleh para rasul serta mentaati apa-apa yang diperintahkan mereka, hal itu mencakup seruan untuk mengucapkan dua kalimah syahadat, melaksanakan shalat, zakat, puasa bulan romadlan dan haji. Serta termasuk seruan untuk beriman kepada Allah, iman kepada rasul-rasul-Nya, iman kepada hari kebangkitan, qadla dan qadar, serta seruan agar hamba meyembah Tuhannya seakan dia melihat-Nya.<sup>7</sup> Dengan singkat seperti yang diungkap oleh Abdul Karim Zaidan; yang dimaksud dakwah adalah menyeru kepada Allah, dan maksudnya adalah menyeru kepada agama Allah yakni agama Islam.<sup>8</sup>

Menurut Muhammad al-Râwi; dakwah adalah pedoman yang lengkap tentang prilaku manusia serta ketentuan hak dan kewajiban. Muhammad al-Khadlar Husain; menyeru manusia kepada kebaikan dan hidayah serta amar ma'ruf dan nahi mungkar untuk mencapai kepada kehidupan yang bahagia dunia dan akhirat. Adam 'Abdullah al-Alwariyy; memalingkan pandangan dan pola pikir manusia pada akidah yang bermanfaat bagi mereka serta pada kemaslahatan, juga berarti upaya penyelamatan manusia dari kesesatan dan kemaksiatan yang merong-rongnya.<sup>9</sup> Menurut Muhammad Abû al-Fath al-Bayânûniyy menyampaikan islam kepada ummat manusia, mengajarkan dan mengamalkannya dalam kehidupan nyata.<sup>10</sup>

Adapun tujuan dakwah dalam pengertian ini ialah mewujudkan kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan di akhirat yang diridai oleh Allah yakni dengan menyampaikan nilai-nilai yang dapat mendatangkan kebahagiaan dan kesejahteraan yang diridai oleh Allah AWT sesuai dengan segi atau bidangnya masing-masing.<sup>11</sup>

<sup>7</sup> al-Qothoniy. *fiqhu al-da'wah*....

<sup>8</sup> 'Abdul Karim Zaidan, *U'shûlu al-da'wah*, versi e-bok 1975, h, 3.

<sup>9</sup> Adam 'Abdullah al-Alwariyy, *Târikhu al-da'wah baina al a'msi wa al yawm*, h.18

<sup>10</sup> Muhammad Abû al-Fath al-Bayânûniyy, *al-madkhal ilâ 'ilmi al-da'wah*, (Beirut: Muassatu al-Risâlah, 1995) Cet III, h, 18. Lihat juga Ensiklopedi Islam (Jakarta, PT Ichtiar Baru van Hoeve, 2003, jilid I) h, 280

<sup>11</sup> Ensiklopedi Islam ...h. 281, lihat juga Wikipedia.org



## Pengertian ilmu dakwah:

Menurut Ahmad Ghalwasy dakwah merupakan ilmu yang memeralajri berbagai pembahasan teknis dan seni penyampaian agama Islam kepada ummat manusia yang mencakup akidah, syariah dan akhlak.<sup>12</sup> Bagi Muhammad al-Ghazali ilmu dakwah adalah program lengkap yang mencakup berbagai pengetahuan yang dibutuhkan manusia untuk mengetahui tujuan hidup mereka dan mengungkap rambu-rambu kehidupan orang-orang yang baik.<sup>13</sup> Abû al-Fath al-Bayânûniyy mendefinisikan ilmu dakwah berarti sejumlah kaidah dan pokok-pokok ajaran yang dapat menyampaikan islam kepada manusia mengajarkan dan mempraktekannya.<sup>14</sup>

Dalam ensiklopedi bebas wikipedia indonesia tertulis ilmu dakwah adalah suatu ilmu yang berisi cara-cara dan tuntunan untuk menarik perhatian orang lain supaya menganut, mengikuti, menyetujui dan/atau melaksanakan suatu idiologi/ agama, pendapat atau pekerjaan tertentu. Orang yang menyampaikan dakwah disebut "Da'i" sedangkan yang menjadi obyek dakwah disebut "Mad'u."<sup>15</sup>

Tim Penyusun Kurikulum Nasional Fakultas Dakwah merumuskan pengertian ilmu dakwah, yakni kumpulan pengetahuan yang berasal dari Allah SWT yang dikembangkan oleh umat Islam dalam susunan yang sistematis dan terorganisir mengenai manhaj melaksanakan kewajiban dakwah dengan tujuan ikhtiar mewujudkan khairul ummah.<sup>16</sup>

Dengan kata lain dakwah adalah ilmu yang mempelajari metode, cara, serta tujuan dakwah termasuk pilar-pilar dan sejarah serta media yang dipakai dalam menyampaikan dan menyebarkan ajaran Islam guna mewujudkan tatanan masyarakat islam yang terbaik.

---

<sup>12</sup> al-Qothoniy. *fiqhu al-da'wah*....,

<sup>13</sup> Muhammad al-Ghazali, *Ma'a Allah*, h. 18

<sup>14</sup> al-Bayânûniyy, *al-madkhal ilâ*....h.19

<sup>15</sup> Wikipedia bahasa indonesia, [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org), lihat juga Ensiklopedi Islam, h,280

<sup>16</sup> Tim Penyusun Kurikulum Nasional Fakultas Dakwah, *Kurikulum Nasional Fakultas Dakwah IAIN*, (Jakarta, Departemen Agama R.I., 1994), hal. 7.

Tujuan utamanya adalah mewujudkan kebahagiaan dunia dan akhirat melalui penyebaran dan pengamalan ajaran agama islam; mengetahui hakekat konsep dakwah Islam, mengetahui ayat-ayat atau hadits Nabi SAW yang bertemakan dakwah; mengetahui berbagai metode dakwah dan perkembangannya; menjalankan kegiatan dakwah dengan memperhatikan metode dan tehnik dakwah yang tepat untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien.

### Obyek Pembahasan Ilmu Dakwah:

Jika dilihat dari pengertian dakwah maka obyek dakwah adalah gama islam, artinya penyampaian dan pengajaran agama islam yang dilakukan oleh juru dakwah serta pengamalannya dalam kehidupan nyata.<sup>17</sup>

Adapun jika dilihat dari pengertian ilmu dakwah maka obyek kajiannya mencakup berbagai komponen yang dibutuhkan dan terkait dengan kegiatan dalam dakwah yang sejalan dengan prinsip-prinsip pembahasan ilmiah. Bayânûniyy mencoba merumuskannya dalam formulasi berikut:

1. Sejarah dakwah yang menjelaskan tentang perkembangan dakwah sejak masa kenabian hingga sekarang.
2. *U'shûlu al-da'wah*, yang merupakan pembahasan dalil-dalil tentang dakwah beserta sumbernya yang diambil dari al-Qur'an dan al-sunnah, termasuk pembahasan tentang rukun dakwah; juru dakwah, sasaran dakwah dan tujuan dakwah.
3. *Manâhij al-da'wah*, yang berisikan langkah-langkah serta program dakwah.
4. *A'sâlîb al-da'wah*, berisikan tentang cara pengeterapan langkah-langkah serta program dakwah yang dicanangkan.
5. *Wasâil al-da'wah*, yakni media yang digunakan dan dibutuhkan dalam berdakwah.

---

<sup>17</sup> Bayânûniyy, *al-madkhal ilâ....*h,35, lihat juga Abdu al-Karim Zaidan, *U'shûlu al-da'wah*,h,4.

6. *Masyâkîl al-da'wah*, yakni problematika yang dihadapi dalam berdakwah serta cara-cara penanggulangannya.<sup>18</sup>

Obyek pengembangan ilmu dakwah menurut Amrullah Ahmad dapat dibedakan kajiannya menjadi obyek material dan obyek formalnya. Obyek material ilmu dakwah adalah semua aspek ajaran Islam yang terdapat dalam al-Qur'an dan al-Sunnah, sejarah dan peradaban Islam. Obyek material ini termanifestasi dalam disiplin-disiplin ilmu keislaman lainnya yang kemudian berfungsi sebagai ilmu bantu bagi ilmu dakwah. Sedangkan obyek formal ilmu dakwah adalah mengkaji salah satu sisi dari obyek material tersebut, yakni kegiatan mengajak umat manusia supaya masuk ke jalan Allah (sistem Islam) dalam semua segi kehidupan.<sup>19</sup>

Bentuk kegiatan mengajak itu jika dilihat dari media dan cara yang diapkinya, yakni: (1) mengajak dengan lisan dan tulisan (*da'wah bil lisan* dan *bil qalam*); (2) mengajak dengan perbuatan (*da'wah bil hal* atau aksi sosial); dan (3) mengajak dengan mengelola hasil-hasil dakwah dalam bentuk lembaga dakwah untuk mencapai sasaran dan tujuan dakwah Islam.<sup>20</sup> Namun kegiatan mengajak jika dianalisis lebih dalam akan ditemukan hal-hal yang lebih dari sekedar analisis medianya semata, karena masih mencakup di dalamnya metodologi dakwah, cara dan tehnik dakwah, karakter dai dan mad'u, penyelesaian terhadap berbagai problema yang ditemui dalam berdakwah dan lain sebagainya.

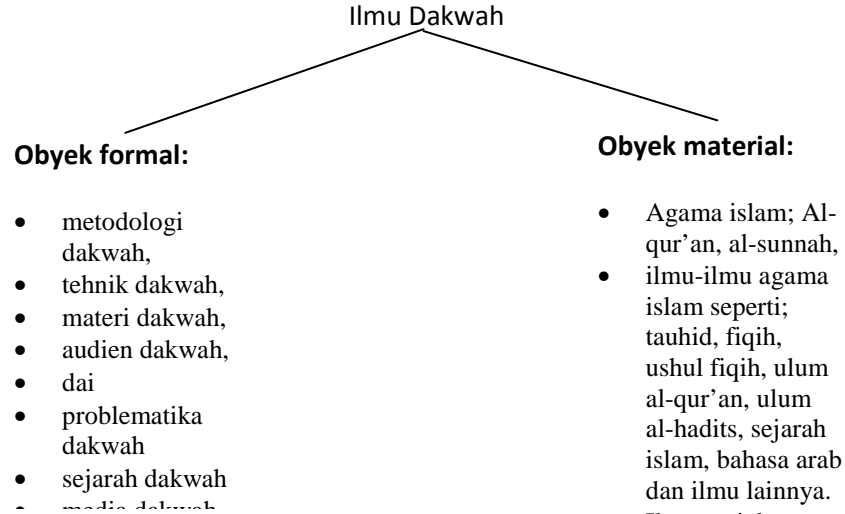
---

<sup>18</sup> Bayânûniyy, *al-madkhal ilâ....h*,35-36

<sup>19</sup> Amrullah Ahmad, *Materi dan Metode Penyiapan Disiplin Dakwah Islam dalam Kurikulum IAIN 1995*, Makalah disampaikan pada Orientasi Kurikulum Nasional IAIN,

<sup>20</sup> Amrullah Ahmad, *Materi dan Metode....*

### Bagan Obyek Ilmu Dakwah



### Hubungan Ilmu Dakwah dengan Ilmu Lainnya:

#### 1. Hubungan dengan ilmu-ilmu keislaman:

Sejalan dengan perjalanan waktu dan perkembangan zaman penyebaran agama islam yang berawal dari bentuk penyampaian lisan dan penghapalan ajaran islam melalui berbagai kegiatan seperti khutbah (pidato) dialog, berbagai arahan dan penyuluhan serta pembinaan, sehingga ajaran islam yang mencakup aqidah, syariah dan akhlak itu menggelinding menyebar dari Rasul SAW kepada para sahâbat ra, kemudian para tâbi'în dan tâbi'u tâbi'în. Merespon berbagai tuntutan zaman dan kompleksitas permasalahan, dibarengi dengan kontak kegiatan keilmuan yang ada di wilayah perkembangan Islam, serta proses penyapaian ajaran islam dalam bentuk ta'lim yang memungkinkan terjadinya dialog antara nash-nash al-qur'an dan al-sunnah dengan permasalahan kehidupan sosial yang dialami masyarakat muslim -- dengan munculnya pertanyaan dalam segi ajaran silam tertentu-- merangsang para

ulama di kalangan tâbi‘în mengklasifikasi ajaran islam pada setidaknya tiga sisi keilmuan; aqidah (ushuluddin) syariah (fiqih dan ushulnya) serta akhlaq.<sup>21</sup>

Berbagai ilmu keislaman merupakan obyek material ilmu dakwah karena dari situlah berbagai macam kajian tentang seluk-beluk dakwah diformulasikan. Ilmu ushuludin, ilmu kalam, fiqih, ushul fiqih, tafsir, hadits, ulumul qur’an, ilmu-ilmu bahasa arab, sejarah islam, akhlak, tasawuf dan perkembangan kajian keislaman lainnya merupakan ilmu bantu dalam rangka pengembangan ilmu dakwah.

Seperti yang dilakukan Jâsim Ibn Muhammad al-Muhalhil al-Yâsîn dkk merka mencoba merumuskan skema ilmu-ilmu keislaman dalam lima (5) bagian; ulumul qur’an, ulumul hadits, tauhid, ushul fiqih, fiqih.<sup>22</sup> Lalu dalam penerbitan lain ditambah dengan ulum lughah al-arabiyah, sayangnya ilmu dakwah belum mereka masukkan dalam skema ilmu-ilmu islam tersebut, ini bisa berarti dua hal karena proses penyusunan belum selesai atau karena dakwah masih dianggap dalam proses menjadi ilmu tersendiri.

Maka untuk melihat kedudukan ilmu dakwah --sebagai ilmu baru dalam kajian keilmuan Islam-- dapat digambarkan bahwa dakwah merupakan upaya pengkajian terhadap “proses” terjadinya penyampaian ajaran islam dari juru dakwah kepada sasaran dakwah di satu sisi dan pengkajian terhadap materi-materi ajaran islam yang berkenaan dengan metode penyampaian ajaran tersebut yang terdapat dalam sumber utamanya (al-qur’an dan al-sunnah) serta dalam sumber-sumber sekunder dihubungkan dengan kondisi sosio emosional khalayak sasaran di sisi lain untuk mencapai efek dan dampak yang diharapkan. Hal ini merupakan respon langsung terhadap kebutuhan yang disebabkan kemajuan peradaban manusia dalam berbagai hal, terutama pada bidang teknologi komunikasi serta perkembangan ilmu sosial dan spesialisasinya.

Sebagai contoh dari hadits Rasul SAW misalnya, yang terdiri dari ucapan dan perbuatan yang dilakukan oleh Rasul SAW yang mencakup dimensi ibadah, dimensi *muamalah* dan *jinayah*, dimensi *irsyad* dan *wa’dz* (nasehat dan arahan) serta dimensi

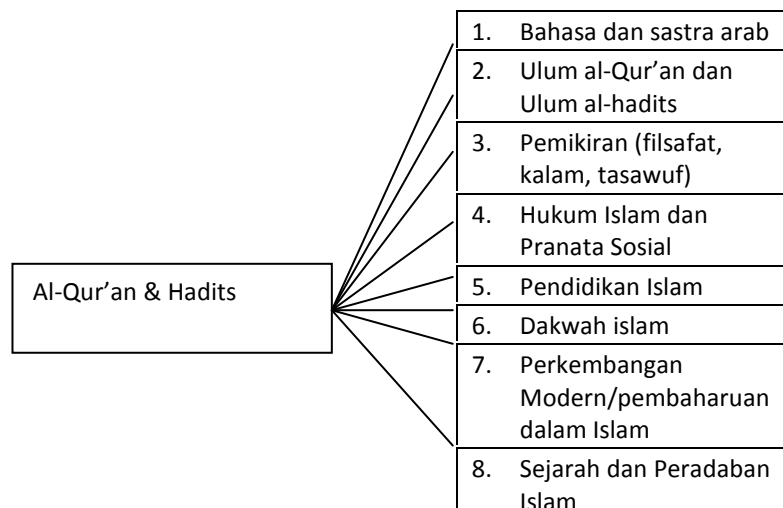
---

<sup>21</sup> Ahmad Amîn, *fajru al-Islâm*, (Syirkatu al-Thabâ‘ah al-Fanniyah al-Muttahidah, 1985) cet. XI, h, 152-153.

<sup>22</sup> Jâsim Ibn Muhammad al-Muhalhil al-Yâsîn dkk, *al-Jadâwil al-Jâmi‘ah fi al-‘Ilmi al-Nâfi‘ah*, (al-Kuaiti, Dâru al- al-da‘wah li al-Nasyr wa al-tauzî‘ 1991) cet. V, h, 8.

sejarah,<sup>23</sup> dalam konteks ini ilmu dakwah meneliti dan menganalisis dimensi *irsyad* dan *wa'dz* bukan saja dari sisi kontennya (isi) melainkan termasuk juga pemilihan “kata” dalam penyampain tersebut serta kondisi historis penyampaiannya yang mencakup di dalamnya karakter *al-mad'u* sebagai penerima, kemudian melihat efeknya yang tergambar dalam pengamalan isi pesan tersebut dalam kehidupan. Melalui analisis ini dapat ditarik teori-teori dakwah seperti metode (*Manâhij*), cara (*A'sâlîb*) dan media (*Wasâi'l*) serta materi dakwah.

Sesuai dengan kesepakatan Departemen Agama dan LIPI yang kemudian dikukuhkan dalam penyusunan kurikulum nasional di Indonesia ada delapan cabang ilmu agama Islam yang secara singkat dapat digambarkan berikut:<sup>24</sup>



## 2. Hubungan dengan ilmu komunikasi

Jika dilihat dari obyeknya dakwah memiliki hubungan dengan komunikasi dalam ilmu-ilmu sosial. Yang dimaksud dengan hubungan komunikasi dan dakwah di sini adalah hubungan komunikasi sebagai disiplin ilmu dengan dakwah sebagai kegiatan *amar ma'ruf dan hanyi munkar*, pesan berupa nasihat, serta sebagai proses penyampaian pesan risalah Islamiyah. Ilmu komunikasi dewasa ini telah berkembang demikian pesat, berbagai studi yang dilakukan yang berkenaan dengan tingkah laku manusia sebagai pelaku komunikasi, media komunikasi yang dipakai, serta kecenderungan dan ide-ide yang berkembang serta berbagai aspek lain yang erat

<sup>23</sup> Ahmad..., *fajru al-Islâm*, h.158

<sup>24</sup> Juhaya S. Praja, *Filsafat Ilmu*, (Bandung, Program Pasca Sarjana IAIN Sunan Gunung Djati, 2000), h. 94

hubungannya dengan proses penyampaian pesan dan kekuatan pengaruh pesan tersebut dalam diri peserta komunikasi. Selain itu dapat juga dilihat perkembangan yang pesat dalam bidang sarana dan prasarana yang dapat digunakan dalam kelancaran komunikasi.

Tujuan utama dakwah adalah menyampaikan (*tablîgh*) risalah atau pesan Ilahiah, dan sejak pada masa awalnya *tablîgh* menggunakan kata-kata baik yang tertulis maupun yang terucapkan, dengan manusia sebagai objek sasarannya. Hingga dapat dikatakan komunikasi dan dakwah adalah dua hal yang sama, keduanya menjadikan manusia sebagai sasaran, menggunakan media yang sama, tujuan dan alat yang sama.<sup>25</sup>

Namun jika dilihat dari segi kemunculannya kedua ilmu dakwah dan komunikasi nampak berbeda, yang pertama kajian ilmu dakwah dimulai oleh para ulama terhadap tema amar ma'ruf nahi mungkar, dimulai sejak berkembangnya tradisi ilmiah di kalangan ummat islam. hal ini ditandai dengan penulisan bab tersendiri tentang amar maruf nahi mungkar pada buku-buku klasik islam. Kemudian mulai ditulis secara khusus risalah tentang tema tersebut sekitar abad IV H oleh Abubakar Ahmad Ibn Muhammad Hârûn al-Khilâliyy (311 H) dan Ibnu Taimia (728 H) misalnya, pembahasan dimulai dengan mengungkapkan dalil-dalil tentang masyarakat ideal, kemudian tentang tehnik-tehnik amar ma'ruf nahi mungkar lalu ditarik berbagai kaidah dari dalil tersebut untuk dijadikan pedoman kegiatan amar ma'ruf nahi mungkar.

Lalu pada akhir tahun 1960an pembahasan dengan menggunakan terma “dakwah” dilakukan oleh Ahmad Ghalwasy dalam *al-Da'wah al-Islâmiyah*,<sup>26</sup> terbit pertama pada tahun 1979 bersamaan dengan dibukanya jurusan dakwah di universitas al-Azhar di kota al-Mansurah.<sup>27</sup> Usaha ini merupakan langkah pertama penyusunan ilmu dakwah dengan menggunakan pendekatan *tafsir mudulu'i*, yang menarik dari buku ini

---

<sup>25</sup> Taufiq Yusuf al-Waai'y *al-da'wah i'la Allah al-risâlah –al-wâsilah—al-hadap*, (Kuwait, Dârul Yaqîn,) h, 427

<sup>26</sup> M. Jamil Yusuf, “Beberapa Persoalan Epistemologi Dalam Pengembangan Ilmu Dakwah,” artikel jurnal versi pdf. h, 5.

<sup>27</sup> Di Univ Ibnu Saud Jedah dibuka Ma'had Dakwah tahun 1976, di Madinah tahun 1978 di Indonesia IAIN Jakarta berdiri sebagai jurusan dakwah sejak 1963, dan menjadi fakultas 1989, di IAIN Yogyakarta, sebagai jurusan 1960, dan sebagai fakultas 1970. Adapun Fakultas Dakwah pertama di Indonesia di IAIN Ar-Raniry tanggal 13 Oktober 1968.

Ghalwasy mencoba menarik kaidah-kaidah dakwah yang berhubungan dengan media (*wasâil*) dari al-qur'an, seperti penggunaan kisah (*al-qishah*), perumpamaan (*al-matsal*), sumpah (*al-qasam*), debat (*al-jadal*), dan sunnah nabi saw.

Sementara kajian komunikasi diawali dengan kajian terhadap situasi perang dan penguasaan publik oleh pemerintah. Maka yang menjadi fokus kajian adalah propaganda termasuk pembentukan opini publik dan agenda setting, trend kajian tersebut dilanjutkan oleh Harold Lasswell 1946 yang melihat isi pesan, dan efek pesan terhadap audiens, dengan semboyannya yang terkenal *hit or miss propaganda* kemudian terus berkembang ke arah yang *human relation* seperti yang dilakukan Edward Bernays 1928 yang memandang perlunya *partnership relation*, publik tidak lagi didikte dan diupayakan penyesuaian situasi publik dan kondisi kontemporer. Kajian komunikasi terus mengarah kepada pembangunan ekonomi pasca perang dan pembangunan negara seperti yang dilakukan Jacques Ellul 1968.<sup>28</sup>

## Metodologi Ilmu Dakwah:

Suatu ilmu pengetahuan tentunya memiliki metode untuk mencapai kebenaran ilmu tersebut, demikian juga halnya dengan ilmu dakwah. Sebagai ilmu yang menjadikan obyek kajiannya adalah agama islam yang memfokuskan perhatian pada kegiatan masyarakat muslim dalam menyebarkan ajaran agamanya, dapat dilihat metodologi apa yang dilakukan para ahli dalam mengkaji obyek tersebut.

Kalau diteliti metodologi yang dipakai dalam mengungkap berbagai seluk-beluk tentang dakwah, terlihat bahwa yang dilakukan adalah menghimpun dalil-dalil naqli baik dari al-Qur'an maupun al-hadits yang bertemakan dakwah. Kemudian dalil-dalil tersebut diinterpretasikan sehingga didapat hukum dakwah misalnya, kemudian lebih khusus lagi menuju pada penghimpunan dalil yang berkenaan atau dinilai mengandung unsur metodologi penyapaian pesan, dianalisis manfaat dan kegunaan serta efektifitas penggunaan metode tersebut. akhirnya disimpulkan sebagai suatu teori atau kaidah dalam berdakwah. Maka dalam hal ini metodologi *tafsir maudlui* (tafsir tematik) sangatlah

<sup>28</sup> M. Tata Taufik, *Etika Komunikasi Islam*, (Bandung, Sahifa, 2008) Cet. I, h, 19.



dominan, adapun dalam analisisnya maka bisa bersifat analisis teks dengan pendekatan balaghah dan ilmu kebahasaan, bisa juga menggunakan analisis sosio historis suatu teks (asbabu nuzul suatu ayat atau asbabu wurud suatu hadits).

Dari sini terlihat bahwa metodologi ilmu dakwah menggunakan pendekatan *deduktif*, artinya meneliti kaidah-kaidah umum yang berlaku kemudian diruntut hingga sampai pada kaidah-kaidah khusus, misalnya dari dalil-dalil tentang amar ma'ruf nahi mungkar dapat menghasilkan kaidah-kaidah tentang metode amar ma'ruf dan nahi mungkar. Ibnu Taimia membuat satu kaidah bahwa menyuruh kepada kebaikan (amar ma'ruf) harus dengan cara yang baik (ma'ruf) dan sebaliknya mencegah kemunkaran tidak dengan menggunakan kemunkaran<sup>29</sup>.

Kaidah kedua dalam berdakwah adalah mendahulukan maslahat,<sup>30</sup> jika ternyata yang diserukan itu setelah ditimbang membawa madlarat lebih besar dari pada maslahatnya apakah itu berupa amar ma'ruf atau nahyi mukar, maka ditunda sampai ada kesempatan dimana maslahat bisa lebih besar ketimbang madlaratnya.

Menjelaskan hal ini Ibnu Taimia menulis; Karena kegiatan amar ma'ruf dan nahyi mukar itu termasuk kewajiban yang paling besar, maka maslhat haruslah didahulukan. Karena Allah tidak menyukai kerusakan dan kekacauan. Jika ternyata kerusakan yang ditimbulkan karena amar ma'ruf dan nahyi munkar itu lebih besar dari maslhatnya, maka kegiatan tersebut tidak termasuk suatu yang diperintah oleh Allah, walaupun pada kenyataannya sudah berarti meninggalkan kewajiban dan melaksanakan suatu yang diharamkan, pada kenyataan seperti itu seorang muslim hendaknya senantiasa lebih bertakwa dan beribadah kepada Allah, hingga ia terjaga dari kehancuran.<sup>31</sup>

Metode kedua adalah pendekatan *induktif*, yang berarti meneliti persoalan-persoalan yang lebih spesifik untuk kemudian ditarik generalisasinya. Misalkan bagaimana Zaidan menyelusuri ayat-ayat tentang sifat dan perilaku sabar kemudian dimasukkan dalam generalisasi kaidah bahwa seorang dai harus memiliki akhlak yang baik.<sup>32</sup> Seperti term-term yang dipilih dalam teks-teks islam bisa ditemukan kata *qawlan sadîdan*. Itu bisa ditarik teori umum, yaitu kejujuran komunikasi. *Qawlan ma'rûfan* bisa

<sup>29</sup> Ibnu Taimia, *Al-Amru Bil Ma'ruuf wa Nahy anil Munkar*, (Beirut, Darul Kitab al-Jadid, 1984), h,18

<sup>30</sup> Ibnu Taimia, *Al-Amru ....h*, 17

<sup>31</sup> Ibnu Taimia, *Al-Amru....h*, 17

<sup>32</sup> 'Abdu al-Karîm Zaidan, *U'shûlu al-da'wah*, h , 351.

melahirkan teori komunikasi bernurani. Kata *zaigh* bisa berarti konsep *noise* (gangguan) komunikasi dan seterusnya.<sup>33</sup>

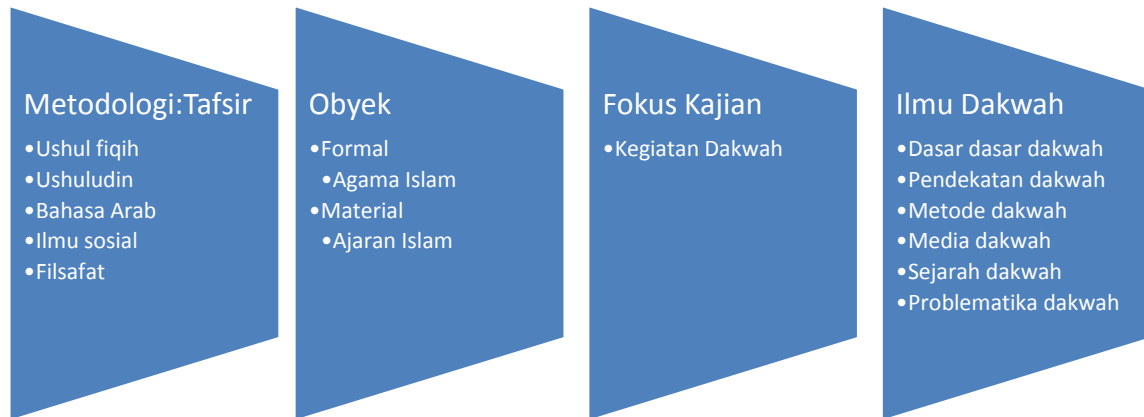
Jadi metode *induktif-dedektif* senantiasa bergantian dipakai dalam mengungkap berbagai pembahasan ilmu dakwah. Dalam prakteknya menyertai kedua metode ilmiah tersebut di atas, pembahasan juga dilakukan dengan metode *historis*, seperti meneliti kegiatan dakwah yang dilakukan sejak masa kenabian hingga dewasa ini, pendekatan historis juga kerap kali dipakai untuk mengungkap makna suatu teks al-Qur'an maupun al-hadits. Selain metode historis sering digunakan juga metode *komparatif* yakni dengan melihat perbandingan antara misalnya dakwah masa rasul saw dengan dakwah masa sahabat ra. Atau misalkan melihat media dakwah konvensional dengan media dakwah kontemporer.

Bagan di bawah ini memperlihatkan bagaimana ilmu dakwah dikonstruksi dengan menggunakan metodologi dominan yang dipakai dalam berbagai disiplin ilmu sebelumnya, tafsir misalnya mempunyai metode tersendiri yang dipakai dalam menganalisis fokus kajian dakwah, demikian juga halnya dengan ushul fiqh yang merupakan jembatan baku yang menghubungkan antara sumber ilmu (qur'an dan hadits) dengan data-data empiris. Ushuludin dan bahasa arab sangat membantu dalam menginterpretasi teks baik hadits maupun al-qur'an juga pendapat-pendapat ulama dalam bahasa arab, metodologi ilmu sosial digunakan untuk menganalisis realitas empiris masyarakat muslim termasuk di dalamnya teori-teori komunikasi yang ada dan dikembangkan pada ranah ilmu komunikasi.

---

<sup>33</sup> M.Tata Taufik, *Konsep Islam Tentang Komunikasi: Kritik Terhadap Teori Komunikasi Barat*, Disertasi Doktor dalam Bidang Dakwah dan Komunikasi UIN Jakarta 2007, h, 17

## Bagan Kontruksi Ilmu Dakwah



# Sejarah Dakwah

---

## Dakwah Masa Rasulullah SAW

Dakwah islamiyah memiliki sejarah panjang sejak adanya sejarah umat manusia, para nabi dan rasul yang diutus Allah SWT dari masa kemasa menggambarkan rentetan dakwah islam yang tak henti-hentinya dikumandangkan oleh para nabi beserta para pengikutnya untuk meyebarkan memelihara agama samawi bagi ummat manusia. Kegiatan tersebut tiada lain bertujuan untuk memperbaiki kehidupan manusia dalam perjalanan hidupnya supaya sejalan dengan ketentuan positif yang digariskan agama, sehingga kehidupannya lebih memiliki arti bagi individu maupun kelompok sosialnya. *Islah* atau upaya perbaikan terhadap pola kepercayaan (aqidah) dan periabadahan (syariah) yang keduanya merupakan sumber perilaku merupakan tema sentral dakwah dengan tujuan mewujudkan kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

Karena luasnya pembahasan sejarah dakwah ini, maka penulis batasi pembahasan sejarah dakwah islamiyah dimulai dari kenabian rasul terakhir Muhammad SAW.

Dakwah Rasul SAW dimulai sejak turunnya wahyu pertama yang merupakan pengangkatan beliau sebagai rasul.

يَا أَيُّهَا الْمُدَّثِّرُ (١) قُمْ فَأَنْذِرْ (٢) وَرَبِّكَ فَكَبِيرٌ (٣) وَتِيَابِكَ فَطَهِّرْ (٤) وَالرُّجْزَ فَاهْجُرْ (٥) وَلَا تَمْنُنْ تَسْتَكْبِرُ (٦) وَلِرَبِّكَ فَاصْبِرْ (٧)

“Hai orang yang berselimut, bangun, kemudian berilah peringatan, agungkanlah Tuhanmu, bersihkan pakaianmu, jauhilah kebobrokan, jangan sekali-kali kamu memberi dengan harapan untuk mendapatkan yang lebih, bersabarlah demi menjalankan perintah Tuhanmu.” (al-Mudatsir: 1-7).

Dari situ kemudian Rasul SAW menyeru orang-orang terdekat di sekitarnya. Orang pertama yang menerima seruannya dari kaum perempuan adalah Khadijah istri belaiiau, sedangkan darai laki-laki adalah Abu Bakr ra, Ali bin Abi Thalib dari anak-anak, dan Zaid bin Haritsan dari kalangan hamba sahaya. Lalu diikuti dengan islamnya Utsman

ibnu A'fan, Zubair ibnu Awaam, Abdurrahman ibnu Auf, Thalhah ibnu Abdillah, Abi Ubaidah ibnu Jarrah. Arqam ibnu al-Arqam dll.<sup>34</sup>

Sejak itu mulailah kaum muslimin berkumpul bersama Rasulullah saw di rumah Arqam ibnu Abi Arqam untuk belajar al-Qu'an dan mempelajari petunjuk Islam. Sementara Rasulullah membimbing mereka dengan pendidikan yang benar dan membersihkan diri mereka.

Setelah tiga tahun da'wah berjalan secara rahasia dan bersifat individual, dengan metode dakwah yang dipakai adalah metode *dialog* (hiwar) dengan bersandar pada *interaksi personal*, lalu turunlah firman Allah “perjuangkanlah apa yang diperintahkan, jangan hiraukan orang-orang musyrik” (al-Hijr: 94-95)

فَاصْدَعْ بِمَا تُؤْمَرُ وَأَعْرِضْ عَنِ الْمُشْرِكِينَ (٩٤) إِنَّا كَفَيْنَاكَ الْمُسْتَهْزِئِينَ (٩٥)

maka Rasulullah saw mulai menyeru mereka yang ada di sekelilingnya, ia naik kebukit Shafa lalu mengumpulkan masyarakat untuk diberi peringatan dan berita gembira. Dalam hadits muttafaq alaihi diungkapkan:

“Ibnu Abbas ra berkata: ketika turun ayat: dan berilah peringatan keluargamu yang terdekat dan kerabatmu yang mukhlis” Rasulullah saw menuju ke Sofa dan berteriak: Selamat pagi, masyarakat sekelilingnya berkata; siapa yang berteriak, mereka menjawab Muhammad, lalu mereka berkumpul sekelilingnya, lalu Rasulullah berkata: “Wahai keluarga fulan, keluarga fulan, keluarga fulan, Keluarga Abdul Manaf, wahai keluarga Abdul Muthalib, lelu semuanya mengelilingi Rasul SAW, dan Rasul SAW bersabda: “Bagaimana pendapatmu jika aku memberitakan bahwa dibalik bukit ini ada kuda yang akan muncul, apakah kalain akan mempercayai?” Mereka menjawab, “kami belum pernah tidak mempercayaimu”. Rasulullah saw berkata: “Aku khabarkan pada kalian bahwa kalian dalam bahaya azab yang sangat dahsyat.” lalu Abu Lahab berkata: “Hai Muhammad, apakah kamu kumpulkan kami hanya untuk berita ini?” Lanjut Ibnu Abbas, lalu ia ceritakan: kemudian turunlah surat “ Celakalah kedua tangan Abi lahab, ia benar-benar celaka karena tindakannya itu.”

<sup>34</sup> Sirah Ibnu Hisyam, 1, h, 240-246

Dilihat dari sudut metode dakwah, dengan dimulainya dakwah terang-terangan, maka berubahlah metode yang dipakai, yang awalnya berupa dialog dan komunikasi interpersonal, saat itu ditambah dengan metode *khitabah* (ceramah) dan presentasi umum di hadapan masyarakat. Adapun cara dakwahnya dengan menggunakan pendekatan *targhîb* dan *tarhîb* (upaya persuasif dengan menarik minat kepada hal yang baik dengan pahala dan menakuti terhadap hal yang tidak baik dengan azab).<sup>35</sup>

Ketika da'wah dimulai secara terbuka, kaumnya menerimanya dengan permusuhan yang nyata, bermula dari permusuhan pertama yang didengungkan oleh pamannya Abu Lahab yang mengatakan: Muhammad apakah hanya ini kamu kumpulkan kami?" sebagaimana disampaikan hadits di atas, lalu diikuti dengan penyiksaan terhadap Rasul SAW dan sahabatnya, namun Allah mempersiapkan pamannya Abu Thalib untuk tampil sebagai penolong dan pendukung kegiatan da'wah rasul, hingga beliau terbebas dari siksaan yang menimpa sahabatnya seperti Yasir, Amar, Sumayah, Bilal, Amir bin Quhirah, dll, mereka semuanya tetap bertahan dan sabar menghadapi berbagaimacam bentuk siksaan, walaupun Rasul SAW sendiri dalam beberapa kesempatan tidak terlepas dari berbagai penyiksaan.

Tatkala penyiksaan terhadap orang muslim semakain menjadi-jadi, Rasul SAW meyarankan pengikutnya untuk hijrah ke Habasyah, sabda Rasul kepada mereka: Jika kalian pergi ke Habasyah, di sana akan kalian temui seorang raja yang tidak mengizinkan siapapun untukm dianiyaya, itulah negri yang aman dan tentram, hingga Allah akan membebsakan kalian dari apa yang kalian derita saat ini.

Penyiksaan dan penganiayaan terus berlalu dan semakin menjadi-jadi, bahkan mereka berniat untuk membunuh Rasul SAW, berita itu sampai kepada pamannnya Abu Thalib, lalu ia mengumpulkan Bani Hasyim dan Bani Abdul Muthalib dan menitipkan Rasul SAW dalam kampung tersebut untuk melindunginya dari usaha pembunuhan, secara bergantian mereka menjaga Rasul SAW.

---

<sup>35</sup> Ibrahîm al-Jâyûsiyy, *Târîkhu al-Da'wah*, (Cairo, Dâru al-Ilmi wa al-Tsaqâfah, 1999), Cet.I,h, 106-108

Menyaksikan hal tersebut bangsa Quraisy marah, lalu para pemimpinnya berkumpul untuk merumuskan embargo ekonomi dan sanksi sosial terhadap Rasul SAW dan mereka yang tinggal bersamanya dalam Syi'b sampai mereka takluk dan menyerahkan Rasul SAW. Surat pernyataan tersebut mereka tempelkan di dinding Ka'bah, lalu Bani Hasyim dan Bani Muthalib baik yang muslim maupun yang kafir mengadukan hal tersebut kepada Abu Thalib, kemudian bersama Abu Thalib mereka memasuki kawasan embargo tersebut dan menetap di sana sekitar dua tahun atau tiga tahun. Mereka merasakan penderitaan yang sangat. Kemudian Allah memberikan kemudahan bagi beberapa personil mereka untuk menghapuskan surat pembaikotan tersebut.

Penderitaan Rasul SAW semakin memuncak setelah wafatnya Abu Thalib, yang diikuti dengan wafatnya Khadijah umul mu'minin selang beberapa hari, hingga tahun itu disebut sebagai tahun kesedihan. Fase ini oleh Ibrahim al-Jâ'yûsiy disebut fase *al-muwâjahah* (konfrontasi) setelah sebelumnya didahului dengan fase persiapan kenabian, fase kenabian (dakwah secara sembunyi), lalu fase dekrulasi dakwah dengan dimulainya dakwah terang-terangan. Fase *al-muwâjahah* ini melahirkan berbagai pendekatan dan metode dakwah, selain dengan dialog, ceramah dan berdakwah di tempat umum, juga dibutuhkan kesabaran dalam menghadapi berbagai tantangan yang dilancarkan oleh sasaran penerima dakwah. Dalam kaitan ini Rasul SAW memakai pendekatan emosional (*athifiy*) dan pemuasaan terhadap kebutuhan sasaran (*iqnâ'*) atau gratifikasi dengan berbagai dialog yang dapat memuaskan lawan.

Metodologi yang digunakan juga bertambah sesuai dengan tambah kuatnya tantangan; *tahdîd* dan *wa'id* dilakukan dan terhadap siapa yang menentang dakwah, kepada para penentangannya diingatkan dengan ancaman azab Allah dan para pengikutnya diingatkan dengan janji kenikmatan dari Allah. Semuanya dilakukan dengan pendekatan rasional dan emosional (*al-'aqliy dan al-'âthifiy*).<sup>36</sup>

Kemudian Rasul SAW meninggalkan Makkah menuju Thaif untuk meminta perlindungan dari kaum Tsaqif, namun mereka menerimanya dengan kasar dan kejam,

---

<sup>36</sup> al-Jâ'yûsiy, *Târîkhu....*,h,112-115.

bahkan mengusir dan menganiayanya, kemudian Rasul SAW kembali ke Makkah dengan kondisi yang mengkhawatirkan.

Rasul SAW dan para sahabatnya bertahan dalam kondisi tersebut selama 13 tahun, sampai Allah mengizinkan mereka untuk berhijrah ke Madinah, setelah terlebih dahulu mempersiapkan berbagai saranannya.

Usai hijrah mulailah babak baru da'wah islamiyah di Madinah, dengan semakin kuatnya ummat islam berkat mereka yang masuk islam dan pertolongan orang-orang Madinah yang mau menolong muslim, maka berdirilah negara mereka, lalu Allah mengizinkan mereka untuk memerangi musuh mereka, setelah pelarangan perang dan anjuran untuk bertahan pada saat di Makkah.

Deklarasi simbol-simbol ibadah di Madinah ditandai dengan pembangunan mesjid Quba dan dilanjutkan dengan pelaksanaan shalat di dalam mesjid tersebut, lalu pembangunan mesjid Rasul SAW (Nabawi).

Maka mulailah dirancang pendirian negara Islam di muka bumi ini dilandasi dasar yang kokoh; seperti ukhuwah islamiyah yang murni, peraturan yang jelas serta perundangan yang tegas, di atas wilayah yang baik "Madinah Munawarah". Kemudian Rasulullah saw membuat dokumen bersejarah yang menjelaskan tatanan hubungan antara sesama muslim; Muhajirin dan Anshar, di satu sisi dan hubungan antara muslim dengan masyarakat Madinah nonmuslim di sisi lain. Dengan demikian berarti lengkaplah syarat-syarat pokok sebuah negara.

Aktivitas selanjutnya berkisar pada beberapa point berikut ini:

1. Pengembangan da'wah islamiyah, pengajaran ajaran agama bagi pemeluknya, dan pendidikan serta pembersihan akidah mereka supaya sejalan dengan petunjuk Islam.
2. Menghadapi musuh dan memaklumkan perang bagi kaum kafir yang memerangi mereka, serta berusaha menghindari pengaruh mereka....



3. Penerapan hukum-hukum syariah terhadap berbagai kalangan dalam masyarakat baik secara individual maupun kelompok. Menyerukan kebaikan dan mencegah terjadinya kemunkaran.
4. Rencana perluasan wilayah Islam, penyebaran agama Islam dengan cara mengirimkan delegasi maupun menerima delegasi negara lain, menyurati para raja dan gubernur, juga dengan cara mempersiapkan angkatan perang.

Pembahasan aktivitas ini secara rinci telah memenuhi buku-buku sejarah perjuangan Rasul SAW, buku-buku tersebut menceritakan kegiatan tabligh dan pengembangan da'wah, perhatiannya terhadap ilmu dan pendidikan, sebagaimana juga menyajikan peperangan yang diikuti Rasul SAW maupun yang tidak diikuti Rasul, untuk yang diikuti Rasul jumlahnya mencapai 27 kali sedangkan yang tidak diikuti sebanyak 38 kali..

Selain itu, buku-buku tersebut juga menceritakan proses turunnya ayat-ayat al-Qur'an, serta menerangkan kondisi dan situasi yang menyertai turunnya al-Qur'an, penegasan hukum-hukum syariah dan urutannya, baik dari segi aqidah maupun dari segi akhlak dan tingkah laku, yang kemudian ditutup dengan firman Allah:

الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتْمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيْتُ لَكُمُ الْإِسْلَامَ دِينًا

“ hari ini agama kamu sekalin, bagi kamu sekalian, telah Kusempurnakan, demikian juga ni'mat-Ku untuk kamu sekalian telah Kusempurnakan, dan Aku meridhai Islam sebagai agama kamu sekalian.”( al-Maidah:3).

Buku-buku tersebut juga diisi dengan menyajikan surat-surat nabi yang jumlahnya mencapai 50 surat, bahkan ada yang mengumpulkannya dalam satu buku tersendiri. Selain juga menyebutkan nama-nama utusan (delegasi) Rasul yang diutus ke berbagai penjuru negri sebagai tenaga penganjur (da'i) maupun sebagai pengajar dan pengumpul shadaqah.

Disebutkan juga –dalam buku-buku tadi-- para utusan yang diutus menghadap Rasul SAW di Madinah yang jumlahnya mencapai 15 utusan, hingga tahun 9 Hijrah dinamakan “tahun utusan” karena banyaknya utusan yang datang kepada beliau.

Selain itu buku-buku perjuangan Rasul SAW membiarkan juga tentang bagaimana Rasul SAW membangun angkatan perang dan pengirimannya kepada berbagai penjuru Jazirah Arab dan luar Jazirah, seperti yang terjadi pasca penaklukan Mekkah yaitu perang Mu'tah, perang Tabuk, serta persiapan tentara Usamah bin Zaid ra yang dirahakan ke wilayah Palestina.

Sampai sini tergambar bentangan perjalanan da'wah di masa Rasul SAW hingga ajal beliau tiba dan pergi menghadap Yang Maha Mulia setelah menyelesaikan misi dan tugasnya untuk menyampaikan amanat yang diemban kepada seluruh umat manusia, hingga dengan berduyun-duyun orang-orang memeluk Islam.

#### A. Ciri umum Da'wah Pase Makkah

Bagi peneliti da'wah Islamiyah pada pase Makkah akan menemukan beberapa ciri umum da'wah tersebut, diantaranya:

1. Perhatian terhadap penyampaian da'wah baik secara tertutup maupun terbuka, dimulai dari yang terdekat, upaya menyelamatkan maunisa dari lembah ke sesatan, serta mengeluarkan mereka dari kegelapan.
2. Perhatian terhadap pendidikan bagi mereka yang sudah menerima seruan da'wah, usaha pendidikan dan pembinaan aqidah mereka sesuai dengan ajaran islam dalam rangka membangun kaidah islam yang kokoh bagi negara islam dengan cara;
  - 1) Pengajaran agama
  - 2) Penerapan Islam dalam kehidupan
  - 3) Penanaman makna ukhuwah antar sesama muslim
  - 4) Saling mengoreksi satu sama lainnya.
3. Bertahan untuk tidak menghadapi musuh dengan kekuatan, namun dihadapi dengan mujahadah dalam berda'wah

Firman Allah: Dan hadapilah mereka dengan perjuangan yang besar” maksudnya dalam menghadapi penyiksaan musuh-musuh kaum muslimin yang bertubi-tubi guna mengukur keseimbangan antara kemampuan yang dimiliki dan kewajiban yang harus dilaksanakan, serta menunda perlawanan dengan kekuatan sampai pada saat lain yang lebih tepat. Bahkan Rasulullah saw sampai menggambarkan para sahabatnya sebagai tergesa-gesa, ketika mereka mengadukan apa yang dideritanya, serta memohon agar Rasul SAW berdo’a kepada Allah untuk membebsakan mereka dari siksaan tersebut, dalam hadits dikisahkan:

Dari Abi Abdillah Khabbab Ibn Arath meriwayatkan: “Tatkala kami mengadukan kepada Rasulullah saw –saat itu beliau berbantalkan sorban bernaung di bawah Ka’bah, kami katakan: “mengapa engkau tidak memohon pertolongan Allah? Mengapa tidak berdo’a untuk kami? Ia menjawab: “Orang-orang sebelum kamu ada yang dikubur kakinya , lalu kepalanya digergaji menjadi dua, ada yang disisir dengan sisir dari besi antara daging dan tulangnya, namun kejadian itu tidak membuatnya menentang agamanya. Demi Allah , perjuangan ini akan disempunakan Allah hingga seorang penunggang kuda dari San’a ke Hadralmaut tidak takut kecuali kepada Allah, hingga srigala dan domba dapat brjalan beriringan bersama, namun kalian tergesa-gesa.”

4. Dakwah yang dinamis, tidak terpaku pada tempat asal da’wah, seperti hijrah ke Thaif, lalu hijrah ke Madinah
5. Aktivitas yang berkesinambungan disertai perancangan untuk da’wah masa depan, seperti pengiriman utusan ke Madinah, baiah Aqabah, mengintruksikan hijrah serta meyusun rencana hijrah, lalu melaksanakan semua rencana tersebut dengan cermat setelah mempersiapkan berbagai pasilitas yang dibutuhkan , dengan tetap menyeimbangkan antara sarana dan tawakal.

#### B. Ciri Umum Da’wah Pase Madinah

Seorang peneliti juga dapat mengetahui beberapa ciri da'wah pase Madinah diantaranya:

1. Melanjutkan aktivitas tabligh dalam berda'wah, serta aktivitas pendidikan dan pensucian akidah mereka yang menerima seruan. Yakni dengan jalan membacakan ayat-ayat al-Qur'an , pembersihan akidah, pengajaran al-Qur'an dan al-hikmah, serta memperhatikan juga pembangunan mesjid dan ta'mirnya, mewujudkan ukhuwah yang murni anantara Muhajirin dan Ansar serta mempererat hubungan antara kedua kelompok tersebut.
2. Konsentrasi pada pendirian negara Islam setelah tiga syarat utamanya terpenuhi: a- kaidah yang solid dari mu'min b- wilayah yang sesuai c- tatanan aturan yang jelas, karena negara merupakan faktor pendukung tersebsar bagi da'wah, dan merupakan lembaga resmi yang sangat penting bagi da'wah.

Firman Allah :

الَّذِينَ إِذَا مَكَانَهُمْ فِي الْأَرْضِ أَحَقَمُوا الصَّلَاةَ وَآتَوُا الزَّكَاةَ وَأَمَرُوا بِالْمَعْرُوفِ وَنَهَوْا عَنِ الْمُنْكَرِ وَاللَّهُ  
عَاقِبَةُ الْأُمُورِ

“Mereka yang jika ditempatkan pada suatu lokasi di muka bumi ini, mereka mendirikan shalat, mengeluarkan zakat, serta menyerukan kebaiakn dan mencegah kemunkaran, dan kepada Allah kembalinya segala urusan.” (al-Haj:41).

3. Melaksanakan hukum syariah terhadap berbagai kalangan masyarakat baik secara individual maupun secara kelompok, seperti menegakkan syiar islam dan pelaksanaan ketentuan pidana maupun perdata (hudud), menyelesaikan pertikaian semuanya dalam rangka menegakkan hukum Allah di muka bumi ini dari satu segi, dan merupakan percontohan Islam yang sempurna , yang cocok dan sesuai untuk segala jaman dan tempat dari segi lain.

4. Menyikapi musuh yang berada sekelilingnya serta hidup secara berdampingan di bawah bimbingan aturan yang jelas yang mempertegas tata cara hubungan interaksional antara keduanya. Serta memperkenalkan kepada mereka (para musuh islam) nilai-nilai kabaikan Islam, di satu sisi untuk memulihkan gambaran yang benar dari tatanan yang sedang terbit, dan di sisi lain merupakan upaya untuk menegakkan negara islam yang sedang tumbuh.
5. Menghadapi musuh-musuh yang berusaha memerangi, serta menteror musuh yang tersembunyi baik dari dalam maupun dari luar dengan cara pengiriman pasukan perang baik yang diikuti Rasul maupun yang tidak diikutinya, serta kesiagaan penuh untuk berperang.

Firman Allah:

وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَمِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ تُرْهَبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ وَأَخْرِينَ مِنْ دُونِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يُوَفَّ إِلَيْكُمْ وَأَنْتُمْ لَا تُظْلَمُونَ

“Dan persiapkanlah kekuatan semampu kalian semua juga persiapkanlah kuda-kuda perang untuk menteror musuh Allah dan musuh kalian semua, serta musuh lain yang kamu tidak ketahui, namun Allah mengetahui mereka, apa-apa yang kamu infakkan di jalan Allah, pastilah akan dikembalikan pada kalian juga, dan kalian tidak akan dianiyaya...” (Al-Anfal;60).

6. Mewujudkan da'wah ilsmayah yang mendunia dengan mengawalinya dari berbagai dimensi, seperti dengan jalan mengirim surat dan mengirim delegasi atau sebaliknya menerima utusan raja lain dan seterusnya.

Seluruh sifat metode dari kedua masa ini (Makkah dan Madinah) dengan berbagai periode terambil dari satu periode yang benar-benar terjadi, dan berbagai pertemuan yang satu sama lainnya saling berhubungan, di akhir periode tersebut nampak tercermin kesempurnaan yang utuh dari realitas suatu periode. Sebagian ciri ada yang berulang-ulang nampak pada setiap periode, pengulangan

tersebut merupakan kelanggengan ciri tersebut hingga melampaui batas periode untuk menunjukkan keaslian ciri tersebut dalam satu garis keseluruhan perjalanan da'wah.<sup>37</sup>

## Dakwah Masa Khulâfa'u Al-Râsyidîn (Th 10-40 H)

Masa ini ditandai dengan wafatnya Rasulullah SAW dan diakhiri dengan wafatnya Ali ra pada tahun 40 H. Setelah wafatnya Rasulullah SAW kepemimpinan umat Islam digantikan oleh Abu Bakar al-Shidiq ra yang memegang kekhalfahan selama 2 tahun 3 bulan 8 hari. Kemudian digantikan oleh Umar Ibnu al-Khattab ra selama 10 tahun 6 bulan 15 hari, kemudian dilanjutkan oleh Utsman Ibn Afan yang menjadi khalifah 12 tahun kurang 10 hari. Terakhir Ali Ibn Abi Thalib ra selama kurang lebih 5 tahun.

Ada tiga pokok kegiatan dakwah pada masa ini; pertama penyampaian (tablîgh) Islam, kedua pengajaran (ta'lim) Islam dan ketiga pelaksanaan (tahqîq) syariah dan hukum-hukum Islam.<sup>38</sup>

### A. Dakwah Abu Bakar

Dakwah khalifah Abu Bakar ra dimulai dengan menetapkan dasar kekhalfahan yang diawali dengan pemilihan kepemimpinan pengganti Rasul SAW, sebuah upaya cerdas yang dilakukan beliau setelah melihat kesedihan dan keterpautan para sahabat terhadap Rasulullah SAW beliau mengingatkan umat kepada surat Ali Imran ayat 144. Dengan khutbahnya yang terkenal: “Barang siapa menyembah Muhammad, maka Muhammad saw telah wafat, dan barang siapa yang menyembah Allah maka Allah Maha Hidup dan tidak akan pernah mati.” Kemudian Abu Bakar membaca ayat:

---

<sup>37</sup> al-Bayânûniyy, *al-madkhal*...h. 83-87

<sup>38</sup> al-Bayânûniyy, *al-madkhal*...h. 90

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ قَدْ خَلَتْ مِنْ قَبْلِهِ الرُّسُلُ أَفَإِنْ مَاتَ أَوْ قُتِلَ انْقَلَبْتُمْ عَلَىٰ أَعْقَابِكُمْ وَمَنْ يَنْقَلِبْ

عَلَىٰ عَقْبَيْهِ فَلَنْ يَضُرَّ اللَّهَ شَيْئًا وَسَيَجْزِي اللَّهُ الشَّاكِرِينَ ﴿١٤٤﴾

Muhammad hanyalah seorang rasul sebagaimana rasul-rasul yang terdahulu, apakah apa bila ia wafat atau terbunuh kalian akan berpaling darinya (dan kembali kepada kekafiran) dan hal itu tidak akan berpengaruh apa-apa terhadap Allah, dan Allah akan membalas kebaikan orang-orang yang bersyukur (QS. 3:144).

Kejadian ini merupakan kegiatan dakwah pertama yang dilakukan Abu Bakar pada saat kondisi membutuhkan ketegasan, Abu Bakar berinisiatif untuk segera menyelesaikan masalah yang bisa timbul di kalangan ummat Islam dengan upaya memertahankan ajaran utama Islam yaitu tauhid, kemudian menunjukkan bahwa walaupun Rasul SAW telah wafat, syariah Islam harus tetap berjalan, aqidah harus tetap dipelihara, dakwah harus tetap berlanjut.

Pelajaran berikutnya yang diberikan Abu Bakar adalah isi khutbah pada saat dia dilantik sebagai khalifah oleh masyarakat muslim. Ia menyampaikan khutbahnya: “Wahai sekalian manusia, aku ditunjuk sebagai penguasa atas kalian, dan aku bukanlah yang terbaik dari kalian, jika aku berbuat baik, maka bantulah aku! Jika aku berbuat salah, maka luruskanlah aku! Orang kuat dari kalian, bagiku ia lemah sehingga aku bisa mengambil hak darinya, sebaliknya orang lemah dari kalian adalah kuat bagiku hingga aku dapat memberikan haknya! Taailah aku selama aku mentaati Allah dan rasul-Nya, dan jika aku berlaku maksiat terhadap (melanggar aturan) Allah dan Rasul-Nya maka tidak pantas lagi aku untuk ditaati!”<sup>39</sup>

Khutbah ini menggambarkan sikap Abu Bakar dalam berdakwah, yaitu memberikan atau mengambil hak sesuai dengan ketentuan dan penerimanya, tanpa rasa takut untuk menghadapi tantangan dari mereka yang menentangnya, ketegasan ini kemudian dibuktikan dengan memerangi mereka yang enggan melaksanakan syariah

<sup>39</sup> al-Jâÿsÿiy, *Târîkhu*....,h,168

(zakat) dan kaum murtad setelah wafatnya Rasul SAW. Selain juga tetap melakukan dakwah dengan model pengiriman utusan kepada penguasa sekitar Jazirah Arab.

Dalam hal ini terlihat bahwa program utama dakwah Abu Bakar adalah memelihara syariat, menjaga keutuhan kaum muslimin serta menekan berbagai perselisihan yang bisa muncul setelah wafatnya Rasul SAW. Dan menegaskan bahwa aturan yang dipakai dalam kepemimpinannya (indikator ketaatan terhadapnya) adalah selama ia berjalan sesuai dengan syariah. Hal tersebut juga terlihat dalam persetujuannya terhadap gagasan Umar untuk menghimpun dan mencatat al-Qur'an.

#### B. Dakwah Umar Ibnu al-Khatab ra

Pandangan Umar ra yang paling populer adalah gagasannya untuk mengumpulkan al-Qur'an setelah banyaknya para hufâdz (penghapal al-Qur'an) yang terbunuh pada perang Yamamah, alasan yang sangat rasional adalah kekhawatiran akan hilangnya al-Qur'an dengan wafatnya para hufâdz. Sehingga idenya di terima oleh Abu Bakar setelah diskusi panjang.

Dakwah Umar ra juga tercermin dari seruannya untuk mengangkat Abu Bakar sebagai khalifah setelah wafatnya Rasul SAW setelah mendengarkan ayat yang dibacakan Abu Bakar (QS 3:144), ini mencerminkan kepedulian Umar ra terhadap persatuan kaum muslimin.

Umar juga sangat ketat dalam memelihara ummat dari kerusakan, ia meneliti kehidupan kaum muslimin di malam hari untuk melihat keadaan mereka. Kisah gadis penjual susu yang disarankan ibunya untuk mencampur susunya dengan air supaya lebih banyak, namaun karena takut dosa dia menolak saran ibunya tersebut. Percakapan antara ibu dan anak tadi didengar oleh Umar ra kemudian ditanggapi dengan dijadikannya sebagai menantu.

Kisah lain seorang perempuan yang menyenandungkan syair tentang kerinduan akan suaminya, tentang betapa bahwa jika tidak karena takut kepada Allah dia sudah memasukan lelaki lain. Menganggapi hal tersbut Umar memanggil suami perempuan tadi yang sedang berada di medan perang untuk pulang kepada istrinya. Lalu Umar



bertanya kepada anak perempuannya Hafshah; “berapa lama seorang perempuan mampu bertahan sabar jika ditinggal suaminya?” Hafshah menjawab: “satu bulan, dua atau tiga bulan, jika bulan keempat sudah hilang kesabaran.” Dari itu Umar ra membuat aturan bahwa para prajurit tidak boleh pergi berperang melewati empat bulan. Ini mengandung arti bahwa Umar sangat memperhatikan “keselamatan” nilai kemasyarakatan. Kalau bahasa sekarang bisa disebut “perencanaan berbasis kebutuhan”.<sup>40</sup>

Sisi lain dakwah Umar ra tercermin dalam sikapnya terhadap pemeliharaan hadits Nabi dan sunnah Rasul saw. Umar ra tidak menerima hadits dari seseorang kecuali dibuktikan dengan meminta saksi dari sahabat lainnya. Umar juga sangat menjunjung tinggi keadilan, hingga dijadikan kriteria bagi para pejabat masa pemerintahannya. Ia memberi contoh dalam hal tanggungjawab, juga mempromosikan kesamaan hak dan kewajiban bagi ummat.<sup>41</sup>

Pola- pola penyebaran Islam melalui pengiriman ekspedisi juga tetap dilakukan Umar, wilayah-wilayah seperti Mesir, Iraq, Iran, Syam, Palestina dan lainnya menjadi sasaran pengembangan Islam berikutnya. Dengan kegiatan ini banyak mempengaruhi perkembangan dakwah Islamiyah. Para penduduk wilayah yang dikuasai akhirnya banyak yang masuk Islam, sehingga secara populasi jumlah kaum muslimin bertambah.<sup>42</sup> Adanya kontak budaya dan kontak pengetahuan antara kaum muslimin dengan penduduk wilayah baru juga memungkinkan terjadinya pengembangan segi pemikiran dan ilmu pengetahuan.

### C. Dakwah Utsman Ibn Affan ra

Dakwah Utsman ra secara pribadi beliau selalu memberikan perbekalan dengan hartanya bagi kaum muslimin, sosok Utsman ra merupakan *masterpiece* bagi pengorbanan material untuk kepentingan dakwah. Beliau pernah membeli sumur untuk kepentingan kaum muslimin di Madinah. Selain itu juga melakukan perluasan masjid Nabawi dan membiayai perluasan masjid al-Haram di Makah.

<sup>40</sup> al-Jâÿûsiyy, *Târîkhu*....,h, 178

<sup>41</sup> al-Jâÿûsiyy, *Târîkhu*....,h, 180-183

<sup>42</sup> al-Bayânûniyy, *al-madkhal*...h. 93

Demikianlah dakwah Utsman ra yang tak kalah pentingnya Utsman menyatukan bahasa al-Qur'an dengan bahasa Quraisy, sebagai respon terhadap perbedaan dialek bahasa berbagai kabilah Arab waktu itu.<sup>43</sup> Untuk menghindari perselisihan bacaan maka pemilihan bahasa resmi al-Qur'an dilakukan berdasarkan kebijakannya. Manfaat besar dari ijtihad beliau dirasakan sampai sekarang, ummat islam memiliki bahasa pemersatu yang dijadikan bahasa baku yang diterima dan dipahami oleh seluruh kaum muslimin.

#### D. Dakwah Ali Ibn Abi Thalib ra

Ali ra adalah sahabat yang tidur di tempat tidur Rasulullah saw di malam hijrahnya Rasul untuk menggantikan posisinya. Ini merupakan tindakan penuh resiko untuk menyelamatkan Nabi saw. Ali ra sangat menjunjung tinggi hak, ketika suatu saat ia sebagai khalifah berselisih dengan seorang yahudi ia menyelesaikan masalahnya dengan menghadap hakim waktu itu, artinya tidak dihakiminya sendiri padahal ia memiliki otoritas untuk itu.<sup>44</sup> Ia juga menentang keras kelompok-kelompok emosional ahli bidah, khawarij dan kelompok lainnya. Berbagai dialog dan diskusi dipakai beliau untuk menjelaskan kebenaran mencari titik temu perselisihan yang terjadi antara kelompok yang berselisih. Pengalamannya sebagai qadli di Yaman pada masa Rasul saw menunjukkan kemahiran Ali dalam menyelesaikan persengketaan serta memberi kepuasan kepada siapa yang berdialog dengannya. Jika ditanya tentang suatu hal ia akan menawab, jika tidak ditanya ia akan menjelaskan demikianlah sikap Ali ra dalam berdakwah.

Ali ra sangat menghargai ilmu pengetahuan dan mendorong masyarakat untuk mencintai ilmu ungkapan berikut menunjukkan kedalaman pribadinya sebagai penganjur ilmu dan agama: "Pelajarilah ilmu, niscaya derajat kamu akan naik, dan amalkanlah ilmumu pasti kamu akan menjadi ahli ilmu. Ketahuilah dunia telah pergi jauh meninggalkanmu dan akhirat datang menyongsongmu, dan keduanya masing-masing memiliki anak (pengikut). Jadilah anak akhirat jangan jadi anak dunia. Ketahuilah orang yang zuhud terhadap dunia telah menjadikan bumi ini sebagai permadani dan debu

<sup>43</sup> al-Jâ'yûsiy, *Târîkhu*....,h,189

<sup>44</sup> al-Jâ'yûsiy, *Târîkhu*....,h,193

sebagai kasur serta air sebagai parfumnya. Ketahuilah siapa yang merindukan akhirat akan melupakan syahwat (ajakan-ajakan nafsu serakah), orang yang menghindari dari neraka akan menjauhi yang diharamkan, orang yang mengharapkan akhirat akan bersegera berbuat taat, dan orang yang zuhud di dunia akan dirasa ringan baginya segala musibah yang ada....sabarlah untuk hari-hari yang singkat demi menggapai kenyamanan yang panjang.<sup>45</sup>

Permasalahan yang dihadapi Ali ra memang berbeda dengan para sahabat pendahulunya, perselisihan dan kesalahpahaman pada masanya demikian meluas, hal ini menuntut Ali ra lebih bijak dalam menghadapi masyarakatnya. Untuk itu beliau mengedepankan nilai-nilai agung yang harus dimiliki oleh para pengikutnya. Tidak sedikit nasihat-nasihat yang disampaikan Ali terhadap para pengikutnya untuk menjawab kekejian dengan kebaikan, menjawab cacian dengan doa dan harapan baik bagi kedua kelompok yang bertikai.<sup>46</sup>

Pada masa Khulâfa'û Al-Râsyidîn Ahmad Amin melukiskan bahwa kegiatan pada waktu itu pertama kaum muslimin menerima al-Qur'an dan mempelajarinya, kemudian menghimpun hadits dan menyimpulkan berbagai hukum serta mengumpulkan berbagai nasihat.<sup>47</sup> Kemudian sudut lainnya dengan melakukan perluasan wilayah berarti memberikan kesempatan untuk adanya kontak antara kaum muslimin Arab dengan penduduk wilayah-wilayah baru tersebut. Hal ini baik langsung atau tidak langsung mempengaruhi kehidupan baik segi aqliyah maupun diniyah.

Dalam mengembangkan wilayah dakwah kaum muslimin menyebarkan ajaran islam dari segi pembukaan suatu wilayah, pertama menawarkan untuk masuk Islam, jika mereka menerima Islam maka mereka sama. Jika mereka tidak masuk islam ditawarkan kepada mereka untuk menyerahkan wilayahnya dibawah pemerintahan Islam, dan mereka tidak diganggu agamanya, mereka berhak mendapatkan perlindungan dari musuh dan berkewajiban membayar jizyah, jika mereka tidak mau membayar jizyah dan tidak masuk islam mereka diperangi. Dalam berperang yang diperangi hanya para prajurit, kaum

---

<sup>45</sup> al-Jâ'yûsiy, *Târîkhu*....,h, 199

<sup>46</sup> al-Jâ'yûsiy, *Târîkhu*....,h, 201

<sup>47</sup> Amin Ahmad, *Fajru al-Islâm*, (Beirut: Dâru al-Kitâb al-'Arabiy, 1969) Cet. X, h, 83

wanita, orang tua, anak-anak, orang buta dan kelompok lemah lainnya tidak diperangi.<sup>48</sup> Melalui dakwah simpatik ini Islam menyebar ke belahan dunia, dan tak kalah pentingnya adalah metode pembebasan budak, metode ini sejak awal dipakai oleh Abu Bakar ketika membebaskan Bilal, kemudian upaya pembebasan budak terus dilakukan oleh kaum muslimin, bahkan dilembagakan dalam bentuk “denda” bagi yang melanggar aturan (hukum) tertentu.

## Masa Umawiyah Abbasiyah Dan Utsmaniyah

Masa ini mencakup tiga masa kekhalifahan Bani Umayyah tahun 40-132 H kemudian Bani Abbas tahun 132-656 H, lalu dilanjutkan dengan masa Utsmaniyah yang berdiri sejak tumbangannya kekuasaan Bani Saljuk di Moghul tahun 698 H (1299 M) sampai 1343 H (1924 M).<sup>49</sup>

### A. Masa Bani Umayyah:

Pada masa ini perkembangan dakwah islam tidak tergambar dalam kegiatan aktivitas seorang tokoh tertentu, melainkan merupakan kegiatan dakwah yang dilakukan hampir oleh setiap yang memiliki otoritas untuk dakwah. Karena bagi setiap muslim merasa berkewajiban untuk berdakwah. Maka muncullah berbagai kegiatan ilmiah sejalan dengan perpaduan budaya dengan wilayah yang dikuasai oleh kaum muslimin. Mereka menjelaskan al-Qur'an mengajarkan hadits dan praktek pengamalan syariah serta hukum Islam dalam kehidupan.

Ada tiga kelompok yang dikenal dalam hal ini yakni kelompok para ulama, para juru cerita (al-qashâsh) dan juru nasehat (al-wa'âdz). Keberadaan mereka diterima oleh masyarakat muslim sebagai pemberi informasi keagamaan, akhlak dan kisah-kisah sejarah yang disajikan secara lisan dalam bentuk halaqah (kelompok kajian).

<sup>48</sup> Amin, *Fajru...*h,85-86

<sup>49</sup> al-Bayânûniyy, *al-madkhal...*h, 96.

Pada masa ini juga dimulai periwayatan hadits dan pengumpulannya serta studi hadits, sejalan dengan itu juga para pencari hadits mengunjungi ulama-ulama untuk mendapatkan informasi tentang suatu hadits dan keabsahannya. Dalam istilah ilmu hadits kegiatan ini disebut *al-rihlah fi thalabi al-hadits*.

Dalam segi ilmu bahasa arab juga mulai dikembangkan sejalan dengan berbagai perkembangan ilmu-ilmu lain. Hal ini tiada lain memiliki semangat yang sama—semangat memelihara agama islam—dengan kegiatan pengajaran al-qur'an dan al-sunnah, serta untuk memelihara keutuhan bahasa al-Qur'an dari berbagai pengaruh bahasa lain. Suatu saat Abu Aswad mendengar seorang membaca ayat al-qur'an salah, seharusnya dibaca dalam orang itu membaca dengan kasrah. Mendengar hal tersebut Abu Aswad melaporkan kepada Ziyâd, wali kota Bashrah, lalu Ziyâd menyuruhnya untuk membuat tanda baca al-Qur'an.<sup>50</sup>

Sebagai ilustrasi berikut ini impul-impul peradaban masa pemerinatah 'Umar Ibn Abd Al-Aziz. Dari sudut peradaban ada beberapa poin yang bisa dicatat sebagai peletakan pilar-pilar peradaban Islam. Yang sangat diakui adalah pola penghidupan baitulmal, pemerataan dan pengembangan konsep kenegaraan yang diciptakan semasa lahirnya Islam kemudian dikembangkan masa para khalifah yang empat dan mulai dihidupkan kembali oleh 'Umar secara garis besar bisa disebutkan berikut:

1. Pendayagunaan Baitulmal, ini diakui oleh berbagai kalangan intelektual keberhasilan 'Umar II dalam membuat pola penggunaan Baitulmal untuk kepentingan dan kesejahteraan rakyat. Slogan bagi para pejuang pewujudan program zakat yang berbunyi “membuat faqir miskin sejahtera dengan memberikan kegiatan produktif (bukan konsumtif) sehingga pada akhirnya si faqir mampu mengeluarkan zakat” ternyata berpangkal pada kegiatan yang dilakukan 'Umar II dalam pemberdayaan Baitulmal. Yasin Ibn Thaha (penulis kontemporer) mengutip pernyataan berikut di akhir tulisannya tentang Politik Islam dalam Mengetaskan Kemiskinan.<sup>51</sup>

<sup>50</sup>al-Bayânûniyy, *al-madkhal...* ....h, 99

<sup>51</sup> Yasin Ibn Thaha Ibn Said, *Siyasah Islam Fi Muharobati al-Faqri*, <http://www.islamonline.net/>

Umar senantiasa menyeru, mana para al-gharimin (orang yang kelilit hutang), mana yang berkeluarga, mana kaum msikin, mana para yatim? Sehingga semuanya dibuat kaya oleh ‘Umar. Amr Ibn Asyad berkata: Demi Allah ‘Umar tidak wafat sampai ia mendatangi setiap orang sambail berkata: jadikanlah ini sesuai dengan pendapatmu (kemahiranmu?) ia tidak berhenti sampai ia membwa hartanya kembali (karena orang tidak ada lagi yang pantas untuk diberi), ‘Umar telah menjadikan semua orang menjadi kaya. Di sini merupakan upaya peletakkan dasar-dasar ekonomi Islam dalam kerangka peerapan bukan hanya dalam kerangka konsptual. Seperti dinyatakan Baqir Shadr bahwa sitem ekonomi Islam memiliki tiga prinsip dasar: 1. Prinsip Kepemilikan yang bervariasi (campuran) (al-mab’da al-malakiyah al-mujdawijah), 2. Prinsip kebebasan ekonomi dalam batasan tertentu (al-mabda al-huriyah fil nithaq al-mahdudah 3. Prinsip keadilan sosial (al-mabda’ al-adalah al-ijtimaiyah).<sup>52</sup> Secara luas dibahas oleh Qutub Ibrahim Muhammad, dalam Al-Siyasah Al-Maliyah li-‘Umar ibn Abd. Al-Aziz.

2. Pengembangan Demokrasi: Berkenaan dengan demokrasi ini disampaikan oleh Syāker Nabulsi dalam *العرب: من حُكم الخلافة المُطلق إلى الديكتاتورية الطاغية* yang mengecualikan ‘Umar Ibn ‘Abd Al-‘Azīz dari prilaku para khalifah yang senantiasa berbuat dzalim dan memanipulasi agama untuk kepentingan diri dan keluarga mereka. Syākir juga mengelompokkan ‘Umar sebagai sosok khalifah yang demokratis.

Perhatikan ungkapan ‘Umar saat proses pembaiatan: “Wahai hadirin sekalian, aku telah diuji dengan hal ini (pengangkatan ini) tanpa meminta pendapatku dalam hal ini, tanpa permintaanku, tanpa musyawarah dengan kaum muslimin, dan kini aku telah lepsakan leher kalian dari tali pembai’atan yang menjerat leher kalian”, maka silahkan kalain pilih sesuai kehendak kalian!”

Mendengar ucapan tersebut hadirin kaget, dan bimbang, kemudian seorang Anshar berdiri dan berkata: “Hai Amirilmu’minin, itu sungguh yang tidak

---

<sup>52</sup> Al-Shadr Muhammad Baqir, *Iqtishaaduna*, (Beirut: Daru al-Taaruf lilmathbuaah, 1979) Cet Ke-11, h, 295-307

disukai”! kemudian ia mendekati mimbar ‘Umar sambil berkata: “Ulurkan tanganmu aku akan membai’atmu!” lalu ia membaitanya, saat orang Anshar itu pertama kali mebaia’at ‘Umar, khlayak berteriak ---secara suka rela maupun terpaksa--- “Kami telah memilihmu dan rela terhadapmu, maka terimalah pengangkatan ini dengan tangan kanan (dengan senang hati) dan berkah.”

3. Keadilan dan Tanggungjawab: ‘Ā’id al-Qarny menyoroti prilaku ‘Umar dalam hal Ibadahnya, Awal kebijakan ‘Umar saat menjadi khalifah, Syarat-syarat yang diberikan ‘Umar bagi mereka yang menemaninya, mengembalikan harta yang diambil secara dzalim oleh Bani Umayyah, dan kegiatan Umar mengontrol keadaan rakyatnya serta sikapnya dihadapan para penyair. Ini juga diakui oleh penulis entri Ensiklopedi Britanica, Thomas W. W. Arnold, Mahmudunasher, dan lainnya. Ira M. Lapidus misalnya menyatakan bahwa ‘Umar II memberlakukan prinsip baru dalam pemerintahannya, seperti menghilangkan antagonisme Arab non Arab, persamaan dalam pajak dan juga dalam hak.<sup>53</sup>

Berbagai surat perintah yang ditulis untuk para pembantunya berisikan anjuran agar tidak menghancurkan Gereja, Sinagog dan tempat-tempat api kaum Majusi, sebagaimana juga Rasul saw melarangnya. Diceritakan bahwa kaum Nasrani mengadu kepada ‘Umar karena Gereja mereka dihancurkan lalu dibuat mesjid Damaskus, lalu ‘Umar mengabulkan permohonan mereka untuk mengembalikan Gereja mereka.

Kisah-kisah di atas sebagai bukti sejarah bahwa dalam diri ‘Umar ada kehendak yang kuat untuk menciptakan perdamaian, kesatuan dan menghargai hak-hak kemanusiaan sampai dalam beragama sekalipun, sikap toleran dan semangat untuk menciptakan perdamaian tersebut merupakan loncatan besar yang dilakukan ‘Umar dalam memimpin ummat manusia yang ada dalam tanggungjawabnya. Dalam hubungannya dengan memperlakukan rakyatnya yang tidak beragama Islam pemerintahan khilafah senantiasa dengan penuh

---

<sup>53</sup> Lapidus, Ira M. Sejarah Sosial Ummat Islam, (Jakarta: Rajawali Pers, 1999) Cet ke I, Jilid I. h, 71

keadilan, memberikan hak yang sama dengan kaum muslimin, jiwanya, harta, gereja dan salib mereka.

4. Seni dan Komunikasi: Komentar ‘Umar tentang seni terutama syair sangatlah mendukung penggunaan kata-kata yang baik, sering kali ia mengkritik para seniman yang menggunakan kata-kata yang menurutnya kurang sopan atau kurang pas dan tidak mencerminkan misi yang jelas seperti kritiknya terhadap seseorang yang mengatakan: *تحت ابطك* dan menyuruh menggantinya dengan ungkapan *تحت يدك*.

Dan keritikan lainnya pada orang yang menulis surat dengan menggunakan kata *و كان مسلما من أب لم يسلم* ‘Umar bertanya bagaimana jika hal itu dikatakan kepada kaum al-Muhajirin dan al-Anshar? Itu berbahaya, karena akan mengkapirkan orang tua Rasul saw! Jawab penulis, kamu sudah menjadikannya sebagai perumpamaan, maka kamu tidak boleh menulis apapun di hadapanku, kata ‘Umar. Sedangkan dibidang seni ‘Umar membolehkan memukul rebana dan melarang untuk memainkan alat musik yang ada snarnya (gitar).

Di sini nampak bahwa ‘Umar mencoba membuat suatu tradisi baru baik dalam seni syair (sastra) maupun komunikasi serta kesenian tradisional lainnya seperti izinnya untuk rebana. Ia sangat tanggap terhadap permasalahan – permasalahan yang ada disekitarnya sampai dalam bahasa pun ia perhatikan. Nampaknya ‘Umar melihat bahwa perbaikan tidak saja dalam aspek perilaku semata, tapi juga dalam aspek penuturan dan bahasa. Artinya ia melakukan kontrol terhadap penggunaan bahasa serta kontennya (pers masa klasik?) terutama syair dan tradisi tulis- menulis. Selain itu juga ia memberlakukan bahasa Arab sebagai bahasa resmi dalam kegiatan administrasi negara.

5. Pendidikan, Pengajaran & Pengembangan Ilmu: Sebagai ulama ‘Umar melihat perlunya pendidikan dan pengajaran bagi masyarakat, suatu ide yang kemudian melembaga sampai sekarang sebagai sebuah tradisi di Dunia Islam adalah keputusannya untuk mengutus para ulama ke berbagai pelosok wilayahnya untuk mengajar masyarakat dengan biaya gaji dari Baitulmal (negara), ini seperti disinyalir oleh Sayyid Al-Ahl, serta untuk pengembangan



ilmu pengetahuan ia juga mengintruksikan kepada para ulama untuk mengumpulkan hadits Rasul saw dan menuliskannya, menganjurkan untuk mempelajari berbagai ilmu seperti kedokteran dan ilmu lainnya.<sup>54</sup> Pada masa ini di wilayah (Sasanid) Iran telah terdapat akademi yang terkenal merupakan warisan dari pemerintahan Anu Sirwan: Gondeshapur, lembaga pendidikan klasikal tempat kontak pengetahuan Yunani dan Romawi dengan masyarakat muslim.

6. Mata Uang Masa ‘Umar II: Pada masa ‘Umar dalam koin dituliskan sesungguhnya Allah menyuruh untuk menepati janji dan berperilaku adil”, hal tersebut menunjukkan bahwa ‘Umar hendak mengkomunikasikan keadilan dan kejujuran kepada rakyatnya melalui koin uang tersebut. Ini merupakan suatu pemikiran yang baik dalam menjadikan koin sebagai media komunikasi dan pendidikan.
7. Memperkenalkan usaha reformasi pemerintahan dengan memperbaiki sistem pemerintahan, komponen, perekonomian dan sistem pemerataan dan persamaan, menghilangkan diskriminasi golongan atau kesukuan dan madzhab. Menunjukkan konsep kesatuan ummat. Ini merupakan babak baru dalam sistem pemerintahan Islam yang pada waktu itu didominasi Arab, dan dinasti Umayyah dengan suku Quraisy.
8. Perubahan metodologi dakwah: ‘Umar melakukan perubahan metodologi dakwah secara persuasif dan penghargaan kepada para mualaf yang masuk Islam serta persamaan hak mereka sebagai muslim tanpa melihat suku bangsa. Sitem al-musawah: kesamaan derajat yang pada awalnya dipraktekkan Rasul saw dihidupkan kembali. Yang dinamakan ummat muslim bagi ‘Umar adalah seluruh yang beragama Islam tanpa perbedaan suku bangsa.
9. Perdamaian: Suasana perdamaian diciptakan ‘Umar dengan memberikan pengertian terhadap kelompok keagamaan, serta tindakan-tindakan penodaan agama dengan pencampuran kepentingan kelompok dan politik. Ia menghapuskan “tradisi mencerca Ali ra” dalam khutbah dan menggantinya

---

<sup>54</sup> Sayyid al-Ahl, *Al-Khalifah al-Zâhid ‘Umar Ibn ‘Abd Al-‘Aziz*, (Beirut: Daar Ilmi Lil Malaayiin, 1973) Cet. K VII, h, 181

dengan mengutip ayat yang sampai sekarang melembaga dalam khutbah jum'at. Ia juga berdiskusi dengan kaum Khawarij dan Syiah. Muhammad al-Baqir sendiri mengakui bahwa 'Umar adalah orang cerdasnya Bani Umayyah.

Dasar-dasar perubahan tersebut nampak dalam semangatnya yang disampaikan pada khutbah pertamanya saat pelantikan:

“Aku menasihati kalian semua agar bertaqwa kepada Allah, karena taqwa adalah khalifah dari segalanya, tidak ada khalifah yang bisa menggantikan ketaqwaan seseorang terhadap Allah. Maka berbuatlah untuk akhirat kamu sekalian, karena barang siapa yang berbuat untuk akhirat Allah akan memenuhi kebutuhan dunianya. Dan perbaikilah suatu yang kamu sekalian rahasiakan (niat-atau tekad yang ada di dalam hati) niscaya Allah yang Maha Pemurah akan memperbaiki apa-apa yang kamu tampilkan (tindakan atau perilaku). Perbanyaklah mengingat mati, dan persiapkanlah untuk kematianmu sebaik mungkin sebelum ia menemuimu.....Sunnguh ummat ini tidak berselisih tentang Tuhannya, tentang nabinya, tidak juga berselisih tentang kitabnya, tapi mereka berselisih karena Dinar dan Dirham (harta). Sedangkan aku, demi Allah tidak akan mematuhi seseorang yang berbuat bathil, dan tidak akan melarang seseorang untuk melakukan yang haq---lalu ia meninggikan suaranya seraya berkata: Wahai sekalian manusia, barang siapa mematuhi Allah, maka ia wajib dipatuhi, dan barang siapa yang berbuat maksiat terhadap Allah, maka tidak ada ketaatan baginya. Patuhilah aku selama aku mematuhi Allah, dan jika aku mendurhakai Allah, tidak ada kewajiban bagi kalian untuk mematuhiku. Kemudian 'Umar turun dari mimbar.<sup>55</sup>

Isi khutbah 'Umar II hampir sama dengan apa yang disampaikan Abu Bakar ra saat pelantikan, dari sini terlihat pola-pola dakwah para pemimpin ummat yang sejalan dengan masa khulafâu' al-râsyidîn. Menjaga nilai-nilai agama, menyebarkan islam, dan menjalankan syariah dalam kepemimpinannya. Pada masa Bani Umayyah ditandai dengan

---

<sup>55</sup>*Sayyid al-Ahl... Al-Khalîfah... h, 96*

kemunculan para ulama sebagai sumber pengetahuan agama, munculnya juga para juru cerita dan juru nasehat. Dan yang bercerita serta memberi nasihat pada umumnya adalah ulama. Selain juga mulai muncul kajian khusus tentang hadits dan kodifikasinya.

Ahmad Amin menyebutkan bahwa kegiatan ilmiah pada masa awal islam hingga akhir kekhalfahan Bani Umayyah ada tiga kegiatan; pertama kegiatan diniyah; kegiatan pengkajian dan pembahasan al-Qur'an serta hadits dan tasyriy (pelaksanaan hukum-hukum yang bersumber pada keduanya). Kedua kegiatan yang berhubungan dengan sejarah, kisah dan biografi seseorang. Ketiga kegiatan filosofi berkenaan dengan mantiq (logika) kimia dan ilmu kedokteran. Dari ketiga kegiatan ini kegiatan pertama sangat dominan.<sup>56</sup>

#### B. Masa Abasiyah:

Para ahli sejarah biasanya membagi masa Abasiyah kepada dua pase, pase awal (132-447 H) dan pase kedua (447-656 H). Pada masa awal disinyalir dakwah islam sangatlah kuat dan mulai melemah pada pase kedua. Namun kelemahan ini dalam hal pemerintahan semata serta tidak berpengaruh kepada dakwah-dakwah yang dilakukan warga dan penduduknya. Artinya kegiatan dakwah tetap berjalan, pengajaran islam, kemunculan para ulama serta juru dakwah dan penulisan berbagai buku-buku keislaman terus berlanjut. Masa ini ditandai dengan penyebaran ajaran imam madzhab yang empat, ditambah lagi dengan nama-nama Ibnu al-Mubârak dan Imam al-Tsauriy. Di tangan para ulama tersebut berkembanglah tradisi pengkajian dan istinbath fiqih yang sejalan dengan kebutuhan kehidupan ummat masa itu.<sup>57</sup>

Kegiatan ini juga nampak dengan munculnya imam Bukhari dan Muslim serta imam-imam ahli hadits lainnya yang meninggalkan kitab-kitab *shahih* dan *sunan* dalam ilmu hadits. Mesjid-mesjid di Bashrah, Kufah dan Bagdad banyak diisi para ulama yang berperan dalam menjalankan dakwah islamiyah serta mengajarkan keimanan. Mulai muncul juga para zahid yang mengajarkan kesucian jiwa.

---

<sup>56</sup> Amin, *Fajru...*, 145.

<sup>57</sup> al-Bayânûniyy, *al-madkhal...* ....h, 101-102

Jadi kegiatan dakwah pada masa Bani Abas hampir menyerupai kegiatan masa Bani Umayyah, penyebaran islam, kegiatan ilmiah kemunculan berbagai mashab dan kelompok islam, perkembangan ajaran khawarij dan mu'tazilah, pengajian dan kelompok belajar di mesjid, diskusi dengan kaum Yahudi dan Nasrani, kegiatan penerjemahan dan mulai penulisan berbagai ilmu dan kecakapan. Seandainya dikatakan bahwa Bani Abas lebih maju, itupun merupakan kelanjutan dari apa yang dilakukan para ulama pada masa Umayyah. Namun yang harus diingat bahwa masa Abasiyah memberikan warna dan corak tersendiri dalam perkembangan ilmu dan sastra.<sup>58</sup>

Musim haji pada masa ini merupakan arena diskusi dan menjadi kesempatan emas bagi para ulama menyelenggarakan berbagai diskusi antara sesama ulama tentang fiqih dan ilmu-ilmu islam. Imam Malik misalkan berdiskusi dengan Imam Laits, Abu Ja'far al-Manshur, Imam Abu Hanifah dan lainnya. Ia juga mengirim surat kepada para ulama yang tidak sependapat untuk menyeruakan pendapatnya.

### C. Masa Utsmaniyah:

Masa ini diwarnai dengan maju mundurnya pemerintahan Utsmaniyah, dengan ciri-ciri utamanya; tidak adanya gerakan ilmiah yang terencana, kurang perhatian terhadap pengembangan ilmu-ilmu Islam dan bahasa Arab sehingga terdapat jurang pemisah antara masyarakat dengan ilmu-ilmu agama, akibatnya muncul berbagai bid'ah dan khurafat yang semakin memberi jarak antara masyarakat dengan ajaran Islam. Munyebarnya korupsi dan pemerintahan yang tidak sehat dan menyebarnya kriminalitas, pemerintahan diktator dan meninggalkan tradisi musyawarah. Dan mulai adanya ancaman perang salib.<sup>59</sup>

Akan tetapi berbagai kondisi masa ini tidak berarti dakwah islamiyah terhenti, justru berbagai persoalan yang ada dalam masyarakat melahirkan para dai yang berjuang untuk melakukan perbaikan (ishlah) dalam berbagai hal. Anjuran perbaikan dalam bidang

---

<sup>58</sup> Amin, Ahmad, *Dluha al-Islâm*, (Cairo: Maktabah al-Nahdlah al-Mishriyah, 1933) Jilid I, Cet ke VII, h,4

<sup>59</sup> al-Bayânûniyy, *al-madkhal...* ....h, 105

ekonomi dan ilmu pengetahuan melahirkan banyak ulama dan karya-karya tulis sejalan dengan pembauran dengan budaya dan perkembangan ilmu masa itu.<sup>60</sup>

Kebudayaan masa pemerintahan ini diambil dari berbagai unsur seperti Persia dari unsur sastra dan pemikiran politik, Asia dari segi taktik perang dan bahasa dan huruf diambil dari Arab yang terus digunakan hingga akhir tahun 1340 M.<sup>61</sup> Pada masa ini lembaga keagamaan terdiri dari tiga komponen; komponen administrasi keagamaan, komponen mufti (pemberi fatwa) dan komponen pengadilan (qudlat). Komponen pertama tidak begitu berwibawa dan kurang dikembangkan, komponen ini terdiri dari; para Syaikh, para penasehat (penganjur kebaikan), para khatib para imam dan muadzin, semuanya berperan di dalam mesjid. Termasuk keompok ini juga para darswish yang bukan termasuk anggota himpunan para ulama atau kajian ilmiah namun mereka mengajarkan banyak hal dengan berbagai tariqoh.<sup>62</sup>

Komponen kedua adalah para mufti yang terdapat di kota-kota penting, mereka merupakan referensi keagamaan bagi para hakim (qadli). Ketiga adalah para hakim yang menjalankan pengadilan pidana maupun pengadilan perdata, mereka memili hakim aqung yang disebut qâdli al-qudlât. Lembaga ini membuat pedoman pengadilan yang disebarkan ke berbagai wilayah peradilan, para ulama berperan dalam menyusun kaidah-kaidah hukum yang harus dilaksanakan oleh pemerintah. Mereka mengadakan pertemuan dengan sultan seminggu sekali, ada kelompok yang berperan sebagai pengawas peradilan yang bertugas dalam megawasi wakaf keagamaan dan pemberian bantuan pemerintah terhadap lembaga keagamaan.

Lembaga-lembaga tersebut sinergis dengan pemerintah termasuk para ulama berperan dalam menerbitkan berbagai hukum pemerintahan. Ini terlihat misalnya ketika Gaji Bik membuat buku “nasihat namah” yang dijadikan acuan pada masa sultan ketiga Gaji menulis sebagai berikut: bahwa pelaksanaan syariat islam merupakan faktor terpenting dalam mencegah kemerosotan negara dan mewujudkan keamanan, serta dalam mencegah berbagai ketidak- menentuan dalam kepemimpinan. Sehingga dengan kondisi

---

<sup>60</sup> al-Bayânûniyy, *al-madkhal...* ....h, 106

<sup>61</sup> Kitâbu al-Mâdiyah. *Târîkhu Dakwah*. Jâmiatu al-Madînah al-'Alamiyah, 2008.h,895

<sup>62</sup> Kitâbu al-Mâdiyah,...h, 895

tersebut pemerintah memiliki kesempatan untuk melakukan berbagai perbaikan sistem pemerintahannya, jika respon kaum muslimin terhadap dakwah syar'i akan kuat, maka mereka akan dengan semangat kembali kepada fase penaklukan.<sup>63</sup>

## **Dakwah Kontemporer (1924 M-Sekarang)**

Dakwah kontemporer diawali dengan jatuhnya kekhalifahan Turki Utsmani sampai masa sekarang. Pembatasan fase ini memang ada beberapa pendapat, di antaranya ada yang mengawali fase modern sejak abad 20 artinya tahun 1900an sesuai dengan pembagian fase sejarah pada umumnya. Sejalan dengan kesinambungan kekhalifahan dalam sejarah islam, maka fase modern dalam hal ini diawali dengan berakhirnya kesultanan Turki. Ada juga yang menyebut fase modern dalam khazanah islam adalah abad 20 dan fase kontemporer dimulai sejak akhir abad 20 sekitar tahun 1990an. Hal ini disebabkan perkembangan kemajuan umat manusia dalam pengetahuan dan teknologi. Tradisi ilmiah modern yang sangat marak di abad 20 dan melahirkan berbagai macam aliran dan ilmu pengetahuan, kemudian pada fase akhir abad 20 memasuki era digitalisasi terutama setelah penggunaan jaringan internet menjadi sangat menyeluruh pada tahun 1997an, sehingga disebut fase ke-kinian atau kontemporer.

Berbicara dakwah pada fase ini sangat luas sekali, karena format dakwah menjadi sangat bervariasi. Sejalan dengan lahirnya berbagai ilmu yang membahas berbagai segi kehidupan manusia mengiringi kemajuan teknologi. Kemunculan berbagai media komunikasi jarak jauh seperti radio dan tv pada awal abad 20 serta teknologi percetakan banyak memberikan perubahan dalam aktivitas dakwah. Tradisi berorganisasi di masyarakat juga melahirkan berbagai pendekatan dalam berdakwah. Dakwah fardiyah (orang-perorang) dakwah kelompok (publik) tidak lagi terbatas pada wilayah tertentu dengan jumlah audien yang terbatas, tapi menjadi meluas menembus batas-batas wilayah. Seorang bisa mendengarkan ceramah keagamaan yang dipancarkan jauh dari studio radio di Cairo sebut saja Shauth al-Arab misalnya. Radio ini bisa mentransfer revolusi mesir keberbagai wilayah di dunia Arab.

---

<sup>63</sup> Kitâbu al-Mâdiyah,...h, 897

Pembahasan sejarah dakwah pada pase ini lebih bersifat khusus sesuai dengan wilayah masing-masing, semakin terspesialisasi dengan kawasan. Seperti dakwah di Indonesia, dakwah di Afrika, di Asia, di Eropa dan lain-lain. Kemudian gerakan dakwah juga bermacam-macam bisa disebutkan kemunculan organisasi-organisasi pergerakan islam atau bahkan partai islam di suatu negara bisa dipandang sebagai kegiatan dakwah. Kegiatan pembaharuan dalam arti pemurnian aqidah seruan kembali kepada kitab dan sunnah menjadi tema-tema yang diusung organisasi dakwah. Tak ketinggalan juga gerakan-gerakan yang menyeru kepada kebangkitan kekhalifahan, pergerakan pembebasan di negara-negara yang berpenduduk muslim juga mengangkat isu yang sama.

Gerakan pemikiran dan pembaharuan di kalangan muslim menginspirasi kebangkitan berbagai organisasi pergerakan, gerakan *ahlu al-hadits* di India misalkan lahir 1906 M didirikan secara resmi oleh Imam Abu Wafa, organisasi ini bertujuan untuk menyebarkan dakwah berdasarkan kitab dan sunnah serta memerangi berbagai penyimpangan yang merongong agama islam, serta menghadapi berbagai tantangan kemodernan berdasarkan pemahaman salaf al-shalih.<sup>64</sup> Perkembangan berikutnya banyak bergerak dalam penerbitan terutama buku-buku hadits.

Gerakan lain dirikan di cairo Mesir pada tahun 1926 dengan nama *Jamaah Anshar al-Sunnah al-Muhammadiyah* oleh Syaikh al-Hamid al-Faqi. Setelah terhenti kegiatannya dibangkitkan kembali oleh Syaikh Muhammad Abdul Majid al-Syafi'i. Di antara gerakannya adalah menerbitkan majalah "al-Tawhîd" sebagai pengganti majalah sebelumnya "al-Hâdiy al-Nabawiy". Jamaah ini memiliki aktifitas dakwah dengan menyelenggarakan berbagai halaqah di mesjid dan tempat-tempat keramaian umum. Perkembangan jamaah ini menyebar sampai ke Sudan dan negara-negara Afrika dan sangat berperan dalam memberikan masukan-masukan bagi perundangan-undangan di negara-negara tersebut termasuk berperan dalam memerangi kegiatan kristenisasi.<sup>65</sup>

Berbagai pergerakan muncul di masa ini mewarnai penjajahan Barat yang di derita belahan dunia islam. di Indonesia mislakan lahir organisasi Muhammadiyah pada

---

<sup>64</sup> Kitâbu al-Mâdiyah,...h,912

<sup>65</sup> Kitâbu al-Mâdiyah,...h,919

tahun 1912 yang didirikan oleh KH Ahmad Dahlan, organisasi ini membidik segi pendidikan dan perekonomian dalam dakwahnya. Lalu pada tahun 1926 lahir organisasi Nahdaul Ulama oleh KH Hasyim Asy'ari, dan banyak lagi organisasi islam yang muncul di Indonesia seperti SI, PUI, Al-Irsyad, Persis, Dewan Dakwah dan lain-lain yang idak mungkin dibahas secara detail di sini.<sup>66</sup>

Di al-Jazair lahir Al-Jabhah al-Islâmiyah Li al-Inqâd (islamic salvation front), Front Pembela Islam yang bergerak di bidang dakwah dan pembaruan di satu sisi dan politik di sisi lain. Sekitar tahun 1970an para tokoh dakwah yang kebanyakan murid Malik Bin Nabi menjalankan aktifitas dakwah di berbagai kesempatan, dan berbagai perkembangannya hingga pada tahun 1989 mereka mendirikan parati yang dipelopori oleh Syaikh Abbassi Madani dan Ali Belhadj seorang juru dakwah.<sup>67</sup>

Di Mesir pada tahun 1941 Hasan al-Banna mendirikan gerakan ikhwanul muslimin, gerakan ini bertujuan untuk membina setiap pribadi muslim agar menjalankan islam dalam berbagai dimensi kehidupan. Selain juga mengajarkan kebersihan jiwa yang bersumber pada kitab dan sunnah serta pemahaman salaf. Organisasi ini berpengaruh terhadap kemunculan berbagai gerakan di dunia islam. seperti Jamâ'ah Islamiyah di India dengan tokohnya Abul Ala Al-Maududi, dan Organisasi Pembebasan Palestina Hammâs di Palestina.<sup>68</sup>

Sebenarnya banyak sekali pola-pola dakwah pada masa modern ini, karena sifatnya wilayah-wilayah muslim menjadi negara-negara kecil, sejak tidak ada lagi kehalifahan islam yang menguasai wilayah tersebut secara menyeluruh, maka pergerakan dakwah mengambil bentuk organisasi-organisasi pergerakan yang umumnya muncul sebelum kelahiran negara-negara baru pasca kolonial Barat. Berbagai pergerakan dakwah menyelenggarakan berbagai bentuk pendidikan baik yang secara pormal membangun lembaga pendidikan atau bentuk halaqah dan pengajian agama di mesjid-mesjid dan tempat-tempat umum. Berbagai metode dakwah juga sangat beragam, mulai dari

---

<sup>66</sup> Lebih jelas silahkan pembaca membaca buku “Merambah Jalan Baru Islam” karya Fahri Ali dan Bachtiar Efendi, dan Pergerakan Islam karya Deliar Noor.

<sup>67</sup> Wikipedia.org.

<sup>68</sup> Kitâbu al-Mâdiyah,...h,928



ceramah-ceramah agama, penerbitan majalah dan surat kabar serta penyelenggaraan pendidikan khusus berbasis agama islam.

Sebagai ilustrasi bagaimana para aktivis dakwah memanfaatkan media masa dan penerbitan sebagai sarana dakwah yang kemudian dikenal dengan pers islam. Yakni pers yang dalam kegiatan jurnalistiknya melayani kepentingan umat Islam, baik yang berupa materi (misalnya kepentingan politik) maupun nilai-nilai.<sup>69</sup> Kemunculannya dimulai pada awal abad ke-20, bersamaan dengan lahir dan menyebarnya ide-ide reformasi yang berkembang di Timur Tengah, terutama dari Mesir. Ide-ide tentang reformasi itu setidaknya menyebar melalui dua majalah terkemuka Mesir, *Urwatul Wutsqo* dan *Al Manar*.<sup>70</sup>

Muhammad Abduh (1849-1905), sebagai pelopor jurnalis Islam memulai karirnya dengan menjadi editor pada surat kabar resmi pemerintah, kemudian bersama Jamâluddîn al-Afghâni dari Paris menerbitkan '*Urwatul Wutsqâ* yang penyebarannya mencakup Mesir hingga India.<sup>71</sup> Selanjutnya Rasyîd Ridla (1865-1935), dari Syria yang sangat dipengaruhi oleh tulisan-tulisan Abduh mendirikan majalah *al-Manâr* tahun 1898.<sup>72</sup>

Melalui data di atas nampak perhatian ulama Islam terhadap pemanfaatan media massa dan media komunikasi –selain buku pada masa awal Islam – juga telah dimulai pada abad 20 an.

Pada abad 18 pers di dunia Arab masih merupakan alat yang digunakan oleh kedutaan Turki Utsmani dalam mengukuhkan otoritasnya.<sup>73</sup> Banyak jurnalis yang muncul karena terinspirasi oleh liberalisme Eropa harus berhadapan dengan penjara Imperium Turki. Baru pada masa pemerintahan Khedive Ismail (1863-1979), Salim dan Bishara

<sup>69</sup> Swastika ,Alia, "Media Massa Islam Indonesia," <http://www.kunci.or.id/teks/13media.htm>.

<sup>70</sup> Swastika, "Media Massa..." <http://www.kunci.or.id/teks/13media.htm>. Rasha A. Abdulla, "An Overview of Media Developments in Egypt: Does the Internet Make a Difference?" *GMJ: Mediterranean Edition* 1(1) Spring 2006.h. 90.

<sup>71</sup> *Encyclopedia Britannica*.

<sup>72</sup> Al-Iskandari, *al-Washith*....,h, 319-320.

<sup>73</sup> Said Essoulami, "The press in the Arab world:100 years of suppressed freedom," <http://www.al-bab.com/media/introduction.htm>.

Takla, mendirikan *Al-Ahram* di Cairo.<sup>74</sup> Pada tahun 1909 di Mesir terdapat 144 surat kabar, di Cairo sebanyak 90 penerbitan dan di Iskandaria sebanyak 45 penerbitan.

Menggambarkan kondisi pers Arab sejak tahun 1908-1948, Said Essoulami<sup>75</sup> menulis:

*“The Palestinian press which appeared in 1908 and went on to be strangled by the Turks, was not able to appear on the scene again after the First World War. Its major concern was British colonial policy and especially the Zionist movement which took root in Palestine and which went on to benefit from the Balfour Declaration which designated Palestine as the Jewish homeland. Colonial censorship of the local press was more restrictive, especially during the two world wars. From 1945 onwards, the press became the privileged instrument in the fight for national independence. The nationalists, who were often journalists by profession, suffered all forms of brutal treatment at the hands of the colonial authorities: prison, torture and exile. Their newspapers were suspended or banned. The Arab press, especially in Palestine, was not only bent to the colonial yoke, but also went on to confront the creation of Israel in 1948.”*<sup>76</sup>

Baru setelah negara-negara Timur Tengah menjadi kaya karena minyaknya seperti Saudi Arabia, Iraq dan Libya mulai investasi besar-besaran dalam dunia pers; untuk mendukung kekuasaan mereka serta mengabungkan diri mereka dengan para penulis ternama di dunia Arab. Iraq dan Libya mendirikan *reviews*, Saudi Arabian mendirikan beberapa surat kabar harian (*dailies*).<sup>77</sup>

Adapun perkembangan media massa Islam Indonesia seperti digambarkan oleh Alia Swastika sebagai bagian dari pers pribumi yang bertujuan menyebarkan semangat kebangsaan dan cita-cita kemerdekaan, awalnya tampak sebagai media “partisan”, karena kecenderungan untuk menyebarkan ideologi kelompok penerbitnya. Media yang tercatat

---

<sup>74</sup>Essoulami, “The press in....” <http://www.al-bab.com/media/introduction.htm>.

<sup>75</sup> Said Essoulami, Executive Director of the Centre for Media Freedom in the Middle East and North Africa (CMF MENA).

<sup>76</sup> Essoulami, “The press in....” <http://www.al-bab.com/media/introduction.htm>.

<sup>77</sup> Essoulami, “The press in....” <http://www.al-bab.com/media/introduction.htm>

sebagai pers Islam pertama adalah majalah *Al Munir* (1911), terbit di Padang, dan dikelola oleh para ulama muda Sumatra Barat. Setelahnya, kebanyakan pers Islam muncul sebagai bagian dari organisasi Islam, misalnya Sarekat Islam (SI) Surakarta menerbitkan *Sarotama*, SI Semarang menerbitkan *Sinar Hindia*, SI Banjarmasin menerbitkan *Persatoean*, SI Surabaya menerbitkan *Al Djihad*, Persatuan Islam menerbitkan *Pembela Islam*. Selain mewartakan ajaran Islam *Pembela Islam* bersama *Medan Moeslimin* bersikap keras menentang Pemerintah Kolonial. Biasanya, mereka menggunakan dalil-dalil Islam sebagai dasar untuk menunjuk kejahatan yang dilakukan Pemerintah Kolonial. Namun pada saat yang sama, penulis seperti Haji Misbach, menggunakan media yang sama untuk memperkenalkan gagasan nasionalisme yang lebih sosialis, bahkan komunis.<sup>78</sup>

Bila dilihat dari kontennya nampak ada kesamaan antara pers Islam Indonesia awal dengan pers di dunia Arab, seperti penolakan terhadap kolonialisme, penolakan Zionis dan sokongannya terhadap nasionalisme.

Untuk menopang kelangsungan hidupnya, seperti halnya majalah-majalah lain, majalah Islam menerima pemasangan iklan dari perusahaan besar. *Majalah Adil*, yang terbit untuk menyuarakan aspirasi Muhammadiyah misalnya, menerima iklan dari sebuah perusahaan rokok. Setelah proklamasi kemerdekaan, jumlah pers Islam mulai surut. Terbitan-terbitan yang dapat bertahan hidup pada masa ini mulai lebih banyak menggali lagi persoalan syari'at Islam. Beberapa majalah yang masih terbit pada masa itu adalah *Adil*, *Kiblat*, *Al Muslimun*, dan *Suara Muhammadiyah*.

Pada 1959, di saat pers Islam masih menjadi pers partisan, Hamka bersama beberapa tokoh Islam lainnya menerbitkan sebuah majalah Islam yang tidak bernaung di bawah organisasi Islam tertentu, *Panji Masyarakat (Panjimas)*. Senada dengan situasi sosial-politik yang riuh pada masa-masa itu, kebanyakan artikel yang diterbitkan oleh *Panjimas* bernada tajam dan kritis terhadap penguasa.<sup>79</sup>

---

<sup>78</sup> Swastika, "Media Massa...." <http://www.kunci.or.id/teks/13media.htm>

<sup>79</sup> Djunaidi, 1995, dalam Swastika, "Media Massa...." <http://www.kunci.or.id/teks/13media.htm>

Pers Islam pada akhir 1980-an, menunjukkan gejala kuatnya artikel-artikel teoritis dan akademis. Perdebatan intelektual muncul di media semacam jurnal *UlumulQur'an* atau *Media Dakwah*, juga di harian *Republika* pada awal 1990-an. Selain berpartisipasi dalam pers-pers Islam besar, beberapa kelompok anak muda mulai membangun media mereka sendiri, misalnya *Hidayatullah*, *Sabili*, dan *Ummi*. Sementara saat itu, kelompok penerbit besar juga sudah mulai melihat umat Islam sebagai pasar potensial. Kelompok penerbit majalah *Kartini* misalnya, pada 1986 menerbitkan majalah *Amanah* dengan sasaran pembaca keluarga Islam. *Amanah* mengawali era pers Islam yang ringan, populer dan meriah, dengan orientasi bisnis yang kuat. Hanya sepertiga dari isi majalah *Amanah* yang menurunkan artikel ajaran Islam, sementara sisanya merupakan artikel populer.

Untuk segmen remaja, kelompok *Ummi* juga menerbitkan *Annida* yang memuat kisah-kisah Islami. Selain dimaksudkan sebagai bentuk lain dari dakwah, kisah-kisah Islami juga dipandang mampu menyuguhkan kepada remaja realitas yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari seorang muslim.

Strategi ini justru mencuatkan nama *Annida* di kalangan remaja Islam, meskipun popularitas majalah remaja seperti *Hai* dan *Gadis* masih tak tergoyahkan. Seperti halnya majalah remaja lain, *Annida* juga tampil khas remaja: ceria, semarak dan bahasanya ringan. Selain tiras penjualannya yang tinggi, pendapatan *Annida* juga banyak ditopang oleh iklan-iklan dari perusahaan-perusahaan yang segmentasinya remaja muslim seperti iklan kosmetik, butik busana muslim, kaset kelompok nasyid, dan sebagainya.

Semakin mudahnya izin untuk mendirikan penerbitan setelah 1998 juga menjadi faktor penting yang menyebabkan muncul semakin banyak majalah islami. Sebagian besar dari majalah Islam populer membidik perempuan dan remaja, karena secara psikologis perempuan lebih banyak waktu luang untuk membaca bacaan ringan, sebut saja majalah *Nikah*, *Noor*, *Karima*, *El-Fata*, *Puteri*, *Muslimah*, *Permata*, dan lainnya.

Dengan singkat dapat dikatakan bahwa dakwah kontemporer mengambil bentuk pergerakan dan pendirian organisasi, kemudian pemanfaatan media cetak maupun elektronik seperti penerbitan buku, majalah, surat kabar, pembuatan film dan dakwah melalui tv serta radio, dan internet. Jadi penyebaran dakwah dan pengenalan tokoh-tokoh

#### Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

juruh dakwah lebih menyebar dan mendunia. Kalau dilihat sekarang nampak bahwa setiap tokoh memiliki web site sendiri seperti Yusuf Qordlowi, Abdullah Bin Baz dan setiap pergerakan juga memiliki web sitenya sendiri. Layanan perpustakaan on line dan buku-buku keislaman yang bersifat digital bisa diunduh oleh siapa saja dan kapan saja semakin mempermudah bagi mereka yang ingin mempelajari islam juga merupakan ciri dakwah kontemporer. Penggunaan jejaring sosial oleh individu juga sering dijadikan media untuk membagi pengetahuannya.

# Dasar –Dasar Dakwah

---

Dakwah islam memiliki dasar-dasar yang kuat dalam al-Qur'an maupun al-sunnah. Dasar tersebut menjadi landasan kegiatan dakwah islam yang di atasnya dibangun kegiatan tersebut. Pada pembahasan ini akan dibahas dalil-dalil yang menjadi landasan dakwah, kemudian dilanjutkan dengan pembahasan mengenai pilar-pilar dakwah (rukun dakwah).

## Dasar- dasar Dakwah:

Dasar dakwah mencakup semua aspek yang berkenaan dengan sandaran kegiatan dakwah serta petunjuk-petunjuk kegiatan yang bisa dipedomani dalam berdakwah. Hal itu mencakup setidaknya lima (5) sumber: pertama al-Qur'an, kedua al-sunnah, ketiga perjalanan hidup Rasul SAW, keempat perjalanan hidup para shahabat dan kelima kegiatan para ulama dalam berdakwah.<sup>80</sup>

Kelima sumber tersebut jika diringkas terdiri dari dua sumber: pertama syariah islam termasuk di dalamnya sumber primer seperti al-Qur'an dan al-sunnah, serta sumber sekunder seperti ijma, qiyas, istihsan, istislah dan istishab. Kedua praktek kegiatan dakwah yang dilakukan para ulama dalam menjalankan syariah tersebut.

### 1. Al-Qur'an:

Sebagaimana diketahui al-Qur'an merupakan sumber utama agama islam. Maka semua permasalahan agama islam harus merujuk kepada al-Qur'an. Para ulama mendefinisikan al-Qur'an sebagai berikut: Al-Qur'an adalah kalam Allah yang mampu melemahkan berbagai tantangan yang dihadapinya (al-Mu'jiz) yang diturunkan kepada penutup para nabi dan rasul melalui Jibril as (sebagai pembawa wahyu) yang sekarang tertulis dalam mushaf, bisa sampai kepada kita dengan riwayat yang

---

<sup>80</sup> al-Bayânûniyy, *al-madkhal...* ....h,120

mutawatir (valid) dan membacanya dinilai ibadah, dimulai dengan surat al-fâatihah dan diakhiri dengan surat al-nâs.<sup>81</sup>

Dari pengertian ini bisa dilihat bahwa al-Qur'an merupakan kalam Allah, artinya bukan perkataan makhluk ataupun manusia. Karena firman Allah, maka al-Qur'an dapat menghadapi berbagai tantangan atau bantahan yang dikemukakan oleh makhluk Allah seperti manusia, sekuat apapun manusia berusaha menentang firman Allah tersebut, dia tidak akan dapat mengalahkannya. Oleh karena itulah kemudian al-Qur'an disebut mu'jizat, karena memiliki keutamaan dan kelebihan dan tidak bisa dibantah oleh manusia. Dan sifatnya diturunkan oleh Allah kepada manusia dalam hal ini Nabi Muhammad SAW melalui perantara atau pembawa wahyu, yaitu malaikat Jibril as. Adapun kondisi fisiknya firman Allah tersebut sekarang termaktub dalam mushaf-mushaf al-Qur'an yang bisa dibaca oleh siapa saja yang mau mempelajarinya. Keaslian firman Allah tersebut terjaga karena periwayatannya sehingga sampai kepada kita dengan mutawatir, artinya benar dan diakui kebenarannya oleh orang banyak, tidak mengada-ada. Para ulama sepakat bahwa membaca al-Qur'an hukumnya ibadah adapun susunannya dalam mushaf sekarang dimulai dari surat al-fâatihah dan diakhiri dengan surat al-nâs. Susunan ini disusun oleh para sahabat dahulu berdasarkan pada petunjuk Rasul SAW yang disebut dengan *tauwqîfy* (berdasarkan pada wahyu).<sup>82</sup>

Rasul SAW menggambarkan al-Qur'an dengan sabdanya yang diriwayatkan oleh Tirmidzi sebagai berikut:

“Kitab Allah, di dalamnya terdapat berita tentang ummat sebelum kamu, dan berita tentang apa-apa yang akan terjadi sesudah kamu, berisi hukum-hukum di antara kamu. Ia merupakan penjelasan yang membedakan antara yang hak dan bathil, ia bukanlah gurauan atau candaan. Barang siapa yang meninggalkannya maka Allah akan menghancurkannya, barang siapa yang mencari petunjuk kepada selainnya maka Allah akan menyesatkannya, ia merupakan tali Allah yang kuat, peringatan yang bijak, jalan yang lurus, ia merupakan kitab yang bersamanya tidak akan keinginann

---

<sup>81</sup> al-Shâbuniy, 'Aly Muhammad, *al-Tibyân fi 'Ulûm al-Qur'ân*, (Jakarta: Dinamika Ofset, 1985) Cet. I, h, 8

<sup>82</sup> Ibnu Aly al-Jaamy, Muhammad Ahsaan. *al-Adwaa 'ala Thariiq al-Da'wah ila al-Islaam*. Beirut: Daar al-Jail, 1992. h, 72-78

nafsu tergelincir, dan lisan teragap, para ulama tidak akan pernah kenyang menimba ilmu darinya, tidak akan habis keindahannya karena sering dibaca, keajaibannya tidak akan pernah habis, ia adalah kitab yang Jin ketima mendengarnya berkata: kami mendengar al-Qur'an yang mengagumkan, menunjukkan kepada kebaikan maka kami mengimaninya.<sup>83</sup> Kitab yang apabila seseorang berbicara dengan berdasarkan padanya pasti benar, dan barang siapa yang mengamalkannya pasti beruntung (diberi pahala) apabila menghukumi dengannya pasti akan adil, dan barang siapa menyeru kepadanya (kepada al-Qur'an) pasti akan diberi petunjuk kepada jalan yang lurus.<sup>84</sup> Sejalan dengan penjelasan di atas dalam al-Qur'an disebutkan sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ فَإِن تَنَازَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ  
وَالرَّسُولِ إِن كُنتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا (٥٩)

Hai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasul (Nya), dan ulil amri di antara kamu. kemudian jika kamu berlainan Pendapat tentang sesuatu, Maka kembalikanlah ia kepada Allah (Al Quran) dan Rasul (sunnahnya), jika kamu benar-benar beriman kepada Allah dan hari kemudian. yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya. (QS.4:59).

Dalam al-Qur'an ditemukan ayat-ayat yang berhubungan dengan dakwah misalnya dalam surat al-Maidah yang menyeru ahli kitab untuk menerima al-Qur'an, setelah sebelumnya diingatkan bahwa mereka banyak menyembunyikan isi al-kitab (injil) dan al-Qur'an membukakan tingkahlakunya.

يَا أَهْلَ الْكِتَابِ قَدْ جَاءَكُمْ رَسُولُنَا يُبَيِّنُ لَكُمْ كَثِيرًا مِّمَّا كُنتُمْ تُخْفُونَ مِنَ الْكِتَابِ وَيَعْفُو عَنْ كَثِيرٍ قَدْ  
جَاءَكُمْ مِنَ اللَّهِ نُورٌ وَكِتَابٌ مُبِينٌ (١٥) يَهْدِي بِهِ اللَّهُ مَنِ اتَّبَعَ رِضْوَانَهُ سُبُلَ السَّلَامِ وَيُخْرِجُهُم مِّنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى  
النُّورِ بِإِذْنِهِ وَيَهْدِيهِمْ إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ (١٦)

Hai ahli kitab sesungguhnya telah datang kepadamu Rasul Kami, menjelaskan kepadamu bahwa banyak dari isi al-kitab yang kamu sembunyikan, dan banyak pula

<sup>83</sup> Surat al- Jin ayat 1-2.

<sup>84</sup> al-Shâbuniy, *al-Tibyân fi...h*, 7-8.



yang dibiarkannya. Sesungguhnya telah datang kepadamu cahaya dari Allah, dan kitab yang menerangkan. Dengan kitab itulah Allah menunjuki orang-orang yang mengikuti keridhaannya ke jalan keselamatan, dan (dengan kitab itu pula) Allah mengeluarkan orang-orang itu dari gelap gulita kepada cahaya yang terang benderang dengan seizinnya dan menunjuki kepada jalan yang lurus. (QS.5:15-16).

Tentang metode dakwah dan tata cara komunikasi juga banyak diungkap dalam al-Qur'an. Seluk-beluk berita cara menerima informasi dan merumuskan isi pembicaraan juga ditemukan pedomannya dalam al-Qur'an. Sebagai contoh Al-Qur'an juga mengajarkan untuk memilih ungkapan serta penuturan bahasa, seperti kata *ra'ina* (lihatlah kami) di perbaiki oleh al-Qur'an menjadi *unzurnâ* (lihat kami).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَقُولُوا رَاعِنَا وَقُولُوا انظُرْنَا وَاسْمَعُوا وَلِلْكَافِرِينَ عَذَابٌ أَلِيمٌ (١٠٤)

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu katakan (kepada Muhammad): "Raa'ina", tetapi katakanlah: "Unzhurna", dan "dengarlah". Dan bagi orang-orang yang kafir siksaan yang pedih” (QS.2:104). Terlihat pada kasus ayat tersebut bagaimana Allah SWT menegur langsung kaum muslimin agar menggunakan kata yang pantas serta disosialisasikan di kalangan mereka.<sup>85</sup>

## 2. Al-Sunnah:

Di antara makna Al-Sunnah secara bahasa berarti jalan, jalan yang dilalui atau diikuti seseorang. Panduan tingkah laku yang baik dan lurus. Jadi sunnah Nabi berarti thariqah (panduan tingkah laku) yang dilakukan oleh Nabi.

Secara istilah sunnah memiliki banyak pengertian sesuai dengan latar belakang ilmu dari masing-masing pembuat definisi. Para ulama ushuludin mendefinisikan sunah sebagai berikut: Suatu yang datang dari Nabi saw selain al-Qur'an, baik berupa perbuatan, perkataan maupun persetujuan.<sup>86</sup>

Sunnah dalam hal ini menempati kedudukan kedua setelah Al-Qur'an sebagai sumber ilmu islam. Karena dalam islam seperti yang diungkap oleh Imam Ibn Abdul

<sup>85</sup> Taufik, Tata, *Etika...., h, 153*

<sup>86</sup> Ibnu Aly al-Jaamy, *al-Adwaa 'ala Thariiq.... h,9-11, 118*

Bari, sumber ilmu itu dua al-Qur'an dan al-Sunnah.<sup>87</sup> Ini juga bisa dilihat dari ayat QS.4:59 tersebut di atas yang menunjukkan kedudukan ketaatan kepada Allah selalu diikuti oleh ketaatan kepada Rasul saw. Dari sini terlihat kedudukan al-sunnah yang merupakan suatu yang dirujuk kepada Rasul menjadi posisi kedua setelah al-Qur'an.

Dalam konteks dakwah sunnah Rasul saw adalah tindakan, langkah-langkah serta tuntunan Rasul saw dalam berdakwah yang harus ditiru dan dilaksanakan oleh juru dakwah (da'i) dalam menjalankan dakwahnya sehingga aktivitas dakwah menjadi sesuai dengan apa-apa yang diajarkan oleh Rasul saw dan akan berhasil guna yang sama. Sesuai dengan firman Allah:

قُلْ إِنْ كُنْتُمْ تُحِبُّونَ اللَّهَ فَاتَّبِعُونِي يُحْبِبْكُمُ اللَّهُ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَاللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ (٣١)

Katakanlah: "Jika kamu (benar-benar) mencintai Allah, ikutilah Aku, niscaya Allah mengasihi dan mengampuni dosa-dosamu." Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang. QS.3:31

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَنْ كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا (٢١)

Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan Dia banyak menyebut Allah. QS.33: 21

### 3. Perjalanan Hidup Rasul SAW:

Perjalanan hidup Rasul SAW merupakan salah satu dasar dakwah tersendiri selain al-kitab dan al-sunnah. Walaupun pada dasarnya sejarah hidup rasul SAW adalah pewujudan dari al-kitab dan al-sunnah namun perjalanan hidup lebih menggambarkan sisi pengamalan (amaliyah) yang dilakukan nabi saw sepanjang hayatnya sebagai penerima dan penyampai risalah Allah.

Sejarah hidup ini harus dipelajari secara benar karena kekeliruan dalam memahami sejarah hidup Rasul saw akan mengakibatkan kekeliruan dalam

<sup>87</sup> al-Bayânûniyy, *al-madkhal...* ....h, 135

memahami syariat islam yang bisa mengakibatkan kesalahan dalam menyimpulkan suatu tindakan atau ajaran.

Yang dimaksud sejarah hidup di sini adalah mencakup segala tindakan dan parktek kehidupan nabi saw baik sebagai pribadi maupun sebagai rasul. Termasuk peperangannya, tindakan dan gerak-geriknya dalam berdakwah, dari sudut ini pengertian sejarah hidup lebih umum dibanding dengan pengertian al-sunnah sebagaimana yang diungkap di muka. Kalaulah al-qur'an dan al-sunnah dipandang sebagai sumber teoritis dalam berdakwah maka perjalanan hidup nabi merupakan sumber praktiknya.

Perjalanan hidup rasul SAW memiliki beberapa kelebihan antara lain ia bersifat komprehensif, artinya mencakup semua aspek kehidupan mulai dari kehidupan sifat-sifat Nabi semcara pribadi sapai pada peperangannya, pidatonya, kehidupan sebagai pemimpin samapai pada kehidupan pribadi dicakup dalam berbagai buku biograpi tentang Nabi. Bahkan perkataan dan perbuatannya telah direkam dalam berbagai buku hadits, hampir dapat dikatakan tidak ada sebuah biograpi seseorang yang dicatat secara lengkap melebihi biograpi Nabi Muhammad SAW.

Kelebihan lain adalah bahwa perjalanan hidup rasul SAW terjaga dari berbagai penyimpangan karena bagi kaum muslimin menjaga keutuhan dan kebenaran sejarah hidup Nabinya sama hati-hatinya dengan menjaga keotentikan al-Qur'an dan al-Sunnah. Ada praktik penilaian riwayat dan kesahehannya, serta review terhadap rawi (para periwayat) yang dikenal dengan ta'dil dan tajrih dalam ilmu hadits.

Dan kelebihan berikutnya adalah bahwa sejarah hidup nabi dapat dipraktekkan kapan dan dimana saja oleh siapa saja. Maksudnya langkah-langkah yang pernah dilakukan rasul SAW bisa diterapkan oleh siapa yang hendak berdakwah di manapun juga. Berbagai sikap dan putusan yang diambil oleh rasul SAW misalnya, dapat diadopsi oleh para juru dakwah ketika menghadapi persoalan yang mirip dengan persoalan yang dihadapi Nabi dan teknik penyelesaiannya. Apakah dalam posisi beliau sebagai pengajar (guru) yang baik, sebagai pemimpin, atau sebagai kepala keluarga.

#### 4. Perjalanan Hidup Khulafau al-Rasyiidin:

Perjalanan hidup para khalifah yang empat: Abu Bakar, Umar, Utsman dan Ali ra adalah tauladan yang patut diteladani. Hal ini diriwayatkan dalam sebuah hadits yang menyatakan bahwa kekhalifahan setelah kenabian itu 30 tahun....<sup>88</sup> dengan demikian perjalanan hidup para khalifah yang empat tersebut menduduki posisi tertentu setelah al-sunnah. Sebagaimana yang ditekankan juga dalam hadits yang diriwayatkan Tirmidzi<sup>89</sup>

عليكم بسنتي وسنة الخلفاء الراشدين المهديين من بعدي تمسكوا بها وعضوا عليها بالنواجذ، وإياكم و  
محدثات الأمور، فإن كل محدثة بدعة وكل بدعة ضلالة

Dari sini para ulama bersepakat bahwa khulafah al-rasyidiin itu empat secara berurutan Abu Bakar, Umar, Utsman dan Ali. Kemudian pada kandungan hadits di atas dijelaskan susunannya setelah sunnah Nabi adalah sunnah para khalifah yang empat itu. Jadi jelaslah bahwa praktik dakwah islamiyah urutan berikutnya merujuk pada tradisi dan sunnah dakwah yang dilakukan oleh khulafau al-rasidin.

#### 5. Praktek Dakwah Para Ulama dan Da'i:

Selanjutnya karena otoritas dakwah pada pase berikutnya setelah khalifah yang empat itu dipegang oleh para sahabat dan para ulama pada setiap masanya, maka urutan berikutnya dakwah didasarkan pada tradisi dakwah yang dilakukan oleh para ulama pewaris para nabi. Yakni para ulama shalih yang berjuang dalam berdakwah dengan segala keikhlasan dan mujahadahnya dalam menjunjung tinggi agama Allah dengan menyebarkan aqidah yang benar dan mengajarkan syariah yang dibawa oleh rasul SAW.

Secara hirarkis para ulama tersebut dimulai dari para sahabat nabi SAW kemudian dilanjutkan oleh para tâbi'in dan tâbi'u tabi'in sebagaimana susunan yang terdapat dalam pengelompokan para ulama hadits, karena susunan tersebut mencerminkan otoritas berdasarkan keilmuan serta pase perjalanan dakwah islam dari masa ke masa.

<sup>88</sup> Lihat Sunan Tirmidzi hadits no 2326, Sunan Abi Dawud hadits no 4646

<sup>89</sup> Sunan Tirmidzi no 2678

## Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam



# Pilar Dakwah

---

Yang dikaksud pilar dakwah adalah sesuatu yang harus ada dalam kegiatan dakwah. Dalam hal ini sedikitnya ada tiga rukun atau pilar dakwah; *al-dâ'i*, *al-mad'û* dan *maudlû' al-da'wah*. Dalam bahasa Indonesia berarti, da'i (penyeru) sasaran dakwah, dan materi dakwah. Untuk memudahkan selanjutnya digunakan istilah pelaku, sasaran dan pesan dakwah.

## Pelaku Dakwah

Da'i atau pelaku dakwah adalah seseorang yang menyampaikan dan mengajarkan Islam serta berusaha untuk mewujudkan ajaran tersebut dalam kehidupan. Firman Allah SWT:

يَتَأْتِيهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَهِيدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا . وَدَاعِيًا إِلَى اللَّهِ بِإِذْنِهِ وَسِرَاجًا مُنِيرًا .

Hai Nabi, Sesungguhnya Kami mengutusmu untuk jadi saksi, dan pembawa kabar gemgira dan pemberi peringatan, dan untuk jadi penyeru kepada agama Allah dengan izin-Nya dan untuk jadi cahaya yang menerangi. (QS: Al-Ahzab 45-46).

Dari segi pesan atau materi yang disampaikan, pelaku dakwah sangatlah penting dan mulia karena dia merupakan penyeru kepada Allah SWT serta mengantarkan manusia kepada RidlaNya. Hail ini sebagaimana diungkap firman Allah SWT:

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ .

Siapakah yang lebih baik perkataannya dari pada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang saleh, dan berkata: "Sesungguhnya aku termasuk orang-orang yang menyerah diri?" (QS Fushilat 33).

Kemudian dari sudut pekerjaan, jelas merupakan pekerjaan paling mulia karena menyeru kepada Allah adalah merupakan tugas dan pekerjaan para nabi, para nabi adalah pribadi-pribadi yang agung dan mulia, maka tugasnya juga sangat mulia.

رُسُلًا مُّبَشِّرِينَ وَمُنذِرِينَ لَعَلَّ يُكُونَ لِلنَّاسِ عَلَى اللَّهِ حُجَّةٌ بَعْدَ الرُّسُلِ ۗ وَكَانَ اللَّهُ

عَزِيزًا حَكِيمًا .

(mereka Kami utus) selaku Rasul-rasul pembawa berita gembira dan pemberi peringatan agar supaya tidak ada alasan bagi manusia membantah Allah sesudah diutusnya Rasul-rasul itu. dan adalah Allah Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana. (QS: Al-Nisaa 165).

Adapun pahala bagi pelaku dakwah sudah dijanjikan Allah SWT bahwa ia akan mendapatkan pahala yang besar. Sebagaimana disampaikan dalam hadits Rasul SAW bahwa orang yang menyeru kepada hidayah Allah maka baginya pahala serta pahala orang lain yang mengamalkannya.

من دعا إلى هدى كان له من الأجر مثل أجور من تبعه، لا ينقص ذلك من أجورهم شيئاً، ومن دعا إلى

ضلالة كان عليه من الإثم مثل آثام من تبعه، لا ينقص ذلك من آثامهم شيئاً (رواه مسلم)

Barangsiapa menyeru kepada hidayah baginya pahala sebanyak pahala mereka yang mengikutinya, dan tidak mengurangi pahala pengikutnya sedikitpun. Dan barangsiapa menyeru kepada kesesatan, maka baginya dosa para pengikutnya, dan tidak mengurangi dosa mereka sedikitpun. (HR. Muslim).

Sebagai penyeru atau penganjur kepada hidayah (kebenaran), seorang da'i harus memiliki sifat-sifat terpuji sebagai prasyarat dalam menjalankan tugasnya. Hal ini diperlukan supaya pesan yang disampaikan dan tugas yang diemban bisa bermanfaat dan memiliki efek yang kuat dalam memengaruhi sikap dan perilaku sasaran dakwah.

## Sifat dan Adab Pelaku Dakwah

1. Seorang pelaku dakwah harus memiliki iman yang mendalam dan kuat, semakin kuat iman seseorang maka akan semakin baik hasil dari dakwahnya, demikian juga semakin lemah iman seseorang maka akan kurang baik juga hasil dari kegiatannya. Jadi seorang juru dakwah harus meyakini akan pentingnya kegiatan dakwah serta sebagai tugas pokok kehidupannya, artinya tidak memandangnya sebagai kegiatan sampingan. Sebuah keyakinan yang merupakan cerminan dari kekuatan imannya terhadap kebenaran isi dari yang ia serukan.
2. Memiliki hubungan yang kuat dengan Allah SWT karena ia akan menyeru kepadaNya; kepada jalan dan menuju ridlaNya. Sehingga dengan hubungan yang kuat itu memungkinkan untuk selalu memohon bimbingan dan pertolongan dalam menjalankan dakwahnya. Kekuatan hubungan tersebut tercermin dalam keikhlasannya dalam menjalankan dakwah, tidak mencampur adukan antara tugas dakwah dengan kasab atau mencari rizqi. Selain itu hubungan yang kuat juga tercermin dalam kecintaannya terhadap Allah SWT.
3. Memiliki ilmu yang mendalam tentang materi yang akan dia sampaikan sehingga memungkinkan baginya untuk menjelaskan dan menerangkan kebenaran ilahiyah tersebut tanpa ragu.
4. Melaksanakan ilmu yang dia ketahuinya dan istiqamah dalam prilaku kesehariannya. Adalah tidak mungkin seseorang menyampaikan suatu yang ia sendiri tidak mengamalkannya.
5. Memiliki kesadaran yang sempurna, sadar akan hal-hal yang mungkin ditemuinya dalam berdakwah, menyadari juga kondisi sasaran dakwah atau orang yang ada di sekelilingnya, serta menyadari juga akan dirinya serta kondisi sikap dan mentalnya sebagai da'i.
6. Bijak dalam memilih metode dan cara-cara berdakwah. Lihat anjuran Allah SWT dalam surat al-Nahl ayat 125 misalnya, secara rinci akan ada pembahasan sendiri pada bab berikut.
7. Berakhlak mulia, ini adalah modal sekaligus menjadi kepribadian seorang muslim, akhlak mulia akan menarik simpati dan menimbulkan kesan baik terhadap pelakunya.



Jika kesan baik telah tercipta maka yang akan muncul adalah kepercayaan dari masyarakat yang mengenalnya, kemudian akan memudahkan proses berdakwah. Apa yang disampaikan al-Qur'an berkenaan dengan hal ini antara lain terdapat dalam surat al-Qalam ayat 4 secara umum, dan Ali Imran ayat 159 secara lebih khusus. Pada ayat terakhir ini dijelaskan bahwa perangai tidak baik akan membuat orang lari dari pelakunya.

8. Husnudzan sesama muslim, artinya mendahulukan sikap baik sangka dari pada mencurigai sesama atau suudzan terhadap masyarakat sebagai sasaran dakwah. Sikap tersebut akan sangat membantu dalam menjalin hubungan dengan sasaran, selain akan sangat membantu juga dalam memilih materi dan tehnik menyampaikan materi dakwah. Karena penilaian (atribusi) terhadap halayak sasaran akan memengaruhi persiapan-persiapan dalam berdakwah. Kemudian sikap husnudzan juga merupakan salah satu akhlak islam yang harus dimiliki setiap muslim, lihat Qur'an surat al-Hujurat ayat 12.
9. Menutupi aib sesama muslim, sebagaimana diketahui bahwa ajaran islam sangat menghargai harga diri seseorang, dalam berbagai anjuran, Rasul SAW menyatakan bahwa orang yang menutupi aib orang lain maka Allah akan menutupi aibnya nanti di hari kiamat (Sahih Muslim hadits no 2590). Dalam al-Qur'an telah ditekankan ajaran mengenai hal ini dalam surat al-Nur ayat 19.
10. Bergaul dengan sesama muslim, dalam arti bermasyarakat sebagaimana layaknya anggota masyarakat yang lain. Tidak memilih hidup beruzlah (menyendiri). Seorang mu'min yang aktif bergaul dengan sesama dan sabar atas penderitaan karena pergaulan lebih baik dari pada mu'min yang menyendiri dan tidak sabar terhadap derita karena bermasyarakat. Sebagaimana tersurat dalam hadits yang diriwayatkan Imam Ahmad dan Tirmidzi.<sup>90</sup>
11. Mengunjungi tempat tinggal sesama dan mengenal kedudukan sosial mereka. Seorang da'i harus mengenal kondisi sosial masyarakat yang akan diesrunya, untuk itu ia harus rajin bersosialisasi dengan mereka, menjalin silaturahmi, mengenal status, kedudukan dan peran masing-masing mereka dalam kehidupan sosialnya. Pengenalan

---

<sup>90</sup> Lihat Riyâdlu al-Shâlihîn bab fadlu al-ikhthilâth bi al-nâs.

terhadap kondisi sosial akan menjadi bekal bagi da'i dalam menjalankan tugasnya. Dari situ akan ditemukan berbagai informasi untuk kemudian dijadikan bahan dalam melakukan pembinaan. Sisi mana yang harus diperbaiki terlebih dahulu dan sisi mana yang bisa dibina kemudian.

12. Bekerja sama dengan sesama da'i, semua pelaku dakwah memiliki tujuan yang sama yakni menyeru ummat manusia ke jalan Allah SWT. Maka kerjasama antara sesama juru dakwah diperlukan untuk bisa membahas persoalan-persoalan yang ditemui dalam dakwah. Hal ini juga untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dan pertentangan antara sesama da'i.

## Sasaran Dakwah

Sasaran dakwah atau dalam bahasa Arab disebut *al-mad'û* adalah orang per orang atau kelompok ummat manusia secara umum yang diseru kepada jalan Allah SWT. Tidak terikat oleh wilayah teritorial tertentu, dan tidak terikat apakah orang tersebut kafir atau mu'min. Artinya ajaran islam memang diperuntukkan bagi ummat manusia di muka bumi ini tanpa kecuali, tidak melihat ras, warna kulit maupun perbedaan bahasa atau kesukuan. Ungkapan Rasulullah SAW “tidak ada perbedaan anatara bangsa Arab dan bukan Arab , kecuali ketakwaan” menunjukkan bahwa agama ini bersifat universal dan global.

Ayat-ayat berikut menunjukkan bahwa dakwah Nabi tidak terbatas pada bangsa Arab semata, melainkan berlaku bagi seluruh ummat manusia:

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ (الانبياء: 107)

Kami mengutus kamu sebagai rahmat bagi seluruh manusia.

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ (سبأ:28)

Kami hanya mengutusmu untuk menjadi pembetri kabar gembira dan peringatan bagi seluruh ummat manusia, namun kebanyakan manusia tidak mau mengerti.

هُوَ الَّذِي أَرْسَلَ رَسُولَهُ بِالْهُدَىٰ وَدِينِ الْحَقِّ لِيُظْهِرَهُ عَلَى الدِّينِ كُلِّهِ وَكَفَىٰ بِاللَّهِ شَهِيدًا (الفتح:28)

Dialah yang mengutus rasulnya dengan petunjuk dan agama yang benar untuk memenangkannya atas semua agama, dan cukuplah Allah sebagai saksinya.

قُلْ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي رَسُولُ اللَّهِ إِلَيْكُمْ جَمِيعًا الَّذِي لَهُ مُلْكُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ يُحْيِي وَيُمِيتُ

فَأْمِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ النَّبِيِّ الْأُمِّيِّ الَّذِي يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَكَلِمَاتِهِ وَاتَّبِعُوهُ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ (الأعراف:158)

Katakanlah, wahai sekalian manusia, aku adlah rasul Allah kepada kamu sekalian, Allah yang memiliki kerajaan langit dan bumi, tiada tuhan selain Dia, yang menghidupkan dan mematikan, maka berimanlah kepada Allah dan Rasul-Nya, nabi yang tiada bisa membaca dan menulis yang beriman kepada Allah dan kalimat-Nya, dan ikutilah dia mudah-mudahan kamu menjadi takwa.

لِيُنذِرَ مَنْ كَانَ حَيًّا وَيَحِقِّ الْقَوْلَ عَلَى الْكَافِرِينَ (يس:70)

Untuk memberi peringatan bagi yang hidup, dan menjelaskan perkataan yang benar bagi orang-orang kapir.

وَأَوْحَىٰ إِلَيَّ هَذَا الْقُرْآنَ لِأُنذِرْكُمْ بِهِ وَمَنْ بَلَغَ (الأنعام:19)

...Dan diwahyukan kepadaku al-Qur'an ini untuk memberimu dan orang-orang yang sampai kepadanya seruan ini peringatan dengan apa-apa yang ada dalam al-Qur'an....

e-book mtatataufik.com boleh mengutip asal disebutkan sumbernya

تَبَارَكَ الَّذِي نَزَّلَ الْفُرْقَانَ عَلَى عَبْدِهِ لِيَكُونَ لِلْعَالَمِينَ نَذِيرًا (الفرقان: 1)

Maha suci Allah yang telah menurunkan al-Furqaan untuk dijadikan peringatan bagi manusia....

إِنَّ هُوَ إِلَّا ذِكْرٌ لِلْعَالَمِينَ (ص: 87)

Ia hanyalah peringatan bagi manusia.

Semua ayat ayat di atas menunjukkan maksud diutusnya Rasul saw adalah untuk memberi peringatan kepada seluruh ummat manusia, memperbaiki dan menyebarkan rahmat bagi ummat manusia. Penegasan-penegasan tersebut berarti bahwa dakwah Rasulullah tidak bersifat lokal dan temporer tapi, berlaku sepanjang masa dan bersifat menyeluruh bagi seluruh ummat manusia. Jadi jelaslah bahwa sasaran dakwah adalah seluruh ummat manusia.

Dalam hal ini tidak ada perbedaan anatar orang kecil dan orang besar, orang penting dan orang yang dianggap kurang penting, semuanya memiliki hak yang sama untuk mendapatkan seruan ke jalan Allah. Pendidikan yang disampaikan Allah SWT tentang sikap dalam berdakwah ini terungkap dalam surat 'Abasa ayat 1 dan 2. Di sini Allah mengingatkan Rasul saw dalam berdakwah untuk berlaku sama dan tidak membedakan kelas sosial.

Walaupun demikian dakwah tetap dimulai dari keluarga terdekat terlebih dahulu, sebagaimana Rasul saw juga melakukan hal tersebut sesuai dengan anjuran Allah SWT sebagaimana terungkap dalam ayat-ayat berikut:

وَأَنْذِرْ عَشِيرَتَكَ الْأَقْرَبِينَ

dan berilah peringatan kepada kerabat-kerabatmu yang terdekat, (QS al-Syuaraa 214).

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا قُوًا أَنفُسِكُمْ وَأَهْلِيكُمْ نَارًا وَقُودُهَا النَّاسُ وَالْحِجَارَةُ عَلَيْهَا مَلَائِكَةٌ غِلَاظٌ

شِدَادٌ لَا يَعْصُونَ اللَّهَ مَا أَمَرَهُمْ وَيَفْعَلُونَ مَا يُؤْمَرُونَ

Hai orang-orang yang beriman, peliharalah dirimu dan keluargamu dari api neraka yang bahan bakarnya adalah manusia dan batu; penjaganya malaikat-malaikat yang kasar, keras, dan tidak mendurhakai Allah terhadap apa yang diperintahkan-Nya kepada mereka dan selalu mengerjakan apa yang diperintahkan. (QS. al-Tahriim 6).

وَأْمُرْ أَهْلَكَ بِالصَّلَاةِ وَاصْطَبِرْ عَلَيْهَا لَا نَسْأَلُكَ رِزْقًا نَحْنُ نَرْزُقُكَ وَالْعَاقِبَةُ لِلتَّقْوَى

Dan perintahkanlah kepada keluargamu mendirikan shalat dan bersabarlah kamu dalam mengerjakannya. Kami tidak meminta rezki kepadamu, kamilah yang memberi rezki kepadamu. dan akibat (yang baik) itu adalah bagi orang yang bertakwa. (QS:Thaahaa 132).

Dari sini terlihat bahwa setiap manusia memiliki hak untuk diseru dan didakwahi, dakwah dalam arti suatu kegiatan serius dan dilakukan dengan sengaja, bukan kegiatan yang dilakukan sebagai sampingan atau kebetulan semata. Karena jika mereka tidak pernah mendapat seruan, mereka akan berhujah di hari akhir nanti dengan mengatakan bahwa mereka belum ada yang menyeru. Dan Allah tidak akan mengadzab suatu kaum sebelum mengutus seorang utusan kepada mereka sebagaimana terungkap dalam surat al-Isra ayat 15.

Sebaliknya setiap yang mendapatkan seruan (sasaran dakwah) memiliki kewajiban untuk menerima seruan tersebut. Setiap ada seruan untuk kebenaran maka ia berkewajiban untuk meresponnya dengan baik, menerima dan mengikutinya. Berkenaan dengan kewajiban menerima dakwah ini dalam prakteknya kelompok manusia terbagi pada tiga bagian; mereka yang beriman dan mengikuti seruan; mereka yang kafir dan

menolak seruan, serta mereka yang mengaku-ngaku beriman padahal tidak. Hal ini dilukiskan al-Qur'an dalam surat al-Baqarah ayat 8-10.

Selanjutnya kaum muslimin (yang menerima seruan dakwah) dari segi hidayah dan kesesatan dapat dibagi pada dua kelompok; pertama kelompok yang mendapat petunjuk dan kedua kelompok yang sesat.

Adapun dari segi kekuatan dan kelemahan imannya bisa dikelompokkan pada tiga kelompok; pertama kelompok yang bergegas dalam kebaikan yakni orang-orang sholeh dan takwa; kedua kelompok yang menganiaya dirinya sendiri (*dzâlim linafsihi*) yaitu orang fasik dan pelaku dosa; dan ketiga adalah kelompok pertengahan, yaitu orang lemah yang berada antara kelompok pertama dan kedua.<sup>91</sup>

ثُمَّ أَوْرَثْنَا الَّذِينَ اصْطَفَيْنَا مِنْ عِبَادِنَا فَمِنْهُمْ ظَالِمٌ لِّنَفْسِهِ ۗ وَمِنْهُمْ مُّقْتَصِدٌ

وَمِنْهُمْ سَابِقٌ بِالْخَيْرَاتِ ۖ يُؤْتِيهِمُ اللَّهُ ذَٰلِكَ ۖ هُوَ الْفَضْلُ الْكَبِيرُ

Kemudian kitab itu Kami wariskan kepada orang-orang yang Kami pilih di antara hamba-hamba Kami, lalu di antara mereka ada yang Menganiaya diri mereka sendiri dan di antara mereka ada yang pertengahan dan diantara mereka ada (pula) yang lebih dahulu berbuat kebaikan dengan izin Allah. yang demikian itu adalah karunia yang Amat besar. (QS: Fathiir 32)

Yang dimaksud dengan orang yang Menganiaya dirinya sendiri ialah orang yang lebih banyak kesalahannya daripada kebaikannya, dan pertengahan ialah orang-orang yang kebaikannya berbanding dengan kesalahannya, sedang yang dimaksud dengan orang-orang yang lebih dahulu dalam berbuat kebaikan ialah orang-orang yang kebaikannya Amat banyak dan Amat jarang berbuat kesalahan.

Demikianlah gambaran kondisi kelompok sasaran penerima dakwah, kondisi ini pada setiap pengikut para rasul Allah sejak jaman manusia pertama sampai nabi terakhir

<sup>91</sup> al-Bayânûniyy, *al-madkhal...* ....h, 175

Muhammad saw. Dan al-qur'an menyeru berbagai kelompok tersebut secara khusus yang biasanya bisa terlihat dari *mukhatab* (orang kedua dalam istilah tata bahasa Indonesia) pada ayat-ayat tertentu. Sebagai contoh surat al-Zumar ayat 53 untuk yang menganiaya diri sendiri, surat al-A'raf ayat 201 untuk orang bertakwa dan bisa digali lebih banyak lagi contoh-contoh lainnya.

Adapun yang kafir terdiri dari beberapa golongan; pertama kafir *mulhid* yaitu orang kafir yang sama sekali tidak mengakui adanya Allah dan menentang keberadaannya. Kedua kafir *musyrik*, yakni mereka yang menyekutukan Allah dengan berhala-berhala dalam keyakinan aqidah dan peribadahnya. Kedua kelompok kafir ini ada yang asli, artinya memang kafir sejak awal dan ada yang disebut murtad, yakni yang pernah memeluk islam lalu keluar dari islam. Selanjutnya kelompok ketiga adalah Ahli Kitab, yakni mereka yang kafir dan tidak mengakui rasulullah saw sebagai nabi, dan mereka memeluk agama-agama nabi sebelum Muhammad saw seperti Kristen dan Yahudi. Disebut ahli kitab karena mereka bersandar pada kitab-kitab yang diturunkan sebelum al-Qur'an. Adapun kelompok kafir yang keempat adalah kaum munafiq. Yaitu kelompok yang mengaku-ngaku beriman padahal mereka tidak beriman, mereka mencoba mengelabui ummat islam dan mengelabui Tuhan. Kelompok ini lebih berbahaya karena sulit dideteksi dan bisa membahayakan karena menyusup kepada kelompok mu'min.<sup>92</sup>

## Pesan Dakwah

Pesan dakwah adalah semua ajaran Islam yang harus disampaikan kepada ummat Manusia. Ajaran Islam mengandung pengertian yang sangat luas, Secara bahasa *Islâm* berarti *inqiyâd* (patuh), *Islâm* dari *syarî'ah* berarti menunjukkan ketundukkan dan perilaku syariah serta senantiasa melakukan apa yang dibawa oleh Nabi SAW, sehingga dengan keislaman itu darahnya dijaga dan hal-hal yang dibenci dihindari.

---

<sup>92</sup> Munafik disini bukan dalam pengertian sehari-hari, karena orang mu'min yang melakukan sifat kemunafikan secara bahasa sehari-hari masuk dalam kelompok mu'min fasik atau fajir (durhaka). Sedangkan munafik dalam konteks di atas adalah munafik dalam arti sebenarnya, mereka sebenarnya tidak beriman tapi mengaku-ngaku beriman dengan tujuan tertentu; penyusupan atau mencari selamat dengan bergabung dengan mu'min tapi masih berhubungan dan tetap berada pada kekafiran.

و الإسلام و الإستسلام : الانتقاد، و الإسلام من الشريعة: إظهار الخضوع وإظهار الشريعة والتزام ما أتى به النبي ص م ، وبذلك يحقن الدم ويسته فيع المكروه<sup>93</sup>.

Ahmad Amîn memberikan pandangan lain, bahwa Islam adalah *al-salâm al-musâlamah* (damai), lawan katanya *al-harbu wal al-khishâm*. Artinya Islam berarti damai dan tidak mengajarkan kekerasan yang menyebabkan terjadinya peperangan dan pertengkaran.<sup>94</sup> Untuk itu Ahmad Amîn merujuk pada firman Allah SWT QS.25:63.

و غباد الرحمن الذين يمشون على الأرض هونا وإذا خاطبهم الجاهلون قالوا سلاما

“Dan hamba-hamba Tuhan yang Maha Penyayang itu (ialah) orang-orang yang berjalan di atas bumi dengan rendah hati dan apabila orang-orang jahil menyapa mereka, mereka mengucapkan kata-kata (yang mengandung) keselamatan.” (QS.25:63).

Bagi Amîn, kata *jâhilân* pada ayat di atas bukan lawan kata dari *'ilm* sehingga berarti kebodohan, tapi lawan kata dari *al-ghadlab*, *al-suffah* dan *al-anafah* yang berarti amarah yang bisa memicu peperangan atau pertengkaran.<sup>95</sup>

Sejalan dengan pengertian yang diajukan Ahmad Amîn di atas, penulis memahami hadits Rasul SAW:

أفشوا السلام و أطمعوا الطعام و صلوا الأرحام و صلوا بالليل و الناس نيام تدخلوا الجنة بسلام

Terjemahnya harus berarti “Wahai sekalian manusia, sebarkanlah perdamaian (*salâm*) -- tidak sebatas pengertian ucapkanlah salam-- berilah makan, sambungkanlah tali kasih sayang (*shilatu al-rahimi*), shalatlah malam hari saat semua orang tidur, niscaya engkau akan masuk surga dengan damai (Riwayat Ibn Mâjah bab Makanan).

Hadits di atas bisa dipahami sebagai norma sosial yang diajarkan Rasul SAW bila dilaksanakan bisa mendapatkan kebahagiaan bagi pelakunya. Norma sosial tersebut tercermin dalam sikap mewujudkan perdamaian di manapun seorang muslim berada, sikap suka memberi dan sikap menghubungkan tali silaturrahim, yang dipungkas dengan kegiatan pribadi; sholat malam. Empat perilaku tersebut bisa mendatangkan kebahagiaan

<sup>93</sup> Ibnu Manzûr Jamâlu al-Dîn Muhammad Ibn al-Mukram, *lisân al-Arab*, Jilid 12, (Beirut: Dâr al-Fikri, 1990) cet I, h, 293.

<sup>94</sup> Ahmad Amîn, *Fajru al-Islâm*, (Beirut: Dâr al-Maktab, 1975) cet 11, h, 69.

<sup>95</sup> Ahmad Amîn, *Fajru...*, h.69.



dan berakibat pada Surga. Dengan kata lain semuanya merupakan jembatan bagi seseorang untuk masuk surga idaman.<sup>96</sup>

Sikap yang pertama adalah menyebar kedamaian, “kata salam” di sini penulis lihat bukan sekedar ucapan salam sebagaimana layaknya yang dilakukan seseorang jika saling bertemu, tapi ia lebih dalam lagi memberi makna pada ucapan “salam” yang senantiasa kita sampaikan. Anjuran untuk menyebarkan salam lebih luas maknanya ketika dihubungkan dengan kondisi sosial masyarakat, ini mengandung arti bahwa setiap pribadi muslim bertanggungjawab atas “suasana damai” di tempat ia tinggal, di tempat ia bekerja dan di tempat manapun.

Dalam perspektif ini keberadaan muslim harus bisa menciptakan suasana damai dan pelopor terselenggaranya kedamaian. Sehingga apa yang diucapkan oleh setiap muslim ketika bertemu dan bertegur sapa menjadi kenyataan dan mewarnai kehidupan kesehariannya. Dengan demikian maka ucapan “assalamu’alaikum” selain mengandung do’a perdamaian bagi siapa saja yang ditemui, juga mengandung arti bahwa saya “bertemu kamu dengan membawa semangat perdamaian,” atau “aku datang dengan membawa kedamaian bagimu.”<sup>97</sup>

Tsa’labi menyingkat dengan kata: *al-islâm bi al-lisân, wa-l- îmân bil qalbi*. Ketika seseorang disebut muslim maka menurut Abu Bakar Muhammad Ibn Basyâr memiliki dua arti: pertama berarti orang yang menyerah dengan ikhlas kepada perintah Allah, dan kedua berarti orang yang ikhlas beribadah kepada Allah.<sup>98</sup>

Menurut hadits yang diriwayatkan ‘Umar ra berikut:

بينما نحن جلوس عند رسول الله -صلى الله عليه وسلم- وعن عمر -رضي الله عنه- أيضا قال: ذات يوم، إذ طلع علينا رجل شديد بياض الثياب، شديد سواد الشعر، لا يرى عليه أثر السفر، ولا يعرفه منا أحد حتى جلس إلى النبي -صلى الله عليه وسلم- فأسند ركبتيه إلى ركبتيه، ووضع كفيه على فخذيه. فقال: يا محمد أخبرني عن الإسلام، قال: الإسلام أن تشهد أن لا إله إلا الله وأن محمدا رسول الله، وتقيم الصلاة، وتؤتي الزكاة، وتصوم رمضان، وتحج البيت إن استطعت إليه سبيلا. قال: صدقت، فعجبنا له يسأله ويصدق! فقال: فأخبرني عن الإيمان، قال: أن تؤمن بالله، وملائكته، وكتبه، ورسوله، واليوم الآخر، وتؤمن بالقدر خيره وشره. قال: صدقت. قال: فأخبرني عن

<sup>96</sup> M.Tata Taufik, “Langkah-langkah Menuju Surga” *Gema MUI* Edisi XVI, Jum’at 26 Rabiul Tsani 1427 H / 23 Juni 2006 M.

<sup>97</sup>M.Tata, “Langkah...” *Gema MUI* Edisi XVI.

<sup>98</sup> Dikutip dari *Ibnu Manzûr, lisân al-Arab* Jilid 12, cet I, h, 293.

الإحسان، قال: أن تعبد الله كأنك تراه، فإن لم تكن تراه فإنه يراك. قال: فأخبرني عن الساعة، قال: ما المسئول عنها بأعلم من السائل. قال: فأخبرني عن أماراتها، قال: أن تلد الأمة ربثها، وأن ترى الحفاة العراة العالة رعاء الشاة يتطاولون في البنيان. ثم انطلق فلبثت ملياً، ثم قال: يا عمر أتدري من السائل؟ قلت: الله ورسوله أعلم، قال: هذا جبريل أتاكم يعلمكم دينكم رواه مسلم.<sup>99</sup>

“Dari ‘Umar ra juga ia berkata: saat kami duduk bersama Rasul SAW pada suatu hari, tiba-tiba datang seseorang memakai pakaian putih, berambut hitam pekat, tidak nampak bekas perjalanan dari dirinya, tak seorangpun diantara kita yang mengenalnya, sampai ia duduk di hadapan Nabi berhadap-hadapan dan meletakkan tangannya di atas kedua pahanya lalu berkata: Hai Muhammad, ajari aku tentang Islam! Rasul menjawab: Islam adalah engkau bersaksi bahwa tidak ada tuhan selain Allah dan bersaksi bahwa Muhammad Rasul Allah, engkau mendirikan shalat, mengeluarkan zakat, berpuasa di bulan Ramadhan, berhaji ke baitullah jika engkau bisa melakukan perjalanannya. Lalu orang itu berkata: engkau benar, maka kami heran karena orang itu bertanya dan membenarkan Nabi.

Lalu orang itu berkata lagi: Ajari aku tentang Iman! Nabi menjawab: Engkau beriman kepada Allah, para malaikat-Nya, kitab-kitab-Nya, Rasul-Rasul-Nya dan beriman kepada hari akhir, serta beriman kepada qadar baik maupun qadar buruk. Orang itu berkata: Engkau benar!

Lalu orang itu bertanya tentang Ihsan: Nabi menjawab: Engkau menyembah Allah seakan engkau melihat-Nya, dan jika engkau tidak mampu melihatnya sesungguhnya Ia melihatmu. Lalu orang itu berkata lagi: Ajari aku tentang hari kiamat! Nabi menjawab: Yang bertanya lebih tahu dari yang ditanya. Lalu bertanya lagi: ajari aku tanda-tandanya! Nabi menjawab: Jika seorang budak perempuan melahirkan tuannya, jika engkau melihat orang-orang miskin meninggalkan pekerjaan aslinya –seperti mengembala kambing—dan memburu kemewahan dunia dengan membangun rumah-rumah yang indah. Kemudian orang itu pergi. Lalu Nabi bertanya kepada ‘Umar, apakah engkau tahu siapa yang bertanya? ‘Umar menjawab: Allah dan Rasulnya lebih tahu. Nabi berkata: Itulah Jibril mengajarkan agama kepada kalian” (HR.Muslim).

<sup>99</sup> *Syarhu matan arba’i’n al-nawahiyah*, hadits ke 2, e-book.

Dari hadits di atas nampak bahwa ada tiga komponen dasar dalam agama Islam yang satu sama lainnya saling berhubungan: Iman, Islam dan Ihsan. Iman berhubungan dengan kepercayaan kepada Allah serta berbagai berita yang diberitakan Allah baik berupa berita tentang kerasulan, malaikat, kitab-kitab terdahulu, serta berita tentang hari akhir dan qadar (ketentuan/ukuran) baik atau buruk yang dialami manusia. Sedangkan Islam lebih merupakan serentetan “kegiatan” yang didasari atas kesaksian (iman); dibuktikan dengan pelaksanaan kegiatan ibadah seperti shalat, puasa, zakat, serta haji. Ketiga adalah Ihsan, yang berarti kesungguhan dan kesempurnaan perilaku serta kesadaran akan adanya Allah yang melihat perilaku setiap orang (*syu'ûr bi-l-murâqabah*). Mencakup pengertian Islam dari hadits di atas adalah apa yang ditulis Sayyid Sabiq: “Islam adalah agama Allah yang diwahyukan kepada Nabi Muhammad SAW, dan ia adalah agama yang berintikan keimanan dan perbuatan. Keimanan merupakan akidah dan pokok yang di atasnya berdiri syariat Islam. Kemudian dari pokok itu keluarlah cabang-cabangnya. Perbuatan itu merupakan syariat dan cabang-cabang yang dianggap sebagai buah yang keluar dari keimanan serta akidah itu.”<sup>100</sup>

Sampai di sini tergambar bahwa Islam merupakan sebutan untuk agama yang dibawa oleh Nabi Muhammad SAW serta merupakan syariah (kaidah peribadahan serta tingkahlaku peri kehidupan) dibangun atas kepercayaan kepada Allah SWT. serta berita-berita lain yang dibawa oleh Rasul melalui pewahyuan. Sebutan Islam ini telah diperkenalkan oleh Ibrahim AS sebelumnya.

وَجَاهِدُوا فِي اللَّهِ حَقَّ جِهَادِهِ هُوَ اجْتَبَاكُمْ وَمَا جَعَلَ عَلَيْكُمْ فِي الدِّينِ مِنْ حَرَجٍ مَلَّةً أَيْبِكُمْ إِبْرَاهِيمَ هُوَ سَمَّاكُمُ الْمُسْلِمِينَ مِنْ قَبْلُ وَفِي هَذَا لِيَكُونَ الرَّسُولُ شَهِيدًا عَلَيْكُمْ وَتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ فَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَاعْتَصِمُوا بِاللَّهِ هُوَ مَوْلَاكُمْ فَنِعْمَ الْمَوْلَى وَنِعْمَ النَّصِيرُ

Dan berjihadlah kamu pada jalan Allah dengan jihad yang sebenar-benarnya. Dia telah memilih kamu dan Dia sekali-kali tidak menjadikan untuk kamu dalam agama suatu kesempitan. (Ikutilah) agama orang tuamu Ibrahim. Dia (Allah) telah menamai kamu sekalian orang-orang muslim dari dahulu[993], dan (begitu pula) dalam (Al Quran) ini, supaya Rasul itu menjadi saksi atas dirimu dan supaya kamu semua menjadi saksi atas

<sup>100</sup> Sayid Sabiq, *Aqidah Islam*, terj, Moh, Abdil Rathomy, (Bandung: Diponegoro, 1985), cet VI, h, 15.

segenap manusia, maka dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat dan berpeganglah kamu pada tali Allah. Dia adalah Pelindungmu, maka Dialah sebaik-baik Pelindung dan sebaik-baik Penolong. (QS. 22:78)

Pengertian ini mengandung arti bahwa berbagai tingkahlaku, karsa serta pemikiran seorang muslim yang berdasarkan pada tuntunan syariat Islam dan dasar keimanan merupakan wujud dari keislaman dan keimanan yang bisa dinisbahkan kepada Islam.<sup>101</sup> Hanya saja ada pemilahan tindakan apakah ia merupakan tindakan yang baik atau mengada-ada. “...Sebaik baik hadits adalah kitab Allah dan sebaik-baik petunjuk adalah petunjuk Rasulullah SAW dan sejelek-jelek perkara adalah perkara yang diadadakan...” Demikian potongan hadits yang diriwayatkan Jâbir.<sup>102</sup>

Mengenai motivasi berkarya dan berkarsa dalam pembentukan tradisi Islami misalkan tercermin dalam ungkapan “ barang siapa yang membuat tradisi baik, maka baginya pahala kebaikan dan pahala orang yang melakukan tradisi tersebut, begitu sebaliknya barang siapa yang membuat tradisi tidak baik, maka baginya dosa dan dosa yang mengikutinya...”<sup>103</sup>

Berbagai “kelonggaran” dalam berkarsa dan berkarya yang diajarkan Islam menuntut seorang muslim untuk menggunakan nalarnya dalam bertindak. Dengan kata lain memiliki logika tindakan Islam. Logika adalah untuk menyusun sistematika dari sederetan kalimat dan konsekuensinya dalam berpikir deduktif. Langkah-langkah yang perlu diperhatikan adalah mengidentifikasi karakter dari berbagai pernyataan (kalimat) yang memiliki konsekuensi logis, berbagai premis diajukan untuk mendukung pernyataan lain, yang kemudian disebut argumen, yang membantu menuju pada kongklusi (kesimpulan). Jika argumennya benar maka disebut valid.

Tindakan berarti melakukan sesuatu, melakukan sesuatu karena, atau melakukan sesuatu untuk tujuan tertentu. Jadi suatu perbuatan yang dilakukan karena alan-alasan

---

<sup>101</sup> Dalam kaitan ini ada penyaringan dengan sebutan bid'ah, mengada-ada dalam hal ritual keagamaan yang tidak bersumber pada sunnah Rasul SAW..

وعن أم المؤمنين أم عبد الله عائشة -رضي الله عنها- قالت: قال رسول الله -صلى الله عليه وسلم-: من أحدث في أمرنا هذا ما ليس منه فهو

رد رواه البخاري ومسلم

<sup>102</sup> Hadits Riwayat Muslim, *Bulûghu al-Marâm*, h,98 .

<sup>103</sup> Ibnu Mâjah, *Sunanu Ibn Mâjah*, Kitab al-Muqadimah, bab, man sana sunatan hasanatan aw sayyiatan, hadits no 203.

tertentu, atau perbuatan sengaja dilakukan untuk mencapai taraf atau tahapan tertentu. Selain tindakan juga bisa diartikan perbuatan yang dilakukan atas nama seseorang, bisa juga berarti tindakan karena termotivasi sesuatu.<sup>104</sup>

Pernyataan Rasulullah SAW mengomentari isu hijrahnya seseorang karena motivasi individual sangatlah erat dengan paradigma tindakan Islam: “sesungguhnya setiap perbuatan itu memiliki motivasi dan niat tertentu, barang siapa yang niat dan motivasi hijrahnya karena Allah dan Rasul-Nya maka ia berhijrah kepada Allah dan Rasul-Nya dan barang siapa yang hijrahnya karena dunia atau karena perempuan, maka ia hanya mendapatkan apa yang diniatkannya” (HR. Bukhari dan Muslim). Motivasi tindakan ini barangkali yang membuat keleluasaan bertindak bagi seorang muslim selama tujuannya untuk menjunjung tinggi agama Allah.

Dengan demikian ajaran Islam memiliki beberapa, dimensi aqidah, dimensi syariah, dan dimensi akhlak. Dimensi aqidah mencakup semua yang wajib diimani oleh seorang muslim, antara lain sebagaimana yang diformulasikan dalam bentuk rukun iman. Iman kepada Allah, kepada para malaikat, kepada rasul-rasul Allah, kepada kitab-kitab samawi yang dirurunkan Allah, kepada hari akhir, dan iman kepada qadla dan qodar.

Adapun dimensi syariah, yaitu sebagaimana yang dikenal dengan rukun Islam; pengakuan dan kesaksian atas keesaan Allah serta nabi Muhammad SAW sebagai rasul-Nya diungkapkan dalam bentuk syahadat. Kemudian menjalankan shalat lima waktu, menjalankan puasa di bulan Ramadhan, mengeluarkan zakat serta melaksanakan ibadah haji bagi yang mampu untuk menjalankannya. Selain rukun Islam, ditambah juga dengan apa-apa yang disyariatkan dalam kehidupan muslim sebagaimana yang dibahas secara luas dalam ilmu fiqih. Pembahasannya mencakup ketentuan mengenai ibadah, ketentuan pergaulan anantara sesama serta perilaku ekonomi, aturan tentang hukum perdata dan pidana, hukum politik dan sosial kemasyarakatan serta jihad.<sup>105</sup>

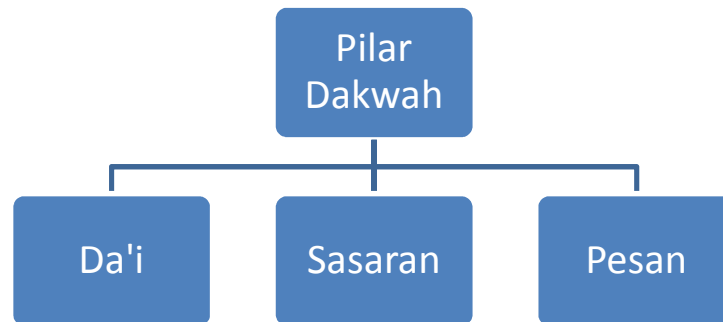
Sedangkan dimensi akhlak dikembanhkan konsep ihsan sebagai mana tertuang dalam hadits Jibril as di atas. Hal ini menyancakup berbagai kaidah-kaidah akhlak karimah yang diajarkan Islam untuk mencapai kualitas kehidupan yang lebih baik dari batasan rata-rata, itulah yang disebut ihsan. Pembahasan menganai akhlak karimah ini

<sup>104</sup> Bedakan *Act on, act for, act on behalf of, act from*. Lihat A.S. Horn, *Oxford Advanced...*,

<sup>105</sup> Ibnu Aly al-Jaamy, *al-Adwaa 'ala Thariiq....* h,46, 80

banyak dikhususkan oleh para ulama dalam bentuk kajian tentang khusus tentang akhlak, baik berupa nasehat serta pesan-pesan moral yang diambil dari al-Qu'an maupun al-Sunnah serta hadits Nabi yang bertemakan akhlak.

Maka dapat dikatakan bahwa pesan dakwah Islam berisikan penjelasan-penjelasan serta penyebaran informasi tentang aqidah Islam yang benar, kemudian penyebaran tata cara berperilaku sesuai dengan syariat yang diajarkan serta akhlak mulia berdasarkan Islam; dimensi aqidah, syariah dan akhlak. Dri sini juga bisa dikembangkan dengan penjelasan beberapa konsep-konsep dasar ajaran Islam yang bercirikan tauhid, realistik, ketentuan yang permanen, komprehensif, senantiasa seimbang dan positif.<sup>106</sup>



<sup>106</sup> Qutub, Sayyid, *Khâsaais Tashawuru-l-Islâm*, (Beirut:Dâru al-Qur'ân al-Karîm1978) h, 65-70.

# Metode Dakwah

---

## Pendekatan Dakwah; Rasional, Emosional & Empirik

Kalau diperhatikan dalam praktik dakwah akan ditemukan berbagai pendekatan yang dipakai oleh para juru dakwah dalam menyampaikan dakwahnya. Misalkan Rasulullah SAW dalam dakwahnya bisa dilihat banyak menggunakan pendekatan yang variatif. Selain itu ungkapan bahasa al-Qur'an juga bisa dilihat sangat bervariasi dan tepat sesuai dengan karakteristik sasaran dakwah dengan segala latar belakangnya. Ada kalanya menggunakan kata *تتفكرون تعقلون* ada kalanya menggunakan kata *تشعرون* hal itu menunjukkan bahwa ungkapan sebelumnya menyentuh ranah tertentu, berupa rasio, emosi, dan pengalaman empiris yang dipahami dengan perenungan.

Sedikitnya ada tiga pendekatan yang biasa dipakai dalam berdakwah, sebagaimana juga Rasul SAW menggunakannya. Ketiga pendekatan itu adalah: pendekatan emosional, pendekatan rasional dan pendekatan empirik.

### 1. Pendekatan Rasional

Pendekatan rasional adalah upaya yang dipakai dalam berdakwah dengan menjadikan akal pikiran sebagai sasaran, bahwa sesuatu itu bisa dipahami dengan cara berpikir yang baik dan logis, bisa diterima oleh akal sehat. Dengan kata lain metode yang memicu manusia untuk berpikir, merenung, serta menyimpulkan.

Pendekatan ini dipakai untuk menjelaskan hal-hal yang sifatnya rasional serta dengan melihat sasaran dakwah, jika sasaran dakwah adalah mereka yang menggunakan akalnya artinya level para pemikir atau dinilai dapat memahami apa yang akan disampaikan dengan pikirannya, maka pendekatan rasional bisa dipergunakan.

Beberapa dasar yang dapat dijadikan alasan untuk menggunakan pendekatan ini sebagaimana yang diungkapkan al-Qur'an dan juga Sunnah adalah:

- 1) Allah SWT senantiasa menyeru hambanya untuk menggunakan akal pikirannya dalam memahami sesuatu, termasuk memahami tingkah laku dan pikiran yang dianut hambanya dengan pertanyaan : “tidakkah kamu berpikir?”

(32:الأنعام) وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا إِلَّا لَعِبٌ وَلَهُوَ وَاللَّدَارُ الْآخِرَةُ خَيْرٌ لِلَّذِينَ يَتَّقُونَ أَفَلَا تَعْقِلُونَ

“Kehidupan dunia hanyalah permainan dan senda gurau belaka, sedangkan hari akhirat lebih baik bagi mereka yang bertaqwa, tidakkah kamu memikirkan hal itu?” (QS:6:32) dan banyak lagi ayat –ayat lainnya.

Masalah permainan dunia adalah suatu yang nyata, seorang bekerja keras mencari uang, setelah banyak uang itu ditabungkan, ia hanya memiliki catatan kalau uangnya itu sejumlah sekian rupiah di Bank, padahal uang itu oleh Bank dipinjamkan pada mereka yang secara sosial lebih kaya dibanding penabung, bukankah sungguh suatu permainan? Terlebih lagi ketika Bank tidak liquid, ketika mau di ambil dananya tidak ada, nyata sekali permainan dunia .

- 2) Para nabi bersifat cerdas artinya akalnya dapat dengan cepat menangkap sesuatu yang harus direspon dan dapat dengan cepat juga memutuskan tindakan apa yang harus diambil.
- 3) Manusia didefinisikan sebagai hewan yang berpikir, adalah hal yang manusiawi jika seorang dapat memahami sesuatu dengan akalnya, dan merupakan anugrah dari Allah SWT bahwa manusia dibekali dengan akal dan kemampuan untuk memikirkan sesuatu. Maka adalah tepat menggunakan pendekatan rasional ketika berhadapan dengan manusia.

Yang harus diperhatikan dalam penggunaan pendekatan ini adalah: pertama seorang dai harus menguasai kemampuan menalar dengan baik. Kedua menentukan tujuan khusus dari penyampaian suatu materi. Ketiga pemilahan materi, apakah materi yang akan disampaikan itu bersifat rasional. Keempat pemilahan kelompok sasaran dakwah apakah mereka termasuk yang cerdas dan bisa diajak untuk berpikir. Kelima bersikap hati-hati dalam merasionalkan suatu pesan supaya tidak terjebak pada pemaksaan rasionalisasi. Atau memaksakan suatu yang irasional menjadi rasional atau sebaliknya.



## 2. Pendekatan Emosional

Pendekatan emosional adalah pendekatan yang menitik beratkan penyampaian pesan dakwah pada aspek setting emosi sasaran dakwah. Sejumlah metode yang menggerakkan perasaan dan menyentuh emosi sasaran dakwah yang mencerminkan kemampuan metodologi penyampaian pesan dakwah yang bersifat emosional.<sup>107</sup>

Berbicara tentang pendekatan ini Sayyid Qutub menuliskan sebagai berikut: Maka problema kita sekarang ini dalam upaya memahami petunjuk –petunjuk al-Qur’an dan mendayagunakannya bukanlah masalah memahami lafadz-lafadz dan ungkapan-ungkapannya. Masalanya bukan menyangkut “penafsiran al-Qur’an” sebagaimana yang mungkin cenderung kita katakan. Masalahnya adalah mempersiapkan diri dengan menempuh/mengalami perasaan-perasaan dan pengalaman-pengalaman yang menyerupai suasana waktu al-Qur’an dan yang telah dialami oleh masyarakat Muslim awal, yang merupakan perjuangan yang besar, perjuangan melawan nafsu dan melawan manusia, pengorbanan, ketakutan, harap dan cemas, merasa lemah dan kuat, jatuh dan bangun, yang merupakan “ Situasi Makkah “ lalu tahap pertumbuhan da’wah, menjadi kelompok minoritas lemah yang terencil di masyarakat situasi Syi’b dan keterkepungan, dengan kelaparan dan takut, keterputusan hubungan kecuali dengan Allah. Kemudian situasi Madinah, suasana pertumbuhan masyarakat Islam, antara tipu daya dan kemunafikan, suasana pengorganisasian dan perjuangan; suasana “Badar“, “Uhud“, “Khandak“, “Hudaibiyah“, “Fathu Makkah“, “Hunain” dan “Tabuk“, suasana pengembangan sistem kemasyarakatan Islam dengan semua perangkatnya yang hidup, hubungan antara kegiatan dan kemaslahatan dan prinsip-prinsip di tengah-tengah pengorganisasian dan kelahiran tatanan Islam.<sup>108</sup>

Dari ungkapan di atas dapat dipahami bahwa Sayyid Qutub mencoba mengungkapkan unsur emosionalitas dalam memahami al-Qur’an. Bagi Qutub al-Qur’an sangatlah memperhatikan masalah emosi dalam penyampaian pesan-pesan dan seruannya. Semua perjalanan emosional Rasul beserta pengikutnya di masa itu betul-

---

<sup>107</sup> Emosional di sini adalah dalam pengertian yang luas yang menyangkut semua perasaan manusia, bukan emosi dalam pengertian kita sehari-hari yang sering diartikan marah.

<sup>108</sup> Sayyid Qutub, *Muqaddimah Khasaish Tasshawuru al-Islam*.

betul merasakan arti respon yang dihasilkan dari sebuah seruan atau teguran yang disampaikan al-Qur'an saat ia diturunkan. Pelajaran yang dapat di ambil dari ungkapan ini bahwa al-Qur'an sangat memperhatikan aspek emosi dalam menyentuh umat sebagai sasaran seruannya.

Pendekatan emosional sangatlah diperlukan dalam berdakwah dengan beberapa alasan:

- 1) Al-Qur'an sendiri senantiasa menggunakan bahasa-bahasa yang menggugah perasaan serta senantiasa membangkitkan perasaan sasarannya dengan ungkapan yang menyentuh perasaan.pertanyaan-pertanyaan dialogis misalkan sangatlah berperan dalam menyentuh perasaan lawan bicara.

أَلَا إِنَّهُمْ هُمُ الْمُفْسِدُونَ وَلَكِن لَّا يَشْعُرُونَ (البقرة:12)

Sebenarnya merekalah yang membuat kerusakan , hanya saja mereka tidak merasakannya.(QS:2:12)

وَلَقَدْ دَرَأْنَا لِحَبَّتِكُمْ كَثِيرًا مِّنَ الْجِنَّ وَالْإِنْسِ لَهُمْ قُلُوبٌ لَّا يَفْقَهُونَ بِهَا وَلَهُمْ أَعْيُنٌ لَّا يُبْصِرُونَ بِهَا وَلَهُمْ آذَانٌ لَّا يَسْمَعُونَ بِهَا أُولَئِكَ كَالْأَنْعَامِ بَلْ هُمْ أَضَلُّ أُولَئِكَ هُمُ الْعَاغِلُونَ (لأعراف:179)

Hati yang tidak bisa memahami adalah hati yang tumpul perasaannya sehingga diibaratkan bagaikan binatang. (QS:7:179)

- 2) Rasul SAW menggunakan pendekatan emosioanl dlam dakwahnya, bagaimana beliau bergurau dengan nenek-nenek yang dikatakan tidak akan ditemui di surga, lalau si nenek menagis, lalu Nabi menjelaskan karena di sana tidak ada nenek-nenek, si nenekpun tersenyum.
- 3) Aktivitas dakwah adalah aktivitas penyampaian kabar gembira, dan peringatan akan bahaya di hari akhir bagi yang durhaka, semuanya adalah konsumsi emosi, bahagia, takut, berani semangat dll.
- 4) Manusia adalah makhluk berperasaan, jika perasaannya disentuh, berarti telah menghargai unsure dasar kemanusiaannya. Selain bahwa semua kebutuhan dasar manusia sangatlah berkaitan dengan perasaan, rasa ingin dihargai, rasa ingin diakui, rasa ppercaya diri atau sebaliknya, rasa ingin aman, rasa ingin tahu dll.

- 5) Seringkali ajakan baik gagal karena aspek perasaan tidak tersentuh, artinya komunikasi menjadi tidak berlanjut, apalagi untuk mendapat respon, hanya karena sasaran dakwah tersinggung perasaannya. Artinya aspek perasaan dapat menggagalkan komunikasi dakwah.

### 3. Pendekatan Empirik

Pendekatan empirik adalah sejumlah cara yang dimiliki indera dan pengalaman empiris manusia. Berbagai upaya yang bersifat inderawi serta secara nyata dialami manusia dalam kehidupannya.

Pendekatan ini menjadi perlu dengan beberapa dasar berikut ini:

- 1) Allah SWT menggunakan pendekatan ini dengan menunjukkan bukti-bukti empirik kepada manusia untuk membuktikan keberadaan dan keesaan-Nya. Sebagaimana dicontohkan ayat berikut:

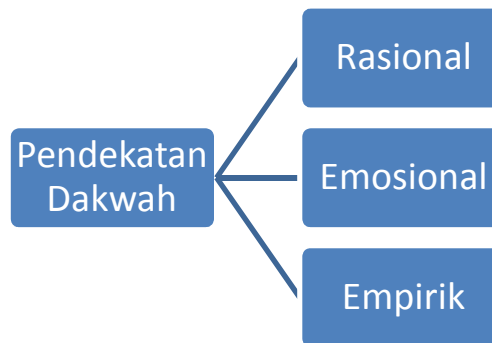
إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ وَالْفُلُوكِ الَّتِي تَجْرِي فِي الْبَحْرِ بِمَا يَنْفَعُ النَّاسَ وَمَا أَنْزَلَ اللَّهُ مِنَ السَّمَاءِ مِنْ مَاءٍ فَأَحْيَا بِهِ الْأَرْضَ بَعْدَ مَوْتِهَا وَبَثَّ فِيهَا مِنْ كُلِّ دَابَّةٍ وَتَصْرِيفِ الرِّيَّاحِ وَالسَّحَابِ الْمُسَخَّرِ بَيْنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ لَآيَاتٍ لِقَوْمٍ يَعْقِلُونَ (البقرة: 164)

Sesungguhnya dalam penciptaan langit dan bumi, silih bergantinya malam dan siang, bahtera yang berlayar di laut membawa apa yang berguna bagi manusia, dan apa yang Allah turunkan dari langit berupa air, lalu dengan air itu Dia hidupan bumi sesudah mati (kering) -nya dan Dia sebarkan di bumi itu segala jenis hewan, dan pengisaran angin dan awan yang dikendalikan antara langit dan bumi; Sungguh (terdapat) tanda-tanda (keesaan dan kebesaran Allah) bagi kaum yang memikirkan. (QS:2:164)

- 2) Manusia selain berperasaan juga sangat memperhatikan bukti nyata, artinya untuk menilai sesuatu benar apa salah memerlukan bukti empirik.
- 3) Indra berfungsi untuk mengamati dan menemukan sesuatu yang belum diketahui, penggunaan panca indra dalam menyampaikan dakwah berarti telah memanfaatkan fungsi tersebut, sekaligus menambah keyakinan, karena bagi

sebagian orang malah justru menganggap pengalaman indrawi sebagai cara untuk mencapai kebenaran.

Selain ketiga pendekatan di atas masih bisa digali pendekatan –pendekatan yang lain, apa yang penulis kemukakan hanyalah kerangka pendekatan yang nantinya mewadahi berbagai metode dakwah yang disarikan dari al-Quran dan al-Sunnah.



### **Metode Dakwah: Hikmah, Nasehat, Perdebatan, Keteladanan**

Pengertian metode dakwah sebagaimana telah diungkapkan terdahulu adalah: metode yang dilalui seorang da'i dalam menyampaikan dakwahnya., atau metode yang dipakai dalam penerapan pendekatan dakwah.

Metode dakwah terdapat pada sejumlah pendekatan yang dipakai dalam berdakwah yang dihimpun dalam satu system. Sejumlah metode yang menggerakkan perasaan dan emosional yang mencerminkan kemampuan metodologi secara emosional disebut pendekatan emosional, cara –cara yang memicu manusia untuk berpikir, merenung, serta menyimpulkan merupakan pendekatan rasional. Sejumlah cara yang dimiliki indera dan pengalaman empiris manusia, menjadi pendekatan empirik.

Melihat banyak macam dan ragamnya metode tersebut sangatlah sulit untuk mereduksi pengertian metode berdakwah. Al-Qur'an telah mengisyaratkan sebagian pengertian tersebut secara jelas dan langsung, ada juga yang hanya sepintas saja. Namun kita temukan seluruh cara-cara berdakwah tersebut apa yang digunakan oleh al-Qur'an dan al-Sunnah, atau paling tidak cara-cara tersebut tidak lepas dari arahan al-Qur'an dan al-Sunnah.

Dalam bab ini akan dikemukakan beberapa pokok cara-cara berdakwah baik yang dinaskan al-Qur'an secara jelas, atau apa yang dipahami dari sejumlah teks nash al-Qur'an, atau yang dipahami dari realitas dakwah yang dilakukan Nabi dalam sunnahnya. Dalam pembahasan ini akan dibatasi pada empat pokok bahasan. Dan setiap cara akan dibahas dalam satu bab, di situ akan saya bahas pengertian, landasan dan kelebihan serta masalah-masalah yang berhubungan dengannya..

Menerangkan cara-cara berdakwah tersebut Allah SWT berfirman:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ (النحل:125)

Serulah kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah, maizah hasanah, dan debatlah mereka dengan cara yang terbaik, Tuhanmu maha mengetahui siapa yang tersesat dari jalanNya dan Ia maha mengetahui siapa yang mendapat petunjuk. Jika mereka melawanmu, hadapilah sebagaimana mereka memperlakukanmu, dan jika kamu mau bersabar, maka kebaikanlah bagi orang yang sabar, bersabarlah, dan kamu bisa bersabar hanya karena pertolongan Allah. Janganlah kamu bersedih karena mereka, jangan pula kamu merasa sesak karena ulah mereka, sungguh Allah bersama orang yang takwa dan berbuat baik. (QS:16:125)

### 1. Metode Hikmah

Hikmah secara bahasa memiliki beberapa arti: *al-Adl*, *al-Ilm*, *al-Hilm*, *al-Nubuwwah*, *al-Qur'an*, *al-Injil*, *al-Sunnah* dan lain sebagainya. Hikmah juga diartikan *al-Ilah*, atau alasan suatu hukum, diartikan juga *al-kalam* atau ungkapan singkat yang padat isinya. Seseorang disebut hakim jika dia didewasakan oleh pengalaman, dan sesuatu disebut hikmah jika sempurna.

Para ulama telah mendepinisikan kata hikmah secara istilah yang diambil dari pengertian bahasa tersebut antara lain:

- 1) Al-Hikmah; “mencapai kebenaran dengan ilmu dan akal” Al-Hikmah dari Allah adalah mengetahui sesuatu dan menciptakannya

secara sempurna, dan hikmah bagi manusia adalah mengetahui apa-apa yang diciptakan Allah dan perbuatan baik.

- 2) Pengertian lain, hikmah adalah mengetahui suatu yang terbaik dengan pengetahuan yang paling baik.
- 3) Meletakkan sesuatu pada tempatnya.
- 4) Ketepatan ucapan dan perbuatan secara bersamaan.

Ibnu Katsir menafsirkan kata *hakim*, dengan keterangannya hakim dalam perbuatan dan ucapan hingga dapat meletakkan sesuatu pada tempatnya.

Dari berbagai pengertian ini jelaslah bahwa yang dimaksud dengan metode hikmah adalah metode meletakkan sesuatu pada tempatnya, dengan demikian berarti mencakup semua teknik dakwah.

Metode ini memiliki kelebihan yang nampak pada beberapa hal berikut: pertama dari makna hikmah yang mengakomodir kedua hikmah teoritis dan praktis, dan seorang tidak dikatakan hakim (bijak) jika tidak bisa berbuat bijak secara teoritis dan praktis. Kedua Allah sendiri memilih kata *hakim* sebagai salah satu nama-Nya yang diulang dalam al-Qur'an lebih dari 80 kali. Ketiga hikmah merupakan salah satu isi hati Nabi SAW. sebagaimana dalam hadits disebutkan: “dibukalah atap rumahku dan aku di Makkah, lalu turunlah Jibril, lalu dibelahlah dadaku, kemudian dicuci dengan air zamzam, lalu ia membawa bokor emas yang berisikan hikmah dan iman, kemudian dituangkan dalam dadaku, lalu dikukuhkannya” (Muttafaq Alaih). Keempat di antara pekerjaan Rasulullah adalah mengajarkan hikmah, “dan dia mengajarkan kamu hikmah dan kitab.” Kelima Allah menganjurkan untuk berdakwah dengan metode ini: “serulah ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan mauidzah hasanah...” Keenam pemberian yang paling berharga yang diberikan kepada manusia.: “Ia memberi hikmah kepada siapa yang dikehendaki-Nya, barang siapa yang diberi hikmah berarti telah diberi kebaikan yang banyak.” Ketujuh seseorang boleh iri karena hikmah yang didapat orang lain di dunia ini, hadits Rasul SAW: Tidak ada iri keculai dalam dua hal: kepada seseorang yang diberi

harta oleh Allah lalu dia bisa menguasainya dengan haq hingga tidak menghancurkan dirinya, dan seseorang yang diberi hikmah lalu ia mengamalkan dan mengajarkannya<sup>109</sup>.

Dan banyak lagi bukti keutamaan dan kelebihan metode hikmah baik dari nash maupun lainnya. Dalam hal ini Imam Bukhari membuat bab tersendiri dari hadits yang berkenaan dengan hikmah dan sejenisnya, beliau ungkapkan berikut:

“Bab siapa yang meinggalkan untuk memimilih karena takut orang lain memahami hal itu setengah-setengah, akhirnya justru mereka terjerumus pada yang lebih parah (dari yang dikhawatirkan). Dalam hadits diungkapkan: “hadapilah manusia sesuai dengan derajatnya”

Dari segi tehnik metode hikmah memiliki ciri antara lain: pertama, memilih metode yang sesuai untuk diterapkan pada situasi dan kondisi yang tepat, karena sering kali suatu metode sesuai untuk situasi tertentu dan untuk menghadapi kondisi tertentu namun tidak sesuai pada kondisi yang lainnya. Untuk menghadapi kondisi emosional harus menggunakan metode emosional, sebagaimana metode rasional dipakai untuk kondisi yang rasional, demikian juga metode empirik hanya bisa dipakai pada kondisi empirik.

Berkeaan dengan ini Rasulullah saw menggunakan seluruh tehnik dakwah; emosional, rasional dan empiris secara bersamaan ketika menghadapi pemuda yang meminta izin belaiu untuk berzina. Imam Ahmad dalam *musnadnya* meriwayatkan dari Abi Umamah ra : Bahwa seorang pemuda menghadap Nabi saw seraya berkata: Ya Rasulullah, izinkan aku berbuat zina, orang-orang menatapnya sambil menyangkalnya dan mengatakan: mah, mah,. Lalu Nabi berkata: Dekatkan dia padaku, lalu anak muda itu mendekati Nabi dan duduk, Rasulullah saw bertanya: apakah engkau menghendaki perbuatan itu terhadap ibumu? Ia jawab, Demi Allah tidak sama sekali, kata Nabi, demikian juga semua orang tidak menghendaki hal itu terjadi pada ibu mereka. Lalu beliau bertanya lagi, apakah engkau menghendaki hal itu terjadi pada anak perempuanmu? Ia jawab. Demi Allah sama sekali tidak. Kata Nabi, demikian juga seluruh manusia tidak menghendaki hal itu terjadi pada anak perempuan mereka. Lalu beliau bertanya lagi, apakah engkau menghendaki hal itu terjadi pada saudara

---

<sup>109</sup> Al-Bayânûniyy, *Al-Madkhal* ...h, 250

perempuanmu? Ia menjawab demi Allah tidak sama sekali. Lalu nabi berkata; demikian juga seluruh manusia, tidak menghendaki hal itu terjadi pada saudara perempuannya. Apakah engkau menghendaki hal itu terjadi pada bibimu? Ia jawab, demi Allah tidak sama sekali, lalu nabi berkata: demikian juga orang lain tidak mau hal itu terjadi pada bibi dari bapakmu mereka. Tanya Nabi lagi, apakah kamu menghendaki hal itu terjadi pada bibi dari ibumu? Ia menjawab ,demi Allah sama sekali tidak, lalu Nabi katakana; demikian juga orang lain tidak menghendaki hal itu terjadi pada bibi mereka. Lalu Rasulullah saw meletakkan tangannya di bahu pemuda itu smabil berdoa: Ya Allah ampunilah dosanya, bersihkanlah hatinya, jagalah kemaluannya, sejak itu anak muda itu tidak pernah melirik perbuatan buruk.

Perkataan Rasulullah saw pada pemuda itu “dekatkan dia” lalu “menyimpan” tangannya pada dari pemuda itu , serta “mendoakan” pemuda itu adalah tehnis emosional yang menyentuh perasaan dan nurani. Kemudian diskusi dengan menggunakan analog serta dialog yang baik (mujadalah bil husna) adalah termasuk tehnis rasional.

Penggunaan kedua tehnis ini secara bersamaan merupakan ciri betapa bijaknya beliau dalam memilih tehnis berdakwah. Karena seorang anak muda mendatangi Rasul saw untuk minta izin berbuat zina, mencerminkan bahwa anak tersebut lemah, tergoncang keseimbangan emosinya dan kepribadiannya, serta insting bawah sadarnya mendorongnya untuk berbuat zina, namun imannya membentengi dirinya serta mendorongnya untuk minta izin kepada Nabi, permohonan izin untuk berbuat zina merupakan indikator adanya penyakit di satu sisi dan adanya kebaikan di sisi lain pada diri pemuda itu, karena kalau tidak ada kebaikan niscaya ia akan berzina sebagaimana yang lainnya tanpa harus mohon izin terlebih dahulu. Maka untuk menghadapinya Rasulullah saw menguasai masalah kepribadian tersebut memenuhi kebutuhan kejiwaan anak muda itu dengan menggunakan dua metode pendekatan tadi secara bersamaan, hingga bisa menyelamatkan pemuda itu dan mengembalikan keseimbangan jiwanya.

Kedua memilih format yang cocok dari tehnis yang dipakai. Banyak format dari satu tehnis dakwah, dan “hikmah” menuntut adanya pemilihan format yang sesuai untuk berbagai situasi. Apa yang dikatakan dalam kondisi “bahagia” berbeda dengan apa yang disampaikan pada kondisi “sedih”. Apa yang disampaikan saat kondisi “sulit dan pailit”



berbeda dengan saat “serba mudah dan makmur”. Ada tempat saat menyeru (persuatif), ada tempat saat melarang (perepentif), Bagi orang penakut misalkan, maka baik dipakai tehnik persuasif dan pengharapan, sedangkan bagi seorang yang dikuasai ambisi dan pengharapan, baik dipakai tehnik prepentif.

Berkenaan dengan ini sangatlah berbeda cara Nabi untuk berdakwah ketika menghadapi seorang A’rab yang menghadap beliau untuk menayakan tentang kewajiban –kewajiban yang harus dilakukan seorang muslim seraya berkata: “ Demi Allah aku tidak akan menambah atau mengurangi dari info yang diberikan Nabi ini” dengan sikap beliau ketika menghadapi para fukara kaum muslimn yang menghadap beliau untuk meminta tambahan pemberian hingga mereka mengucapkan “ Orang orang pemalas telah mendapatkan pahalanya.”

Sebagaimana perbedaan tehnik nabi saat berdakwah secara terbuka dengan saat berdakwah secara tertutup di Rumah al-Arqam. Begitu juga sikap beliau saat perang dan saat perjanjian damai Hudaibiyah.

Lihat juga bagaimana cara Rasulullah saw menanggulangi “kecemburuan” para istrinya , begitu juga metode-metode lainnya.

Ketiga mempedomani skala prioritas, yaitu mulai dari memberi pengertian, kemudian nasihat, kemudian ketegasan lalu dengan tindakan keras (bil yad), ancaman dan terakhir dengan pukulan.

Firman Allah:

واللاتي تخافون نشوزهن فعظوهن واهجروهن في المضاجع واضربوهن فإن أطعنكم فلا تبغوا عليهن  
سبيلا إن الله كان عليا كبيرا (النساء:34)

Dan yang kamu khawatirkan nusuz, nasihatilah dia, lalu biarkan tidur sendiri, lalu pukullah dia.(QS:4:34)

Dalam hadist diungkapkan: Barang siapa melihat kemunkaran, hendaklah dia rubah dengan tangannya, jika tidak bisa dengan lisannya, dan jika tidak bisa maka dengan hatinya, dan tindakan itu termasuk selemah-lemahnya iman.

Ayat tadi memberikan petunjuk derajat prioritas dan mencegah kemunkaran, sebagaimana dijelaskan dalam hadits skala prioritas tersebut dengan memuali dari yang paling kuat, lalu diikuti dengan yang dibawahnya, lalu dibawahnya lagi, tidak ada pertentangan antara perhatian terhadap derajat perubahan dengan penerapannya dalam praktek antara tingkatan dengan tingkatan lainnya. Maka bagi juru dakwah hendaknya memperhatikan susunan sakala prioritas tersebut , dan jika tidak mempedomani susunan tersebut, berarti tidak termasuk hikmah dalam dakwahnya.

Lihat bagaimana tehnik Umar bin al-Jamuh ra saat menyeru bapaknya. Juga tehnik Ibnu Rawahah saat menyeru Abu Darda kepada Islam.

Keempat menginventarisir faktor-faktor pendukung dan sarana dakwah yang dapat diamati dalam rangka memilih tehnik yang dipakai dan bersifat prepentif. Metode menghadapi orang bodoh sangatlah berbeda dengan metode menghadapi musuh, sebagaimana metode menghadapi orang lemah berbdeda dengan menghadapi seorang penentang yang juga panatik.

Perbedaan ini menuntut kepribadian dai yang mampu membedakannya dengan cermat. Dalam hal ini beberapa hal berikut ini harus diperhatikan:

- 1) Prinsip pengkalisifikasian factor pendukung adalah husnudzan terhadap muslim dan menghindari permusuhan.
- 2) Seorang dai harus menyembunyikan klasifikasi yang dia buat , lalu memyusun strategi untuk menghadapi sasaran berdasarkan klasifikasi tersebut, dan jangan sampai menghadapi sasarannya dengan menggunakan hasil klasifikasi tadi, karena walaupun penilaiannya betul, tidak mustahil menimbulkan kegagalan.
- 3) Memilih metode yang tepat untuk menghadapi sasaran dengan klasifikasi yang dia dapat.

- 4) Mempertimbangkan situasi dan kondisi dakwah publik dan dakwah interpersonal . Karena metode dakwah berbeda antara satu situasi dengan situasi lainnya dari satu kondisi dengan kondisi lainnya. Metode dakwah di negara muslim misalkan, berbeda dengan metode dakwah di negara non muslim.

Adalah satu perbuatan hikmah jika berdakwah di negara muslim yang menerima dakwah dengan membuat lembaga resmi guna menyelenggarakan dakwah tersebut, juga membuat lembaga sosial swasta yang bergerak dibidangnya dan diakui keberadaannya. Adalah tidak tepat jika mempraktekan seperti lembaga lain yang dalam kondisi gerakan dakwah bawah tanah, yang hanya cocok untuk negara-negara non muslim.

Karena kewajiban dai di negara muslim adalah menjaga dan memelihara kemusliman, memperkuat serta memperbaikinya, jika lemah, atau pasik atau dzalim, sedangkan jika tidak ada, tugas gerakan muslim adalah mewujudkannya.

Pergerakan bawah tanah di negara muslim, walaupun baik lebih banyak negatifnya dari pada positifnya. Karena para dai sering kali terjebak untuk memerangi yang seharusnya tidak diperangi, serta menjerumuskan orang pada ketaatan dan kepatuhan yang samara dalam kepemimpinannya, sehingga dakwahnya dipahami sebagai menentang dan mengkritik negara Islam, tidak untuk negara islam dan tidak pula berdakwah karenanya, kemudian pemerintahan muslim juga akan memeranginya bahkan berusaha menghancurkannya.

Kebanyakan para dai salah mengartikan hikmah dari segi ini, mereka menggambarkan negara Islam dengan konsep yang menentang pemerintahan yang berjalan walaupun pemerintahan tersebut tidak memisahkan antara negara dengan urusan lainnya, karenanya mereka jadi banyak musuhnya, dan mengurangi teman, mereka memilih kegagalan dalam dakwahnya dalam kegelapan, suatu hal yang harus dihindari, dan dengan demikian mereka juga kurang memberi arti bagi kehidupan manusia.

Apa yang harus di ingat dalam masalah ini adalah, bahwa menilai suatu negara apakah Islam atau kafir , apakah dzalim atau fasik, negara yang harus diperangi atau tidak, serta menentukan sikap terhadapnya serta membangun metode yang tepat baginya, tidaklah diperbolehkan bagai individu maupun kelompok untuk menghukumnya sesuai

dengan ijtihad dan pandangannya, hingga ijtihadnya berbeda dan teknisnya juga berbeda, namun harus dikembalikan kepada ahlinya dengan jalan mengadakan pertemuan, merekalah nanti yang akan mengukur dan menentukan serta menjelaskan “penilaian” berdasarkan syariah serta pertimbangan dakwah yang matang. Dengan penilaian tersebut diharapkan hilanglah pertentangan dan ketidak menentuan dalam masyarakat , dan dakwah dapat menuai hasilnya dengan izin Allah.

Dalam prakteknya metode ini memerlukan sarana baik sarana yang bersifat ma’nawiyah maupun sarana material. Sarana maknawiyah seperti akhlak karimah dan sifat terpuji, seorang da’i harus memperhatikan akhlak dan sifat terpuji serta berjuang untuk mewujudkannya dalam dirinya. Serta memilih tingkahlaku yang tepat untuk kondisi yang tepat, sesuai dengan keadaan apakah lemah lembut, tegas dan keras, memaafkan atau melawan, sebagaimana digambarkan Allah SWT “ keras terhadap orang kafir dan lemah lebut terhadap sesamanya” dan firmanNya “ lemah lembut terhadap orang mu’min dan keras terhadap orang kafir” Bukanlah hikmah jika berbuat kasar pada saat harus lemah lembut atau sebaliknya.

Adapun sarana material: seperti menggunakan peralatan yang diperbolehkan dan mudah didapat sesuai dengan zamannya siapapun dan dimanapun dia diproduksi. Hal itu berarti kesyukuran kepada Allah atas tersedianya sarana itu dan merupakan usaha maksimal dalam dakwah dan menjalankan tugasnya. Menghindari penggunaan media yang diharamkan, karena hukum media yang berlaku adalah hukum ghayah, dan hukumnya tidak menjadi halal karena dipakai dakwah. Membersihkan media yang bermnafaat (bernilai ) ganda antara halal dan haram, setelah jelas halal baru digunakan dalam dakwah. Sebagaimana Rasulullah SAW menggunakan media yang berlaku pada saat itu setelah dilakukan perubahan.<sup>110</sup> Selanjutnya bersikap terbuka dalam menggunakan media yang hukumnya dalam khilafiyah dalam masalah yang sangat darurat dan sangat memerlukan dengan mempretimbangkan maslahat dakwah secara umum, serta bersikap hati-hati untuk menggunakannya saat tidak begitu diperlukan.

---

<sup>110</sup> Pada masa Jahiliyah ada kebiasaan jika seseorang ingin memberitakan suatu berita yang penting dia akan naik bukit Sofa sambil telanjang dan berteriak mengumumkan berita tsb. Media ini oleh Nabi dipakai, namun tidak dengan bertelanjang.

Seorang da'i juga harus senantiasa meningkatkan media dakwah untuk menutupi kebutuhan dakwah dan mengimbangi media yang dimiliki musuh. Firman Allah:

“Dan siapkanlah kekuatan semampu yang kamu bisa seperti kuda-kuda perang yang ditambat untuk menggentarkan musuh-musuh Allah dan musuh kamu sekalian.” (QS:8:60).

### **Keutamaan Metode Hikmah:**

Metode hikmah memiliki keutamaan antara lain bahwa metode ini dapat dipelajari karena hikmah adalah tingkahlaku yang baik dan sifat yang mulia yang dapat dipelajari sebagaimana sifat dan tingkah laku lainnya. Firman Allah “Dan dia mengajarkan kamu al-kitab dan al-hikmah” dan dalam hadits, “menunaikan hikmah dan mengajarkannya”.

Adapun cara-cara mempelajarinya dengan membaca al-Qur'an dan Sunah Nabi serta sejarah hidup nabi dengan tujuan untuk mentadabur dan mentafakurinya. Bergaul bersama para Hukama serta mengambil ilmu dari mereka dan dari perjalanan hidupnya. Kemudian dengan menjalankan apa yang telah didapat itu dalam dakwah dan dalam perjuangan hidupnya. Bisa juga dengan mengambil pelajaran dari pengalaman dakwah seseorang.

Keutamaan lain adalah bahwa metode ini besar pengaruhnya dalam dakwah, seorang juru dakwah yang hakim (bijak) dapat mencapai sasaran yang tidak bisa dicapai oleh yang lainnya. Diantaranya: Dapat mencapai tujuan dengan cepat dan hasil yang banyak serta resiko yang sedikit (efisien). Dapat mendekatkan hati pada kegiatan dakwah dan para dai, serta menghilangkan permusuhan. Firman Allah;

“Tolaklah kejahatan itu dengan cara yang lebih baik, hingga orang yang tadinya bersikap bermusuhan dengan kamu menjadi seakan-akan teman baik, sifat-sifat yang baik itu hanya dianugerahkan kepada orang yang sabar dan orang yang memiliki kebernutungan yang besar.”

## **2. Metode Maudzah Hasanah (Nasihat)**

Secara etimologis mauidzah pembentukan dari kata waadza –yaidzu-wa’dzan dan Idzatah, yang berti menasihati dan mengingatkan akibat suatu perbuatan, berarti juga menyuruh untuk mentaati dan memberi wasiat agar taat. Al-hasanah lawan dari sayyiat, maka dapat dipahami bahwa mauidzah dapat berupa kebaikan dapoat juga berupa kejahatan, hal itu tergantung pada isi yang disampaikan seseorang dalam memebrikan nasihat dan anjuran, juga tergantung pada metode yang dipakai pemberi nasihat.

Atas dasar itu maka perintah untuk mauidzah disertai dengan sifat kebaikan, “serulah ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan mauidzah hasanah...” karena kalau kata mauidzah kalau dipakai tanpa embel-embel di belakangnya pengertiannya harus dipahami sebagai mauidzah hasanah seperti firman Allah QS al-Nahl ayat 125:

واللاتي تخافون نشوزهن فعظوهن واهجروهن في المضاجع واضربوهن فإن أطعنكم فلا تبغوا عليهن  
سبيلا إن الله كان عليا كبيرا (النساء:34)

“Maka berilah ia nasihat yang baik , lalu biarkan dia tidur sendirian, lalu pukullah dia..” Dan kata mauidzah hasanah dalam istilah dakwah berarti sinonim dari nasihat, dan nasihat memiliki format yang banyak, diantaranya: Perkataan yang jelas, dengan lemah lembut, firman Allah: “ dan berkatalah kepada manusia dengan perkataan yang baik..” bisa juga berupa isyarat lembut / halus yang dapat dipahami, atau berbentuk ta’rîd, kinayah dan tauriyah, (semuanya berarti cara menjelaskan dengan indah). Boleh juga mengambil bentuk cerita atau kisah, khutbah yang mengesankan serta anekdot. Atau dalam bentuk lain seperti mengingatkan akan ni’mat dengan respon yang diharapkan adalah syukur. Peberian reward & punishment, tindakan persuatif & prepentif, janji akan kemenangan serta nasihat akan ketabahan dan kesabaran.

Dan cara-cara lain baik yang langsung maupun tidak langsung yang dapat mengesankan bagi sasaran dakwah yang dapat memotivasinya untuk meresponi seruannya. Dalam al-Qur’an dan al-Sunnah banyak sekali didapat contoh-contoh dari formula tersebut.

### **Dasar-Dasar Metode Mauidzah Hasanah:**

- 1- Ada perintah yang jelas untuk menggunakan metode tersebut:

فقولا له قولا لينا لعله يتذكر أو يخشى (طه:44)

“Serulah ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan mauidzah hasanah...”. “maka kalian berdua bicaralah kepadanya dengan lemah lembut mudah-mudahan dia ingat atau takut..”

وقولوا للناس حسنا (البقرة:83)

“Dan berbicaralah kepada manusia dengan baik..”

وعظهم وقل لهم في أنفسهم قولا بليغا (النساء:63)

"Dan nasihatilah mereka, serta sampaikanlah kepada mereka , pada jiwa mereka, perkataan yang mengena..”

- 2- Rasulullah saw menjadikan nasihat sebagai dasar agama, dengan sabdanya: Agama adalah nasihat” dan nasihat adalah sinonim dari mauidzah hasanah sebagaimana telah diungkap dahulu.
- 3- Rasulullah saw membaiai Shahabat agar memberi nasihat kepada setiap muslim, dalam haditsnya diungkapkan “ Aku dibaiai oleh Rasul saw untuk mendirikan shalat mengeluarkan zakat dan memberi nasihat kepada seluruh muslim”.
- 4- Para nabi menggunakannya, sebagaimana diceritakan dari Nuh as

وأنصح لكم

“ .. dan aku menasihati kamu sekalian” begitu juga Nabi Hud

وأنا لكم ناصح أمين (الأعراف: 68)

“ Aku adalah pemberi nasihat yang dapat dipercaya”

### **Kelebihan Metode Mauidzah Hasanah:**

Mauidzah hasanah memiliki beberapa kelebihan: Pertama ungkapanannya lembut dan indah, sesuai dengan keadaan, karenanya nasihat (mauidzah hasanah) harus

menggunakan ungkapan yang lembut dan kata-kata yang sesuai. Kedua kaya akan format dan ragam, hingga para dai dapat memilih format yang paling sesuai dengan keadaan. Ketika memiliki pengaruh besar pada jiwa audien, ini nampak pada hal berikut: Maudzah lebih bisa diterima dan mendapat respon; Menanamkan rasa cinta dan sayang di hati para audien; Melokalisir kemunkaran dan mencegah penyebarannya, karena mereka merasa malu, walaupun tidak merespon untuk meninggalkan kemunkaran, namun minimal mereka tidak melakukannya secara terang-terangan hingga kemunkaran tersebut terlokalisir.

Sebagai contoh Nabi menggunakan metode ini pada A'raby yang kencing di Mesjid, dalam hadits diceritakan: “ Dari Anas ra, ia bercerita : Ketika kita duduk di mesjid tiba-tiba datang A'raby lalu kencing, para sahabat lalu mengatakan “ Mah” (kalimat berarti menghardik) kata Rasul saw, janganlah kalian menyalahkannya, biarkanlah, maka para sahabatpun membiarkan hingga selesai kencingnya, lalu Rasul memanggilnya dan berkata: Mesjid ini tidak pantas untuk kencing maupun kotoran, tapi hanya cocok untuk berdzikir , shalat dan baca al-Qur'an, ataua sebagaimana Rasulullah saw sampaikan. Anas melanjutkan ceritanya, Rasul memanggil salah seorang dari kaum yang berkumpul itu untuk membersihkannya dengan air.”

Contoh lain sikap Rasul saw saat perang Hunain. Saat membagikan ghanimah, beliau melihat kaum Anshar menyimpan sesuatu, lalu beliau berkhotbah: mengingatkan mereka akan ni'mat Allah dan menasihati mereka dengan nasihat yang baik”<sup>111</sup>.

### 3. Metode Berdebat

Berdebat menurut bahasa berarti berdiskusi atau beradu argumen. Disini berarti berusaha untuk menaklukkan lawan bicara sehingga seakan ada perlawanan yang sangat kuat terhadap lawan bicara serta usaha untuk mempertahankan argumen dengan gigih. Secara epistemologis berdebat sebagaimana didefinisikan para ulama adalah sebagai berikut: Usaha yang dilakukan seseorang dalam mempertahankan argumennya dalam menghadapi lawan bicaranya. Diartikan juga sebagai cara yang berhubungan dengan pengukuhan pendapat atau mazhab. Bisa juga sebagai usaha membandingkan berbagai dalil atau alasan untuk mencari yang paling tepat .

---

<sup>111</sup>Al-Bayânûniyy, *Al-Madkhal* .... h, 260



Perdebatan memiliki dua sifat dengan cara baik dan dengan cara tidak baik sebagaimana firman Allah:

وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ (النحل:125)

Debatlah mereka dengan cara yang lebih baik (QS:16:125).

وَيُجَادِلِ الَّذِينَ كَفَرُوا بِالْبَاطِلِ لِيُدْحِضُوا بِهِ الْحَقَّ (الكهف:56)

Dan orang kafir mendebat dengan alasan yang bathil untuk melenyapkan kebenaran...

Melihat macam perdebatan ini Al-Qur'an menyarankan perdebatan yang terbaik sehingga menjadi metode yang dianjurkan. Sebagaimana diungkapkan dalam nashnya sebagai salah satu metode berdakwah. Metode perdebatan yang baik tersebut merupakan salah satu metode dakwah rasional (*manhaj aqly*) adapun bentuknya bisa berupa diskusi, tukar pandangan atau dialog.

Dalam prakteknya metode ini hanya dipakai untuk mempertahankan dan meluruskan kegiatan dakwah jika dihadapkan pada perlawanan dari pihak yang diseru, dan tidak dianjurkan untuk dipakai jika tidak ada perlawanan. Itupun hanya bisa digunakan jika dilakukan dengan argumen yang terbaik, serta cara yang terbaik pula.

### **Dasar –dasar Metode Perdebatan:**

- 1- Debat merupakan fitrah manusia: Dari sini manusia bisa dilihat menjadi dua kategori baik dan tidak baik jika dilihat dari sifatnya apakah dia membantah terhadap kebenaran atau sebaliknya.

وَكَانَ الْإِنْسَانُ أَكْثَرَ شَيْءٍ جَدَلًا (الكهف: من الآية54)

Bahwa manusia selalu membantah

Sebagaimana firman yang lain:

يُجَادِلُونَكَ فِي الْحَقِّ بَعْدَ مَا تَبَيَّنَ (أنفال:6)

Mereka membantahmu setelah mendengar kebenaran yang nyata

قَدْ سَمِعَ اللَّهُ قَوْلَ الَّتِي تُجَادِلُكَ فِي زَوْجِهَا (المجادلة:1)

Sesungguhnya Allah mendengar perkataan wanita yang mengajukan gugatan kepada kamu tentang suaminya.....

2- Allah memerintahkan untuk menggunakan metode berdebat:

وَجَادِلْهُمْ بَالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ (النحل:125)

Dan debatlah mereka dengan cara dan argumen yang terbaik

وَلَا تُجَادِلُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ (العنكبوت:46)

Jangan kamu mendebat *ahlulkitab* kecuali dengan cara dan alasan yang terbaik...

3- Metode ini digunakan oleh para nabi dalam dakwah mereka:

Ini dapat dilihat dari kisah yang diceritakan Allah dalam al-Qur'an tentang nabi Nuh as berikut :

قَالُوا يَا نُوحُ قَدْ جَادَلْتَنَا فَأَكْثَرْتَ جِدَالَنَا (هود:32)

Hai Nuh, kamu telah mendebat kami, mendebat kami dalam banyak hal.....

أَلَمْ تَرَ إِلَى الَّذِي حَاجَّ إِبْرَاهِيمَ فِي رَبِّهِ (البقرة:258)

Tidakkah kamu melihat orang yang mendebat Ibrahim tentang Tuhannya...

4- Metode ini dipakai sejak masa sahabat hingga sekarang, para ulama salaf menggunakannya dengan baik, dan mereka menghindari perbuatan debat yang tercela.

Metode ini memiliki beberapa tata laksana atau adab yang harus diperhatikan dalam praktek penggunaannya ada yang berkaitan dengan metode dan cara penggunaannya ada juga yang berkaitan dengan motivasi apa yang dibutuhkan hingga debat menghasilkan yang terbaik dan berbekas.

Tatacara berdebat ini biasanya para ulama memfokuskan pada tiga hal pokok: pertama berkenaan dengan tujuan dan cara berdebat, kedua metode dan ciri berdebat yang baik, dan terakhir masil dan bekas dari debat.

Metode debat mempunyai beberapa keutamaan anantara lain: Berpegang pada ilmu pengetahuan: Perdebatan tanpa pengetahuan adalah omong kosong belaka, karenanya metode ini sangat menyandarkan pada pengetahuan dan ilmu. Allah SWT melarang hamba-Nya untuk berdebat tanpa ilmu pengetahuan. Sebagaimana firman-Nya:

يَا أَهْلَ الْكِتَابِ لِمَ تُحَاجُّونَ فِي إِبْرَاهِيمَ وَمَا أُنزِلَتِ التَّوْرَةُ وَالْإِنْجِيلُ إِلَّا مِنْ بَعْدِهِ أَفَلَا تَعْقِلُونَ هَا أَنْتُمْ هَؤُلَاءِ حَاجِّجْتُمْ فِيمَا لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ فَلِمَ تُحَاجُّونَ فِيمَا لَيْسَ لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ (آل عمران: 65-66)

Hai Ahli Kitab kenapa kamu saling berdebat mengenai Ibrahim, padahal Taurat dan Injil tidak diturunkan melainkan sesudah Ibrahim, apakah kamu tidak berpikir? Padahal kamu lebih pantas jika berdebat mengenai hal-hal yang telah kamu ketahui, namun kenapa kamu berdebat tentang apa yang tidak kamu ketahui, Allah mengetahui ketidaktahuanmu.

Keutamaan lain bahwa metode ini berusaha menegakkan argumen pada lawan: Metode ini sangat menekankan argumen yang kuat dan baik untuk memenangkan perdebatan. Adalah keliru jika seseorang berdebat tanpa argumen yang kuat. Firman Allah:

أَلَمْ تَرَ إِلَى الَّذِي حَاجَّ إِبْرَاهِيمَ فِي رَبِّهِ أَنْ آتَاهُ اللَّهُ الْمُلْكَ إِذْ قَالَ إِبْرَاهِيمَ رَبِّيَ الَّذِي يُحْيِي وَيُمِيتُ قَالَ أَنَا أَحْيِي وَأُمِيتُ قَالَ إِبْرَاهِيمَ فَإِنَّ اللَّهَ يَأْتِي بِالشَّمْسِ مِنَ الْمَشْرِقِ فَأْتِ بِهَا مِنَ الْمَغْرِبِ فَبُهِتَ الَّذِي كَفَرَ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ (البقرة: 258)

Apakah kamu tidak memperhatikan orang-orang yang mendebat Ibrahim tentang Tuhannya karena kekuasaan yang didapat dari Allah, Tatkala Ibrahim berkata Tuhanku adalah yang menghidupkan dan mematikanku, ia berkata aku yang menghidupkan dan mematikan, Ibrahi menjawab: sesungguhnya Allah yang menciptakan matahari terbit dari Timur, jika kamu benar cobalah terbitkan dari Barat, lalu orang kafir itu terdiam, Allah tidak membri petunjuk pada orang-orang yang musyrik.

Berkeenaan dengan ini Ibnu Taimiyah mengungkapkan: “Jika seseorang tidak mendebat oaring ateis atau ahli bid’ah, bukanlah seorang muslim yang baik, tidaklah ilmu dan imannya dikatakan sempurna, karena tidak menghasilkan ucapan yang menyejukkan hati dan tidak menghasilkan keyakinan...”

Keutamaan berikutnya metode ini memiliki faktor pendukung yang beragam; seperti faktor kepuasan jiwa dalam berdebat karena orang akan merasa puas jika pemikirannya dapat diterima orang lain atau bisa dengan puas menerima pendapat orang lain yang dinilai tepat. Tentang satu yang harus dilakukan mislakan. Faktor ilmiah: adalah merupakan kebiasaan manuyisia untuk mengetahui apa yang belum diketahuinya serta mendiskusikan tentang berbagai argumen untuk mencari yang paling tepat dalam tema bahasan tertentu. Faktor sosial, seperti semnagat fanatsime kelompok, atau mazhab atau tradisi yang dipegang teguh oleh nenek moyang mereka.

Semuanya menjadi penting untuk diketahui oleh seorang juru dakwah sebab dengan demikian dia dapat berhasil dalam dakwahnya dengan mempertimbangkan berbagai motif tersebut hingga mengetahui betul cara meminilih metode dan metode yang tepat untuk keberhasilan dakwahnya.<sup>112</sup>

#### **4. Metode Keteladanan**

Menurut bahasa qudwah berarti uswah yang dalam bahasa Indonesianya berarti keteladanan atau contoh. Menteladani atau mencontoh sama dengan mengikuti suatu pekerjaan yang dilakukan sebagaimana adanya. Untuk selanjutnya penulis menggunakan istilah ketekadanan atau teladan untuk pengertian teladan yang baik, karena kata teladan dalam bahasa Indonesia mengandung makna kebaikan.

Yang dimaksud keteladanan disini adalah keteladanan yang baik, dalam ayat yang dikemukakan di muka keteladanan sengaja diberi sifat baik karena dalam prakteknya bisa saja seseorang menjadi teladan yang buruk. Dalam hadits diungkapkan : Barang siapa yang membuat tradisi baik , maka baginya pahala atas apa yang dilakukannya serta pahala orang lain yang mengikuti tradisi twersebut tanpa mengurangi pahala mereka yang mengikutinya sedikitpun. Dan barang siapa yang membuat tradisi buruk, maka baginya

<sup>112</sup> Al-Bayânûniyy, *Al-Madkhal* ....h, 263-269

dosa serta dosa yang mengikutinya tanpa menguramngi dosa para pengikutnya sedikitpun.(HR. Muslim)

Dalam Islam qudwah hasanah dapat dibedakan pada dua bagian; pertama qudwah hasanah yang bersifat mutlak, yaitu suatu teladan atau contoh baik yang sama sekali tidak tercampuri keburukan karena statusnya benar-benar baik sebagaimana teladan yang diberikan Rasul SAW pada ummatnya. Status Rasul yang ma'shum (terbebas dari dosa) membuat beliau menjadi teladan mutlak bagi ummatnya, demikian juga teladan yang diberikan para nabi terdahulu.

Firman Allah SWT:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا (الأحزاب:21)

Dalam diri Rasulullah terdapat teladan yang baik bagi mereka yang menghendaki keridhaan Allah , kebahagiaan hari akhir, serta bagi mereka yang senantiasa mengingat Allah.

فَدَ كَانَتْ لَكُمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ فِي إِبْرَاهِيمَ وَالَّذِينَ مَعَهُ..... (الممتحنة:4)

Bagi kamu sekalian terdapat teladan yang baik dari Ibrahim dan pengikutnya.

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِيهِمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ.... (الممتحنة:6)

Pada diri mereka terdapat teladan yang baik bagi kamu sekalian yang menghendaki keridhaan Allah dan kebahagiaan hari akhir...

أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَى اللَّهُ فَبِهِدَاهُمْ أَقْتَدِهِ..... (الأنعام:90)

Mereka itulah yang diberi petunjuk oleh Allah, maka ikutilah petunjuk mereka.....

Kedua qudwah hasanah nisbi yaitu teladan yang terikat dengan apa yang disyariatkan oleh Allah SWT. Kerna status teladan itu dari manusia biasa bukan Rasul tauapun Nabi, keteladanan dari mereka seperti para ulama dan pemimpin ummat lainnya hanya sebatas jika tidak bertentangan dengan syariat Allah. Tidak ada ketaatan atau keteladanan dari mereka yang mengajak atau menyeru untuk menentang Allah. Keteladanan pada diri selain Rasul sering kali bersifat terbatas artinya hanya sebagian tindakannya

yang bisa diikuti sebagian lainnya tidak, hal itu karena keterbatasan manusia dalam menerapkan serta menyerap ajaran yang diterimanya.

Walaupun ada pembagian di atas metode keteladanan dalam hal kebaikan ini berlaku umum; apakah keteladanan atas para Nabi dan Rasul atau keteladanan terhadap orang-orang shaleh yang mengikuti jejak para Rasul. Karena yang ikutinnya adalah “kebaikan” nya.

### **Dasar-Dasar Metode Keteladanan:**

Dasar-dasar metode ini bisa dilihat dari beberapa alasan berikut:

- 1- Bahwa Allah SWT telah menjadikan tindakan para Rasul sebagai teladan bagi hamba-Nya, dalam arti tidak hanya menurunkan wahyu serta kitab suci kepada mereka melainkan lebih dari itu semua tindakan mereka para Rasul tersebut dijadikan teladan bagi hamba yang mengikutinya. Untuk itu Allah SWT menegaskannya sendiri dengan nash (teks) wahyu termasuk kisah dan cerita para Rasul dan pengikutnya yang shalih sekaligus anjuran untuk mengikutinya.

أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَى اللَّهُ فَبِهِدَاهُمْ أَقْتَدِهِ ..... (الأنعام:90)

Mereka itulah yang diberi petunjuk oleh Allah, maka ikutilah petunjuk mereka.....

- 2- Di antara fitrah manusia adalah suka mengikuti dan meniru, dan pengaruh asimilasi tersebut lebih besar daripada pengaruh yang didapat dari membaca atau mendengar. Terlebih lagi dalam hal-hal yang berkenaan dengan sikap dan tingkah laku. Pengaruh yang diterima melalui proses peniruan tersebut lebih membekas karena sifatnya fitri dan alami.
- 3- Pengaruh keteladanan berlaku untuk seluruh manusia dan tidak terikat dengan status sosial atau status intelektual, apakah keteladanan itu datangannya dari seorang yang buta huruf atau dari seorang penggembala sekalipun atau dia seorang intelektual sampai presiden. Sehingga seseorang dapat saja meniru tingkah laku

orang lain yang menurutnya baik walaupun dia tidak memahaminya. Itu terjadi karena kuatnya pengaruh yang datang dari keteladanan.

Berkenaan dengan ini Allah SWT memperingatkan betapa tercelanya kesenjangan antara ucapan dan tingkah laku, suatu motivasi dari Allah terhadap orang-orang yang sudah mengetahui kebenaran untuk menselaraskan dirinya dengan kebenaran yang diketahui bahkan diucapkannya tersebut, sehingga terbentuklah tingkah laku yang dapat dijadikan teladan oleh mereka yang ada di sekelilingnya.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ (الصف:3-2)

Hai orang yang beriman , mengapa kamu mengatakan sesuatu yang tidak kamu lakukan? sungguh besar murka Allah karena kamu mengatakan sesuatu yang tidak kamu kerjakan.

### **Kelebihan Metode Keteladanan:**

Metode keteladanan memiliki banyak kelebihan, di antaranya kemudahan dan kecepatan mencapai sasaran; selain mudah dilaksanakan juga lebih cepat dirasakan pengaruhnya, karena transformasi tingkah laku lebih cepat dibanding dengan perubahan karena nasihat atau ucapan. Selain itu transformasi tingkah laku serta internalisasi nilai melalui keteladanan lebih memuakan bagi kelompok sasaran jika dibandingkan dengan mendiskusikan suatu nilai tau mengangungkan suatu ajaran tertentu tanpa adanya tindakkkan kongkrit yang bisa dilihat.

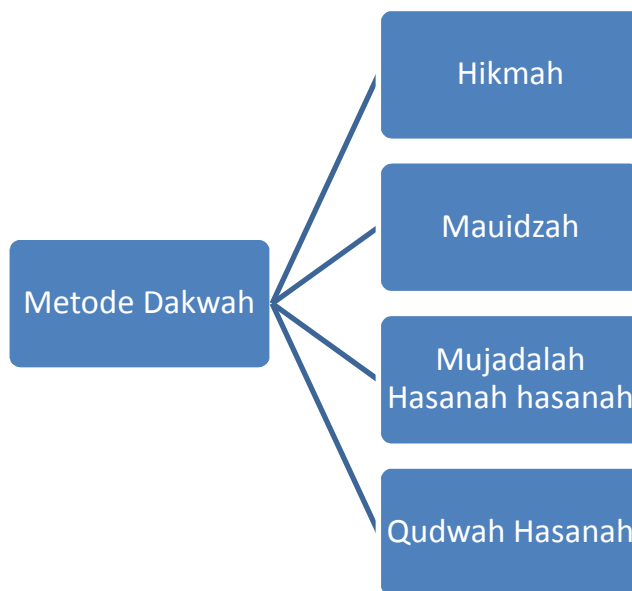
Ketutamaan lain adalah proses peniruan lebih aman dan terhindar dari kekeliruan, terlebih yang berkenaan dengan perkara-perkara yang pelik. Seperti bagaimana Rasul SAW mengajarkan praktek shalat dan haji, cukup dengan ucapan: “Shalatlah sebagaimana kamu sekalian melihat aku melaksanakannya”! serta ibadah haji dengan sabdanya: “Ikutilah perbuatan manasik yang aku lakukan!”. Sampai dalam kehidupan sehari-hari kita menemukan ungkapan bahwa pelajaran haji lebih susah teori dari prakteknya.

Metode ini juga lebih membekas pada diri seseorang serta lebih cepat mendapatkan respon, karena hal-hal yang bersifat praktek lebih cepat dipahami dan diikuti dibanding yang bersifat teoritis<sup>113</sup>.

Semua metode dan pendekatan yang dikemukakan di muka tidaklah bersifat kaku, namun dia sangatlah lentur dan dalam penggunaannya harus disesuaikan dengan keadaan itulah yang disebut hikmah, ada ketepatan penggunaan suatu cara sesuai dengan situasi yang mengitarinya.

Selain itu perlu juga penulis sampaikan bahwa pendekatan dan metode haruslah bersifat dinamis, artinya bisa dikembangkan sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan zaman serta perkembangan pengetahuan dan sarana yang ada dan tersedia.

Dalam penggunaan metode dakwah haruslah bervariasi sesuai dengan kebutuhan, hal ini menjadi penting karena gaya-gaya monoton akan membosankan serta menghambat penyampaian materi kepada sasaran.



<sup>113</sup> Al-Bayânûniyy, *Al-Madkhal ...h*, 271-274



# Kaidah Amar Ma'ruf & Nahyi Munkar

---

Pada masa tabiin istilah dakwah lebih dikenal dengan aktivitas amar ma'ruf nahyi munkar, para ulama seperti Ibnu Taimia (728 H) menulis risalahnya tentang *al-Amru bil Ma'ruf wa al-Nahyi anil-mukar*. Risalah singkat tersebut berisikan pengertian ma'ruf dan munkar serta tehnik dan metode amar ma'ruf dan nahyi munkar yang kita kenal sekarang dengan istilah dakwah.

Pada bahasan tentang amar *ma'ruf dan nahyi munkar* ini penulis akan menyajikan pengertian *Ma'ruf* dan *Munkar* sebagaimana yang dikemukakan Ibnu Taimia, lalu menukilkan juga beberapa prinsip *amar ma'ruf dan nahyi munkar* tersebut dengan istilah kaidah *amar ma'ruf nahyi munkar*.

Istilah kaidah sengaja penulis pergunkan karena pernyataan –pernyataan Ibnu Taimia lebih menyerupai kaidah yang bisa dipedomani juru dakwah dalam menyampaikan dakwahnya. Maka akan lebih tepat digunakan istilah kaidah dari pada metode. Karena kaidah-kaidah yang akan diungkapkan nanti bisa dicakup oleh metode-metode yang telah dikemukakan terdahulu sekaligus bisa dijadikan pedoman dalam menggunakan metode tersebut.

## Pengertian Ma'ruf & Munkar:

Ma'ruf adalah segala sesuatu yang diperintahkan oleh Allah SWT dan Rasul-Nya seperti *Syariat Islam* yaitu: Shalat lima waktu, shadaqah wajib, puasa wajib dan menunaikan ibadah haji, juga termasuk *Iman*; iman kepada Allah, malaikat-malaikat Allah, kitab-kitab-Nya, Rasul-rasul-nya serta iman kepada hari akhir dan qada serta qadar, termasuk juga *Ihsan*, yaitu menyembah Allah seakan kamu meliha-Nya jika ia tidak melihatnya maka sesungguhnya Ia melihat kamu.

Dari keterangan di atas nampaklah bahwa ma'ruf adalah tiga komponen agama Islam yang telah kita kenal yaitu; Islam, Iman, dan Ihsan. Termasuk ma'ruf juga semua perintah yang bersifat lahir maupun batin seperti ; ikhlash dalam beragama hanya kepada e-book mtatataufik.com boleh mengutip asal disebutkan sumbernya

agama Allah, tawakal, cinta kepada Allah dan Rasul diatas kecintaannya pada yang lain, mengharapkan rahmat Allah, dan takut akan azab-Nya, shabar atas hukum-hukum Allah, berserah diri kepada Allah. Termasuk juga bicara dengan jujur, tepat janji, menyampaikan amanat kepada yang berhak, berbuat baik kepada orang tua, shilaturahmi, saling tolong menolong dalam ketakwaan, baik kepada tetangga, anak yatim, pakitr miskin dan mereka yang sedang dalam perjalanan, kepada teman, istri, serta pembantu, bijak dalam perkataan dan perbuatan, senantiasa memelihara akhlak terpuji seperti, menyambungkan silaturrahi kepada orang yang memutuskan silaturrahi, memberi kepada orang yang pelit, memaafkan kepada orang yang mendzalimi.<sup>114</sup> Selanjutnya Ibnu Taimia menambahkan bahwa termasuk amar ma'ruf adalah menyerukan persatuan dan kebersamaan, dan termasuk nahyi munkar, adalah melarang perpecahan dan pertentangan.

Sedangkan yang dimaksud munkar adalah semua yang dilarang oleh Allah dan rasul-Nya, kemunkaran yang paling besar adalah syirik, yaitu menjadikan sesuatu sebagai yang sebanding dengan Allah. Dapat dikatakan semua kebalikan dari ma'ruf adalah munkar.

### **Kaidah Amar Ma'ruf & Nahyi Munkar:**

Para ulama terdahulu telah mencoba menyusun kaidah amar ma'ruf dan nahi munkar yang diambil dari pemahaman terhadap seluk-beluk dakwah dan pedoman dari ayat-ayat al-Qur'an serta cara dakwah para nabi. Berikut Ini beberapa kaidah yang disandarkan pada kaidah yang disusun ulama tersebut:

1. Menyuruh Kebaikan dengan cara yang baik & Mencegah Kemunkaran dengan tidak berbuat munkar: Ibnu Taimia membuat satu kaidah bahwa menyuruh kepada kebaikan (amar ma'ruf) harus dengan cara yang baik (ma'ruf) dan sebaliknya mencegah kemunkaran tidak dengan menggunakan kemunkaran<sup>115</sup>. Prinsip ini sangatlah mencerminkan pesan Islam sebagai agama pembawa kedamaian. Karena dalam amar ma'ruf dan nahyi munkar kasih sayang adalah jalan utama

<sup>114</sup> Ibnu Taimia, *Al-Amru Bil Ma'ruuf wa Nahyi anil Munkar*, Beirut, Darul Kitab al-Jadid, 1984, h, 15

<sup>115</sup> Ibnu Taimia, *Al-Amru Bil Ma'ruuf wa Nahyi anil Munkar*, Beirut, Darul Kitab al-Jadid, 1984, h, 18

yang harus dilalui. Maksudnya rasa kasih dan sayanglah yang mendasari kegiatan dalam berdakwah.

Untuk menyerukan kebenaran dan mengajak ummat ke jalan yang benar harus juga memperhitungkan cara seruan tersebut, adalah suatu kekeliruan jika niat baik serta ajakan kepada kebaikan dikotori dengan cara dan tindakan yang justru berlawanan dengan misi yang dibawanya. Dalam sejarah dakwah Rasulullah, kaidah ini dijunjung tinggi sehingga Islam dengan pesannya bisa dirasakan menjadi rahmat lil alamiin.

Demikian juga dalam mencegah kemunkaran, tidak harus menggunakan kemunkaran, karena menggunakan kemunkaran selain berbuat dosa yang sama, juga akan mencoreng citra ajaran yang diserukan. Adalah kekeliruan yang besar ketika hendak mencegah maksiat misalkan, dengan melakukan pengrusakan dan pembakaran atau bahkan pencurian. Dalam hal ini juru dakwah harus sangat berhati-hati supaya tidak terjebak pada cara-cara yang justru berlawanan dengan misi dakwah. Aktivitas dakwah adalah aktivitas menarik simpati bukan antipati.

2. Mendahulukan Maslahat: Kaidah kedua dalam berdakwah adalah mendahulukan maslahat,<sup>116</sup> jika ternyata yang diserukan itu setelah ditimbang membawa madlarat lebih besar dari pada maslahatnya apakah itu berupa amar ma'ruf atau nahyi mukar, maka ditunda sampai ada kesempatan dimana maslahat bisa lebih besar ketimbang madlaratnya.

Menjelaskan hal ini Ibnu taimia menulis; Karena kegiatan amar ma'ruf dan nahyi mukar itu termasuk kewajiban yang paling besar, maka maslhat haruslah didahulukan. Karena Allah tidak menyukai kerusakan dan kekacauan. Jika ternyata kerusakan yang ditimbulkan karena amar ma'ruf dan nahyi munkar itu lebih besar dari maslhatnya, maka kegiatan tersebut tidak termasuk suatu yang diperintah oleh Allah, walaupun pada kenyataannya sudah berarti meninggalkan kewajiban dan melaksanakan suatu yang diharamkan, pada

---

<sup>116</sup> Ibnu Taimia, *Al-Amru Bil Ma'ruuf wa Nahyi ...h*, 17

kenyataan seperti itu seorang muslim hendaknya senantiasa lebih bertakwa dan beribadah kepada Allah, hingga ia terjaga dari kehancuran<sup>117</sup>.

Bisa dijadikan contoh dari kaidah ini adalah sikap Rasulullah SAW terhadap pelopor kemunafikan Abdullah bin Ubay bin Salul yang dibiarkan hidup oleh Rasulullah tanpa hukuman atas kejahatannya, padahal kalau dibiarkan orang mu'min akan kecewa atas tindakan beliau, namun jika beliau menindaknya maka orang yang memusuhi beliau akan mengatakan bahwa Rasulullah membunuh temannya, menghindari itu maka Rasulullah SAW membiarkan saja tanpa hukuman.

Yang perlu jadi catatan di sini bahwa menentukan maslahat atau madlarat yang lebih besar dari suatu kegiatan amar ma'ruf dan nahyi munkar adalah ukuran syariah bukan ukuran nafsu manusiawi. Yang dimaksud hawa nafsu adalah rasa cinta dan benci keduanya tidak dilarang asalkan keduanya tidak menguasai perilaku seseorang, yang dilarang adalah mengikuti hawa nafsu tanpa petunjuk Allah SWT, atau menjadikan kecintaan atau kebencian terhadap sesuatu sebagai dasar tingkah laku.

3. Cara menyeru kebaikan dan mencegah kemunkaran adalah dengan hati, ucapan dan tangan: Hadits yang sangat masyhur adalah; Barang siapa melihat kemunkaran, maka hendaklah ia mencegah dengan tangannya, kalau tidak bisa dengan lisannya, dan kalau tidak bisa dengan hatinya, itulah selemah-lemahnya iman.

Dari hadits ini dipahami cara mencegah kemunkaran, jika melihat kemunkaran maka cegahlah, jika tidak bisa dengan tangan atau tindakan, maka dengan ucapan, jika tidak minimal dengan hatinya. Maksudnya jangan sampai hatipun tidak mengingkari perbuatan tersebut, karena pencegahan dengan hati semua orang bisa melakukannya kapan dan dimanapun, bukti dari pencegahan dengan hati adalah, tidak menyetujui atau menghadiri suatu kegiatan yang dipandang munkar. Ibnu Mas'ud mengatakan; "Siapa orang yang hidup dalam mati? Ia adalah orang yang tidak membenarkan yang ma'ruf dan tidak mencegah kemunkaran"

---

<sup>117</sup> Ibnu Taimia, *Al-Amru Bil Ma'ruuf wa Nahyi ...h*, 17

4. Lemaha lembut, sabar & kasih saying: Kaidah ini menjelaskan bagaimana sikap seorang pelaku dakwah, dia harus memiliki pengetahuan ; ini disiapkan sebelum berdakwah, kemudian harus penuh kasih, ini berjala seiring dengan kegiatan dakwahnya, dan setelah itu harus sabar, sabar dalam neghadapi reaksi atas dakwahnya.

Kaidah ini dinukil dari ayat-ayat yang berkenaan dengan kegiatan dakwah dan amar ma'ruf serta nahyi munkar yang senantiasa diakhiri dengan perintah untuk bersabar. Demikian juga hadits nabi yang berkenaan dengan kesabaran.

وَأْمُرْ بِالْمَعْرُوفِ وَانْهَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَاصْبِرْ عَلَىٰ مَا أَصَابَكَ إِنَّ ذَٰلِكَ مِنْ عَزْمِ الْأُمُورِ (لقمان: 17)

Serukanlah kebaikan dan cegahlah kemunkaran serta bersabarlah atas apa yang kamu terima (karena perbuatan amar ma'ruf dan nahyi munkar itu) sikap demikian itu merupakan perkara yang besar. Lihat juga surat al-Mudatsir setelah perintah menyampaikan risalah dengan segala prasaratnya, Rasul dianjurkan untuk bersabar untuk menghadapi resiko karena menjalankan perintah Tuhan.

وَلِرَبِّكَ فَاصْبِرْ (المدثر: 7)

5. Menghadapi kejahatan dengan kebaikan: Kaidah kelima adalah menghadapi kejahatan dengan kebaikan, seorang mu'min dianjurkan untuk menhadapi kejahatan dengan kebaikan, bagaikan seorang dokter yang mengobati suatu penyakit dengan lawannya. Selain itu juga seorang mu'min diperintah untuk memperbaiki dirinya dengan dua cara yaitu, mengerjakan kebaikan dan meninggalkan kejahatan<sup>118</sup>.

Hal tersebut diatas dapat dilakukan dengan empat cara sebagaimana yang diajarkan dalam surat al-Ashr; iman, amal sholeh, memberi nasihat untuk berbuat haq, dan memberi nasihat untuk berbuat sabar.

Sebenarnya kaidah ini hampir mirip dengan kaidah pertama, sebab jika menghadapi satu kejahatan dilawan dengan kejahatan pula berarti kita telah melakukan kejahatan, sedangkan kejahatan itu terlarang sifatnya. Sama dengan

<sup>118</sup> Sementara ini pemahaman kita tentang hadits, “ikutilah kejahatan dengan kebaikan niscaya kebaikan itu akan menghapuskan kejahatan tersebut”, hanya dipahami sebagai perbuatan jahat yang dilakukan diri kita, namun Ibnu Taimia memberi pemahaman baru, bahwa tindakan baik untuk menghapus kejahatan juga berlaku terhadap kejahatan yang dilakukan oleh lawan kita.

mencegah kemunkaran dengan kemunkaran, padahal yang dipewintahkan kepada mu'min adalah berbuat kebaikan dan amal sholeh, kejahatan tetap terlarang walaupun alasannya untuk menghadapi kejahatan.

6. Mendahulukan yang lebih penting terhadap yang penting: Kaidah keenam sebagaimana yang dikemukakan Abdul Hamid al-Bilali dalam *Fiqhu-l-Inkar fi Inkaari-l-Munkar*, adalah mendahulukan yang terpenting dari yang dianggap penting lainnya<sup>119</sup>. Di sini berarti menentukan skala prioritas, mana yang harus di dahulukan dalam menyampaikan kebaikan atau mencegah terjadinya kemunkaran.

Dasar dari kaidah ini adalah sebagaimana yang dicontohkan Rasul saw ketika mengutus Muadz Bin Jabal:

12 حَدِيثُ مُعَاذِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : بَعَثَنِي رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ إِنَّكَ تَأْتِي قَوْمًا مِنْ أَهْلِ الْكِتَابِ فَادْعُهُمْ إِلَى شَهَادَةِ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَنِّي رَسُولُ اللَّهِ فَإِنْ هُمْ أَطَاعُوا لِذَلِكَ فَأَعْلِمُهُمْ أَنَّ اللَّهَ افْتَرَضَ عَلَيْهِمْ خَمْسَ صَلَوَاتٍ فِي كُلِّ يَوْمٍ وَلَيْلَةٍ فَإِنْ هُمْ أَطَاعُوا لِذَلِكَ فَأَعْلِمُهُمْ أَنَّ اللَّهَ افْتَرَضَ عَلَيْهِمْ صَدَقَةً تُؤْخَذُ مِنْ أَعْيُنِهِمْ فَتُرَدُّ فِي فُقَرَائِهِمْ فَإِنْ هُمْ أَطَاعُوا لِذَلِكَ فَأَيَّاكَ وَكَرَائِمِ أَمْوَالِهِمْ وَأَتَّقِ دَعْوَةَ الْمَظْلُومِ فَإِنَّهُ لَيْسَ بَيْنَهَا وَبَيْنَ اللَّهِ حِجَابٌ

Hadits Muadz. Ra: Aku diutus oleh Rasulullah saw , belai bersabda: Engkau akan menemui kelompok Ahli Kitab, serulah mereka untuk mengucapkan dua syahadat, jika mereka menuruti kamu, beritahulah mereka bahwa Allah mewajibkan kepada mereka shalat lima waktu dalam satu hari satu malam, jika mereka mematuhi, maka beritakanlah bahwa Allah mewajibkan shadaqah, dari yang kaya untuk yang miskin, jika mereka mentaatimu, maka hati-hatilah kamu terhadap kehormatan harta mereka, dan hindarilah do'anya orang yang teraniaya, karena doa mereka tidak ada penghalang dari Allah (pasti dikabulkan).

7. Mencegah Kemunkaran dengan bertahap: Untuk melihat kaidah ini dapat dikemukakan bagaimana al-Qur'an mencegah kemunkaran sebagaimana yang dikisahkan dialog seorang muslim keluarga Fir'aun:

<sup>119</sup> Abdul Hamid al-Bilali, *fiqhul inkar fi inkari-l-Munkar*, Kuwait, Daarudakwah, 1986, h, 80

وَقَالَ رَجُلٌ مُؤْمِنٌ مِنْ آلِ فِرْعَوْنَ يَكْتُمُ إِيمَانَهُ أَتَقْتُلُونَ رَجُلًا أَنْ يَقُولَ رَبِّيَ اللَّهُ وَقَدْ جَاءَكُمْ بِالْبَيِّنَاتِ مِنْ رَبِّكُمْ  
وَإِنْ يَكُ كَاذِبًا فَعَلَيْهِ كَذِبُهُ وَإِنْ يَكُ صَادِقًا يُصِيبْكُمْ بَعْضُ الَّذِي يَعِدُكُمْ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي مَنْ هُوَ مُسْرِفٌ كَذَّابٌ  
(غافر: 28)

Ketika Fir'aun hendak membunuh Musa as, maka berdirilah seorang keluarganya yang muslim dan menyembunyikan keimanannya, sambil berkata: “apakah engkau akan membunuh orang hanya karena mengatakan Tuhanku adalah Allah? Menafsirkan ayat ini Sayyid Qutub menjelaskan bahwa ungkapan ini menunjukkan bahwa keluarga Fir'aun yang muslim tadi membesar-besarkan kemunkaran Fir'an, seakan dia berkata; betapa jahatnya kamu akan membunuh orang hanya karena mengatakan Tuhanku adalah Allah, ungkapan ini sengaja diapakai untuk mengajak menyentuh jiwa Fir'aun agar mengurungkan niatnya. *Tahapan ini disebut membesar-besarkan suatu perbuatan munkar (hiperbolisme kemunkaran).*

Tahapan selanjutnya adalah menunjukkan dalil dengan kalimat: “padahal telah datang kepadamu keterangan dari Tuhamu” ungkapan ini merupakan tahapan kedua yaitu *pengajuan alasan dan dalil* yang jelas oleh pelaku pencegah kemunkaran, dalam hal ini keluarga Fir'aun yaitu menerangkan bahwa Musa as.punya alasan atau dalil untuk mengatakan Tuhanku adalah Allah.

Tahapan ketiga adalah mengajukan asumsi yang terburuk atas perilaku yang dilakukan Musa dengan kata-kata; jika ia bohong, urusan dia (Musa).

Tahapan keempat adalah *menginformasikan kemungkinan kebenaran yang dikandung berita* yang dibawa Musa. Dengan ungkapan kalau dia (Musa) benar, maka kamu (Fir'aun) akan mendapatkan apa yang dijanjikan Musa, dalam hal ini azab.

Dan tahapan terakhir adalah mengajukan ancaman yang berlaku umum, dengan ungkapan: “Allah tidak akan memberi petunjuk pada orang yang berlebihan dan pendusta”, ungkapan ini sengaja ditampilkan untuk mengkaburkan ancaman, bahwa ancaman itu bisa terjadi pada Musa jika ia bohong, bisa juga pada Fir'aun.<sup>120</sup>

<sup>120</sup> Lihat *Fidzilal al-Qur'an* penafsiran ayat di atas dan seterusnya.

Demikianlah pentahapan yang dilakukan pencegah kemunkaran dari keluarga Fir'aun yang dihimpun oleh Sayyid Qutub sampai 10 tahapan.

8. Tidak memata-matai: Kaidah berikutnya adalah dalam berdakwah tidak boleh memata-matai orang lain untuk mengetahui kelemahan dan keburukannya (aurat) kemudian dari situ akan melahirkan suudzan atau berburuk sangka. Karena hal itu akan menjadi aib bagi juru dakwah sendiri. Kegiatan mengintip kelemahan dan kejelekan orang lain adalah kegiatan tercela.

Firman Allah:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بَعْضُكُم بَعْضًا  
(الحجرات:12)

Hai orang yang beriman, hindarilah prasangka, karena sebagian prasangka itu dosa, dan janganlah saling memata-matai antara kamu sekalian, serta janganlah saling membicarakan kejelekan...

9. Tidak Mengikari Mujtahid: Kaidah berikutnya adalah dalam berdakwah tidak boleh menentang atau mengingkari mujtahid yang mengeluarkan pendapatnya, karena itu hanyalah menunjukkan kebodohan dan kepanatikan belaka.
10. Menggabungkan kebutuhan dunia dengan akhirat: Kaidah terakhir yang penulis nukilkan dari Abdul Hamid al-Bilali adalah berdakwah dengan menggabungkan kebutuhan duniawi dengan keakhiratan<sup>121</sup>. Adalah sifat manusia untuk menyukai hal-hal duniawi seperti wanita, harta, tahta dll. Dalam hal ini aktivitas dakwah tidaklah membunuh kecenderungan manusia tersebut melainkan menghubungkannya dengan masalah keakhiratan, seperti bagaimana Rasulullah saw tidak merampak kerajaan para raja yang disurati belaiu untuk beriman, yang diseru adalah agar mereka beriman, kerajaannya tidak akan diambil, bahkan mereka tetap berkuasa.

---

<sup>121</sup> *Ibid,h*, 118



Demikian juga rasa aman yang diberikan pada saat fathu makkah, mencerminkan bahwa Rasul menghubungkan kebutuhan duniawi bagi Abi Sofyan yang saat itu kalah lalu masuk Islam, dengan ungkapan siapa yang masuk Rumah Abu Sofyan ia aman, artinya harga diri Abu Sofyan (ini urusan duniawi) dihargai .

## **Mencegah Kemunkaran Para Eksekutif:**

Perlunya memperbaiki para eksekutif sebab merekalah para pembuat keputusan, jika mereka tidak baik, maka dampaknya akan dirasakan banyak orang. Apakah ia pemimpin negara, pemimpin departemen, dinas, instansi atau kepala bagian, semuanya sangat menentukan kebijakan yang ditelorkannya. Maka tidak heran jika dalam pepatah Arab dikatakan “apabila para eksekutif baik, maka baikpulalah rakyatnya” dan begitu sebaliknya.

Dalam hal ini ada dua permasalahan, pertama bolehkah mencegah memunkaran para eksekutif? Kedua bagaimana tata cara dan kaidahnya? Ada beberapa alasan yang membolehkan atau bahkan memandang perlunya mencegah kemunkaran para eksekutif di antaranya:

- 1) Pengaruh para eksekutif sangat besar terhadap bawahannya, bagaimana para eksekutif bertindak, begitu juga rakyatnya akan melakukan.
- 2) Terbebas dari Azab, hadits Rasul mengatakan: “ Allah tidak akan mengazab masyarakat luas karena tindakan kalangan tertentu (para eksekutif) sampai para eksekutif tersebut melakukan perbuatan yang harus dicegah oleh masyarakat luas, namun mereka tidak melakukan pencegahan tersebut, itulah saat Allah mengizinkan kehancuran bagi kedua belah pihak; eksekutif dan rakyatnya.”<sup>122</sup> Jadi perbuatan munkar para eksekutif yang sebenarnya masih bisa ditolak oleh masyarakat awam, namun mereka tidak berani menentang karena takut, jika hal itu terjadi, maka kehancuranlah yang akan diderita.
- 3) Tidak membiarkan kedzaliman berlangsung.

---

<sup>122</sup> Hadits Riwayat Tabrani.

- 4) Yakin akan adanya pahala dalam mencegah kemunkaran; tantangan dan hambatan bisa berupa fisik dan psikis akan diderita oleh pada da'i terlebih jika berhadapan dengan para eksekutif, namun keyakinan akan adanya pahala dari Allah, bahwa pahala orang yang hidup di zaman akhir jauh dari masa Rasul saw selama ia mencegah kemunkaran dan melakukan amar ma'ruf sama dengan pahala mereka yang menyertai Rasul saw di awal penyebaran Islam. Dorongan inilah yang dapat mendukung seseorang untuk berdakwah sampai kepada para penguasa sekalipun.
- 5) Allah akan meminta pertanggungjawaban di hari akhir, mengapa tidak mendegah kemunkaran? Kalau jawabannya takut karena manusia, maka Allah akan menjawab, Allahlah yang lebih patut ditakuti.

Kedua mengenai kaidah mencegah kemunkaran para eksekutif ada beberapa kaidah yang patut dipedomani:

- 1) Hindarkan penggunaan tangan: selama masih memungkinkan hindari mencegah kemunkaran dengan tangan.
- 2) Ketika pencegahan dilakukan dengan lisan, karena para eksekutif dipandang masih bisa mendengarkan perkataan, harus dilakukan sebijak mungkin, ingat metode hikmah dan mauidzah hasanah.
- 3) Hindari pencegahan dengan menggunakan lisan atau perkataan jika penguasa tidak mau mendengar perkataan, ini bukan berarti larut dan menyetujui kemunkaran penguasa, tapi penolakan harus tetap ada walau dengan hati.
- 4) Penting sekali untuk menunjukkan tekad baik da'i, artinya kegiatan nahyi munkar itu dilakukan semata-mata karena Allah, bukan berarti karena hendak merebut kekuasaan atau kedudukan, ini yang kadang disalahpahami oleh sasaran. Untuk itu seorang dai harus bisa menunjukkan dan membuktiksn kalau dia itu tidak haus kekuasaan.

- 5) Jangan memberi nasehat saat sedang rapat atau dalam pertemuan, dan tidak tegesa-gesa memberi nasehat saat penguasa sedang menyendiri, tunggu sampai ditanya lalu jawab seperlunya sesuai misi. Sebab para pengusaha akan cepat tersinggung jika dinasehati saat rapat, masalah yang tidak begitu besar bagi masyarakat umum, menjadi masalah besar bagi para penguasa.
- 6) Tidak menggurui, dalam mengemukakan naHYi munkar atau amar ma'ruf kepada penguasa janganlah bersifat menggurui.
- 7) Hindari Menggunakan kata-kata yang kasar saat menyampaikan pesan atau nasehat.
- 8) Nasehat harus singkat dan tidak bertele-tele.<sup>123</sup>

---

<sup>123</sup> Abdul Hamid al-Bilali, *fiqhul inkar fi....h*, 185-204

## Media Islam dalam Perspektif

---

Setelah melihat berbagai perkembangan dan upaya pemanfaatan media komunikasi massa terlihat berbagai perbedaan yang mencolok antara media masa umum (Barat) dengan media massa Islam.

Perbedaan tersebut bisa dilihat dalam segi fungsi edukasi, informasi, dan hiburan serta pengaruh yang ditimbulkan; dalam dunia Islam ada konsep *red line* yang ingin senantiasa dikembangkan baik dalam media cetak maupun media elektronik. Prinsip “taboo” masih dipegang oleh beberapa negara Islam. Dan kerap film-film yang melanggar prinsip tersebut menuai protes, ini berlainan dengan negara-negara Barat yang berhaluan Liberal.

Di Mesir pada tahun 2006 lalu film *The Yacoubian Building*, Film yang diangkat dari novel *best seller* karya seorang dokter gigi Cairo Alaa al-Aswani tersebut merupakan film termahal yang pernah dibuat Mesir dan menjadi pemecah rekor *box office*, beberapa penonton yang keluar dari ruangan gedung, sebagian lagi mengatakan mereka banyak menutup matanya saat menonton, demikian tulis Brian Whitaker dalam *Guardian*. Parlemen Mesir akhirnya memutuskan untuk *me-review* film tersebut serta menghapus beberapa adegan. “film ini meyebarkan adegan “buka-bukaan” dan imoralitas (*obscenity and debauchery*) yang sangat bertentangan dengan nilai moral bangsa Mesir,” demikian ungkap Mustafa Bakri salah seorang anggota parlemen kepada Associated Press. “Sebagai warga negara saya merasa sakit saat melihatnya.”<sup>124</sup>

Yang nampak kelihatannya perjuangan konseptual besar-besaran antara konsep media yang dianut oleh beberapa negara muslim yang cenderung dikelompokkan *Authoritarian*.

Permasalahan sensor dan penguasaan media oleh pemerintah menjadi ciri utama media massa Islam. Sementara di belahan Barat kekuatan kontrol (kekuatan ke 4) dan kebebasan berekspresi dijadikan alasan kebebasan pers. Akibatnya konsep yang dikembangkan di dunia Islam selalu dinilai salah dan mendapat tantangan keras dengan menyandang sebutan “terbelakang.”

---

<sup>124</sup> Whitaker, Brian. "Call to censor 'immoral' Egyptian film." *Guardian*, July 6, 2006.

Kalau dihubungkan dengan kasus penolakan terhadap upaya Musthafa Akkad dalam memproduksi “origin Islam” oleh pihak Hollywood, sebenarnya akan terlihat siapa menghambat siapa. Ini nampak jelas berlawanan dengan konsep kebebasan berekspresi yang selalu dipakai dalam menyerang sistem komunikasi dunia Islam, --kecuali jika kebebasan berekspresi tersebut hanya berlaku bagi kalangan dan konteks tertentu-- alasan kepentingan dan politis nampak jelas dari kasus Akkad di atas.

Perjuangan antara *free expression* dan *red line* ini nampak terlihat dari para jurnalis Barat dan muslim ter-Baratkan dengan jurnalis muslim. Marlin Dick, jurnalis freelance yang tinggal di Libanon, Laura James, Naumi Sakr, Said Essulami, Jon B. Alterman, Nabil Dajani terlihat selalu mendiskusikan dan mempermalahkan kebebasan ekspresi di dunia Arab. Sementara semangat sensor media juga senantiasa diperjuangkan oleh praktisi komunikasi Islam seperti terlihat dari tulisan Abdel Bari Atwan. Bahkan Atwan menuduh ada kesengajaan dari dunia Barat untuk mencap media Arab sebagai teroris, dengan kasus terbunuhnya lebih dari 110 di Iraq sejak invansi Amerika.<sup>125</sup> Sejalan dengan yang ditulis Abdou B (2000)

*"In the Arab countries ... authority is carried by an accumulation of parameters, identifiable by their use, whose function is to induce self-censorship ... I have never seen a single kiss in Algerian films! Yet there is no law preventing it ..." (Abdou B). This self-censorship is "internalised by the absence of a set of written guidelines", he continues. Religion is a major source of censorship (self or otherwise imposed), because although representation of the Prophet Mohamed in human form is forbidden in order to prevent idolatry, there is nothing written that prevents the cinema dealing with religious themes. Yet the absence of real debate, writes Abdou B, allows Islam to act "as a check on artistic expression (which strictly speaking is not its concern)."*<sup>126</sup>

Terjemahan bebasnya sebagai berikut.

---

<sup>125</sup> Atwan, "View from an Arab Newsroom:...."

<sup>126</sup> <http://www.al-bab.com/arab/cinema/film4.htm>

Di negara-negara Arab otoritas muncul dari berbagai parameter yang berakumulasi, dan bisa diidentifikasi oleh penggunanya, berfungsi sebagai *swa sensor* ...saya tidak pernah melihat adegan ciuman dalam film-film Algeria, walau belum ada hukum yang menyaringnya....”(Abdou B). Swa sensor ini sudah menginternal tanpa adanya panduan tertulis, lanjutnya, agama adalah sumber utama dalam menyensor, karena mempresentasikan Nabi Muhammad SAW oleh manusia dalam sosok manusia (termasuk pemeranan) terlarang untuk menghilangkan pengkultusan, tidak ada hukum tertulis tentang cinema (film) yang berhubungan dengan tema-tema keagamaan, tidak adanya perdebatan yang real sekarang ini, tulis Abdou B berarti menungkhinkan Islam untuk bertindak sebagai pengecek terhadap ekspresi karya seni.

Bagi Hamid Mowlana, kebebasan pers yang dimaksud adalah kebebasan dari campurtangan pemerintah dan tekanan-tekanan perusahaan, serta tekanan individual. Jadi menurut pemikiran saya, tulisnya, kebebasan pers bukan hanya kebebasan untuk mengkespresikan pendapat seseorang lantas bisa disebarkan semata, tapi juga harus mencakup *ability* individual maupun masyarakat untuk menerima informasi yang dibutuhkan untuk kebaikan masyarakat. Pendek kata, kebebasan pers bukan berarti kebebasan penerbit dan jurnalis semata tapi juga kebebasan pembaca dan penonton dari suatu masyarakat sebagai salah satu sisi dari ranah komunikasi.<sup>127</sup>

Berbagai komentar ternatng dunia Islam dihubungkan dengan media massa dari penulis Barat senantiasa dinilai sebagai “penghambat” kemajuan media di dunia. Asa Briggs (2000) melontarkan pernyataan generalisasi atas Islam yang dinilai sebagai penghambat kemajuan percetakan; dan menghalangi transfer teknologi percetakan dari Cina ke Eropa,<sup>128</sup> dengan mengambil dalil masa kesultanan Turki, padahal di Finicia termasuk wilayah Turki, telah dicetak Al-Qur’an dengan percetakan pada tahun 1500an.

Belum lagi semangat penulisan buku dengan karya-karya yang bisa dibaca sampai sekarang, mustahil tanpa didukung percetakan yang baik. Usaha menghilangkan mata rantai

---

<sup>127</sup> Surat Hamid Mowlana menjawab surat penulis tanggal (10/16/2004) tertanggal 08/03/2005.

<sup>128</sup> Briggs, Sejarah Sosial....,h.19-20.

## Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

tersbut ternyata dihubungkan dengan konsep media sebagaimana yang diinginkannyaseperti yang terlihat dari ungkapan: “namun ditilik dari perspektif media, kita belum melihat adanya “satu dunia.” Islam sebagaimana telah kita lihat memperlihatkan perlawanan yang cukup keras terhadap percetakan, baru sekitar tahun 1800 pers dan gerakan-gerakan politik revolusioner muncul bersamaan di Timur Tengah.” Sementara dia mengatakan bahwa percetakan di Asia Timur telah muncul lebih awal dibanding Eropa, jelas berlawanan dengan teori asimilasi yang dihubungkan dengan jarak dan kontak kebudayaan<sup>129</sup>

Bahkan keberatan Briggs terhadap Islam nampak saat mencemooh rancangan pengembangan peranan media dalam proses pembangunan atas dasar nilai-nilai Islam yang ditawarkan Majid Teheranian. Sehingga nampak berbagai upaya penyusunan paradigma media menjadi lucu bagi Briggs,<sup>130</sup> dengan alur rentetan pembicaraan yang tidak jelas (mungkin karena faktor penterjemahan).

Kondisi ini terwakili oleh ungkapan Edward W. Said berikut.

*"Muslims and Arabs are essentially covered, discussed, apprehended, either as oil suppliers or as potential terrorists. Very little of the detail, the human density, the passion of Arab-Muslim life has entered the awareness of even those people whose profession is to report the Islamic world. What we have instead is a limited series of crude, essentialised caricatures"* (Edward W. Said).<sup>131</sup>

Diskusi tentang kebebasan pers juga menjadi tema dalam kajian-kajian komunikasi terutama kajian media di dunia Islam, dunia Arab serta negara-negara muslim seperti Indonesia dan Malaysia. Istilah “satu dunia” seperti yang diidamkan Briggs nampaknya tidak bisa terwujud selama kedua belah pihak saling mempertahankan sistem nilai yang dianutnya. Namun tidak berarti bahwa dunia Islam tidak memiliki atau penghambat media, karena dunua Islam mengembangkan pola medianya sendiri.

---

<sup>129</sup> Briggs Sejarah Sosial...,h.126.

<sup>130</sup> Birigss, *Sejarah Sosial...*, h.315.

<sup>131</sup> <http://www.al-bab.com/arab/cinema/film1.htm>

Hamid Mowlana menyatakan dalam suratnya yang ditujukan pada penulis:

“Saya merasa ragu atas janji-janji media massa dalam konteks Islam dan budaya, selama media massa bersifat monolog dan kurang memperhatikan dialog, hal ini tidak akan sejalan bila dihubungkan dengan persepsi Islam. Tapi saya berkeyakinan bahwa negara-negara Islam, bersama masyarakatnya akan mencoba membangun ranah informasi dan komunikasi dengan versi mereka. Sejalan dengan pengembangan yang dilakukan oleh para professional dan masyarakat akademisnya dalam lapangan kajian komunikasi, riset, pendidikan serta perjuangan-perjuangan jurnalistik lainnya<sup>132</sup>

Gagasan-gagasan media Islam kemudian dikembangkan kepada gagasan pewujudan media untuk perdamaian, suatu yang tak terfikirkan oleh ahli-ahli komunikasi Barat justru dipelopori oleh Majid Teheranian misalnya.<sup>133</sup>

Gagasan Mowlana untuk mengembangkan sebuah media Islam yang lebih dialogis tidak lahir dari ruang hampa dan dialektika yang sempit. Ide tersebut sepertinya merepresentasikan realitas kekuatan Muslim sekarang ini yang belum mampu “berkuasa” dalam konteks bermedia. Berkuasa yang tidak lantas dimaknai dengan dominasi baru yang saling “memakan” (kanibalisasi media) satu sama lain. Melampaui itu semua, sebuah media Islam harus mampu mengangkat spirit kemanusiaan dari berbagai proses dehumanisasi (*aspala safilin*) dengan mengedepankan media dialogis yang profetik transformatif.

Di sinilah keberanian untuk menampilkan sebuah corak media Islam menjadi sangat penting. Corak media yang mampu merepresentasikan praksis kerja kenabian (profetisme) masa lampau dengan kontekstualisasi nilai kekinian (*nowness*) dan kedisinian (*hereness*). Andai saja *angel* tersebut mampu dieksplorasi oleh para jurnalis muslim sekarang ini maka kesan dunia komunikasi Islam yang dianggap terbelakang sejatinya akan pudar bahkan bukan tidak mustahil akan menghasilkan genre baru media Islam yang komunikatif, transformatif dan dialogis.

---

<sup>132</sup> Surat Hamid Mowlana menjawab surat penulis tanggal (10/16/2004) tertanggal 08/03/2005.

<sup>133</sup> Majid Teheranian, “Peace Journalism in West Asia,” *GMJ: Mediterranean Edition* 1(1) Spring 2006, Bahkan diskusi-diskusi IPRA (International Peace Research Association) juga menghadirkan Majid Teheranian sebagai pembicara tema Peace Journalism yang diselenggarakan komisinya.



## Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

Diakui atau tidak media saat ini telah menjadi bagian dari sebuah kekuatan baru bagi dunia. Di dunia Barat, kekuatan media dalam sebuah pemerintahan, dalam hal ini adalah pers, dianggap sebagai kekuatan keempat (*the fourth estate*) sesudah eksekutif, legislatif dan yudikatif.

Media akan kian teguh sebagai suatu kekuatan tatkala ia mampu memosisikan dirinya menjadi sebuah lembaga yang solid dan terorganisir. Kekuatan itu juga disokong dengan berbagai aspek pendukung lainnya yang berjaln kelindan antara satu dengan lainnya dalam sebuah ikatan yang erat. Erat karena memiliki kesamaan visi, misi dan paradigma dalam konteks kemajuan media itu sendiri di masa depan.

Berbagai aspek tersebut dapat diamati dalam operasional media yang dilaksanakan oleh lembaga atau organisasi yang bertanggungjawab atas perjalanan media serta kelangsungan hidupnya. Ini bisa dilihat dari berbagai profil media massa atau dari susunan organisasi yang biasa harus dicantumkan dalam media cetak atau media elektronik.

Pada sisi lain organisasi media juga sangat berhubungan erat dengan kondisi politik dari sebuah negara tempat kelahiran media tersebut. Negara dengan segala kekuatannya tentu akan mewarnai atau bahkan mengarahkan kebijakan media yang ada di negaranya. Konsep teori media yang dikembangkan dalam lingkup negara pun turut memengaruhi corak media tersebut.

Selama 32 tahun, Indonesia menganut teori pers otoriter. Di sini, negara di bawah kekuasaan Orde Baru memiliki intervensi kuat bahkan sangat mendominasi sebuah organisasi media. Setiap arah kebijakan maupun isi media diarahkan untuk mendukung dan memperkuat program yang dicanangkan oleh penguasa. Penguasa (negara) memiliki pengaruh dan wibawa yang “angker” bagi maju mundurnya sebuah media. Jika media berani “berbeda” dengan negara maka tidak akan lama ia akan menggali kuburnya dengan senjata pemerintah melalui pembredelan.

Sementara itu, selama kurang lebih 200 tahun, pers Amerika dan Inggris menganut teori pers liberal yang bebas dari pengaruh media. Di sini, penguasa tidak lagi menjadi pemonopoli kebenaran utama. Namun, konsep ini pun ternyata tidak menghasilkan *sharing* kekuasaan yang merata namun hanya melahirkan hegemoni kekuasaan baru dengan wajah yang berbeda. Dalam hal ini modal menjadi kekuatan yang sepertinya mampu melampaui kekuatan sebuah negara.

## Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

Islam dalam hal ini sangat mengecam akumulasi modal hanya di tangan sebuah kekuasaan (*at takatsur* dan *al humazah*). Islam juga tidak memperkenankan sebuah kekuasaan dengan kewenangannya tidak memiliki keberpihakan (*sense*) pada kepentingan publik. Karena itu aspek media Islam baik dari sisi institusi, isi, audiens, maupun efek semuanya dibingkai dalam kerangka nilai-nilai ilahiyah yang bersumber dari al-Quran, Hadits, dan sumber ulama muslim klasik maupun kontemporer.

Komponen penting lain dalam sebuah media termasuk dalam media Islam adalah kebutuhan dalam masalah pendanaan operasional media. Pendanaan operasional media memang sangat penting namun tidak menjadi segalanya hanya untuk keuntungan dari pendanaan tersebut. Sokongan dana dalam media Islam sebagai potensi untuk melanjutkan proses dakwah (komunikasi) yang berkesinambungan.

Dalam konteks isi media, Islam sangat memperhatikan konsep tanggung jawab sosial (*amar ma'ruf nahi munkar*) dari setiap sajian isi media. Kekuatan modal dalam media Islam tidak lantas berimbas ke sajian isi media yang membabi buta hanya untuk menyenangkan para pemilik modal. Ketika standar acuan dalam isi media bukan modal maka nilai-nilai dakwah (komunikasi) harus mampu dikedepankan dengan format yang unik, menarik dan berkualitas.

Sajian isi media harus mencerminkan nilai-nilai Islam yang tinggi (*islamic high values*) dengan tetap menjunjung fungsi dan peran media secara berimbang. Sajian hiburan umpamanya tidak justru mendominasi dalam sajian isi media lainnya sehingga fungsi media lain seperti edukasi, informasi dan pengaruh menjadi terbengkalai. Untuk mengokohkan sajian isi media tersebut maka orang-orang yang berada dalam lembaga tersebut harus benar-benar memiliki kredibilitas, akuntabilitas, dan dedikasi yang tinggi.

Dalam konteks media Islam maka orang-orang yang terlibat (*stakeholders*) dalam media tersebut harus benar-benar seorang muslim yang memiliki komitmen keislaman yang tinggi. Untuk melahirkan sebuah komitmen terhadap nilai-nilai Islam itu paling tidak media Islam harus diisi dalam proses kerjanya dengan muslim yang berakhlak dan memiliki tanggung jawab tinggi bagi perkembangan generasi masa depan.

Artinya, dalam sebuah media Islam orang-orang yang berada dalam struktur media tersebut tidak hanya berorientasi kepada kepentingan dirinya sendiri saat ini namun memiliki visi ke depan untuk memberikan pencerahan dan pencerdasan umat masa depan. Untuk e-book [mtatataufik.com](http://mtatataufik.com) boleh mengutip asal disebutkan sumbernya

membangun ini semua maka diperlukan konsep jelas dengan terus menggali nilai-nilai dari al-Quran, hadits dan pendapat para ulama untuk dijadikan standar bagi sebuah kekuatan media Islam.

Dari sudut ini, empat komponen media seperti institusi, sajian isi, sasaran pemirsa (*audiens*), serta efek media harus menjadi perhatian serius bagi para pengelola media untuk membangun sebuah media yang berkualitas. Keempat komponen ini saling berhubungan satu sama lainnya dan berperan dalam kelanjutan sebuah media.

## Institusi Media

### 1. Organisasi Media

Pertama, *owner & institusi media*; tidak disangkal lagi ketika seseorang hendak membuat suatu produksi media tentu memiliki tujuan tertentu, tujuan tersebut bisa berupa idealisme yang merupakan akumulasi dari berbagai pandangan ideologik, harapan serta cita-cita atau bahkan bentuk dari kepedulian terhadap lingkungannya. Tujuan lain bisa berupa tujuan ekonomi semata; *pure business* --dengan prinsip *business is business*<sup>134</sup>.

Dengan melihat tujuan owners ini bisa dilihat bagaimana tujuannya memengaruhi kebijakan institusi media yang dimilikinya, pergolakan antara owners dan institusi media dengan baik dilukiskan film “*Insider*” yang mengisahkan seorang wartawan untuk program news “60 minute” yang hasil jerih payahnya digagalkan pihak institusi karena takut kehilangan profit.<sup>135</sup>

---

<sup>134</sup> Lihat Effendy Onong Uchjana, *Radio Siaran Teori & Praktek*, Bandung, Mandar Maju cv, cet,III,1991, h, 122-129.

<sup>135</sup> Film “*Insider*” karya Alpacinorussell Crowe dengan 7 Oscar, yang mengisahkan wartawan investigasi dari news program 60 minute yang membuntuti narasumbernya terus menerus sampai berhasil diwawancarai.



Selanjutnya ‘kemauan’ owner tadi akan diterjemahkan dalam bentuk visi dan misi institusi medianya. Sebagai contoh kasus media radio yang penulis sendiri sebagai ownernya menentukan visinya adalah “dakwah melalui media” dengan misinya “mendidik masyarakat melalui media, menciptakan keakraban antara *audiensce* dengan suasana keagamaan, memfasilitasi hubungan antara ulama dengan masyarakat.” Untuk ini bisa dilihat dalam visi dan misi sebuah institusi media. Kerangka “visi & misi” ini dijadikan alat untuk mengontrol institusi tersebut.

Sementara institusi dan organisasi yang ada di dalamnya mencoba menerjemahkan visi dan misi tersebut. Memformat bentuk siaran, membuat program, penjadwalan dan semuanya harus mencerminkan dari “pesanan” owner tadi; termasuk memilih bahasa dan penamaan program serta sapaan terhadap *audience*.

Gambaran di atas menunjukkan ada kekuatan owner dan institusi dalam memformat informasi yang disajikan medianya. Dapat dibayangkan bagaimana jika pemilik media hanya mengarahkan visi mereka pada sisi “business,” maka kontrolnyapun akan berkisar pada “profit,” apakah suatu program menguntungkan atau tidak menguntungkan. Bagi Islam, pertanyaannya harus dimuali dari maslahat atau tidak bermaslahat bagi ummat. Jadi komitmen *owners* terhadap nilai-nilai Islam dikaitkan dengan kepentingan publik lebih mewarnai berbagai kebijakan medianya.

Perusahaan penerbitan adalah institusi yang bertanggungjawab atas penerbitan buku, sedikitnya ada pemimpin perusahaan, pemasaran dan editor. Pemilik perusahaan –sesuai statusnya—memelihara dan menjaga agar usaha bisa berlanjut serta melahirkan profit, orientasinya adalah keuntungan. Sementara bagian pemasaran bertugas memasarkan produknya, yang dilakukan adalah melihat potensi pasar terlebih dahulu baru menentukan buku apa yang bisa diterbitkan, dengan segmentasi pasar yang jelas, semacam studi kelayakan penerbitan dilakukan untuk menentukan tema dan format buku yang akan diterbitkan.

Jika demikian maka yang mengontrol dan memutuskan layak atau tidaknya “materi” untuk diterbitkan adalah pasar. Sementara bagi Islam institusi penerbitan hendaknya lebih mengedepankan *change and development* (Amar Ma'ruf Nahi Mungkar) daripada *profit oriented*.<sup>136</sup>

Media lain seperti majalah dan surat kabar, jelas sebagaimana tercantum dalam susunan editorialnya memiliki organisasi yang dibuat sesuai dengan kebutuhan perusahaan penerbit-nya. Majalah Gontor –sebagai ikon majalah Islam terbaru-- misalnya mencantumkan struktur organisasi redaksi sebagai berikut: dewan Penasehat, Pemimpin Umum, Pemimpin Redaksi, Redaktur Ahli, Redaktur Pelaksana, Redaktur, Staff Redaksi, Sekretaris Redaksi dan Desain Grafis. Organisasi perusahaan penerbitan antaralain: pemimpin umum, manajer umum, majaner pemasaran, iklan dan promosi, serta distribusi.<sup>137</sup>

Surat kabar juga memiliki susunan organisasi perusahaan serta orgasasi redaksional. Kompas--media nasional yang dinilai berpengalaman-- mencantumkan susunan redaksinya: Pemimpin umum, wakil pemimpin umum, pemimpin redaksi/penanggungjawab, redaktur senior, redaktur pelaksana, wakil redaktur pelaksana, sekretaris redaksi.<sup>138</sup> Adapun di bawahnya terdiri dari staf redaksi yang terdiri dari pusat dan daerah, Kepala litbang, wakil, manajer diklat,

---

<sup>136</sup>Dilnawaz, Shidiqui, “A Comparative....” a Proposal for the 2000 Annual Convention of the International Association of Media and Communication Research, (Singapore, Nanyang Technical University, July 16-20,2000), <http://www.islamist.org>.

<sup>137</sup>Lihat *Majalah Gontor*, Agustus 2006.

<sup>138</sup>Lihat *Kompas*, h, 6.

serta organisasi perusahaan berikut; Pemimpin perusahaan, Manajer iklan, Manajer sirkulasi<sup>139</sup>.

Struktur organisasi TVRI –media TV pertama di Indoensia yang mewakili pemerintah-- terdiri dari: Direktur Utama, Direktur Berita, Direktur Teknik, Direktur Keuangan, Direktur Program, Direktur Umum, adapun di bawahnya terdiri dari beberapa manajer dan GM serta Kabid sesuai dengan kebutuhan.<sup>140</sup>

Radio Republik Indonesia –media elektronik tertua-- yang merupakan radio publik dan menjadi perusahaan jawatan memiliki struktur yang kompleks, hal ini sebagaimana juga TVRI yang memiliki berbagai cabang di berbagai daerah, serta karena besarnya “medan” kerja yang digarap. Tidak seperti radio-radio lokal yang hanya beroperasi pada wilayah kota tertentu. Berikut ini adalah sebagian gamabaran struktur yang ada di RRI dan masih banyak lagi penjabaran stuktur yang ada di bawahnya yang tidak disajikan di sini.<sup>141</sup>

### Struktur Organisasi RRI



<sup>139</sup> Kompas.h. 6.

<sup>140</sup> [www.TVri.co.id](http://www.TVri.co.id), struktur.

<sup>141</sup> [www.rri-online.co.id](http://www.rri-online.co.id)



Kajian media yang mencoba melihat struktur yang ada pada institusi media adalah *Institutional structures and role relationship*. Dengan pendekatan ini organisasi media dipandang sebagaimana organisasi lain yang memiliki atribut dan karakteristik tertentu yang di dalamnya mencakup: struktur hirarkis, divisi buruh internal, tujuan institusi, kebijakan spesifik dalam praktek institusional dan organisasional, hubungan superior-subordinate dalam relationship. Pendekatan ini berarti menitik beratkan studi pada struktur intra-organisasi dan tingkah lakunya.

Pendekatan ini melihat produk media akan menjadi *outcome* bagi hubungan antara seluruh anggota organisasi media. Adapun berdasarkan studi ini kontrol media lebih dipandang sebagai masalah luar dari organisasi, hal itu dilakukan oleh masyarakat yang merupakan *informal Channel* dan sedikit sekali bergantung pada kontrol dari dalam atau formal *Channel*. Jika ada, itupun sifatnya kontrol dari atas ke bawah.<sup>142</sup>

Masalah kontrol media ini Islam tidak hanya berpijak kepada kontrol yang lebih bersifat materi seperti sosok kharismatis seorang manusia. Lebih jauh dari itu, ajaran Islam memberikan model aturan kontrol yang berasal dari sifat-sifat

<sup>142</sup> Michael Gurevitch et all, *Culture Society And The Media*, (London: Methuen And Co. Ltd, 1982),h. 16.

Ilahiyah (akuntabilitas metafisik) yang terinternalisasi dalam setiap diri muslim yang memegang teguh ajaran al-Quran dan as-Sunnah.<sup>143</sup>

Kontrol inilah yang mampu mencerminkan sebuah tanggung jawab pengelola media Islam terhadap kemaslahatan umat dan pertanggungjawaban terhadap Tuhannya. Karena itu fungsi media sebagai edukasi, informasi, hiburan, dan pengaruh akan berjalan secara bersamaan tanpa saling mendominasi.

Dalam Islam memang ada mekanisme kontrol dengan orang-orang yang memiliki kapabilitas dalam bidangnya. Selain itu, Islam juga sangat memperhatikan sebuah konsep yang jelas dalam mengatur sebuah organisasi media. Di sini Islam mampu memadukan model struktur organisasi tradisional dan modern. Potensi orang-orang yang memiliki ragam kemampuan tersebut dibingkai dengan sistem yang kuat dan kokoh sehingga sebuah kontrol dapat dipertanggungjawabkan.

Kebutuhan yang utama dari organisasi media ini adalah menyediakan SDM yang terlatih, bahwa mayoritas dari akses yang dibuat oleh media massa dilakukan secara tidak sengaja oleh para wartawan yang tidak mendapat pelatihan yang mencukupi. Wartawan dalam negara yang sedang membangun demokrasi harus memberitakan dan menganalisis sudut pandang pemerintah, kaum oposan dan juga kelompok yang punya kepentingan umum, yang saling bertentangan satu sama lainnya. Berbagai perubahan membutuhkan tingkat keahlian dan kesadaran yang lebih tinggi, yang hanya bisa dicapai lewat pelatihan dan pelatihan ulang wartawan di setiap tingkatan.

Terlebih lagi peningkatan jumlah publikasi telah menjadi begitu dramatis sehingga personel yang terlatih menjadi sangat kurang jumlahnya. Penerbitan yang sudah mapan memenuhi kebutuhan mereka akan staf lewat perekrutan dari harian dan majalah yang lebih kecil. Tidak lah mengejutkan bahwa rangsuman dari wartawan yang sudah berpengalaman terhadap pendatang baru sangat terganggu karenanya, sebab yang terakhir datang ini menimbulkan kemerosotan standar jurnalisme di penerbitan terkait.

---

<sup>143</sup> Dilnawaz Shiddiqui, "A Comparative...." 16-20,2000), <http://www.islamist.org>.



Islam sangat memperhatikan kualitas generasinya untuk menciptakan sebuah proses kehidupan yang lebih baik. Karena itu sumber daya manusia muslim dalam suatu organisasi selainnya tidak takut akan kekurangan bila mau bercermin terhadap al-Quran yang sangat memperhatikan kelangsungan sebuah generasi. Konsep yang jelas dalam sebuah perekrutan ini yang nantinya akan menentukan konsep masa depan organisasi tersebut.

Apabila sekarang ini umat Islam sangat kurang dalam menduduki posisi penting dalam sebuah organisasi, termasuk sesuatu perusahaan maka masalahnya bukan ketidakadaannya generasi penerus. Mungkin saja itu semua karena tidak diberinya kesempatan kaum muda untuk mengisi pada posisi organisasi namun karena ketakutan yang tidak beralasan.

Cara terbaik untuk mendukung standar etika dan profesional di negara-negara yang sedang mengembangkan demokrasi adalah lewat memperbaiki keahlian wartawan-wartawan itu sendiri. Langkah pertama menuju pengendalian krisis harus dengan mengembangkan keahlian pelatihan para wartawan itu sendiri. Program bagi pelatihan wartawan senior sebagai pelatih harus dimulai secepat mungkin. Dalam jangka waktu yang lebih panjang, publikasi harus didukung untuk melakukan program pelatihan in-house. Di banyak negara, beberapa harian dan kantor berita secara tradisional sudah bertindak sebagai pusat pelatihan tak resmi bagi para wartawan. Organisasi-organisasi ini perlu diperkuat sehingga mereka bisa berkembang dan menyusun kegiatan pelatihan mereka.<sup>144</sup>

Secara filosofis, Islam memiliki standar profesionalitas yang tinggi. Dalam banyak literatur, Islam sangat menganjurkan umatnya untuk sesegera mungkin dalam memberikan upah terhadap para pekerja sebelum keringat mereka terjatuh. Islam juga sangat menekankan bahwa sekecil apapun pekerjaan yang positif maka akan berimbas kepada hasilnya yang baik di masa depan.

Islam sangat memperhatikan kemampuan seseorang dalam sebuah pekerjaan. Dalam Islam umpamanya, pembekalan teknis bagi setiap wartawan

---

<sup>144</sup> "Media dan Pemerintahan: Mencari Jalan Keluar," *Publikasi Seminar* yang diselenggarakan oleh Komunitas Media Indonesia, Komisi Nasional Indonesia untuk UNESCO dan Departemen Penerangan Republik Indonesia, yang diadakan pada tanggal 23 Maret hingga 24 Maret 1999 di Jakarta, Indonesia. Dibantu oleh UNESCO dengan dukungan dana The Canadian International Development Agency.

sangat penting dimiliki dengan berbagai metode pembekalan. Seorang jurnalis muslim harus mampu menguasai berbagai teknik jurnalistik yang lebih handal dan memiliki semangat untuk tetap berkomitmen kepada nilai-nilai Islam.

Lebih dari itu, selain menekankan pada kemampuan teknis bagi para wartawannya, dalam Islam sangat dianjurkan dalam pemahaman dan penguasaan nilai-nilai Islam secara komprehensif. Hal tersebut ternyata tidak sebatas pemahaman dan penguasaan terhadap nilai-nilai Islam namun juga harus mampu terwujud dalam tataran aplikatif (*practice*) yang membingkai dalam setiap praktik kerjanya.<sup>145</sup>

Setelah faktor profesionalisme dari organisasi media, tidak kalah pentingnya adalah masalah *kemandirian editorial*, Leo Batubara menyatakan bahwa: Independensi keredaksian mempersyaratkan bahwa bisnis media adalah mengomunikasikan hanya fakta dan kebenaran, untuk itu melakukan *check and recheck*, memisahkan fakta dari opini dan dengan penyajian yang berimbang (*balance and cover both sides*). Motto keprofesionalan media adalah “sebelum media berurusan dengan polisi, sebaiknya lebih baik berurusan dengan polisi internal”.<sup>146</sup> Namun ini juga tidak berarti bahwa tidak ada permasalahan lain dalam organisasi media, kepentingan *Owners* dan ideologi serta haluan politiknya sedikit-banyaknya akan memengaruhi juga *agenda setting*<sup>147</sup> dan *gatekeeping*<sup>148</sup> dalam organisasi keredaksian.

## 2. Politik Media

Salah seorang tokoh jurnalis muslim, Parni Hadi, mengemukakan pernyataan yang menarik. Ia mengungkapkan, “Pers tidak terpisahkan dari politik. Suatu definisi

---

<sup>145</sup> Qaradhawi, Yusuf, *I'lâm...* www.islmamonline.net, lihat juga Ali Shariati, *Membangun Masa Depan Islam*, terjemah, Rahmani Astuti, (Bandung: Mizan, 1989) Cet ke,2. h,178-191.

<sup>146</sup> Sekretaris Jenderal Asosiasi Penerbit Surat kabar Indonesia, disampaikan pada dialog dalam Seminar “Media Dan Pemerintahan: Mencari Jalan Keluar”. tanggal 23 Maret hingga 24 Maret 1999.

<sup>147</sup> Istilah dalam media yang berarti perencanaan suatu agenda debat publik atau *talks-show* yang dijadwalkan oleh team redaktur. Termasuk pemilihan topic maupun tema bahasan dan pemilihan nara sumbernya.

<sup>148</sup> Pemilihan atau penolakan suatu *events* yang nyata terjadi oleh editor. Konsep *gatekeeping* ini merupakan mekanisme proses dari model komunikasi yang bisa menggambarkan proses pemilihan suatu berita misalnya apakah dianggap representatif atau tidak.

mengatakan politik adalah kegiatan untuk membentuk pendapat umum. Hal inilah sebenarnya tugas pers. Itulah sebabnya pers itu institusi politik dan wartawan adalah aktor politik. Pertanyaannya adalah siapa yang memilih para wartawan atau reporter dalam pemerintah dan mewakili rakyat?”<sup>149</sup>

Memang bila dilihat akar historisnya kegiatan pers adalah kegiatan politik. Seperti diungkapkan di muka bahwa liputan koran atau surat kabar sampai abad pertengahan merupakan pemberitaan yang dikeluarkan oleh pemerintah bagi rakyatnya.

Persinggungan media Islam dengan politik pun pernah terjadi dalam beberapa kasus di negara Arab. Sebut saja majalah *al Urwat al Wutsqa* yang didirikan Muhammad Abduh. Media tersebut menjadi alat perjuangan Abduh dalam dalam mempublikasikan ide-idenya tentang Pan-Islamsme. Media menjadi alat politik Muhammad Abduh untuk membentuk komunitas muslim seperti yang ia harapkan dalam konsep Pan-Islamismenya.

Pada awalnya Abduh bekerja sebagai editor pada media milik pemerintah saat itu. Kemudian ia memilih keluar darinya dengan tetap konsisten mengambil jalur media yang lebih independen. Karena itu ia berani untuk melakukan pergerakan lewat media *vis a vis* negara.

Di Qatar terdapat media TV *Al Jazeera* yang mulai populer sejak peristiwa 11 September 2000. Meskipun *Al Jazeera* belum mampu dikatakan sebagai representasi media Islam, namun di belahan dunia terutama dunia Islam ia mulai dikenal sebagai media alternatif. Paling tidak untuk saat ini, politisasi media menjadi ada keseimbangan dengan adanya *Al Jazeera* tersebut. Artinya, jika selama ini kekuatan media terutama dalam politik medianya banyak dikuasai oleh Barat, dengan adanya *Al Jazeera* dari Timur Tengah menjadi penyeimbang kesenjangan informasi antara dunia Islam dan Barat.

Informasi dunia akan menjadi lebih searah bila hanya dikuasai media Barat. Mungkin sekarang ini dalam mendapatkan informasi kita lebih senang berkiblat kepada

---

<sup>149</sup>Parni Hadi Direktur Kantor Berita “ANTARA”, Indoensia dalam “Media Dan Pemerintahan: Mencari Jalan Keluar,” *Publikasi Seminar* diselenggarakan oleh Komunitas Media Indonesia, Komisi Nasional Indonesia untuk UNESCO.

CNN dan BBC, serta media besar Barat lainnya. Tanpa adanya penyeimbang informasi dari media Islam, maka politisasi media dunia saat ini akan tetap searah dan hanya didominasi dengan kekuatan Barat.

Namun perkembangan berikutnya berubah walaupun "politik" media masih tetap ada, peralihan dari berita milik penguasa berubah saat media mulai menerima support dana dari periklanan, dan diawalinya pembahasan kebebasan pers di Swedia pada tahun 1766. Munculnya "kebebasan pers" sampai masuk ke dalam konstitusi mengandung arti adanya "bahaya" yang dihadapi oleh institusi penyelenggara media yang datang dari pelaku "politik" atau pemegang kekuasaan *dominant political power*.

Dari apa yang dikemukakan Parni Hadi, bisa dikembangkan suatu pemahaman bahwa kegiatan pers sangat berhubungan erat dengan politik di suatu negara. Namun masih ada pertanyaan bahwa politik media berarti media massa dalam hubungannya dengan politik dominan atau institusi media sendiri bermain politik?

Kalau yang dimaksud adalah pertanyaan pertama, hubungan media massa dengan politik, maka yang akan tergambar adalah bagaimana sebuah media bisa hidup dalam suasana politik suatu negara. Ini akan melahirkan atau berhadapan dengan konstitusi yang mengatur perjalanan media.

Sebagai contoh UU no 40 tahun 1999 tentang pers misalnya merumuskan beberapa pengertian yang menggambarkan berbagai persoalan yang terkait dengan pers sebagai berikut:

BAB I KETENTUAN UMUM Pasal 1 Dalam Undang-undang ini, yang dimaksud dengan: *Pers* adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia. *Perusahaan pers* adalah badan hukum Indonesia yang menyelenggarakan usaha pers meliputi perusahaan media cetak, media elektronik, dan kantor berita, serta perusahaan media lainnya yang secara khusus menyelenggarakan, menyiarkan, atau menyalurkan informasi. *Kantor*

*berita* adalah perusahaan pers yang melayani media cetak, media elektronik, atau media lainnya serta masyarakat umum dalam memperoleh informasi. *Wartawan* adalah orang yang secara teratur melaksanakan kegiatan jurnalistik. *Organisasi pers* adalah organisasi wartawan dan organisasi perusahaan pers. *Pers nasional* adalah pers yang diselenggarakan oleh perusahaan pers Indonesia. *Pers asing* adalah pers yang diselenggarakan oleh perusahaan asing. *Penyensoran* adalah penghapusan secara paksa sebagian atau seluruh materi informasi yang akan diterbitkan atau disiarkan, atau tindakan teguran atau peringatan yang bersifat mengancam dari pihak manapun, dan atau kewajiban melapor, serta memperoleh izin dari pihak berwajib, dalam pelaksanaan kegiatan jurnalistik. *Pembredelan atau pelarangan penyiaran* adalah penghentian penerbitan dan peredaran atau penyiaran secara paksa atau melawan hukum. *Hak Tolak* adalah hak wartawan karena profesinya, untuk menolak mengungkapkan nama dan atau identitas lainnya dari sumber berita yang harus dirahasiakannya. *Hak Jawab* adalah seseorang atau sekelompok orang untuk memberikan tanggapan atau sanggahan terhadap pemberitaan berupa fakta yang merugikan nama baiknya. *Hak Koreksi* adalah hak setiap orang untuk mengoreksi atau membetulkan kekeliruan informasi yang diberitakan oleh pers, baik tentang dirinya maupun tentang orang lain. *Kewajiban Koreksi* adalah keharusan melakukan koreksi atau ralat terhadap suatu informasi, data, fakta, opini, atau gambar yang tidak benar yang telah diberitakan oleh pers yang bersangkutan. *Kode Etik Jurnalistik* adalah himpunan etika profesi kewartawanan.<sup>150</sup>

Berbagai persoalan yang diatur suatu konstitusi seperti contoh di atas memperlihatkan adanya pengaturan yang merupakan produk politik yang juga tidak mustahil akan dimanfaatkan oleh *dominant political power* untuk menguasai media. Adanya istilah penyensoran dan pembredelan, mencerminkan keharusan media tunduk pada ketentuan politik yang berlaku.

---

<sup>150</sup>[http// www. Prsni.or.id](http://www.Prsni.or.id).

Namun jika yang dimaksud pertanyaan kedua maka media sebagai pemain politik bisa berarti bagaimana suatu media menyasati keadaan untuk mampu bertahan hidup dan menghasilkan profit bagi pemiliknya. Maksudnya jika institusi media menentukan untuk memilih atau bergabung dengan kekuatan politik tertentu—mengambil sikap oposan atau memihak kepada penguasa, karena imbalan tertentu, maka berarti permainan politik media. Maka wartawan sebagai aktor politik yang diistilahkan Parni Hadi bisa menjadi nyata dan politik wartawan bisa *cooperative* atau *confrontative*.

Dalam hal ini Islam tidak berorientasi pada profit semata. Apalagi bila keuntungan tersebut lebih berkisar pada kepentingan dan keuntungan pribadi saja. Padahal Islam sangat menganjurkan sebuah tanggung jawab bagi kepentingan umat yang lebih besar.

Karena itu, politik media dalam Islam tidak dengan begitu saja menghalalkan segala cara untuk mendapatkan setiap keinginannya. Islam memiliki *guidance* terutama dalam membuat strategi yang lebih santun tanpa mengabaikan nilai-nilai Islam yang mbingkainya. Dengan itu, sebuah politik media Islam tidak berada pada kawasan *profit oriented*, namun lebih memperjuangkan idealisme yang bersumber dari al-Quran dan al-Hadits.

Terkadang permasalahan politis antara bergabung atau memilih opisisi tersebut menyatu dalam operasional penyelenggara media, kepentingan media untuk *survive* di satu sisi dan kepentingan politik dominant di sisi lain saling bergumul. Kepentingan umum dan hak untuk mendapatkan informasi yang benar yang biasa dijadikan “alasan” kebebasan pers, ujungnya seringkali sensasional.

Apa yang disampaikan Kofi Annan berikut mencerminkan kritikan terhadap pemerintah yang mengendalikan pers –walau kadang bertujuan selain melindungi pemerintahannya juga melindungi rakyatnya.

Akan selalu ada pihak-pihak yang mempertanyakan nilai kebebasan berbicara di dalam masyarakat mereka sendiri, yakni mereka yang memberikan alasan bahwa kebebasan berbicara itu akan mengganggu stabilitas dan membahayakan kemajuan, mereka yang menganggap kebebasan berbicara

sebagai bahaya dari luar dan bukannya suatu pengungkapan setiap orang untuk mendapatkan kemerdekaan.

Yang selalu jelas tampak dalam argumen di atas ini adalah bahwa anggapan tersebut tidak pernah dianut oleh rakyat itu sendiri, melainkan oleh pemerintahan, dan sekali lagi saya tekankan: oleh pemerintahan; tidak pernah alasan itu dikemukakan oleh mereka yang lemah melainkan oleh mereka yang berkuasa; tidak pernah disuarakan oleh mereka yang tak bersuara melainkan oleh mereka yang suara lantanganya bisa didengar. Sebaiknya kita akhiri perdebatan ini untuk selama-lamanya atas satu satunya ujian yang sudah terbukti, yakni pilihan bagi setiap orang untuk mengetahui lebih banyak atau lebih sedikit, untuk didengar atau didiamkan saja, untuk berdiri tegar atau untuk bertekuk lutut.”<sup>151</sup>

Dari ungkapan di atas nampak kehendak akan kebebasan pers yang dihubungkan dengan; a. mengurangi kekuasaan pemerintah terhadap institusi media; b. kebebasan berbicara bagi siapa saja; c. kebutuhan akan informasi (hak mengetahui).<sup>152</sup>

Kalangan media sendiri juga merasakan kegerahan nampaknya ketika berhadapan dengan situasi saat kelompok-kelompok politik, etnik dan agama di suatu negara demokrasi baru, dalam beberapa kejadian, berusaha untuk memengaruhi pers melalui ancaman, intimidasi dan serangan-serangan yang hebat.

Wartawan sering menemukan diri mereka terjepit di antara berbagai kelompok politik yang terbagi-bagi. Harian, yang menerbitkan klaim dan tuduhan para pemimpin politik yang bersaing, dikritik oleh pihak lainnya sebagai menggunakan sensasionalisme,

---

<sup>151</sup> Publikasi Seminar, "Media Dan Pemerintahan: Mencari Jalan Keluar," *Publikasi Seminar* diselenggarakan oleh Komunitas Media Indonesia, Komisi Nasional Indonesia untuk UNESCO

<sup>152</sup> Di Indonesia pembukaan kran kebebasan pers telah melahirkan berbagai persolan seperti munculnya berbagai koran merah (*yellow magazine* atau *newspaper*) yang secara normatif berlawanan dengan kepentingan umum. Dikembangkan lagi dengan upaya penerbitan majalah *Playboy* yang mendapatkan reaksi keras serta memunculkan RUU pornografi dan porn aksi tahun 2006.

penghakiman karakter, dan informasi yang menyesatkan. Dalam banyak kasus, partai-partai politik sudah membentuk kantor berita dan lembaga yang sengaja menggunakan informasi yang menyesatkan untuk mendiskreditkan lawannya dan menyebarkan kepentingan mereka sendiri. Sehingga melahirkan pemikiran bahwa untuk menjamin standar etika yang tinggi dari pers tidak lah hanya terletak pada tanggungjawab media massa tetapi juga keseluruhan masyarakatnya, dan bahwa kegiatan kelompok politik memainkan peran vital dalam menentukan standar etika media massa.<sup>153</sup>

Kegerahan tersebut nampak seperti diungkap Atmakusumah Astraatmadja misalnya; Mahatma Gandhi pernah berkata: “Bila suatu kendali datang dari luar dirinya, ternyata lebih beracun daripada tanpa kendali. Kendali hanyalah bermanfaat dari dalam dirinya sendiri.” Sehingga swa-sensor yang berguna hanyalah yang berasal dari hati nurani pengelola media pers itu sendiri, bukan yang diakibatkan oleh tekanan-tekanan dari pihak-pihak di luar pers.<sup>154</sup>

Hati nurani yang jernih dan “kendali dari dalam dirinya sendiri” itulah fondasi yang diperlukan untuk menegakkan etika pers bagi setiap wartawan.<sup>155</sup> Sedangkan Karni Ilyas menyatakan: “Saya tetap melihat perlunya etika media massa sebagai protek agar kebebasan media massa tetap demi kepentingan umum bukan hanya menjadi kepentingan pribadi atau kelompok. Artinya berbagai asas seperti keseimbangan, tidak berpihak, tidak menyerang pribadi obyek berita, harus tetap menjadi rambu-rambu etika wartawan. Pengawasannya haruslah diserahkan ke media massa itu sendiri dan organisasinya.

Hal ini merupakan hal yang biasa bagi setiap pekerjaan profesional seperti kedokteran dan hukum. Asosiasi profesi memang harus selalu mengawasi perilaku etika

---

<sup>153</sup> Publikasi Seminar, “Media Dan Pemerintahan: Mencari Jalan Keluar,” *Publikasi Seminar* diselenggarakan oleh Komunitas Media Indonesia, Komisi Nasional Indonesia untuk UNESCO.

<sup>154</sup> Publikasi Seminar, “Media Dan Pemerintahan: Mencari Jalan Keluar,” *Publikasi Seminar* diselenggarakan oleh Komunitas Media Indonesia, Komisi Nasional Indonesia untuk UNESCO.

<sup>155</sup> Publikasi Seminar, “Media Dan Pemerintahan: Mencari Jalan Keluar,” *Publikasi Seminar* diselenggarakan oleh Komunitas Media Indonesia, Komisi Nasional Indonesia untuk UNESCO.



para anggotanya. Pada akhirnya surat kabar yang memiliki etika, di depan mata publik, akan merupakan surat kabar yang layak dipercaya.”<sup>156</sup>

Berbagai pemikiran tentang perlunya etika pers yang didasarkan pada menjamurnya media mencerminkan adanya tarik menarik antara “perlunya kran kebebasan pers” dan “harga mahal yang harus dibayar” yang diakibatkan oleh kebebasan pers itu sendiri dari kalangan pelaku media. Namun bisa dilihat semangat kebebasan yang diperjuangkan di sini adalah kebebasan dalam arti editorial yang independent terutama dari pemerintah.

### 3. Ekonomi Media

Ekonomi media adalah kebijakan dari institusi media yang berhubungan dengan ekonomi yang bisa menjaga kelangsungan hidup dari media tersebut serta sangat erat hubungannya dengan profit yang bisa diraih oleh *owner*. Kebijakan dalam memilih, memformat suatu program biasanya didasarkan pada pemenuhan kebutuhan pasar, untuk itu dilakukan berbagai studi pasar dengan mengadakan survey untuk mengetahui kehendak audiens.

Minat dan selera audiens itulah yang kemudian “dijual” oleh media kepada biro iklan sebagai sumber keuangan mereka --sejak 1921 biro iklan menjadi penyumbang dana untuk media. Rating suatu program, jam tayang bagi media elektronik, atau kelompok pembaca serta sirkulasi bagi media cetak merupakan informasi yang sangat mahal dan bisa dijual kepada biro iklan.

Isi media sangat ditentukan oleh pandangan ekonomi dari organisasi media, semua isi, pesan dan produk media adalah merupakan cermin dari kemauan iklan dan kemauan *audience* (*product audience-maximizing product*). Walaupun media tersebut dikontrol oleh *dominant political power* atau negara.<sup>157</sup>

---

<sup>156</sup> Publikasi Seminar, “Media Dan Pemerintahan: Mencari Jalan Keluar,” *Publikasi Seminar* diselenggarakan oleh Komunitas Media Indonesia, Komisi Nasional Indonesia untuk UNESCO

<sup>157</sup> Michael Gurevitch, *Media...*, h,18.

Mekanismenya dapat digambarkan berikut, Pandangan ekonomi pemilik diterjemahkan menjadi → pesan. Berdasarkan pendekatan ini, keterkaitan antara ekonomi media dengan isi media harus dipandang sebagai hubungan “ideology professional dengan praktek media.” Akan lebih jelas lagi masalah ekonomi media ini dalam pembahasan *Content Media*.

## Content Media

Isi “*pesan*” media; isi media mencerminkan visi dan misinya, maka semua hal yang akan disampaikan kepada *audience* diupayakan selaras dengan tujuan media tadi, ini berlaku pada pemilihan nama program, peletakkan program (jadwal), pemilihan bahasa (artikulasi kata-kata) yang digunakan, pembuatan jingle,<sup>158</sup> spot, termasuk juga penyaringan iklan.<sup>159</sup> Kepuasan *audience* menjadi ukuran dalam hal ini. Keberhasilan dalam mengenali *audience* ini diukur dengan jumlah fans yang mengakses suatu media.

Ada banyak cara yang dilakukan institusi media untuk mengenal fansnya, misalkan dengan “jumpa fans,” kuis hadiah, questioner pada acara-acara *off air*, bahkan acara *telephone-in* juga sebenarnya merupakan survey tersembunyi bagi media.<sup>160</sup> Jumlah telepon yang masuk pada suatu program bisa “dijual” kepada pihak pengguna jasa periklanan.

Bagaimana ideologi, ekonomi, dan idealisme memengaruhi *owner* dan institusi, lalu institusi menerjemahkannya dalam bentuk programming dan pemilihan format,

---

<sup>158</sup> Tune associated with something advertised: a catchy tune or verse, usually one that is played repeatedly to advertise something, Microsoft® Encarta® Reference Library 2003. © 1993-2002 Microsoft Corporation. All rights reserved.

<sup>159</sup> Mendukung misinya ada sebuah media radio di Bandung yang menolak mengiklankan produk rokok, ini berarti menyaring “informasi” yang akan ditayangkan.

<sup>160</sup> Lihat juga “audience in the media” dalam Gill Branston and Roy Stafford, *The Media Student's Book*, Routge NewYork, Cet, 2003, h, 165.

bahasa, dan isi informasi, kemudian disajikan kepada *audience*,<sup>161</sup> lalu *audience* dengan segala yang mengitarinya memengaruhi isi media.

Dalam konteks ini ideologi, ekonomi dan idealisme saling tarik menarik dalam penyajian sebuah konsep media. Tarikan-tarikan kepentingan ini terkadang saling mendominasi bahkan terkadang lebih bersifat pragmatis sehingga sisi idealisme menjadi terkikis habis. Di sinilah komitmen kuat dari orang-orang yang terlibat dalam media tersebut terhadap kepentingan umat sangat diperlukan. Kepentingan umat tersebut tidak hanya sebatas nama namun lebih kepada sisi praktis yang dapat dirasakan hasilnya.

Di sinilah paradigma Islam akan menjaga dari kepentingan-kepentingan pragmatis tersebut dengan lebih menghadirkan nuansa nilai yang lebih berkualitas. Islam sebagai ideologi media akan melahirkan sebuah nilai ekonomi yang berkeadilan dan tidak mengikis sisi idealisme sebuah media. Peran ini akan terwujud bila media Islam tetap memperhatikan sisi edukasi, informasi, hiburan dan pengaruh tersebut dalam bingkai Ilahiyah yang menjelma dalam setiap proses kerja media.

Terlihat adanya peran ideologi pada institusi dan informasi serta *audience*, kemudian unsur ekonomi terdapat pada institusi, pesan dan *audience*, sementara kultur lebih dominan dimiliki oleh *audience*. Semua unsur yang terdapat dalam masing-masing komponen itu saling memengaruhi satu sama lainnya.

Ideologi institusi memengaruhi pesan, demikian juga ideologi *audience* serta ideologi pesan. Pesan atau isi media dikatakan memiliki ideologi karena ia merupakan tempat pergumulan ideologi pemilik dan ideologi *audience* serta ideologi institusi lain sebagai klien. Dari sudut otonomi, institusi media otonom, karenanya dia berhak menolak atau menerima informasi dari siapapun dalam hubungannya dengan institusi lain

---

<sup>161</sup>Penyajian ini tentu saja karena kesadaran akan adanya effect media yang sangat besar terhadap tindakan, sikap dan kognisi audience, lihat Baran J. Stanley, Jerilyn S. McIntyre, Timothy P. Meyer, *Self Symbols And Society: An Introduction To Mass Communication*, Addison-Wesley Publishing Company, Inc, 1984, h 255-261.

tak terkecuali negara. Sementara profesionalisme dimiliki oleh institusi dan isi informasi media.

Media massa adalah usaha yang bisa dipercaya dan menguntungkan. Kompetisi sangat keras karena proses memulai penerbitan baru menjadi sangat sederhana dan bebas berakibat pada pertumbuhan yang eksplosif dalam hal jumlah penerbitan dan sekarang ini surat kabar menemukan diri mereka dalam lingkungan kompetisi yang sangat tinggi. Sebagai contoh, di Indonesia jumlah penerbitan melonjak dari 250 menjadi lebih dari 1,000 dalam waktu beberapa bulan saja demikian juga halnya dengan media elektronik. Kota-kota besar memiliki penerbitan berupa lusinan surat kabar, mingguan dan bulanan.

Dengan kompetisi yang menajam secara dramatis ini, beberapa penerbitan merasa bahwa mereka harus menggunakan sensasionalisme dan bersifat berat sebelah demi menjaga kemampuan daya saingnya. Hampir semua negara demokrasi menyaksikan peningkatan jumlah penerbitan yang bergairah dengan peliputan bersifat blak-blakan dan sensasional tentang perseteruan politik dan pidana. Walaupun publikasi seperti ini hanya memiliki segmen kecil dari pers.

Agus Sudibyo dengan apik mencoba mengkaji *content* media cetak dengan membuat berbagai perbandingan antara satu majalah dengan majalah lain serta antara satu surat kabar dengan surat kabar lainnya. Ia mencoba mendeskripsikan berbagai *frame* yang dibuat oleh institusi media sehingga berimplikasi pada penyajian berita yang disebarluaskannya.

Hasil studinya memperlihatkan berbagai persoalan yang rumit yang berada di balik meja redaksi. Pertarungan ideologi, politik dan kekuasaan, konflik sara, serta tokoh-tokoh politik dikaji dan disajikan secara baik oleh Agus dalam *content analysis* –walau dia menyebutnya analisis framing-- yang berjudul *Politik Media dan Pertarungan Wacana*.

Untuk melihat *content* media bisa dikelompokkan pada dua kategori isi, pertama *news content*, kedua *non-news content*. *News content* bertujuan untuk mewakili realitas sehingga nampak nyata dan dialami oleh audiens. Sedangkan *non-news content* berusaha menyajikan pengalaman umat manusia. Tujuannya antara lain untuk menarik minat (*to*

*excite*), memberi stimuli, menarik perhatian, serta mengekspresikan perasaan dan opini.<sup>162</sup>

Sedangkan dari segi isi keseluruhan seperti bisa dilihat, bahwa content media tidak saja merupakan informasi atau pesan yang sengaja disajikan tim editorial suatu media, *seperti news* dan *non news content* tadi, tapi lebih dari itu termasuk content juga adalah pesan-pesan yang disajikan biro iklan dalam suatu media. Katakanlah media TV, isinya selain program yang ditayangkan baik berita maupun non berita, juga banyak mengandung pesan-pesan sponsor, bahkan kadang kalau dikalkulasi durasi pesan *advertising* lebih lama –kalau tidak dikatakan sama— dibanding program yang ditayangkan. Apalagi jika rating program serial tertentu begitu tinggi, maka informasi periklanannya juga akan lebih banyak.

Jadi dapat dikatakan bahwa *content* media secara keseluruhan adalah semua yang ditampilkan oleh media baik itu program atau informasi yang diformat oleh media maupun oleh biro iklan.

*Content* dan format media sangatlah erat dan saling terkait satu sama lainnya. Pelaku media bisa menentukan format yang nantinya berakhir dengan penentuan content. Radio dengan format jazz, dengan sasaran pasar orang dewasa akan menjadikan musik warna Jazz dengan “bahasa” sapaan serta pilihan kata-kata orang dewasa. Sementara radio lain dengan format Pop dan sasaran anak muda akan melahirkan format musik Pop, tidak akan ditemui musik Rock di sana dan begitu juga dengan station lain yang mengambil format Dangdut, Religius, News dan seterusnya.

Penentuan format ini berlaku juga dengan media lain seperti TV, surat kabar, majalah ataupun tabloid. Dari format tersebut menjadikan *content* media berbeda satu sama lainnya. Bila format untuk orang dewasa-berduit, *content* periklanannya juga akan berbeda dan biro iklan mau memakai media tersebut sebagai *partnernya*.

Dalam format media radio, surat kabar, majalah seperti itu tidak akan ditemukan iklan “jamu” buatan Cilacap atau “saos tomat” buatan Cirebon, tapi akan ditemui iklan Matahari Departemen Store, Hero, atau iklan mobil-mobil mewah. Untuk TV –karena TV bisa bermain dengan jam tayang sesuai kelompok sasaran-- dan radio serta koran lokal lebih banyak memformat medianya dengan multi-segment. Hal itu karena

---

<sup>162</sup> Jeffres, *Self* ..., h,165.

kurangnya pesaing dan lemahnya daya beli masyarakat audiens. Adapun untuk isi dan format RRI bisa dilihat dari publikasinya seperti yang dimuat dalam situs resminya.<sup>163</sup>

Berita dialokasikan 35% dari seluruh rangkaian program. Biasanya RRI mengumandangkan *news programe* pagi hari, jam 06.00, jam 09, jam 11.00, jam 13.00 dan lain-lain dengan nama-nama sesuai materi beritanya berita Internasional, Daerah, National dan berita olah raga. Kalau dilihat dari content dan narasi berita, RRI memiliki karakter tersendiri, berita yang disajikan RRI relatif santun, tidak provokatif dengan intonasi dan vokal yang sejuk.

Ini memang keunggulan yang dimiliki RRI maupun TVRI. Ia selalu tampil dengan ciri khasnya baik dalam pemberitaan maupun dalam sapaan pendengar. Profesionalisme presenter nampak tidak tergoyahkan oleh bentuk-bentuk narasi yang mulai mengglobal di TV atau Radio swasta. Narasi yang dipakai oleh SCTV, ANTV, INDOSIAR, TPI dan lainnya kalau diperhatikan akan nampak tidak jauh berbeda baik artikulasi verbal maupun nonverbal tidak jauh berbeda dengan CNN atau al-Jazeera.

Daniel Chandler menuliskan bagaimana suatu program berita berusaha menghadirkan apakah realitas benar-benar objektif? Ia mengutip apa yang disampaikan John Fiske:

*'News, of course, can never give a full, accurate objective picture of reality nor should it attempt to, for such an enterprise can only serve to increase its authority and decrease people's opportunity to "argue" with it, to negotiate with it. In a progressive democracy, news should stress its discursive constructedness, should nominate all its voices... and should open its text to invite more producerly reading relations'.<sup>164</sup>*

Artinya bahwa berita tidak bisa menyajikan gambaran penuh tentang realitas yang sebenarnya melalui gambar yang objektif dan akurat, atau ada kehendak untuk memperhatikan suatu realitas secara utuh, bahkan beberapa perusahaan hanya bisa mengembangkan otoritasnya serta memperkecil kesempatan bagi masyarakat untuk ikut menyalurkan idenya (menanggapinya) atau bernegosiasi untuk menerimanya. Ia lebih

<sup>163</sup> Lihat di appendix.

<sup>164</sup> Daniel Chandler, Notes on the Construction of Reality in TV News Programmes, <http://www.aber.ac.uk/media/>.

memberikan penekanan pada ekspansi yang terkonstruksi, semua suara (*voices*) maupun texts diformulasikan untuk mengundang “bacaan” relasi para produser.

Content TV bisa diperhatikan juga dari susunan program yang biasa disusun oleh institusi penyelenggaranya. Program tahunan yang disusun kemudian diterjemahkan dalam bentuk rancangan program harian.<sup>165</sup>

Melalui jawal acara di atas dapat dilihat pembagian menit demi menit disusun dengan program yang telah dirancang sesuai dengan sasaran penontonnya. Program Kiss yang berisikan *gossip* tentang selebritis (*celebrities*) pada hari-hari biasa ditayangkan setiap pukul 7.30. dimaksudkan untuk menemani ibu-ibu rumah tangga sambil mengerjakan pekerjaan ringan di rumah, namun pada hari Sabtu ditayangkan pukul 9.30 alokasi waktunya diisi oleh program lain Sebagaimana halnya pemindahan jam tayang Fokus yang pada tahun-tahun pertamanya selalu ditayangkan jam 16.30 berubah menjadi jam 12.30 tentunya punya alasan tersendiri.

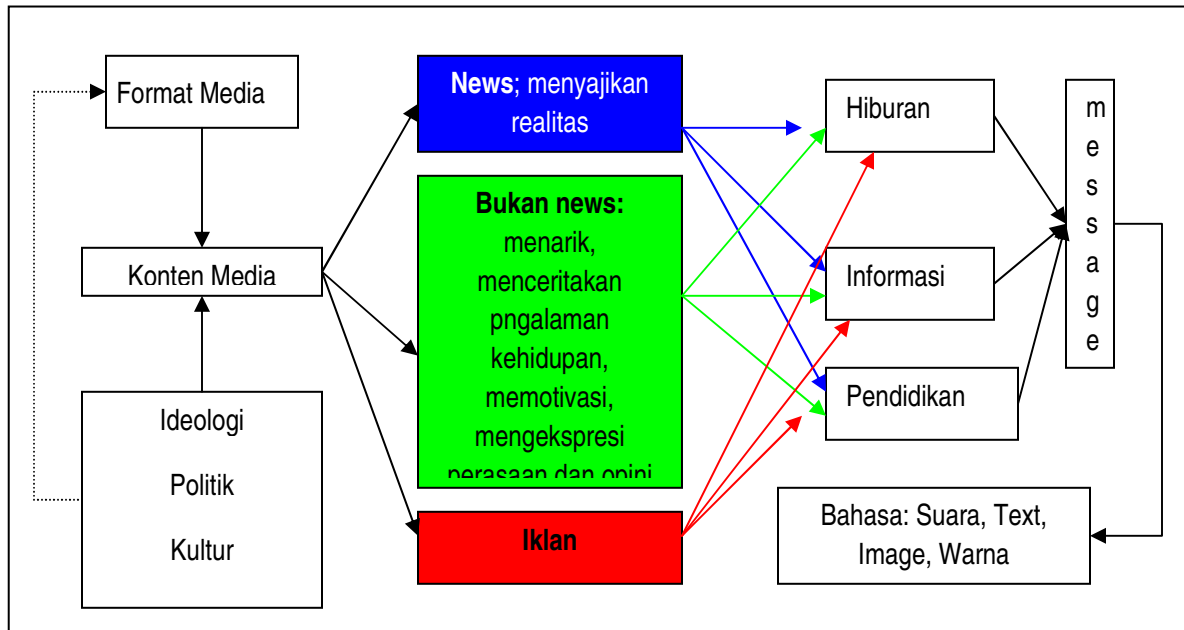
Rancangan program siar di atas memperlihatkan bahwa Indosiar memilih untuk merangkul semua masyarakat Indonesia sebagai *spectator*-nya multi segmen; mulai dari kelompok etnik keagamaan dengan menyajikan Cahaya Iman, serta pemilihan sinetron-sinetron yang memiliki *genre* etnik keagamaan sampai pada program anak, ibu-ibu rumah tangga, remaja dan berbagai lapisan masyarakat lain, program berita juga nampaknya ditujukan kepada khalayak luas, pengambilan program dangdut dan film-film India –yang awalnya unggulan TPI-- serta sejumlah program reality show, AFI, Kondang-in yang melibatkan banyak audiensce di dalamnya merupakan pengembangan lain dari *audiensce in the media* yang sebelumnya monoton pada *talk show* dan *telephon-in*. keberhasilannya meluncurkan sinetron berbau etnik Titipan Ilahi, yang sempat mendapat komentar tertinggi di web sitenya pada tahun 2004 serta meraih program Ramadhan terbaik dari MUI, membukakan lahan baru bagi produser untuk memproduksi program-program edukasi.

Secara skematik dapat digambarkan bahwa content media terdiri dari:

---

<sup>165</sup> Terlampir.

## Content Media



## Audiens

Cara berfikir tentang “Audiens” adalah merupakan pokok pembahasan makalah ini, jadi semua yang berkenaan dengan pembahasan yang menjadikan *understanding of audiences* (memahami *audiences*) sebagai bahan kajian. Tegasnya pembicaraan mengenai metode menganalisis teks. Di antaranya ada sedikit pembahasan mengenai sejauhmana keterikatan *audiences* terhadap teks, ini diungkap dalam content analisis.

Dalam studi-studi media, “audiens” adalah kelompok atau individu yang dijadikan sasaran serta dibangun oleh industri media.

Secara ekstrem ada dua model yang dipakai dalam mempelajari *audiences*; model effect dan model penggunaan serta gratifikasi: Model effect (disebut juga model hipodermik) nama



yang diberikan pada pendekatan yang menekankan apa yang dilakukan oleh media pada audiensnya. Power diasumsikan terletak pada “message”.

Media dalam operasionalnya kadang disebut “media masa”, atau “komunikasi masa” untuk menekankan ukuran dan skala operasionalnya, Bahasa yang digunakan dalam model ini sering mengimplikasikan bahwa makna “disuntikan” dengan power pada audiens. Tahap berikutnya untuk menguraikan media dalam bekerja sering seperti sebuah busan. Lalu memberi kesan bahwa audiens terbius, kecanduan, dan menjadi korban.

Di sisi lain, model penggunaan dan gratifikasi memberi tekanan pada apa yang dilakukan pembaca atau *audience* terhadap produk media. Dalam hal ini power audiens dan pembaca yang dilakukan produk media pada mereka. Power dalam hal ini terletak pada *audience* sebagai “*consumer*”, *audience* yang menentukan untuk menggunakan media atau tidak sebagaimana juga *audience* yang menentukan apakah ia puas atau tidak puas atas apa yang disajikan media, sesuai dengan kebutuhannya atau tidak. Di sini *audience* memiliki kebebasan untuk mengkasas atau tidak sebuah produk media.

Dua pendekatan ini dengan segala variantnya kemudian dikritisi untuk selanjutnya dikembangkan dengan menyajikan pengamatan empirik terhadap apa yang terjadi di lapangan baik yang berupa pendekatan effect atau pendekatan penggunaan dan grafitasi, untuk kemudian dipadukan kedua pendekatan tersebut dalam rangka melihat seluk-beluk *audiences*; di sini berarti beberapa sifat dan prilaku *audiences* serta gambaran umum tentang mereka, dari situ pembicaraan akan mengarah pada apa yang bisa dilakukan sebuah institusi media atas pengetahuan atau pemahamannya tentang *audiences*, atau dengan kata lain ‘pengetahuan tentang *audiences*’ dapat memberi pengaruh apa terhadap media massa.

*Model Effect*; Frankfurt School, upaya memahami *audiences* telah dilakukan oleh Frankfurt School yang mangajukan teori tentang “kemungkinan adanya *effect* media, terutama setelah penggunaan radio dan film sebagai alat propaganda oleh fascism German. Kebanyakan teori Frankfurt ini menggambarkan kekuatan media Amerika, termasuk periklanan dan bentuk hiburan.

Ia merupakan variant dari teori kritik Marxism. Menurut teorinya perusahaan-perusahaan kapitalis memiliki dan mengontrol media”.<sup>166</sup> Nama nama seperti Theodore Adorno (1903-70) Herbert Marcuse (1898-1973) dan Max Horkheimer (1895-1973) disebut-sebut sebagai pelopornya. Model *Effect* ini pada perkembangan berikutnya menekankan pada *fenomena baru televisi pada tahun 1950an*. “Perhatian ini diingatkan oleh peningkatan tindak kekerasan yang dinilai memiliki hubungan erat dengan penyajian kekerasan oleh TV.”<sup>167</sup> Kehawatiran tersebut telah melahirkan sebuah gerakan *moral* seperti yang dilakukan oleh himpunan penonton dan pendengar nasional (*National Viewers' and Listeners' Association*) di Inggris dan pergerakan orang tua (*parental movements*) di USA yang mencoba mengajukan tuntutan agar media lebih dikontrol. Karena menurut asumsi mereka, media adalah penyebab utama keterjerumusan masyarakat terhadap tindak kekerasan.

Sisi lain dari model effect adalah perhatian terhadap “apakah TV memengaruhi sikap politik masyarakat” ini terjadi pada tahun 40 an. Dalam perhatian terhadap effect media ini juga banyak dikembangkan teori *behavior* BF. Skinner (1904-1990) juga Pavlov yang mencoba meneliti respons binatang setelah diberikan rangsangan. Teori ini dipakai untuk melihat effect media terhadap tingkah laku anak. Kemudian pada gilirannya dunia periklanan memanfaatkan teori ini; “pengulangan pesan dan penguatannya oleh TV dapat memengaruhi *audiences*”<sup>168</sup>. Percobaan lain dengan memakai pendekatan behavioris ini juga dilakukan sebagaimana diungkap oleh Bandura & Walters (1963) tentang “Bobo doll experiment”<sup>169</sup>; kepada anak disajikan tontonan kegiatan orang dewasa, lalu diamati tingkah laku anak tersebut dalam kesendirian, ternyata anak tersebut mengkopi kegiatan yang ditayangkan tadi.

Problemnya, dalam effect model pengaruh media senantiasa diasumsikan negatif, tak pernah positif, terutama televisi. Jika dilihat secara lebih dekat jenis-jenis tulisan (e.g

---

<sup>166</sup> Gill Branston and Roy Stafford, *The Media Student's Book*, Routge NewYork, Cet,2003,h,149.

<sup>167</sup> Gill Branston, *The Media...*,h,149.

<sup>168</sup> Gill Branston, *The Media....*,h, 150.

<sup>169</sup> Gill Branston, *The Media....*,h, 150.

editorial tabloid) bahwa keinginan mensensor, senantiasa menyeret pada dua posisi kontradiktif yang kadang menimbulkan kepanikan moral: pertama media menghasilkan inactivity, membuat malas. Kedua, media menghasilkan aktivitas tapi aktivitas yang jelek seperti kekerasan.

Dimaksud dengan *mass audience* menurut model ini adalah kaum wanita dan anak-anak yang paling banyak memiliki peluang karena diasumsikan anggota masyarakat yang “lemah” dan mudah terpengaruh. Ada beberapa penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan kapasitas TV dalam membentuk persepsi tentang kekerasan, politik dll. Misalkan Gebner & Gross (1976) yang menyatakan bahwa “*the more television you watch , the more likely you are to have a fearful attitude to the world outside of home*”.<sup>170</sup> Lazarsfeld *at al*, (1944) “menyimpulkan bahwa pemilih suara (*voters*) sangat menolak pengaruh media sejak preposisi individual atau preferensi politik dipengaruhi oleh media yang mereka akses. Menurutnya pemimpin local sangatlah berpengaruh pada pemilihan suara,” pernyataan ini mengawali asumsi bahwa media berperan hanya sebatas mendukung ataupun membantu, tidak lagi berupa “pencuci otak” atau agen perubahan yang radikal.

*Uses & Gratifications Model*: Model ini pertama kali muncul di Amerika Serikat sejalan dengan kemunculan televisi serta pendekatan sosio-psychological terhadap media sekitar tahun 40 an, sebagaimana juga penggunaan pendekatan sosio-cultural terhadap negosiasi *audiences* dengan media.

Pada tahun 1950an para peneliti Amerika mulai mengadakan penelitian berkenaan dengan TV, pertanyaannya yang diajukan kepada masyarakat adalah, kenapa mereka menonton TV? kesimpulannya adalah bahwa *personality type* tipe kepribadian audiens menanggapi beberapa kebutuhan, suatu kebutuhan yang ditata oleh media masa untuk memenuhi kepuasan audiens (Morley 1991). Kebutuhan yang dikelompokkan pada beberapa kategori seperti kognitif (*learning*); afektif (*emotional satisfaction*); tension release (*relaxation*); integrasi personal (*help with issues of personal identity*); integrasi sosial (*help with social identity*).

---

<sup>170</sup> Gill Branston, *The Media..h*, 152-153.

Model ini tidak tertarik untuk mengkritik budaya kapitalist yang secara extrem bisa dikatakan kehadirannya untuk menghilangkan pengaruh media, mereka menghindari istilah integrasi sosial, beberapa istilah yang diungkap adalah, *choice, consuming, dan user*. Secara atraktif peran seperti remote kontrol TV, pembaca yang aktif semuanya menunjukkan bahwa media tidak lagi menjadi alat brain washing beberapa penulis baru mewakili model ini; Jenkins 2000, Barker & Brooks 1998, dan Hill 2002. Asumsi Tentang *Audiences*: Untuk menduga-duga *audiences* bisa menggunakan cara seperti menganalisis content atau isi dari informasi yang disajikan media, cara ini didukung oleh Rose 2001. menurutnya metode riset ini merupakan metode paling tepat untuk mengetahui *audiences*; “*content analysis counting what you (think you) see*”.<sup>171</sup>

Apa yang dianalisa adalah semua yang berhubungan dengan content suatu media, seperti, bahasa, teks, photo atau gambar, kemudian diajukan kepada responden untuk memilih dari sekian banyak komponen isi media tersebut mana yang paling menentukan dalam memengaruhi *audiences*, bahasakah, photo, atau lainnya.

Selain menggunakan metode analisis content, ada juga metode lain yang diperkenalkan pada tahun 1960an di Inggris, yaitu semiotic strukturalis, pertanyaan yang mereka lontarkan adalah; “*how does this programme or ad or movie produce meaning? Kemudian with what code and conventions is it operating?*”<sup>172</sup>

Namun metode ini kemudian ditentang oleh Stuart Hall (1974) dalam papernya “The television discourse –encoding and decoding” dia mencoba memperbaiki beberapa kunci pendekatan untuk mengenal *audiences*, baginya metode content analisis, tidaklah tepat karena tidak ada hubungan antara teks dan *audiences*, demikian juga ia mengkritik Marxist karena menurutnya ada perjuangan yang konstan tentang negosiasi antara media dan *audiences*, jadi pendekatan ideologik tidaklah tepat. Selain Hall juga berada dibelakang pendekatan uses and gratification, yang menyatakan bahwa *audiences* memiliki kebebasan individual dihadapan media, sebagai jalan keluarnya ia menyatakan: “*audiences members share certain frameworks of interpretations and that they worked decoding media text rather than being ‘effected’ in a passive way*”.<sup>173</sup>

---

<sup>171</sup> Gill Branston, *The Media...*,h.155.

<sup>172</sup> Gill Branston, *The Media..h*, 157.

<sup>173</sup>Gill Branston, *The Media...*,h, 158.

David Morley's sejalan dengan Charlotte Brunsdon dalam majalah *Nationalwide* mencoba memfokuskan analisisnya pada; pertama, kekuatan struktur *outside* teks media dengan peruncingan pada *audiences* dari sudut class, gender, ethnicity, umur dll; kedua kekuatan struktur *within* (dari dalam) teks dan institusi media. Ini berarti bahwa beberapa program kadang berada di bawah tekanan, atau mencoba untuk mempromosikan, bacaan pilihan yang sejalan dengan ideologi dominan, namun ada usaha kuat untuk menyajikan makna lain yang memungkinkan dalam teks.

Model Gramscian yang menyatakan adanya hegemoni kekuasaan dalam media tersebut, kemudian dipakai Haal untuk akhirnya menyatakan bahwa ada tiga type 'membaca' yang dilakukan *audiences*; pertama, disebut *dominant* yaitu saat pembaca menerima apa bacaan yang dipikirkan media; kedua *oppositional*, ketika makna dominan ditangkap tapi ditolak secara kultur, politik atau secara ideologik; ketiga *negotiated* ketika pembaca menerima, menolak atau mencoba memperbaiki yang ditawarkan program.

Perhatian berikutnya penelitian dilakukan dengan pendekatan antropologis, yaitu pendekatan *ethnography* dalam pengkajian media, pendekatan ini mencoba menyelidiki beberapa area termasuk; kontek penerimaan domestik, kompetensi kultur general, lalu tehnologi dan konsumsi.

Berkenaan dengan konteks penerimaan dan kompetensi cultural, penelitian dilakukan Morley (1986) Gray (1992) dan banyak lagi yang lainnya. Suatu penelitian di London School of Economic tahun 1999 bahwa TV CD-Roms, Computer dan Internet telah membuat gaya hidup baru; "*living together separately*". dua dari tiga anak dewasa ini memiliki TV sendiri di kamarnya.

Konsep Bourdieu's tentang kompetensi cultural sangat bermanfaat untuk memahami konteks penggunaan media serta kebahagiaan yang diterima oleh pembaca maupun *audiences* dalam berbagai bentuk media. Ia mengungkapkan bahwa media dan seni yang dirasakan sangat familiar dan mudah beserta kaitannya dengan kelas sosial melalui kompetensi kultural bisa diperoleh. Yang dimaksud kompetensi kultural di sini bukanlah ketepatan dan efektifitas, melainkan kesamaan pengetahuan dan perspektif. Tentu saja dalam banyak hal memiliki nilai –nilai sosial, maka dalam hal ini kita perlu

menambahkan unsur teknologi pada daftar proses yang mengembangkan status dan kompetensi.

Penggunaan teori ini membuat kaum wanita dipilih sebagai narator dalam iklan sabun misalkan, supaya lebih familiar dan lebih bersifat domestik, karena mereka (wanita) dianggap kurang mampu dan bodoh. Walaupun sekarang telah banyak perkembangan kompetensi kultural di kalangan kaum wanita bahkan anak-anak, mereka sudah bisa menggunakan komputer dan teknologi lainnya.

Dengan teori kompetensi cultural ini bisa dilihat kelas sosial yang tinggi akan lebih mengakses kompetensi cultural dibanding kelas dibawahnya. Selain kaum wanita juga lebih sedikit yang mampu menggunakan teknologi baru seperti komputer dll sehingga dapat dilihat kesenjangan terjadi antara kaum wanita dan pria dalam hal kompetensi, jadi dari sini dapat dilihat bahwa “information rich” dan “information poor” terjadi juga dalam gender tidak dalam kelas sosial, serta dalam pembagian pembagian dunia Utara -Selatan semata.

*Audiences* dalam Media: Banyak cara yang dilakukan oleh *audiences* untuk “memasuki” media, hingga dapat dinilai sebagai tindakan memengaruhi praktek media. Beberapa diantaranya seperti *thelepone*-in suatu program media yang memberi kesempatan pada *audiences*-nya untuk berpartisipasi dalam pengisian program berupa pertanyaan atau pengungkapan gagasan, bentuk lain lagi adalah dengan talk –show, atau acara interaktif lainnya, surat pembaca, atau polling pendapat.

Adanya berbagai kegiatan yang dipasilitasi media supaya *audiences* ikut aktif mengkonstruksi makna yang disajikan media, menunjukkan ada keaktifan dua belah pihak media-*audiences*, ini menghilangkan sikap ekstrem terdahulu baik kalangan Marxist maupun Liberalist, atau dalam konteks ini baik pendekatan effect maupun pendekatan use and gratification. Karena yang ada justru saling memberi dan saling menerima antara media dan *audiences*. Barangkali ini bisa dipandang sebagai perkawinan antara dua kutub yang saling bertentangan sebagaimana yang diidamkan Michael Gurevitch, dkk dalam *Culture Society And The Media* 1982.<sup>174</sup>

---

<sup>174</sup> Lihat kesimpulan yang ditawarkan mereka dalam chapter “the study of the media: theoretical approach.”

Berbagai pendekatan dan teori yang dikemukakan di atas semuanya bertujuan untuk memahami *audiences* sebagai “sasaran” media. Pendekatan effect mencoba melihat kekuatan pengaruh media terhadap *audiences*-nya dengan kesimpulan bahwa media sangatlah berperan dalam mempengaruhi *audiences*, sedangkan pendekatan use & gratifications model, melihat bahwa kebebasan *audiences* memiliki kekuatan untuk menghadapi media, mereka bisa memilih atau bahkan tidak mengakses media sama sekali. Kemudian untuk mengenal media ada juga yang melihat dari sisi content media sebagai bahan kajian, hal ini ditentang oleh Hall yang mencoba menerapkan teori use dan gratifikasi dengan penekanan pada apa yang diusulkan Gramsci berkenaan dengan teori *hegemonic* media. Teori tersebut diperkaya lagi dengan melihat kompetensi kultural sebagai cara untuk mengetahui *audiences*, teori yang melihat adanya kesenjangan antara miskin kaya dalam mengakses kompetensi kultural sebagaimana kesenjangan terjadi juga dalam gender dan kelas sosial.

Kalaulah diamati secara cermat, semua pernyataan yang diajukan berbagai pendukung teori tersebut di atas mengandung potensi untuk “benar”. Kebenaran tersebut bisa terlihat jika semua kegiatan *audiences* dipandang sebagai “sikap” terhadap media. Ketika berbicara sikap tentu saja menyangkut konteks kultural *audiences*, dengan segala predikat yang bisa disandang mereka, seperti bodoh, mahir, pintar, yang merupakan konteks pendidikan, belum lagi konteks religius dan konteks budaya lokal, geografis, etnik, kemampuan berbahasa, gender usia, ideologi, pandangan hidup, dll.

Berbagai komponen di atas jika dihimpun akan merupakan cirri-ciri umum dari *audiences* suatu media. Penghimpunan tersebut haruslah berdasarkan kategori tertentu, misalkan dari segi usia, gender, tingkat pengetahuan, keterikatan kultur lokal, agama, dll, dengan menggunakan pendekatan psikologis.

Isu sentral yang dikemukakan para peneliti beredar sekitar tiga hal, apakah media memiliki efek terhadap *audiences*-nya? Adakah *audiences* memiliki kebebasan memilih? Dan sikap apakah yang bisa diambil *audiences*? Ketiga pertanyaan tersebut masing-masing mendapatkan jawaban sesuai spesifikasi kajian teori –teori di atas, dan kalau dicermati bisa digambarkan sebagai berikut:

- a. Pengaruh: Segi pengaruh media, bisa dilihat kemungkinan siapa yang paling mudah terpengaruh, dalam hal ini anak-anak, remaja dan kaum wanita, bila

dilihat dari segi usia dan gender dinilai lebih memungkinkan untuk terpengaruh oleh media demikian juga “keterdidikan” dan keberagaman, khusus untuk kasus anak-anak dan remaja, kontrol orang tua sangat berperan.

- b. Tindakan: Dari sudut tindakan yang dilakukan *audiences* terhadap media, bisa berupa pemutusan hubungan atau menjalin hubungan dengan media yang diaksesnya, ini berkaitan dengan kepuasan dan kebahagiaan, need *audiences* lah- yang berperan untuk menggerakkan tindakan apakah dia memindahkan chanel TV, atau tune radionya atau membanting majalah, Koran, buku yang dibacanya.
- c. Sikap: Terlepas dari tindakan yang dilakukan oleh *audiences*, akan muncul sikap menolak, menerima atau bernegosiasi dengan “pesan” media yang sampai padanya. Berperan dalam penentuan sikap ini adalah usia, pendidikan (kompetensi kultural) keyakinan agama, gender, dan status sosial, ditambah dengan persyaratan point a di atas.

Dengan demikian dapat dikatakan semua pendekatan tersebut terdahulu semuanya saling melengkapi satu sama lainnya. Dengan alasan bahwa memahami *audiences* haruslah secara utuh melihat berbagai dimensi yang terkait dengannya. Penelitian secara terpisah membuat hasil penelitian itu hanya mampu mengungkap segi-segi tertentu saja dari *audiences*, dan belum bisa dikatakan sebagai pemahaman atas karakter *audiences*. Padahal upaya pemahaman atas *audiences* ini adalah upaya untuk mengenal mereka secara utuh, hingga dari situ dapat dijadikan acuan dalam menentukan program atau bahan yang akan disajikan institusi media.

Sebenarnya ada timbal balik antara *audiences* dan media, ketika sebuah institusi media melakukan penelitian atau katakanlah studi kelayakan untuk membuat program yang diproduksinya, sementara dalam waktu yang sama juga *audiences* banyak mendapatkan informasi atau menikmati dari program yang disajikan media berkat studi kelayakan yang dilakukan pihak media.

Yang menarik di sini adalah ada *pergeseran* peran dan fungsi media yang awalnya berupa “corong” yang dimiliki katakanlah kelompok kuat, kini berubah menjadi “pelayan *audiences*”, karena barangkali populasi media yang kian banyak dengan semangat kompetisi satu sama lainnya masing-masing berusaha merebut “*audiences*” dan memeliharanya, maka



media seakan ditantang untuk selalu menjadi “pelayan yang baik” bagi pelanggannya. Pergeseran ini akan memengaruhi juga perkembangan dunia periklanan, sebagai produsen “pesan”, bagaimana para ahli periklanan harus membuat *story* iklan yang enak ditonton atau enak dipandang atau menarik untuk dibaca.

## Efek dan Kekuatan Media

Media massa sering disebut-sebut sebagai kekuatan keempat (4) setelah kekuatan legislatif, eksekutif dan yudikatif. Kekuatan keempat bertugas untuk memperhatikan ketiga kekuatan yang memerintah suatu negara. Gagasan ini dicuatkan oleh Jürgen Habermas (1996) yang mengusulkan harus ada ruang publik yang bisa mengontrol pemerintah (*the 'public sphere'*).<sup>175</sup>

Keberadaan media yang diharapkan menjadi kekuatan keempat setelah legislatif, eksekutif dan yudikatif atau dalam kata lain sebagai alat kontrol pemerintah, sampai saat ini sudah dipraktikkan oleh beberapa media cetak maupun elektronik. Sehingga keberadaan media-media tersebut disegani bahkan ditakuti oleh pemerintah, tidak jarang aparat pemerintah harus berhati-hati ketika memberikan pernyataan pers di depan sejumlah jurnalis media. Hal ini tidak lepas dari sifat media yang dapat diakses secara langsung oleh masyarakat. Seringkali pemberitaan suatu media dapat memengaruhi kebijakan pemerintah, atau lebih parah dari hal tersebut media sering memancing konflik di dalam masyarakat.<sup>176</sup>

On average, children in  
the 23 countries

<sup>175</sup>Stefan Szczelkun, *Doctoral Research, School of Communications, Royal College of Art*, June 2002,Converted to website with minor modifications July 2003 <http://www.stefan-szczelkun.org.uk/index2.htm>.

<sup>176</sup> Sensor pemberitaan “Sara” pada masa ORBA nampaknya berdasarkan pada asumsi ini.

## Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

Tidak hanya itu, keberadaan media pun banyak memengaruhi pola dan struktur kebudayaan di masyarakat. Tom Gormly dalam hasil studinya tentang efek media menyebutkan bahwa media sangat berpengaruh dalam kehidupan masyarakat, baik yang bersifat langsung seperti perilaku kekerasan terhadap anak-anak, maupun tidak langsung seperti perubahan sikap sosial seseorang. Menurut Gormly, banyak dari remaja di kawasan Amerika Utara yang berubah perilakunya menjadi anti sosial setelah keseringan menyaksikan tayangan televisi.<sup>177</sup>

surveyed watch television three hours each day, and spend 50 per cent more time watching the small screen than they spend on any other activity outside of school.

(Source: **UNESCO**, 1998)

Efek media mulai banyak diteliti setelah kemunculan media TV, J. Murray (1997) misalnya mempertanyakan efek kekerasan (*violence*) televisi dengan merujuk pada penelitian Leonard Eron, yang menyatakan bahwa penayangan kekerasan yang berulang-ulang di TV adalah salah satu penyebab perilaku agresif (*aggressive behaviour*) (Eron, 1992: 1).<sup>178</sup>

Pada tahun 1933, J.G. Blumer dan Hauser menyimpulkan bahwa film menimbulkan sikap dan memberikan informasi berbagai tehnik yang kondusif untuk berbagai tindak pelanggaran hukum dan kriminal (C.Newbold, 1995). Maka pertanyaannya, apakah kebebasan masyarakat dalam memiliki perangkat TV, layar sinema serta media cetak aman dari efek media? Kenyataannya tidak, jawab McLuhan (McLuhan and Fiore, 1967)<sup>179</sup>

Di Indonesia saja, terdapat banyak kasus kriminalitas yang terjadi karena sipelaku termotivasi oleh beberapa tayangan kriminal di televisi atau karena beberapa gambar-gambar porno di media cetak. Kasus *SmackDown* tahun 2006 misalnya, berakhir dengan penghentian tayangannya di Lativi atas permintaan berbagai pihak termasuk DRPD Bandung karena

---

<sup>177</sup> Tom Gormley, "Ruinaton once again"- Cases in the study of media effects," <http://www.theory.org.uk/>

<sup>178</sup> Muray,J, 'Impact of Televised Violence,'" <http://www.ksu.edu/humec/inmpact.htm>.

<sup>179</sup> Tom Gormley, "Ruinaton....," <http://www.theory.org.uk/>

## Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

pemukulan yang dilakukan oleh anak di bawah umur terhadap teman bermainnya setelah menyaksikan adegan kekerasan yang ditayangkan TV.<sup>180</sup>

Besarnya pengaruh media terhadap masyarakat, merupakan kekuatan tersendiri bagi media, sutau kekuatan tersebut tidak dimiliki oleh *pressure group* yang lain. Sehingga banyak dari kalangan politisi yang memanfaatkan media, dalam mencapai target politik mereka, baik itu dalam bentuk kampanye program maupun dalam meredam isu negatif yang menyangkut politisi tersebut

. Alhasil efek media selain memiliki efek negatif, namun banyak juga sisi positif yang bisa dimanfaatkan; politisi, industri, pergerakan, dan institusi dan kelompok minoritas.<sup>181</sup> Bin Laden

misalnya kerap kali menggunakan *Al-Jazeera* untuk komunikasi dengan dunia. Demikian juga Susilo Bambang Yudoyono (SBY) mengawali popularitasnya dengan memasang iklan “kebersamaan dan kebutuhan rakyat” saat ia masih menjadi Menkopolkam pada masa Megawati --yang sempat menuai kritik dari Megawati dan suaminya sebagai curi start.<sup>182</sup> Komunikasi persuasif yang dilakukan dengan iklan-iklan kampanye berikutnya semakin melambungkan nama SBY seperti perkataan “persiden keren,” “bersama kita bisa” serta kemunculannya dalam *reality show* AFI Indoesiari 2004 dapat mengantarkan SBY menjadi persiden.

Sadar komunikasi juga dilakukan oleh pendukung PKS yang aktif mencuatkan nama Hidayat Nurwahid dalam berbagai polling yang dilakukan media pada tahun 2004 lalu. Nama Hidayat Nur Wahid senantiasa berada pada rangking. Sebagaimana kunjungan G.W. Bush ke Indonesia 21 september 2006 secara politis bisa dikatakan gagal, selain banyak menuai kritikan, *Liputan 6* berhasil mewawancarai anak SD kelas VI Tera Mistyvani, ketika ditanya apa yang diketahui tentang Bush, Tera menjawab, “katanya sih teroris nomor satu di dunia.”<sup>183</sup> Ini berarti

In 2001, only a quarter of the most violent television shows, and two-fifths of the most violent movies, were rated R. The majority were rated PG or PG-13.

(Source: *Center for Media and Public Affairs*, 2001)

<sup>180</sup> “Dengan SmackDown Bocah Bergadai Nyawa” *Republikaonline*, Rabu 22 Nopember 2006.

<sup>181</sup> G.Blumer “The Political Effect of Mass Communication” dalam Michael Gurevitch, *Culture....*,h.236.

<sup>182</sup> Analisis Berita “Rivalitas Jurkam Mentri” *Suara Merdeka*, Senin, 08 Maret 2004.

<sup>183</sup> “Bush di Mata Anak Indonesia,” *Liputan 6 SCTV*, 21/11/2006.14:39

bahwa komunikasi Bush sebagai teroris no 1(satu) di dunia telah berhasil dikomunikasikan (disebarkan) dengan baik di Indonesia.

Melihat berbagai akibat buruk sebagai dampak dari media, maka gagasan F.Capra tertang perlunya restrukturisasi informasi harus mulai dipertimbangkan; “Hak masyarakat terhadap media massa akan menjadi suatu aspek penting bagi perubahan sosial dewasa ini. Sekali kita berhasil mengklaim kembali media massa kita, maka kita akan dapat memutuskan kebutuhan apa yang perlu dikomunikasikan dan bagaimana menggunakan media massa secara efektif, untuk membangun masa depan kita.”<sup>184</sup>

Di dunia Islam kekhawatiran akan efek media senantiasa didengarkan, sebagai contoh Ali Shariati mengungkapkan sebagai berikut. “Di seluruh dunia rencana-rencana telah disusun untuk menguasai dan menghancurkan generasi muda....tapi para pemuda kita justru diberi “kebebasan seks,” semua bidang komunikasi (radio, televisi, persuratkabaran, kesenian dan sebagainya) berusaha untuk memuaskan “kebutuhan-kebutuhan seksual.”<sup>185</sup>

Jika konsep komunikasi massa berdasarkan pada pengertian bahwa komunikasi adalah dakwah, informasi juga berarti tabligh, dan *change* berarti amar'ma'ruf nahi munkar, maka efek yang diharapkan adalah *wisdom* suatu bentuk kearifan dan kemaslahatan sebagai akhir dari dampak media. Karena berbagai isi media akan berada pada wilayah edukasi, sebagaimana komunikasinya ditujukan untuk edukasi. Demikian juga hiburan yang disajikan berfungsi sebagai hiburan yang berisi amar ma'ruf nahi munkar. Kisah nabi Musa AS dan nabi Hidir AS dalam surat al-Kahfi (QS.18) ayat 65-82 sebagai contoh dialog yang bisa menghibur tapi juga berisikan pelajaran yang menarik. Atau program *Good News*-nya Trans TV dipagi hari bisa menghibur dan informatif.

Incidents of sexual violence and sadism doubled between 1989 and 1999, and the number of graphic depictions increased more than five-fold.

(Source: *Parent Television Council*, 1999)

<sup>184</sup> Capra, *Titik Balik...*, h.591-592.

<sup>185</sup> Shariati, *Membangun Masa Depan....*, h.100.

## Ketika Dakwah Islam Melirik Arena Media Massa

Ketika aktivitas dakwah hendak melirik medan komunikasi massa ada beberapa agenda yang harus dilakukan, diantaranya:

- 1- Memilih Juru Dakwah: Agenda pertama adalah dalam mempersiapkan juru dakwah, karena tidak semua orang bisa menjadi juru dakwah yang baik –ini tidak berarti dakwah tidak wajib bagi setiap individu—namun mempersiapkan juru dakwah yang profesional mutlak diperlukan. Seorang juru dakwah hendaknya memiliki beberapa kemahiran dan karakter tertentu, seperti harus memiliki derajat kepercayaan yang tinggi di mata publik; jujur, terhormat, dan capable dan kompeten. Maka juru dakwah yang disiapkan hendaknya memiliki pengetahuan teknis untuk berdakwah, cerdas, pasih bahasanya serta menguasai pengetahuan dakwah dan sungguh-sungguh.
- 2- Menentukan Materi Dakwah: Agenda kedua adalah memilih materi dakwah dengan terlebih dahulu mengadakan studi atas berbagai kecenderungan masyarakat serta kebutuhan mereka akan pesan-pesan sentral yang harus mereka terima, semuanya itu dipersiapkan dengan beberapa langkah berikut:
  - 1) Memilih media yang tepat untuk berkomunikasi dengan publik sehingga pesan dapat sampai kepada pendengaran publik.
  - 2) Ide pesan yang disampaikan hendaknya jelas dan sudah dipelajari terlebih dahulu, mengandung dalil-dali yang sesuai dan bukti-bukti ilmiah.
  - 3) Ide yang disampaikan hendaknya realistis, bisa dipraktekkan oleh kelompok sasaran penerima dakwah, jika perlu dilakukan pontahapan dalam penyampaian pesan supaya dapat dilaksanakan oleh sasaran.
  - 4) Pesan yang disampaikan hendaknya bermanfaat bagi kehidupan orang banyak, dan dapat memuaskan kebutuhan mereka, selain juga harus benar-benar bermanfaat bagi publik, artinya tidak berlaku bagi kalangan tertentu atau perorangan saja.
  - 5) Pesan yang akan ditayangkan hendaknya telah didiskusikan terlebih dahulu berbagai tantangan atau reaksi dari mazhab-mazhab yang berlawanan dengan isi pesan tersebut.

- 6) Pesan hendaknya sesuai dengan keadaan dan situasi serta sesuai dengan standard pengetahuan publik sebagai sasaran, jika tidak maka kewajiban juru dakwah adalah mensederhanakan pesan tersebut.
- 7) Pesan –pesan tersebut hendaknya dikomunikasikan sedemikian rupa agar dapat menyentuh jiwa dan perasaan serta pikiran sasaran, maka pesan tersebut tidak disampaikan secara arogan atau berupa intruksi dan ancaman.

### 3- Media Komunikasi:

- 1) Media Tatap Muka; tatap muka adalah merupakan media yang efektif dalam menyampaikan informasi atau pesan, karena media ini dapat melahirkan respon secara langsung. Dalam pertemuan ada makna tertentu yang tidak dimiliki oleh media komunikasi lainnya, maka media ceramah, diskusi, perkuliahan yang bersifat langsung merupakan media yang paling efektif dalam menyampaikan pesan (tabligh) serta paling mampu melahirkan respon dari publik.
- 2) Media Audio Visual: Media yang berupa audio visual seperti teater, film, dan televisi. Media ini bisa dipakai untuk menerangkan ide atau pesan dengan metode modern seperti cerita atau kisah yang dibacakan bisa juga berupa pagelaran drama. Media ini harus benar-benar mendapat perhatian, karena kelebihannya yang dapat menggapai sasaran sampai ke rumah-rumah mereka dan bisa dibawa kemana dan kapan saja.
- 3) Media Visual : media visual saja juga dapat digunakan seperti peta, foto-foto kejadian seperti bencana alam, foto-foto puing-puing dan kehancuran akibat perang, serta gambar-gambar lain yang merupakan akibat kezaliman misalnya.
- 4) Media individual: seperti siaran radio, kaset-kaset khutbah atau pelajaran, baik berupa kaset atau cd yang pada masa sekarang ini banyak tersedia di mana-mana.

### 4- Media Psikologis:

- 1) Studi atas sosioemosional setting suatu komunitas dan individu serta budaya khas mereka.
- 2) Studi atas aliran dan paham yang beredar pada komunitas sasaran

- 3) Studi atas keyakinan dan idiologi suatu bangsa serta keragaman agama mereda dan dampak ajaran tersebut dalam kehidupan mereka.
- 4) Studi atas berbagai tradisi dan upacara-upacara yang berlaku pada kelompok masyarakat.
- 5) Studi atas idealisme dan cita-cita dari setiap individu dan kelompok masyarakat baik yang bersifat umum maupun khusus. Setelah berbagai studi tersebut maka dirumuskanlah format dakwah yang sesuai dengan kesimpulan hasil studi tadi dengan menggunakan sedikitnya tiga faktor berikut: kesatu faktor emosionalitas , suatu faktor yang dapat menyentuh semosi seperti cinta, keinginan, kebutuhan dasar manusia yang semuanya harus dilakukan dengan mempertimbangkan kerangka syariah sebagai pedoman. Kedua faktor intelegnsia: yang menyentuh akal, daya fikir seperti membenaran, penolakan, kebanggaan dan pengingkaran. Ketiga faktor kejiwaan; yaitu faktor yang dapat menyentuh dimensi batin atau bawah sadar manusia. Misalkan berbuat baik kepada musuh atau menghormati msusah, tentu akan dapat menyentuh perasaan paling dalam yang dimilikinya.

## Prinsip-Prinsip Dasar

Langkah juru dakwah berikutnya untuk mencapai efektifitas dakwah adalah sebagaimana diungkap Taufik Yusuf<sup>186</sup>menyentuh berbagai tehnik yang bisa disingkat berikut:

- 1- Seorang juru dakwah harus mempalajri secara psikologis pendapat umum atau opini publik yang beredar di masyarakat, karena suatu masyarakat adalah bagaikan rajutan yang dibuat oleh para penentu kebijakan dan pemilik kecenderungan.
- 2- Senantiasa kreatif dan inovatif, seperti mencari klimaks serta pandai mencari suatu yang mengesankan, tidak berifat monoton dan membosankan hingga tidak mendapat perhatian. Catatan kecerdasan da'i sangatlah menentukan, dan cari perhatian tidak melulu dengan humor apalagi yang dipaksakan.
- 3- Menggunakan sindiran , permainan dan guyonan seperti karikatur.

---

<sup>186</sup> Taufik *Op.cit.h*, 431-436

## Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

- 4- Menekan kesedihan dan membangkitkan semangat dan aqidah, seperti mengatur tinggi rendah suara dan nada pembicaraan, kecepatan dan ketepatan kata.
- 5- Memelihara kontinuitas dan tidak membiarkan ada jeda barang sesaatpun dalam menggunakan media komunikasi.
- 6- Sederhana dan jelas, pesan yang disajikan hendaknya sederhana dan jelas.
- 7- Memelihara efektifitas dan efisiensi waktu
- 8- Menggunakan Teknik menyimak kebatilan serta menjelsakan bahayanya bagi masyarakat.
- 9- Pesan disajikan selangkah-demi selangkah dan tidak menyajikan perubahan perilaku secara drastis tanpa melalui proses.
- 10- Metode diam , dalam arti walaupun mengetahui sesuatu yang harus dilakukan, tapi melihat pertimbangan masalah, hendaknya masalah itu didiamkan terlebih dahulu, menunggu waktu yang tepat.
- 11- Memperhatikan standard pengetahuan sasaran dan menyapanya sesuai dengan derajat pengetahuan mereka.
- 12- Memperhatikan kebutuhan pokok masyarakat dan individu.

## Memahami Kiat-kiat Lawan

Media massa sangatlah pandai dalam menyiasati berita sesuai dengan kehendak atau pesanan seponsornya, dalam hal ini para juru dakwah dalam saattententu bisa diangkat setinggi langit hingga meluncur melejit tak terhankan, namun pada saat lain juga bisa tersungkur jatuh lalu tenggelam sesuai dengan ulah media massa yang menghendaknya. Pers seringkali nampak tidak adil dalam pemberitaannya. Kenyataan-kenyataan seperti ini merupakan tantangan sendiri bagi para juru dakwah, untuk itu perlu waspada atas berbagai kiatbdan trik yang dilakukan media musuh, sebagaimana bisa dilihat sendiri jumlah media yang memihak kepada kepentingan dakwah dengan media yang memusuhinya sangatlah tidak sebanding, satu muncul media katakanlah bernuansa dakwah Isalmiyah, akan diantisipasi oleh lawan-lawan dakwah dengan sejumlah media yang mengkanternya, dengan berbagai format, format yang tentu saja menurut para penganjur kebenaran dinilai tidak bertujuan selain menghancurkan klarakter bangsa.



## Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

Berkenaan dengan hal di atas beberapa kiat media masa dibawah ini harus dipahami dan diwaspadai oleh juru dakwah dan aktivis dakwah Islamiyah:

- 1- Usaha-usaha yang dilakukan untuk meplintir pernyataan juru dakwah oleh musuh atau lawannya; seperti mengkaburkan pesan, atau menyamarkan pembicaraan.
- 2- Menciptakan masalah dan membeitakan isu bohong untuk menyerang juru dakwah.
- 3- Menyamarkan menutup-nutupi berita tentang dai tersebut hingga tenggelam dari pandangan publik.
- 4- Trik memperbesar masalah dan sebaliknya menyepelkan masalah yang penting. Musuh-musuh dakwah kadang memperbesar masalah sepele yang terlontar dari juru dakwah untuk menjatuhkan dan mengadu domba mereka, serta sebaliknya hal-hal yang openting yang sdisampaikan mereka dan sangat besar pengaruhnya bagi pembinaan ummat justru disembunyikan.
- 5- Teknik memalingkan permasalahan kepada masalah lain. Misalkan ada suatu agenda bangsa yang harus diselesaikan debngan segera, tapi demi kepentingan mereka para musuh dakwah, masalah itu dipeti-eskan dan sebagai gantinya menyajikan masalah lain.

Kelima hal di atas sebenarnya telah diingatkan al-Qur'an surat al-Hujrat: 6 yang berhubungan sikap kita sebegaia penerima berita haruslah waspada dan selektif, tidak mudah percaya sebelum meneliti sumbernya, siapa darimana tujuannya apa? Sedangkan untuk para wartawan dan jurnalis berlaku ayat 19 dari surat Al-Nur, yaitu berkenaan dengan motivasi penyajian dan pemberitaan.

# Media Komunikasi

---

## Media Komunikasi

Media komunikasi berarti semua medium yang dipakai dalam komunikasi massa. Pada level ini Islam nampak akomodatif dalam mengambil berbagai media baik yang tradisional maupun media modern. Apa yang diungkap oleh Yahya Basuni Musthafa tentang perlunya perhatian terhadap media massa sebagai sarana dakwah merupakan pewujudan dari totalitas keislaman seseorang, dengan mengemukakan dalil QS.6:162.

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

“Katakanlah bahwa shalatku, ibadahku, hidup dan matiku, hanyalah untuk Allah semata...” Artinya melalui dalil umum di atas saja sudah bisa dipahami bahwa menggunakan media komunikasi apapun bisa dilakukan selama dalam konteks “pelayanan” terhadap Islam dan masyarakat Islam.

Masalah medium merupakan permasalahan peradaban manusia, dan peradaban erat kaitannya dengan waktu, tempat, budaya yang beredar serta peningkatan karsa dan kemampuan manusia. Maka seperti yang bisa dilihat dalam Al-Qur’an maupun Al-Hadits, bahwa setiap masa selalu ada penggunaan media mulai dari yang paling sederhana seperti bahasa dan isyarat sampai pada penggunaan media yang berbentuk material seperti buku, surat dan image (gambar) sesuai dengan pencapaian teknologi pada masa itu.

Bersamaan dengan itu Al-Qur’an juga memiliki gaya tersendiri dalam pemilihan kata-kata atau dalam pemakaian kalimat yang ternyata setelah ada kajian komunikasi secara spesifik, penemuan hasil kajian tersebut sejalan dengan apa yang dipakai Al-Qur’an, kenyataan ini bukan sikap apologetik semata, justru sebaliknya harus menjadi motivasi pengkajian sosial lebih giat lagi, sebab tidak mustahil masih banyak hukum-hukum atau kaidah-kaidah dalam Al-Qur’an yang kalau dikembangkan ternyata sangat potensial bagi perkembangan peradaban dan e-book mtatataufik.com boleh mengutip asal disebutkan sumbernya

## Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

kehidupan manusia. Penulis berkeyakinan bahwa berbagai penemuan manusia pada akhirnya akan merupakan pembenaran terhadap ayat-ayat Al-Qur'an. Pertanyaan sederhana seorang mahasiswa S1 berbunyi begini: "Apakah Al-Qur'an itu rasional? Kalau rasional kenapa masih ada dogma agama? Dan bagaimana sikap rasional kita yang dibatasi oleh Al-Qur'an?"

Jawaban sederhana: Al-Qur'an menyuruh umat manusia untuk berpikir rasional, namun kemampuan berpikir rasional itu terbatas sesuai dengan latar belakang dan keaktifan berpikir setiap individu, maka kalau ada yang nampak Al-Qur'an tidak sejalan dengan hasil pikir manusia, tidak berarti Al-Qur'an yang tidak rasional, melainkan manusia yang harus meningkatkan kemampuan logikanya sehingga bisa mendekati logika Al-Qur'an. Kasus ini sama dengan sikap kebanyakan orang terhadap berbagai upaya penelusuran konsep Al-Qur'an tentang suatu realitas sosial maupun realitas ilmiah. Jika ada upaya ke arah penyelidikan konsepsi Al-Qur'an atau Islam akan segera diklaim sebagai tindakan apologetik. Padahal ada perbedaan ontologis antara tradisi keilmuan di barat dengan Islam.

Dalam tradisi keilmuan Islam segala bentuk pemikiran kreatif berpangkal pada tawhid serta Qur'an dan Sunnah, sedangkan tradisi barat berpangkal pada filsafat Yunani Kuno, serta belakangan berpangkal pada teori-teori ilmu sosial, yang mendasarkan kebenaran pada kenyataan dan pengalaman --inipun dinilai *a historis*, karena tidak mengikuti tradisi pemikiran Barat.

Tradisi komunikasi bermedia dalam Islam secara historis bisa dilihat dari informasi-informasi yang tertulis dalam Al-Qur'an seperti kisah Nabi Sulaiman dan para Nabi lainnya ketika membukukan ajaran-ajaran penting mereka dalam *shuhuf* maupun kitab-kitab sebelum Al-Qur'an, bahkan dengan terang-terangan al-Qur'an menyebutnya dalam *kertas*:

وَلَوْ نَزَّلْنَا عَلَيْكَ كِتَابًا فِي قِرْطَاسٍ فَلَمَسُوهُ بِأَيْدِيهِمْ لَقَالُوا الَّذِيْنَ كَفَرُوا إِنَّ هَذَا إِلَّا سِحْرٌ مُّبِينٌ

"Dan kalau Kami turunkan kepadamu tulisan di atas kertas, lalu mereka dapat menyentuhnya dengan tangan mereka sendiri, tentulah orang-orang kafir itu berkata: "Ini tidak lain hanyalah sihir yang nyata." (QS.6:7). Dalam ayat lain disebutkan:

وَمَا قَدَرُوا اللَّهَ حَقَّ قَدْرِهِ إِذْ قَالُوا مَا أَنْزَلَ اللَّهُ عَلَى بَشَرٍ مِنْ شَيْءٍ قُلْ مَنْ أَنْزَلَ الْكِتَابَ  
الَّذِي جَاءَ بِهِ مُوسَى نُورًا وَهُدًى لِلنَّاسِ لِيَجْزِيَوهُ قَرَاطِيسَ تُبْدُونَهَا وَتُخْفُونَ كَثِيرًا وَعُلِّمْتُمْ مَا  
لَمْ تَعْلَمُوا أَنْتُمْ وَلَا آبَاؤُكُمْ قُلِ اللَّهُ ثُمَّ ذَرْهُمْ فِي خَوْضِهِمْ يَلْعَبُونَ

Dan mereka tidak menghormati Allah dengan penghormatan yang semestinya, di kala mereka berkata: "Allah tidak menurunkan sesuatupun kepada manusia." Katakanlah: "Siapakah yang menurunkan kitab (Taurat) yang dibawa oleh Musa sebagai cahaya dan petunjuk bagi manusia, kamu jadikan kitab itu lembaran-lembaran kertas yang bercerai-berai, kamu perlihatkan (sebahagiannya) dan kamu sembunyikan sebahagian besarnya, padahal telah diajarkan kepadamu apa yang kamu dan bapak-bapak kamu tidak mengetahui(nya) ?" Katakanlah: "Allah-lah (yang menurunkannya)", kemudian (sesudah kamu menyampaikan Al Quran kepada mereka), biarkanlah mereka bermain-main dalam kesesatannya. (QS.6:91).

Selain media yang ditunjukkan Al-Qur'an di atas, pada gilirannya Al-Qur'an sendiri menjadi bermedia kertas seperti kitab-kitab sebelumnya hingga Arkoun menyebutnya sebagai wacana. Dari ayat QS.6:91) di atas ada semacam kritik esensial yang diberikan Al-Qur'an terhadap penggunaan media baik buku maupun lembaran kertas lain, yaitu sifat menyembunyikan dan menampakkan sebagian isi dari yang seharusnya ada ketika disuguhkan dalam bentuk catatan. Sementara ayat sebelumnya QS.6:7 lebih merupakan tantangan kepada penerima kitab terdahulu, yang memiliki kitab (sudah dibukukan dalam bentuk buku) bahwa sikap penolakan mereka terhadap Al-Qur'an, akan tetap sama jika Al-Qur'an itu telah berbentuk buku seperti kitab mereka sekalipun.

## Kekuatan Bahasa

Media komunikasi yang dikenal pada masa Islam awal adalah bahasa dalam bentuknya syair dan prosa, sejalan dengan tradisi bahasa pada masa itu yang meletakkan pujangga pada e-book mtatataufik.com boleh mengutip asal disebutkan sumbernya

## Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

status sosial tersendiri, pada masa itu telah dikenal tradisi perlombaan pembuatan dan pembacaan syair, syair yang dinilai bagus digantungkan di Ka'bah dan disebut *mu'allaqât* (yang digantungkan di Ka'bah).<sup>187</sup>

Selain Syair juga komunikasi dilakukan dengan *khutbah (public speaking)* kemudian belakangan dilembagakan dalam berbagai kegiatan peribadahan seperti shalat Jum'at, 'Idul Fitri, 'Idul Adlha, shalat gerhana, minta hujan dan dalam berbagai acara kenduri seperti pernikahan. Pada tradisi Jahiliyah apabila ada berita penting, seseorang akan menuju bukit Shofa untuk memanggil pendengarnya (masyarakat) dengan telanjang, hal tersebut mencerminkan derajat pentingnya suatu berita, pada masa Rasul dilakukan juga oleh Rasul, hanya saja ia tidak bertelanjang sebagaimana tradisi Jahiliyah, ketika mendapatkan wahyu untuk berdakwah secara terang-terangan beliau menuju Shafa dan membacakan wahyu tersebut.<sup>188</sup> Media lain adalah dengan membuat diagram dan gambar untuk menjelaskan sesuatu permasalahan. Sampai di sini terlihat bahwa berbagai media komunikasi yang ada pada masa itu dipakai oleh Rasul SAW dalam menyampaikan risalahnya.

Ada yang patut dikritisi dalam hal media ini, pertama nampaknya Rasul SAW. lebih mengutamakan pada penggunaan bahasa dalam berkomunikasi, ini terlihat ketika memilih *adzan* (pengumuman, menurut syariat berarti pengumuman datangnya waktu shalat didasarkan pada mimpinya Abdullah Ibn Zaid)<sup>189</sup> sebagai seruan untuk berkumpul dari pada memilih media lain seperti bel, menyalakan api atau lainnya, barangkali logika bahwa manusia harus disentuh oleh suara manusia bisa dijadikan alasan, dan mengandung arti bahwa Rasul SAW lebih memanusiakan manusia termasuk dalam menyeru untuk melakukan shalat cuma modelnya banyak. Ini juga bisa berarti pencerminan budaya dinamis dalam Islam, selalu memunculkan budaya baru dan tidak bergantung pada budaya yang sudah ada seperti yang dilakukan oleh Majusi maupun budaya Kristen atau Yahudi.

Keteguhan pada kekuatan bahasa juga dilanjutkan pada masa sahabat dan ulama dari tabi'in, Umar Bin al-Khatâb terlihat sangat memperhatikan pengucapan bahasa yang baik,

---

<sup>187</sup> Husain Ibn Ahmad, Abi Abdillah al-Zauzani, *Syarhu mu'allaqât al-Sab'i*, (Beirut, Dâr al-Jail, 1989), Cet.ke-III, h, 1-236.

<sup>188</sup> Yusuf, Taufiq al-Wâ'i, *Al-Da'wah 'Ila Allah, al-risaalah –alwasiilah—al-hadp*, (Dâr al-Yaqîn, Jâmi'ah Kuwait, tanpa tahun) h.427-431.

<sup>189</sup> Ibn Hajar al-'Asqalâni, *Bulûgh...*,h. 46.

Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

demikian juga 'Ali Ibn Abî Thâlib. Dari tabi'in 'Umar Bin 'Abdul 'Azîz misalnya sangat berhati-hati dalam mengontrol penggunaan bahasa para penulis dan penyair di masanya.

Berangkat dari kesadaran akan kekuatan bahasa ini maka produksi media di kalangan muslim hendaknya memerhatikan pada aspek penuturan dalam penyajian lisan dan aspek editing pada penyajian tulisan. Penggunaan image dari gambar-gambar lukisan yang memiliki bayangan (patung) hendaknya dihindari. Pada masalah image para ulama terdahulu berpendapat bahwa menggambar binatang diharamkan, walau perdebatan akhirnya membolehkan selama tidak berbentuk patung.

Adapun *image* yang berupa photo diperbolehkan karena dinilai bukan lukisan atau gambar. Itupun dibatasi dengan tetap memerhatikan aspek halal haramnya, *photo* wanita bagaimanapun tidak ditolerir penayangannya selama tidak memberi pelajaran atau manfaat bagi pembacanya, kebolehamnya hanya sampai pada derajat darurat.<sup>190</sup>

## Sifat Media Komunikasi

Sifat media komunikasi yang dipakai Rasul SAW sangat sederhana dan fleksibel dalam arti memanfaatkan media komunikasi yang sesuai dengan kadar pengetahuan dan nalar masyarakatnya. Sifat lain adalah kejelasan isi dan makna, serta singkat dan padat. Berbagai pilihan kata-kata Rasul SAW selalu berpariasi antara 'Itnâb, 'Îjâz dan Musâwah. Itnâb artinya simbol kata-kata lebih panjang dari kandungan makna, 'Îjâz, kata-kata lebih pendek dari kandungan makna, Musâwah, seimbang antara kata dan makna informasi yang dikandungnya.

Dalam hal ini pesan singkat lebih banyak dipakai oleh Rasul dari pada pesan panjang yang menuntut waktu yang lama dalam mengomunikasikannya, kalau diukur dengan menit, nampaknya khutbah-khutbah yang disampaikan oleh Rasul SAW tidak melebihi dari 15 menit, ini bisa dilihat dari teks-teks khutbah yang ada, kalau dibaca hanya akan memakan waktu beberapa

---

<sup>190</sup> Ramadlân, Muhammad Sa'îd, *Fiqu....*,h, 380.

## Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

menit saja. Begitu juga dengan naskah-naskah surat yang dikirim Nabi kepada para raja-raja, terlihat fokus pada tujuan dan tidak bertele-tele. Adapun sifat lain yang paling penting yaitu sifatnya sebagai penyampai pesan dakwah (*muballigh*) kepada khalayak. Lima arti dakwah yang diungkap Al-Qarnee; dakwah individual; dakwah publik; pelajaran privat kepada siswa; dakwah dengan tulisan; dan terakhir dakwah dalam pengertian *komunikasi modern* untuk mendorong terwujudnya kebenaran, memperlihatkan bahwa media komunikasi Islam senantiasa berusaha mendorong terwujudnya kebenaran, apapun media dan caranya, termasuk berbagai penemuan dan kemajuan di bidang komunikasi baik teroris maupun teknologis.

## Alternatif Media

Apa yang dikemukakan di atas mungkin tidak begitu rumit jika berkenaan dengan media tradisional; seperti mesjid, majlis ta'lim atau sekolah, tapi tidak demikian halnya bila dihubungkan dengan media komunikasi konvensional maupun modern. Media konvensional seperti buku atau surat kabar, majalah atau jurnal (*print media*) dengan berbagai variannya, serta media komunikasi modern seperti TV, radio dan internet, memiliki karakter tersendiri, karakter utamanya sebagai produser pesan, memasukkan media pada sektor lain; ekonomi. Ada keterlibatan teknologi juga keterlibatan keuntungan; *may be purely technological* dan *profit*.

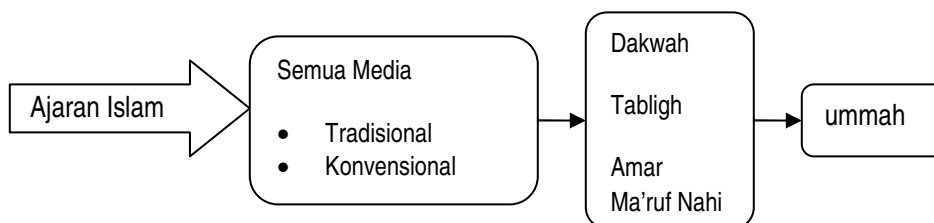
Apa yang terjadi di Barat sebagai reaksi terhadap pers sensasional dan pers liberal pada pertengahan abad 20an mulai muncul *pers alternatif*. Pers alternatif tersebut kadang bersifat lantang dan nyaring serta berisikan berita kesuksesan atau pujian terhadap seseorang, gigih mencari pendekatan yang *fresh*. Seperti mengangkat isu-isu keagamaan, isu etnik, dan hal-hal yang sesuai kepentingan mereka.

Jika menggunakan istilah di atas maka pers atau media massa Islam bisa disebut media alternatif, yang selalu menyuarakan kepentingan kelompok muslim, serta terhindar dari sensasionalisme jurnalistik. Ia akan selalu mengangkat isu-isu keislaman, dengan format kesejukan dan kedamaian --terhindar dari provokasi, tabiat asasi dari media massa Islam adalah menyebarkan informasi kebenaran kepada khalayak umum. Ia merupakan senjata --seperti

## Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

diungkap Bin Baz-- yang sangat bermanfaat bagi penyampaian pesan-pesan Islam baik kepada muslim maupun non muslim.<sup>191</sup>

## Arah Media Islam



Sampai di sini bisa terlihat hubungan antara media komunikasi Islam dengan domain komunikasi seperti disebutkan di atas, bahwa media komunikasi --baca komunikasi massa-- dalam perspektif Islam merupakan gabungan dari *dakwah, tabligh, amar ma'ruf nahi mungkar dan akhlak* demi terwujudnya *khairu ummah*.

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ  
الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik (QS.3:110).

<sup>191</sup> Baz, "Using Media for Giving....," <http://islaam.com//Article.aspx?id=287>





# Fungsi dan Peran Media Massa Dalam Pandangan Islam

---

## Fungsi dan Peran Bagi Islam

Penggunaan media dalam Islam bertujuan untuk mempermudah penyampaian pesan-pesan agama (syariah) supaya sampai kepada masyarakat luas lebih cepat secara bersamaan, semangat penyampaian ini terlihat pada wasiat Rasul SAW bahwa yang menghadiri suatu majlis dianjurkan untuk menyampaikan kepada mereka yang tidak hadir. Melalui media komunikasi modern hal tersebut bisa dicapai lebih banyak dari pada komunikasi yang tidak bermedia (teknologi) pesan yang disajikan oleh radio televisi atau majalah serta surat kabar bisa mewakili tugas 'penyampaian' yang hadir kepada yang tidak hadir, walau bisa berarti yang baca atau yang mendengar, melihat harap menyampaikan kepada yang tidak, bila diterjemahkan lebih lanjut.

Tujuan lain penggunaan media komunikasi tersebut untuk mempermudah pemahaman dan penjelasan isi pesan, ini terlihat dalam praktek menggambar yang dilakukan oleh Rasul SAW. Alat bantu untuk "memahamkan" ini tentu saja tidak terbatas pada penggunaan diagram atau skema dari suatu bahasan, tapi bisa juga dalam bentuk *narasi* dan *suara* dalam penyampaian lisan. Kekuatan *narasi* bagi media radio atau televisi sangat dominan. Prinsip yang harus dijaga dalam hal ini ialah menghindari terjadinya kesalahan informasi. Pemilihan kata-kata, penggunaan tanda baca dan tekanan-tekanan *intonasi* dengan *narasi* menjadi andalannya. Maka fungsi media komunikasi bagi Islam adalah sebatas fungsinya sebagai medium yang memfasilitasi sampainya pesan-pesan Islam terhadap pemeluknya.

Adapun dari segi peran media bisa berperan dalam pembinaan ummah atau komunitas muslim, penyerapan ajaran Islam bisa dengan mudah didapat oleh pemeluknya, kemudian bisa merubah tingkah-laku pemeluknya. Pembentukan pandangan hidup dan karakter Islam bisa dihubungkan dengan peran media komunikasi. Kasus maraknya jilbab di Indonesia sejak awal tahun 1980an tidak terlepas dari peran media yang menyajikan potret wanita-wanita Iran berjilbab hitam pada masa Revolusi.

Peran lainnya sebagai pemelihara berbagai pemikiran dan pemahaman yang pernah muncul di dunia Islam dari masa ke masa, berbagai warisan intelektual Islam yang sampai pada kita merupakan saksi atas peran media massa bagi Islam. Demikian juga munculnya berbagai aliran pemikiran keislaman yang menyebar di wilayah tertentu di belahan dunia Islam merupakan peran dari media yang memungkinkan mudahnya akses terhadap sumber-sumber aliran pemikiran tersebut.<sup>192</sup>

## Fungsi dan Peran Bagi Masyarakat

Media massa bagi muslim mempunyai fungsi ritual (*ritualistic function*). Masjid misalnya sejak dahulu memiliki fungsi ritual,<sup>193</sup> yang bisa dikembangkan juga dengan media lain. Pada surat kabar, majalah atau pamflet dan spanduk seringkali terbaca undangan-undangan kegiatan ritual pengumuman khatib Jum'at, 'Idul Fitri atau 'Idul Adha, layanan qurban dan aqiqah atau kegiatan ritual lainnya.

Selain fungsi ritual media juga berperan sebagai edukator bagi masyarakat, sebagai sumber informasi, advokasi politik atau ideologi serta sebagai forum untuk menyiarkan budaya. Media juga memberi kontribusi atas terorganisirnya komunitas muslim, mobilisasi serta proses kristalisasi dan legitimasi yang terjadi di masyarakat.<sup>194</sup>

Berikut ini jawaban Hamid Mowlana menjawab pertanyaan penulis tentang konsep media dalam pandangan Islam:

*Thank you for your kind note an I'm very happy to know of your research project dealing with Islamic media and communication. Let me say at the outset that communication has been a foundation for Islamic religion and culture and although during the early and Medieval periods Mass Media in current conditions did not exist but the Islamic civilization used the existing communication channels on a societal level. I consider the modern Mass Media in many ways only alternative channels of communication and not*

---

<sup>192</sup> Baca pembahasan tentang ini , Al-khaja, Muhammad Kamil. *Dauru al-I'lam al-Islamy fi Binaa'i al-Insaan al-Mitsaaly*. Mansyurat Nadi Jaazan al-Adaby, 1984.

<sup>193</sup> Mowlana, *Global...*,h,93.

<sup>194</sup> Mowlana, *Global...*,h,93.

*the main media of communications in Islamic societies and culture. I say this because I believe, and research shows this, that a good majority of Islamic population around the world they receive their daily diet of information of all kinds through their interpersonal and traditional channels of communication. I do not deny that such modern media as television is a main source of news and information but I take a broader view of information communication than the simple messages we receive from the media. This was definitely the case in the Islamic Revolution of Iran and it continues to be prevalent in almost all Islamic societies the problem is that unfortunately, communication scholars in Islamic countries have not paid sufficient attention to the input/output of traditional channels and the total diet of information that individuals receive on a daily basis.*<sup>195</sup>

Di era global, *macromedia*; media dengan dampak dan akses global, bisa menyelusuri batas wilayah serta memperpendek jarak antar negara maupun individu sehingga tidak ada lagi batasan teritorial budaya maupun batasan komunikasi. Sedangkan *micromedia*; media dengan dampak dan akses lokal, walau kadang kecil sekali perannya, bisa mengembangkan pengetahuan komunitas yang teritorial dari berbagai bahasa, agama, etnik, hingga media bisa menghalangi terjadinya klaim kebenaran oleh satu komunitas dengan komunitas lainnya, maka terbukalah jalan untuk negosiasi global dalam etika komunikasi transnational.<sup>196</sup>

---

<sup>195</sup> Mowlana, Wawancara via e-mail, 10/16/2004.

<sup>196</sup> Majid Teheranian, *Global Communication And World Politics, Domination, Development, and Discourse*, (Colorado: Lynne Rienner Publishers.Inc.1999), h,161.

# Isi Media Massa dalam Pandangan Islam

---

Dari sudut indrawi isi media terdiri dari teks, *image* (gambar), dan *sound* (suara). Teks akan ditemui pada hampir semua print media, sedangkan image bisa didapat pada print media maupun elektronik media. Print media seperti surat kabar dan majalah serta buku atau pamflet menyandarkan kekuatan “penyampaian pesan” pada teks dan image. Media elektronik seperti radio hanya menyandarkan pada suara (*sound*), sedangkan televisi --termasuk film-- menyandarkan pada ketiganya; image, sound dan teks, dengan dua urutan pertama lebih dominan. Adapun media internet pada awalnya menyandarkan pada kekuatan teks dan image, tapi perkembangan terakhir menjadikan sound sebagai andalan juga, seakan gabungan dari seluruh media yang ada; majalah, koran, buku, film, radio dan TV maka istilah multimedia hanya disandang oleh komputer.

Kerja produser media (tim redaksi) berarti mengolah teks, gambar dan suara menjadi suatu yang bisa menghantarkan message kepada khalayak sesuai dengan tujuan media; mendidik, menghibur, memberi informasi seperti yang diformat RRI misalnya. James Gordon Bennet (1795-1872) pendiri surat kabar *Herald* yang terbit di New York City sejak 1835 sampai 1924 menulis sebagai berikut: ‘Ambisi saya’, adalah menjadikan pers surat-kabar sebuah bahan dan pusat yang besar dari pemerintah, masyarakat, perdagangan, agama, dan peradaban manusia.’ Agama menjadi paling penting dalam daftar ini: ‘sebuah surat kabar dapat mengirim lebih banyak jiwa orang ke surga dan menyelamatkan lebih banyak orang dari api neraka dibandingkan dengan seluruh kelab dan kapel di New York.’<sup>197</sup> Walaupun perkembangan berikutnya *Herald* menjadi koran sensasional yang lebih mengikuti instink publik,<sup>198</sup> tapi ungkapan di atas bisa menginspirasi bagaimana sebuah media bisa berbuat banyak terhadap agama dan manusia.

---

<sup>197</sup> J.G.Bennet Jr dalam Brig,Asa dan Peter Burke, *Asocial History of the Media*, terjemah bahasa Indonesia A.Rahman Zaenuddin, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2006),h, 236.

<sup>198</sup> New York Herald, *Britanica*.

## Isi Media

Kalau diperhatikan ada dua kategori isi media; pertama berita, kedua non berita.<sup>199</sup> Semua sajian isi media yang di dalamnya memberitakan suatu *event* atau informasi tentang suatu hal disebut berita, berita dalam pengertian ini berarti: *current events*: informasi tentang kejadian terkini yang dicetak dalam surat-kabar atau disiarkan oleh media. Atau sebuah *program berita*: program radio atau televisi yang menyajikan kejadian penting atau perkembangan sesuatu yang terjadi pada tempat dan hari tertentu.<sup>200</sup> *News content* bertujuan untuk mewakili realitas sehingga nampak nyata dan dialami oleh audiens.

Sedangkan isi media lain yang tidak bersifat pemberitaan seperti musik, film, hiburan *live show*, *talk show* yang berisi informasi tidak dalam konteks memberitakan suatu informasi aktual, dimasukkan pada kelompok isi non berita.

### A. News

Pada awalnya konsep berita dalam media berkisar pada berita penting dan berita besar; berita kegiatan politik, berita peperangan, *a battle*, bencana *disaster*, atau berbagai kegiatan masyarakat (kenduri) *public celebration* dan *eyewitness*. Perkembangan terakhir pola berita menjadi sangat luas dan 'melayani selera' audiensnya. Ini sesuai dengan perkembangan media dan persaingan antara media, sehingga sensasioanl menjadi pilihan untuk lebih bisa menguasai pasar. Pergesaran pemberitaan tersebut berhubungan erat dengan sisi business media massa. Berbagai slogan yang dianut oleh produsen pemberitaan misalnya; "Hak rakyat memperoleh informasi adalah merupakan hak asasi yang perlu dihormati siapa saja. Hak ini terwakili oleh pers."<sup>201</sup> "*All the news that fit to print,*" "*a good news is a bad news*", "*big names make big news.*"<sup>202</sup> *News was "what someone wants to stop you printing: all the rest is ads."*<sup>203</sup> "A

---

<sup>199</sup> Jeffres, *Mass Media...*,h.108

<sup>200</sup> Microsoft® Encarta® Reference Library 2003. © 1993-2002 Microsoft Corporation. All rights reserved.

<sup>201</sup> Disampaikan Sofjan Lubis pada dialog "Pers dan Pemerintah Mencari Jalan Keluar."

<sup>202</sup> Jeffres, *Mass Media...*,h,108.

<sup>203</sup> William Randolph Hearst, one of America's most important newspaper publishers, Britanica, from *publishing*. history of Newspaper publishing.

*community needs news," "for the same reason that a man needs eyes. It has to see where it is going."*<sup>204</sup>

Berita yang ditemui dalam media massa sekarang biasanya memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. *Timeliness*; rentangan waktu dan kedekatan suatu kejadian; jika ada suatu kecelakaan yang terjadi jauh dari diri kita, dengan beberapa orang meninggal, itu bukan berita, tapi jika itu terjadi di kampung halaman kita sendiri, menjadi berita besar.
  - 1) *Progress* dan *disaster*; kemajuan dan bencana alam.
  - 2) *Eminence* dan *prominence*; berhubungan dengan posisi dan keterkenalan seseorang.
  - 3) *Conflict*.
  - 4) *Novelty*; baru, lain dari yang lain.
  - 5) Akibat dari perilaku/ tindakan pemerintah; inflasi, kenaikan BBM.
  - 6) *Human interest*; bisa mempengaruhi perasaan emosional, "*the blind helping the blind.*"<sup>205</sup>

Melalui tujuh karakteristik di atas media massa mengolah berita yang didapat; sehingga memberi informasi, mempengaruhi, memprovokasi, mengangkat suatu yang sepele menjadi besar, begitu juga sebaliknya, memuji dan mencaci, atau mengasihani.

Kategori news bisa dibanding dengan non news bisa dilihat dari tiga hal; news berbasis *intent*; untuk membawa situasi atau kejadian kepada audiens, *origin*; artinya berdasarkan pada fakta bukan pada imajinasi, dan *form*; yang pemilihannya ditentukan sangat bervariasi oleh media. Dari segi form news biasanya dibagi pada dua bagian *hard news* dan *soft news*, kadang juga dibagi pada *foreign news* dan *domestic news*.<sup>206</sup>

Konsep pemberitaan dalam Islam senantiasa dihubungkan dengan *'ibrah* (pelajaran) apa yang bisa diambil dari suatu kejadian yang menjadi materi pemberitaan. Al-Qur'an sendiri menjadikan "berita" sebagai salah satu tradisi penyampaian pesan-pesannya dalam rangka

---

<sup>204</sup> Dame Rebecca West. *Britanica*.

<sup>205</sup> Jeffres, *Mass media* ...., h.108

<sup>206</sup> Jeffres, *Mass media* ...., h.182.

## Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

mendidik dan memperingati manusia; konsep *bisyârah*, berita gembira merupakan andalan dalam menyeru umat manusia ke jalan Tuhan. Bahkan Rasul SAW. pada saat mendiskripsikan apa itu Al-Qur'an menyatakan "Kitab Allah di dalamnya terdapat *berita* orang-orang sebelum kamu, dan *berita* apa-apa yang akan terjadi nanti." Salah satu nama surat dalam Al-Qur'an juga diberi nama al-Naba' yang berarti berita besar.

Term berita yang dipakai Al-Qur'an antara lain: *berita besar, berita bohong, berita gembira, berita buruk, berita keamanan, berita negeri, berita ghaib, berita yang akan terjadi, berita yang dibawa orang fasik, berita penting, berita orang-orang dahulu* dan lain sebagainya. Melalui pengungkapan pola-pola berita seperti yang terdapat dalam Al-Qur'an ini bisa dilihat apa yang menjadi pemberitaan yang sekarang memenuhi media massa. Term tersebut kalau dihubungkan dengan pemberitaan sekarang banyak kesamaannya, topik-topik pemberitaan media berkisar antara; pertahanan militer, hubungan luar negeri, aktivitas politik domestik, kriminal, keadilan dan terorisme. Adapun berita TV berisikan; isu, kejadian yang mengejutkan, *banter*; pandangan yang berisikan rangsangan dan motivasi untuk bertindak, olah raga dan cuaca.

Secara konseptual berita (*news*) dalam Islam seperti ditawarkan Siddiqui,<sup>207</sup> dari segi filosofis berita harus memberikan tekanan pada moralitas dengan *framework* Islam, memiliki komitmen terhadap kebenaran, keadilan, memiliki akuntabilitas metafisik, jujur dan padu, rational, fakta dan informasi serta pengetahuan diusahakan untuk mencapai kebijakan (kearifan), menghindari publikasi ide, sikap dan aktivitas a moral.

Sedang dari segi *Psycho-attitudinal* sangat mempertimbangkan tercapainya sikap akuntabilitas metafisik secara personal, menyajikan dan menyuarakan *hudud* Allah secara harmonis, bersikap kolektif, berorientasi pada diskusi kebenaran, senantiasa mencari standard kebenaran yang tinggi dan terintegrasi untuk generasi mendatang, tidak senang melihat perkara kriminal serta berusaha tidak menampilkannya.

Adapun segi proses, pers Islam membenarkan yang benar dan menyalahkan yang salah, bersifat *muhâsabah (watchdog)*, fokus pada berita positif, menekankan pada tradisi dan norma yang berlaku, berita sebagai teks, memberi informasi untuk usaha perbaikan dan pembinaan, ungkapan-ungkapannya halus; sebagai wujud dari akhlak mulia, kedamaian dan keadilan.

---

<sup>207</sup> Dilnawaz Siddiqui, "A Comparative..."



## Perbandingan antara Berita Qur'ani dengan Tradisi News

Form Berita menurut Qur'an	Ayat	Isi	Form Kini	Kebolehan
Berita besar	QS.78:2	Kiamat,pembalasan	Kejadian Besar/disaster	Y
Berita bohong	QS.24:11-14. 5:32	Gossip	Kiss.Silet, membuka aib/investigasi	N
Berita gembira	QS.7:57,108, dll	Kemenangan, prestasi, pahala,	Progress/positif	Y
Berita penting	QS.27:22	Informasi penting	Politik dan konsekwensinya	Y
Berita negeri	QS.7:101.11:100 dll	Kehancuran negeri	Disaster	Y
Berita buruk	QS.16:59	Tidak berkenan	?	Y
Berita keamanan	QS.4:83	Keamanan atau ketakutan	Pertahanan militer	Y
Berita gaib	QS.3:44	Kejadian masa silam	Sejarah	Y
Berita yang akan terjadi	QS.30:1-3	Kekalahan Romawi	Ramalan cuaca	Y
Berita yang dibawa orang fasik	QS.49:6	Sikap selektif atas sumber berita	objektivitas	N
Berita perbuatan keji	QS.24:19	Rumor/gossip	Kriminalitas/a moral/negatif	N
Berita orang terdahulu	QS.9:70. 14:9 dll	Berita kaum terdahulu/Nuh	Sejarah/biografi	Y
Berita orang yang berperkara	QS.38:21	Orang berselisih yang menghadap Dawud	Proses pengadilan	Y

Yes (Y) dan No (N) pada tabel di atas mencerminkan kemungkinan format berita itu boleh atau tidak boleh. Namun kerangka kebolehan juga ditentukan oleh kerangka konseptual seperti yang dijelaskan sebelumnya.

Selain faktor isi, dalam berita juga ada faktor lain yang sangat penting dalam memberikan “makna” atau pemaknaan atas suatu kejadian, faktor tersebut adalah *bahasa*. Bahasa baik lisan maupun tulisan (teks atau suara) sangat berpotensi untuk menimbulkan kesalahpahaman (*miss communication*) yang dalam bahasa Al-Qur’an-nya disebut *zaigh* atau noise dalam komunikasi, selain mimik dan gerak atau isyarat presenter juga berpotensi yang sama. Kalau dalam bahasa teks, yang perlu mendapat perhatian adalah pemilihan kata-kata dan susunan kalimatnya, suatu kejadian misalnya “Bupati Kuningan memberangkatkan haji 5 (lima) guru teladan.” Berita bisa ditulis: “untuk memotivasi para guru, Bupati Kuningan memberangkatkan haji 5 (lima) guru teladan.” Kalimat berita tersebut mengandung arti guru harus rajin dan baik supaya bisa naik haji, atau arti lain bupati ada perhatian terhadap pendidikan. Tapi akan lain halnya jika penulisan berita seperti: “entah apa sebabnya di masa krisis ekonomi seperti ini Bupati Kuningan memberangkatkan 5 (lima) guru naik haji.” Atau kalau dalam narasi TV bisa berbunyi: Di masa krisis ekonomi yang berkepanjangan (dengan tekanan intonasi) Bupati Kuningan membuat kebijakan untuk memberangkatkan 5 (lima) guru naik haji setiap tahun.”

Dalam konteks ini konsep *ihsân*, *ma’rûf* dan *kalimah thayyibah* yang berarti perkataan dengan motivasi, cara dan tujuan mencapai kebaikan pasca penuturan. Dan usaha penyampaian dengan tujuan di luar kebaikan sangat dikecam dalam Islam.

Image atau suntingan gambar merupakan kekuatan lain dalam menyampaikan pesan berita, berkenaan dengan ini misalnya Qardlawi memberikan fatwa tentang penyebaran gambar penganiayaan terhadap muslim diberbagai wilayah konflik “boleh” sebatas informasi hanya saja tidak boleh dieksploitasi penyebarannya sampai berulang-ulang. Pandangan ini tentu berdasarkan pada etika pemuatan gambar di media, misalnya menghindari sadisme dan kekerasan. Sementara ini gambar dalam pemberitaan diselaraskan dengan apa yang dibaca oleh pembaca berita, dan berita yang dibaca merupakan drama dari suatu kejadian karena ia telah di tulis terlebih dahulu oleh redaksi, *News programmes are as much of a construction as drama, and*

*have a similar need to attract viewers - to entertain.*<sup>208</sup> Walaupun isi berita menyedihkan namun seperti liputan Tsunami Aceh atau Yogyakarta serta Pangandaran, kondisi kejiwaan pembaca berita selalu bersikap bersahabat, dan tidak menggambarkan kecemasan, sehingga seorang presenter seakan menjadi *cheerful figures* dan akan nampak oleh penonton seakan tak bernurani.

Kesalahan --atau kesengajaan untuk meng-*inzet*-- gambar dalam suatu *news story* bisa berakibat fatal, permohonan maaf saja nampaknya tidak cukup untuk meralat kekeliruan tersebut. Ini terjadi saat CNN --yang beritanya dijadikan rujukan berbagai media internasional-- melaporkan peristiwa 11 September, dengan menyuguhkan latar belakang rakyat Palestina berpesta atas kemenangannya --bukan karena peristiwa 11 September, merupakan kesalahan publik yang tak bisa diralat, walau belakangan CNN meralatnya.<sup>209</sup>

Hartley, menjelaskan ada perbedaan antara pengambilan gambar untuk film fiksi dengan gambar untuk berita: *'point of view' (p.o.v.) shots (those from a particular character's visual point of view) and 'neutral' shots, 'all shots have a point of view'*. Selain itu berita mengontruksi gambar sesuai dengan imajinasi penonton, mencoba meletakkan penonton seakan mereka berada di belakang kamera, *"All the people who are seen, and all the textual deployments of sound, picture and sequence, are subordinate to the imaginary viewer."*<sup>210</sup>

Dalam pembuatan berita ada *criteria* walau tidak diketahui oleh penonton, Richard Hoggart --seperti dikutip Michael Schudson-- menyatakan bahwa filter terpenting dalam mengontruksi berita adalah udara kultur yang kita hirup, atmosfer ideologi dari masyarakat kita, yang memberitahu kita mana yang bisa dikatakan dan mana yang tidak pantas dikatakan. Schudson menambahkan bahwa udara kultur (*cultural air*) merupakan salah satu bagian yang dibuat oleh kelas pemerintah dan institusi, juga bagian dari konteks sosial tempat para penguasa itu memerintah.<sup>211</sup>

---

<sup>208</sup> Chandler, *An Introduction to Genre Theory*, <http://www.aber.ac.uk/media/>.

<sup>209</sup> Dialog dengan Hasan Ma'arif redaktur pelaksana HU Mitra Dialog. Cirebon.

<sup>210</sup> Hartley, John, *Tele-ology: Studies In Television*. (London: Routledge, 1992), h, 77-78.

<sup>211</sup> Chandler, *An Introduction to Genre Theory*, <http://www.aber.ac.uk/media/>.

## Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

Dari sini upaya pembuatan *criteria* diberitakan atau tidak diberitakan suatu *event* berada dalam kontrol budaya dan situasi masyarakat serta institusi penyelenggara media. Artinya jika media itu atas nama Islam, maka *control* isi berita juga diselaraskan dengan paradigma Islam.

### B. Bukan News

Sebagaimana telah didiskusikan di muka bahwa domain komunikasi massa Islam gabungan dari *dakwah, tabligh, amar ma'ruf nahi mungkar dan akhlak*. Maka semua program diukur dengan empat domain tersebut, apakah itu dalam bentuk *feature*, opini, hiburan dan informasi lainnya berada dalam subordinasi empat domain tadi.

Penyajian empat domain ini bisa dibuat dalam berbagai program tayangan atau rubrikasi media cetak, fungsi edukasi dan hiburan media massa merupakan terjemahan dari amar ma'ruf nahi mungkar, dakwah dan tabligh serta penyebaran akhlak mulia.

Visualisasi dari bagaimana Nabi menjelaskan *shirath al-mustaqîm* bisa dijadikan paradigma konten media massa dalam Islam, sehingga berarti bahwa media Islam harus menghindari terpenuhinya “jalan saitan” atau menyampaikan pesan-pesan yang kalau diukur dengan paradigma “jalan lurus” tersebut masuk pada kriteria jalan saitan; kalau diformulasikan dalam bentuk pertanyaan kira-kira berbunyi: apakah pengaruh isi suatu tayangan media itu terhadap?

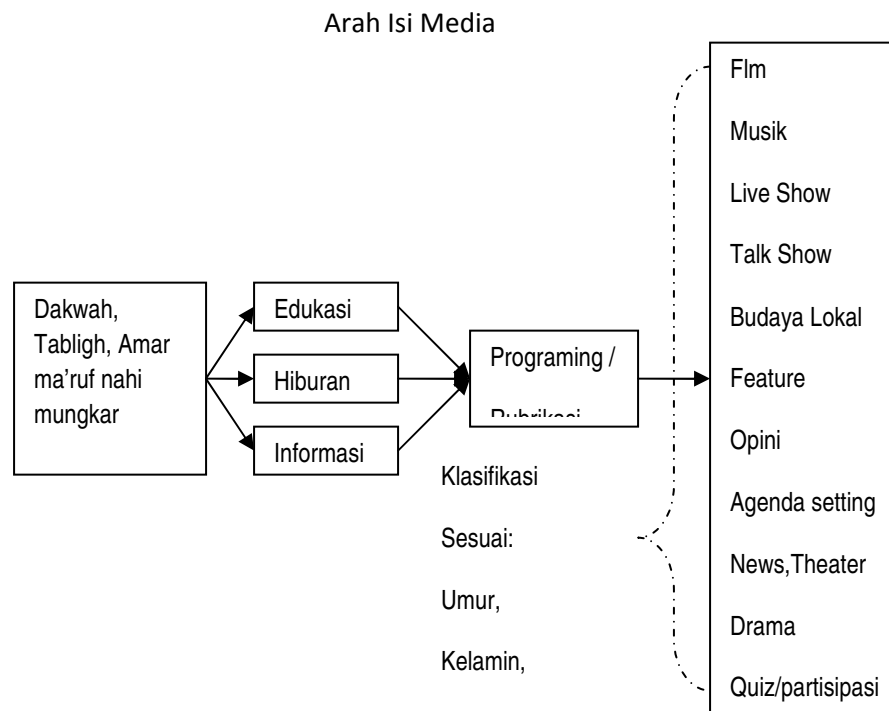
- |  |  |
|--|--|
| • Nafsu manusiawi/ <i>al-Nafsu al-Insâni</i> , | • Kemusyrikan/ <i>al-Syirk/idollism</i>          |
| • Keduniawian/ <i>dunyâwi</i>                  | • Harta/ <i>al-Mâl</i>                           |
| • Prilaku seksual/ <i>sexual behavior</i>      | • Pemikiran sesat/ <i>al-afkâr al-munharifah</i> |
| • Perbuatan dosa/ <i>sinful</i>                | • Permusuhan/ <i>al-adâwah</i>                   |
| • Syubhat/ <i>al-Syubhat</i>                   | • Bid'ah/ <i>al-bid'ah</i>                       |

Jika setiap point tersebut diberi *cek list* Y maka media tersebut dapat dipastikan bukan media massa Islam.

Maka tugas utama dari institusi penyelenggara media massa Islam ialah membuat sajian edukasi, hiburan dan informasi yang bisa mencakup semua domain

## Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

komunikasi Islam tersebut. Kerangkanya adalah membangun *komunitas*, mengadakan *ishlah (critic)*, mempengaruhi dan mengajak kearah *kebenaran (call for the truth)*; bahasa agamanya *targhîb (support/motivate)* dan *tarhîb (warning) maw'izhah hasanah (appetitive and intention)*, *hikmah*, *mujâdalah al-hasanah (discussion, debate)*, dengan penggunaan bahasa yang baik kalimat *thayyibah (good word)*, sehingga bagaikan pohon yang baik, akarnya kokoh tertanam di tanah, cabang-cabangnya menjulang tinggi ke langit, serta akan memberi buah kebaikan setiap saat bisa dimanfaatkan oleh siapa saja yang menghendaknya.



## Iklan

Iklan suatu yang dibenci tapi ditunggu, “benci tapi rindu” demikian tulis Wahyu Wibowo dalam *Sihir Iklan*,<sup>212</sup> karena banyak mengandung karya intelektual di dalamnya, team kreatif setiap lembaga periklanan seakan tak pernah kehabisan akal untuk mengkampanyekan berbagai keunggulan produknya untuk menarik konsumen. Setiap media membutuhkan iklan sebagai penopang kelanjutan produksinya, dan setiap perusahaan besar maupun kecil membutuhkan media untuk menginformasikan produknya serta menarik konsumen. Periklanan bukan lagi menjadi persoalan media semata, tapi telah menjadi kegiatan ekonomi baik bagi media, perusahaan periklanan dan perusahaan manufaktur, perusahaan-perusahaan besar sangat bersandar pada aktivitas periklanan.<sup>213</sup> Pertanyaannya ketika dikaitkan dengan konsep Islam, bagaimana seharusnya iklan ditayangkan?

Kalau komunikasi massa Islam itu ingin sukses dalam menjalankan tugasnya, maka ada beberapa catatan *syar’i* yang berkenaan dengan aktivitas komunikasi, audiens atau kelompok sasaran, demikian redaktur *Islam on line.net* mengantarkan fatwa Yusuf Qardawi berkenaan dengan aktivitas komunikasi Islam. Berkenaan dengan kegiatan komunikasi, maka seorang yang berkecimpung dalam aktivitas tersebut harus jujur, memahami arti pentingnya bahasa dan pesan yang akan disampaikan serta profesional. Sedangkan dari sudut audiens, ia harus selektif dan jujur terhadap dirinya sendiri serta keluarganya, tidak menerima berbagai pesan yang bertolak belakang dengan nuraninya, bahkan harus menghindari berbagai “pesan” yang bisa menghancurkan akhlak dan tingkahlaku diri dan keluarganya, serta bisa merusak kehidupan duniawi dan agamanya.

Berikut ini kutipan fatwa Yusuf Qardawi tentang komunikasi massa dan periklanan:<sup>214</sup>

---

<sup>212</sup> Wibowo, Wahyu, *Sihir Iklan*, (Jakarta: Gramedia, , 2003) Cet Ke- I, h,xv.

<sup>213</sup> Baran J. Stanley, Jerilyn S. McIntyre, Timothy P. Meyer, *Self Symbols And Society: An Introduction To Mass Communication*, (London: Addison-Wesley Publishing Company, Inc, 1984),h,119-203.

<sup>214</sup> Yusuf Qardawi, *Al-Dlawâbith al-Syrari’yah lil A’mal al-I’lami*, [http://www.qaradawi.net/site/topics/printArticle.asp?cu\\_no=2&item\\_no=3778&version=1&template\\_id=232&parent\\_id=17](http://www.qaradawi.net/site/topics/printArticle.asp?cu_no=2&item_no=3778&version=1&template_id=232&parent_id=17)

Ada tiga ketentuan dalam komunikasi yang harus diperhatikan; ketentuan untuk pelaku media (لِلْمُعَلِّمِ) untuk audiens (لِلْمُعَلَّمِ) serta untuk materi yang disajikan (لِلْمُعَلَّمِ بِهِ) serta chanel yang dipakainya (لِلْأَدَاةِ) seperti bahasa.

Dari segi pelaku maka ia harus seorang yang ahli dalam bidangnya, profesional serta memiliki kejujuran yang tinggi, bisa menyampaikan “pesan” yang harus disampaikannya dengan amanah dan bertanggungjawab. Serta memiliki bukan saja kemampuan dan kecakapan profesi tapi juga memiliki komitmen terhadap akhlak. Sedangkan audiens, sebagai kelompok sasaran pesan-pesan komunikasi, ia harus memiliki kesadaran sehingga bisa memilah mana yang perlu dan mana yang tidak perlu baginya, artinya ia juga harus mengontrol pesan media dengan serius. Merekalah yang bisa menentukan suatu pesan itu layak atau tidak layak, jika pemerintah tidak ikut campur dalam mengontrolnya.

Adapun dari sudut materi pesan, hendaknya dilakukan dengan jujur dan tidak boleh mengekspose kebohongan, bukan saja jujur dalam pemberitaan, tapi jangan hanyut dengan pemberitaan yang tidak bernilai dengan pengulangan yang berlebihan. Dan diusahakan mengambil berita dari sumbernya yang asli, tidak bersandar pada perwakilan berita orang lain. Sehingga pesan yang disampaikan itu mutlak pesan dari kita bukan dari agen berita lain.

Dari sini dapat dikatakan bahwa periklanan dalam konsep Islam harus senantiasa melihat primer skunder dari suatu produk, menggunakan bahasa yang baik serta menyoroti sisi baik dari produk tersebut, kebenaran informasi produk dan kegunaannya bagi masyarakat secara jujur, termasuk informasi tentang komposisinya. Tidak mengeksploitasi kecantikan wanita maupun ketampanan pria dengan memanipulasi serta rekayasa kepribadian atau rekayasa budaya serta rekayasa lainnya,<sup>215</sup> harus bersifat konstruktif dan tetap berpegang pada kaidah amar ma’ruf nahi mungkar. Kontruksi realitas bisa saja dilakukan dengan bentuk mengangkat realitas yang ada di masyarakat dan dinilai tidak sesuai dengan kaidah norma yang seharusnya,

---

<sup>215</sup> Wibowo. *Sihir Iklan*, h.216.

Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

lalu melalui “pesan” iklan diperbaiki dengan menghadirkan realitas buatan yang sejalan dengan kenyataan ideal menurut kaidah norma agama.

Stori iklan yang mencerminkan tingkah laku buatan (tak pernah ada dalam realitas) seperti iklan shampo Clear versi lift yang enggan keluar dari lift karena keindahan rambut perempuan; bisa ditafsirkan pendidikan mesum dan *sexual harrasment* yang sementara ini meresahkan kaum wanita metropolitan yang malah dilegitimasi, Demikian juga cara makan anak yang di rumah dididik etika makan, di iklan diajari cara makan mie instant yang tidak karuan, serta berbagai stori iklan lain yang secara etis berlawanan dengan kaidah moral yang diajarkan keluarga maupun sekolah merupakan tantangan tersendiri bagi media massa Islam dan tim kreatif periklanan muslim.

Peringatan Rasul SAW. terhadap perkataan maupun penerangan umum yang kadang bisa menyihir audiensnya seakan peringatan dini akan bahaya iklan bagi masyarakat (h,192). إن من البيان لسحرا “Sebagian dari keterangan atau penjelasan itu mengandung sihir” (HR.Ahmad, Bukhari, Abu Dawud, Tirmidzi).

## Kultur dan Media Massa Islam

Di awal telah diungkap bahwa kajian media mengakar pada tradisi dua kubu *Marxist* dan *Liberalist Pluralist*, yang pertama melihat kekuatan media sangat besar dalam membuat system sosial, yang kedua melihat bahwa ada kekuatan media namun tidak begitu besar sebagaimana yang diyakini Marxist, kajian ini ketika dihubungkan dengan kultur juga masih terlihat dua pendekatan tersebut. Aliran pertama diwakili oleh kelompok Birmingham dan Frankfurt School (1923) di antara tokohnya adalah Marx Horkheimer, T. Adorno, W.Benjamin, R.Marcuse, dan Jürgen Habermas.

Peran media bagi masyarakat adalah mengontruksi realitas, *construction of reality* dalam kajian media, gagasan ini menekankan pada anggapan bahwa tidak ada realitas tunggal, realitas sebagaimana yang dipresentasikan oleh mass media bukanlah gambaran dari refleksi realitas, tapi sebaliknya merupakan interpretasi dari realitas yang dikontruksi. Menurut pandangan kritis radikal (Marxist) mass media mempunyai peran penting dalam membuat



realitas untuk kebahagiaan kita. Adapun menurut pandangan post-structuralism dan post-modernism, hanya sebagian aspek realitas saja yang bisa diakui dalam mengontruksi sosial.<sup>216</sup>

Bagi aliran Birmingham --yang mendasarkan teorinya pada tradisi Marsxist-- kajian media terkonsentrasi pada kontrol idiologi terhadap media, terutama para partisipan media yang disandarkan pada *powerful groups* dan institusi nilai-nilai kultur dominant yang secara tidak disadari terinternalis, sebagaimana pendekatan yang dilakukan Stuart Hall.<sup>217</sup>

Menurut Antonio Gramsci, *hegemony* terletak pada kelas sosial dominant terhadap kelas lainnya. Demikian juga dalam kultur, kultur bourgeois menguasai kultur kelas lainnya; *bourgeois culture*, dengan segala keyakinan, nilai dan norma serta segala yang berhubungan dengannya. Dalam pandangan Gramscian, kelas bourgeoisie sangat berhasil dalam memproyeksikan pandangannya tentang masyarakat sebagai suatu yang '*natural*' dan '*common sense*', '*taken for granted*', '*legitimate*', walau dalam kenyataannya hanya memenuhi *interests* mereka. Hingga pandangannya menjadi semacam konsensus. Masyarakat dalam hal ini dilihat sebagai perjuangan terus menerus antara idiologi untuk mencapai hegemony. Dari sudut pandang ini media dinilai memiliki peran yang vital dalam membangun consensus.<sup>218</sup>

Trend baru studi media berikutnya berkembang sesuai dengan trend ilmu-ilmu sosial, *structuralist* diwakili oleh Levi-Strauss, Louis Althusser, dan Jacques Lacan, sedangkan *culturalist* diwakili oleh Williams, Thompson dan Hogart. Stukturalist lebih memperhatikan aspek otonomi dan artikulasi media, sedangkan kulturalist lebih memperhatikan aspek "pengalaman" sebagai memiliki posisi otentik dan humanist sebagai penciptanya. Jadi pengalamanlah yang menentukan isi media dan manusia berperan membuatnya. Dengan kata lain media adalah refleksi dari budaya dan pengalaman.<sup>219</sup>

Perdebatan ini tetap hidup sampai sekarang, dalam artikelnya yang berjudul *Realitas dan Kajian Media*, Thomas Hanitzsch menulis sebagai berikut:

---

<sup>216</sup> [http://www.uky.edu/ Introduction to Mass Media Effects/ effects.html](http://www.uky.edu/Introduction%20to%20Mass%20Media%20Effects/effects.html).

<sup>217</sup> [http://www.uky.edu/ Introduction to Mass Media Effects/ effects.html](http://www.uky.edu/Introduction%20to%20Mass%20Media%20Effects/effects.html).

<sup>218</sup> <http://www.gla.ac.uk/departments/sociology/research.htm>.

<sup>219</sup> Curran, *Media Culture....*, h,27-28.

Saya sangat setuju dengan yang ditulis R. Kristiawan bahwa media massa tidak merupakan ‘alat penguasa untuk menciptakan reproduksi ketaatan’ (KUNCI 8, 2000). Media massa sebenarnya tidak berdiri sendiri, melainkan merupakan bagian dari masyarakat. Dalam bahasa teori sistem sosial yang terus menerus dikembangkan di Jerman, fungsi media massa adalah memungkinkan pengamatan diri masyarakat (Marcinkowski 1993). Fungsi media massa sebenarnya bukan ‘merekonstruksikan realitas sosial’, sebagaimana ditulis oleh Ana Nadhya Abrar, pakar jurnalistik di Universitas Gadjah Mada (Abrar 1997). Dengan kata lain, media massa merupakan cermin kebaikan dan keburukan masyarakat, bukan mencerminkan (dalam arti meng-copy) keadaan masyarakat. Media di Indonesia maupun di negara lain sama parahnya dengan keadaan masyarakat.<sup>220</sup>

Dalam konteks ini posisi Islam biasanya mengambil jalan tengah antara dua kubu; antara haluan kiri dan kanan, salah satu ciri konsepsi Islam adalah *keseimbangan (tawâzun)*, jadi tidak bersifat ekstrim pada satu pandangan sehingga tidak ada kemungkinan lain, tapi kemungkinanlah yang berpotensi untuk ada bisa berhaluan kiri bisa juga berhaluan kanan pada suatu saat. Maka para pemikir Islam selalu meneriakkan pendekatan *holistic*, artinya memandang suatu sebagai keseluruhan, baik sisi mental, sosial maupun pisikal. Dalam pemikiran Hamid Mowlana, Bakti, Majid Teheranian serta Siddiqui terlihat jelas perlunya pandangan *holistic* dalam mengkaji komunikasi maupun komunikasi masa.

Dalam kontekss kultur, catatan yang diajukan Gholam Khiabany terhadap “*alternative model*” yang ditawarkan Mowlana; *culture* hanya sebatas ekstensi dari Negara, serta agama sebagai pemberi advis bagi *community*, tindakan politik dan partisipasi politik. Dalam pandangan model esensialis ini, lanjut Khiyabany, kultur dan komunitas bisa direduksi menjadi satu, tidak berubah dan entitas a historis, dan ‘Islam’ dipandang sebagai satu-satunya *signifier* bagi domain kultur dan komunikasi. Maka ada kenikmatan tersendiri bahwa dalam analisis Mowlana, tidak diungkap adanya kemungkinan konflik interest, struktur kekuasaan, kebenaran yang seharusnya diberi interpretasi dan berbagai kemungkinan divisi internal yang terdapat dalam ‘*Muslim*

---

<sup>220</sup> <http://www.kunci.or.id/teks/09th.htm>.

## Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

*society*'. Pandangan tentang media, kultur dan masyarakat seperti ini, menurutnya saat sekarang sedang mendapat serangan dari gerakan demokratisasi di Iran (pemilu 1997) serta *debate* tentang *civil society* (ditambah lagi berbagai gerakan serupa yang muncul di Asia).<sup>221</sup>

Tabel di bawah ini daftar pertanyaan yang diajukan Khiabany terhadap Islamic Paradigm Hamid Mowlana saat dihubungkan dengan teori media.

## Information society vs Islamic society

	Information society	Islamic community
1. Economic system	Capitalism	?
2. Motive of media	Profit	Propagation/mobilization
3. Sources of funding	Advertising	State
4. Organizational structure	Hierarchical	?
5. Professional practices	Centralized/produced by professionals	?
6. Relationship with audience	Consumer	Guidance
7. Model of control	Owner/bureaucracy	?

<sup>221</sup> Khiabany, "De-Westernizing media theory, or reverse Orientalism: 'Islamic communication' as theorized by Hamid Mowlana," *Media, Culture & Society* 25(3).

Sampai di sini penulis harus berterima kasih pada Khiabany yang telah memberikan masukan berharga untuk pembahasan ini. Melengkapi teori kultur yang telah ada, penulis tinggal mencoba mengisi berbagai pertanyaan yang diajukannya dalam tabel di atas.

Dalam pandangan Islam seperti apa yang digagas oleh Mowlana yang meletakkan agama sebagai pemberi advis bagi komunitas menurut hemat penulis bisa dikatakan bahwa Islam merupakan sumber inspirasi bagi budaya, dalam kesejarahannya, sejak masa Nabi SAW. Islam membangun budaya baru serta melegitimasi beberapa budaya lama dengan usaha islamisasi, seperti haji yang merupakan budaya Arab Jahiliyah (warisan dari Ibrahim AS) dengan berbagai asesoris kemusyrikan tambahan, oleh Islam dibersihkan dari kemusyrikan dengan tidak menghapuskan tradisi seperti thawaf.

إِنَّ الصَّفَا وَالْمَرْوَةَ مِنْ شَعَائِرِ اللَّهِ فَمَنْ حَجَّ الْبَيْتَ أَوْ اعْتَمَرَ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْهِ أَنْ يَطَّوَّفَ بِهِمَا  
وَمَنْ تَطَوَّعَ خَيْرًا فَإِنَّ اللَّهَ شَاكِرٌ عَلِيمٌ

“Sesungguhnya Shafa dan Marwa adalah sebahagian dari syi'ar Allah. Maka barangsiapa yang beribadah haji ke Baitullah atau ber-'umrah, maka tidak ada dosa baginya mengerjakan sa'i antara keduanya. Dan barangsiapa yang mengerjakan suatu kebajikan dengan kerelaan hati, maka sesungguhnya Allah Maha Mensyukuri kebaikan lagi Maha Mengetahui” (QS.2:158).

Ada gerak “dinamis” dalam budaya Islam sejalan dengan kemajuan kultur dan peradaban sekelilingnya, melalui kaidah “keseimbangan” --seperti yang diungkap Sayyid Qutub-- dalam Islam, serta konsep tawhid dan taqwa, tabligh dan dakwah, kultur dan peradaban Islam terus berkembang maju, kemampuan para intelektual muslim --usaha menyelaraskan dengan kemajuan budaya dan peradaban yang ada-- dalam mengakomodir berbagai perkembangan peradaban tersebut membuat Islam bermain dalam kontekss peradaban dan kreativitas. Berbagai pemanfaatan media modern maupun konvensional seperti yang telah dilakukan Abduh dan kawan-kawan merupakan lompatan yang kemudian diikuti oleh intelektual muslim berikutnya. *Al-'Urwatul Wutsqa* dalam hal ini menjadi “gong” perkembangan media Islam dewasa ini. Sebagaimana juga tradisi penulisan buku (*tashnif dan ta'lif*) dari para ulama pase e-book mtatataufik.com boleh mengutip asal disebutkan sumbernya

tabi'in memiliki arti tersendiri bagi pengembangan tradisi penulisan buku dewasa ini. Para intelektual sekarang mungkin akan malu jika tidak berkarya sebagaimana Imam Syafi'i, Hambali dan tokoh-tokoh lainnya yang menulis berjilid-jilid buku, hingga bisa diarsipkan sampai sekarang.

Pertanyaan apakah media merupakan refleksi dari masyarakat, atau masyarakat dikonstruksi oleh media, sebenarnya sama dengan pertanyaan "telur dan ayam," pendekatan Pluralist dan Liberalist nampak mendekati pada konsep Islam tentang media; bahwa masyarakat otonom dalam berkreasi dan bisa merefleksikan budayanya dengan pemanfaatan media, sehingga media menjadi semacam potret masyarakat, tapi tidak sampai disitu, karena media juga dalam banyak hal bisa mempengaruhi perilaku masyarakat. Atau dengan pendekatan keseimbangan, bisa dikatakan bahwa kedua pendekatan --marxist dan Liberalist-Pluralist-- ada benarnya, namun tidak pada titik ekstrem. Karena budaya yang ada pada setiap sistem sosial merupakan hasil dari proses komunikasi-- baik bermedia atau tidak-- yang terjalin di masyarakatnya.

Dengan aktivitas komunikasi, kultur suatu yang senantiasa dikritisi, diperbaharui, sehingga selalu baru. Sejak dini peradaban dan budaya manusia dibangun atas dasar tawhid dan taqwa, serta tabligh dan dakwah; kisah-kisah para Nabi AS semuanya mengkritisi budaya lama<sup>222</sup> (yang cenderung paganis atau *Idol worshipping*) untuk kemudian diubah dengan tradisi dan budaya baru, ketika suatu budaya sudah mengarah pada paganis, akan muncul nabi lain untuk memperbaharui budaya tersebut sehingga terlepas dari paganisme, artinya kondisi monoteism selalu terjaga. Selanjutnya bandingkan juga konsep *struggle*-nya Marxist dengan jihad dan mujahadah dalam Islam, dengan demikian akan terpahami bahwa keberislaman adalah terletak pada sisi *struggle*, untuk Tuhan (*Lillahi Ta'ala atau Fi Sabili Allah*).

Sampai di sini bisa dipahami hubungan antara media massa Islam dengan kreativitas, bahwa media adalah merupakan wujud dari kultur Islam yang berkembang di masyarakatnya, dan pada saat yang bersamaan juga media menciptakan kultur baru; bersumber dari "realitas ideal" dalam perspektif Islam. Maka apa yang disajikan media Islam merupakan produk komunikasi masyarakatnya yang telah ada dan masih dalam kerangka belum sampai pada titik anomali yang harus dikritisi, serta berbagai usaha perbaikan yang merupakan kritik dari realitas masyarakat.

---

<sup>222</sup> Bakti, *Communication....*,h, 128.

# Indikator Media Massa Islam

---

## Visi dan Misi

Media massa Islam Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Litbang Republika dan The Asia Foundation tentang *Islam and Civil Society*, dengan tema khusus “Pers Islam dan Negara Orde Baru,” mendefinisikan pers Islam sebagai: “Pers yang dalam kegiatan jurnalistiknya melayani kepentingan umat Islam, baik yang berupa materi (misalnya kepentingan politik) maupun nilai-nilai.”

Pengertian ini kalau ditafsirkan ulang akan berarti bahwa pers Islam melayani kepentingan umat Islam, jadi bukan pers umum yang menjadikan umat Islam sebagai segmen pasar, serta menjadikan umat Islam sebagai *customer* utamanya, tidak juga berarti bahwa ‘produksi’ pesan yang menjadikan isu-isu keislaman atau tayangan berbau Islam sebagai ‘cara’ untuk menggaet audiensnya sebanyak mungkin, hingga kering dari tujuan dan pesan religius. Sedangkan media masa Islam memiliki visi terciptanya komunitas muslim yang hakiki, misinya adalah dakwah dan tabligh, serta amar ma’ruf nahi mungkar serta terwujudnya akhlak mulia.

Lebih jelasnya bisa dilihat dari tujuan IINA (*International Islamic News Agency*) antara lain: Untuk memelihara dan mengembangkan warisan budaya Islam yang luas, memperkuat hubungan antara muslim diseluruh dunia untuk saling memahami. Serta untuk menyatukan tujuan bersama seluruh dunia Islam.

Contoh lain adalah tujuan ISBO (*Islamic States Broadcasting Organization*) yang bertujuan untuk menyebar luaskan nilai-nilai peradaban Islam dan memperkenalkan peradaban tersebut kepada seluruh khalayak, menyoroti budaya (tradisi) Islam yang penting, mengajarkan bahasa Arab kepada non Arab, memproduksi program radio dan TV, memperkenalkan tujuan-tujuan Islam serta propaganda komunikasi Islam. Lalu bertujuan untuk mengembangkan

kerjasama antara institusi penyiaran negara anggota. Melalui pembahasan visi dan misi ini akan tejawab pertanyaan Khiabany tentang motif penyelenggaraan media dalam Islam.<sup>223</sup>

## Institusi Media Massa Islam

Dari batasan di atas juga mengisyaratkan bahwa pers Islam --untuk bisa melayani kepentingan umat Islam-- ownernya juga harus muslim, pembatasan *owner* ini sangat penting; adalah logis jika muslim memiliki lembaga yang menyuarakan kepentingannya, begitu juga sebaliknya harus ada pertanyaan “ada apa?” ketika non muslim memiliki lembaga yang menyuarakan kepentingan umat Islam. Seandainya ada, itupun mesti karena profit lain, misalnya karena melihat segmen pasar. Kasus ini terjadi dalam wacana “*halal-food*,” *bank syariah*, yang telah menggelitik minat negara-negara dan produser-produser non muslim untuk melirik lahan bisnis tersebut. Apa yang telah sukses adalah dalam bidang tekstil, saat ‘sarung’ menjadi simbol keislaman dan alat shalat, demikian juga tasbeih dan sorban.

Untuk masalah material seperti itu mungkin tidak terlalu beresiko, walau agak beresiko dalam hal makanan “*halal-food*” karena akuntabilitas metafisiknya masih diragukan --kasus Ajinomoto pada masa pemerinatah Gusdur, atau kasus mie instan dan kodok pada masa Orba. Terlebih lagi dalam masalah pemikiran dan gagasan, amat beresiko jika *owner* bukan dari *inside* muslim.

Berdasarkan hal tersebut dari sisi kepemilikannya harus dibedakan antara media massa atau pers milik umat Islam dengan media massa yang menjadikan simbol-simbol keislaman sebagai *genre*-nya. Berbagai pembahasan terdahulu memberikan arahan bahwa institusi media massa Islam sejalan dengan domain komunikasi Islam yang dicanangkan, maka lembaga-lembaga dakwah atau yayasan yang bergerak dalam bidang tabligh serta pendidikanlah yang lebih berkompeten dalam memikul tugas ini. Bagi negara-negara Islam, selain lembaga swasta adalah lembaga pemerintahan bertugas untuk memproduksi media masa Islam. Hal ini karena lembaga tersebut memang sengaja dibuat untuk dakwah, dengan harapan bahwa pembiayaan penyelenggaraan media tidak bertumpu pada suport dari iklan. Selain lembaga akan sedikit aman dari kemungkinan terjebak dalam motivasi bisnis media semata.

---

<sup>223</sup> Khiabany, “De-Westernizing ..., *Media, Culture & Society* 25(3).

## Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

Jika perorangan atau perusahaan hendak menyelenggarakan produksi media Islam, maka komitmen keislamannya harus lebih kuat dari komitmen bisnis media. Dengan paradigma ini bisa ada filter dan kontrol yang kuat terhadap isi media termasuk penerimaan iklan, sensor iklan. Hanya iklan yang secara moral sejalan dengan paradigma komunitas saja yang diterima oleh institusi.

Untuk tugas ini seperti yang dinyatakan Qardawi, haruslah mereka yang profesional, amanah, jujur dan memiliki tanggungjawab, meminjam bahasa Siddiqui memiliki akuntabilitas metafisik.<sup>224</sup>

Mowlana ketika ditanya tentang bagaimana penerapan konsep media di negara-negara Islam, serta hubungannya dengan isu kebebasan pers menjawab sebagai berikut:

*I am also somewhat skeptical about the promises delivered by the mass media in the context of Islamic religion and culture since modern mass media tend to be of a monologue rather than a dialogue and this is not compatible and harmonious with the Islamic precepts. I believe that Islamic societies as well as the governments of Islamic countries should make an attempt to create their own versions of information and communication orders, as well as developing professional and scholarly societies of their own in the field of communication, research, teaching, as well as journalistic endeavors.*<sup>225</sup>

Mowlana berkeyakinan (berharap) bahwa dunia Islam maupun masyarakat Islam akan mencoba membuat media dan pemberitaannya menurut versinya sendiri, berusaha mengembangkan kemampuan profesionalismenya dalam bidang komunikasi, riset, pengajaran dan jurnalistik mereka.

Dari berbagai harapan dan pendapat tersebut nampak jelas bahwa ada pemikiran ke arah perlunya media Islam tersendiri yang khas dan dimiliki serta diatur sendiri oleh masyarakat muslim atau lembaga-lembaga muslim.

---

<sup>224</sup>Dilnawaz Siddiqui, "A Comparative..."

<sup>225</sup> Mowlana, wawancara via e-mail, 10/16/2004.



## Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

Ambil contoh pesantren, sebagai lembaga dakwah atau pendidikan Islam. Posisi pesantren di hadapan media massa bisa berperan sebagai pelaku; dengan penerbitan majalah, koran tabloid atau buku, pendirian radio serta pendirian stasiun TV, bisa juga menjadi objek; isi (*content*) dari media tersebut. Bisa juga menjadi pemerhati atau kontrol terhadap media.

Berkaitan dengan yang pertama, *sebagai pelaku media*, ada beberapa pesantren yang menerbitkan kegiatan berkala secara priodik tahunan atau semesteran, biasanya berupa laporan kegiatan tahunan di pesantren tersebut untuk diinformasikan kepada santri atau wali santri bahkan lebih luas lagi kepada khalayak dan para alumni. Selain yang bersifat intern atau laporan tahunan, beberapa pesantren juga telah menjadi pelaku media dengan penerbitan majalahnya seperti *Al-Muslimun* dari Bangil, *Suara Hidayatullah* dari pesantren Hidayatullah di Kalimantan, belakangan ini *Majalah Gontor* dari Pondok Modern Daarussalam Gontor.

Sebagai pelaku juga dalam bentuk penerbitan buku-buku bacaan untuk umum baik materi dakwah, kamus, buku pelajaran, biografi, kumpulan doa-doa dan buku populer. Sebagai contoh kamus *Al-Munawir* dari Krapyak Yogyakarta, *Amtsilah Tashrifiyah* dari Jombang, serta buku-buku Aagym dari Daru Tauhid Bandung.

Selain penerbitan buku juga pesantren bisa bergerak di bidang broadcasting atau penyiaran baik TV maupun Radio Siaran. Ini sudah dilakukan oleh Persantren Modern Al-Ikhlash Kuningan dengan Radio DM FM-nya, begitu juga Darut Tauhid Geger Kalong Bandung dengan MQ FM dan MQ TV-nya. At-Tahiriyah Jakarta dengan Radio FM-Nya, Gontor dengan Swargo FM begitu juga pesantren lain seperti Pesantren Suryalaya Tasikmalaya juga sudah mulai merintis Radio Siaran.

Lebih jauh lagi Daru Tauhid Bandung selain menyediakan layanan pesan-pesan dakwah dengan Radio dan Produksi TV, DT juga sudah mulai menyediakan layanan dengan *download* menu MQ melalui telepon seluler dan mailing list.

Kini pesantren sudah mulai menjadi pemain dalam hal media massa, pesantren tidak saja bertindak sebagai objek dan menjadi konten media tapi lebih jauh sudah bisa membuat format media, menentukan berita dan menyajikan pilihan bagus bagi pengguna media (*user*). Selain media modern konvensional (istilah untuk TV, Radio Surat Kabar Dll), pesantren juga telah melangkah pada media modern seperti internet, telepon seluler, video dan lain sebagainya.

## Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

Di dunia maya ini sudah banyak yang memiliki alamat website sendiri; untuk memberikan informasi pesantren dan kegiatannya kepada halayak di satu sisi untuk memberikan pelayanan dakwah di sisi lain dengan servis jaringan informasi yang diberikannya.

Selain *website* yang dimiliki dan diselenggarakan sendiri oleh pesantren juga ada portal pesantren yang dikelola oleh alumni pesantren atau mereka yang peduli terhadap studi Islam melalui web. Dapat dikemukakan misalkan [www.pesantrenonline.com](http://www.pesantrenonline.com), portal milik telkom yang berisikan direktori pesantren diskusi dan informasi keislaman. Selain itu juga ada yang dirintis dibawah bimbingan KH Mustofa Bisri dengan alamat [www.pesantrenvirtual.com](http://www.pesantrenvirtual.com). [www.myquran.com](http://www.myquran.com) dan lainnya.<sup>226</sup>

## Isi Media Massa

Sejalan dengan karakternya sebagai kegiatan dakwah, maka media Islam harus memiliki genre (*gaya/format*) dan *content* (*isi*) yang mengarah pada ajakan serta motivasi pengamalan relegius, bahasa al-Qur'annya isi dan gaya media harus berupa *al-wa'du wal wa'id*.

Penentuan gaya sangatlah penting dan bersifat intelektual (karya intelektual) yang serius, karena gaya sangat berperan dalam mencapai sasaran berdasarkan pada segmentasi *audience; viewers, listeners, readers* serta target yang diharapkan, yang harus diperhatikan dalam konteks ini bahwa sebagian besar audiens masih "rela" menjadi sasaran media massa dengan status pemakai bukan partisipan yang kadang disuguhi apa saja sesuai kehendak (baca kepentingan) produsen bahkan tidak mustahil menjadi sasaran *content* yang manipulatif dan komersial tanpa mampu berbuat apa-apa selain melahap saja informasi yang diterima, *that people easily become passive consumers of mass media's manipulated or commercialized content*.<sup>227</sup>

---

<sup>226</sup> Taufik, M.Tata, et.al, *Rekontruksi Pesantren Masa Depan: Dari Tradisional- Modern- Hingga Post Modern*, (Jakarta:PT Listafariska Putra, 2004), h, 227-235.

<sup>227</sup> Schultz, "Mass media and the concept of interactivity," *Media, Culture & Society* , Vol. 22: 206.

*Genre* dalam bahasa komunikasi sering diartikan gaya atau style serta tema dan sangat berhubungan dengan pemilihan teks sesuai dengan kelas dan mewakili suatu komunitas tertentu. Misalkan sebuah media menjadikan anak muda sebagai kelompok sasaran, maka teks dan bahasa yang dipakai adalah bahasa yang familier dengan mereka, demikian juga disain photo serta *image-image* yang dipakai sebagai pendukung, termasuk setting dan tata letaknya. Hal serupa berlaku juga dalam pembuatan film maupun sinetron dalam memilih kata-kata dan gerak serta karakternya, serta pemilihan bahasa yang dipakai penyiar radio.

Kata *genre* berasal dari bahasa Prancis yang berarti macam atau kelas, kemudian istilah tersebut dipakai secara luas dalam retorika, teori penulisan dan teori media, dan banyak berhubungan dengan linguistik untuk membedakan berbagai tipe teks yang dipakai. Memang ada kesulitan dalam membuat definisi genre, karena ia tidak berdiri sendiri bahkan lebih dipandang suatu yang abstrak, secara konvensional didefinisikan sebagai berikut, secara konvensional *genre* memperhatikan gagasan yang mencakup isi seperti tema atau setting termasuk struktur dan gaya (*structure and style*) yang dikandung dalam teks.<sup>228</sup>

Dalam wacana kajian media di Indonesia, sering digunakan kata *frame* atau *style* seperti yang digunakan Eryanto dalam tulisan-tulisannya yang menurut hemat penulis berarti genre dalam teori media.

Permasalahan yang muncul ketika dihadapkan dengan konsep dakwah sebagai pembentukan realitas sosial di satu sisi, dan sebagai wadah dari warisan budaya Islam yang baik di sisi lain, yang harus menjunjung tinggi nilai-nilai akhlak dalam berbagai hal; dalam bertutur kata, pemilihan bahasa dan gaya isyarat (*nonverbal communication*) akan terjadi benturan komunikasi yang sangat merugikan secara normatif, maka yang terjadi penanaman kebaikan dengan mengikuti jalan yang justru harus diperbaiki.

Katakanlah penyampaian pesan sopan santun di satu sisi berlawanan dengan pemilihan kata “gua” “elu” (saya dan kamu) dalam konteks kebahasaan. Sebagai perbandingan ada usaha perbaikan *genre* yang dilakukan oleh Dedy Mizwar dkk dalam Kiamat Sudah Dekat (Sinetron Kiamat Sudah Dekat edisi revisi ditayangkan di SCTV Ramadhan 1426H.). Di dalamnya, saat Saprol dan Kipri berdialog, ketika Saprol mengkritik pemilihan kata yang dipakai Kipri, kata “bego” dengan kata “bodoh”, lalu dihaluskan oleh Dedy Mizwar dengan kata “kurang pintar”

<sup>228</sup> Daniel Chandler, *An Introduction to Genre Theory*, <http://www.aber.ac.uk/media/>.

Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

walau nampak agak jenaka, namun sudah menunjukkan ada perhatian pada pendidikan pemilihan kata-kata.

Al-Qur'an juga mengajarkan untuk memilih ungkapan serta penuturan bahasa, seperti kata *ra'īna* (lihatlah kami) di perbaiki oleh al-Qur'an menjadi *unzurnâ* (lihat kami).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَقُولُوا رَاعِنَا وَقُولُوا انظُرْنَا وَاسْمِعُوا وَلِلْكَافِرِينَ عَذَابٌ أَلِيمٌ

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu katakan (kepada Muhammad): "Raa'ina", tetapi katakanlah: "Unzhurna", dan "dengarlah". Dan bagi orang-orang yang kafir siksaan yang pedih" (QS.2:104). Terlihat pada kasus ayat tersebut bagaimana Allah SWT menegur langsung kaum muslimin agar menggunakan kata yang pantas serta disosialisasikan di kalangan mereka. Hal perbaikan penggunaan kata-kata juga dilakukan oleh Rasul SAW seperti penggunaan kata *'im shabâhan* (selamat pagi) diganti dengan kata *shabâhu al-khair* (selamat pagi).

Tradisi penggunaan bahasa yang baik tersebut dilanjutkan oleh para ulama muslim, kisah 'Umar Bin Abdul Aziz yang sering mengkritik para seniman yang menggunakan kata-kata kurang sopan atau kurang pas dan tidak mencerminkan misi yang jelas merupakan bukti pelaksanaan tradisi kritik tersebut.<sup>229</sup>

Informasi di atas menunjukkan bahwa permasalahan *genre* dalam konteks komunikasi massa Islami sudah mendapat perhatian sejak masa awal Islam. Hal tersebut karena akan menunjukkan identitas kelompok, dalam Islam dikenal bahwa apa yang nampak terlihat dan terucap dalam sebuah realitas kehidupan seseorang adalah merupakan cerminan kondisi hatinya, demikian kaidah yang diungkap para ulama, di Indonesia juga dikenal pribahasa "bahasa menunjukkan bangsa." Dengan demikian maka dakwah melalui media massa hendaknya memperhatikan kepekaan pemilihan *genre* agar tidak terjebak pada benturan antara pesan yang ingin disampaikan dengan *content* yang ditampilkan.

<sup>229</sup>Sayyid al-Ahl, *Abdul Aziz Sayyidu al-Ahl, Al-Khalîfah al-Zâhid 'Umar Ibn 'Abd Al-'Aziz*, (Beirut: Daar Ilmi Lil Malaayiin, 1973) Cet. Ke-7. h, 192

Jadi dalam menentukan isi media maka yang pertama harus diyakini bahwa dakwah merupakan *genre* media, selanjutnya mengenai isi apakah itu kisah, berita atau hiburan bisa diselaraskan dengan *genre* tersebut dan telah dibahas di muka.

## Pandangan Terhadap Iklan

Bagi media massa Islam, iklan bukanlah satu-satunya penyuplai dana untuk terselenggaranya suatu media, masih banyak potensi lain yang bisa digali; jihad, shadaqah, zakat serta infaq adalah potensi yang sangat luar biasa dan bisa men-*support* penyelenggaraan media. Namun ada konsekwensi pandangan ini mengharuskan penyelenggara media merupakan lembaga dakwah atau yayasan *non profit* dan tidak berbentuk perusahaan.

Jika penyelenggara perusahaan atau perorangan, maka sensor iklan adalah kekuatan lain yang harus dimiliki institusi tersebut, dan akan lebih baik jika pembuatan *story* iklan dilakukan sendiri oleh tim kreatif media, sehingga sesuai dengan misi dan visinya.

## Pandangan Terhadap Audiens

Dalam hal audiens, seperti telah dibahas pada topik kultur, bahwa mereka sebagian aktif dalam memilih media, serta bisa bernegosiasi terhadap konten media, namun masih banyak juga dari mereka yang pasif, menerima apa saja yang disajikan media. Bahkan menilai apa yang ada di TV itu serba bagus, atau jika sesuatu kejadian atau seseorang dimuat di surat kabar dinilai prestasi, kondisi audiens semacam ini masih harus diperhitungkan oleh pelaku media, sehingga tidak bersandar pada keyakinan bahwa mereka akan mampu bernegosiasi dengan media.

Seperti yang disampaikan Mowlana, bahwa audiens dalam paradigma komunikasi Islam harus dipahami sebagai masyarakat binaan, bukan sebagai konsumen.<sup>230</sup> Pandangan ini tidak berarti mereka pasif tidak bisa memberikan *feedback* terhadap media, justru karena sifatnya

---

<sup>230</sup> Khiabany, "De-Westernizing media theory....," *Media, Culture & Society* 25(3).

Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

sebagai binaan, mereka akan sangat aktif mengkomunikasikan berbagai ide dan pandangannya melalui media sebagai *feedback*.

# MENUJU OPTIMALISASI FUNGSI MESJID

---

Media komunikasi dalam pandangan Islam berdasarkan pada pandangan dunia yang dikembangkan dalam Islam, bahwa hidup dan matinya seseorang dan semua aktivitas kehidupannya diperuntukkan bagi Allah SWT. Dari keterangan-keterangan yang mencerminkan pandangan dunia ini dapat disimpulkan bahwa media komunikasi dalam Islam sangat akomodatif terhadap berbagai media komunikasi sesuai perkembangan zaman, serta menjadi media alternatif yang lebih mendidik dan bertanggungjawab.

Dari sudut fungsi dan peran media massa, bahwa media komunikasi memiliki fungsi bagi agama dan fungsi bagi masyarakat. Bagi agama media komunikasi dipandang sebatas fungsinya sebagai medium yang memfasilitasi sampainya pesan-pesan Islam terhadap pemeluknya. Media berperan dalam pembinaan komunitas ummah, penyerapan ajaran Islam dengan mudah, serta bisa merubah tingkah-laku pemeluknya. Peran lainnya sebagai pemelihara berbagai pemikiran dan pemahaman yang pernah muncul di dunia Islam dari masa ke masa.

Adapun fungsi dan peran bagi masyarakat, media komunikasi bisa berfungsi ritual, fungsi edukasi dan advokasi serta sumber informasi bagi masyarakat. Media berperan juga dalam mengorganisir masyarakat dan memobilisasi mereka. Selain itu ia berperan juga dalam menciptakan iklim kedewasaan dalam berpikir maupun bertindak, karena “klaim kebenaran” oleh satu kelompok muslim bisa diminimalisir.

Isi media dalam Islam harus merupakan penjabaran dari domain komunikasi massa Islam; *dakwah, tabligh, amar ma’ruf nahi mungkar dan akhlak*, yang disajikan dalam berbagai program maupun rubrik media, dengan tetap memelihara komunikasi yang simpatik, jujur, jelas dan ihsan terbebas dari *noise (zaigh)* dengan prinsip kalimat *thayyibah* akan melahirkan hasil yang baik, begitu juga sebaliknya.<sup>231</sup>

---

<sup>231</sup> Taufik, *Etika ....h*,237

## Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

Media massa Islam bisa dilihat dari misi yang diembannya, institusi (*owners*), pandangan terhadap audiens, isi, dan pandangannya terhadap periklanan. Sebuah media massa Islam harus milik umat Islam, bertujuan dakwah (*non profit*) dengan pandangan bahwa audiens adalah masyarakat binaan, serta iklan sebagai penunjang kelangsungan operasional media, bukan sebagai sarana mencari keuntungan.

Secara singkat bila memakai apa yang dikembangkan Lee Thayer “*Who says... (or domemakai es not say)...What...To whom...When...In what manner...Under what circumstance...With what effect.*” *Who*, bisa dijawab dengan komunikasi Ilahiyah, propetik dan otoritatif (ulama) serta komunikasi interpersonal. Dalam konteks media, berarti nara sumber dan *owner*-nya adalah muslim atau lembaga dakwah. *Says... what*; bisa dipahami sebagai isi pesan yang disampaikan berupa ajaran Islam. Sedangkan *gets...What..*bisa dilihat sikap dan perilaku yang diakibatkan oleh komunikasi atau pemaknaan atas pesan yang diterima; di sinilah letak pengertian *perbedaan* itu rahmat untuk konteks komunikasi internal muslim, dan sikap-sikap seperti Abu Jahal (penolakan), ‘Umar Ibn al-Khattab (penerimaan setelah pemahaman), Abû Bakar (penerimaan) serta Abû Sofyân (penerimaan setelah penolakan yang panjang) disebabkan “*gets*” atas makna pesan yang berbeda.

*Why...* bisa dipandang sebagai motivasi, dalam hal ini motivasi *lillahi ta’ala, ishlah, tauhid*, dan *ta’dib*. *To or from whom...*berarti semua yang terlibat dengan kerangka dakwah (komunikasi Islam). *When...* banyak kesempatan yang biasa dilakukan termasuk berbagai isu sosial dan perkembangan budaya dan kemodernan, *In what manner...Under what circumstance...* semuanya dalam kondisi yang memungkinkan dengan prinsip dakwah qur’ani, *Why...* berkenaan dengan motivasi muslim dalam bertindak, *with what channel...* semua media yang ada dan bersifat men-zaman, *and Why...*dengan alasan pemilihan yang jelas, *what effect* efek yang diharapkan adalah *community building* demi tercapainya *wisdom* dalam masyarakat.

Langkah ke depan kaum muslimin harus lebih memperhatikan media komunikasi (media massa) sejalan dengan berbagai kemajuan dan bermunculannya media komunikasi. Pemanfaatan media tersebut harus diorganisir oleh lembaga-lembaga dakwah Islam, dibuat semudah dan semurah mungkin untuk akses terhadapnya. Lembaga seperti mesjid mislanya dapat berperan dalam produksi media masa Islam, manajemen mesjid yang secara



## Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

tradisional sebagai media dakwah Islam –seperti yang disebut Hamid Mowlana—dari situlah Islam menyebar dan disitulah pendidikan Islam di mulai, pada era global ini harus dikembangkan pada penggunaan teknologi; sehingga nantinya setiap mesjid tidak saja menunggu jamaahnya untuk menghadiri pengajaran islam, tapi juga mengunjungi jamaahnya melalui pesawat radio, tv atau penebitan buletin dan liannya. Apa yang dilakukan oleh manajemen mesjid al-Haram dan mesjid al-Nabawi dari Saudi Arabia bisa dijadikan master piece pengembangan fungsi dan peran mesjid sebagai media komunikasi Islam. Kedua mesjid tersebut menyiarkan secara langsung aktivitas mesjid melalui TV dan Radio, al-sunah tv dan qur'an tv mislanya.

## Bermula dari Khutbah Jum'at

Mesjid dalam konteks ini harus mengoptimalkan khutbah jum'at, jangan dipandang hanya sebatas aktifitas rutin peribadahan tanpa adanya nilai tambah pendidikan masyarakat. Khutbah seharusnya dipandang sebagai komunikasi pembinaan, islah, dan ta'limiyah. Karena pengertian khutbah secara bahasa berarti penyampaian sesuatu dengan lisan kepada khalayak banyak, dalam bahasa Indonesia disebut *pidato* atau penyajian *lisan*. Dalam bahasa Arab kontemporer khutbah diartikan sebagai komunikasi public atau komunikasi yang disampaikan kepada khalayak banyak. Sampai di sini dapat difahami bahwa khutbah pada dasarnya adalah pidato atau penyajian lisan. Jika dilihat dari konteks ini materi penyajian, khutbah tergolong komunikasi keagamaan. Jika dilihat dari waktu dan tempatnya, ada banyak macam khutbah dalam kehidupan kita sehari-hari: khutbah Jum'at, Idul Adha, Idul Fitri, Istisqa, Gerhana matahari maupun gerhana bulan. Khutbah nikah, khutbah Arafah, dan lain-lain sesuai dengan budaya di berbagai daerah.

Jika dihubungkan dengan Jum'at, maka *khutbah Jum'at berarti penyajian lisan (pidato) yang diatur oleh Islam dan masuk dalam amaliyah Ibadah shalat khusus pada waktu dzuhur hari Jum'at.*

Jika dilihat dari sudut fiqhiyah (tata cara peribadatan) maka khutbah Jum'at merupakan salah satu syarat sholat Jum'at. Dalam hal ini khutbah memiliki rukun yang disebut rukun khutbah antara lain: 1, berdiri, 2 duduk anantara dua khutbah. Rukun khutbah

Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

pertama: 1, hamdalah. 2, shalawat atas nabi. 3, wasiat taqwa kepada Allah SWT. 4, membaca ayat al-Qur'an. Dan pada khutbah kedua keempat rukun tadi di tambah berdo'a. dan disunahkan menurut al-Ghazali, membaca salam setelah adzan, berdiri menghadap jamaah, tidak larak lirik, tidak memakai bahasa yang asing (sehingga tidak komuniatif), tidak bertele-tele, tidak bernyanyi, khutbah harus singkat, mengena dan menyeluruh.<sup>232</sup>

Mengapa khutbah Jum'at dinilai sama dengan dua raka'at? Jawaban karena sebagai media pembinaan, pendidikan orang dewasa, wujud perhatian terhadap pendidikan keluarga dengan mendidik para kepala keluarga seminggu sekali. Sebagaimana diketahui bahwa kekuatan pembicaraan untuk bisa diingat dan berkesan itu satu minggu. Artinya bahwa minimal seminggu sekali seseorang harus diingatkan dan dibina, dan khutbah Jum'atlah jawaban atas kebutuhan tersebut, karenanya akan lebih baik jika materi khutbah disusun kurikulumnya selama 1 tahun.<sup>233</sup>

Namun sementara ini masih banyak ditemukan –terutama di desa-desa--khutbah yang terlalu berorientasi pada rukun (sah tidak sah) hingga kurang melihat “peran” dan “fungsi” khutbah. Seperti kurang komunkatif dengan hadirin, tradisi ngantuk saat khatib bicara, karena khutbah yang terlalu dipandang sakral, akhirnya ada upaya pengisian waktu sebelum jum'at dengan kultum; seringkali kultum & khutbah menjadi “arena” yang kurang menguntungkan.

Bagaimana sebaiknya penyampaian khutbah? Inilah hadits yang diriwayatkan Muslim menyifati khutbah Nabi SAW:

عن جابر ابن عبد الله : أن النبي كان إذا خطب احمرت عيناه, وعلا صوته, واشتد غضبه, حتى كأنه منذر

جيش.....رواه مسلم

<sup>232</sup> Abu Hamid, Muhammad Ibn Muhammad al-Ghazali, *Ihyâ 'Ulûmuddîn*, (Syirkah al-Nur Asia, tanpa tahun) Juz 1, h, 180

<sup>233</sup> Taufik, M Tata."Khutbah Jum'at Sebagai Sarana Pembinaan Ummat." *Pelatihan Khatib*. Tasikmalaya: DKM Nurul Ulum Kampus IAILM, 2007.

Jabir ra meriwayatkan bahwa Nabi SAW ketika berkhotbah matanya memerah dan ameninggikan suaranya, jika marah nampak kemarahannya hingga bagaikan panglima perang yang sedang memberi komando pasukannya... (HR Muslim).

## Pusat Penyebaran Dakwah Bermedia

Dalam era global ini sekat-sekat regional relatif pudar dengan alat Bantu teknologi komunikasi. Semuanya merupakan tantangan bagi dakwah Islamiyah jika aktivitas dakwah tidak mengambil bagian dalam proses tersebut. Hanya ada satu pertanyaan dipertanyakan atau menjadi pemain?

Untuk menjadi pemain dalam tentu saja harus mengenal berbagai media yang tersedia dewasa ini mulai yang baru sampai yang konvensional. Beberapa media yang bisa diinventarisir dan sangat potensial untuk media dakwah adalah:

- 1- Radio adalah media elektronik yang paling dini dan sudah dipakai sejak lama dan sudah dikenal masyarakat. Media ini memiliki kelebihan :
  - 1) Daya pancar yang luas hingga bisa mengunjungi pemirsa yang jauh bahkan sampai ke kamar-kamar mereka.
  - 2) Berifat mobil dan mudah dibawa kemana-mana di mobil di ladang atau di hutan sekalipun.
  - 3) Tidak menuntut perhatian yang besar bagi pendengar, karena dia akan senantiasa bunyi tanpa harus dilihat, dan pesan akan tetap mengalir begitu saja. Sehingga bisa menemani pendengarnya tanpa harus berhenti dari pekerjaannya, menyetir mobil, memasak, dll.
  - 4) Mudah dimiliki, harga terjangkau, biaya produksi murah.
  - 5) Tidak akan ditinggalkan orang karena sifatnya yang bisa menjadi sahabat dalam berbagai kegiatan.

Melihat kelebihan ini nampaknya radio patut mendapat perhatian untuk dijadikan media dakwah, berbagai format dakwah bisa digarap dengan pesan-pesan yang menarik dan edukatif.

## Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

Di Indonesia al-hamulillah telah banyak radio yang formatnya sarat dengan muatan dakwah, dengan berbagai ragam corak dan gayanya.

- 2- TV sebagai media dakwah sangatlah efektif dengan kelebihanannya sebagai media audio visual, selain bersuara juga dapat dilihat, penggunaan TV sebagai media tentu saja bisa dilakukan dengan membuat program-program tayangan yang bermuatan pesan dakwah, baik berupa drama, ceramah, film-film atau kata-kata hikmah sebagaimana telah banyak ditayangkan berbagai station TV.
- 3- Tape Recorder, CD dan VCD semuanya merupakan alat-alat perekam yang bisa dipakai untuk menggandakan berbagai produk dakwah, dan ini juga sudah mulai banyak dipakai sebagai media dakwah dan pengajaran agama.
- 4- Dakwah via Animasi, masalah lain yang perlu digarap dakwah Islamiyah adalah membuat film-film kartoon yang islami, dengan memperkenalkan budaya dan ajaran Islam, serta cerita-cerita kepahlawanan, hal ini bisa dilakukan dengan membuat film-film animasi yang bisa dilakukan oleh para animator muslim. Sehingga anak-anak muslim tidak kehilangan sejarah dan identitasnya.
- 5- Media Cetak: Surat Kabar, Majalah, Buletin, Jurnal, Buku, Tabloid, semuanya dapat dijadikan media dakwah, rubrikasi pada surat kabar dengan menyediakan rubrik khusus dakwah dapat dilakukan, seperti yang tersedia dalam Surat Kabar Pikiran Rakyat, Republika dll. Pada prinsipnya semua rubrik bisa dijadikan media dakwah dengan menyisipkan pesan dakwah dalam setiap artikel baik berita opini, cerpen, fiture, yang sangat berperan dalam hal ini adalah penulisnya, serta misi media. Demikian juga halnya dengan majalah, kolom yang disediakan majalah bisa dijadikan wahana dakwah. Penerbitan buku-buku yang berisikan sosialisasi penerangan ajaran Islam, pemahaman serta peran agama dalam kehidupan juga merupakan sarana dakwah yang paling efektif, Buletin dan Jurnal dapat juga dipilih sebagai media dakwah. Semua ini akan lebih baik jika lembaga dakwah justru yang memiliki berbagai penerbitan tersebut, artinya bukan sekedar pengisi atau pemanfaat sarana yang ada disediakan oleh surat kabar atau majalah umum. Karena akan terbentur dengan keputusan redaksi serta misi media, siapa dibalik sebuah media, siapa yang membiayai sangatlah menentukan apakah dakwah bisa berjalan atau tidak.
- 6- Dakwah via Internet: Internet merupakan barang baru yang secara langsung berperan dalam menciptakan dunia yang mengelobal. Media ini dapat menghubungkan antar e-book [mtatataufik.com](http://mtatataufik.com) boleh mengutip asal disebutkan sumbernya

## Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

individu penduduk dunia tanpa mengenal batas. Me dia ini akan sangat baik juga digunakan sebagai sarana dakwah, dan sekaligus merupakan ciri utama dakwah era global. Berbagai kemungkinan bisa dibuta untuk dakwah menggunakan media ini anantara lain:

- 1) Mailing List: Membuat mail langganan bagi siapa saja yang hendak mendapatkan brosur atau artikel-artikel dakwah. Langkahnya dnegan menghimpun artikel dakwah serta mendistribusikannya via e-mail yang akan didistribusikan kepada seluruh pelanggan. Para cendikiawan dan aktivis dakwah internasional sudah banyak menggunakan media ini. Sehingga setiap minggu kita bisa saja mendapat kiriman e-mail yang berupa pesan-pesan dakwah.
- 2) Membuat layanan website dengan memberikan informasi dan ilmu-ilmu keagamaan di Indonesia akhir-akhir ini sudah mulai bermunculan situs-situs dakwah yang dilakukan oleh para da'i dunia maya. Demikian juga negara-negara llam lain telah banyak mepelopori situs dakwah. Layanana yang bisa diberikan oleh website selain mailing list adalah:
  - 1- E-book, penyediaan buku elektronik yang bisa dibaca, dikofy atau diprint.
  - 2- Layanan tanya jawab masalah-masalah agama dan berbagai persoalan kehidupan dengan pendekatan agama.
  - 3- Chatting Room, menyediakan layanan untuk mengobrol via internet yang berhubungan dengan masalah agama atau chatting periodik dengan menghadirkan tokoh-tokoh tertentu.
  - 4- Forum Diskusi, membuat forum diskusi jarak jauh dimana seseorang bisa mengajukan suatu permasalahan yang ditanggapi oleh anggota lainnya.
  - 5- Menyediakan direktori artikel yang bisa diakses oleh yang membutuhkannya.
  - 6- Menyediakan layanan khutbah jum'at manca negara berupa audio file maupun teks file.seperti yang dilakukan oleh IANAradionet.com.
  - 7- Memberikan leyanan informasi adress website dakwah lainnya, lembaga-lembaga dakwah dan lembaga pendidikan Islam seprti maktabah syamilah, saaid.net serta al-emaan.com dan lain-lain yang memberikan layanan perpustakaan kitab-kitab islam serta bisa diunduh secara gratis.
  - 8- Penerbitan Jurnal dan majalah dan buletin.

- 9- Pemanfaatan jejaring sosial untuk diskusi dan berdakwah, Kisah Ahung Sang Muallaf adalah contoh buku karya Kanda Irfan yang mencoba membuat catatan-catatan jenaka sarat dengan dialog dakwah yang dimual di facebook, kemudian dibukukan dengan berbagai komentar dari setiap catatan tersebut.<sup>234</sup>

Semua peluang tersebut merupakan pekerjaan rumah aktivitas dakwah Islamiyah yang harus disemarakkan untuk menghadapi tantangan dan serangan peradaban global. Beragai gairah dan semangat untuk menyemarakkan segala jenis media elektronik untuk berdakwah adalah upaya untuk menjawab berbagai ketertinggalan kita di bidang informasi sebagaimana yang disarankan Ziauddin Sardar, bahwa ummat ini harus menguasai informasi. Karenya lembaga-lembaga dakwah hendaknya mulai mengarahkan bidikannya—tanpa harus meninggalkan program yang sudah ada—kepada media-media yang tersedia sebagai pelaku dan penyelenggara --bukan seperti yang sudah berlaku hanya sebatas pengisi acara sebagai pelengkap kepentingan pasar.

Dapat dibayangkan jika semua mesjid dan lembaga-lembaga Islam memiliki pasilitas dakwah dengan media-media seperti diungkap di atas, akan tercipta berbagai pilihan yang bisa diakses oleh masyarakat sebagai sasaran dakwah.

Selain membuat media sendiri, memperbanyak *content* media umum dengan *content* Islami juga harus tetap dilakukan sebagai lahan dakwah/komunikasi Islam. Kajian komunikasi Islam harus senantiasa dikembangkan, karena masih banyak yang harus digali lagi dari kedua sumber Islam; Al-Qur'an dan Al-Hadits dengan pendekatan ilmu-ilmu sosial dalam hal ini ilmu komunikasi. Seperti pembahasan tentang *qawlan tsaqilan* misalnya bisa dikaji secara mendalam demikian juga konteks-konteks komunikasi lainnya yang dihubungkan dengan *balaghâh* yang merupakan kajian linguistik Arab. Selain penelitian berikutnya juga bisa membahas masalah-masalah pers dan jurnalistik di dunia Islam, terutama menyangkut *power* dan kontrol bila dilihat dari komunikasi Islam. Kajian lain bisa dihubungkan dengan *fashion*, bagaimana komunikasi Islam melihat model pakaian, termasuk di dalamnya berbagai "pesan" yang dikomunikasikan (*fashion as communication*). Semoga apa yang penulis lakukan ini bisa bermanfaat dan dapat membangkitkan minat

---

<sup>234</sup> Irfan, Kanda. *Kisah Ahung Sang Muallaf*. Jakarta: Pustaka Emkas, 2013.

## Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

kajian komunikasi Islam. Mengingat perkembangan teknologi di bidang komunikasi ini sangat cepat serta menuntut berbagai pemikiran dan respon atas kemajuan-kemajuan tersebut.

# Citizen Journalism Sebagai Media Dakwah

---

Perubahan merupakan lingkaran kejadian (Soekanto 1982,p.308) yang menurut technological determinism (W.F. Ogburn (1886 –1959) bahwa sumber perubahan terbesar dalam perubahan masyarakat modern adalah budaya material, yang kemudian menekan perubahan bagian budaya yang lain seperti organisasi sosial dan adat kebiasaan, namun bagian-bagian tersebut tidak berubah secara cepat, tapi secara perlahan mengikuti perubahan budaya material (Ogburn 1922 p.196).<sup>235</sup>

Sejak maraknya penggunaan telepon seluler sekitar tahun 2000an yang tidak lagi menjadi barang mewah dan dimiliki kalangan tertentu, dan perkembangan telepon mobil (telepon genggam) generasi ke 2 (2G) antara tahun 1990-2001, mulai memperkenalkan layanan SMS sejak 1992, selanjutnya perkembangan generasi ke 3 (3G) mulai tahun 2001-2009) yang memiliki ciri koneksi cepat dan komunikasi data sehingga memungkinkan koneksi dan akses internet, dan video call, ditambah dengan fitur-fitur dari berbagai merek perangkat telepon tersebut, terlihat mulai muncul gejala-gejala perilaku “aneh” jika dibanding dengan perilaku tradisional.

Demikian juga halnya dengan mulai maraknya penggunaan internet sejak tahun 1997an semakin menambah perubahan perilaku masyarakat modern. Suatu penelitian di London School of Economic tahun 1999 bahwa TV CD-Roms, Computer dan Internet telah membuat gaya hidup baru; *living together separately*. Dua dari tiga anak dewasa ini memiliki TV sendiri di kamarnya. Dengan kata lain perilaku yang populer sekarang adalah *we are a lone together*.

Hal ini juga berlaku pada kegiatan memproduksi berita maupun gambar serta video, dengan adanya teknologi komunikasi yang begitu cepat memberi peluang bagi

---

<sup>235</sup> Taufik, M Tata. *mtatataufik.com*. Noveber 7, 2013. <http://mtatataufik.com/wp/?p=1016> (accessed November 7, 2013).



setiap orang untuk melakukan kegiatan penyebaran informasi yang dipasilitasi oleh media digital tersebut. Memproduksi berita dan informasi serta menyiarkannya kepada khalayak luas yang tadinya otoritas lembaga-lembaga penyiaran atau penerbitan, kini berubah menjadi otoritas siapa saja yang memiliki kesempatan dan semangat untuk itu. Maulai dari pemula yang berkecimpung di dunia penyebaran informasi sampai para professional ikut terlibat dalam meramaikan penyiaran dan penyebaran informasi.

## Citizen Journalism

Dimuka telah dibahas mengenai penggunaan website sebagai media dakwah, sejalan dengan perkembangan kemudian penggunaan website tersebut menjadi banyak macamnya, seperti adanya lembaga-lembaga resmi yang memiliki website seperti koran online, majalah online, tv dan radio dengan live streaming juga memiliki website sebagai respon atas penggunaan website yang demikian massif dan penunjang bagi penyebaran informasi lembaga tersebut. Dengan merambah pada penggunaan website berbagai media konvensional tersebut bisa tetap mengunjungi audiennya. Selain lembaga-lembaga resmi para ahli dan masyarakat secara individual juga ikut meramaikan penggunaan website, serta penggunaan media digital lainnya seperti telepon cellular yang memungkinkan dirinya memproduksi siaran dan menyebarkannya kepada khalayak melalui SMS atau pemanfaatan jejaring sosial seperti facebook, twitter, dan aplikasi penyedia messenger seperti Yahoo Messenger, BB Messenger, WhatsApp dan lainnya.

Kenyataan ini menuntut adanya batasan tersendiri bagi penggunaan media oleh orang per orang tersebut dalam rangka menyebarkan informasi kepada khalayak luas. Hal ini untuk membedakan antara informasi resmi yang dipertanggungjawabkan oleh institusi media dan informasi yang diberikan oleh setiap warga melalui media digital dan internet. Berangkat dari sini muncullah istilah citizen journalism.

Sebenarnya kegiatan jurnalisme yang dilakukan oleh masyarakat, biasanya kelompok tertentu untuk menyiarkan idealism dan misinya bukan hal yang baru, sejak masa colonial para pejuang menggunakan radio dan pamphlet sebagai media yang

menyokong perjuangan mereka, biasanya dengan siaran yang mampu mebakar semangat perjuangan dengan station pemancar yang berpindah-pindah dari satu wilayah ke wilayah lain untuk menghindari pengungkapan dari pihak berwenang. Kegiatannya sebagai pemberian informasi tandingan dari informasi yang disiarkan secara legal yang biasanya dimiliki oleh pemerintah. Cerita dari revolusi Iran serta perjuangan para activist juga mencerminkan adanya penggunaan radio sebagai jurnalisme warga dalam istilah sekarang.<sup>236</sup>

*Citizen journalism* atau dikenal juga dengan sebutan *public, participatory, democratic*, atau *street journalism*.<sup>237</sup> Yaitu suatu istilah jurnalistik baru yang dibangun atas dasar aktifitas warga yang berperan dalam menghimpun, melaporkan dan menganalisis berita dan informasi. Courtney C. Radsch mendefinisikan citizen journalism sebagai salah satu bentuk alternative dalam pengumpulan dan pelaporan berita oleh para aktifis diluar *mainstream* dari institusi media, kadang berupa kebebasan ekspresi atas kegagalan jurnalistik profesional. Menggunakan praktik jurnalistik namun dimotivasi oleh tujuan dan idelaisme yang berbeda lebih bersandar pada sumber legitimasi alternatif dari pada sumber tradisional atau *mainstream* jurnalisme.

Jay Rosen mengajukan definisi yang singkat “ketika belakangan ini masyarakat sebagai audience mulai menggunakan peralatan pers maka mereka menggunakan miliknya untuk menginformasikan sesuatu kepada orang lain.”<sup>238</sup>

Dalam Oxford Advanced Learner’s Dictionary disebutkan citizen journalism reports and pictures of events recorded by ordinary people and shown on the internet. Artinya reportase atau gambar dari suatu kejadian yang direkam oleh masyarakat biasa (bukan jurnalis profesional) yang dipublikasikan di internet.

---

<sup>236</sup> Taufik, M Tata. *Etika Komunikasi Islam*. Bandung: Pustaka Setia, 2012.h, 57-75

<sup>237</sup> "Citizen\_journalism." *en.wikipedia.org*. [http://en.wikipedia.org/wiki/Citizen\\_journalism](http://en.wikipedia.org/wiki/Citizen_journalism) (accessed November 6, 2013).

<sup>238</sup> "Citizen\_journalism." *en.wikipedia.org*. [http://en.wikipedia.org/wiki/Citizen\\_journalism](http://en.wikipedia.org/wiki/Citizen_journalism) (accessed November 6, 2013).

Intinya ketika seseorang melakukan kegiatan jurnalistik seperti menyiarkan gambar, tulisan dan opininya, maka kegiatan itu disebut citizen jrnalisme. Dengan adanya teknologi seperti telepon cellular, jejaring sosial dan website yang menyediakan layanan sharing informasi, maka warga bisa memberikan laporan dan pemberitaan kepada khalayak lebih cepat dari institusi media.

Walaupun setiap orang bisa menjadi produsen berita atau tulisan namun peraturannya tetap harus mengindahkan ketentuan hukum yang berlaku, di Indonesia belum ada ketentuan khusus tentang jurnalisme warga atau citizen journalism akan tetapi ketentuan yang tertmaktub dalam UU Pers tetap harus diperhatikan, sehingga pelaku jurnalisme warga bisa terhindar dari tuntutan. Bisanya institusi yang menyediakan lahan untuk memebrikan konten pada pengguhnannya memberikan aturan atau ketentuan yang disarikian dari kaidah dan ketentuan yang berlaku di Negara yang bersangkutan, seperti larangan pornography, plagiasi, mencemarkan nama baik dain lainnya.

Dalam konteks dakwah kegiatan jurnalisme warga ini bisa jadi pilihan untuk menyebarkan informasi dakwah, penggunaan facebook dan twitter misalnya sudah mulai dimanfaatkan untuk kepentingan dakwah. Berbagai group dibuat oleh para pengguna untuk membahas dan mendiskusikan berbagai permasalahan dan informasi yang sesuai dengan minat anggota group masing-masing. Selain penggunaan jejaring sosial, para aktifis jurnalisme warga juga menggunakan blog gratisan untuk menyiarkan opini dan karya mereka. Melalui media tersebut mereka bisa berbagi presentasi yang pernah disajikan, berbagi karya tulis dan informasi lainnya.

## **Berdakwah Dengan Citizen Journalism**

Pemanfaatan media seperti ini perlu terus dikembangkan mengingat bahwa komunitas lain (non dakwah) banyak menggunakan media tersebut, maka perlu ada gerakan penyeimbang informasi positif bagi khalayak. Informasi positif tersebut hanya bisa diproduksi oleh mereka yang berpikiran positif dan memiliki i'tikad baik. Inilah salah satu lahan dakwah yang harus diupayakan di era digital ini.

Yang harus disadarai adalah bahwa segala sesuatu yang kita lakukan adalah komunikasi. Karena manusia memiliki berbagai pesan ingin dia komunikasikan kepada orang lain baik pesan verbal maupun non verbal, baik sengaja maupun tidak sengaja. Kalau diibaratkan gunung es, maka apa yang diucapkan manusia hanyalah puncaknya sekitar 7-24% dari pesan yang dimilikinya tergantung situasi.<sup>239</sup> Mulai dari pemilihan pakaian, kendaraan, gaya rambut, gerak tubuh dan gaya bicara pada hakekatnya merupakan tindakan mengomunikasikan perasaan kepada orang lain. Pepatah Arab mengatakan “tingkah-laku seseorang mencerminkan apa yang terpendam dalam dirinya” pepqatah melayu berbunyi “bahasa menunjukkan bangsa.”

Maka bagi para juru dakwah berarti semua kegiatan dan tindak-tanduknya adalah dalam rangka mengomunikasikan pesan dakwah. Dalam konteks penggunaan media internet baik berupa website, weblog, jejaring sosial, chat room dan lainnya hendaknya diniatkan untuk berdakwah, maka konten yang berupa tulisan atau gambar ataupun penulisan status harus memiliki nilai dakwah, berisikan arahan, pembinaan, dan pengajaran hal-hal yang baik kepada khalayak.

Beberapa ulama kontemporer sudah banyak yang menggunakan twitter untuk menyebarkan pesan-pesan dakwahnya antara lain `Aa'id Abdullah al-Qarnee, Shalih Al-Munajjid, Yusuf Mansur, AAgym, Hidayat Nur Wahid, Yusril Ihza Mahendra, Komaruddin Hidayat, Din Syamsuddin, Gus Mus dan banyak lagi yang lainnya. Adapun tokoh-tokoh internasional mayoritas menggunakan twitter untuk sosialisasi diri dan gagasannya. Artinya bahwa penggunaan media tersebut jangan dianggap tabu dan kemudian mengurung diri tidak terlibat dalam hiruk-pikuk media massa.

### Pemanfaatan Akun Twitter Para Tokoh



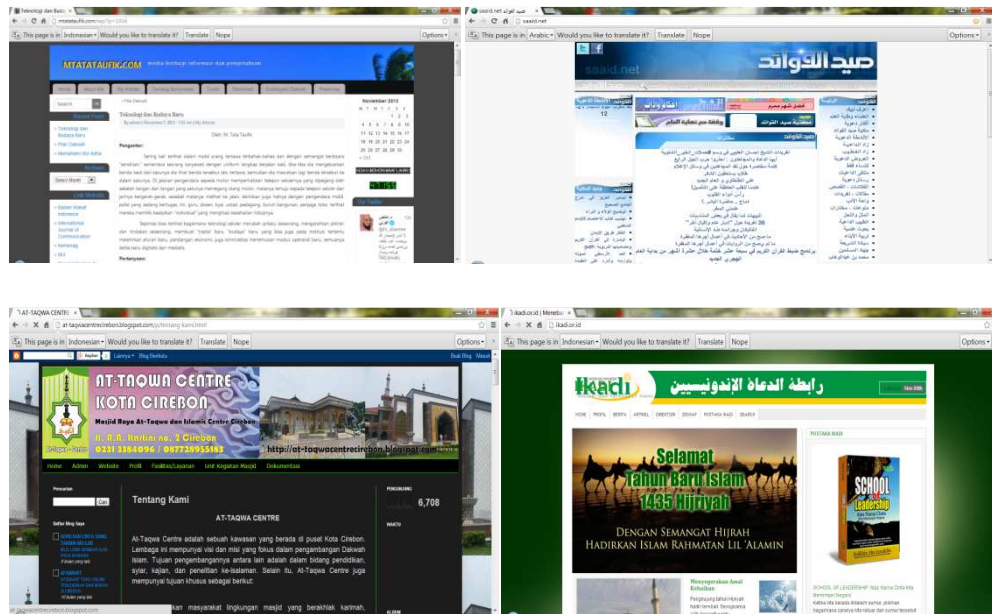
<sup>239</sup> Cole, Kris. *Crystal Clear Communication*. Translated by Sindhy Diah Savira. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 1997.h,5

Ada banyak keuntungan yang bisa didapat dalam dakwah dengan menggunakan pola *journalisme* warga, anantara lain:

1. Penggunaan jejaring sosial, biaya murah, hanya perlu akses internet. Bisa menjaga silaturahmi antara juru dakwah maupun individu dengan ummat dan jamaahnya. Memberikan kemudahan untuk bertanya dan berbagi informasi. Berarti juga bahwa para ulama/da'i/sesama masyarakat saling mengunjungi satu sama lain. Bisa cepat menanggapi berbagai permasalahan atau isu yang perlu diluruskan.
2. Penggunaan website, melalui penggunaan website ini yang paling utama adalah memberikan kemudahan bagi para peminat ilmu tertentu atau topik bahasan tertentu dalam mengakses informasi yang dibutuhkan. Memicu semangat untuk terus berdakwah dengan tidak melulu menunggu kegiatan seperti *tabligh* akbar atau seminar dan pengajaran melalui tatap muka lainnya. Bisa berbagi buku atau artikel yang dibutuhkan khalayak dengan membagikan link alamat perpustakaan dan situs lainnya. Dapat cepat menganalisis isu-isu kontemporer yang perlu tanggapan serius untuk diikuti atau dihindari oleh khalayak. Bisa membentuk komunitas dengan minat yang sama.

Beberapa saran bagi pengguna media ini untuk berdakwah hendaknya menggunakan nama asli bukan samaran, hal ini selain membantu bagi pengguna internet atau jejaring sosial dalam menjalin silaturahmi di dunia maya juga menunjukkan niatan baik dalam penggunaannya. Hati-hati terhadap pembajakan akun yang bisa saja disalahgunakan oleh yang tidak bertanggungjawab, bagusnya diproteksi dengan pengaman yang ditawarkan oleh provider. Baiknya memiliki waktu tertentu untuk mengakses internet serta jejaring sosial, dalam arti tidak mengaksesnya saat berhadapan dengan orang lain atau sedang berkumpul bersama kolega atau keluarga, terlebih dengan orang tua. Supaya sisi negatif media “menjauhkan yang dekat dan mendekatkan yang jauh” tidak terjadi dalam pengertian negatif.

### Contoh Website Pribadi dan Perpustakaan Online dan Blog Mesjid



# Literasi Media

---

Dalam pembahasan media tidak kalah pentingnya adalah masalah literasi media, atau melek media, berpangku tangan dengan menyaksikan atau mengeluhkan saja pengaruh buruk media tidak akan membuahkan hasil sesuai yang diharapkan. Yang diperlukan adalah adanya gerakan untuk melakukan pendidikan kepada masyarakat biasa disebut khalayak media agar mereka memahami bagaimana cara memperlakukan media, cara membaca dan menafsirkan pesan media serta bagaimana menyikapi media.

Istilah literasi (*literacy*) pada awalnya hanya tertuju pada huruf sehingga diterjemahkan keaksaraan ini sesuai dengan makna harfiah bahwa literasi adalah kemampuan baca tulis demikian Yosol Iriantara mengawali tulisannya tentang literasi media.<sup>240</sup> Namun sejalan dengan perkembangan teknologi literasi berkembang tidak saja sebatas kemampuan baca tulis, tapi lebih dari itu kemampuan membaca pesan baik yang disampaikan dengan huruf dan angka maupun disampaikan dengan gambar dan gambar bergerak, bisa juga dengan pendengaran. Jadi kemampuan membaca radio, membaca televisi bahkan membaca di balik tulisan yang tak terbaca juga diperlukan kemampuan, istilah Amin Rais membaca berita yang tak terbaca. Inilah yang disebut melek media atau literasi media.

Ada beberapa literasi baru yang dikembangkan dewasa ini sebagai respon atas perkembangan teknologi dan pola hidup di masyarakat antara lain, literasi teknologi yaitu kemampuan untuk memanfaatkan media baru seperti internet untuk mengakses dan mengomunikasikan informasi secara efektif. Literasi informasi yaitu kemampuan untuk mengumpulkan, mengorganisasikan, menyaring dan mengevaluasi informasi dan untuk membentuk opini yang kokoh berdasarkan kemampuan tersebut.<sup>241</sup>

Menurut Yosol yang dikasud literasi media adalah upaya pembelajaran bagi khalayak media sehingga menjadi khalayak yang berdaya hidup di tengah dunia yang

---

<sup>240</sup> Iriantara, Yosol. *Literasi Media*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2009, h,3

<sup>241</sup> Yosol. *Literasi*...h,10

disebut sesak-media (*media-saturated*). Pembelajaran bagi khalayak media tersebut dinamai dengan istilah yang berbeda-beda. Ada yang menyebutnya *media education*, *paedagogy of media literacy*, *media studies*, dan *literacy media*.<sup>242</sup>

Melelalui pendidikan media ini diharapkan akan tercipta khalayak yang bisa memilih media termasuk konten apa yang perlu mereka ketahui dan dapat berdampak positif dalam kehidupannya. Kemampuan memilih yang dimiliki khalayak tersebut merupakan indikator literasi, jadi ada perubahan status khalayak dari “mengonsumsi media” menjadi memilih dan menggunakan media. Dalam posisi itu masyarakat menjadi sangat demokratis dalam menentukan pilihannya, karena bukan lagi sebagai botol kosong yang siap diisi tapi menjadi pencari isi (informasi).

Dalam hal ini khalayak media adalah mereka yang aktif. Aktif dalam membaca serta mengkritisi apa yang dibacanya, dan ketika menonton tv show juga aktif dalam menilai dan mengamati serta mengontruksi pesan yang diterima, dalam arti tidak mengambil saja apa yang dibaca, dilihat dan didengar dari media tanpa ada penawaran.

Sebenarnya ada proses negosiasi ketika pesawat tv atau bahkan radio sekarang ini dilengkapi dengan remote control. Fasilitas tersebut digunakan sebagai alat tawar bagi penonton atau pendengar untuk dengan mudah mengganti channel ketika informasi yang disajikan dinilai kurang bermanfaat bagi dirinya. Demikian juga halnya dengan media cetak ataupun internet, seorang pengguna yang aktif akan memilih informasi apa yang harus mereka akses atau baca dan informasi apa yang diabaikan.

Upaya perlindungan khalayak media dari sisi buruknya sebenarnya telah diberi isyarat dalam berbagai tayangan tv misalkan. Label seperti SU, Remaja, Dewasa dan BO. SU yang berarti show tersebut bisa ditonton semua umur, remaja berarti tontonan remaja, BO perlu bimbingan orang tua dalam menonton serta dewasa berarti tayangan untuk dewasa.

Dalam konteks dakwah simbol-simbol seperti di atas serta arahan untuk menjadi *active viewer* (penonton yang aktif) harus dikomunikasikan kepada khalayak, karena tidak seluruh masyarakat memahaminya, dengan demikian diharapkan masyarakat

---

<sup>242</sup> Yosaf. *Literasi*...h,13



menjadi dewasa dalam menyikapi media. Hal tersebut bisa dihubungkan dengan konsep *tabayun* dalam ajaran Islam yang mengajarkan agar selektif dalam menerima berita atau informasi. Selain bisa juga dikemukakan konsep *yastamaiuna al-qaula wa yattabiuna ahsanahu* yang berarti ajaran untuk mengikuti perkataan yang terbaik dari keseluruhan perkataan yang didengar, serta konsep *'ani al-lagwi mu'riduun* artinya menghindari hal-hal yang tidak bermanfaat, ciri kebaikan kualitas keislaman seseorang adalah yang mampu meninggalkan apa-apa yang tidak berguna baginya.

## Bibliography

---

‘Âsyûr, Ahmad Muhammad. *Khutabu ‘Amîri al-Mu‘minîn ‘Umar Ibn al-Khathâb wa Washâyâhu*. Dâru al-‘I’tishâm.

Abu Zaid, Nashr Hamid. *Teks Otoritas Kebenaran*. I. Dialihbahasakan oleh Sunarwoto Dema. Yogyakarta: LKIS, 2003.

al-Ahl, Abdul Aziz Sayyidu. *Al-Khalîfah al-Zâhid ‘Umar Ibn ‘Abd Al-‘Aziz*. 7. Beirut: Daar Ilmi Lil Malâÿîn, 1973.

Al-Bayânûniyy, Muhammad Abû al-Fath. *Al-Madkhal ilâ ‘Ilmi al-Da‘wah*. Beirut: Muasasatu al-Risâlah, 1995.

Al-Hilaly, Abd Hamid. *Fiqhu al-Da‘wah fi Inkari al-Munkar*. Kuwait: Daar Da‘wah.

al-Jâyûsiyy, Ibrahîm. *Târîkhu al-Da‘wah*. Cet. 1. Cairo: Dâru al-‘Ilmi wa al-Tsaqâfah, 1999.

al-Qarnee, ‘Aa'id Abdullah. *Five Premises, Five Means and Five Results of the Islamic Propagation*. 2006. <http://www.islaam.com> (diakses Oktober 28, 2006).

al-Qothoniy, Sad ‘Ali Ibn Muhammad. *Fiqhu al-Da‘wah fi Shahîh al-Imam al-Buhkariy*. Maktaba Syamela.

al-Qurthubiy, ‘Abî ‘Abdillah. *Al Jâmi’ li ‘Ahkâmi al-Qur’ân*. Vol. X.

al-Waai’y, Taufiq Yusuf. *Al-da‘wah i’la Allah al-Risâlah –al-Wâsîlah—al-Hadap*. Kuwait: Dâru Yaqîn.

al-Zamakhsyary, Abu al-Qâsim Mahmûd Ibn ‘Umar. "Al-Kasyâf." *Al-Eman.com*. [www.al-eman.com](http://www.al-eman.com).

AM, Adhy Trisnanto. "Berpikir Global, Bertindak Lokal." *Suara Merdeka*, Jum'at 1 April 2005.

Amin, Ahmad. *Dluha al-Islâm*. Cet. 7. Cairo: Maktabah al-Nahdlah al-Mishriyah, 1933.

—. *Fajru al-Islâm*. Cet. 11. Syirkatu al-Thabâ’ah al-Fanniyah al-Muttahidah, 1985.

Amirudin "Media dalam Pendidikan Budi Pekerti" *Suara Merdeka*, Sabtu, 02 Oktober 2004.  
"Media dalam Pendidikan Budi Pekerti." *Suara Merdeka*, 2 Oktober 2004.

Assegaff, Dja'far H. *Jurnalistik Masa Kini*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 1985.

Baran J. Stanley, Jerilyn S. McIntyre, Timothy P. Meyer. *Self Symbols And Society: An Introduction To Mass Communication*. London: Addison-Wesley Publishing Company, Inc, 1984.

Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

Bari, Atwan Abdel. *View from an Arab Newsroom: Terrorizing the Arab Media*. TBS. <http://www.tbsjournal.com/Atwan.html>.

Baz, Abdul `Aziz ibn. *Using Media for Giving Da`wah*. <http://islaam.com//Article.aspx?id=287>.

Berger, Arthur Asa. *Berger Arthur Asa, Media And Communication Research Method: An Introduction To Qualitative And Quantitative Approaches*. London: Sage Publications. Inc, 1993.

Book, Cassandra L, ed. *Human Communication:Principles, Contexts, and Skills*. New York: St.Martin's Press, 1980.

Branston Gill and Roy Stafford. *The Media Student's Book*. NewYork: Routge , 2003.

Brig,Asa, Peter Burke. *Asocial History of the Media*. Dialihbahasakan oleh A. Rahman Zaenuddin. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2006.

"Citizen\_journalism." *en.wikipedia.org*. [http://en.wikipedia.org/wiki/Citizen\\_journalism](http://en.wikipedia.org/wiki/Citizen_journalism) (accessed November 6, 2013).

Daiton, Marianne. *Applying Communication Theory for Professional Life A Practical Introduction*. Thousand Oaks, California: Sage-Publications, Inc, 2005.

Effendi, Uchjana Onong. *Dinamika Komunikasi*. Cet.5. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2002.

—. *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*. Cet.14. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2000.

Effendy, Onong Uchjana. *Radio Siaran teori & praktek*. Bandung: Mandar Maju, 1991.

Ekman, Paul. *Telling Lies*. New York: Norton, 1985.

Eriyanto. *Analisis Wacana*. Cet. 1. Yogyakarta: LKIS, 2001.

Eryanto. *Analisis Framing*. Cet. 1. Yogyakarta: LKIS, 2002.

Giddens, Anthony. *The Third Way*. Cambridge: Polity Press, 2000.

Gurevitch Michael, Tony Bennett, Janet Woollacot. *Culture Society And The Media, Methuen And Co. Ltd, London, 1982*. London: Methuen And Co. Ltd, 1982.

Hoed, Hana. *Media Indonesia.com* . Januari 3, 2010.

Hussein, Amin. "Arab Women and Satellite Broadcasting." *TBS*, 2001.

*interfaith-dialogue-is-not-enough*. Februari 28, 2013. [www.thejakartaglobe.com](http://www.thejakartaglobe.com) (accessed Agustus 29, 2013).

Irfan, Kanda. *Kisah Ahung Sang Muallaf* . Jakarta: Pustaka Emkas, 2013.

Iriantara, Yosai. *Literasi Media*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2009.

e-book mtatataufik.com boleh mengutip asal disebutkan sumbernya

## Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

Jonathan, Beker. "Lessons from Russia A Neo-Authoritarian Media System." *Electronic Journal Communication* 19 (2004).

Karg, Barb; Sutherland, Rick; Over, Van Jim. *Everything Filmmaking Book*. Avon, MA: F+W Publications, Inc., 2007.

Khaldūn, 'Abdurrahmān Ibnu. *Tārikhl Al-Allāmh Ibnu Khaldūn Al-Muqaddimah*. 2. Vol. I. Beirut: Dāru Al-Kitāb Al-Lubnāniy, 1979.

Kitābu al-Mādiyah. *Tārīkhu Dakwah*. Jāmiatu al-Madīnah al-'Alamiyah, 2008.

*Kompas*. "Perlu Dialog Peradaban untuk Ubah Persepsi Salah tentang Islam." Agustus 22, 2002.

Krotz, Joanna L. *cell-phone-etiquette-10-dos-and-donts*. <http://www.microsoft.com>.

Mowlana, Hamid. *Global Communication In Transition: The End Of Diversity?* London: Sage Publication, 1996.

Mowlana, Hamid, wawancara oleh M Tata Taufik. *Islamic Media and Communication* (16 Oktober 2004).

Muhammad, Abul Fat'h al-Bayanuni. *TV as a Means of Da'wah*. <http://www.islamweb.net>.

Muhammad, Al-'Alīmi Ahmad. *Tharāiqu al-Nabiy SAW fi Ta'līmi 'Ashābihi Ridlwānallahi 'Alaihim*. 1. Beirut: Dār Ibn Hajm, 2001.

*muhammadiyah.or.id*. Februari 7, 2012. [www.muhammadiyah.or.id](http://www.muhammadiyah.or.id) (accessed Agustus 28, 2013).

Muhtadi, Asep Saeful. *Jurnalistik Pendekatan Teori & Praktek*. Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1999.

O'Donnell, Victoria. *Television Criticism*. Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc, 2007.

Qutub, Sayyid. *Khashâish al-Tashawur al-Islâmiy wa Muqawimâtuhu*. Libanon: Dâr al-Qur'an al-Karîm, , 1978.

Russell, Bertrand. *Kekuasaan Sebuah Analisis Sosial Baru*. Dialihbahasakan oleh Hasan basari. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1988.

Siddiqui, Dilnawaz. "A Comparative Analiys of the Islamic And The Wesyern Models Of News Production And Ethics Of Dissemination." *the 2000 Annual Convention of the International Association of Media and Communication Research*. Singapore: Nanyang Technical University July 16-20, 2000.

Siregar, Ashadi. *Menyingkap Media Penyiaran Membaca Televisi Melihat Radio*. Yogyakarta: LP3Y, 2001.

Stiglitz, Joseph E. *Globalization and its discontents*. London: W.W. Norton & Company, 2002.

e-book [mtatataufik.com](http://mtatataufik.com) boleh mengutip asal disebutkan sumbernya

Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

Syâkir, Abdu Al-Hamîd. *Khitabu al-Rasûl*. Tharabulus: Jarus Yars, 1995.

Taimia, Ibnu. *Al-Amru Bil Ma'ruuf wa Nahyi anil Munkar*. Beirut: Darul Kitab al-Jadid, 1984.

Taufik, M Tata. "Dakwah Sebagai Gendre Media." *Menara Tebuireng Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman* (LP4M Institut Keislaman Hasyim Asy'ari) 3, no. 1 (September 2006): 43-51.

— . *Etika Komunikasi Islam*. Bandung: Pustaka Setia, 2012.

— . "Ramadlan, Media dan Kita." *HU Mitra Dialog*, Oktober Sabtu, 2004.

Taufik, M Tata. "Logika (Tindakan) Islami." *Tsaqafah Jurnal ilmu Pengetahuan & Kebudayaan Islam* (Institut Studi Islam Darussalam) 3, no. I (Dzulqa'dah 1427 H): 189-205.

— . *Manajemen Dakwah di Era Global*. Jakarta: Amisco Publisher, 2003.

— . *mtatataufik.com*. Noveber 7, 2013. <http://mtatataufik.com/wp/?p=1016> (accessed November 7, 2013).

— . *Pendidik (an) Miskin Wibawa*. Sabtu Maret 2013. <http://www.mtatataufik.com> (diakses April 1, 2013).

Taufik, M Tata. "Problematika Kebahasaan Terjemah." *Afaq 'Arabiyyah Jurnal Pendidikan Bahasa Arab* (Jurusan Pendidikan Bahasa Arab FITK UIN Syarif Hidayatullah ) 2, no. 2 (Desember 2007): 166-187.

— . *Rekontruksi Pesantren Masa Depan (Dari Tradisional, Modern Hingga Post Modern)*. Jakarta: Pt. Listafariska Putra, 2004.

— . "Relevansi Antara Dakwah dan Komunikasi." *Seminar Internasional Bahasa Arab dan Sastra Islam Kurikulum dan Perkembangannya*. Bandung: IMLA, 2007. 382-423.

Taufik, M Tata. "Strategi Dakwah Santri Urban." *Mihrab*, 2003: 24-33.

Tehrani, Majid. *Global Communication and World Politics, Domination, Development, And Discourse*. USA: Lynne Rienner Publisher, 1999.

UU No 22. 2009.

Warner J.A.Severin; James W. Tankard.Jr. *Communication, Theories, Origins, Methods, & Uses in the Mass Media*. Dialihbahasakan oleh Sugeng Haryanto. Jakarta: Kencana, 2005.

Whitaker, Brian. "Call to censor 'immoral' Egyptian film." *Guardian*, July 6, 2006.

Wibowo, Wahyu. *Sihir Iklan*. Cetakan ke 2. Jakarta: Gramedia, 2003.

Yahya, Basuni Musthafa. *Al-'Idzâ'ah al-Islâmiyah*. Iskandariah: Dâru al-ma'rifah al-Jâmi'iyah, 1985.

e-book mtatataufik.com boleh mengutip asal disebutkan sumbernya

Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

Zaidan, 'Abdul Karîm. *U'shûlu al-da'wah*. 1975.

## Tentang Penulis



**M. Tata Taufik** dilahirkan di Kuningan 4 Desember 1966. Pendidikannya dimulai dari MI. al-Ikhlash Ciawilor Kuningan 1979, KMI Pondok Modern Daarussalaam Gontor 1985, S1 IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Fak. Tarbiyah / B. Arab 1992, S2 Study Al-Qur'an IAIN SGD Bandung. 2001, S3 Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jkt, 2007. Aktivitas sehari-hari sebagai Pimpinan Pondok Modern al-Ikhlash Ciawilor Ciawigebang Kuningan Jawa Barat, Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAILM Tasikmalaya 2009-sekarang Berkecimpung di media massa sebagai Komisariss Utama PT. Radio Duta Muslim Kuningan 2000-2012. Sebagai Assessor AIBEP MORA 2008. Konsultan Bec-Tf MONE 2009. Semasa kuliah menjadi Ketua Kosma B. Arab F.Tarbiyah IAIN Syahid Jakarta dan Departemen Penerbitan SEMA F. Tabiyah. Pernah menjabat sebagai Ketua II Forum Komunikasi Pondok Pesantren Kab Kuningan 2003-2009. Pengurus MUI Kab Kuningan 2010-sekarang. Anggota Dewan Pakar Persatuan Guru Madrasah Kab. Kuningan. 2008- sekarang serta Pengurus Ikatan Mudaris Lughah Arabiah (IMLA) pusat 2007-2011. Aktif terlibat dalam berbagai pelatihan bersama LAPIS AUSAID. Pernah mengikuti Partnership for Schools (P4S) program East-West Center, Honolulu Hawaii, 2008. Aktif mengikuti seminar nasional maupun internasional. Belajar menulis sejak kelas VI di pesantren, bermula dari resensi buku terus berlanjut hingga masa-masa kuliah S1 mulai menulis artikel populer di Harian Terbit, HU Peltia dan majalah Panjimas.

**Karya tulis yang tidak diterbitkan:** *Ta'lim al-Lughah al-Arabiyah ka- Amaliyati Takwin al-Dzauq* Skripsi S1 IAIN Jakarta , 1992 *Bahasa Terjemah Al-Qur'an Departemen Agama* (Telaah terhadap Karakteristik Terjemahan "Al-Qur'an dan Terjemahnya" Departemen Agama) Tesis S2 IAIN SGD Bandung, 2001. *Konsep Islam Tentang Komunikasi: Kritik Islam Terhadap Teori Komunikasi Barat*, disertasi doktor UIN Syahid Jakarta. 2007. Serta beberapa makalah seminar.

**Karya tulis yang diterbitkan** *Terjemah Dari teori Ke Praktek*, Pustaka Al-Ikhlash 2003. *Manajemen Dakwah Era Global:pendekatan metodologis*, Jakarta, Amisco Publisher 2003. *Rekontruksi Pesantren Masa Depan (Dari Tradisional- Modern- Hingga Post Modern)* Jakarta, PT Listafariska Putra, 2004. *Etiket dalam Islam*, Pustaka Al-Ikhlash, 2005. *Tarjamatu al-Qur'an wa Isykâliyatiha al-Lughâwiyah*, makalah pada Seminar Internasional Bahasa dan penafsiran Al-Qur'an, UNJ, 7-9 September 2006. *Dirasat al-Lughawiyah baina Dakwah fi al-Islaam wa l'Imi al-I'lam al- Muaashir*, makalah pada Seminar Internasioanl Bahasa Arab dan Sastra Islam Kurrikulum dan Perkembangannya. IMLA, Bandung 23-25 Agustus 2007. *Pendidikan Agama Bernuansa Kesehatan*, Kerjasama Depag RI dan LAPIS, 2007. *Etika Komunikasi Islam*, Bandung, Pustaka Setia 2012. *Khalqu Haibati al-Madâris al-Dîniyah: al-Khutwah ila Binâi al-Madâris al-*

Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam

*Dîniyah Kamarkazi li-al-Hadlârah al-âlamiyah*. Proceedings Symposium Internasional Tentang Madrasah. Kemenag RI, 2013. Serta beberapa artikel dalam berbagai jurnal, koran dan majalah.