

ETIKA KOMUNIKASI DALAM BERDAKWAH

Barkah Hadamean Harahap
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidempuan
Email: berkah.kedamaian@gmail.com

Abstaract

Communication cannot be separated from moral ties that implicitly constitute the nature of communication agents to be treated politely. The extent to which the details of communication ethics in preaching in the era of information globalization, this paper will attempt to discuss exposure regarding the intended theme. The purpose of this study. To study Da'i's Ethics in Da'wah .. The method of approach used in this research is library research, with descriptive analysis method. The results of the preacher's research when communicating should hold on to a strong ethical foundation, both an ethical foundation relating to norms that apply in society and that have been firmly implied in religion as the main source of ethics.

Keywords: Communication Ethics, Preaching

Abstrak

Komunikasi tidak dapat dilepaskan dari ikatan-ikatan moral yang secara tersirat merupakan fitrah pelaku-pelaku komunikasi agar diperlakukan dengan santun. Sejahumana rincian etika komunikasi dalam berdakwah pada era globalisasi informasi, tulisan ini akan berupaya membahas paparan berkenaan dengan tema dimaksud. Tujuan penelitian ini. Untuk mengkaji Etika Da'i dalam berdakwah.. Adapun metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *library reseacrh*, dengan metode deskriptif analisis. Hasil penelitian para da'i ketika berkomunikasi selayaknya berpegang kepada landasan etika yang kuat, baik landasan etika yang berkaitan dengan norma-norma yang berlaku di tengah masyarakat maupun yang telah diisyaratkan dengan tegas di dalam agama sebagai sumber etika yang utama.

Kata Kunci : Etika Komunikasi, Berdakwah

A. Pendahuluan

Kemampuan da'i sebagai komunikator dituntut untuk memasuki dimensi baru sejalan dengan perkembangan teknologi dewasa ini. Perkembangan teknologi juga telah mampu membangun masyarakat yang hidup dalam *exposure* berbagai informasi, sehingga bagi para da'i hal ini juga merupakan tantangan baru untuk memenangkan *goodwill* di antara berbagai kebutuhan informasi yang diterima oleh masyarakat tersebut. Seorang da'i harus *well informed* serta mengetahui peristiwa aktual yang sedang dihadapi masyarakat pada umumnya, agar dapat berkompetisi di era informasi ini untuk dapat membangkitkan potensi bertuhan dari manusia itu menjadi suatu energi untuk membangun sikap atau tingkah laku yang sesuai dengan ajaran Ilahi. Salah satu kemampuan untuk dapat berkompetitif tersebut adalah melalui penerapan etika dalam berkomunikasi ketika berdakwah.

Komunikasi dan dakwah dalam banyak aspek mempunyai persamaan, baik dari segi unsur-unsurnya maupun proses kerjanya. Namun keduanya masih mempunyai perbedaan prinsipil terutama dari segi pesan-pesan (materi) dan tujuan. Dakwah berupaya menyeru dan menyampaikan pesan-pesan kebenaran (*amr ma'ruf*) dan mencegah kemungkaran (*nahyi munkar*) untuk mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat. Sedangkan komunikasi merupakan proses penyampaian pesan-pesan apa saja yang ingin disampaikan oleh komunikator, dapat berupa pesan yang baik maupun pesan yang buruk yang dapat merugikan dan mencelakakan komunikan (pihak penerima informasi).

Komunikasi dapat berlangsung setiap saat, dimana saja, kapan saja, oleh siapa saja dan dengan siapa saja. Komunikasi adalah kebutuhan yang sangat fundamental bagi seseorang dalam hidup bermasyarakat. Komunikasi diperlukan untuk mengatur tata krama pergaulan antar manusia, sebab berkomunikasi dengan baik akan memberi pengaruh langsung kepada masyarakat. Namun sering kali dalam berkomunikasi yang dilakukan seseorang terdengar kata-kata yang tidak etis, tidak pantas dan tidak santun, baik dalam komunikasi yang dilakukan secara lisan maupun komunikasi yang dilakukan melalui saluran media massa. Untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan dalam berkomunikasi maka komunikator selayaknya mengerti hakekat komunikasi atau batasan etika yang ada

di dalamnya, terutama yang berkaitan dengan komunikasi massa. Begitu pula dalam berdakwah, dibutuhkan komunikasi yang baik agar tujuan yang diharapkan dapat tercapai secara maksimal.

Oleh banyak pakar komunikasi disebutkan bahwa kegiatan komunikasi sering mengundang implikasi etis, sehingga etis dalam berkomunikasi juga merupakan bagian yang tak kalah pentingnya. Berkenaan dengan hal tersebut Thomas W. Cooper dalam Mulyana dan Idi Subandi Ibrahim, memberikan indikator bahwa komunikasi sesungguhnya membutuhkan etika (1) *a general pattern or way of life* (tuntunan hidup atau jalan kehidupan), (2) *a set of rules moral code* (peraturan-peraturan, rambu-rambu moral), (3) *inquiry about ways of life and moral conduct* (aturan tentang tuntunan kehidupan dan membangun moral).¹

Dapat dipahami bahwa komunikasi tidak dapat dilepaskan dari ikatan-ikatan moral yang secara tersirat merupakan fitrah pelaku-pelaku komunikasi agar diperlakukan dengan santun. Sejauhmana rincian etika komunikasi dalam berdakwah pada era globalisasi informasi, tulisan ini akan berupaya membahas paparan berkenaan dengan tema dimaksud.

B. Etika

Kamus *The Rondon House Dictionary of the English Language*, membedakan antara “*ethic*” dan “*ethics*”. *Ethic* (dalam bahasa Latin: *othicus* dan dalam bahasa Yunani : *ethicos*) mempunyai dua pengertian. Pertama, *a body of moral principles or values* (himpunan asas-asas moral atau nilai-nilai); kedua, *ethical pertaining to right and wrong in conduct* (etis berkaitan dengan perilaku benar atau salah).² Sedangkan istilah *ethics* menurut kamus tersebut mempunyai pengertian yang lebih luas, yaitu:

1. Suatu sistem asas-asas moral.

1 Deddy Mulyana dan Idi Subandi Ibrahim, *Bercinta dengan Televisi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1997), h. 1.

2 *The Rondon House Dictionary of the English Language* (New York: Random House, 1968), h. 453.

2. Tatanan perilaku yang berlaku dalam hubungannya dengan suatu kegiatan manusia pada suatu golongan tertentu, kelompok tertentu, kebudayaan tertentu dan sebagainya.
3. Asas-asas moral pada seseorang.
4. Cabang filsafat mengenai nilai dalam kaitannya dengan perilaku manusia tentang kebenaran dan kesalahan dari kegiatan tertentu serta kebaikan dan keburukan dari motif dan tujuan tertentu.

Sementara menurut Hamzah Ya'cub, etika berasal dari bahasa Yunani, yakni *ethos* yang artinya adat kebiasaan.³ Dalam bahasa Inggris disebut *ethical* yang memiliki arti etis, pantas, layak, beradab dan susila.⁴ Pengertian etika di Indonesia merupakan terjemahan dari kata *ethic* atau *ethics*, yaitu asas-asas nilai perilaku manusia dalam kaitannya dengan sifat-sifat benar, salah, baik dan buruk.⁵ Dalam kamus bahasa Indonesia, etika berarti ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral, kumpulan asas/nilai yang berkenaan dengan akhlak, nilai-nilai yang dianut masyarakat.⁶

Lebih jauh Magnes menjelaskan bahwa etika adalah penyelidikan filsafat tentang bidang mengenai kewajiban-kewajiban manusia serta tentang yang baik dan yang buruk. ⁷ Dalam pengertian tersebut tercakup unsur-unsur kepribadian yang meliputi sikap (*attitude*), opini atau pendapat dan perilaku dan perbuatan (*behavior*).

Pengertian lebih mendalam dikupas oleh Ahmad Amin dalam bukunya 'Etika (Ilmu Akhlak)' menegaskan bahwa untuk menilai baik buruk seseorang harus dilihat apakah perbuatan yang dilakukan tersebut disengaja atau tidak.⁸ Artinya ia menyadari ketika melakukan perbuatan itu. Dengan peninjauan dari

3 Hamzah Ya'cub, *Etika Islam Pembinaan Akhlakulkarimah: Suatu Pengantar*, cet.7 (Bandung: Diponegoro, 1996), h. 12.

4 John M. Echols dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, cet. 27 (Jakarta: Gramedia Pustaka Umum, 2003) h. 219.

5 Onong Uchjana Effendy, *Human Relation dan Public Relation dalam Manajemen* (Bandung: Mandar Maju, 1998), h.209.

6 Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, ed. 3 cet. 3 (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), h. 309.

7 Franz Von Magnes, *Etika Umum* (Jakarta: Yayasan Kanisius, 1984), h. 13.

8 Ahmad Amin, *Etika (Ilmu Akhlak)*, terj. Farid Ma'ruf (Jakarta: Bulan Bintang, 1983), h. 7.

sudut agama Ahmad Amin melihat bahwa tujuan etika bukan hanya menengahkan teori, tetapi juga mempengaruhi dan mendorong kehendak kita agar membentuk kehidupan yang suci, menghasilkan kebaikan dan kesempurnaan, serta memberi manfaat kepada seluruh manusia.

Selanjutnya Toshihiko Izutsu lebih melihat konsep etika sebagaimana yang ia temukan dalam al-Quran. Menurut beliau konsep etika dapat dibagi menjadi dua kelompok utama. *Pertama*, terdiri dari istilah-istilah yang berkenaan dengan aspek-aspek kehidupan etik orang-orang Islam pada masyarakat Islamik (ummah). *Kedua*, kelompok tentang istilah-istilah yang bersifat etika religius. Konsep pada kategori kedua membicarakan secara mendalam sifat esensial manusia sebagai *homo religius*. Konsep tersebut menurut pemahaman Qurani, mencerminkan karakteristik spiritual tentang sifat manusia, dan manusia sebagai makhluk religius harus memahaminya. Menurut agama yang pada hakekatnya bersifat 'etik' seperti Islam, karakteristik manusia harus menjadi religius dan sekaligus etik, karena di antara keduanya tidak ada perbedaan nyata dalam konteks khusus ini.⁹

Sejalan dengan apa yang dikemukakannya, Izutsu juga melihat bahwa etika tidak hanya sebatas aturan yang harus dimainkan antar sesama manusia, tetapi etika mempunyai tiga kategori, menurut konsep-konsep etik di dalam al-Quran yakni: kategori yang menunjukkan sifat-sifat Tuhan, kategori yang menggambarkan sikap fundamental manusia terhadap Tuhannya sebagai Pencipta, dan kategori yang menunjukkan tentang prinsip-prinsip dan aturan-aturan tingkah laku yang menjadi milik dan hidup di dalam masyarakat Islam.¹⁰

Apa yang dijelaskan Izutsu tersebut, dapat dipahami bahwa etika menurut Islam tidak hanya mengatur hubungan antar manusia tetapi juga antara manusia dengan Tuhannya, dan juga antar manusia dengan alam. Dalam hal etika komunikasi seperti yang ingin dibahas dalam tulisan ini, etika dapat diformulasikan sebagai suatu kebiasaan yang etis, pantas, layak, beradab dan

⁹ Toshihiko Izutsu, *Etika Religious Concepts in the Quran*, terj. Agus Fahri Husein, et al. (Yogyakarta: Tiara Wacana, 1993), h. ix-x.

¹⁰ *Ibid.*, h. 20.

susila sebagai cerminan tentang baik dan buruk, memiliki nilai sesuai yang dianut dan disepakati dalam suatu masyarakat.

C. Komunikasi

Menurut asal katanya, istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin *Communico* dan perkataan ini bersumber pada kata *communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih.¹¹ Rogers bersama D. Lawrence Kincaid menyatakan bahwa komunikasi merupakan suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain, yang pada gilirannya akan menghasilkan pengertian yang mendalam.¹²

Lebih jauh Bernard Berelson dan Gary A. Steiner mengartikan komunikasi adalah transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol; kata-kata, gambar, figur, grafik dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi.¹³ Selanjutnya Effendy mendefinisikan komunikasi sebagai proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun tak langsung melalui media.¹⁴

Dari uraian di atas, secara umum komunikasi dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan dari komunikator (pengirim/sumber pesan) kepada komunikan (penerima pesan/informasi), baik menggunakan media atau tidak menggunakan media, yang menimbulkan efek tertentu.

11 Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), h. 18.

12 Rogers and D. Lawrence Kincaid, *Communication Network: Towards a New Paradigma for Research* (New York: Free Press, 1981), h. 42.

13 Thomas M. Scheidel, *Speech Communication and Human Interaction*, ed. 2. (Glennville: Scott, Foresman & Co., 1976), h. 4-5.

14 Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Jakarta: Remaja Rosdakarya, 2000), h. 5

D. Dakwah

Kata dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu *دعا يدعو* yang berarti seruan, ajakan, panggilan.¹⁵ Menurut H.M. Arifin dakwah merupakan kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam upaya mempengaruhi orang lain, agar muncul pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan serta pengamalan terhadap ajaran agama.¹⁶

Sejalan dengan itu, Syamsuri Siddiq menjelaskan bahwa dakwah adalah segala usaha dan kegiatan yang disengaja dan berencana dalam wujud sikap, ucapan dan perbuatan yang mengandung ajakan dan seruan, baik langsung atau tidak langsung, ditujukan kepada orang perorang, masyarakat atau golongan supaya tergugah jiwanya, terpanggil hatinya kepada ajaran Islam untuk selanjutnya mempelajari dan menghayati serta mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari.¹⁷

Menurut Isa Anshari, dakwah ialah “menyampaikan seruan, mengajak dan memanggil ummat manusia agar menerima dan mempercayai keyakinan dan pandangan hidup Islam”.¹⁸

Selanjutnya Tutty Alawiyah menyatakan bahwa dakwah adalah proses transaksional untuk terjadinya perubahan perilaku individual melalui proses komunikasi, persuasi dan pembelajaran berkelanjutan.¹⁹ Dengan demikian dapat dikatakan bahwa dakwah adalah suatu kegiatan menyeru atau mengajak orang kepada keinsafan, mengubah masyarakat untuk kebaikan masa sekarang dan yang akan datang melalui komunikasi, pendekatan persuasi dan pembelajaran yang berkesinambungan dengan ajaran Islam sebagai sumber nilainya.

E. Era Globalisasi Informasi

¹⁵ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah* (Jakarta: Bumi Aksara,1991), h. 31.

¹⁶ H.M Arifin, *Psikologi Dakwah: Suatu Pengantar Studi* (Jakarta: Bumi Aksara, 1991), h. 6

¹⁷ Syamsuri Siddiq, *Dakwah dan Teknik Berkhutbah* (Bandung: al-Ma’arif, 1981), h. 8.

¹⁸ Isa Anshari, *Mujahid Dakwah* (Bandung: Diponegoro, 1989), h. 17.

¹⁹ Tutty Alawiyah,A.S., “Paradigma Baru Dakwah Islam: Pemberdayaan Sosio-Kultural Mad’u” dalam *Dakwah*, Vol. 3. No. 2 November 2001, h.9.

Globalisasi berasal dari kata global yang berarti ‘secara umum dan keseluruhan’..²⁰ Globalisasi berarti proses masuknya sebuah negara ke ruang lingkup dunia, sehingga batas-batas antar negara semakin kabur, dan dunia dirasakan semakin kecil. Hal ini disebabkan karena; *pertama*, teknologi komunikasi mempunyai potensi untuk menjangkau seluruh permukaan bumi dalam tempo yang sangat singkat. *Kedua*, jumlah pesan dan pengaliran informasi telah berlipat ganda, sehingga diperkirakan jumlah kontak komunikasi global dalam dua dekade ini saja sama banyaknya dengan kontak serupa selama beberapa abad yang lalu. *Ketiga*, perangkat teknologinya sendiri semakin canggih, baik perangkat keras maupun lunak.²¹

Pada era ini sarana telekomunikasi dan komputer memegang peranan strategis dalam melakukan pengaliran informasi. Adapun ciri-ciri globalisasi informasi ini antara lain²²:

1. Semakin tingginya peradaban umat manusia yang ditopang oleh kemajuan sains dan teknologi terutama teknologi komunikasi satelit dan internet.
2. Masyarakat dapat mengetahui informasi yang bersifat global. Seseorang dengan mudah dapat mengetahui informasi apa saja yang diinginkannya dalam waktu yang sangat singkat.
3. Tingginya laju transformasi sosial. Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi yang dicapai manusia dewasa ini telah memberi kemudahan dan kecepatan untuk menjalin hubungan antara satu sama lain. Jarak tidak lagi menjadi hambatan untuk berkomunikasi. Setiap peristiwa atau informasi yang terjadi di belahan dunia dapat diakses manusia secara cepat di berbagai tempat.
4. Terjadinya perubahan gaya hidup masyarakat.

F. Asas Pokok Etika Komunikasi

²⁰ Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, h. 366.

²¹ Marwah Daud Ibrahim, *Teknologi Emansipasi dan Transendensi, Wacana Peradaban dengan Visi Islam* (Bandung: Mizan, 1994), h. 72.

²² Alfin Tofler, *The Third Wave* (New York: William Marrow & Co., 1980), h. 149.

Berdasarkan uraian-uraian sebelumnya, pengertian etika komunikasi dapat dipahami dengan sangat luas, karena muatan etika itu sendiri yang sangat padat. Tetapi yang amat menentukan dalam mengukur etis tidaknya suatu komunikasi adalah nilai-nilai dasar yang dipakai sebagai acuan utama. Jika di dalam Islam, maka etis atau tidaknya berkomunikasi tentu akan diukur dari standar nilai-nilai yang ada dalam al-Quran dan Hadis Nabi. Seorang muslim dapat dikatakan beretika yang baik dalam berkomunikasi apabila tata krama dan isi komunikasi yang disampaikannya sesuai dengan aturan yang digariskan oleh Allah.. Dengan kata lain ia tidak melanggar apa yang dilarang oleh Allah. Sebaliknya seorang muslim dinilai tidak punya etika, jika ia melakukan komunikasi dengan orang lain tetapi tidak mengindahkan tata aturan agamanya.

Berbicara tentang etika berkomunikasi, Wallece dalam Effendy,²³ memberi garis besar pedoman etika komunikasi, yaitu:

1. Keharusan mengembangkan kebiasaan meneliti (*habit of search*) yang tumbuh dari pengenalan bahwa selama melakukan komunikasi, si pelaku adalah sebagai sumber primer.
2. Menumbuhkan kebiasaan bersikap adil (*habit of justice*) dengan memilih dan menampilkan fakta dan pendapat secara terbuka.
3. Komunikator harus terbiasa mengutamakan motivasi umum dari pada motivasi pribadi. Komunikator publik yang bertanggung jawab harus secara merata mengungkapkan sumber-sumber informasi dan pendapatnya.
4. Menanamkan kebiasaan menghormati perbedaan pendapat dengan memperlihatkan dan mendorong berbagai ragam argumen dan pendapat.

Dalam praktek komunikasi, banyak sekali yang harus dijadikan landasan etis, di antaranya adalah berani membela kebenaran, bertanggung jawab, bersikap demokratis, sportif mengakui kesalahan, menghormati hak asasi dan kebebasan orang lain, berlaku sopan santun dan tenggang rasa, mementingkan keselamatan orang banyak, objektif, tidak memihak, cermat atau teliti, tidak memutarbalikkan fakta, tidak memfitnah atau menghasut, menghindari sensasi, dan sebagainya.

²³ Effendy, *Human Relation dan Public Relation*, h. 26.

G. Urgensi Memahami Komunikasi Pada Era Globalisasi Informasi

Globalisasi informasi ternyata telah menciptakan nuansa tersendiri yang mempengaruhi selera dan gaya hidup masyarakat. Melalui liberalisasi media yang kian terbuka dan terjangkau, warga masyarakat/bangsa menerima berbagai informasi tentang peradaban baru yang datang dari seluruh penjuru dunia. Berbagai sarana material dengan teknologi tinggi (*high technology*) yang semakin canggih, membawa budaya baru yang tak jarang teramat asing dari sikap hidup dan pandangan masyarakat Islam, juga telah hadir begitu cepat pada saat minat masyarakat terhadap agama, masih menjadi problematika besar bangsa kita.

Dalam keadaan demikian, muncullah krisis yang ditandai oleh penyelewengan komitmen etis dari bingkai kehidupan yang semula bermuara dari nilai-nilai spiritual tertinggi yang melahirkan kebenaran. Komitmen etis yang menjadi kerangka acuan nilai dan emosional direduksi dan disubordinasikan sedemikian rupa sehingga nilai-nilai agama ditempatkan pada bagian pinggiran di zaman ini.

Dunia kita saat ini, khususnya dalam masyarakat yang terorientasikan pada perilaku konsumtif, menjadi dunia di mana muncul banyak dorongan dan godaan yang bergerak untuk melenyapkan kekuatan yang berada dalam diri kita yang terdalam. Kekuatan yang membangun inspirasi kita akan budaya rasa yang berhulu pada hati dan kejernihan 'ruang batin' yang berbasis pada agama Ilahi, justru terus mengalami polusi akibat desakralisasi, demoralisasi dan akhirnya dehumanisasi.

Mengantisipasi permasalahan-permasalahan di atas, langkah pertama yang harus ditempuh adalah dengan memperluas dan menjernihkan kembali 'ruang batin' kita yang menjadi landasan spiritualitas terdalam dan sebagai basis bagi kesadaran Ilahiah zaman kita. Jalan untuk membangkitkan kembali kesadaran beragama kita adalah melalui siraman rohani yang disampaikan para da'i dalam kegiatan dakwah.

Dalam kegiatan berdakwah banyak sekali faktor-faktor sosial psikologis yang harus dipahami dari komunikasi/*mad'u*, sehingga komunikator/da'i akan mempertimbangkan berbagai hal berdasarkan *environment* atau situasi lingkungan

secara fisik. Pengenalan terhadap komunikan dalam rangka berusaha “melihat orang lain”, “mengalami sisi lain”, “membayangkan kenyataan”, dan “realitas pandangan orang lain”, diharapkan kita mengerti secara faktual dan emosional pengalaman orang lain.²⁴

Keberhasilan Nabi Muhammad dalam berdakwah tidak saja dikarenakan perkataan mulia yang ia miliki, tetapi juga didukung faktor awal dengan pengenalan akan komunikannya. Ketika ia ditanya sahabat tentang amalan apa yang dapat memasukkan dirinya ke surga, nabi menjawab “puasa”. Pada saat yang lain nabi juga ditanyakan hal yang sama oleh sahabat lain. Jawaban nabi tidak sama dengan jawaban terdahulu, nabi mengatakan “salat”. Dua kasus dengan pertanyaan yang sama dan jawaban berbeda disebabkan nabi secara psikologis memahami latar belakang komunikan. Dengan demikian nabi dapat menempatkan saat kapan yang tepat untuk menyampaikan pesan atau memberikan jawaban.

Salah satu cara untuk memahami keberadaan komunikan dengan cara identifikasi. Seperti yang telah ditawarkan Wallece, salah satu etika komunikasi adalah mengembangkan kebiasaan meneliti. Melakukan identifikasi merupakan salah satu langkah dalam penelitian. Para da'i perlu mencari tahu, menyelami, menelusuri kebiasaan anak-anak, remaja, orang muda, orang tua laki-laki atau perempuan di era globalisasi informasi ini, terutama mereka yang akan dijadikan sebagai sasaran dakwah, agar dapat dipahami sehingga para da'i tersebut dapat mempersiapkan diri dalam berdakwah. Identifikasi ini sangat berguna dalam penyesuaian diri dalam berdakwah dan memberikan bahan agar seorang da'i dapat menempatkan diri sesuai dengan keadaan riil dari para komunikan/*mad'unya*.

Jika dianalisis penuturan al-Quran tentang perkataan Ibrahim kepada anaknya Ismail. Ia mampu membangun komunikasi yang baik sehingga ia menyesuaikan kata-katanya dengan tingkat pemahaman anaknya sehingga anaknya dapat menerima pesannya dengan baik.²⁵ Begitu pula ketika Ibrahim mengajak ayahnya Azar agar bertauhid kepada Allah dan meninggalkan

24 Richard L. Johannesen, *Etika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1996), h. 65.

25 Lihat al-Quran surah As-Saffat/37: 102.

sesembahan berhala. Karena memahami latar belakang ayahnya yang berprofesi pembuat patung, ia tidak serta merta menyalahkan ayahnya, tetapi mengajak untuk berpikir bahwa perbuatannya yang selama ini menyembah hasil buaatannya adalah perbuatan keliru. Ibrahim sebagai nabi yang berupaya menegakkan tauhid sangat santun berkata kepada ayahnya.²⁶

Oleh karena itu mengenal komunikasi/*mad'u* ketika berdakwah merupakan suatu keharusan, terutama pada saat ini dimana kita mengalami keberlimpahan komunikasi yang telah membawa kontradiksi-kontradiksi baru dan menciptakan konflik-konflik baru, misalnya kebingungan dan pertentangan mengenai isi atau pesan komunikasi termasuk pesan-pesan dakwah.

H. Etika Komunikasi dalam Berdakwah

Mengacu kepada empat moralitas yang digariskan Wallece sebagai pedoman etika komunikasi, maka secara garis besar dan ringkas semua norma etis yang telah disebutkan sebelumnya dapat diklasifikasikan menjadi beberapa kelompok, yaitu:

1. Kejujuran (*Fairness*)

Kejujuran merupakan cermin petunjuk bagi pelaku dakwah. Nabi sebagai *uswatun hasanah*, memberikan tuntunan dalam berdakwah agar bersifat jujur. Dalam menjawab berbagai pertanyaan sahabat, nabi selalu berkata jujur, jika beliau dapat menjawab melalui wahyu beliau menjawabnya, jika tidak tahu beliau menanggung sampai turunnya wahyu. Kejujuran nabi merupakan etika yang didasarkan kepada data dan fakta. Karena kejujuran nabi sehingga sahabat mendapatkan informasi bahwa apa yang ia sampaikan adalah ayat al-Quran atau Hadis Qudsi.

Penuturan al-Quran tentang jujur juga diistilahkan dengan *amanah*, *gair al-takzib*, *sidq*. Dengan dasar etika seperti istilah-istilah tersebut, maka pelaku komunikasi tidak akan berkomunikasi secara dusta atau menyampaikan cerita-cerita bohong.

²⁶ Lihat al-Quran surah al-An'Am/6: 74.

Kejujuran adalah satunya kata dalam i'tikad dan satunya ucapan dalam perbuatan.²⁷ Sebagaimana diketahui bahwa salah satu persoalan yang muncul pada era globalisasi informasi saat ini adalah krisis kepercayaan. Umumnya masyarakat telah kehilangan kepercayaan baik pada dirinya sendiri maupun kepada orang lain. Bagaimana upaya da'i menumbuhkan kembali kepercayaan tersebut dengan selalu menerapkan kejujuran. Berlaku jujur berarti memelihara kepercayaan orang terhadap diri pribadi, dan tidak ada kejujuran berarti jatuhnya kehormatan diri pribadi dari pandangan sesama manusia.

Umumnya penilaian masyarakat terhadap seseorang itu selalu bersifat subjektif, sehingga dalam menilai dan menanggapi suatu ajaran yang disampaikan kepada mereka, terlebih dahulu mereka menilai sikap dan sifat pribadi si pembawa ajaran tersebut (da'i). Bagi mereka ukuran benar dan salah, buruk dan baik itu ditentukan oleh sikap kepribadian dari da'i itu sendiri. Karena da'i merupakan contoh teladan bagi masyarakat, maka menerapkan kejujuran dalam berbagai bidang kehidupan sangatlah penting demi keberhasilan dakwah itu sendiri.

2. Akurasi (Accuracy)

Akurasi merupakan unsur pokok dalam etika komunikasi yang berupa ketepatan data atau informasi yang disampaikan kepada komunikan/*mad'u*. Akurasi bisa didapatkan apabila seseorang melakukan penelitian dengan cermat terhadap informasi dan data yang ditemui di lapangan.

Informasi yang disampaikan haruslah yang benar-benar akurat, setelah terlebih dahulu diteliti secara cermat dan seksama. Komunikan harus senantiasa bersikap teliti, *check and recheck*²⁸ dalam menerima informasi sehingga tidak merugikan dirinya sendiri dan orang lain.²⁹

²⁷ Farid Ma'ruf Noor, *Dinamika dan Akhlak Dakwah* (Surabaya: Bina Ilmu, 1991), h. 175.

²⁸ Al-Quran mengistilahkan dengan kata *fatabayyanu (tabayyun)*/periksalah, telitilah secara seksama setiap informasi yang diterima apakah benar-benar akurat. Lihat Q.S. Al-Hujurat/49: 6, Q.S. An-Nur/24: 19.

²⁹ Syukur Kholil, "Komunikasi dalam Perspektif Islam", dalam Hasan Asari & Amroeni Drajat (Ed), *Antologi Kajian Islam* (Bandung: Citapustaka Media, 2004), h. 258.

Riwayat menyebutkan, karena ketidak cermatan dan ketelitian dalam menerima informasi, tersebar berita atas tuduhan istri nabi Aisyah selingkuh dengan Safwan ibn Mu'attal sehabis perang dengan kaum banu Mustaliq bulan Sya'ban 5 H. Berita ini diada-adakan dan dibesar-besarkan sehingga Aisyah tergoncang dan mengakibatkan beliau sakit selama satu bulan.³⁰ Oleh karena itu perlu dilakukan meneliti ulang data dan informasi yang telah diterima, jika perlu berkali-kali sehingga informasi tersebut benar-benar akurat baru disebarakan kepada orang lain.

Dengan demikian, para da'i selain harus jujur mereka juga harus teliti dan cermat dalam mencari, mengumpulkan dan mengolah informasi yang akan disampaikannya melalui komunikasi langsung atau komunikasi yang dilakukan melalui media komunikasi. Sebab pada saat ini setiap orang bisa mendapatkan informasi mengenai persoalan-persoalan agama dari berbagai sumber/media, jika terjadi perbedaan informasi, maka akan terjadi kontradiksi, konflik atau bahkan ketidakpercayaan terhadap apa-apa yang disampaikan da'i.

Penyampaian pesan secara akurat merupakan bagian dari pokok etika komunikasi. Penyampaian ajaran agama yang tidak jelas sumbernya dan tidak valid datanya, apabila terserap dan terterima berpotensi menimbulkan efek negatif. Persoalan inilah yang selalu meresahkan masyarakat terutama mereka yang masih awam terhadap ajaran agama tersebut.

3. *Bebas dan Bertanggung Jawab*

Dalam komunikasi informasi bebas tersebar dan menjangkau ke semua lapisan. Demikian pula dalam berdakwah, seorang da'i bebas menyampaikan ajaran dan menyeru masyarakat ke jalan yang diridai Allah. Namun demikian, dalam menyampaikan dan menerima informasi, kebebasan itu mempunyai batasan-batasan yang dipatok oleh norma-norma yang berlaku, dan harus diiringi dengan rasa tanggung jawab. Dalam arti, informasi yang disampaikan haruslah

³⁰ Qamaruddin Shaleh, *et al.*, *Asbabun Nuzul Latar Belakang Historis Turunnya Ayat-ayat Alquran*, cet. 13 (Bandung: Diponegoro, 1991), h. 348-349.

benar, cara penyampaiannya juga benar serta dapat mewujudkan maslahat bagi kehidupan manusia.

Oleh karena itu, walaupun dalam prinsip etika komunikasi mempunyai kebebasan, namun dibalik kebebasan tersebut berdiri rasa tanggung jawab. Apapun yang disampaikan baik secara langsung maupun melalui media komunikasi, apalagi yang bersifat massal haruslah dipertanggungjawabkan kebenarannya.

4. Kritik Konstruktif

Salah satu pokok etika dalam berkomunikasi adalah dimilikinya sifat mengeritik dan mengoreksi atas kekeliruan yang terjadi. Artinya, apabila diketahui adanya penyimpangan oleh seseorang atau sekelompok orang, maka adalah tanggung jawab etis untuk melakukan perbaikan. Dalam Islam menyampaikan kritik selalu dikaitkan dengan mewasiati tentang kebenaran/*tawasaw bi al haq*.

Pakar tafsir mengartikan “mewasiati” adalah tampil kepada orang lain dengan kata-kata yang halus agar yang bersangkutan bersedia melakukan sesuatu pekerjaan yang diharapkan darinya secara berkesinambungan.³¹ Tujuan kritik dalam Islam adalah meluruskan sesuai dengan *al-haq*, dan membangun masa depan yang lebih baik lagi.

Dalam kaitannya dengan kegiatan dakwah, maka wasiat dalam konteks ini adalah ucapan seorang da'i kepada *mad'u* yang bermuatan perintah tentang sesuatu yang bermanfaat dan mencakup kebaikan di masa yang akan datang. Seorang da'i haruslah mempunyai etika kepekaan dan kepedulian demi keselamatan orang banyak. Sesuai dengan fungsi da'i itu sendiri yakni sebagai penegak kebenaran, maka harus dilakukan perbaikan atau koreksi terhadap kesalahan. Oleh karena itu etika da'i adalah sejauh mana ia ikut melaksanakan atau menyampaikan yang benar itu benar dan yang salah itu salah.³²

31 M. Quraish Shihab, *Tafsir AlQuran al-Karim Tafsir atas Surat-surat Pendek Berdasarkan Urutan Turunnya Wahyu* (Bandung: Pustaka Hidayah, 1997), h. 482.

32 Amir Mafri, *Etika Komunikasi Massa dalam Pandangan Islam* (Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1999), h. 63.

Dalam komunikasi tidak etis dan tidak beradab apabila dalam menyampaikan kebenaran tersebut secara kasar. Ucapan yang keluar dari lidah harus baik. Baik yang dimaksud dalam hal ini adalah menyampaikan dengan susunan kata-kata yang bernilai tinggi, tidak mengejek, menghardik, kasar dan menyinggung perasaan.

5. Adil

Berlaku adil mengandung pengertian tidak memihak ke mana-mana kecuali kepada kebenaran. Tuntunan Islam memerintahkan untuk berbicara dengan adil,³³ yakni benar, tidak memihak, berimbang dan sesuai dengan hak-hak yang dimiliki seseorang. Adil dalam berkata-kata tidak memandang hubungan kekeluargaan atau yang dikenal dengan nepotisme. Keadilan berkomunikasi tidak hanya berdialog, tetapi keadilan dalam membagi perhatian dan bersikap/menanggapi komunikasi/*mad'u*.

Dalam hal adil berkomunikasi ini, Allah pernah menegur nabi karena tidak memperdulikan 'Abdullah ibn Ummy Maktum³⁴ yang ingin menyampaikan sesuatu kepada nabi, karena pada saat itu beliau sedang menerima para pembesar Quraisy dengan harapan agar mereka masuk Islam. Teguran Allah ini menggambarkan bahwa berkomunikasi secara adil harus ditegakkan, terutama dalam upaya menyampaikan syiar Islam.

I. Kesimpulan

Kemajuan teknologi informasi telah mendesak kemampuan da'i untuk mampu bersaing dengan rangsangan-rangsangan teknologi tersebut. Pesan-pesan dakwah harus mampu berlomba dengan pesan-pesan yang lain disekitar kehidupan manusia. Dalam menyampaikan pesan dakwah tersebut para da'i diharapkan menerapkan berbagai etika dalam berkomunikasi.

Berkomunikasi bagian yang tidak terpisahkan dari kegiatan dakwah. Komunikasi dapat meneguhkan hubungan yang lebih harmonis antara da'i

³³ Lihat Q.S. al-An'am/6: 152.

³⁴ Beliau adalah seorang yang buta yang pernah meminta ajaran-ajaran Islam kepada nabi, lalu nabi bermuka masam dan berpaling daripadanya. Lihat Q.S 'Abasa/80: 1-4

dengan *mad'u*. Islam memberi arah yang jelas dan dapat dipahami bagaimana beretika dalam komunikasi.

Dalam menjalankan tugasnya, para da'i ketika berkomunikasi selayaknya berpegang kepada landasan etika yang kuat, baik landasan etika yang berkaitan dengan norma-norma yang berlaku di tengah masyarakat maupun yang telah diisyaratkan dengan tegas di dalam agama sebagai sumber etika yang utama.

Daftar Pustaka

- Amin, Ahmad. *Etika (Ilmu Akhlak)*, terj. Farid Ma'ruf. Jakarta: Bulan Bintang, 1983.
- Anshari, Isa. *Mujahid Dakwah*. Bandung: Diponegoro, 1989.
- Arifin, H.M. *Psikologi Dakwah: Suatu Pengantar Studi*. Jakarta: Bumi Aksara, 1991
- A.S., Tutty Alawiyah. "Paradigma Baru Dakwah Islam: Pemberdayaan Sosio-Kultural Mad'u" dalam *Dakwah*, Vol. 3. No. 2 November 2001.
- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.
- Echols, John M. dan Hassan Shadily. *Kamus Inggris Indonesia*, cet. 27. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum, 2003.
- Effendy, Onong Uchjana. *Human Relation dan Public Relation dalam Manajemen*. Bandung: Mandar Maju, 1998.
- _____. *Dinamika Komunikasi*. Jakarta: Remaja Rosdakarya, 2000.
- Ibrahim, Marwah Daud. *Teknologi Emansipasi dan Transendensi, Wacana Peradaban dengan Visi Islam*. Bandung: Mizan, 1994.
- Izutsu, Toshihiko. *Etika Religious Concepts in the Quran*, terj. Agus Fahri Husein, et al. Yogyakarta: Tiara Wacana, 1993.
- Johannesen, Richard L. *Etika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1996.
- Mafri, Amir. *Etika Komunikasi Massa dalam Pandangan Islam*. Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1999.
- Magnes, Franz Von. *Etika Umum*. Jakarta: Yayasan Kanisius, 1984.
- Mulyana, Deddy dan Idi Subandi Ibrahim. *Bercinta dengan Televisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1997.
- Noor, Farid Ma'ruf. *Dinamika dan Akhlak Dakwah*. Surabaya: Bina Ilmu, 1991.
- Rogers and D. Lawrence Kincaid. *Communication Network: Towards a New Paradigma for Research*. New York: Free Press, 1981.
- Scheidel, Thomas M. *Speech Communication and Human Interaction*, ed. 2. Glenville: Scott, Foresman & Co., 1976.
- Shaleh, Qamaruddin et al.. *Asbabun Nuzul Latar Belakang Historis Turunnya Ayat-ayat Alquran*, cet. 13. Bandung: Diponegoro, 1991.
- Shihab, M. Quraish. *Tafsir AlQuran al-Karim Tafsir atas Surat-surat Pendek Berdasarkan Urutan Turunnya Wahyu*. Bandung: Pustaka Hidayah, 1997.
- Siddiq, Syamsuri. *Dakwah dan Teknik Berkhutbah*. Bandung: al-Ma'arif, 1981.
- Tasmara, Toto. *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Bumi Aksara, 1991.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, ed. 3 cet. 3. Jakarta: Balai Pustaka, 2005.
- Tofler, Alfin. *The Third Wave*. New York: William Marrow & Co., 1980.
- Ya'cub, Hamzah. *Etika Islam Pembinaan Akhlakulkarimah: Suatu Pengantar*, cet.7. Bandung: Diponegoro, 1996.