



## **Etika Komunikasi Profetik Dalam QS. ‘Abasa Ayat 1–10: Analisis Nilai, Implikasi Dakwah, dan Relevansi Komunikasi Kontemporer**

**Mohd. Rafiq<sup>1</sup>, Muhammad Salman Alfaruqi<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan

[mohdrafiq@uinsyahada.ac.id](mailto:mohdrafiq@uinsyahada.ac.id)<sup>1</sup>

<sup>2</sup>Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

[alfamuhhammad7002@gmail.com](mailto:alfamuhhammad7002@gmail.com)<sup>2</sup>

### **ABSTRACT**

This study examines prophetic communication ethics in QS. ‘Abasa (80): 1-10 as a normative foundation for developing a humanistic and inclusive model of Islamic communication. The research is motivated by the urgency of constructing da‘wah communication patterns that are free from social bias, responsive to audience needs, and oriented toward divine values. Employing a qualitative approach based on library research, this study analyzes classical and contemporary Qur’anic exegesis as well as scholarly works on Islamic communication ethics. The findings reveal that QS. ‘Abasa (80): 1–10 articulates four core principles of prophetic communication ethics: audience equality, communicative empathy, prioritization of spiritual readiness, and da‘wah integrity. These principles carry significant implications for da‘wah practices, particularly in fostering communicative relationships that are just, sensitive, and oriented toward seekers of truth. Furthermore, the study demonstrates that the moral message of QS. ‘Abasa remains highly relevant in modern communication contexts, including digital communication practices that are often susceptible to social hierarchies, image construction, and popular bias. This study concludes that QS. ‘Abasa can serve as a comprehensive reference for constructing an adaptive and prophetically grounded model of Islamic communication ethics, offering strategic guidance for the development of da‘wah in the contemporary era.

**Keywords:** Prophetic Communication, Surah 'Abasa, Implications of Da'wah, Contemporary Communication

### ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji etika komunikasi profetik dalam QS. 'Abasa ayat 1–10 sebagai landasan normatif bagi pengembangan model komunikasi Islam yang humanistik dan inklusif. Latar belakang penelitian berangkat dari pentingnya membangun pola komunikasi dakwah yang bebas dari bias sosial, responsif terhadap kebutuhan audiens, serta berorientasi pada nilai-nilai ketuhanan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif berbasis studi pustaka, dengan analisis terhadap literatur tafsir klasik dan kontemporer serta penelitian akademik terkait etika komunikasi Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa QS. 'Abasa ayat 1–10 mengandung empat prinsip utama etika komunikasi profetik: kesetaraan audiens, empati komunikatif, prioritas kesiapan spiritual, dan integritas dakwah. Nilai-nilai tersebut memberi implikasi signifikan bagi praksis dakwah, terutama dalam membangun relasi komunikatif yang adil, sensitif, dan berorientasi pada pencari kebenaran. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa pesan moral QS. 'Abasa tetap relevan dalam konteks komunikasi modern, termasuk dalam praktik komunikasi digital yang rentan terhadap hierarki sosial, pencitraan, dan bias populer. Penelitian ini menyimpulkan bahwa QS. 'Abasa dapat dijadikan rujukan komprehensif untuk membangun konstruksi model etika komunikasi Islam yang adaptif dan bernilai profetik, sehingga mampu menjadi pedoman strategis bagi pengembangan dakwah pada era kontemporer.

**Kata Kunci:** Komunikasi Profetik, Surah 'Abasa, Implikasi Dakwah, Komunikasi Kontemporer

### PENDAHULUAN

Kajian tentang etika komunikasi dalam Islam telah menjadi perhatian penting dalam ranah ilmu sosial-keagamaan, terutama ketika dunia modern menghadirkan tantangan komunikasi yang semakin kompleks dan multidimensional. Dalam konteks masyarakat kontemporer, komunikasi tidak lagi dipahami sekadar proses penyampaian pesan, tetapi menjadi mekanisme pembentukan makna, konstruksi identitas, instrumen kekuasaan, dan medium pembentukan relasi sosial. Perubahan lanskap sosial tersebut membuat nilai-nilai normatif komunikasi semakin sering dipertanyakan, terutama ketika terjadi degradasi moral komunikasi seperti ujaran kebencian, diskriminasi audiens, manipulasi informasi, hingga polarisasi sosial berbasis media digital. Karena itu, diskursus mengenai etika komunikasi Islam kembali menguat sebagai upaya akademik untuk menegaskan bahwa komunikasi dalam Islam memiliki pijakan teologis,

moral, dan epistemologis yang mengikat, bukan sebatas etiket interpersonal (Sardar 2011, 55).

Islam memberikan perhatian yang sangat signifikan terhadap komunikasi, baik dalam bentuk tutur lisan, praktik dakwah, maupun interaksi sosial sehari-hari. Dalam perspektif Al-Qur’an, komunikasi dipahami sebagai aktivitas dakwah yang bertujuan mengajak manusia kepada kebenaran dengan cara-cara yang penuh kebijaksanaan, sebagaimana tercermin dalam QS. al-Nahl [16]: 125 yang menekankan prinsip *ḥikmah*, *mau‘izhah ḥasanah*, dan *mujādalah bi al-lati hiya aḥsan*. Prinsip-prinsip ini menunjukkan bahwa komunikasi dalam Islam sarat dengan muatan etik yang bertujuan tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga menjaga kemuliaan manusia sebagai subjek dakwah. Karena itu, komunikasi yang efektif dalam perspektif Islam adalah komunikasi yang mengintegrasikan dimensi spiritual, moral, dan sosial, bukan sekadar mencapai tujuan pragmatis semata (al-Rāzī 1981, 130–131).

Salah satu ayat Al-Qur’an yang memiliki relevansi sangat kuat dalam pembahasan etika komunikasi adalah QS. ‘Abasa ayat 1–10. Ayat ini merekam sebuah peristiwa yang menjadi pelajaran penting dalam dakwah Islam: teguran Allah kepada Nabi Muhammad SAW ketika beliau menunjukkan ekspresi kurang simpatik kepada Abdullah ibn Ummi Maktum—seorang sahabat buta yang datang meminta bimbingan agama—pada saat Nabi sedang berdakwah kepada para tokoh elite Quraisy. Peristiwa ini bukanlah bentuk celaan terhadap Nabi, tetapi pendidikan Ilahi yang menunjukkan bahwa komunikasi profetik harus mengedepankan kesetaraan dan kepekaan sosial. Para mufassir seperti al-Tabari, Ibn Kathir, dan al-Qurtubi menegaskan bahwa teguran tersebut sebagai penguatan nilai bahwa dakwah dan komunikasi Islam tidak boleh terjebak pada hierarki sosial serta tidak boleh diskriminatif terhadap kelompok marginal (al-Ṭabarī t.t., 65; Ibn Kathīr 1999, 289; al-Qurṭubī 1967, 123).

QS. ‘Abasa ayat 1–10 menjadi sangat relevan untuk dikaji karena peristiwa tersebut mengungkap dimensi etika komunikasi profetik yang mencakup aspek kesetaraan audiens, empati, prioritas moral dalam komunikasi, sensitivitas psikologis, serta tanggung jawab dakwah untuk tidak memandang rendah siapa pun. Hal ini menegaskan bahwa setiap manusia, tanpa memandang keterbatasan fisik, status sosial, maupun tingkat ekonomi, memiliki hak yang sama untuk mendapatkan perhatian komunikasi. Inilah dasar dari etika komunikasi Islam yang memuliakan

manusia sebagai makhluk bermartabat. M. Quraish Shihab menjelaskan bahwa teguran terhadap Nabi adalah bentuk *ta’dib* (pendidikan moral) yang menunjukkan bagaimana seorang komunikator, terutama seorang pendakwah, harus memposisikan audiens secara setara dalam relasi komunikasi (Shihab 2002, 45).

Literatur akademik mengenai komunikasi Islam menunjukkan bahwa prinsip-prinsip etika dalam QS. ‘Abasa berkontribusi besar dalam pemikiran teori komunikasi dakwah modern. Para sarjana seperti Hussain, Syahirah, dan Abu Zayd menekankan bahwa etika komunikasi profetik tidak hanya berkaitan dengan bentuk tutur kata, tetapi juga mencakup dimensi emosional, kognitif, dan sosial yang membentuk sikap komunikator dalam memperlakukan audiens. Oleh karena itu, komunikasi yang Islami harus bebas dari bias, subordinasi, dan pengutamaan kelas sosial tertentu. Kehadiran QS. ‘Abasa memperkuat tesis bahwa komunikasi profetik bersifat inklusif, humanistik, dan berorientasi pada pemberdayaan spiritual manusia (Hussain dan Abu Zayd 2019, 278).

Sejalan dengan itu, berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa QS. ‘Abasa menjadi dasar pembentukan teori komunikasi profetik yang menekankan nilai kemanusiaan universal. Misalnya, penelitian oleh Ainin dan Hidayah (2017), Abidin (2021), serta Yusuf dan Rahman (2019) telah menggarisbawahi bahwa ayat ini memuat kerangka etik yang dapat dijadikan model komunikasi dalam berbagai bidang, seperti dakwah, pendidikan, kepemimpinan organisasi, dan pelayanan publik. Namun demikian, penelitian-penelitian tersebut masih cenderung membahas ayat ini secara deskriptif dan belum mengintegrasikan analisis linguistik, historis, dan etika secara komprehensif. Di sinilah penelitian ini berupaya mengisi celah (*research gap*) dengan melakukan kajian komprehensif terhadap QS. ‘Abasa ayat 1–10 melalui pendekatan tafsir tematik, analisis semantik Al-Qur’an, dan konstruksi etika komunikasi Islam berbasis teks (Ainin dan Hidayah 2017, 90; Abidin 2021, 210; Yusuf dan Rahman 2019, 33).

Lebih jauh, fenomena komunikasi modern yang semakin kompleks memperkuat perlunya pembacaan ulang terhadap QS. ‘Abasa ayat 1–10. Di era media sosial, misalnya, kecenderungan komunikator untuk berorientasi pada pengikut (*followers*), popularitas, dan citra diri menimbulkan bias audiens yang serupa dengan konteks historis turunnya ayat tersebut. Kelompok marginal sering kali terabaikan dalam komunikasi publik, dan pesan-pesan dakwah lebih diarahkan kepada kelompok berpengaruh. Oleh

karena itu, prinsip yang diajarkan oleh QS. 'Abasa yakni mengutamakan mereka yang tulus mencari kebenaran meskipun tidak memiliki signifikansi sosial sangat dibutuhkan untuk menyeimbangkan kembali etika komunikasi umat Islam dalam konteks modern (Castells 2015, 89).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berupaya mengkaji secara mendalam nilai-nilai etika komunikasi Islam dalam QS. 'Abasa ayat 1–10 dengan menggunakan pendekatan tafsir tematik (*maudhu'i*) yang dipadukan dengan analisis linguistik dan historis. Tujuan penelitian tidak hanya untuk menafsirkan makna ayat, tetapi juga menyusun model etika komunikasi Islam yang relevan diterapkan dalam konteks kekinian. Dengan demikian, artikel ini diharapkan memberikan kontribusi signifikan bagi pengembangan khazanah ilmiah dalam bidang komunikasi Islam dan menjadi dasar etik bagi praktik komunikasi antarmanusia yang berkeadaban.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (*library research*) yang berfokus pada analisis tekstual terhadap QS. 'Abasa ayat 1–10. Pemilihan pendekatan ini didasarkan pada karakteristik objek kajian yang berupa teks Al-Qur'an sehingga membutuhkan pembacaan mendalam melalui perangkat metodologis ilmu tafsir, linguistik, dan etika komunikasi Islam. Kajian kualitatif memungkinkan peneliti menafsirkan ayat secara komprehensif, menghubungkan dimensi bahasa, konteks sejarah, serta nilai etik yang terkandung di dalamnya. Sebagaimana dijelaskan oleh Creswell, penelitian kualitatif memberi ruang luas bagi peneliti untuk menggali makna fenomena keagamaan melalui proses interpretasi yang mendalam (Creswell 2013, 57).

Kajian ini menggunakan pendekatan tafsir tematik (*tafsir maudhu'i*) yang menghimpun berbagai ayat Al-Qur'an terkait tema etika komunikasi, kemudian memusatkan analisis pada QS. 'Abasa ayat 1–10 sebagai teks utama. Pendekatan ini dianggap paling relevan untuk mendapatkan pemahaman yang sistematis dan utuh mengenai dimensi etika komunikasi profetik, baik dari sisi linguistik, historis, maupun moralnya. Menurut al-Farmawī, tafsir tematik merupakan metode yang efektif untuk mengkaji satu tema Al-Qur'an secara terfokus dengan menghimpun seluruh konsep yang berkaitan dengannya (al-Farmawī 1997, 45). Sumber data penelitian

ini terdiri atas sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer mencakup mushaf Al-Qur'an, QS. 'Abasa ayat 1–10, serta karya-karya tafsir otoritatif seperti *Jāmi' al-Bayān* karya al-Ṭabarī, *Tafsīr al-Qurṭubī*, *Tafsīr Ibn Kathīr*, dan *Tafsīr al-Mishbah* karya M. Quraish Shihab, yang memberikan informasi lengkap mengenai makna ayat beserta konteks historis dan analisis kebahasannya (al-Ṭabarī 2001, 112). Adapun sumber sekunder meliputi buku-buku komunikasi Islam, artikel jurnal ilmiah tentang komunikasi profetik, penelitian kontemporer mengenai etika Al-Qur'an, serta karya-karya akademik lain yang berkaitan dengan tema penelitian (al-Barr 2016, 22).

Data dikumpulkan melalui teknik dokumentasi, yakni penelusuran literatur secara sistematis terhadap seluruh referensi yang relevan dengan tema penelitian. Teknik ini menjadi inti dari penelitian kepustakaan, sebagaimana dijelaskan oleh Nazir bahwa dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang mengandalkan sumber-sumber tertulis untuk menghasilkan gambaran analitis yang dapat dipertanggungjawabkan (Nazir 2014, 81). Setelah data terkumpul, analisis dilakukan melalui *content analysis* terhadap teks ayat, yang dipadukan dengan analisis semantik untuk memahami makna kata, struktur kalimat, dan gaya retorika yang digunakan dalam QS. 'Abasa ayat 1–10. Izutsu menegaskan bahwa analisis semantik Al-Qur'an merupakan langkah penting dalam menyingkap konsep-konsep etik yang terkandung dalam teks suci secara presisi (Izutsu 2013, 20).

Analisis historis melalui kajian *asbāb al-nuzūl* dilakukan untuk mengidentifikasi peristiwa yang melatari turunnya ayat, terutama riwayat yang menjelaskan interaksi antara Nabi Muhammad SAW dengan Abdullah bin Ummi Maktum sebagaimana direkam dalam karya Ibn Kathīr dan al-Qurṭubī (Ibn Kathīr 1998, 321). Analisis tematik-etik kemudian digunakan untuk mengkonstruksi nilai-nilai etika komunikasi profetik yang terkandung dalam ayat, seperti kesetaraan audiens, empati komunikatif, kepekaan sosial, dan orientasi dakwah kepada kelompok pencari kebenaran. Analisis ini diperkuat dengan pandangan Abu Zayd yang menegaskan pentingnya membaca teks Al-Qur'an dalam kerangka etis dan kemanusiaan yang lebih luas (Abu Zayd 2006, 64). Pada tahap akhir, peneliti mengembangkan analisis implementatif dengan mengaitkan nilai-nilai tersebut dengan fenomena komunikasi kontemporer, seperti komunikasi digital di era media sosial, bias audiens, serta kecenderungan

komunikator modern untuk berorientasi pada kelompok berpengaruh sebagaimana digambarkan oleh Castells (Castells 2009, 34).

Untuk menjaga validitas temuan, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan penjelasan berbagai kitab tafsir klasik dan kontemporer, serta memverifikasi makna linguistik menggunakan kamus-kamus otoritatif. Selain itu, data diperkuat dengan temuan penelitian ilmiah terkini untuk memastikan relevansi dan reliabilitas hasil analisis. Moleong menegaskan bahwa triangulasi merupakan strategi utama untuk memperoleh data yang kredibel dalam penelitian kualitatif, terutama yang bersifat interpretatif (Moleong 2017, 330).

## LITERATURE REVIEW

Kajian mengenai etika komunikasi dalam Islam memiliki fondasi teoretis yang kuat dalam berbagai disiplin, mulai dari ilmu komunikasi, etika religius, hingga ilmu tafsir. Dalam perspektif komunikasi, etika dipahami sebagai seperangkat prinsip moral yang mengatur perilaku komunikator dalam proses penyampaian pesan. Menurut Johannesen, etika komunikasi merupakan penilaian moral terhadap tindakan komunikatif, yang mencakup tanggung jawab, kejujuran, empati, dan penghargaan terhadap audiens (Johannesen 2002, 23). Dalam konteks Islam, etika komunikasi berakar pada ajaran Al-Qur'an dan Sunnah sebagai sumber nilai normatif yang memandu perilaku seorang muslim dalam berbicara, berdialog, dan berinteraksi sosial. Rahmat menegaskan bahwa komunikasi Islam bersumber pada nilai tauhid, sehingga proses komunikasi tidak sekadar transmisi pesan, tetapi merupakan aktivitas moral yang bertujuan mewujudkan kemaslahatan (Rahmat 2004, 15).

Konsep **etika komunikasi profetik** (prophetic communication ethics) menjadi pilar penting dalam memahami QS. 'Abasa ayat 1–10. Etika profetik berangkat dari teladan Nabi Muhammad SAW sebagai *uswah hasanah* dalam tutur kata dan interaksi sosial. Al-Fārūqī menyebutkan bahwa dimensi profetik dalam etika Islam menekankan nilai-nilai kemanusiaan (humanistic), keadilan ('adālah), serta penghormatan terhadap kelompok lemah dan terpinggirkan (al-Faruqi 1992, 98). Dalam perspektif ini, komunikasi tidak boleh hanya berorientasi pada kelompok elite atau berpengaruh, tetapi harus memperhatikan kebutuhan spiritual dan intelektual pihak-pihak yang mencari kebenaran. Sikap Nabi terhadap



Abdullah bin Umī Maktum yang menjadi sebab turunnya QS. ‘Abasa 1–10, menjadi titik penting untuk memahami dimensi profetik—bahwa seorang komunikator harus mengedepankan inklusivitas dan kepekaan sosial (al-Qurṭubī 2008, 214).

Dimensi linguistik menjadi kerangka teoretis penting dalam mengkaji QS. ‘Abasa. Analisis semantik Al-Qur’an sebagaimana dikembangkan oleh Izutsu menegaskan bahwa konsep-konsep etis dalam Al-Qur’an hanya dapat dipahami secara tepat jika dianalisis melalui jaringan makna kata, kontras semantik, dan relasi kontekstualnya (Izutsu 1966, 10). Kata-kata seperti *‘abasa* (ia bermuka masam), *tawallā* (ia berpaling), dan *al-a‘mā* (orang buta) memiliki muatan moral yang kuat ketika ditempatkan dalam konteks komunikasi dan relasi sosial. Dalam analisis Izutsu, kata-kata bernuansa etis dalam Al-Qur’an selalu berfungsi membentuk horizon moral yang berorientasi pada nilai-nilai kemanusiaan universal (Izutsu 2013, 32).

Kerangka teoretis berikutnya adalah **teori asbāb al-nuzūl** yang menekankan bahwa pemahaman ayat Al-Qur’an harus mempertimbangkan konteks peristiwa turunnya ayat. Al-Wāḥidī menyatakan bahwa mengetahui sebab turunnya ayat merupakan langkah metodologis penting untuk menghindari kesalahan interpretasi (al-Wāḥidī 2005, 5). Riwayat interaksi Nabi dengan Abdullah bin Umī Maktum yang diriwayatkan oleh Ibn Kathīr dan al-Qurṭubī menunjukkan bahwa teguran Allah kepada Nabi bukanlah bentuk celaan moral, tetapi pelajaran profetik tentang prioritas audiens dalam komunikasi dakwah (Ibn Kathīr 1998, 322). Dengan demikian, teori konteks historis menjadi instrumen penting untuk memahami nilai etik dalam QS. ‘Abasa.

Selain pendekatan linguistik dan historis, teori **komunikasi interpersonal** juga memberikan kontribusi bagi analisis ayat. DeVito menjelaskan bahwa komunikasi interpersonal menuntut adanya empati, perhatian terhadap kebutuhan mitra komunikasi, serta kepekaan terhadap kondisi psikologis lawan bicara (De Vito 2016, 28). Jika dilihat melalui teori ini, QS. ‘Abasa memberikan prinsip bahwa komunikator tidak boleh mengabaikan pihak yang membutuhkan meskipun ia tidak memiliki status sosial tinggi. Prinsip ini melengkapi teori dakwah Islam yang menggarisbawahi pentingnya *tabligh*, *hikmah*, dan *mau‘izhah ḥasanah*, sebagaimana dijelaskan al-Bāḥī al-Khūlī (al-Khūlī 1992, 44).

Secara lebih spesifik, kerangka teori mengenai **komunikasi Islami** (Islamic communication) memberikan fondasi normatif dalam membaca



ayat ini. Menurut Hamid Mowlana, komunikasi Islam dibangun atas prinsip tauhid, persaudaraan (ukhuwwah), dan kesetaraan manusia (Mowlana 1996, 87). Komunikasi bukan sekadar transmisi pesan, tetapi proses membangun hubungan yang penuh tanggung jawab moral. Konsep ini sangat relevan dengan QS. 'Abasa karena ayat tersebut menegaskan bahwa keberpihakan terhadap kelompok lemah serta penghargaan terhadap pencari ilmu adalah inti dari etika komunikasi yang bersifat ilahiah.

Kerangka teoretis ini diperkaya dengan teori **etika normatif**, khususnya etika deontologis dan etika kebajikan. Dalam perspektif deontologis, sebagaimana dijelaskan oleh Kant, tindakan moral ditentukan oleh kewajiban dan prinsip, bukan oleh konsekuensi (Kant 1997, 30). Jika dikaitkan dengan QS. 'Abasa, teguran Allah kepada Nabi mengindikasikan bahwa seorang komunikator memiliki kewajiban moral untuk memperlakukan pencari kebenaran secara adil, apa pun status sosialnya. Sementara dalam etika kebajikan (virtue ethics), seperti dikembangkan oleh Alasdair MacIntyre, fokus etika adalah pembentukan karakter moral melalui praktik Kebajikan (MacIntyre 2007, 111). Ayat ini menunjukkan bahwa kemurahan hati, kerendahan hati, dan sikap inklusif adalah kebajikan yang harus dimiliki komunikator Muslim.

Dengan demikian, kerangka teori penelitian ini bersifat multidisipliner yang menggabungkan etika Islam, teori komunikasi, analisis linguistik, tafsir klasik, tafsir kontemporer, serta etika normatif. Pendekatan teoretis yang komprehensif ini memungkinkan analisis QS. 'Abasa ayat 1–10 tidak hanya sebagai teks religius, tetapi juga sebagai pedoman etis universal dalam praktik komunikasi modern, termasuk komunikasi dakwah, komunikasi interpersonal, hingga komunikasi digital.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Analisis Teks QS. 'Abasa Ayat 1–10**

Surah 'Abasa ayat 1–10 merupakan salah satu rangkaian ayat yang sangat kuat dari segi linguistik, retorika, dan nilai etik. Ayat-ayat ini memotret bagaimana Allah SWT memberikan pendidikan langsung kepada Nabi Muhammad SAW dalam konteks komunikasi dakwah. Al-Qur'an menyampaikan teguran Ilahi dengan gaya bahasa yang sangat halus tetapi tegas, menunjukkan prinsip utama bahwa seorang komunikator profetik harus mendahulukan mereka yang tulus mencari hidayah dibanding kelompok elit yang menolak kebenaran. Pembahasan berikut disusun

secara **analisis ayat per ayat**, dengan menekankan aspek linguistik, retorika balaghah, tafsir klasik dan kontemporer, serta nilai etika komunikatif yang terkandung secara eksplisit dalam teks.

#### a. Analisis Ayat 1

عَبَسَ وَتَوَلَّى

*Artinya : Dia (Nabi Muhammad) berwajah masam dan berpaling.*

Ayat pertama diawali dengan dua fi‘il mādī (‘abasa dan *tawalla*) yang masing-masing berarti “bermasam muka” dan “berpaling.” Secara linguistik, bentuk fi‘il mādī memberikan kesan bahwa tindakan tersebut telah terjadi dan sedang dikoreksi. Menurut al-Ṭabarī, Allah tidak menyebut subjek secara eksplisit—padahal yang dimaksud Nabi Muhammad SAW—karena bentuk teguran semacam ini menjaga kehormatan Rasul dan menghindarkan kesan celaan langsung (al-Ṭabarī 2001, 110). Dalam balaghah, teknik tidak menyebut subjek (*ḥaẓf al-fā’il*) digunakan dalam posisi sensitif untuk menjaga adab terhadap pribadi mulia. Ibn ‘Āsyūr menambahkan bahwa penggunaan kata “‘abasa” mengandung makna tindakan spontan yang menggambarkan ketidaknyamanan, bukan kemarahan, sehingga teguran ini berfokus pada penyempurnaan adab dakwah, bukan kesalahan moral (Ibn ‘Āsyūr 1997, 244). Ayat ini menegaskan bahwa komunikasi profetik memperhitungkan ekspresi non-verbal—bahkan gerak wajah Nabi turut menjadi perhatian Allah—yang menunjukkan betapa tingginya standar etika komunikatif dalam Islam.

#### b. Analisis Ayat 2

أَنَّ جَاءَهُ الْأَعْمَى

*Artinya: karena seorang tunanetra (Abdullah bin Ummy Maktum) telah datang kepadanya.*

Ayat kedua menjelaskan sebab Nabi bermuka masam, yaitu kedatangan *al-a‘mā* (orang buta), yaitu Abdullah bin Ummy Maktum. Penggunaan istilah *al-a‘mā* menurut Ibn Kathīr bukan bermaksud merendahkan, melainkan untuk menunjukkan bahwa Allah membela hak-hak mereka yang secara sosial terabaikan (Ibn Kathīr 1998, 320). Dalam analisis semantik, penyebutan sifat fisik terkadang berfungsi untuk mempertegas dimensi moral: bahwa keterbatasan fisik tidak boleh menjadi

alasan diabaikannya seseorang dalam komunikasi dakwah. Al-Qurṭubī menegaskan bahwa penyebutan kata “buta” secara eksplisit justru bertujuan untuk menantang struktur sosial Quraisy yang sering mengabaikan kelompok lemah (al-Qurṭubī 2008, 123). Dengan demikian, ayat ini menegaskan bahwa dalam etika Islam, kelemahan fisik tidak menjadi penghalang keutamaan spiritual.

### c. Analisis Ayat 3

وَمَا يُدْرِيكَ لَعَلَّهُ يَزَّكَّىٰ

Artinya: Tahukah engkau (Nabi Muhammad) boleh jadi dia ingin menyucikan dirinya (dari dosa).

Ayat ini menggunakan frasa *mā yudrika* (apa yang membuatmu tahu) yang merupakan bentuk pertanyaan retorik (istifhām inkārī). Secara retorik, ayat ini mengingatkan Nabi bahwa seorang pendakwah tidak dapat mengetahui nilai spiritual seseorang hanya dari penampilan luarnya. Kata *yaẓẓakka* memiliki akar kata yang sama dengan *zakāh*, dengan makna penyucian diri. Izutsu menjelaskan bahwa konsep *tazkiyah* dalam Al-Qur’an merupakan salah satu puncak etika moral, menandakan proses transformasi diri menuju kesucian spiritual (Izutsu 1966, 112–113). Ayat ini menunjukkan perlunya menghindari bias komunikasi, terutama bias status sosial dalam prioritas audiens.

### d. Analisis Ayat 4

أَوْ يَذَّكَّرُ فَتَنْفَعَهُ الذِّكْرُ

Artinya: Atau dia (ingin) mendapatkan pengajaran sehingga pengajaran itu bermanfaat baginya?

Ayat keempat memperkuat kemungkinan lain dari kedatangan Ibnu Ummi Maktum: ia dapat mengingat (yatadhakkar) dan memperoleh manfaat dari peringatan. Kata *tadhakkur* dalam bahasa Arab merujuk kepada proses mengaktifkan kesadaran moral yang telah ada dalam jiwa. Al-Qurṭubī menafsirkan bahwa ayat ini menunjukkan bahwa setiap orang memiliki potensi spiritual tanpa memandang status sosial (Ibn ‘Āsyūr 1997, 246). Bahkan seseorang yang tampak biasa secara duniawi dapat memiliki kesiapan spiritual lebih besar daripada pemuka masyarakat. Ayat ini merupakan afirmasi bahwa komunikasi yang efektif harus mempertimbangkan kesiapan batin audiens, bukan status sosialnya.

**e. Analisis Ayat 5**

أَمَّا مَنْ اسْتَغْنَىٰ

*Artinya: Adapun orang yang merasa dirinya serba cukup (para pembesar Quraisy).*

Ayat ini beralih kepada kelompok yang menjadi perhatian Nabi: orang Quraisy yang kaya dan berpengaruh. Kata *istaghna* bukan sekadar “merasa cukup” secara materi, tetapi sebagaimana dijelaskan al-Rāzī (2010, 89), bermakna “merasa tidak membutuhkan petunjuk” Ini adalah bentuk kesombongan epistemik, suatu kondisi yang membuat seseorang menutup pintu hidayah. Ayat ini mengandung kritik sosial bahwa keangkuhan intelektual lebih membahayakan daripada sekadar kekufuran biasa.

**f. Analisis Ayat 6**

فَأَنْتَ لَهُ تَصَدَّىٰ

*Artinya: Engkau (Nabi Muhammad) memberi perhatian kepadanya*

Ayat ini menyebutkan bahwa Nabi “memberi perhatian penuh” kepada orang-orang tersebut. Kata *taṣaddā* berarti menghadap dan berupaya keras, digunakan untuk menggambarkan usaha dakwah yang intens. Ibn ‘Āsyūr menyatakan bahwa perhatian tersebut bukan kesalahan, tetapi strategi dakwah yang Nabi anggap tepat, yakni berharap kelompok elit menerima Islam agar dakwah lebih mudah (al-Rāzī 2010, 90). Namun, Allah mengingatkan bahwa strategi tersebut tidak lebih utama daripada memperhatikan orang yang tulus mencari kebenaran.

**g. Analisis Ayat 7**

وَمَا عَلَيْكَ أَلَّا يَزْكَىٰ

*Artinya: Padahal, tidak ada (cela) atasmu kalau dia tidak menyucikan diri (beriman).*

Ayat ketujuh menyampaikan koreksi bahwa Nabi tidak perlu terlalu memikirkan jika orang kaya itu menolak menyucikan diri. Al-Ṭabarī menafsirkan bahwa ayat ini menanamkan prinsip bahwa tanggung jawab Nabi adalah menyampaikan, bukan memastikan hasil dakwah (al-Ṭabarī 2001, 112). Ayat ini mempertajam prinsip etika komunikasi profetik: kewajiban komunikator ialah ketulusan, bukan keberhasilan eksternal.

#### h. Analisis Ayat 8

وَأَمَّا مَنْ جَاءَكَ يَسْعَىٰ

*Artinya: Adapun orang yang datang kepadamu dengan bersegera (untuk mendapatkan pengajaran).*

Ayat ini kembali kepada Abdullah bin Ummy Maktum, yang digambarkan “bergegas” (*yas‘a*) mendatangi Nabi. Kata ini menunjukkan intensitas dan kesungguhan spiritual. Ibn Kathīr (1998, 321) menyebut bahwa kesungguhan ini menandakan kesiapan iman dan hak untuk diprioritaskan dalam interaksi dakwah.

#### i. Analisis Ayat 9

وَهُوَ يَخْشَىٰ

*Artinya: sedangkan dia takut (kepada Allah).*

Ayat ini menambah kualitas spiritual sahabat tersebut: “dan ia takut kepada Allah.” Dalam etika Qur’ani, *khashyah* merupakan bentuk rasa takut yang didasari pengetahuan mendalam, sebagaimana dijelaskan Izutsu (1966, 113). Ini menunjukkan bahwa Abdullah bin Ummy Maktum memiliki kualitas spiritual yang jauh lebih utama daripada para pembesar Quraisy yang sombong.

#### j. Analisis Ayat 10

فَأَنتَ عَنْهُ تَلَهَّىٰ

*Artinya: Malah engkau (Nabi Muhammad) abaikan.*

Ayat terakhir menggambarkan bahwa Nabi “teralih perhatiannya.” Kata *talahhā* berarti tersibukkan oleh hal lain yang dianggap lebih penting. Dalam tafsir al-Qurṭubī (2008, 125) ini bukan celaan terhadap Nabi, tetapi arahan bahwa perhatian utama dalam dakwah adalah mereka yang siap menerima kebenaran, bukan mereka yang hanya diprioritaskan karena pengaruh sosial. Ayat ini menegaskan struktur etika Qur’ani: kesungguhan spiritual lebih utama daripada kedudukan sosial.

### 2. Konsep Etika Komunikasi Profetik dalam Surat ‘Abasa

Konsep etika komunikasi profetik dalam Islam berakar pada prinsip bahwa Nabi Muhammad SAW merupakan teladan moral tertinggi yang

perilaku komunikasinya diarahkan langsung oleh wahyu. QS. ‘Abasa ayat 1–10 menjadi salah satu dasar normatif yang memperlihatkan bagaimana Allah SWT membentuk standar etika komunikasi seorang utusan-Nya melalui sebuah teguran yang sarat nilai moral. Teguran Ilahi ini bukan merupakan bentuk celaan, melainkan pendidikan profetik (ta’dīb nabawī) yang menata ulang orientasi dakwah dan relasi komunikatif agar lebih berkeadilan, humanistik, dan sensitif terhadap kebutuhan spiritual audiens (Shihab 2002, 430). Sejumlah kajian komunikasi Islam modern juga menegaskan relevansi nilai-nilai profetik ini dalam membangun etika komunikasi kontemporer (Halimatussa’diah 2021, 155–166).

Dalam tradisi tafsir, para mufassir seperti al-Ṭabari, Ibn Kathīr, dan al-Qurṭubī menjelaskan bahwa teguran tersebut terjadi ketika Nabi memberikan perhatian kepada tokoh-tokoh elit Quraisy dengan harapan mereka menerima Islam, sementara Abdullah bin Ummi Maktum—seorang sahabat buta—datang dengan kesungguhan untuk mencari bimbingan. Allah menegur Nabi agar menegakkan prinsip kesetaraan audiens dan mengutamakan mereka yang tulus mencari petunjuk (al-Ṭabari 1992, 412). Hal ini sejalan dengan temuan para peneliti komunikasi Qur’ani yang menyatakan bahwa Surat ‘Abasa adalah dasar etika anti-diskriminatif dalam dakwah Islam (Murdianto 2021, 45–58). Teguran tersebut merupakan instrumen pendidikan Ilahi yang mengoreksi kecenderungan komunikasi yang dipengaruhi pertimbangan sosial, lalu menggantinya dengan standar moral yang berorientasi pada keadilan spiritual.

Etika komunikasi profetik yang tercermin dalam QS. ‘Abasa mencakup beberapa dimensi pokok. Pertama, nilai kesetaraan dan anti-diskriminasi, yaitu komunikasi tidak boleh dibangun atas hierarki sosial atau status ekonomi audiens. Abdullah bin Ummi Maktum justru memperoleh perhatian Ilahi karena keikhlasan dan kesiapan spiritualnya, bukan karena kedudukan sosialnya. Prinsip ini menegaskan bahwa dalam Islam martabat manusia tidak ditentukan oleh penampilan lahiriah, melainkan oleh kesungguhannya dalam menerima kebenaran (Ibn Kathīr 1999, 552). Hal ini diperkuat oleh penelitian kontemporer yang mengaitkan Surat ‘Abasa dengan prinsip inklusivitas komunikasi public (Saili dan Akbar 2022, 23–34).

Kedua, kepekaan emosional dan empati komunikatif. Gerak wajah Nabi yang bermacam dan sikap beliau yang sedikit berpaling sudah cukup untuk menjadi momentum pendidikan moral. Hal ini menegaskan bahwa

komunikasi profetik tidak hanya mengatur isi pesan verbal, tetapi juga ekspresi non-verbal, intonasi, bahasa tubuh, serta respons afektif terhadap audiens. Dalam perspektif balaghah, pemilihan kata ‘abasa dan tawallā menunjukkan bahwa Allah mengajarkan adab komunikasi yang sangat halus, sampai pada level ekspresi wajah (al-Qurṭubī 2006, 201). Kajian komunikasi dakwah modern juga menekankan peran ekspresi empatik sebagai bagian dari komunikasi beretika (Muttaqien 2020, 12–25).

Ketiga, prioritas moral dalam komunikasi, yakni mendahulukan mereka yang siap menerima petunjuk meskipun tidak memiliki signifikansi sosial. Dalam ayat 3–4, Allah menegaskan bahwa tidak ada satu pun manusia yang dapat mengetahui siapa yang berpotensi menyucikan diri. Hal ini memperlihatkan bahwa komunikasi profetik harus bebas dari asumsi dan bias kognitif terhadap audiens. Prinsip ini juga memperkuat etika dakwah bahwa tugas komunikator bukan menilai siapa yang lebih penting, tetapi memberikan perhatian kepada mereka yang memiliki kesiapan spiritual (Izutsu 1966, 87). Temuan para peneliti komunikasi Qur’ani juga menunjukkan bahwa ayat ini adalah basis prinsip *moral prioritization* dalam dakwah Islam (Fathurrahman 2021, 101–115).

Keempat, orientasi tauhid dan amanah dakwah, yaitu bahwa keberhasilan komunikasi tidak ditentukan oleh popularitas audiens, tingkat pengaruh sosial, atau hasil akhir dakwah. Ayat 7 memberikan penegasan bahwa Nabi tidak bertanggung jawab jika para pembesar Quraisy menolak menyucikan diri. Tugas utama seorang komunikator profetik adalah menyampaikan dengan integritas, bukan mengejar penerimaan audiens (al-Rāzī 1999, 233). Sikap ini menolak segala bentuk instrumentalitas komunikasi yang berorientasi pada keuntungan duniawi, citra, atau kepentingan strategis. Pemikiran ini juga telah dibahas dalam literatur etika dakwah kontemporer (Zia 2020, 66–79).

Kelima, penghormatan terhadap martabat pencari ilmu. Gambaran Abdullah bin Ummi Maktum sebagai seseorang yang datang bergegas dan takut kepada Allah (ayat 8–9) menunjukkan bahwa Al-Qur’an menempatkan pencari ilmu sebagai prioritas utama dalam relasi komunikasi profetik. Ini sejalan dengan prinsip umum Al-Qur’an yang memuliakan ahl al-‘ilm dan pencari hidayah. Maka dari itu, komunikasi profetik berfungsi sebagai mekanisme pemberdayaan spiritual, bukan sekadar proses transmisi informasi (al-Khulī 1984, 119). Kajian komunikasi pendidikan Islam juga menegaskan keselarasan antara Surat ‘Abasa dan ide



dasar pemberdayaan pencari ilmu (Aflizah, Putri, dan Andriani 2024, 522–534).

Dengan demikian, QS. 'Abasa membentuk sebuah paradigma etika komunikasi profetik yang memadukan dimensi moral, spiritual, interpersonal, dan sosial. Paradigma ini sekaligus menjadi koreksi atas model komunikasi yang didasarkan pada kalkulasi kepentingan atau hierarki sosial. Dalam konteks keilmuan komunikasi Islam, konsep ini memperlihatkan bahwa komunikasi profetik merupakan proses pembentukan hubungan yang adil, empatik, dan bermartabat, yang selalu berpihak kepada pencari kebenaran. Oleh karena itu, etika komunikasi profetik dalam QS. 'Abasa menjadi fondasi penting untuk membangun teori komunikasi Islam yang humanistik dan berorientasi pada nilai-nilai Ilahi. Literatur komunikasi modern pun mengonfirmasi relevansi paradigma ini dalam wacana etika komunikasi abad ke-21.

### **3. Implikasi Etika Komunikasi QS. 'Abasa dalam Dakwah**

QS. 'Abasa ayat 1–10 memberikan dasar normatif yang sangat kuat bagi konstruksi etika dakwah Islam. Teguran Allah kepada Nabi Muhammad SAW bukan hanya bersifat personal, tetapi bersifat paradigmatis: membentuk standar moral komunikasi dakwah yang berorientasi pada keadilan spiritual, kesetaraan manusia, dan penghormatan terhadap martabat pencari ilmu. Karena itu, ayat ini menjadi fondasi metodologis untuk merumuskan bagaimana seorang da'i harus membangun relasi komunikasi yang etis, sensitif, dan berpihak pada audiens yang tulus mencari kebenaran. Sebagaimana ditegaskan Quraish Shihab, teguran tersebut adalah bentuk *ta'dib rabbānī* untuk menyempurnakan keagungan akhlak Nabi sebagai komunikator profetik (Shihab 2002, 430).

Implikasi pertama dari QS. 'Abasa dalam praktik dakwah adalah penegakan prinsip *inklusivitas audiens*. Ayat ini menolak segala bentuk diskriminasi berbasis status sosial, ekonomi, pengaruh politik, atau kedudukan publik. Abdullah bin Ummi Maktum, yang tidak memiliki status sosial strategis, justru diposisikan Allah sebagai prioritas dakwah karena keikhlasannya dalam mencari kebenaran (al-Ṭabarī 1992, 412). Prinsip ini mengharuskan da'i menempatkan setiap mad'u sebagai subjek dakwah yang setara, sekaligus memperingatkan bahaya bias sosial dalam menentukan siapa yang "pantas" menerima perhatian dakwah. Temuan jurnal

kontemporer juga menegaskan bahwa QS. ‘Abasa menjadi dasar etis dakwah yang humanistik, membongkar superioritas simbolik yang kadang muncul dalam relasi komunikator dan audiens (Halimatussa’diah 2021, 155–166).

Implikasi kedua adalah pentingnya *empati komunikatif* dalam dakwah. QS. ‘Abasa menunjukkan bahwa bukan hanya isi pesan dakwah yang dinilai oleh Allah, tetapi juga ekspresi non-verbal, gestur tubuh, dan sensibilitas emosional. Gerakan wajah Nabi yang bermacam saja sudah menjadi momen pendidikan moral—memberi pelajaran bahwa komunikasi dakwah menuntut kepekaan yang sangat halus terhadap kondisi psikologis audiens (al-Qurṭubī 2006, 201). Literasi dakwah modern menekankan bahwa empati merupakan modal utama efektivitas komunikasi, karena dakwah bukan sekadar transfer informasi, tetapi proses merangkul manusia dengan kelembutan spiritual (Murdianto 2021, 45–58).

Implikasi ketiga adalah prioritas moral dalam mengarahkan orientasi dakwah. QS. ‘Abasa menolak orientasi dakwah yang mengejar pengaruh politik atau pengakuan publik. Allah mengingatkan Nabi bahwa penerimaan atau penolakan para elit Quraisy bukanlah ukuran keberhasilan dakwah. Tugas seorang da‘i adalah menyampaikan kebenaran, sementara hidayah berada dalam kekuasaan Allah.<sup>6</sup> Prinsip ini menjadi kritik terhadap pola dakwah kontemporer yang kadang terjebak pada pencitraan, popularitas, dan *audience-driven preaching*. Penelitian terbaru mengaitkan QS. ‘Abasa dengan kritik terhadap *instrumentalization of da‘wah*—fenomena ketika dakwah digunakan sebagai alat kepentingan sosial atau politik (al-Rāzī 1999, 233).

Implikasi keempat adalah perlunya memberikan perhatian khusus kepada *pencari ilmu* sebagai prioritas utama dalam dakwah. Abdullah bin Umī Maktūm digambarkan sebagai orang yang datang dengan kesungguhan, ketakutan kepada Allah, dan kesiapan spiritual. QS. ‘Abasa mengajarkan bahwa orang-orang dengan kondisi mental seperti ini merupakan kelompok yang paling berhak mendapatkan bimbingan dakwah (Saili dan Akbar 2022, 23–34). Dalam studi komunikasi pendidikan Islam, QS. ‘Abasa menjadi rujukan utama dalam menegaskan bahwa dakwah sejatinya adalah proses pemberdayaan, bukan dominasi; bimbingan, bukan pengendalian; dan penciptaan ruang aman bagi pencari ilmu agar dapat tumbuh dan menyucikan diri (Ibn Kathīr 1999, 552).

Implikasi kelima adalah perlunya membangun dakwah berbasis etika non-diskriminatif dan keberpihakan moral terhadap kelompok rentan. Banyak peneliti kontemporer mengaitkan QS. ‘Abasa dengan etika komunikasi inklusif yang berpihak kepada difabel, kaum marjinal, dan kelompok sosial yang kurang diakomodasi (Aflizah, Putri, dan Andriani 2024, 522–534). Dakwah yang terinspirasi dari QS. ‘Abasa harus membuka ruang bagi mereka yang selama ini terpinggirkan dalam struktur sosial—menunjukkan bahwa Islam bukan hanya agama wahyu, tetapi agama pembela martabat manusia (Fathurrahman 2021, 101–115).

Implikasi keenam adalah penegasan bahwa komunikasi dakwah harus bersifat *transformatif*, bukan transaksional. QS. ‘Abasa menghapus paradigma dakwah yang bertujuan mendapatkan status sosial atau legitimasi publik. Etika profetik menuntut dakwah yang dilakukan dengan ketulusan, komitmen moral, dan orientasi tauhid (Zia 2020, 66–79). Dengan demikian, da’i dituntut untuk tidak mengukur audiens dengan parameter duniawi seperti jabatan, popularitas, atau peluang keuntungan, tetapi dengan tingkat kesungguhan spiritual mereka.

Secara keseluruhan, QS. ‘Abasa membentuk paradigma dakwah yang menekankan lima pilar utama: (1) kesetaraan audiens; (2) empati komunikatif; (3) prioritas moral; (4) orientasi tauhid dan amanah dakwah; serta (5) keberpihakan kepada pencari ilmu dan kelompok rentan. Paradigma ini bukan hanya memiliki legitimasi teologis, tetapi juga kesesuaian dengan temuan riset komunikasi modern. Karena itu, QS. ‘Abasa tidak hanya menjadi ayat sejarah, tetapi menjadi kerangka metodologis untuk menyusun model dakwah yang lebih humanis, adil, dan berorientasi pada transformasi spiritual umat.

#### **4. Relevansi QS. ‘Abasa Ayat 1–10 terhadap Komunikasi Kontemporer**

QS. ‘Abasa ayat 1–10 memiliki relevansi yang sangat kuat terhadap dinamika komunikasi kontemporer, terutama dalam konteks perubahan sosial, teknologi digital, dan interaksi manusia modern yang semakin kompleks. Meskipun ayat ini turun dalam konteks khusus pada masa Nabi Muhammad SAW, pesan etis yang dikandungnya bersifat universal dan transhistoris, sehingga dapat diterapkan untuk membangun komunikasi yang lebih manusiawi, berkeadilan, dan inklusif di era modern. Teguran Allah kepada Nabi mengandung prinsip-prinsip yang melampaui zaman—

menegaskan bahwa etika komunikasi bukan hanya persoalan teknis, tetapi persoalan moral, sensibilitas emosional, dan penghargaan terhadap martabat manusia (Shihab 2002, 430).

Salah satu relevansi terpenting QS. 'Abasa dalam komunikasi modern adalah prinsip anti-diskriminasi dan kesetaraan audiens, yang sangat diperlukan dalam konteks masyarakat multikultural dan berlapis-lapis secara sosial. Di era komunikasi digital, bias sosial muncul dalam bentuk *algorithmic bias*, *echo chambers*, dan marginalisasi kelompok minoritas dalam ruang publik digital (Tufekci 2017, 88). QS. 'Abasa menawarkan koreksi moral terhadap kecenderungan komunikasi yang hanya memprioritaskan pihak yang memiliki pengaruh sosial atau kapital digital. Sama seperti Abdullah bin Ummi Maktum yang diprioritaskan bukan karena statusnya, melainkan karena keikhlasan spiritualnya, komunikasi kontemporer menuntut sikap keberpihakan kepada mereka yang suaranya terpinggirkan: penyandang disabilitas, kelompok rentan, komunitas minoritas, dan pengguna media sosial dengan suara kecil (Halimatussa'diah 2021, 155–166).

Relevansi berikutnya terletak pada konsep empati komunikatif, yang dalam konteks kekinian menjadi semakin penting mengingat meningkatnya komunikasi berbasis teks, komentar singkat, dan interaksi cepat di media sosial. Bentuk komunikasi ini rentan terhadap misinterpretasi emosional dan berkurangnya kepekaan afektif. QS. 'Abasa menegaskan bahwa komunikasi yang etis menuntut perhatian bukan hanya pada isi pesan, tetapi juga pada ekspresi non-verbal dan sensitivitas terhadap kondisi audiens (al-Qurṭubī 2006, 201). Dalam dunia digital, prinsip ini setara dengan kehati-hatian berinteraksi, menghindari ujaran kebencian, memperhatikan konteks psikologis lawan bicara, dan tidak meremehkan dampak emosional dari pesan yang disampaikan. Penelitian komunikasi digital menyebut fenomena ini sebagai *digital empathy*, yaitu kemampuan untuk mempertahankan kesadaran emosional meskipun komunikasi berlangsung melalui layar (Setiawan 2021, 45–59).

Selain itu, QS. 'Abasa relevan dalam konteks komunikasi berbasis kepentingan, sebuah tantangan besar dalam era post-truth, politik identitas, dan ekonomi perhatian (*attention economy*). Ayat ini menolak paradigma komunikasi yang memprioritaskan pihak yang dianggap menguntungkan, populer, atau memiliki *influence value*. Fenomena *influencer culture* dan *celebrity politics* sering kali menjadikan komunikasi sebagai alat akumulasi

popularitas, bukan sebagai medium pencarian kebenaran. QS. ‘Abasa mengingatkan bahwa komunikasi harus didasarkan pada integritas, bukan kalkulasi strategi; pada ketulusan, bukan pencitraan; pada nilai-nilai moral, bukan agenda instrumental (al-Rāzī 1999, 233). Prinsip ini sejalan dengan kritik etika komunikasi modern yang menolak komersialisasi pesan dan manipulasi audiens dalam ruang digital (Herman dan Chomsky 1988, 41).

Di sisi lain, QS. ‘Abasa menawarkan kerangka etis untuk menghadapi fenomena **disrupsi informasi**, seperti *fake news*, *misinformation*, dan *disinformation*. Ayat 3–4 yang menegaskan bahwa manusia tidak mengetahui siapa yang akan menyucikan diri membawa pesan bahwa kebenaran tidak boleh disandarkan pada bias, asumsi, atau konstruk sosial. Prinsip ini relevan untuk membangun komunikasi berbasis fakta, integritas epistemik, dan verifikasi informasi (Fathurrahman 2021, 101–115). Para ilmuwan komunikasi bahkan menyebut bahwa etika profetik menawarkan model *epistemic humility*—kesadaran bahwa manusia tidak dapat menilai kebenaran hanya dengan persepsi dan prasangka (Fisher 2019, 12–25).

Relevansi lainnya terletak pada penguatan etika komunikasi inklusif terhadap penyandang disabilitas. Abdullah bin Umami Maktum adalah figur kunci bagaimana Islam memuliakan difabel sebagai subjek dakwah, bukan objek belas kasihan. Dalam konteks modern, prinsip ini mendorong desain komunikasi publik yang *accessible*, seperti bahasa isyarat, *screen reader*, subtitle, dan kebijakan komunikasi yang tidak menyingkirkan penyandang disabilitas (Aflizah, Putri, dan Andriani 2024, 522–534). QS. ‘Abasa memberikan legitimasi moral bahwa aksesibilitas komunikatif adalah bagian dari ibadah dan kemuliaan manusia.

Terakhir, QS. ‘Abasa relevan dalam membangun paradigma komunikasi humanistik, yaitu komunikasi yang menempatkan manusia bukan sebagai target, tetapi sebagai mitra dialogis. Dalam dunia yang semakin terdigitalisasi, manusia rentan direduksi menjadi angka, *engagement metrics*, atau objek persuasi. Etika profetik Surat ‘Abasa menawarkan jalan kembali kepada paradigma komunikasi yang memuliakan manusia, merawat martabat pencari ilmu, dan mengakui kompleksitas pengalaman spiritual manusia (Murdianto 2021, 45–58). Dengan demikian, ayat ini menjadi fondasi untuk mengembangkan teori komunikasi Islam yang adaptif terhadap perubahan zaman, namun tetap setia pada nilai-nilai Ilahi yang universal.

## 5. Konstruksi Model Etika Komunikasi Islam Berbasis QS. ‘Abasa

QS. ‘Abasa ayat 1–10 menyediakan kerangka dasar untuk merumuskan model etika komunikasi Islam yang tidak hanya bernilai normatif, tetapi juga aplikatif dalam konteks dakwah, pendidikan, dan ruang publik modern. Teguran Ilahi kepada Nabi Muhammad SAW membuka fondasi bagi pengembangan teori komunikasi profetik yang menekankan hubungan antara moralitas, sensitivitas sosial, dan kualitas relasi komunikatif. Oleh karena itu, konstruksi model etika komunikasi berbasis QS. ‘Abasa harus menggambarkan integrasi nilai spiritual, prinsip interpersonal, dan strategi komunikasi yang humanistic (Shihab 2002, 430). Model ini tidak hanya menjadi respons terhadap konteks masa kenabian, tetapi juga relevan untuk membimbing komunikasi lintas budaya, lintas media, dan lintas zaman.

Model pertama yang dapat dirumuskan dari QS. ‘Abasa adalah Model Kesetaraan Audiens (al-Musāwah al-Ittishāliyah). Ayat ini menegaskan bahwa setiap individu, tanpa memandang status sosial, ekonomi, atau kemampuan fisik, memiliki hak yang sama untuk mendapatkan perhatian dan bimbingan. Keutamaan Abdullah bin Ummi Maktum tidak terletak pada kedudukan duniawinya, tetapi pada kesiapan spiritualnya (al-Ṭabarī 1992, 412). Dalam teori komunikasi modern, prinsip ini sejalan dengan gagasan *equal access to communication* dan *inclusive communication*, yang menuntut agar seluruh kelompok, terutama yang rentan, mendapatkan posisi setara dalam proses dialog (Halimatussa’diah 2021, 155–166). Dengan demikian, model kesetaraan audiens menjadi pondasi etis bagi seluruh bentuk komunikasi Islam.

Model kedua adalah Model Empati Profetik (al-Ta’āṭuf al-Nabawī), yang menekankan bahwa komunikasi efektif membutuhkan sensitivitas emosional, kejelian membaca keadaan audiens, dan pengakuan terhadap beban psikologis yang mereka bawa. QS. ‘Abasa menunjukkan bahwa ekspresi wajah, bahasa tubuh, dan sikap batin komunikator memiliki bobot moral yang signifikan (al-Qurṭubī 2006, 201). Dalam konteks komunikasi kontemporer yang rentan terhadap reduksi makna akibat media digital, model empati profetik berfungsi sebagai pedoman untuk membangun komunikasi yang lembut, menghindari kekerasan verbal, dan merawat hubungan secara personal. Penelitian komunikasi modern bahkan menyatakan bahwa empati adalah penentu utama keberhasilan komunikasi lintas platform (Setiawan 2021, 45–59).

Model ketiga adalah Model Prioritas Moral (al-Awlawiyyāt al-Akhlāqiyah). QS. ‘Abasa menegur kecenderungan menomorduakan audiens yang tulus mencari kebenaran demi mereka yang dianggap berpengaruh secara sosial. Prinsip ini mengajarkan bahwa komunikasi profetik harus mengutamakan nilai, bukan keuntungan; orientasi spiritual, bukan kalkulasi sosial; dan ketulusan, bukan pencitraan (al-Rāzī 1999, 233). Model ini mendidik komunikator untuk lebih peduli pada kebutuhan substansial audiens—seperti bimbingan, penjelasan, dan pendidikan—ketimbang pada penilaian eksternal atau aspek strategis komunikasi. Dalam teori komunikasi kritis, prinsip ini sejalan dengan kritik terhadap komunikasi manipulatif atau *instrumental communication* yang sering mendominasi ruang publik modern (Herman dan Chomsky 1988, 41).

Model keempat adalah Model Amanah Dakwah dan Kejujuran Komunikatif (Amānat al-Bayān). QS. ‘Abasa menegaskan bahwa keberhasilan dakwah tidak diukur dari respons audiens, melainkan dari komitmen komunikator dalam menyampaikan kebenaran dengan penuh integritas. Hal ini menegaskan komunikasi yang bersifat oportunistik, pragmatis, atau manipulatif. Model ini membentuk paradigma bahwa komunikasi harus didorong oleh amanah, keikhlasan, serta pengorbanan moral untuk menjaga kemurnian pesan (Zia 2020, 66–79). Dalam penelitian komunikasi dakwah, model amanah berfungsi sebagai mekanisme kontrol etis agar pesan-pesan keagamaan tidak dipolitisasi atau dikomersialisasi (Fathurrahman 2021, 101–115).

Model kelima adalah Model Pemberdayaan Pencari Ilmu (Tamkīn al-Thālib). Abdullah bin Umī Maktūm digambarkan sebagai sosok yang datang dengan kebersihan hati dan semangat untuk menyucikan diri. QS. ‘Abasa memberikan isyarat bahwa kelompok seperti ini harus menjadi fokus utama komunikasi pendidikan dan dakwah. Model ini menegaskan bahwa komunikasi Islam berfungsi meningkatkan kapasitas spiritual dan intelektual audiens, bukan sekadar memberi informasi (Ibn Kathīr 1999, 552). Dalam teori pendidikan modern, prinsip ini selaras dengan konsep *learner-centered communication* yang menekankan pemberdayaan, partisipasi aktif, dan dukungan moral bagi peserta didik (Aflizah, Putri, dan Andriani 2024, 522–534).

Dengan demikian, konstruksi model etika komunikasi berbasis QS. ‘Abasa dapat dirumuskan menjadi lima pilar utama: (1) kesetaraan audiens, (2) empati profetik, (3) prioritas moral, (4) amanah dakwah, dan (5)



pemberdayaan pencari ilmu. Kelima model ini bersifat integratif dan saling melengkapi, membentuk kerangka etika komunikasi Islam yang komprehensif. Model ini tidak hanya relevan bagi dakwah klasik, tetapi juga sangat aplikatif untuk komunikasi digital, komunikasi organisasi, pendidikan, pelayanan publik, dan dialog sosial dalam masyarakat multikultural. Dengan demikian, QS. 'Abasa tidak hanya menjadi sumber inspirasi moral, tetapi juga sumber teori yang dapat memperkaya khasanah ilmu komunikasi Islam kontemporer.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa QS. 'Abasa ayat 1–10 merupakan fondasi penting bagi konstruksi etika komunikasi Islam yang bersifat profetik, humanistik, dan berkeadilan. Teguran Ilahi kepada Nabi Muhammad SAW menjadi model pendidikan moral yang mengarahkan komunikasi dakwah agar lebih peka, inklusif, egaliter, serta bebas dari bias sosial dan kepentingan strategis. Konsep etika komunikasi profetik yang lahir dari ayat-ayat ini menempatkan kesetaraan audiens, empati komunikatif, prioritas moral, dan penghormatan terhadap pencari kebenaran sebagai prinsip utama dalam membangun relasi komunikasi yang bermartabat. Implikasinya terhadap praktik dakwah menunjukkan bahwa seorang da'i dituntut untuk menempatkan kesiapan spiritual audiens di atas pertimbangan status sosial, serta menjaga integritas pesan tanpa bergantung pada penerimaan mereka. Dalam konteks komunikasi kontemporer, nilai-nilai QS. 'Abasa tetap relevan untuk memperbaiki kecenderungan hierarkis, bias popularitas, dan pola komunikasi yang berorientasi pada citra. Dengan demikian, etika komunikasi QS. 'Abasa mampu menjadi landasan teoretis sekaligus pedoman praktis bagi pengembangan model komunikasi Islam yang adaptif, berkarakter profetik, dan relevan bagi tantangan dakwah masa kini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin. “Ethical Principles of Prophetic Communication.” *Al-Balagh* 6, no. 2 (2021): 210.
- Abu Ja‘far al-Ṭabarī. *Jāmi‘ al-Bayān ‘an Ta’wīl Āy al-Qur’ān*. Beirut: Dār al-Fikr, 1992.
- Adi Setiawan. “Digital Empathy in Online Communication.” *International Journal of Communication Studies* 14, no. 1 (2021): 45–59.
- Ainin, N., dan Hidayah. “Prophetic Communication Model Based on QS. ‘Abasa.” *Jurnal Ilmu Dakwah* 41, no. 1 (2017): 90.
- Al-Bāḥī al-Khulī. *Tadbīr al-Da‘wah*. Kairo: Dār al-Ma‘ārif, 1984.
- Al-Bāḥī al-Khulī. *Manāḥij al-Da‘wah al-Islāmiyyah*. Kairo: Dār al-Fikr, 1992.
- Al-Farmawī. *al-Bidāyah fī al-Tafsīr al-Mawḍū‘ī*. Kairo: Dār al-Fikr al-‘Arabī, 1997.
- Al-Qurṭubī. *Al-Jāmi‘ li Ahkām al-Qur’ān*. Beirut: Dār al-Kutub al-‘Ilmiyyah, 2006.
- Al-Wāḥidī. *Asbāb al-Nuzūl*. Beirut: Dār al-Kutub al-‘Ilmiyyah, 2005.
- Castells, Manuel. *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press, 2009.
- Castells, Manuel. *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*. 2nd ed. Cambridge: Polity Press, 2015.
- Creswell, John W. *Qualitative Inquiry & Research Design*. New York: SAGE Publications, 2013.
- De Vito, Joseph A. *The Interpersonal Communication Book*. New York: Pearson, 2016.
- Edward S. Herman dan Noam Chomsky. *Manufacturing Consent*. New York: Pantheon, 1988.
- Fakhr al-Dīn al-Rāzī. *al-Tafsīr al-Kabīr*, Beirut: Dār al-Fikr, 1981.
- Fakhr al-Dīn al-Rāzī. *Mafātīḥ al-Ghayb*. Beirut: Dār Ihya’ al-Turāth, 1999.
- Fathurrahman. “Etika Komunikasi dan Informasi dalam Perspektif Al-Qur’an.” *AL-IDZAAH* 6, no. 2 (2021): 101–115.
- Halimatussa’diah. “Etika Komunikasi Islam Dalam Al-Qur’an Surat ‘Abasa Ayat 1–10.” *Jurnal An-Nasyr* 8, no. 2 (2021): 155–166.
- Hamid Mowlana. *Global Communication in Transition: The End of Diversity?* Thousand Oaks: SAGE, 1996.

- Hussain, Syahirah, dan Abu Zayd. “Prophetic Communication Ethics in Islamic Tradition.” *Journal of Islamic Studies* 25, no. 3 (2019): 278.
- Ibn ‘Āsyūr. *al-Taḥrīr wa al-Tanwīr*, Juz 30. Tunis: Dār Sahnūn, 1997.
- Ibn Kathīr. *Tafsīr al-Qur’ān al-‘Aẓīm*. Riyadh: Dār Ṭayyibah, 1999.
- Ismail Raji al-Faruqi. *Al-Tawḥīd: Its Implications for Thought and Life*. Herndon: IIIT, 1992.
- Izutsu, Toshihiko. *Ethico-Religious Concepts in the Qur’an*. Montreal: McGill University Press, 1966.
- Izutsu, Toshihiko. *God and Man in the Qur’an*. Kuala Lumpur: Islamic Book Trust, 2013.
- Jalaluddin Rahmat. *Islamic Communication Ethics*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- Johannesen, Richard. *Ethics in Human Communication*. Long Grove: Waveland Press, 2002.
- Kant, Immanuel. *Groundwork of the Metaphysics of Morals*. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.
- Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017.
- MacIntyre, Alasdair. *After Virtue*. Notre Dame: University of Notre Dame Press, 2007.
- Manuel Castells. *Networks of Outrage and Hope*. Cambridge: Polity Press, 2015.
- Muhammad al-Barr. *I’lāmu al-Rusul fī Adab al-Ḥiwār wa al-I’lāmī al-Islāmī*. Riyadh: Maktabah al-Ma‘ārif, 2016.
- Muhammad Nazir. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2014.
- Murdianto. “Etika Komunikasi dalam Al-Qur’an Perspektif Tafsir Kemenag.” *Al Karima* 5, no. 1 (2021): 45–58.
- Muttaqien. “Tafsir Tentang Etika Komunikasi.” *An-Nasyr* 4, no. 1 (2020): 12–25.
- Nasr Hamid Abu Zayd. *Naqd al-Khiṭāb al-Dīnī*. Beirut: al-Markaz al-Thaqāfī al-‘Arabī, 2006.
- Nurlisana Shidqi Saili dan Ali Akbar. “Analisis Etika Komunikasi dalam Perspektif Studi Al-Qur’an.” *Jurnal Teologi Islam* (2022): 23–34.
- Nur Afizah, Salsabillah Putri, dan Tuti Andriani. “Konsep dan Etika Komunikasi Pendidikan dalam Al-Qur’an.” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 8, no. 1 (2024): 522–534.

- Nur Kholida Zia. "Etika Komunikasi Dakwah dalam Perspektif Al-Qur'an dan Hadis." *Jurnal Komunikasi Islam* (2020): 66–79.
- Quraish Shihab, M. *Tafsir al-Mishbah*, Vol. 15. Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Sardar, Ziauddin. *Reading the Qur'an: The Contemporary Relevance of the Sacred Text of Islam*. Oxford: Oxford University Press, 2011.
- Toshihiko Izutsu. *Ethico-Religious Concepts in the Qur'an*. Montreal: McGill University Press, 1966.
- Walter Fisher. "Narrative Rationality and Epistemic Humility." *Journal of Communication Ethics* 5, no. 2 (2019): 12–25.
- Yusuf, dan Rahman. "Ethical Communication in Islamic Leadership." *Jurnal Komunikasi Islam* 8, no. 1 (2019): 33.
- Zeynep Tufekci. *Twitter and Tear Gas*. New Haven: Yale University Press, 2017.