

**DEFINISI DAKWAH ISLAMIYYAH DITINJAU
DARI PERSPEKTIF KONSEP KOMUNIKASI
KONVERGENSI KATHERINE MILLER**

Oleh: Rosidah¹

Abstrak

Komunikasi bagian dari dakwah. Cara pengkomunikasian dakwah akan sangat dipengaruhi oleh bagaimana seorang da'i mendefinisikan dakwah itu sendiri. Para ahli mencoba mengemukakan sejumlah definisi tentang dakwah yang disandarkan pada al-Quran dan juga al-Hadits. Namun nampaknya sampai saat ini definisi tersebut belum sepenuhnya difahami oleh para pelaku dakwah. Sehingga kegagalan akibat bias dari kesalahan mendefinisikan dakwah ini kerap terjadi. Jika mengacu pada pernyataan awal diatas, sebenarnya definisi dakwah sangat sinergis dengan definisi komunikasi konvergensi yang dikemukakan Miller. Karena dakwah adalah komunikasi, maka definisi komunikasi konvergensi bisa diasumsikan sebagai definisi dakwah.

Persoalannya adalah bagaimana definisi dakwah menurut teori komunikasi konvergensi, seperti apa teori komunikasi konvergensi dapat dipraktikkan dalam dunia dakwah, serta sejauh mana pengaruhnya bilkhusus pada mad'u (sasaran dakwah). Dengan mengacu pada definisi komunikasi konvergensi kesalahan pendefinisian dakwah bisa dieliminir, karena secara substansial definisi dakwah menurut komunikasi konvergensi sangat sejalan definisi-definisi dakwah yang sudah ada.

*Teori primer yang digunakan dalam tulisan ini adalah mengacu pada definisi komunikasi konvergensi menurut Katherine Miller dalam bukunya *Communication Theoris: Perspectives, Processes, and Contexts*, yang mengemukakan bahwa komunikasi adalah sebagai sebuah proses.*

Dari teori primer diatas, sebagai pengembangan makalah ini penulis mengeksplor dan mengembangkan point-point selanjutnya, yakni komunikasi transaksi dan komunikasi sebagai simbol. Dari teori lanjutan ini definisi dakwah semakin berkembang karena pada tataran ini dakwah sudah semakin luas pemaknaannya.

¹ Dosen Fakultas FTK IAIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, email: rosyida_21@yahoo.com

Dalam Komunikasi konvergensi yang dikembangkan Miller ini banyak hal yang sebetulnya sangat ideal jika dihubungkan dengan realitas dakwah dewasa ini. Jika Miller menyatakan bahwa komunikasi adalah proses begitu juga dengan dakwah seharusnya dipandang sebagai sebuah proses yang membutuhkan space and time untuk sampai pada tujuan dakwah. Kemudian dakwah juga adalah transaksi dan simbol. Artinya bahwa makna dakwah juga begitu luas karena melibatkan tidak hanya da'i tetapi elemen yang lainnya, dan kegiatan dakwah ini juga bisa bersifat verbal ataupun non verbal, yang pada prakteknya mengandung pengertian bahwa dakwah bisa mencakup dakwah bil-lisan juga dakwah bil-hal.

Secara umum teori komunikasi konvergensi sejalan dengan definisi dakwah yang sudah ada. Paper ini bersifat antitesis-sintesis namun pada porsinya lebih kepada sintesis, yang mencoba mengelaborasi teori yang sudah umum dengan teori komunikasi Miller dalam mendefinisikan dakwah.

Keywords: *Definisi dakwah, Komunikasi Konvergensi, Dakwah bil hal, Dakwah bil lisan*

Pendahuluan

Dakwah dan komunikasi bagaikan dua sisi mata uang yang tidak bisa dipisahkan satu dengan yang lainnya. Islam adalah agama dakwah artinya agama yang selalu mendorong pemeluknya untuk senantiasa melakukan kegiatan dakwah. Kesuksesan sebuah kegiatan dakwah akan sangat bergantung pada bagaimana seorang da'i mengkomunikasikan dakwah tersebut. Sedang cara mengkomunikasikan ini juga akan sangat dipengaruhi oleh bagaimana seorang da'i mendefinisikan dakwah itu sendiri. Tidak sedikit kasus yang terjadi di lapangan mengindikasikan adanya kegagalan sebuah proses dakwah dikarenakan pengkomunikasian yang kurang tepat sebagai akibat dari pendefinisian dakwah yang tidak tepat juga. Walaupun itu tidak bisa dikatakan sebuah kegagalan, acap kali hasil yang dicapai para da'i dalam dakwahnya dirasa kurang mengena pada sasaran, tidak sesuai dengan yang diharapkan.

Pendeknya, pemahaman yang benar mengenai definisi dakwah bagi seorang da'i, akan berpengaruh pada cara pengkomunikasian dakwah baik verbal maupun non verbal. Untuk komunikasi verbal misalnya, maka rangkaian kata-kata yang keluar dari sang da'i adalah kata-kata yang memiliki kekuatan untuk mempengaruhi dan menggerakkan tingkah laku manusia sehingga mempunyai daya panggil yang efektif.

Mafri Amir mengatakan bahwa efek yang terjadi pada komunikasi yang dalam hal ini mad'u adalah adanya perubahan *kognitif, afektif* dan *behavior* atau perubahan perilaku.²

Menurut Harjani dkk, akan sangat besar kerugian kerja dakwah terhadap aset dakwah dikarenakan kesalahan persepsi mengenai dakwah sehingga pada gilirannya da'i kurang piawai dalam mengkomunikasikan dakwah secara tepat. Diantara kerugian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Akan terjadi respon negatif, bahkan menentang terhadap gagasan-gagasan yang berupa pesan dakwah yang disampaikan atau dalam istilah komunikasi disebut sebagai *boomerang effect*.
2. Memunculkan nilai-nilai apresiatif yang rendah atau bahkan tidak ada sama sekali terhadap da'i apabila dalam memilih kata-kata tidak memperhatikan *field of experience* dan *frame of reference*.
3. Apabila da'i tidak mengalami proses dakwah menyejukkan suasana batin mad'u hingga mad'u terprovokasi untuk melakukan perbuatan yang hirarkis, maka kerja da'i bukan lagi sebagai da'i yang bijaksana.³

Kembali ke *statemen* bahwa ternyata seringkali sebuah proses dakwah harus mengalami kegagalan dikarenakan adanya kesalahan

² Mafri Amir, *Etika Komunikasi Massa Dalam Pandangan Islam*, (Jakarta: LOGOS, 1999) Cet.1, h.31

³Harjani Hefni Dkk,*Metode Dakwah*, (Jakarta:Prenada Media, 2003), Cet.1,h.180-181

persepsi da'i mengenai definisi dakwah sebagai bagian dari proses komunikasi. Mengingat cukup krusialnya permasalahan tersebut, penulis mencoba membuat sebuah tulisan tentang definisi dakwah ditinjau dari perspektif konsep komunikasi konvergensi.

Adapun yang menjadi pertanyaan besar (*the major question*) sekaligus *stressing point* dari paper ini adalah bagaimana sebenarnya definisi dakwah pada tataran perspektif utama dari konsep komunikasi konvergensi, kemudian dipertegas dengan pertanyaan pendekatan alternatif apa sajakah yang dianggap representatif bagi sebuah definisi dakwah, yang merupakan pertanyaan turunan dari pertanyaan pokok sebelumnya.

Sekilas tentang Realitas Dakwah di Indonesia

“Barang siapa yang melihat kemunkaran diantara kamu, maka rubahlah ia dengan tanganmu, maka jika kamu tidak mampu rubahlah ia dengan ucapanmu, dan jika masih tidak mampu maka rubahlah itu dengan hatimu, maka sesungguhnya yang demikian itu adalah lemah-lemah iman.”

Bertolak dari hadits di atas penulis ingin sedikit memaparkan mengenai hitam putih dakwah yang terjadi di Indonesia. Sejauh pengamatan penulis menyangkut realitas dakwah di Indonesia, hingga saat ini boleh dikatakan belum ideal sesuai dengan yang diharapkan. Sejumlah kasus yang mengatasnamakan dakwah masih sering dijumpai baik melalui pemberitaan di surat kabar ataupun media elektronik. Belum hilang dari ingatan tentang kasus fenomenal peristiwa pengeboman hotel di Bali beberapa tahun silam, sebagaimana yang dilansir media selalu mereka berasumsi bahwa ini salah satu dari bentuk jihad, dan jihad adalah bagian dari dakwah.

Terlepas betul tidaknya wacana diatas, lagi-lagi umat Islam harus menerima “pil pahit” dari semua itu, berupa stigma serta pencitraan negatif diarahkan pada *dakwah Islamiyyah* dan ajaran Islam

pada umumnya. Banyak pihak menyangkan kondisi ini, karena citra Islam sebagai agama *rahmatan lil'alamin* jadi sedikit ternoda karenanya. Haruskah hadits yang dikemukakan diawal dikatakan sebagai penyebab kondisi ini? Sepertinya bukan disana letak permasalahannya. Sejauh hemat penulis, dari sudut pandang manapun tidak ada yang salah dengan hadits tersebut, yang kemudian dianggap bermasalah adalah kesalahan interpretasi dan kesalahkaprahan pelaku dakwah dalam memaknai hadits tersebut. Asumsi mereka tentang jihad misalnya, selalu diidentikan dengan perang, adu jotos dan hal-hal semacam yang berbau kekerasan dan anarkis. Karena *dakwah Islamiyyah* dapat dilakukan dengan lebih santun, sehingga objek dakwah lebih bisa menerima.⁴

Terminologi Dakwah dalam Perspektif Alqur'an dan Para Ahli

Sebelum masuk pada permasalahan pokok tulisan ini, terlebih dahulu akan diurai tentang terminologi dakwah menurut al-Quran serta para ahli .

Secara etimologis kata dakwah diambil dari bahasa arab *da'a yad'u da'watan* yang berarti mengajak atau seruan.⁵

Istilah dakwah menurut al-Quran yang dipandang paling populer adalah *yad'una ila al-khayr ya'muruna bi al-ma'ruf wa*

⁴ Pada bab berikutnya akan dipaparkan mengenai definisi dakwah dari berbagai perspektif yang diawali dengan definisi dari Al-Quran dan juga para ahli sebagai dasar pijakan sekaligus bahan pembanding terhadap definisi dakwah yang dikemukakan miller melalui definisi komunikasi konvergensi. Sehingga akan nampak jelas bahwa dari sudut manapun definisi dakwah tidak ada yang mengarah pada pemaksaan apalagi kekerasan. Selanjutnya akan dilakukan sedikit analisa menyangkut pendefinisian dakwah menurut teori komunikasi konvergensi berdasarkan pada teori tentang definisi dakwah yang dipaparkan sebelumnya. Dan analisis ini diperkuat dengan adanya apikasi dakwah dari definisi Miller baik yang teraplikasi dalam metode dakwah ataupun dalam etika dakwah.

⁵ Warson, Munawir Ahmad, *Kamus al-Munawwir* (Surabaya: Pustaka Progressif, 1997) h.406

yanhawna an al-munkar.⁶ Disamping istilah tersebut al-Quran juga mengenalkan istilah lain yang dipandang berkaitan dengan tema umum dakwah, seperti *tabliigh* (penyampaian), *tarbiyyah* (pendidikan), *ta'lim* (pengajaran), *tabsyir* (penyampaian berita gembira), *tanzim*(penyampaian ancaman), *tawsiyah*(nasehat), *tadzkir* dan *tanbih* (peringatan).⁷

Sedang perspektif para ahli mengenai dakwah ini diantaranya adalah:

1. Pendapat Syekh Ali Mahfudz (1952)

Dalam kitabnya *Hidayat Al Mursyidin* disebutkan bahwa dakwah mendorong manusia agar memperbuat kebaikan dan menurut petunjuk, menyeru mereka berbuat kebaikan dan melarang mereka dari berbuat munkar agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat.⁸ Pendapat ini juga selaras dengan pendapat al-Ghazali dalam karangannya yang fenomenal yakni *ihya 'ulumuddin* yang menyatakan bahwa amar makruf dan nahyi munkar adalah inti gerakan dakwah sekaligus penggerak dalam dinamika dunia Islam.⁹

2. Pendapat Syaikhul Islam Ibnu Taimiyyah

⁶ Dalam konteks ini seseorang secara khusus, mempunyai tanggung jawab moral untuk hadir di tengah-tengah kehidupan sosial masyarakatnya sebagai *figure* bukti dan saksi kehidupan Islami (*syuhada an ala an-nas*), umat pilihan (*khairu ummah*), yang mampu merealisasikan pesan-pesan Ilahi, yaiatu menyatakan dan menyerukan *al-khayr*, sebagai kebenaran prinsipil dan universal (*yad'uuna ila al-khayr*), melaksanakan dan menganjurkan amal-amal *cultura* (*ya'muruuna bi al-ma'ruf*), serta menjauhi dan mencegah kemunkaran (*yanhawna 'an al-munkar*).

⁷ Armawati Arbi, *Dakwah Dan Komunikasi*, (Jakarta: UIN JKT Press, 2003) Cet.1, h.37

⁸ Armawati Arbi, *Dakwah Dan Komunikasi*, (Jakarta: UIN JKT Press, 2003) Cet. 1, h.33

⁹ Munzier dkk, *Metode Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2006) h.7

Dakwah seseorang agar beriman kepada Allah dan kepada apa yang dibawa oleh para Rasul-Nya dengan cara membenarkan dengan apa yang mereka beritakan dan mengikuti dengan apa yang mereka perintahkan.

3. Pendapat S.M Nasaruddin Lathif (1979)

Dakwah adalah usaha atau aktifitas dengan lisan atau tulisan dan lainnya yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia lainnya untuk beriman dan mentaati Allah SWT sesuai dengan garis - garis aqidah syari'at serta akhlak Islamiyyah. Dakwah juga diartikan sebagai ajakan atau seruan untuk mengajak seseorang atau sekelompok orang untuk mengikuti mengajarkan ajaran dan nilai-nilai Islam.¹⁰

Definisi Dakwah Ditinjau dari Perspektif Komunikasi Konvergensi

Sebagai *stressing point* tulisan ini, maka pada bagian ini penulis mencoba mengemukakan konsep komunikasi konvergensi berdasarkan pada apa yang ditulis Katherine Miller, kemudian penulis mencoba mengkaitkannya dengan definisi dakwah. Menurut Miller komunikasi adalah sebuah proses yang berorientasi pada konsep komunikasi yang disengaja, yang dilakukan secara terus menerus, bersifat kompleks yang tidak bisa berdiri sendiri, dimana antara satu unsur dengan unsur yang lainnya saling terkait.¹¹ Sebuah konsep komunikasi yang Miller menyebutnya dengan komunikasi konvergensi.¹²

¹⁰ Andi Dermawan dkk, *Metodologi Ilmu Dakwah*, (Yogyakarta: LESFI, 2002) h.24

¹¹ Katherine Miller, *Communication Theories*, (New York: Mc Graw-Hill, 2005) h.5

¹² Teori yang sama tentang ini dikemukakan juga oleh Baran dan Stanley dalam bukunya *Self Symbols Society Introduction To Mass Communication*. Lihat Baran dan Stanley, *Self Symbols Society Introduction To Mass Communication* (Melbourne: Addison Welsen Publishing Company: 1984) h.11

Dari pengertian komunikasi Miller ini jika dihubungkan dengan definisi dakwah yang selamanya tidak akan pernah terlepas dari komunikasi, maka dapat diartikan bahwa dakwah merupakan sebuah proses komunikasi yang harus senantiasa dilakukan secara kontinyu yang didalamnya terdapat unsur-unsur yang saling terkait satu sama lain. Dalam hal ini unsur-unsur itu antara lain adalah adanya da'i, madah(materi dakwah), saluran (sarana) dan sasaran dakwah (mad'u).

Dalam bukunya Miller juga menyebutkan lima unsur yang harus ada pada sebuah proses komunikasi yakni :

Pertama, sumber(*source*) sering disebut juga pengirim. Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi.

Kedua, pesan. Yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima.

Ketiga, saluran. Yaitu media, wahana atau alat yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima.

Keempat, penerima(*receiver*). Sering juga disebut sasaran atau tujuan.

Kelima, efek. Yakni apa yang terjadi pada penerima setelah menerima pesan ini.

Dari sini penulis ingin menggarisbawahi pertama komunikasi adalah sebuah proses. Artinya bahwa dakwah juga merupakan sebuah proses. Proses yang akan menggiring seorang manusia pada kondisi yang lebih baik dari kondisi sebelum dia didakwahi. Akan halnya sebuah proses itu memerlukan *space* and *time*, ruang dan waktu. Maka hasil dari sebuah kegiatan dakwah tidak akan terlihat seketika, ibarat kita memakan sepotong cabe yang akan langsung terasa pedas manakala kita memakannya. Tidak demikian dengan dakwah, untuk mencapai hasil yang maksimal dibutuhkan waktu untuk melaksanakan proses itu sendiri.

Yang kedua, bahwa dakwah harus dilakukan secara kontinyu atau terus menerus. Artinya disini intensitas sebuah proses dakwah juga menentukan suksesnya sebuah kegiatan dakwah. Dakwah tidak bisa hanya dilakukan sekali dua kali, tetapi berpuluh-puluh kali bahkan mungkin beratus-ratus kali. Semakin intens sebuah dakwah dilakukan maka akan relatif tinggi pula tingkat keberhasilannya. Namun lagi-lagi disini hubungannya dengan waktu. Ingatlah bahwa Nabi Muhammad juga melaksanakan dakwah beliau selama 23 tahun, bukan waktu yang sebentar.

Selanjutnya dalam proses dakwah juga terdapat keterkaitan beberapa unsur dakwah itu sendiri yang satu sama lain saling menentukan terhadap kesuksesan sebuah proses dakwah. Diantara unsur-unsur itu adalah da'i sebagai komunikator dan mad'u sebagai komunikan.

Bilkhusus bagi da'i diperlukan kriteria tersendiri untuk proses dakwah ini, karena da'i mempunyai peranan yang sangat penting, sebagai agen perubah.

Menurut ilmu komunikasi, suatu informasi yang diterima orang melalui tahap-tahap sebagai berikut: *penerimaan stimuli informasi, pengolahan informasi, penyimpanan informasi dan menghasilkan kembali suatu informasi*. Proses dan tahapan tersebut dalam ilmu komunikasi disebut sebagai komunikasi interpersonal yang keberhasilannya akan sangat tergantung kepada penyampaian informasi yang dilakukan oleh komunikator (da'i).

Sedang Harold D Lasswel sebagaimana juga dikutip oleh Jumroni¹³ menyebutkan bahwa tujuan komunikasi ada empat yaitu:

1. *Social Change*, perubahan sosial. Seseorang mengadakan komunikasi dengan orang lain diharapkan adanya perubahan sosial

¹³ Jumroni dan Suhaimi, *Metode-Metode Penelitian Komunikasi*, (Jakarta: UIN Jakarta Press, 2006) h.6

dalam kehidupannya, seperti halnya kehidupannya akan lebih baik dari sebelum berkomunikasi.

2. *Attitude Change*, perubahan sikap. Seseorang berkomunikasi juga ingin mengadakan perubahan sikap.
3. *Opinion Change*, perubahan pendapat. Seseorang berkomunikasi mempunyai harapan untuk mengadakan perubahan pendapat.
4. *Behavior Change*, perubahan perilaku. Seseorang berkomunikasi juga ingin mengadakan perubahan perilaku.¹⁴

Dari tujuan komunikasi diatas dapat diasumsikan bahwa seorang da'i dalam kegiatan dakwahnya hendaknya tidak terlepas dari pada apa yang terdapat dalam tujuan komunikasi itu sendiri. .

Karena Disamping teori tadi, disebutkan juga dalam buku Miller bahwa komunikasi merupakan proses transaksi yang merupakan point kedua serta perluasan dari teori konvergensi. Pada point ini permasalahan komunikasi lebih kompleks karena biasanya komunikasi transaksi ini dilakukan dengan tatap muka yang memungkinkan untuk pesan atau respon verbal dan non verbal bisa diketahui secara langsung. Jadi semakin banyak orang berkomunikasi semakin rumit transaksi komunikasi terjadi.

Secara gamblang teori ini digambarkan oleh Burgoon dan Ruffner, yang menyatakan bahwa teori transaksi adalah “orang secara simultan berlaku sebagai sumber dan penerima pada beberapa situasi komunikasi. Seseorang bisa memberikan umpan balik, bicara, menanggapi, beraksi dan bereaksi secara terus menerus, banyak orang yang berpartisipasi aktif, saling melengkapi. Inilah yang disebut transaksi.” Artinya, dalam sebuah kegiatan dakwah tidak hanya didominasi oleh sepihak saja (baca; da'i), akan tetapi dakwah juga merupakan sebuah sarana yang juga diperuntukan oleh sebagian yang lain (baca; mad'u). Peran da'i dan mad'u disini sama-sama diperlukan,

¹⁴ Hj. Roudhonah, *Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: UIN Jakarta Press, 2007) h.54

sehingga pada prakteknya dakwah dapat menjadi sebuah forum komunikasi yang betul-betul efektif bagi sebuah kegiatan dakwah itu sendiri.

Point yang ketiganya adalah bahwa komunikasi sebagai simbol, tanda. Hal ini sesuai juga dengan definisi komunikasi yang dikemukakan Gebner yang menyebutkan bahwa komunikasi adalah interaksi sosial melalui simbol dan sistem pesan. Akan halnya dakwah disini terlihat jelas sekali bahwa dakwah adalah sebuah sistem pesan yang adakalanya bentuknya tersurat juga tersirat.

Yang perlu digarisbawahi disini bahwa baik point yang kedua ataupun yang ketiga sama-sama mengandung sebuah pengertian bahwa dalam sebuah kegiatan dakwah bisa bersifat verbal dan juga non verbal yang jika kita padankan kedalam bahasa dakwah, bahwa dakwah yang dilakukan oleh seorang da'i bisa berupa dakwah bil-lisan dan juga bil-hal.

Refleksi Definisi Dakwah Miller dalam Metode dan Etika Dakwah

Dalam sub ini penulis mencoba mengelaborasi dari definisi-definisi dakwah yang sudah dipaparkan sebelumnya yakni dakwah menurut perspektif para ahli dengan definisi dakwah dalam perspektif komunikasi konvergensi ala Miller.

Setelah penulis melakukan analisis terhadap teori komunikasi Miller diatas, penulis bisa mengasumsikan bahwa refleksi definisi dakwah dapat dilihat dari metode-metode dakwah yang selama ini sudah dikenal.¹⁵

¹⁵ Menurut hemat penulis metode dan etika dakwah ini penting untuk dikemukakan sebagai sebuah wacana yang memperkuat definisi dakwah Miller, sehingga akan betul-betul terlihat bahwa tidak ada satu halpun yang dianggap bertentangan dengan definisi dakwah Miller tersebut, karena ternyata baik metode juga etika dakwah yang sudah dikenal selama ini bisa dinilai sebagai manifestasi dari definisi dakwah yang dikemukakan Miller. .

Menyitir sebuah terjemahan ayat al-Quran yang cukup populer tentang bentuk-bentuk metode dakwah yang menyatakan :”*Serulah manusia kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat di jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.*”(An-Nahl:125)

Ayat tersebut menunjukkan bahwa metode dakwah itu meliputi tiga cakupan, yaitu:

1. Al-Hikmah

Muhammad Abduh berpendapat bahwa, Hikmah adalah mengetahui rahasia dan faedah dari tiap-tiap hal. Hikmah juga digunakan dalam arti ucapan yang sedikit lafadz akan tetapi banyak makna.¹⁶

Ibnu Qoyyim berpendapat bahwa pengertian Hikmah yang paling tepat adalah seperti yang dikatakan oleh Mujahid dan Malik yang mendefinisikan bahwa hikmah adalah pengetahuan tentang kebenaran dan pengamalannya, ketepatan dan perkataan dan pengamalannya.¹⁷

Dari beberapa pengertian di atas, dapat dipahami bahwa hikmah adalah merupakan kemampuan da’i dalam memilih, memilah dan menyelaraskan teknik dakwah dengan kondisi objektif mad’u.

¹⁶Al-Hikmah juga diartikan sebagai *al-‘adl*(keadilan), *al-haq* (kebenaran), *al-hilm* (ketabahan), *al’ilm* (pengetahuan), dan *annubuwwah* (kenabian). Selain itu al-Hikmah juga sering diartikan sebagai menempatkan sesuatu pada proporsinya. Sedang Imam Abdullah Bin Ahmad Mahmud An-Nasyafi mengartikan Hikmah yaitu adalah yang menggunakan perkataan yang benar dan pasti, yaitu dalil yang menggunakan kebenaran dan menghilangkan keraguan. Syekh Zamakhsyari dalam *Al-Kasysyaf*-nya mengatakan bahwa al-Hikmah adalah perkataan yang pasti benar, ia adalah dalil yang menjelaskan kebenaran dan menghilangkan keraguan atau kesamaran. Selanjutnya Syekh Zamakhsyari mengatakan Hikmah juga diartikan sebagai Al-Quran yakni ajaklah mereka(manusia) mengikuti kitab yang memuat hikmah. lihat Harjani...h.9-11

¹⁷ Ibnu Qoyyim, *Attafsirul Qoyyim*, h.226

Disamping itu hikmah juga merupakan kemampuan da'i dalam menjelaskan doktrin-doktrin Islam serta realitas yang ada dengan argumentasi logis dan bahasa yang komunikatif.¹⁸

Dalam dunia dakwah, hikmah adalah penentu sukses tidaknya dakwah. Dalam menghadapi mad'u yang beragam pendidikan, strata sosial, dan latar belakang budaya da'i memerlukan hikmah, sehingga ajaran Islam mampu memasuki ruang hati para mad'u dengan tepat.¹⁹

2. *Al-Mauidzatil Hasanah*

Terminologi *mau'izhah hasanah* dalam perspektif dakwah sangat populer. Secara bahasa *Mau'izhah hasanah* terdiri dari dua kata, yaitu *mau'izhah* dan *hasanah*. Kata *mau'izhah* berasal dari kata *wa'adza-ya'idzu-wa'dzan-'idzatan* yang berarti ; nasihat, bimbingan, pendidikan dan peringatan²⁰ , sedang *hasanah* merupakan lawan kata *sayyi'ah* yang artinya kebaikan lawan kejelekan.

Jika cara hikmah mengajak berbicara kepada akal agar memaklumi pesan-pesan, maka dakwah dengan cara *mau'izhah hasanah* (pelajaran yang baik) adalah mengajak berbicara kepada hati dan perasaan agar menyadari dan tergerak untuk bertindak. Karena manusia memiliki dua instrumen vital yang harus kita perhatikan dengan seksama demi meraih hasil yang sempurna, yaitu akal dan hati. Akal untuk memahami dan mendalami, sehingga mencapai

¹⁸ Da'i juga akan berhadapan dengan realitas perbedaan agama dalam masyarakat yang heterogen. Kemampuan da'i untuk bersifat objektif terhadap umat lain, berbuat baik dan bekerjasama dalam hal-hal yang dibenarkan agama tanpa mengorbankan keyakinan yang ada pada dirinya adalah bagian dari hikmah dalam dakwah.

¹⁹ bahwa setiap juru dakwah harus mengetahui secara garis besar masuk kelompok manakah sasaran dakwahnya itu bilkhusus masalah tingkat pengetahuan mereka..lihat Amrullah Ahmad dkk,*Dakwah Islam Dan Perubahan Sosial*,(Yogyakarta:Prima Duta Yogya,1983) h.118

²⁰ Lois Ma'luf,*Munjid Fi al-Lughah wa A'lam* (Beirut: Daar Fikr,1986)h.907

pengetahuan. Adapun hati untuk merasakan dan menghayati, sehingga timbul pengetahuan dan emosional, rasa suka atau rasa benci.²¹

3. *Al-Mujadalah Bi-al-Lati Hiya Ahsan*

Betapa indah metode al-Qur'an dalam mengarahkan jiwa-jiwa manusia, terkadang menggiringnya dengan cemeti ancaman dari Allah, dan terkadang mengendalikannya dengan harapan-harapan kasih sayang-Nya, agar seseorang dapat senantiasa stabil dalam kondisi yang digambarkan dalam firman-Nya, "*Takutlah azab akhirat dan mengharaplah rahmat Tuhan-Nya.*" (Az-Zumar:9)²² tapi perlu digarisbawahi disini bahwa mendebat disini harus betul-betul dalam bingkai "ahsan" sehingga tidak ada pihak yang tersinggung apalagi dirugikan.

. Sedang dalam etika komunikasi dakwah seorang da'i dituntut agar luwes serta fleksibel dalam mengkomunikasikan dakwah tersebut dengan senantiasa melihat kondisi mad'u baik strata, latar belakang dan juga kondisi psikologisnya. Lebih lanjut Mafri menerangkan bahwa dalam dakwah memang mutlak diperlukan etika yang berbeda ketika seorang da'i menghadapi berbagai mad'u yang berbeda baik yang tua, muda, lemah, kuat, heterogen maupun khalayak yang mempunyai kekuasaan.²³

²¹ Semua manusia pada dasarnya membutuhkan dua metode dakwah ini. Suatu saat cara hikmah lebih tepat dan disaat yang lain cara mau'izhah hasanah lebih efektif. Meskipun orang awam lebih membutuhkan mau'izhah hasanah yang menggerakkan perasaan dan menggugah emosional untuk melakukan kebaikan, sedangkan mayoritas kaum intelektual (elite) lebih cenderung pada cara hikmah yang menstimulasi akal mereka untuk menerima kebenaran dan statemen-statemen ilmiah-logis, pada gilirannya tergerak untuk melakukan kebaikan dan kebenaran itu

²² Yusuf Al-Qardawi, *Khitabuna Al-Islami fi Ashr AL-Aulamah*, (Kairo: Dar Asy-Syuruq, 2004) h.31

²³ Sedangkan Muhammad Husain Fadhullah mengistilahkan fleksibilitas ini dengan istilah "*al-murunah*" yang ia artikan sebagai penyesuaian dengan situasi dan kondisi setempat serta yang lainnya Muhammad juga menyebutkan bahwa fleksibilitas ini tidak mungkin terwujud dengan menggunakan berbagai sarana yang bertentangan dengan prinsip-prinsip dasar Islam dalam melakukan suatu perbuatan, yaitu yang bersandarkan pada kaidah-kaidah etis yang kokoh, karena itu

Setidaknya ada lima bentuk komunikasi dalam berdakwah, di antaranya adalah :

1. *Qawlan Ma'rufan* terhadap masyarakat heterogen yang lemah.

Qawlan Ma'rufan dapat diterjemahkan dengan ungkapan yang baik dan pantas. Allah berfirman dalam surat Al-Baqarah/2:263²⁴
“*Perkataan yang baik dan pemberian ma'af lebih baik dari sedekah yang diiringi dengan sesuatu yang menyakitkan (perasaan penerima). Allah Maha Kaya Lagi Maha Penyantun*”.

Ajaran Islam mementingkan perasaan orang lain supaya jangan tersinggung dengan ungkapan yang tidak ma'ruf.

2. *Qawlan Kariiman* menghadapi orang tua

Ungkapan *qawlan kariiman*, dalam al-Quran disebutkan satu kali, yaitu dalam surat al-Isra'/7 ayat 23²⁵
“.....maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan “ah” dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia”.

Qawlan Kariiman menyiratkan satu prinsip utama dalam etika komunikasi Islam: penghormatan. Komunikasi dalam Islam harus memperlakukan orang lain dengan penuh rasa hormat. Prinsip ini sejalan dengan komunikasi humanistik dari Carl Rogers dan Erich Fromm, atau komunikasi dialogis dari Martin Buber.

sudah merupakan syarat mutlak. Lihat Muhammad Husain Fadhillah, *Metodologi Dakwah Dalam Al-Quran* (jakarta: lentera, 1997)h.47-48

²⁴ lihat surat al-Baqoroh ayat 263

²⁵ lihat al-Isra /7 ayat 23

3. *Qawlan Maysuran* komunikasi dengan mudah dan melegakan perasaan

Dalam al-Qur'an ditemukan istilah *qawlan maysuuran* yang merupakan tuntutan untuk melakukan komunikasi dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan melegakan perasaan. Sebagaimana dalam surat al-Isra ayat 28²⁶

“Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang pantas”.

Bila dilihat akar kata *maysuuran* yakni *yasara*, maka secara etimologis artinya mudah. Menurut Jalaluddin, sebenarnya *qawlan maysuran* lebih tepat diartikan “ucapan yang menyenangkan”, lawannya adalah ucapan yang menyulitkan.

Para ahli komunikasi menyebutkan dua dimensi komunikasi. Ketika seseorang berkomunikasi tidak hanya menyampaikan isi (*content*), kita juga mendefinisikan hubungan sosial (*relations*) diantara kita. Isi yang sama dapat mengakrabkan para komunikator atau menjauhkannya. Dimensi komunikasi yang kedua ini disebut dengan metakomunikasi.

Salah satu prinsip komunikasi dalam Islam adalah setiap komunikasi harus dilakukan untuk mendekatkan manusia dengan Tuhannya dan hambaNya yang lain. Bentuk komunikasi yang hangat dalam Islam sangat dianjurkan, suatu komunikasi yang indah akan memelihara keharmonisan dalam pergaulan.

4. *Qawlan Balighan* komunikasi Efektif menyentuh akal dan pikiran

Komunikasi yang efektif menyentuh akal dan hati. Dalam al-Qur'an *qawlan balighan* diartikan perkataan yang mengena. Hal ini ditegaskan Allah dalam dalam surat an-Nisa/4:63²⁷

²⁶ lihat al-Isra/7 ayat 28

²⁷ lihat an-Nisa/4 ayat 63

“Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang didalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah pada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka”.

Qawlan Balighan dapat diartikan kedalam komunikasi yang efektif. Asal *Balighan* adalah *balagho* yang artinya sampai atau fashih. Ia merupakan gaya komunikasi yang harus menyentuh ke sasaran. Jalaluddin Rahmat memberikan pengertian *qawlan balighan* terjadi jika komunikator menyesuaikan pembicaraannya dengan sifat-sifat khalayak yang dihadapinya. Pada zaman modern, ahli komunikasi berbicara tentang *frame of reference* dan *field of experience*. Komunikator baru efektif bila menyesuaikan pesannya dengan kerangka rujukan dan medan pengalaman khalayaknya. *Qawlan balighan* dapat terjadi jika komunikatornya menyentuh pada khalayaknya pada hati dan otaknya secara sekaligus. Komunikasi efektif tercapai jika bahasa yang dipakai disesuaikan dengan pembaca, pendengar, dan pemirsa sehingga mampu merubah tingkah laku khalayak.

5. *Qawlan Layyinan*/ Komunikasi Humanistik

Secara harfiyyah berarti komunikasi yang lemah lembut. Disebut *layyinan*, sebagaimana dalam ayat 44 surat Thaha/20²⁸

“Maka berbicaralah kamu kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat atau takut”.

Berkomunikasi harus dilakukan dengan lembut, tanpa emosi, apalagi mencaci maki orang yang diajak berkomunikasi. Sekali lagi teknik komunikasi memerlukan etika tertentu dalam Islam.

Dari berbagai pendekatan lafadz ayat-ayat al-Qur’an diatas kita sudah dapat menemukan beberapa etika; *amina, shidq, ghairu al-kidzb, lahwu al-hadits, ifk, izharr al-haqq* prinsip *fairness*, sebagai salah satu

²⁸ lihat surat Thaha /20, ayat 44

pokok etika dalam bidang komunikasi massa. Bahkan ada sebagian ayat yang menjelaskan sampai pada komunikasi dialogis dan *face to face* (berhadap-hadapan)²⁹

Hakikat Dakwah Islam

Islam R. al-Faruqi dan istrinya Lois Lamya membagi hakikat dakwah Islam pada tiga term: kebebasan, rasionalitas dan universalisme. Ketiganya saling berkaitan dan melengkapi. Kebahagiaan, ketenangan itulah cita-cita setiap orang. Manusia berusaha untuk menggapainya.³⁰ Disinilah manusia harus memiliki gapaian yang positif, dimana agama memberikan bimbingan spiritual yang transedental.

Kebebasan sangat dijamin dalam agama Islam, termasuk kebebasan meyakini agama. Objek dakwah harus merasa bebas sama sekali dari ancaman, harus benar-benar yakin bahwa kebenaran ini hasil dari penilaiannya sendiri. Termaktub dalam al-Quran.”*Tidak ada paksaan dalam agama*”.³¹

Jelas bahwa dakwah tidak bersifat memaksa. Dakwah adalah ajakan yang tujuannya dapat tercapai hanya dengan persetujuan tanpa paksaan dari objek dakwah.

Dakwah Islam merupakan ajakan untuk berpikir, berdebat dan berargumen, dan untuk menilai suatu kasus yang muncul. Dakwah Islam tidak dapat disikapi dengan keacuhan kecuali oleh orang bodoh yang berhati dengki.

²⁹ Armawati Arbi, *Dakwah dan Komunikasi*,(Jakarta:UIN Jakarta Press,2003) h.259-262

³⁰ Kadang manusia harus berebut kursi, bahkan banyak menghalalkan yang nyata haram. Manusia mengira ketika mencapai tujuan, itulah kebahagiaan. Mungkin benar itu bahagia, tapi sesaat. Ada sebuah ungkapan bahwa bahwa bahagianya manusia adalah ketika ia menggapai apa yang diinginkannya.

³¹ lihat *al-Baqoroh/2:256*

Hak berpikir merupakan sifat dan milik semua manusia. Tak ada orang yang dapat mengingkarinya.³²

Oleh sebab maka kebenaran, keadilan, keindahan, pada hakikatnya adalah “satu hakikat”, memakai ragam nama. Mereka tidak dipaksa buat menerima (baca: dakwah), tetapi mereka diajak buat mendengar. Allah berfirman: “*Kami lebih mengetahui tentang apa yang mereka katakan, dan kamu sekali-kali bukanlah seorang pemaksa terhadap mereka*”³³

Berdasarkan ayat di atas jelas tergambar bahwa sikap memaksa akan menjauhkan simpatik orang lain. Alangkah inginnya Nabi Muhammad SAW supaya pamannya sendiri menerima risalah yang dibawanya. Akan tetapi, keinginannya tak kunjung terlaksana. Nyata pula firman Allah: “*Sesungguhnya Engkau tidak (mampu) memberi hidayah kepada orang yang Engkau sukai ; akan tetapi Allah (yang) memberi hidayah kepada siapa yang Ia kehendaki dan Dia lebih mengetahui orang-orang yang mendapat hidayah itu*”³⁴ Betapa dakwah Nabi adalah dakwah yang simpatik.

Kembali pada kasus insiden Monas dan juga pelaku insiden pemboman hotel di Bali beberapa waktu yang lalu nampaknya belumlah bisa dikatakan menempatkan dakwah pada porsi yang semestinya, karena bila dilihat dari instrumen dakwah yang mereka mainkan yang ternyata masih belum tepat sasaran, jauh panggang dari api, baik secara metode maupun etika dakwah belum terealisasi. Lagi-lagi ini diakibatkan dari pendefinisian yang kurang tepat dari para pelaku dakwah. Bukankah dalam dakwah tidak ada unsur pemaksaan dan keterpaksaan, yang jika itu diabaikan akan fatal akibatnya. Dakwah tidak hanya dilakukan dengan ucapan semata, tapi justru terkadang lebih efektif bila dakwah dilancarkan dengan tingkah laku dan perbuatan, yang tentu saja perbuatan yang santun, lembut dan jauh dari

³² Munzier dkk, *Metode Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2006) h.40

³³ lihat surat *Qaaf*:45

³⁴ lihat *al-Qashash*: 56

hal-hal yang bernuansa kekerasan dan anarkisme. Pada bagian terdahulu dalam makalah ini juga sudah ditegaskan bahwa prinsip komunikasi Islam adalah komunikasi yang menimbulkan persaudaraan dan bukan menimbulkan kebencian dan permusuhan.

Dari pemaparan pada sub ini tampak sekali bahwa teori yang dikemukakan Miller sangat sinergis dengan semua teori mengenai definisi dakwah yang selama ini berkembang baik dari perspektif al-Quran dan juga para ahli.

Penutup

Sebagai bagian penutup pada tulisan ini penulis ingin menegaskan bahwa tulisan ini bersifat *antitesis-sintesis*, meskipun secara umum lebih bersifat *sintesis* yang mencoba menguatkan serta mengelaborasi definisi dakwah yang selama ini sudah ada dan berkembang di kalangan masyarakat muslim khususnya pada tataran komunitas dakwah.

Berdasarkan pembahasan-pembahasan diatas jelas bahwa definisi dakwah yang didasarkan pada teori komunikasi konvergensi Miller sangat sejalan dengan definisi dakwah yang dikemukakan oleh al-Quran dan juga para ahli. Bahwa dakwah sebetulnya teramat sangat fleksibel dan elastis dengan segala macam situasi dan kondisi dengan tanpa kehilangan *shibghah* dakwah itu sendiri tentunya.

Hal ini dapat dilihat dari metode dakwah dan juga etika dakwah yang betul-betul merepresentasikan definisi dakwah termasuk definisi yang diusung Miller.

Sebagai sebuah teori, tentu saja teori Miller ini bisa menjadi sebuah ilustrasi dan referensi sekaligus dasar pijakan yang akan lebih menajamkan serta menempatkan dakwah pada posisi yang lebih proporsional khususnya bagi para da'i.

Dari sini diharapkan akan menghasilkan sebuah kerja dakwah yang sinergis dan tepat sasaran. Sehingga pada akhirnya wacana tentang kegagalan sebuah kerja dakwah karena kesalahan pelaku

dakwah dalam mendefinisikan dakwah bisa berkurang atau bahkan hilang sama sekali dan kejayaan Islam bukan sekedar pada tataran wacana tapi bisa menjelma nyata dalam sebuah bingkai realita.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, Mafri, *Etika Komunikasi Massa Dalam Pandangan Islam*, Jakarta:Logos,1999, Cet.1
- Amrullah Ahmad Dkk, *Dakwah Islam Dan Perubahan Sosial*, Yogyakarta:Prima Duta Yogya,1983
- Arbi, Armawati, *Dakwah Dan Komunikasi*, Jakarta:UIN Jkt Press,2003,Cet.1
- Baran dan Stanley, *Self Symbols Society Introduction To Mass Communication*, Melbourne: Addison Welsen Publishing Company: 1984
- Effendi, Onong Uchyana, *Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung, Rosda, 2003,Cet.17
- Fadhullah, Muhammad Husain, *Metodologi Dakwah Dalam Al-Quran*, Jakarta: Lentera,1997
- Faizah, *Psikologi Dakwah*, Jakarta: Prenada Media, 2006, Cet.1
- Harjani Hefni Dkk, *Metode Dakwah*, Jakarta:Prenada Media, 2003, Cet.1
- Ibnu Qoyyim, *Attafsirul Qoyyim*
- Jhon M. Echols dan Hasan Shadily, *Kamus Inggris-Indonesia*, Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama , 2000
- Jumroni, *Metode-Metode Penelitian Komunikasi*, Jakarta:UIN Jakarta Press,2006, Cet.1
- Ma'luf, Lois, *Munjid fi al-Lughah wa A'lam*, Beirut: Daar Fikr,1986
- Miller, Katherine, *Communication: Theories, Process and Context*, New York:Mc Graw-Hill, 2005

Mulyana, Dedi, *Nuansa-Nuansa Komunikasi*, Bandung, Rosda, 2001,
Cet.2

Mulyana, Dedi, *Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung, Rosda, 2001

Munzier Dkk, *Metode Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2006

Roudhonah, *Ilmu Komunikasi*, Jakarta: UIN Jakarta Press, 2007

Warson, Munawir Ahmad, *Kamus al-Munawwir*, Surabaya: Pustaka
Progressif,1997

Yusuf Al-Qaradhawi, Dr, *Rethorika Dakwah*, Jakarta:Khalifa, 2004,
Cet.1

Yusuf Al-Qardawi,*Khitabuna Al-Islami fi Ashr Al-Aulamah*, Kairo:Dar
Asy-Syuruq,2004

Harian Kompas Edisi 1 Juni 2008

*Jurnal Kajian Dakwah Dan Komunikasi Volume X, No 2,Desember
2007*

Appendiks:

Sekilas Tentang Katherine Miller

Katherine Miller adalah seorang guru besar dalam bidang komunikasi pada Texas A&M University. Dia menerima gelar Bachelor dari Michigan State University dan menyelesaikan gelar Magister di universitas yang sama. Kemudian Miller meneruskan studinya di University of Southern California dan mendapatkan gelar Doktor di sana.

Sebelum berkiprah di Aggeland, Miller sudah mengajar di beberapa universitas diantaranya Michigan State University, Arizona State University dan University of Kansas. Miller juga adalah seorang penulis, lebih dari 50 artikel dan jurnal yang memuat hasil penelitiannya dalam bidang layanan masyarakat, serta pelayanan kesehatan dan keselamatan kerja bagi para pekerja berhasil ia tulis. Buku *Communication: Theories, Process and Context* yang menjadi dasar teori adalah salah satu buku karyanya dalam bidang komunikasi. Miller juga mendapatkan sejumlah penghargaan dalam bidang mengajar dan penelitian yang sudah dilakukannya. Kathy hidup bersama dan suaminya Jim Stiff dan juga anak-anaknya, disela-sela kesibukannya Kathy senang memasak, membaca serta menyenangi berbagai jenis olah raga, selain itu Kathy juga senang melakukan perjalanan santai bersama keluarganya.