

INTEGRASI DAKWAH ISLAM DENGAN ILMU KOMUNIKASI

Suhaimi

Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah
Jl. Ir. H. Juanda No. 95 Ciputat, Jakarta, 15419
e-mail: hs.suhaimi@gmail.com

Abstrak: Peralihan status beberapa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) di antaranya berimplikasi pada eksistensi kajian dakwah merupakan fakultas ilmu agama tersendiri dan berbeda dengan ilmu komunikasi atau kajian dakwah terintegrasi dengan studi ilmu komunikasi. Tulisan ini berupaya menjelaskan bagaimana integrasi dakwah Islam dengan ilmu komunikasi ditinjau dari perspektif interpretatif menjadi ilmu komunikasi Islam. Penulis mengemukakan bahwa dakwah Islam secara akademis dapat diintegrasikan dengan ilmu komunikasi menjadi ilmu komunikasi Islam. Komunikasi Islam dalam pengertian sebagai proses merupakan penyampaian pesan ajaran Islam melalui berbagai media, dimana karakteristik dasarnya bersifat persuasif dan rasional mengajak manusia untuk kembali kepada fitrah dan potensinya. Dengan demikian sarjana Dakwah Islam pada akhirnya memiliki status sama dengan Sarjana Ilmu Komunikasi.

Abstract: The Integration of Islamic Propagation with the Science of Communication. The Transformation of a number of the State Institute for Islamic Studies (IAIN) into Islamic State Universities has resulted in some implications for propagation studies as a separate religious science faculty being distinct from communication science or alternatively it is integrated with the study of communication science. This essay tries to explain how to integrate Islamic propagation with communication science viewed from interpretative perspective to become the science of Islamic communication. The author contends that academically, Islamic propagation can be integrated with communication science as Islamic communication. Islamic communication as a process signifies as delivering the message of Islamic tenets through various media, the main characters of which are persuasive and rational calling peoples to return to their nature and potential. Thus, the alumni of the Islamic propagation then may gain the same status as communication science alumni.

Kata Kunci: komunikasi, dakwah, IAIN, UIN

Pendahuluan

Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 tentang Penetapan Pembidangan Ilmu dan Gelar Akademik di Lingkungan Perguruan Tinggi Agama menetapkan pembidangan ilmu dan gelar akademik di lingkungan Perguruan Tinggi Agama bersifat akomodatif terhadap perkembangan ilmu.

Peraturan Menteri Agama itu yang diundangkan di Jakarta pada tanggal 19 Nopember 2009 tercatat dalam Lembar Berita Negara Republik Indonesia tahun 2009 Nomor 446 menetapkan dalam lampirannya, bahwa bidang ilmu dakwah pada Perguruan Tinggi Agama Islam menggunakan gelar akademik dengan sebutan Sarjana Komunikasi Islam disingkat S. Kom. I. bagi sarjana S1 dan gelar akademik sebutan lengkap Magister Komunikasi Islam berakronim M. Kom. I. bagi magister S2 serta gelar akademik Doktor disingkat Dr. bagi sarjana S3 bidang ilmu dakwah.¹

Sampai saat ini, di Perguruan Tinggi Agama Islam di Indonesia seiring dengan perkembangan status beberapa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) masih terdapat keberagaman apakah kajian dakwah terpisah sebagai Fakultas Ilmu Agama tersendiri,² berbeda dengan studi ilmu komunikasi seperti di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, atau kajian dakwah terintegrasi dengan studi ilmu komunikasi seperti di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.³ Tulisan ini lebih lanjut akan menjelaskan bagaimana integrasi dakwah Islam dengan ilmu komunikasi ditinjau dari perspektif interpretatif menjadi ilmu komunikasi Islam, maka Sarjana Dakwah Islam sama dengan Sarjana Ilmu Komunikasi.

Pengertian Dakwah Islam

Kata 'da'wah' berasal dari Bahasa Arab dan diadaptasi ke dalam Bahasa Indonesia sebagai 'dakwah'. Pengertian bahasanya berarti ajakan, permohonan, mohon perlindungan, harapan, doa dan cinta kepada Allah SWT.⁴ Kata dasar 'al-da'watu' dengan berbagai

¹Kementerian Agama Republik Indonesia, *Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 tentang Penetapan Pembidangan Ilmu dan Gelar Akademik di Lingkungan Perguruan Tinggi Agama*, H Mubarak SH MSc, Kepala Biro Hukum dan Kerjasama Luar Negeri, Salinan Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 446.

²M. Amin Abdullah, *Islamic Studies di Perguruan Tinggi Pendekatan Integratif-Interkonektif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006), h. 149. Dalam buku ini, Amin Abdullah mendudukan bahwa dalam *Islamic Studies*, kajian ilmu kalam termasuk kajian yang pokok yang mempengaruhi kajian bidang ilmu agama yang lain termasuk teori dan praktik dakwah.

³Nurlena, (ed.), *Pedoman Akademik UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2009-2010* (Jakarta: Biro Akademik dan Kemahasiswaan UIN Syarif Hidayatullah, t.t.), h. 179.

⁴Ramadhan 'Abd al-Muthallib Khumais, *Al-Da'wah al-Islâmiyah Arkânuhâ wa-Manâhijuhâ* (Kairo: Dâr al-Thaba'ah al-Muhammadiyah, t.t.), h. 1.

turunannya disebut dalam al-Qur'an sebanyak 212 kali,⁵ Tiga di antaranya menunjukkan setan mengajak pengikutnya ke dalam neraka yakni pada Q.S. Fathir/35: 6

إِنَّ الشَّيْطَانَ لَكُمْ عَدُوٌّ فَاتَّخِذُوهُ عَدُوًّا إِنَّمَا يَدْعُوا حِزْبَهُ لِيَكُونُوا مِنْ أَصْحَابِ السَّعِيرِ ﴿٦﴾

Sesungguhnya setan itu adalah musuh bagimu, maka anggaplah ia musuh(mu), karena sesungguhnya setan-setan itu hanya mengajak golongannya supaya mereka menjadi penghuni neraka yang menyala-nyala.⁶

Pada Q.S. Luqmân/31: 21:

وَإِذَا قِيلَ لَهُمُ اتَّبِعُوا مَا أَنْزَلَ اللَّهُ قَالُوا بَلْ نَتَّبِعُ مَا وَجَدْنَا عَلَيْهِ آبَاءَنَا أُولَئِكَ كَانِ الشَّيْطَانُ يَدْعُوهُمْ إِلَىٰ عَذَابِ السَّعِيرِ ﴿٢١﴾

Dan apabila dikatakan kepada mereka: "Ikutilah apa yang diturunkan Allah". Mereka menjawab: "(Tidak ! tapi kami hanya mengikuti apa yang kami dapati bapak-bapak kami mengerjakannya". Dan apakah mereka (akan mengikuti bapak-bapak mereka) walaupun setan itu menyeru mereka ke dalam siksa api yang menyala-nyala (neraka).

Demikian pula pada pada Q.S. Ibrâhîm/14: 22:

وَقَالَ الشَّيْطَانُ لَمَّا قُضِيَ الْأَمْرُ إِنَّ اللَّهَ وَعَدَكُمْ وَعَدَ الْحَقِّ وَوَعَدْتُكُمْ فَأَخْلَفْتُكُمْ وَمَا كَانَ لِي عَلَيْكُمْ مِنْ سُلْطَانٍ إِلَّا أَنْ دَعَوْتُكُمْ فَاسْتَجَبْتُمْ لِي فَلَا تَلْمُزُونِي وَلَوْ مَوْأَأَنْفُسِكُمْ مَا أَنَا بِمُصْرِحِكُمْ وَمَا أَنْتُمْ بِمُصْرِحِي ۗ إِنِّي كَفَرْتُ بِمَا أَشْرَكْتُمُونِ مِنْ قَبْلُ ۗ إِنَّ الظَّالِمِينَ لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ ﴿٢٢﴾

Dan berkatalah setan tatkala perkara hisab telah diselesaikan: "sesungguhnya Allah telah menjanjikan kepadamu janji yang benar, dan akupun telah menjanjikan kepadamu tetapi aku menyalahinya. Sekali-kali tidak ada kekuasaan bagiku terhadapmu, melainkan (sekadar) aku menyeru kamu lalu kamu mematuhi seruanmu, oleh karena itu janganlah kamu mencerca aku akan tetapi cercalah dirimu sendiri. Aku sekali-kali tidak dapat menolongmu dan kamupun sekali-kali tidak dapat menolongku. Sesungguhnya aku tidak membenarkan perbuatanmu mempersekutukan aku (dengan Allah) sejak dahulu." Sesungguhnya orang-orang yang zalim itu mendapat siksaan yang pedih.

⁵Muhammad Fu'ad 'Abd al-Bâqî', *Al-Mu'jam al-Mufahras li Alfâzh al-Qur'ân al-Karîm* (Beirut: Dâr al-Fikr, 1981), h. 257-260. Dalam bentuk *fi'il mâdhy* 30 kali, *fi'il mudhâri'* 11 kali, *fi'il amr* 32 kali. Sedangkan dalam bentuk *ism al-fâ'il* 7 kali, dan *ism al-mashdar* 32 kali. Menurut Asep Muhiddin dalam al-Qur'an tidak ada kata *dia'ayah* yang biasa diartikan propaganda. Lihat Asep Muhiddin, *Dakwah dalam Perspektif al-Qur'an* (Bandung: Pustaka Setia, 2002), h. 40.

⁶Departemen Agama Republik Indonesia, *al-Qur'an dan Terjemahnya* (Surabaya: al-Hidayah, 1998), h. 651.

Dalam sejarah Islam di Indonesia, sejak awal dakwah Islam didefinisikan sebagai 'ajakan', sampai akhirnya HAMKA menulis artikel berjudul "Da'watul Islam" yang dimuat secara bersambung dalam majalah *Gema Islam* (No. 4 dan 5 T I, 1962). Tulisan ini lahir karena menyambut tulisan prasaran karya seorang tokoh ulama Nahdlatul Ulama (NU) Jawa Timur, K. Mohammad Zaini berjudul "Hari Depan Islam dan Kaum Muslimin Terletak pada Dakwah Islamiyah", saat Simposium Dakwah yang diselenggarakan oleh Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) dengan Akademi Metafisika, Surabaya, tanggal 23 Pebruari 1962.

Tulisan HAMKA di atas kemudian mengundang tulisan dengan judul yang sama dari Rosihan Anwar dan disusul dengan tulisan-tulisan dari Abdullah Sahir, M.A. Lubis, Ismuha, dan para intelektual dari berbagai kalangan yang membahas persoalan dakwah dari berbagai segi. Satu di antara tulisan itu dikemukakan oleh seorang tokoh ulama NU, K. Mahmud Effendi yang mengatakan, bahwa dakwah Islam bukan hanya semata-mata ajakan, menurutnya dakwah Islam adalah *qawlun wa 'amalun* atau mencakup kata-kata dan perbuatan.¹³

Kajian dakwah Islam secara akademik ditandai dengan pembukaan Jurusan Dakwah pada tahun 1942 di Fakultas Ushuluddin Universitas al-Azhar, Mesir. Sedangkan di Indonesia Dakwah Islam diakui sebagai bagian kajian keislaman yang dipelajari di Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (PTAIN) pada tahun 1950, kemudian setelah perguruan ini berubah menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) tahun 1960, kajian Dakwah berkembang sebagai Jurusan Dakwah di Fakultas Ushuluddin dan pada tahun 1968 berkembang menjadi Fakultas Dakwah di IAIN Ar-Raniry, Banda Aceh berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama (SK MENAG), Nomor 153/1968.¹⁴

Sejak saat itu, civitas akademik IAIN se-Indonesia telah melakukan serangkaian pertemuan ilmiah yang mengkaji perumusan dan penyusunan pembedangan ilmu-ilmu keislaman, sampai pada tahun 1982 dakwah Islam diakui sebagai bagian dari ilmu-ilmu keislaman di Indonesia. Hal itu berdasarkan SK MENAG RI Nomor 97/1982 tentang Kurikulum dan Silabus IAIN termasuk di dalamnya Silabus Fakultas Dakwah yang diperkuat kemudian dengan SK MENAG Nomor 110/1982 yang telah memperoleh rujukan rekomendasi dari Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI).¹⁵

Kurikulum yang diberlakukan di Fakultas Dakwah IAIN dan UIN di Indonesia sampai saat ini adalah Kurikulum Nasional 1995 yang ditetapkan berdasarkan SK MENAG No. 383/1995 dan disempurnakan dengan SK MENAG No. 383/1997. Sejak saat itu, Fakultas

¹³M. Dawam Rahardjo, "Pemikiran tentang Dakwah dalam Perspektif Perubahan Sosial," dalam *Intelektual Intelegensia dan Perilaku Politik Bangsa: Risalah Cendikiawan Muslim*, Cet. 4 (Bandung, Mizan, 1999), h. 158-159.

¹⁴Panitia Seminar Nasional Keilmuan Dakwah dan Prospek Pengembangannya, *Proposal Kegiatan* (Surabaya: Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel, 1999), h. 1.

¹⁵Ditjen Bimbaga Islam, Departemen Agama RI, *Kurikulum Nasional Institut Agama Islam Negeri* (Jakarta: Direktorat Pembinaan Perguruan Tinggi Agama Islam, 1995), h. 27-40.

Dakwah secara formal memiliki empat jurusan yaitu, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), jurusan Bimbingan Penyuluhan Islam (BPI), jurusan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) dan jurusan Manajemen Dakwah (MD).¹⁶

Pada uraian perkembangan pengertian dakwah Islam dan usaha mewujudkannya sebagai Ilmu Dakwah tertulis di atas, dakwah Islam dipahami bukan hanya sebagai suatu ajakan, tapi juga merupakan perbuatan nyata. Definisi ini juga terlihat dalam rumusan pengertian Ilmu Dakwah yang dikemukakan oleh Moch. Ali Aziz, bahwa dakwah sebagai suatu proses yang aktif, persuasif dan komprehensif dimulai dengan *tablîgh*, *tabsyîr*, *tanzîr* serta *amar ma'rûf nahyi al-munkar* baik secara struktural yang menggunakan kekuasaan berupa pendekatan legal formal dengan tegas (*hisbah*), maupun secara kultural atau mengajak dengan cara lunak tanpa kekerasan (*tathawwur*).¹⁷ Tapi guru besar ilmu dakwah IAIN Sunan Ampel, Surabaya ini, membedakan antara dakwah yang didefinisikannya berdasarkan al-Qur'an dan hadis dengan ilmu dakwah sebagai kajian ilmiah empiris.

Beberapa definisi Ilmu Dakwah, menurut Moch. Ali Aziz, menekankan aspek dakwah sebagai realitas sosial yang lebih melihat dakwah dengan pendekatan fungsional dibanding substansial agama. Pendekatan fungsional mengkaji dakwah secara empiris untuk menjawab pertanyaan: "bagaimana Islam dapat diterima dan dijalankan manusia, baik secara personal maupun sosial." Karena itu, Ilmu Dakwah sering terfokus pada aspek metode, teknik, dan media yang disesuaikan dengan keadaan sasaran dan tujuan dakwah.¹⁸ Dengan mempersempit cakupannya, objek kajian Ilmu Dakwah tidak lagi bias dan meluas, karena pengertian dakwah yang meluas dan mencakup segala sesuatu menjadi masalah dalam menjadikannya sebagai disiplin ilmu tersendiri.

Dalam rangka mencapai tujuan menjadikan dakwah sebagai disiplin ilmu tersendiri, pengertian dakwah Islam perlu dikhususkan dengan mengembalikannya hanya sebagai aktivitas penyampaian pesan komunikasi dengan ajakan dan amal perbuatan. *Lisân al-Hâl Afshah min Lisân al-Maqâl*,¹⁹ artinya pesan perbuatan (nonverbal) lebih jelas dari pesan perkataan (verbal). Secara tegas Nurcholish Madjid memberi arti ungkapan bahasa Arab tersebut sebagai "bahasa perbuatan lebih fasih (tajam) daripada bahasa ucapan."²⁰ Di beberapa surat dalam al-Qur'an seperti pada Q.S. Yâsîn/36: 17 secara tegas Allah SWT. berfirman bahwa kewajiban para rasul hanyalah bertabligh (baca: berkomunikasi) yang terjemahannya: *Dan kewajiban kami tidak lain hanyalah menyampaikan (perintah Allah) dengan jelas.*

¹⁶Muhammad Sulthon, *Desain Ilmu Dakwah: Kajian Ontologis, Epistemologis dan Aksiologis* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar dan Walisongo Pers, 2003), h. 24-25.

¹⁷Moch. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2009), h. 41.

¹⁸*Ibid.*, h. 57.

¹⁹Louis Ma'luf, *Al-Munjid fî al-Lughah wa al-'Âlam*, Cet. 21 (Beirut: Dâr el-Mashreq, 1973), h. 1007.

²⁰Nurcholish Madjid, *Cita-cita Politik Islam Era Reformasi* (Jakarta: Paramadina, 1999), h. 15.

(Q.S. Yâsîn/36: 17). Bahkan pada Q.S. Fushshilat/41: 33 Allah SWT. menandakan bahwa dakwah Islam merupakan pesan komunikasi terbaik manusia:

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ ﴿٣٣﴾

Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang saleh dan berkata: “sesungguhnya aku termasuk orang-orang yang berserah diri”.

Dalam menafsirkan ayat ke-32 surat Fushshilat, Imam Muḥammad al-Râzî menerangkan tiga klasifikasi manusia yang termasuk sebagai manusia dengan pesan komunikasi terbaik karena melakukan dakwah kepada Allah SWT. Pertama, para nabi sebagai insan pertama yang berdakwah dengan mengajak manusia ke jalan Allah SWT. baik dengan metode argumentasi maupun dengan metode berperang membawa senjata. Kedua, para ulama yang terdiri dari para ahli hikmah dan para ahli ushul serta ahli fiqih yang berdakwah Islam. Ketiga, para penguasa (raja) yang mampu berdakwah ke jalan Allah dengan senjata dan kekuasaannya.²¹

Sedangkan Qurthubî mengutip penafsiran yang menyatakan bahwa yang dimaksud dengankata *al-qawl* dalam Q.S. Fushshilat/41: 32 adalah kitab suci al-Qur’an. Maknanya adakah perkataan yang lebih baik dari pada al-Qur’an. Maksud dari “dengan sebaik-baik pelaku dakwah Islam” adalah Nabi Muhammad SAW.²² Qurthubî sendiri berpendapat bahwa ayat termaksud berlaku secara umum kepada siapapun manusia yang berdakwah ke jalan Allah SWT. dan berlaku kepada setiap orang beriman.²³

Jadi, dakwah Islam sesungguhnya merupakan bagian dari aktivitas komunikasi antar manusia. Menurut Ramadhan ‘Abd al-Muthallib Khumais, amal perbuatan sesungguhnya merupakan salah satu media dakwah Islam yang dapat membangkitkan pandangan mata manusia, sedang media perkataan/*al-qawl* menjadi sarana menyentuh hati mereka, media dakwah Islam lainnya adalah *al-qudwah al-ḥasanah* atau suri teladan kepada sesama manusia.²⁴

²¹Muḥammad al-Râzî, *Tafsîr al-Fakhr al-Râzî al-Musytahîr bi al-Tafsîr al-Kabîr wa Mafâtiḥ al-Ghaib*, Juz XXVII (Beirut: Dâr al-Fikr li al-Thibâ’ah wa al-Nasyr wa al-Tauzî’i, t.t.), h. 125.

²²Abû ‘Abd Allâh Muḥammad ibn Aḥmad al-Ansharî al-Qurthubî, *Al-Jâmi li Ahkâm al-Qur’ân*, Juz XV (t.t.p., t.p., t.t.)

²³*Ibid.*

²⁴Khumais, *Al-Da’wah al-Islâmiyyah Arkânuhâ*, h. 213. Dosen Jurusan Dakwah dan Kebudayaan Islam, Fakultas Ushuluddin, Universitas al-Azhar, Mesir ini sebelumnya menegaskan pengertian media dakwah sebagai segala sesuatu yang mendekatkan kepada sesuatu yang lain dan membedakannya dengan “*manhâj*” berupa *ḥikmah*, *maw’idzah al-ḥasanah* dan *al-mujâdalah bi allatî hiya aḥsân*.

Objek Material dan Objek Formal Dakwah Islam

Ditinjau dari filsafat ilmu, ada dua macam objek sains yakni objek material atau bidang utama yang diteliti suatu ilmu pengetahuan tertentu, dan objek formal yang disebut juga objek ontologis atau bagian dari objek material yang menjadi fokus untuk ditelaah oleh suatu ilmu pengetahuan tertentu dengan cara cermat dan seksama.²⁵ Objek material antropologi misalnya, mempelajari manusia dalam perspektif waktu dan tempat, sedang ilmu ekonomi objek materialnya mempelajari manusia dalam memenuhi kebutuhan kehidupannya lewat proses pertukaran barang dan jasa.

Moch. Ali Aziz memandang ilmu dakwah lebih tepat masuk dalam rumpun ilmu sosial dengan menegaskan bahwa objek material ilmu dakwah adalah manusia sebagai pendakwah maupun mitra dakwah dan objek formalnya adalah penyampaian ajaran Islam oleh pendakwah.²⁶ Menurutnya, sejarah ilmu dakwah sebagai ilmu keislaman tidak memiliki akar sejarah sejelas ilmu-ilmu keislaman yang lain seperti ilmu fikih dan ilmu tafsir atau ilmu kalam. Oleh karena itu kajian dakwah Islam berdasarkan ayat-ayat suci al-Qur'an atau hadis-hadis masuk ke dalam objek kajian ilmu tafsir sebagai tafsir ayat-ayat dakwah atau ilmu hadis sebagai hadis-hadis dakwah dan atau fikih dakwah. Jadi, menurutnya, ilmu dakwah menjadi bagian dari ilmu sosial.

Dakwah Islam dalam Perspektif Ilmu Komunikasi

Pengertian etimologis dan terminologis serta objek formal dan material dakwah Islam memiliki kesamaan objek studi dan atau menjadi bagian dari pengertian komunikasi yang secara harfiah berasal dari bahasa Latin *Communicatus* berarti *shared* atau “berbagi”.²⁷ Maksudnya adalah berbagi informasi secara timbal balik. Jika A berdakwah/mengajak B untuk melakukan suatu pekerjaan, sesungguhnya A berusaha berbagi informasi dengan B untuk melakukan pekerjaan itu.

Wilbur Schramm mengatakan bahwa kata “*communication*” dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin “*communis*” berarti “*commun*” yang memiliki arti dalam bahasa Indonesia “sama”.²⁸ Seseorang yang sedang berkomunikasi berarti sedang berusaha mengadakan kesamaan dengan orang lain. Demikian halnya ketika seorang ustadz berdakwah kepada

²⁵Jujun S. Suriasumantri, *Filsafat Ilmu: Sebuah Pengetahuan Populer*, Juz VIII (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1994), h. 93.

²⁶Aziz, *Ilmu Dakwah*, h. 57.

²⁷Louis Forsdale, *Perspectives on Communication* (Phillippines, Addison-Wesley Publishing Company, Inc., 1981), h. 6. Secara teoritis, kata “*share*” berarti “berbagi” menunjuk kepada proses dua arah dibedakan dengan “komunikasi” sebagai “transmisi” atau pengiriman pesan yang lebih menunjukkan proses satu arah. Lihat James Watson dan Anne Hill, *A Dictionary of Communication and Media Studies* (New Delhi: Universall Book Stall, 1996), h. 38.

²⁸Wilbur Schramm, “How Communication Works,” dalam Onong Uchjana Effendy (ed.) *Komunikasi dan Modernisasi*, Cet. VII (Bandung: Mandar Maju, 2005), h. 22.

jamaahnya untuk berzakat, sesungguhnya beliau sedang berusaha membina kesamaan pengertian dengan mereka akan manfaat zakat untuk diri mereka sebagai pemberi zakat dan manfaat yang diperoleh penerima zakat.

Pengertian komunikasi secara terminologis memiliki arti sangat luas seluas penggunaannya dalam beraneka macam medan kehidupan. Frank E.X. Dance dan Carl E. Larson telah menulis tidak kurang dari 126 macam definisi komunikasi pada tahun 1976. Menurutnya berbagai definisi komunikasi itu berbeda dalam tingkat keabstrakan, fokus terhadap intensi atau tujuan para pelaku komunikasi, dan ada atau tidaknya unsur penilaian di dalam definisi-definisi itu.²⁹ Selanjutnya berdasarkan tiga konsep penting tersebut Dance dan Larson mencatat ada 15 aspek komunikasi yang terus-menerus ditekankan dalam berbagai definisi, 10 definisi di antaranya terlihat dalam tabel tertulis berikut di bawah ini.

Tabel 1.

Oleh/ Tahun	Definisi	Menekankan Aspek
John B Hoben, 1954	Komunikasi adalah pertukaran lisan tentang pikiran dan gagasan	Lisan, simbol
Martin Anderson, 1959	Komunikasi adalah proses yang melaluinya kita dapat memahami orang lain, dan pada gilirannya berusaha untuk dapat dipahami orang lain. Proses itu dinamis, berubah, dan berganti secara konstan dalam merespon setiap situasi secara keseluruhan.	Pemahaman
G. Mead, 1963	Interaksi, walaupun pada tingkat jasmaniah adalah sejenis komunikasi karena tanpanya, hal lain tidak akan berlangsung.	Interaksi
Dean C. Barnlund, 1964	Komunikasi timbul dari kebutuhan untuk mengurangi ketidakpastian, bertindak efektif, dan mempertahankan ataupun memperkuat diri.	Mengurangi ketidakpastian
Barelson & Steiner, 1964	Komunikasi, pengoperan informasi, gagasan, emosi keterampilan dll. Dengan menggunakan simbol kata-kata, gambar, bagan, grafik dll.	Pengoperan/ pengalihan
Alex Code, 1959	Komunikasi adalah proses yang membuat kesamaan bagi dua orang atau beberapa orang mengenai apa yang telah dimonopoli oleh satu atau beberapa orang.	Kesamaan
Ruesch, 1957	Komunikasi adalah proses membuat fragmen dan bagian dari kehidupan menjadi saling terkait	Kaitan
S.S. Stevens, 1951	Komunikasi adalah respons tertentu terhadap stimulus	Stimulus

²⁹Stephen W. Littlejohn, *Theories of Human Communication* (United State of America: Wadsworth Publishing Company, 1996), h. 6-9.

Miller, 1966	Komunikasi adalah usaha untuk mengirimkan pesan tertentu untuk mempengaruhi penerima pesan tersebut	Pengaruh
S. Schacter, 1951	Komunikasi adalah mekanisme yang dipakai untuk mempergunakan kekuasaan.	Kekuasaan

Dari hasil pengamatan Dance dan Larson tertulis di atas, secara umum definisi-definisi komunikasi dapat digolongkan sebagai berikut. Pertama, berbagai definisi komunikasi yang dirumuskan berdasarkan pada teori transmisi. Menurut teori ini komunikasi terutama merupakan transfer informasi dari pengirim pesan kepada penerima pesan. Fokus penelitian komunikasinya ialah peranan media, waktu, sekuens, dan beritanya. Kedua, berbagai definisi komunikasi yang bertumpu pada perspektif psikologi behavioristik atau ilmu jiwa perilaku. Definisi-definisi ini menekankan hubungan antara rangsangan seseorang dan respons dari orang lain terhadapnya. Fokus penelitian komunikasinya adalah pengaruh pesan terhadap penerima pesan. Ketiga, definisi-definisi komunikasi yang disusun berdasarkan perspektif interaksionis yang menekankan bahwa seorang pengirim dan penerima pesan komunikasi saling merespons. Perspektif ini mengusulkan agar efek timbal balik dan umpan balik menjadi fokus utama penelitian komunikasi. Keempat, berbagai definisi komunikasi yang menekankan transaksi. Perspektif ini menekankan pengalaman peserta yang berperan aktif dalam komunikasi. Fokus penelitiannya menekankan pada pemahaman akan konteks, proses, dan fungsi komunikasi yang terjadi.³⁰

Guru besar Pemikiran Islam dan dosen Sekolah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, M. Yunan Yusuf menyatakan bahwa dakwah dan komunikasi adalah dua ranah kembar karena keduanya sama-sama membicarakan tentang bagaimana manusia menyampaikan pesan atau gagasan kepada orang lain.³¹ Menurutnya anggapan dakwah dan komunikasi berbeda karena dakwah bertolak dari nilai-nilai ilahiyah dan komunikasi bertolak dari nilai-nilai duniawi, sering sekali menyebabkan aktivitas dakwah Islam tidak sanggup memberikan pemecahan masalah sehari-hari, karena itu dakwah dan komunikasi perlu diintegrasikan.

Komunikasi saat ini telah diakui sebagai disiplin ilmu tersendiri menjadi ilmu komunikasi yang memenuhi syarat-syarat sebagai *science* atau ilmu pengetahuan seperti memiliki objek tertentu, bersifat sistematis, berlaku umum dan memiliki metode tertentu. Sejak tahun 1960, Carl I. Hovland telah menggunakan istilah *Science of Communication* dan mendefinisikan

³⁰Robby I Chandra, *Teologi dan Komunikasi* (Yogyakarta: Duta Wacana University Press, 1996), h. 4.

³¹M. Yunan Yusuf, "Uraian Materi Silabus Mata Kuliah Pemikiran Dakwah dan Komunikasi, Semester Genap 2006-2007," h. 1.

komunikasi sebagai suatu upaya yang sistematis untuk merumuskan dengan cara yang setepat-tepatnya asas-asas pentransmision informasi serta pembentukan opini dan sikap.³²

Objek material ilmu komunikasi adalah perilaku manusia termasuk di dalamnya perilaku individu, kelompok dan masyarakat. Sedangkan objek formalnya ialah situasi komunikasi yang mengarah pada perubahan sosial termasuk perubahan pikiran, perasaan, sikap dan perilaku individu, kelompok, masyarakat dan pengetahuan kelembagaan.³³

Manusia baik secara individu, kelompok maupun masyarakat dikatakan sebagai pelaku dakwah dan mitra dakwah apabila mereka baik sebagai perorangan, kelompok maupun masyarakat berusaha melakukan suatu perubahan baik pada tingkat pikiran, perasaan, sikap maupun perilaku. Apabila mereka baik secara perseorangan, kelompok maupun masyarakat berdakwah ke jalan Allah SWT. atau kepada ajaran Islam secara persuasif, mereka tidak mengajak kepada kesesatan setan, mereka itulah pelaku dan mitra dakwah Islam yang berusaha mengadakan perubahan sosial ke jalan Allah SWT. yang menjadi rahmat bagi semesta alam.

Jalâl al-Dîn al-Suyûthi mengutip hadis yang diriwayatkan oleh Ibn Mardawaih dari Abû Laila al-Asy'ari dalam menekankan keharusan berdakwah Islam dengan *al-hikmah* dan *al-mau'idzhah al-hasanah*, serta *al-mujâdalah billatî hiya ahsân* bahwa Rasulullah SAW. bersabda yang terjemahannya:

Berpegang-teguhlah kalian dengan mematuhi para pemimpin dan jangan menentang mereka, karena sesungguhnya mematuhi mereka berarti mematuhi Allah SWT. dan menentang mereka sama dengan menentang Allah SWT. Sesungguhnya Allah mengutusku berdakwah ke jalan-Nya dengan al-hikmah, al-mau'idzhah al-hasanah, maka siapa yang menentangku dalam hal ini dia termasuk golongan orang-orang yang membuat kerusakan dan sungguh dia telah keluar dari lindungan Allah dan rasul-Nya. Siapa pun yang memimpin kalian tidak mengerjakan hal itu, maka untuknya laknat Allah SWT., laknat para malaikat dan laknat seluruh manusia.³⁴

Ilmu sosial secara ontologis mengkaji hakikat kehidupan sosial manusia secara luas. Sedangkan ilmu komunikasi dalam hal ini memusatkan perhatian pada hakikat manusia sebagai pelaku interaksi sosial.³⁵ Kajian komunikasi antar manusia merupakan studi interdisipliner yang meneliti proses komunikasi dengan menggunakan pandangan dari berbagai disiplin ilmu. Bila ilmu dakwah Islam mengkaji perilaku manusia secara empiris sebagai pelaku dakwah Islam dan peserta dakwah Islam atau jamaah dakwah

³²Carl. I. Hovland, "Social Communication," dalam Onong Uchjana Effendy (ed.), *Komunikasi dan Modernisasi*, Cet. 7 (Bandung: Mandar Maju, 2005), h. 1.

³³Sumarno AP, Kismiyati El-Karimah dan Ninis Agustini Damayani, *Filsafat dan Etika Komunikasi* (Jakarta: Universitas Terbuka, 1999), h. 24-25.

³⁴Abd al-Rahmân Jalâl al-Dîn al-Suyuthî, *al-Dur al-Manthûr fî Tafsîr al-Ma'thûr*, Juz XIV (Beirut: Dâr al-Fikr, t.t.), h. 178.

³⁵Little John, *Theories of Human Communication*, h. 35.

Islam, seperti ilmu komunikasi yang mengkaji manusia sebagai pelaku interaksi antar manusia dan menjadi bagian dari ilmu sosial, maka ilmu dakwah Islam pun menjadi studi interdisipliner yang meneliti proses penyampaian ajaran Islam secara persuasif dengan menggunakan pandangan dari berbagai disiplin ilmu.

Berdasarkan teori komunikasi Harold D. Lasswell (1958) *'who says what, to whom, in which channel, whith what effect'* dapat digambarkan bagaimana kaitan antara ilmu dakwah Islam, dalam hal ini dipahami sebagai bagian dari ilmu komunikasi menjadi ilmu komunikasi Islam.

Dalam tabel 2 di bawah pada kolom komponen dakwah Islam atau ilmu komunikasi Islam sebagai bagian dari ilmu komunikasi, telah dikemukakan bahwa dakwah Islam sebagai ilmu komunikasi Islam dapat didefinisikan menjadi proses penyampaian pesan-pesan ajaran Islam berupa rahmat bagi semesta alam kepada sesama manusia sebagai jamaah atau para pesertanya melalui berbagai media penyampaian pesan dengan metode persuasi yang akan berakibat pengaruh efek tertentu.

Tabel 2
Hubungan Ilmu Komunikasi Islam dan Ilmu Lain

No.	Komponen Dakwah Islam/ Komunikasi Islam	Objek Kajian	Ilmu-ilmu Terkait
1.	Pelaku dakwah Islam/ komunikasi Islam	Agama, perilaku sosial dan latar belakang sosio-kultural	Ilmu Agama, Psikologi Sosial, Antropologi, Sosiologi
2.	Pesan dakwah Islam/ komunikasi Islam	Agama, ideologi, politik, sosial, kebudayaan, pertahanan, keamanan	Ilmu Agama, Psikologi, Sosiologi, Antropologi
3.	Jamaah dakwah Islam/ komunikasi Islam	Agama, latar belakang perilaku individu dan sosial serta kultural	Ilmu Agama, Psikologi, Sosiologi, Antropologi
4.	Media dakwah Islam/ komunikasi Islam	Media massa dan internet, media personal dan industri media massa	Ilmu Komunikasi dan Ilmu Ekonomi serta Teknologi Informasi
5.	Metode dakwah Islam/ komunikasi Islam	Persuasi, <i>hikmah</i> , <i>mau'idzah hasanah</i> , <i>al-mujâdalah billatî hiya ahsân</i>	Ilmu Komunikasi dan Ilmu Agama serta Psikologi
6.	Efek dakwah Islam/ komunikasi Islam	Perilaku individual dan perubahan sosial	Ilmu Agama, Psikologi, Sosiologi, Antropologi

Tabel 2 diadaptasi dari Jalaluddin Rakhmat (1990) dan Moch. Ali Aziz (2009).

Karakteristik dasar dakwah Islam menurut Ismail Raji al-Faruqi adalah sifatnya persuasif bukan kursif. Artinya dakwah Islam selalu berusaha memengaruhi manusia untuk men-

jalankan agama sesuai dengan kesadaran dan kemauannya sendiri, bukan dengan paksaan. Pemaksaan adalah perampasan hak asasi manusia dalam beragama. “Etika manusia memandang pemaksaan dalam berdakwah merupakan pelanggaran serius atas hak asasi manusia”.³⁶ Dakwah Islam pun memiliki karakteristik pesan yang rasional dan disampaikan dengan cara rasional (*rational necessary and rational intellection*) yang mengajak manusia untuk kembali kepada fitrahnya.³⁷

Setiap unsur dari komponen-komponen ilmu komunikasi Islam tersebut di atas dapat berkaitan dengan berbagai bidang ilmu pengetahuan sehingga ilmu komunikasi Islam pun merupakan ilmu interdisipliner yang meneliti proses komunikasi persuasi antar manusia tentang ajaran Islam sebagai rahmat bagi semesta alam dengan menggunakan pandangan dari berbagai disiplin ilmu pengetahuan.

Dari beberapa komponen komunikasi Islam tersebut, menurut Imtiaz Hasnain, komunikator atau pelaku komunikasi Islamlah yang paling memegang kedudukan terpenting dalam ajaran Islam.³⁸ Para periwayat atau penyampai sunnah Nabi Muhammad SAW. misalnya, adalah bidang penelitian disiplin ilmu *al-Jarh wa al-Ta’dil* (kritik pribadi perawi) yang membahas karakteristik para periwayat sunnah Nabi Muhammad SAW. yang harus memiliki kepribadian “kejujuran, keadilan, dan ketelitian” agar mereka dinilai memiliki keterandalan sebagai perawi (komunikator) sunnah.

Guru Besar Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Andi Faisal Bakti lebih memilih konsep dakwah sebagai komunikasi Islam. Menurutnya dakwah adalah usaha meyakinkan manusia untuk bertingkah laku sesuai dengan ajaran Islam berdasarkan batas pengertian mereka masing-masing.³⁹ Dalam Islam, agar dakwah atau *tabligh* efektif harus disertai dengan amal perbuatan yang mencakup proses menentukan tujuan atau niat, menyampaikannya dengan perkataan dan mengikutsertakannya dengan pekerjaan nyata.

Salah seorang ahli ilmu komunikasi yang pemahamannya tentang komunikasi Islam berdasarkan interpretasi terhadap ayat al-Qur’an dan kehidupan empiris umat manusia adalah Hamid Mowlana.⁴⁰ Konsep komunikasi Islam menurutnya adalah *tabligh*, ia mengem-

³⁶Ismail Raji al-Faruqi, *Dakwah Islam dan Misi Kristen Sebuah Dialog Internasional*, terj. Ahmad Noer Z (Bandung: Risalah, 1984), h. 35.

³⁷*Ibid.*

³⁸Imtiaz Hasnain, “Communication: An Islamic Approach,” dalam *Jurnal Komunikasi*, Vol. I, No. 1, Januari-Maret 1993, h. 15.

³⁹Andi Faisal Bakti, *Communications and Family Planning in Islam in Indonesia: South Sulawesi Muslim Perceptions of a Global Development Program* (Leiden-Jakarta: INIS, 2004), h. 83.

⁴⁰Hamid Mowlana adalah Profesor International Relation and Founding Director of the International Communication Program School of International Service, American University Washington, DC. Menyandang Ph.D dari Northwestern University, Evanston, Illinois, 1963. Predident International Association for Mass Communication Research (IAMCR). Lebih lanjut

bangkannya dari konsep Ibn Khaldûn (1967) yang mengartikan *tablîgh* sebagai propaganda kebenaran (*truthful propagation*). *Tablîgh* dalam konteks Islam memiliki batas-batas etika dan berbagai prinsip pelaksanaannya berdasarkan al-Qur'an dan Sunnah.⁴¹ Menurut Mowlana konsep-konsep penting yang menjadi dasar *tablîgh* tersebut antara lain teori tauhid menjelaskan tentang tujuan komunikasi untuk menghancurkan berhala kemusyrikan; doktrin tanggungjawab sosial yang terwujud dalam *amar ma'rûf nahyi munkar*; konsep komunitas atau *ummat*. Menurut Islam, komunitas yang dibangun atas dasar tauhid adalah umat; dan prinsip takwa, suatu konsep ideal Muslim diterjemahkan sebagai *piety*.⁴² Takwa adalah suatu sikap religius sehingga dorongan tindakan dalam kehidupan sehari-hari didasarkan pada kekuatan untuk menjalankan perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya.

Penutup

Berpijak pada uraian tertulis di atas, telah dijelaskan bahwa dakwah Islam secara akademis dapat diintegrasikan dengan ilmu komunikasi menjadi ilmu komunikasi Islam. Komunikasi Islam dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan-pesan ajaran Islam berupa rahmat bagi semesta alam kepada sesama manusia sebagai jamaah dakwah Islam atau para pesertanya melalui berbagai media penyampaian pesan dengan metode persuasif yang akan berakibat pengaruh efek tertentu.

Karakteristik dasar dakwah Islam adalah sifatnya persuasif bukan kursif. Artinya dakwah Islam selalu berusaha memengaruhi manusia untuk menjalankan agama sesuai dengan kesadaran dan kemauannya sendiri, bukan dengan paksaan. Pemaksaan adalah perampasan hak asasi manusia dalam beragama. "Etika manusia memandang pemaksaan dalam berdakwah merupakan pelanggaran serius atas hak asasi manusia.". Dakwah Islam pun memiliki karakteristik pesan yang rasional dan disampaikan dengan cara rasional (*rational necessary and rational intellection*) yang mengajak manusia untuk kembali kepada fitrahnya. Berdasarkan pemikiran ini, maka Sarjana Komunikasi Islam yang telah lulus mempelajari dakwah Islam merupakan bagian dari komunitas Sarjana Ilmu Komunikasi.

Pustaka Acuan

Abdullah, M. Amin. *Islamic Studies di Perguruan Tinggi Pendekatan Integratif-Interkonektif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006.

'Abd al-Bâqi', Muḥammad Fu'âd. *Al-Mu'jam al-Mufahras li Alfâzi al-Qur'ân al-Karîm*. Beirut: Dâr al-Fikr, 1998.

lihat Hamid Mowlana, *Global Communication in Transition: the End of Diversity?* (New Delhi: Sage Publications International Educational and Professional Puiblisher, 1996).

⁴¹*Ibid.*

⁴²*Ibid.*, h.117-126. Lihat juga M. Tata Taufik, *Etika Komunikasi Islam Kritik terhadap Konsep Komunikasi Barat* (Bandung: Sahifa, 2008), h. 109.

- Aziz, Moch. Ali. *Ilmu Dakwah*, cet. 2. Jakarta: Prenada Media Group, 2009.
- Bakti, Andi Faisal. *Communications and Family Planning in Islam in Indonesia: South Sulawesi Muslim Perceptions of a Global Development Program*. Leiden-Jakarta: INIS, 2004.
- Chandra, Robby I. *Teologi dan Komunikasi*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press, 1996.
- Al-Faruqi, Ism'ail Raji'. *Dakwah Islam dan Misi Kristen: Sebuah Dialog Internasional*, terj. Ahmad Noer Z. Bandung: Risalah, 1984.
- Forsdale, Louis. *Perspectives on Communication*. Phillippines: Addison-Wesley Publishing Company, Inc. , 1981.
- Hasnain, Imtiaz. "Communication: An Islamic Approach," dalam *Audientia: Jurnal Komunikasi*, Vol. I, No. 1, Januari-Maret 1993.
- Littlejohn, Stephen W. *Theories of Human Communication*. United State of America: Wadsworth Publishing Company, 1996.
- Ma'luf, Louis. *al-Munjid fî al-Lughah wa- al-'Alâm*, cet. 21. Beirut: Dâr el-Mashreq, 1973.
- Al-Suyuthî, 'Abd al-Rahmân Jalâl al-Dîn. *Al-Dur al-Manthûr fî Tafsîr al-Ma'thûr*, Juz XIV. Beirut: Dâr al-Fikr, t.t.
- Suriasumantri, Jujun S. *Filsafat Ilmu Sebuah Pengetahuan Populer*, Cet. 8. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1994.
- Schramm, Wilbur. "How Communication Works," dalam Onong Uchjana Effendy, (ed.) *Komunikasi dan Modernisasi*, cet. 7. Bandung: Mandar Maju, 2005.