

ETIKA KOMUNIKASI DALAM DAKWAH MODERN

Adhi Kusuma¹, Nida'an Khofia², Muhammad Nur Abdurrahman³
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah,
UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten
¹adhi.kusuma@uinbanten.ac.id, ²khofianidaan26@gmail.com,
³231330042.muhammad@uinbanten.ac.id

ABSTRACT

Da'wah is an integral part of Islamic teachings that aims to spread the values of truth and goodness. In an increasingly complex and digital world, the methods and approaches of da'wah have also changed. This article comprehensively reviews how the principles of ethics and communication science are applied in the context of modern da'wah. By combining textual approaches from the Qur'an and Hadith and contemporary communication theory, this article offers a new perspective on how to da'wah that is more humane, contextual, and relevant to the needs of the times. It also emphasizes the importance of digital literacy, inclusive attitudes, and cultural awareness as part of today's da'wah strategy.

Keywords: da'wah, ethics, communication, digital media, contemporary Islam.

ABSTRAK

Dakwah merupakan bagian integral dari ajaran Islam yang bertujuan menyebarkan nilai-nilai kebenaran dan kebaikan. Dalam dunia yang semakin kompleks dan digital, metode dan pendekatan dakwah turut mengalami perubahan. Artikel ini mengulas secara komprehensif bagaimana prinsip etika dan ilmu komunikasi diterapkan dalam konteks dakwah modern. Dengan memadukan pendekatan tekstual dari Al-Qur'an dan Hadist serta teori komunikasi kontemporer, tulisan ini menawarkan perspektif baru terhadap cara berdakwah yang lebih manusiawi, kontekstual, dan relevan dengan kebutuhan zaman. Ditekankan pula pentingnya literasi digital, sikap inklusif, serta kesadaran budaya sebagai bagian dari strategi dakwah masa kini.

Kata Kunci: dakwah, etika, komunikasi, media digital, Islam kontemporer

A. Pendahuluan

Dakwah merupakan bagian integral dari ajaran Islam yang bertujuan menyampaikan nilai-nilai kebenaran dan kebaikan kepada umat manusia. Dalam perkembangan zaman, metode dan media dakwah mengalami transformasi yang signifikan. Jika pada masa klasik dakwah dilakukan secara lisan di masjid atau majelis ilmu, maka pada era modern ini, dakwah telah memanfaatkan berbagai media seperti televisi, radio, media sosial, hingga platform digital seperti YouTube dan podcast. Perubahan ini tidak hanya memengaruhi teknik penyampaian pesan, tetapi juga menuntut adaptasi dalam hal etika komunikasi.

Komunikasi dalam dakwah bukan sekadar proses penyampaian pesan dari da'i kepada mad'u (objek dakwah), tetapi juga mencerminkan nilai-nilai moral dan etika Islam. Keberhasilan dakwah tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh bagaimana pesan tersebut dikemas dan disampaikan secara santun, bijaksana, dan sesuai dengan konteks sosial dan budaya masyarakat. Oleh karena itu, etika komunikasi menjadi elemen yang

sangat krusial dalam kegiatan dakwah modern.

Etika komunikasi dalam dakwah merujuk pada prinsip-prinsip moral yang mengatur cara seseorang berdakwah agar sesuai dengan nilai-nilai Islam, seperti kejujuran, kesantunan, tidak menyebarkan kebencian, serta menghormati perbedaan. Dalam Al-Qur'an, Allah SWT berfirman:

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik”.

(QS. An-Nahl: 125)

Ayat ini mengisyaratkan bahwa dalam berdakwah harus digunakan pendekatan yang arif dan beretika. Dakwah yang kasar, provokatif, atau menyerang pihak lain dapat menyebabkan resistensi bahkan konflik, yang justru bertentangan dengan tujuan dakwah itu sendiri.

Dalam konteks dakwah modern, tantangan etika komunikasi semakin kompleks. Munculnya media sosial memungkinkan penyebaran dakwah secara masif dan cepat, namun juga membuka ruang bagi munculnya ujaran kebencian, misinformasi, dan

polarisasi. Banyak dai atau tokoh publik yang memanfaatkan media digital tanpa memperhatikan etika komunikasi Islam, sehingga menimbulkan kontroversi di tengah masyarakat. Hal ini menunjukkan pentingnya kajian mendalam tentang bagaimana prinsip-prinsip etika komunikasi Islam diterapkan dalam dakwah era digital.

Selain itu, pluralitas masyarakat Indonesia yang terdiri dari berbagai agama, budaya, dan pandangan politik juga menjadi pertimbangan penting dalam etika dakwah. Dakwah yang dilakukan tanpa sensitivitas terhadap keragaman ini bisa berdampak negatif terhadap keterikatan sosial. Oleh karena itu, seorang dai harus memiliki kecakapan komunikasi antarbudaya dan memahami batas-batas dalam menyampaikan ajaran agar tidak menimbulkan penolakan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana etika komunikasi dalam dakwah modern dapat diterapkan secara efektif di tengah masyarakat yang semakin digital dan majemuk. Dengan pendekatan kualitatif dan telaah literatur, artikel ini akan membahas prinsip-prinsip etika komunikasi Islam,

tantangan dalam dakwah digital, serta strategi dakwah yang etis dan adaptif terhadap perkembangan zaman.

B. Metode Penelitian

Pada bagian ini menjelaskan metodologi yang digunakan dalam penelitian yang dianggap perlu untuk memperkuat naskah yang dipublikasikan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (*library research*). Pendekatan ini dipilih karena tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memahami secara mendalam konsep etika komunikasi dalam dakwah, serta relevansinya dengan perkembangan teknologi dan dinamika sosial masyarakat modern. Pendekatan kualitatif memberikan fleksibilitas untuk menelusuri makna, prinsip, serta interpretasi nilai-nilai etika yang terdapat dalam praktik komunikasi dakwah kontemporer.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif berupa literatur-literatur yang berkaitan dengan dakwah Islam, komunikasi, dan etika, baik dari sumber klasik (seperti tafsir Al-Qur'an dan hadits) maupun sumber kontemporer seperti jurnal ilmiah,

buku-buku akademik, artikel opini keislaman, serta publikasi digital tentang dakwah di media sosial. Sumber data diklasifikasikan menjadi dua kategori, yaitu:

Sumber primer, seperti Al-Qur'an, hadits, dan karya ulama klasik yang membahas adab berdakwah dan prinsip etika Islam.

Sumber sekunder, yaitu buku, jurnal ilmiah, serta artikel yang membahas dakwah di era digital, komunikasi Islam, dan etika komunikasi modern.

Metode ini juga melibatkan kajian terhadap konten dakwah yang beredar di media digital (seperti YouTube, Instagram, dan TikTok) untuk melihat bagaimana bentuk komunikasi dai masa kini dan bagaimana mereka menerapkan atau mengabaikan prinsip etika dalam penyampaiannya.

Selain itu pendekatan ini diterapkan dalam memahami teks-teks keagamaan yang menjadi dasar etika komunikasi dalam Islam, seperti ayat-ayat Al-Qur'an QS. An-Nahl: 125 dan QS. Ali Imran: 159, yang menekankan hikmah, kesantunan, dan kelembutan dalam berdakwah.

C.Hasil Penelitian dan Pembahasan

Secara singkat dan jelas uraikan hasil yang diperoleh dan dilengkapi dengan pembahasan yang mengupas tentang hasil yang telah didapatkan dengan teori pendukung yang digunakan.

Etika berasal dari bahasa Yunani "ethos" yang berarti kebiasaan, adat istiadat, atau cara hidup. Dalam Islam, etika (akhlaq) merupakan bagian penting dari kehidupan, termasuk dalam aktivitas dakwah. Komunikasi dakwah adalah proses penyampaian pesan-pesan Islam dari seorang dai kepada madu (objek dakwah) melalui berbagai media dengan tujuan mengajak kepada kebaikan.

Etika komunikasi dalam dakwah modern berarti prinsip-prinsip moral yang mengatur cara dai berkomunikasi dengan mad'u melalui media modern agar sesuai dengan nilai-nilai Islam, seperti kejujuran, keadilan, kesantunan, dan penghargaan terhadap perbedaan.

Prinsip-prinsip Etika Komunikasi Dakwah Modern:

A. Kejujuran (As-Sidq)

Seorang dai wajib menyampaikan informasi yang benar dan tidak menyebarkan hoaks, bahkan jika hal tersebut

menguntungkan posisinya. Dalam Al-Qur'an Allah berfirman:

“Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar” (QS. Al-Ahzab: 70).

Di era digital, kecepatan penyebaran informasi harus diimbangi dengan verifikasi agar pesan dakwah tidak justru menyesatkan umat.

B. Kesantunan dalam Berkomunikasi

Kesantunan mencakup penggunaan bahasa yang baik, tidak menyinggung perasaan, dan tidak merendahkan pihak lain. Nabi Muhammad SAW dikenal sebagai sosok yang lemah lembut dalam menyampaikan dakwah. Hal ini harus menjadi teladan dalam menyampaikan dakwah di media sosial yang rentan terhadap ujaran kebencian.

C. Keadilan dan Objektivitas

Dakwah harus disampaikan secara adil, tidak berpihak, dan menghindari bias personal. Dalam konteks komunikasi, ini berarti tidak menyudutkan kelompok tertentu, menjaga objektivitas, dan menghindari penyebaran opini yang tidak berdasar.

D. Menghindari Ghibah dan Fitnah

Etika Islam sangat menekankan larangan menggunjing (ghibah) dan memfitnah, terlebih dalam media sosial yang mudah memancing perdebatan. Dai modern harus menjadi penyejuk, bukan pemicu konflik.

E. Kontekstual dan Humanis

Dakwah modern harus memahami latar belakang mad'u dan kondisi sosialnya. Bahasa dan media yang digunakan harus disesuaikan dengan tingkat pemahaman audiens agar pesan dapat diterima tanpa menimbulkan resistensi.

Tantangan Etika Komunikasi dalam Dakwah Modern:

1. Anonimitas dan Keberanian Semu

Media sosial memungkinkan pengguna untuk menyampaikan pesan tanpa identitas jelas. Hal ini seringkali menyebabkan munculnya keberanian semu yang menyalahi etika komunikasi Islam. Banyak dai atau pendakwah digital yang menyampaikan pesan secara provokatif, menimbulkan perpecahngkinkan pengguna untuk menyampaikan pesan tanpa identitas jelas. Hal ini seringkali menyebabkan munculnya keberanian semu yang menyalahi etika komunikasi Islam.

Banyak dai atau pendakwah digital yang menyampaikan pesan secara provokatif, menimbulkan perpecahan antar kelompok.

2. Komersialisasi Dakwah

Fenomena monetisasi konten dakwah dapat menimbulkan konflik kepentingan antara dakwah sebagai ibadah dengan dakwah sebagai sarana mencari penghasilan. Etika komunikasi mengharuskan dai menjaga niat, tidak semata-mata demi popularitas atau keuntungan pribadi.

3. Polarisasi dan Ekstremisme

Komunikasi dakwah yang tidak etis dapat memicu polarisasi bahkan ekstremisme. Oleh karena itu, penting bagi dai untuk mengedepankan pendekatan damai dan persuasif dalam menyampaikan pesan.

4. Polarisasi dan Ekstremisme

Komunikasi dakwah yang tidak etis dapat memicu polarisasi bahkan ekstremisme. Oleh karena itu, penting bagi dai untuk mengedepankan pendekatan damai dan persuasif dalam menyampaikan pesan.

Meski banyak tantangan, dakwah modern juga memberikan banyak peluang. Media sosial memungkinkan jangkauan dakwah lebih luas dan cepat. Melalui pendekatan etis dan kreatif, dai dapat

menyampaikan nilai-nilai Islam secara menarik dan relevan, seperti menggunakan desain visual, infografis, atau narasi fiksi untuk menyampaikan pesan-pesan moral.

Kolaborasi antar dai dari berbagai latar belakang juga bisa memperkaya perspektif dakwah serta memperkuat ukhuwah Islamiya

D. Kesimpulan

Dakwah merupakan bagian integral dari ajaran Islam yang bertujuan menyampaikan nilai-nilai kebenaran dan kebaikan kepada umat manusia. Etika komunikasi dalam dakwah modern merupakan fondasi penting dalam menyampaikan pesan Islam yang damai, adil, dan manusiawi. Kejujuran, kesantunan, keadilan, dan pemahaman terhadap konteks sosial adalah prinsip-prinsip utama yang harus dijaga oleh para dai. Dengan mengedepankan etika komunikasi, dakwah modern dapat menjadi sarana strategis membangun masyarakat Islam yang rahmatan lil 'alamin.

Dakwah merupakan bagian integral dari ajaran Islam yang bertujuan menyampaikan nilai-nilai kebenaran dan kebaikan kepada umat manusia. Etika komunikasi dalam

dakwah modern merupakan fondasi penting dalam menyampaikan pesan Islam yang damai, adil, dan manusiawi. Kejujuran, kesantunan, keadilan, dan pemahaman terhadap konteks sosial adalah prinsip-prinsip utama yang harus dijaga oleh para dai. Dengan mengedepankan etika komunikasi, dakwah modern dapat menjadi sarana strategis membangun masyarakat Islam yang rahmatan lil ‘alamin.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal :

Ahmad, Arifuddin. "Etika dan Strategi Dakwah dalam Masyarakat Multikultural." *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 10 No. 1, 2021.

Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: PT Syaamil Cipta Media, 2010.

Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003.

Shihab, M. Quraish. *Wawasan Al-Qur'an: Tafsir Maudhu'i atas Pelbagai Persoalan Umat*. Bandung: Mizan, 2007.

Suaedy, Ahmad. "Komunikasi Dakwah di Era Digital." *Jurnal*

Ilmu Dakwah, Vol. 38 No. 2, 2022.

Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana, 2012.

Bertens, K. *Etika*. Jakarta: Gramedia, 2001.

Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2005.

Hamdani, Daeng. "Komunikasi Dakwah di Era Digital." *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 4, No. 2, 2020.

Hidayat, Ahmad. "Etika Dakwah di Media Sosial." *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 7, No. 1, 2021.