

MEDIA SEBAGAI SARANA DAKWAH DALAM KONTEKS ISLAM (STUDY TENTANG ETIKA DAKWAH DI MEDIA SOSIAL)

Idawati, Imam Riauan

Universitas Islam Riau

Email: idawatiuir@comm.uir.ac.id, imamriauan@comm.uir.ac.id

Abstrak

Media sosial sebagai sarana dakwah, dinilai cukup efektif, dengan perkembangan media dakwah bisa disampaikan hingga ke penjuru dunia. Etika dalam dakwah berupa kode etik yang digunakan dalam menyampaikan pesan dakwah, bisa dikatakan kode etik dakwah, yaitu sebuah aturan main seorang da'i terkait nilai etis yang digunakan dalam penyampaian pesan dakwahnya. Media sosial memiliki peran penting sebagai sebuah sarana dalam menyampaikan isi pesan kepada khalayak, dengan media maka akan membantu seorang da'i dalam menyebarkan pesan dakwahnya hingga ke penjuru dunia. penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana etika da'i dalam penyampaian dakwah dimedia massa (perspektif komunikasi). Jenis penelitian ini kualitatif dengan metode kepustakaan (library research). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa masih terdapat pelanggaran etika dalam dakwah yang disampaikan oleh da'i, seperti dalam penyampaian pesan dakwah dimedia sosial masih menggunakan kata-kata yang kurang benar/kurang tepat untuk digunakan, menggunakan kata-kata yang berlebihan, masih ada da'i dalam dakwahnya, menggunakan kata-kata kasar, mencaci, dan bahkan terkesan memaksa. Pelanggaran terhadap etika bukan hanya berdampak terhadap individu da'i namun akan berdampak terhadap masa depan dakwah.

Kata Kunci: Media, Sarana Dakwah, Konteks Islam

Abstract

Social media as a means of proselytizing, is considered quite effective, with the development of proselytizing media can be conveyed to all corners of the world. Ethics in proselytizing is in the form of a code of ethics used in conveying the message of proselytizing, it can be said to be a code of ethics for proselytizing, which is a rule of the game for a da'i to establish ethical values used in delivering his proselytizing message. Social media has an important role as a means of conveying the content of the message to the audience, with the media it will help a da'i in spreading the

How to cite:	Idawati, Imam Riauan (2023), Media Sebagai Sarana Dakwah Dalam Konteks Islam (Study Tentang Etika Dakwah Di Media Sosial), Vol. 8, No. 1, Januari 2023, Http://Dx.Doi.Org/10.36418/Syntax-Literate.V8i1.11272
E-ISSN:	2548-1398
Published by:	Ridwan Institute

message of his proselytizing to all corners of the world. this research aims to see how da'i ethics in the delivery of da'i in the mass media (communication perspective. This type of research is qualitative with the library research method. The results of this study show that there are still ethical violations in the proselytizing delivered by da'i, such as in the delivery of proselytizing messages on social media still using words that are not correct / not appropriate to use, using excessive words, there is still da'i in the proselytizing, using harsh words, berating, and even seemingly pushy. Violations of ethics will not only affect da'i individuals but will have an impact on the future of proselytizing.

Keywords: Media, Means of Da'wah, Islamic Context

Pendahuluan

Komunikasi menjadi suatu hal yang amat penting dalam kehidupan manusia, sebagai makhluk sosial yang diistilahkan oleh Aristoteles adalah “Zoon Politicon”, hal ini menunjukkan ketegasan langsung pada kesempurnaan identitas dan jati diri manusia. Dengan demikian manusia dituntut untuk berinteraksi dengan manusia lain, dalam melakukan kegiatan ini sangat mustahil tanpa menggunakan komunikasi (Suryadi, 2018). Ketika manusia tidak melakukan komunikasi dengan manusia lain maka dipastikan akan kesulitan untuk melangsungkan kehidupan sosialnya, inti persoalan pokok yang terdapat dalam komunikasi terletak pada proses komunikasi yang berlangsung antara komunikator dan komunikan dalam hubungan pengiriman pesan yang melampaui ruang dan waktu. ketika proses komunikasi ini dilakukan dengan tidak benar atau tidak sesuai dengan kaidah-kaidahnya, maka hasil dari proses komunikasi tersebut juga tidak akan baik (Dyatmika, 2021).

Media merupakan alat komunikasi yang orientasinya melibatkan banyak massa setiap pengguna media massa harus ingat bahwa, pesan komunikasi tidak akan mencapai target massa yang anonim dan besar tanpa menggunakan media dalam penyampaian pesannya, singkatnya peran media disini sangat penting (Fuadi, 2020).

Kegiatan dakwah merupakan suatu kewajiban yang harus dilakukan bagi setiap muslim dan muslimah setiap saat dan dalam keadaan apapun. Salah seorang tokoh Islam modernis, dalam bukunya monumentalnya Fiqhud Da'wah, mengatakan bahwa dakwah dalam arti luas, adalah sebuah kewajiban yang dipikul oleh setiap muslim dan muslimah, selain itu juga dakwah diartikan sebagai suatu kegiatan yang mengajak manusia dengan cara yang bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Allah untuk kemaslahatan dan kebahagiaan dunia dan akhirat (Ritonga, 2019).

Kewajiban dakwah juga dijelaskan dalam Alquran, Ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: “Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung”

Tanpa dakwah ajaran Islam tidak akan bisa berkembang serta tidak akan dapat dipahami oleh umat manusia. Oleh karena itu kegiatan dakwah menjadi hal yang sangat mendasar dalam Islam. Bagaimana tidak, tanpa dakwah maka ajaran Islam tidak akan sampai dan dipahami oleh umat manusia. Ajaran Islam sangat mendorong umatnya untuk melakukan dakwah, sehingga antara Islam dan dakwah merupakan dua hal yang tidak bisa dipisahkan (Wulandari, Hardivizon, & Fitmawati, 2018).

Komunikasi Islam merupakan sebuah komunikasi yang dibangun berdasarkan prinsip ke Islaman. Dengan kata lain komunikasi Islam berdasarkan Alquran dan Hadits Nabi Muhammad Saw (Susanto, 2016). dalam perspektif Islam komunikasi adalah sebuah bagian yang sangat peting sehingga tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Setiap gerak gerik dan tingkah laku manusia selalu bentuk wujudnya disertai dengan komunikasi. Dan komunikasi yang dihasilkan dari gerak gerik tersebut adalah bentuk komunikasi Islam, yaitu berakhlakul karimah atau beretika, yang dituntut berdasarkan Alquran dan Hadits (Al-Zauqi & Setiawan, 2020).

Perkembangan teknologi sebagai sarana komunikasi, dan perkembangan media massa baik cetak maupu elektronik, menjadikan informasi yang sangat berkembang pesat ditengah masyarakat. Dan melalui kesempatan ini juga sangat membuka peluang sebagai sarana untuk menyebarkan informasi-informasi keagamaan, bermunculannya media siaran seperti televisi saat ini sudah menayangkan banyak program-program dakwah yang dikemas di era industri media sebagai pemenuhan kebutuhan khalayak (El Ishaq, 2013)

Dalam komunikasi dakwah masih dipahami secara kurang tepat oleh para mubaligh yang menterjemahkan “ *balighu ‘anni walau ayatan*” yang mana diartikan sebagai suatu kewajiban menyampaikan dakwah tanpa mempertimbangkan aspek etis dan sosiologis. Dimana dalam menyampaikan dakwahnya seorang mubaligh kurang memperhatikan rambu-rambu serta isyarat kebaikan dalam etika dakwahnya sebagaimana komunikasi dakwah yang dilakukan oleh pendahulu (Hadisaputra, 2019). Dimana kasus yang sering terjadi dikalangan mubaligh adalah terhadap penyampaian pesan dakwahnya masih terdapat sekelompok orang yang merasa didiskriminasi, merasa tersinggung, dan disakiti, karena isi pesan dakwah yang disampaikan dengan gaya orator yang sangat menggebu, marah-marah, menghina, dan mencaci maki, mubaligh tidak memperhatikan etika dan estetika dalam komunikasi dakwahnya, sehingga sebagian kelompok merasa tidak nyaman. Hal ini sangat bertolak belakang dengan etika komunikasi Islam (Hadisaputra, 2019).

Etika dalam dakwah berupa kode etik yang digunakan dalam menyampaikan pesan dakwah, bisa dikatakan kode etik dakwah, yaitu sebuah aturan main seorang da’i terkait nilai etis yang digunakan dalam penyampaian pesan dakwahnya. Dalam Islam merupakan sebuah moral yang bermuara dari hati nurani yang berdasarkan dari akal dan wahyu. Etika dalam kegiatan dakwah akan membentuk sebuah perilaku dakwah yang dinilai etis untuk dilakukan oleh seorang da’i Amin (Mahdaniar & Surya, 2022). Dalam dakwahnya para da’i sangat penting mengedepankan etika, bukan hanya sekedar menyeru begitu saja, walaupun maksud dan tujuannya mengajak kepada kebaikan, dan tidak harus seorang da’i dalam seruannya terkesan menyampaikan isu-isu yang bersifat fanatis,

memaksa, provokatif, serta kata-kata celaan yang memunculkan permusuhan. Secara etika dakwah yang disampaikan dengan kalimat paksaan dipandang sebagian masyarakat sebuah pelanggaran etika yang sangat berat, sehingga isi dakwah yang seperti ini akan membuat segolongan masyarakat tersebut merasa terusik, tersakiti. Untuk itu sangat diperlukan etika dalam penyampaian dakwah (Syaikh & Jailani, n.d.).

Etika dakwah da'i, kegiatan dakwah sering dipandang secara keliru oleh para da'i, seakan menganggap enteng terhadap permasalahan yang terjadi dalam penyampaian dakwah (tasahhul). Sikap yang muncul ini berupa kurang mengindahkan nilai-nilai etika bagi para da'i dalam penyampaian dakwah terhadap objeknya (Mad'u), dan nilai terlalu berlebihan terhadap pesan dakwahnya, serta tidak memperhatikan rambu-rambu sebagaimana dakwah yang dilakukan oleh para pendahulu (Ace, 2021).

Etika dakwah da'i mengacu kepada etika Islam akhlak umat Islam yang dinyatakan dalam Alquran dan sunnah Rasulullah: sebagaimana dalam Alquran surah ke 68, ayat 4, QS 22 ayat 21. Konsep etika/moral dalam Islam sepadan dengan akhlak yaitu watak/atau perangai. Konsep etika menerangkan tentang keadaan dalam jiwa yang menetap didalamnya. Dari sanalah terbit semua perbuatan dengan gampang dan mudah, tanpa memerlukan pemikiran dan penelitian sehingga terbit perbuatan yang baik dan terpuji menurut akal dan agama. Dalam Alquran dijelaskan tentang bahwa Nabi Muhammad Saw, adalah profil manusia yang berakhlak agung. Dalam sebuah hadits yang diriwayatkan oleh Aisyah, "Akhlak Rasulullah adalah Alquran, yang maknanya bahwa Rasulullah mempraktekkan ajaran Alquran tentang perintah dan larangan.

Kode etik dakwah (KED), etika da'i terpaat pada perkataan yang keluar dari lisannya, dan perbuatan dan percontohan/uswatun hasanah sebagai sebuah simbol yang harus diperbuat dan dilaksanakan dalam kegiatan dakwah da'i tersebut: selanjutnya kode etik dalam bertutur kata:

1. Pesan dakwah harus menggunakan bahasa yang benar. Seorang da'i harus memiliki kemampuan berbahasa sesuai dengan kaedah tata bahasa, hal ini bermakna seorang da'i harus memiliki kecakapan berbahasa, mengemas isi pesan yang akan disampaikan sehingga mudah dipahami oleh mad'u, dan memiliki sumber yang jelas bisa dipertanggung jawabkan.
2. Pesan disampaikan tidak berlebihan/tidak terlalu berat, penyampaian pesan dakwah harus sesuai dengan kemampuan intelegensi yang dimiliki da'i, dan kemampuan mad'u dalam menerima isi pesan dakwah, tidak menggunakan bahasa yang sulit, dan terlalu berat, agar mudah dipahami dan tidak salah dalam mempersepsikan isi pesan.
3. Memiliki perkataan yang lemah lembut (Qoulan Layyinan), seorang da'i harus menggunakan bahasa yang menyentuh jiwa dan berbekas dihati mad'u.
4. Da'i harus menjaga etika dakwah disampaikan sesuai dengan forumnya, sehingga diharapkan akan mampu menyesuaikan cerita dalam pesan dakwahnya sesuai dengan forum yang dimaksud, apakah itu mimbar khutbah, muhadharah, ceramah, diskusi keagamaan, kuliah.

5. Seorang da'i yang mengajak kepada amar ma'ruf nahi munkar, da'i harus mampu berpegang kepada prinsip dakwah, untuk itu da'i harus mampu mengetahui apa saja bentuk amar ma'ruf yang akan diperintahkan kepada setiap mad'u sesuai dengan standar ukurannya yaitu apa yang dianggap baik sesuai syariat dan masuk akal, dan munkar adalah larangan, hal ini juga harus mengacu kepada standar larangan yang sesuai dengan Alquran dan hadits, yang benar-benar dilarang dengan jelas, bukan sifatnya sama-samar.
6. Kode etik da'i dalam perbuatan: eksistensi da'i selalu mendapat sorotan masyarakat, baik diri pribadi da'i maupun keluarganya, segala gerak-geriknya menjadi pusat perhatian masyarakat, selain itu diakui atau tidak secara non formal seorang da'i selalu diposisikan sebagai seorang pemimpin untuk dijadikan panutan/ karena itu ucapan sikap dan seluruh perbuatannya menjadi contoh bagi masyarakat. Karena profesinya menuntut agar da'i mencerminkan pola kehidupan berdasarkan prinsip yang Islami setiap saat memiliki akhlak atau etika yang karimah setiap saat dimata mad'u. Gagalnya dakwah sering diukur dari wujud perilaku seorang da'i yang tidak sesuai dengan ucapan dalam pesan dakwahnya. Ketika antara perbuatan tidak sesuai dengan ucapan dalam dakwahnya maka, da'i bisa dikatakan gagal dalam mencapai keberhasilan dakwah, terkait da'i harus bisa mewujudkan etika atau akhlakkul karimah. Allah sangat melarang dengan keras bagi seseorang yang mengajak orang lain kepada kebaikan, akan tetapi dia sendiri tidak melakukan apa yang dia sudah ucapkan/tidak sesuai apa yang diucapkan dengan perbuatannya, Q. S , Albaqarah, ayat 44:

﴿ أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَتَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ وَأَنْتُمْ تَتْلُونَ الْكِتَابَ أَفَلَا تَعْقِلُونَ ﴾

Artinya: Mengapa kamu suruh orang lain (mengerjakan) kebaktian, sedang kamu melupakan diri (kewajiban)mu sendiri, padahal kamu membaca Al Kitab (Taurat)? Maka tidaklah kamu berpikir ?<https://tafsirweb.com/338>.

Alangkah buruk kondisi kalian dan kondisi ulama kalian ketika kalian memerintahkan manusia untuk berbuat kebaikan-kebaikan, sedangkan kalian meninggalkan diri kalian sendiri. Maka kalian tidak memerintahkan diri kalian untuk berbuat kebaikan yang agung ini, yaitu memeluk Islam padahal Kalian membaca taurat yang didalamnya terdapat penjelasan tentang sifat-sifat Muhammad Shallallahu Alaihi Wasallam dan kewajiban beriman kepadanya. Tidakkah kalian mempergunakan akal kalian dengan benar ?

Ayat diatas menjelaskan kepada kita bahwa dakwah yang seharusnya mengajak kepada kebaikan, namun dikarenakan adanya pelanggaran terhadap perilaku sebagian da'i antara perbuatan tidak sesuai dengan ucapan dakwahnya, sehingga menyebabkan masyarakat ragu tidak percaya, dan bahkan anti dengan seruan dakwah yang disampaikan oleh da'i dengan demikian pengaruhnya bukan hanya terdapat pada diri individu da'i melainkan pengaruhnya terdapat pada kegiatan dakwah yang disampaikan sehingga masyarakat mulai tidak percayai terhadap kepada da'i, walaupun hanya sebagian yang

melakukan, tapi masyarakat secara umum tidak akan dapat memilah mana da'i yang bisa dipercaya dan mana yang tidak, kondisi ini sesungguhnya akan mengancam kegiatan dakwah akan berdampak gagal. Oleh karena kesesuaian kata dengan perbuatan ini sangat penting bagi seorang da'i, karena kegiatan ini akan memberikan kekuatan dengan sendiri dalam kegiatan dakwah. Oleh sebab itu apabila seorang da'i akan menyampaikan pesan dakwah, maka sebelum ia menyampaikan kepada orang lain sesungguhnya isi dakwah yang akan disampaikan tertuju untuk da'i itu sendiri, sehingga ketika ia akan menyampaikan kepada mad'u, maka terlebih dahulu ia sudah mengimplementasikan dalam diri dan anggota keluarganya sehingga da'i bisa menjadi contoh dan teladan bagi mad'u.

Urgensi etika bagi da'i, dakwah Islamiyah adalah tugas suci bagi setiap Muslim, yang tujuannya tidak lain tidak bukan untuk mencegah perbuatan munkar sehingga umat manusia bisa mendapat petunjuk untuk berbuat kebaikan melaksanakan perintah dan larangan Allah Swt sesuai dengan Alquran dan Hadits, karenanya agar dakwah mampu mencapai eksistensinya dakwah harus memiliki sasaran strategis jangka panjang untuk itu diperlukan suatu sistem yang sifatnya manajerial komunikasi yang baik dalam perkataan dan perbuatan yang sangat relevan untuk dilakukan yang berkaitan dengan nilai-nilai keIslaman. Para da'i diharapkan tidak hanya menyeru sesuai dengan kehendak hatinya saja agar tujuan dakwah bisa tercapai ada aturan-atura yang berlaku yang sudah ditetapkan sesuai dengan rambu-rambu yang menjadi acuan untuk mengatur jalannya kegiatan dakwah. Sebagaimana pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan oleh da'i dimedia massa : Da'i dalam tausiahnya berupa ujaran kebencian berdasarkan sara dan penodaan terhadap agama tertentu, hal ini melakukan tindak pidana melalui ceramahnya yang diunggah di akun youtube.

Dan dilanjutkan isi dakwah da'i yang juga mengandung usur sara, bahkan diminta seorang da'i dalam tausiahnya harus bisa mendamaikan suasana bukan bahkan membuat huru hara, serta da'i diminta dalam menjalankan etika harus berpedoman kepada sila Pancasila. Dan Undang-undang dasar 45. Dalam hal ini dituntun seorang da'i harus bijaksana dalam berdakwah dalam mencapai tujuan dakwahnya untuk meningkatkan keimanan mad'u, bukan membandingkan agama lain.

Dilanjutkan terjadi pelanggaran etika da'i dalam menyampaikan tausiah di media televisi, dalam menjawab salah satu pertanyaan mad'u, dai mengeluarkan kata-kata tidak senonoh, terlepas disengaja atau tidak, namun ketika ucapan ini disampaikan melalui media massa, maka akan berdampak buruk bagi profesi seorang da'i.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan penggunaanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paing sering dan sangat umum digunakan ditengah pengguna hingga keseluruhan penjuru dunia.

Pendapat lain mengartakan bahwa media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas dasar ideologi dan teknologi Web. 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content. jejaring sosial

merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi. Kemudian biasa terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial yang terbesar diantaranya Facebook, Myspace, Twitter, jejaring sosial ini bahkan saat ini sudah mendunia (Cahyono, 2016).

Perkembangan media sosial telah banyak merubah dunia bahkan memutar balikkan banyak pemikiran dan teori yang dimiliki, tingkatan dan atau level komunikasi yang melebur dalam satu wadah yang bernama media sosial. Dengan konsekuensi yang muncul dan harus diwaspadai, dalam hal ini media sosial semakin membuka peluang dan kesempatan bagi setiap penggunaannya untuk bebas mengeluarkan pendapat, akan tetapi harus mampu mengendalikan diri agar kebebasan pengguna tidak melanggar batasan-batasan dalam penggunaan media agar tidak menyinggung hak-hak pengguna lain dan melanggar etika-etika penggunaan media sosial (Watie, 2016). Beberapa hal yang harus dipahami oleh pengguna media sosial dalam menjaga etika berkomunikasi, dimana etika komunikasi tersebut berkaitan dengan seperangkat norma, nilai atau ukuran tingkah laku dalam kegiatan komunikasi ditengah masyarakat. demikian pula dalam etika komunikasi didunia maya, ada beberapa peraturan yang spesifik yang harus dipatuhi oleh para pengguna, yang sebenarnya sama dengan etika berkomunikasi didunia nyata, tidak menyinggung perasaan orang lain, tidak menyakiti orang lain, berbicara jelas dan efektif, meminta maaf jika ada kekeliruan, dan lain sebagainya. Berikut ini dapat dijabarkan etika penggunaan internet sebagai berikut:

- 1) *Remember the human*, selalu ingat bahwa orang yang membaca postingan anda adalah manusia yang mempunyai perasaan, ketika memposting bahasa yang dapat menyinggung perasaan setiap orang yang membaca, maka akan bisa menyakiti hati dan perasaan orang lain.
- 2) *Adhere to the same standars of behavior online that you follow in real life*. Standar. Ingat bahwa beretika didunia internet sama dengan dunia nyata, menghargai, dan tidak melanggar hukum
- 3) *Know where you are in cyberspace*. Setiap situs atau forum online, biasanya punya aturan main, maka ketika akan menggunakan atau bergabung, bacalah terlebih dahulu aturan tersebut
- 4) *Respect other people's time in bandwidth*. Posting pesan sesuai dengan group diskusi, jangan mengajukan pertanyaan yang tak masuk akal, jangan memposting sesuatu yang sudah diketahui oleh anggota group
- 5) *Make yourself look good online*, cek grammar dan ejaan tata bahasa yang digunakan sebelum memposting, pastikan semua yang ingin anda katakan benar dan dapat diterima akal
- 6) *Share expert knowledge*, bagi pengetahuan dan wawasan anda, dan jawab pertanyaan jika anda tahu
- 7) *Help keep flame wars under control*. Kendalikan emosi anda, tahan emosi, jangan posting apapun ketika sedang marah
- 8) *Respect other people's privacy*, hargailah privasi orang lain, jangan baca, email, pesan, inboks orang lain

9) *Don't abuse your power*. Jangan menyalah gunakan kekuasaan, makin besar kekuasaan yang dimiliki, harus bisa menyingkapi bagaimana seharusnya untuk menggunakannya

10) *Be forgiving of other people's mistakes*, jika orang lain salah maka maafkan, kepatuhan atau pelanggaran atas netiket diatas akan mampu mencerminkan beretika atau tidaknya seseorang didunia maya, dan sekaligus hal ini akan menjadi cerminan nilai moralnya didunia nyata saat berinteraksi ditengah masyarakat. Maka dari penjelasan diatas maka, dapat disimpulkan bahwa dalam berkomunikasi didunia maya atau bersosial media maka si pengguna dalam hal ini warganet harus mengedepan etika, akarena hal ini akan mampu mewujudkan dan sekaligus menciptakan keteraturan berkomunikasi di sosial media (Sumarlan, n.d.).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik penelitian kepustakaan (*Research Library*) dan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka. Dan ciri khusus yang digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan pengetahuan penelitian, yaitu penelitian dihadapkan langsung dengan data atau teks yang disajikan, bukan dengan data lapangan atau melalui saksi mata yang berupa kejadian (Zakariah, Afriani, & Zakariah, 2020). Peneliti hanya berhadapan langsung dengan sumber yang sudah ada diperpustakaan atau berupa data siap pakai serta data-data tambahan yang dibutuhkan dalam menjawab masalah penelitian. Proses penelitian kepustakaan dilakukan dengan meninjau literatur dngan menganalisis topik yang relevan dengan masalah yang akan diteliti, penelusuran pustaka dapat memanfaatkan sumber tanpa melakukan riset lapangan, penelusuran buku, jurnal, kamus dokumen, majalah dan sumber-sumber lain, media elektronik, dan media-media digital.

Metode pengumpulan dokumentasi, yaitu menggali dan mengumpulkan data dan informasi dengan cara membaca jurnal – jurnal di media online yang sudah dipublikasi. Teknik ini digunakan untuk menggali data-data melalui sumber-sumber bacaan yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian ini (Pringgar & Sujatmiko, 2020).

Adapun sumber data primer dalam penelitian ini adalah: Berasal dari jurna-jurnal hasil penelitian tentang Etika Dakwah Mubaligh di Media Sosial, dan yang sejenis dengan penelitian yang dimaksud (Wulandari et al., 2018). Kemudian ditambah dengan data penunjang dan pelengkap, yang diperoleh dari buku-buku, dan artikel-artikel di media online yang berhubungan dengan masalah penelitian. Dalam teknik dokumentasi ini penulis menggunakan beberapa langkah yang akan diterapkan, yaitu:

- Membaca sumber data primer dan sekunder dari artikel jurnal di media online, membaca postingan tausiah di media sosial.
- Membuat catatan yang berkaitan dengan penelitian dari sumber data primer dan sekunder tersebut.
- Mengolah catatan yang sudah terkumpul.

Hasil dan Pembahasan

Etika komunikasi Islam pada umumnya hampir sama dengan etika komunikasi pada umumnya, mengacu kepada isi perintah dan larangan terdapat kesamaan antara keduanya. Untuk itu dalam etika komunikasi Islam mengungkapkan bahwa dakwah merupakan komunikasi Islam. Karena dakwah dan komunikasi merupakan suatu teknik, dan dakwah Islamiah merupakan tindakan *amar ma;rufnahi munkar*. Dalam etika komunikasi Islam mengacu kepada Alquran dan hadits ketika akan berbicara.

Qoulan Sadidan (perkataan yang benar) hendaklah berkata dengan perkataan yang benar, mubaligh dalam berdakwah di media sosial sudah tentu harus menggunakan perkataan yang benar, yang berdasarkan dari segi substansi mencakup faktual, tidak direayasa atau dimanipulasi, sedangkan dari sisi redaksi harus menggunakan kata-kata yang baik dan benar, dimana sesuai dengan kaidah tata bahasa yang baik. *Qoulan baligha*, yaitu efektif tepat sasaran, prinsip ini dapat diartikan sebagai prinsip komunikasi yang efektif, dalam komunikasi ini seorang komunikator dalam menyampaikan pesan harus efektif, menggunakan bahasa yang jelas dan tidak bertele-tele sehingga mudah dipahami oleh audiens. Selanjutnya mengacu kepada prinsip *Qoulan Karima*, perkataan yang mulia, hormat serta mengagungkan, enak didengar, lemah lembut, dan bertata krama, prinsip ini lebih cenderung digunakan ketika berbicara kepada orang yang lebih tua usianya, ada kata penghormatan dalam menyapa sehingga punya nilai etika yang sangat dijunjung tinggi.

Qoulan Ma'rufan, adalah perkataan yang baik dan pantas untuk diucapkan, yaitu suatu pembicaraan yang bermanfaat dan mengandung makna kebaikan. Setidaknya ketika berkata-kata harus mengandung nasehat, serta dapat menjadi penyejuk hati orang yang mendengarkannya. *Qoulan Layyinan*, perkataan yang lemah lembut, Perkataan ini berarti pembicaraan yang lemah lembut, dengan suara yang enak didengar, serta penuh ramah tamah, sehingga mampu menyentuh hati orang yang mendengarkan, tidak mengeraskan suara, apalagi membentak. *Qoulan Maysura*, Lebih lanjut ketika dilihat dalam komunikasi dakwah maka, dalam menyampaikan pesan dakwah harus menggunakan bahasa yang ringan, sederhana, pantas, serta mudah diterima oleh audiens.

Etika Komunikasi Islam Dalam Dakwah Mubaligh Di Media Sosial. Mengacu kepada etika komunikasi Islam dan etika dalam bermedia sosial bagi seorang dalam mubaligh ketika menyampaikan dakwahnya. Bahwa mubaligh adalah seorang yang menyeru atau mengajak manusia kearah kebaikan dan mencegah kepada kemungkaran, dan isi dakwahnya berkaitan dengan mengajak umat manusia untuk merubah sikap dan perilakunya kearah yang lebih baik, sebagai mana isi dakwah bertujuan untuk mengajak manusia beriman kepada Allah Swt. Membina mental Agama Islam bagi kaum Muallaf, mengajak umat Islam untuk selalu meningkat ketakwaannya kepada Allah Swt, mendidik dan mengajarkan agar tidak menyimpang dai fitrahnya. Media sosial dalam hal ini sebagai sarana dakwah sudah menjadi menggloabal dan mengakar, selain itu dengan adanya media sosial akan mempermudah interaksi dan mempercepat jaringan komunikasi. Begitu massifnya penggunaan internet dan jejaring sosial, maka sudah tentu makin efektif jika jejaring sosial ini digunakan sebagai sarana dakwah dalam menebar kebaikan bagi para

mubaligh, sudah tentu dengan adanya media sosial segala isi pesan dakwah dengan mudah bisa di share dan langsung dengan bisa diakses oleh siapapun dan dimanapun, dengan tidak mengira jarak tempuh jauh maupun dekat. Dakwah yang disampaikan menggunakan media sosial, sekali lagi para mubaligh dalam dakwahnya harus mengacu kepada etika bermedia, sekaligus secara kompleksitas antara etika komunikasi Islam dan etika bermedia secara bersamaan harus diperhatikan oleh para mubaligh.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan dengan menggunakan metode perpustakaan, dengan mengumpulkan sejumlah buku dan jurnal-jurnal online, dan data-data pelanggaran yang dikumpulkan dari media sosial yang berkaitan dengan “Bagaimana etika komunikasi Islam dalam Dakwah Mubaligh dimedia sosial” bahwa ditemukan masih ada pelanggaran pelanggaran etika di media sosial seperti pelanggaran Qoulan Layyinan , berkata lemah lembut, sebagian mubaligh masih ada yang menyampaikan isi tausiah di media sosial, yang masih kasar ucapannya sehingga menyinggung perasaan orang lai, dan hal ini juga termasuk pelanggaran dalam etika bermedia sosial.

Qoulan Karima, perkataan yang mulia, namun dari isi tausiah yang disampaikan masih terdapat pelanggaran etika ini, seperti dalam salah satu akun media sosial yang penulis himpun, terdapat salah satu isi tausiah yang terlihat kasar, dan Da’i terpancing emosi saat menanggapi pertanyaan mad’u, dan menggunakan gaya bahasa yang kasar, sehingga menyinggung perasaan banyak orang yang hadir dalam kegiatan tausiah tersebut.

Qoulan sadidan, perkataan yang benar, namun masih ditemukan sejumlah pelanggaran etika berkata benar di media sosial yang dilakukan oleh para mubaligh, tentang kewajiban menutup aurat, salah satu mubaligh menjelaskan bahwa menutup aurat dalam hal ini menggunakan jilbab bagi seorang wanita tidak wajib, terpulang ungkapan kebohongan yang disampaikan oleh mubaligh ini ada alasan tertentu, namun pernyataan ini sudah diserap oleh mad’u.

Qoulan Maysura, perkataan ringan, mudah dipahami, serta layak untuk diucapkan, dalam hal ini terlihat masih terjadi pelanggaran etika bagi mubaligh dalam menyampaikan dakwahnya, dimana daripenggunaan bahsa yang sangat berat sehingga mad’u mendefenisikan adanya tekanan dan unsur paksaan dalam seruan yang disampaikan, seperti contoh meminta jamaah untuk bersedekah yang terkesan memaksa, seperti ada kata-kata “Bodoh” ketika ada jamaah yang belum bersedekah, seolah-olah sedekah merupakan praktek lelang.

Berdasarkan sejumlah jurnal-jurnal online yang penulis temukan terkait dengan etika dakwah mubaligh dimedia sosial, pada penelitian: Eko Sumadi, Dakwah dan media sosial, menebar kebaikan tanpa diskriminasi, bahwa dalam menyampaikan pesan dakwah harus disampaikan sesuai dengan normatiitas agama, dakwah harus dilakukan dengan cara yang arif dan bijaksana, tidak konfrontatif, diskriminatif, dan propokatif. dan ketika berdakwah dengan media sosial maka seorang mubaligh harus memperhatikan etika dan bermedia sosial sehingga isi dakwah benar-benar bermafaat bukan malah sebaliknya menimbulkan masalah. Dapat dipahami ketika mubaligh berdakwah dimedia sosial harus memperhatikan etika dan moral bermedia sosial, tidak boleh melontarkan kalimat-kalimat

yang berpotensi pada pencemaran nama baik, dilarang membuat pernyataan-pernyataan yang propokatif dan mengarah kepada persoalan isu SARA, walaupun niatnya baik.

Kesimpulan

Dari pembahasan dalam penelitian ini maka dapat disimpulkan: bahwa: *Pertama*, adalah suatu kegiatan yang menyeru kepada kebaikan untuk merubah perilaku masyarakat mengikuti ajaran Syari'at. *Dua*, kegiatan dakwah wajib dilakukan oleh seluruh kaum muslimin, dan orang yang berdakwah disebut mubaligh, yaitu orang yang memiliki kemampuan dalam menyampaikan dakwah Islamiyah dalam mencegah amar ma'ruf nahi munkar tanpa adanya paksaan. *Tiga*: perkembangan teknologi media sosial menjadi salah satu media yang banyak digunakan saat ini, sangat efektif ketika digunakan sebagai sarana dakwah, karena mudah digunakan memiliki jangkauan yang luas tanpa batas, mudah diakses oleh para penggunanya. *Empat*, etika komunikasi Islam mengacu kepada prinsip-prinsip keislaman, seperti berkata benar, Efektif, berkata dengan perkataan yang mulia, perkataan yang mengandung makna kebaikan, perkataan yang lemah lembut, dan perkataan yang ringan serta pantas untuk diucapkan, seiring dengan etika bermedia sosial bahwa, tidak menyebarkan kebohongan, tidak menyampaikan pesan dengan bahasa yang kasar, tidak menyinggung dan menghina orang lain, tidak menshare pernyataan yang propokatif serta mengandung unsur SARA. *Kelima*, seorang mubaligh dalam berdakwah harus mematuhi etika-etika dalam komunikasi Islam dan etika bermedia sosial, agar bisa menyampaikan pesan dakwah dengan efektif dan tepat sasaran.

BIBLIOGRAFI

- Ace, Toyib Bahtiar. (2021). *MANAJEMEN DAKWAH MUHAMADIYAH DALAM PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT DI KABUPATEN GARUT JAWA BARAT*. UIN Raden Intan Lampung.
- Al-Zauqi, Marwah Nur, & Setiawan, Iwan. (2020). Kinerja Pembiayaan UMKM Terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah di Indonesia. *Journal of Applied Islamic Economics and Finance*, 1(1), 152–159.
- Cahyono, Anang Sugeng. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140–157.
- Dyatmika, Teddy. (2021). *Ilmu komunikasi*. Zahir Publishing.
- El Ishaq, Ropingi. (2013). Dakwah di tengah industrialisasi media. *Jurnal Komunikasi Islam*, 3(1), 137–151.
- Fuadi, Nurul. (2020). Etika Berdakwah Melalui Media Cetak/Surat Kabar. *Jurnal Ilmiah Islamic Resources*, 17(1), 32–39.
- Hadisaputra, Samian. (2019). ETIKA KOMUNIKASI DAKWAH DALAM PERSPEKTIF AKSIOLOGI KOMUNIKASI. *AdZikra: Jurnal Komunikasi & Penyiaran Islam*, 10(1), 38–49.
- Mahdaniar, Fenny, & Surya, Alan. (2022). Perumusan Etis Humor dalam Desain Pesan Dakwah. *INTELEKSIA-Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah*, 3(2), 291–312.
- Pringgar, Rizaldy Fatha, & Sujatmiko, Bambang. (2020). Penelitian Kepustakaan (Library Research) Modul Pembelajaran Berbasis Augmented Reality Pada Pembelajaran Siswa. *IT-Edu: Jurnal Information Technology and Education*, 5(01), 317–329.
- Ritonga, Muslimin. (2019). Komunikasi Dakwah Zaman Milenial. *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (JKPI)*, 3(1), 60–77.
- Sumarlan, Iman. (n.d.). CYBER PUBLIC RELATIONS MUHAMMADIYAH MELALUI MEDIA SOSIAL. *DAKWAH MUHAMMADIYAH DALAM MASYARAKAT DIGITAL: PELUANG DAN TANTANGAN*, 157.
- Suryadi, Rudi Ahmad. (2018). *Ilmu Pendidikan Islam*. Deepublish.
- Susanto, Joko. (2016). Etika Komunikasi Islami. *Waraqat: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 1(1), 24.
- Syaikh, Kajian Kitab Sirrul Asrar Karya, & Jailani, Abdul Qadir. (n.d.). *AKHLAK SUFI*.
Watie, Errika Dwi Setya. (2016). Komunikasi dan media sosial (communications and social media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69–74.

Wulandari, Cantika, Hardivizon, Hardivizon, & Fitmawati, Fitmawati. (2018). *Pengaruh Prinsip Good Corporate Governance (Gcg) Terhadap Kepuasan Muzakki Pada Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kabupaten Rejang Lebong*. Institut Agama Islam Negeri Curup.

Zakariah, M. Askari, Afriani, Vivi, & Zakariah, K. H. M. (2020). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF, KUANTITATIF, ACTION RESEARCH, RESEARCH AND DEVELOPMENT (R n D)*. Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah Kolaka.

Copyright holder:

Idawati, Imam Riauan (2023)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

