

DAKWAH ERA GLOBAL
(Sebuah Pendekatan Metodologi)

**o
l
e
h**

Drs. M. Tata Taufik M. Ag

Daftar Isi:

1. Pengantar: Dakwah Islam Bersifat Global
2. Ciri-Ciri Umum Dakwah Rasulullah SAW
3. Pendekatan & Metode Dakwah
4. Kaidah Amar Ma'ruf & Nahyi Munkar
5. Nahyi Munkar Dalam al-Haditsh
6. Komunikasi & Dakwah
7. Dakwah Era Global
8. Audien
9. Mempetakan Kajian Terhadap Media

Pengantar

Dakwah Islam Bersifat Global

Apakah dakwah Islamiyah bersifat global? Atau apakah Islam sejalan dengan proses globalisasi yang berlaku? Kenyataan ayang ada dan nash-nash yang ditemui dalam al-Qur'an menunjukkan bahwa Islam adalah agama global. Artinya ajaran islam memang diperuntukkan bagi ummat manusia di muka bumi ini tanpa kecuali, tidak melihat ras, warna kulit maupun perbedaan bahasa atau kesukuan. Ungkapan Rasulullah SAW “tidak ada perbedaan anatara bangsa Arab dan bukan Arab , kecuali ketakwaan” menunjukkan bahwa agama ini bersifat universal dan global.

Ayat-ayat berikut menunjukkan bahwa dakwah Nabi tidak terbatas pada bangsa Arab semata, melainkan berlaku bagi seluruh ummat manusia:

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ (الانبياء: 107)

Kami mengutus kamu sebagai rahmat bagi seluruh manusia.

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ (سبأ: 28)

Kami hanya mengutusmu untuk menjadi pembri kabar gembira dan peringatan bagi seluruh ummat manusia, namun kebanyakan manusia tidak mau mengerti.

هُوَ الَّذِي أَرْسَلَ رَسُولَهُ بِالْهُدَىٰ وَدِينِ الْحَقِّ لِيُظْهِرَهُ عَلَى الدِّينِ كُلِّهِ وَكَفَىٰ بِاللَّهِ شَهِيدًا (الفتح: 28)

Dialah yang mengutus rasulnya dengan petunjuk dan agama yang benar untuk memenangkannya atas semua agama, dan cukuplah Allah sebagai saksi.

قُلْ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي رَسُولُ اللَّهِ إِلَيْكُمْ جَمِيعاً الَّذِي لَهُ مُلْكُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ يُحْيِي وَيُمِيتُ
فَأْمِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ النَّبِيِّ الْأُمِّيِّ الَّذِي يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَكَلِمَاتِهِ وَاتَّبِعُوهُ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ (الأعراف: 158)

Katakanlah, wahai sekalian manusia, aku adlah rasul Allah kepada kamu sekalian, Allah yang memiliki kerajaan langit dan bumi, tiada tuhan selain Dia, yang menghidupkan dan mematikan, maka berimanlah kepada Allah dan Rasul-Nya, nabi yang tiada bisa membaca dan menulis yang beriman kepada Allah dan kalimat-Nya, dan ikutilah dia mudah-mudahan kamu menjadi takwa.

لِيُنذِرَ مَنْ كَانَ حَيًّا وَيَحِقَّ الْقَوْلُ عَلَى الْكَافِرِينَ (يس: 70)

Untuk memberi peringatan bagi yang hidup, dan menjelaskan perkataan yang benar bagi orang-orang kapir.

وَأُوحِيَ إِلَيَّ هَذَا الْقُرْآنُ لِأُنذِرْكُمْ بِهِ وَمَنْ بَلَغَ (الأنعام: 19)

...Dan diwahyukan kepadaku al-Qur'an ini untuk memberimu dan orang-orang yang sampai kepadanya seruan ini peringatan dengan apa-apa yang ada dalam al-Qur'an....

تَبَارَكَ الَّذِي نَزَّلَ الْفُرْقَانَ عَلَى عَبْدِهِ لِيَكُونَ لِلْعَالَمِينَ نَذِيرًا (الفرقان: 1)

Maha suci Allah yang telah menurunkan al-Furqaan untuk dijadikan peringatan bagi manusia....

إِنْ هُوَ إِلَّا ذِكْرٌ لِلْعَالَمِينَ (ص: 87)

Ia hanyalah peringatan bagi manusia.

Semua ayat ayat di atas menunjukkan maksud diutusny Rasul saw adalah untuk memberi peringatan kepada seluruh umat manusia, memperbaiki dan menyebarkan rahmat bagi umat manusia. Penegasan-penegasan tersebut berarti bahwa dakwah Rasulullah tidak bersifat lokal dan temporer tapi, berlaku sepanjang masa dan bersifat menyeluruh bagi seluruh umat manusia.

Selain ayat-ayat tadi bisa dikaji dari sudut ajarannya Islam mengajarkan beberapa prinsip yang mencerminkan tiga hal berikut :

- 1- Kesesuaian ajaran dengan kebutuhan dasar manusia secara universal, artinya apa yang diajarkan islam tidak pantas untuk ditolak, bahkan kalau dilaksanakan akan ditemukan kemudian kesesuaiannya dengan kebutuhan dasar manusia. Suatu kebutuhan yang dapat memelihara dan memuliakan kemanusiaanya.
- 2- Hukum-hukum yang disyariatkan Islam menjamin terciptanya tatanan kemanusiaan dalam satu tatanan tunggal, karena terbebas dari bentuk-bentuk panatsime kelompok, perbedaan darah dan perbedaan lainnya.
- 3- Ajaran Islam sejalan dengan hakikat alam semeta dan tidak ada pertentangan dengan apa-apa yang ditemukan pengetahuan manusia, karena sifatnya yang sejalan dengan hukum-hukum alam tersebut.¹

Ketiga ciri utama ajaran islam tersebut nampak misalkan dalam mengajarkan kebaikan, mencegah kemunkaran, memotivasi untuk kemajuan, keadilan, kebersamaan , persaudaraan, memelihara perdamaian, tepat janji, jujur, tidak korup dll yang semuanya sama sekali tidak bertentangan dengan nilai universal manusia pada umumnya.

Ketika ajarannya bersifat universal, maka dapat dipastikan seruanya pun bersifat global dan berlaku bagi seluruh manusia, persaudaraannya juga bersifat global. Persaudaraan Islam tidak mengenal batas-batas kenegaraan atau wilayah territorial maupun jarak. Karenanya ketika kemajuan teknologi memungkinkan terwujudnya tatanan global, kampung global, maka sepantasnyalah aktivitas dakwah melirik ke arah

¹ Muhammad ar-Rawi, *Addakwah al-Islamiyah da'wah aalamiyah*, Maktabah Abid Khan, h, 51

sana. Bahkan seharusnya dakwah Islam menjadi pelopor pemanfaatan media yang ada untuk kepentingan dakwah.

Melalui buku ini penulis mencoba merespon globalisasi dengan menyajikan metode-metode dakwah yang disarikan dari al-Qur'an dan al-Sunnah setelah terlebih dahulu mengemukakan ciri-ciri umum perjuangan Rasul dalam dakwahnya, kemudian disajikan juga berikutnya kaidah-kaidah baisyah dijadikan pedoman dalam berdakwah untuk kemudian diwujudkan dalam aktivitas dakwah era global dengan memanfaatkan berbagai media yang ada mulai dari radio, tv, majalah, surat kabar, sampai ke internet.

Firman Allah:

وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَمِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ تُرْهَبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ وَآخَرِينَ مِنْ دُونِهِمْ لَا

تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يُوَفَّ إِلَيْكُمْ وَأَنْتُمْ لَا تُظْلَمُونَ (لأنفال: 60)

Dan siapkanlah untuk menghadapi mereka kekuatan apa saja yang kamu sanggupi dan dari kuda-kuda yang ditambat untuk berperang (yang dengan persiapan itu) kamu menggentarkan musuh Allah, musuhmu dan orang-orang selain mereka yang kamu tidak mengetahuinya; sedang Allah mengetahuinya. Apa saja yang kamu nafkahkan pada jalan Allah niscaya akan dibalas dengan cukup kepadamu dan kamu tidak akan dianiaya (dirugikan).

Semoga kita bisa mempersiapkan segala apa yang bisa dilakukan dengan berbagai sarana yang ada dan memungkinkan untuk tugas dakwah dalam rangka meninggikan agama Allah. Amiin.

Kuningan, Senin, 27 Januari 2003

Penulis

Ciri-Ciri Umum Dakwah Rasul SAW

Untuk mengetahui ciri-ciri umum dakwah Rasul saw, terlebih dahulu penulis akan paparkan sekilas tentang da'wah Rasul saw sehingga terlihat perjalanan dakwah beliau yang dari situ dapat disarikan ciri-ciri umum dari perjalanan dakwah tersebut.

Dakwah Rasul saw dimulai sejak turunnya wahyu pertama yang merupakan pengangkatan beliau sebagai rasul:

يأيتها المدثر (1) قم فأنذر (2) وربك فكبر (3) وثيابك فطهر (4) والرجز فاهجر (5)

ولا تمنن تستكثر (6) ولربك فاصبر (7)

“ Hai orang yang berselimut, bangun, kemudian berilah peringatan, agungkanlah Tuhanmu, bersihkan pakaianmu, jauhilah kebobrokkan, jangan sekali-kali kamu memberi dengan harapan untuk mendapatkan yang lebih, bersabarlah demi menjalankan perintah Tuhanmu. (al-Mudatsir: 1-7)

Dari situ kemudian Rasul saw menyeru orang-orang terdekat di sekitarnya. Orang pertama yang menerima seruannya dari kaum perempuan adalah Khadijah sitri belaiiau, sedangkan darai laki-laki adalah Abu Bakr ra, Ali bin Abi Thalib dari anak-anak, dan Zaid bin Haritsan dari kalangan hamba sahaya. Lalu diikuti dengan islamnya Utsman ibnu A'fan, Zubair ibnu Awaam, Abdurrahman ibnu Auf, Thalhah ibnu Abdillah, Abi Ubaidah ibnu Jarrah. Arqam ibnu al-Arqam dll.²

Sejak itu mulailah kaum muslimin berkumpul bersama Rasulullah saw di rumah Arqam ibnu Abi Arqam untuk belajar al-Qu'an dan mempelajari petunjuk Islam. Sementara Rasulullah membimbing mereka dengan pendidikan yang benar dan membersihkan diri mereka.

Setelah tiga tahun da'wah berjalan secara rahasia dan bersifat individual, turunlah firman Allah “ perjuangkanlah apa yang diperintahkan , jangan hiraukan orang-orang musyrik” maka Rasulullah saw mulai menyeru mereka yang ada di

² Sirah Ibnu Hisyam, 1, h, 240-246

sekelilingnya, ia naik kebukit Shafa lalu mengumpulkan masyarakat untuk diberi peringatan dan berita gembira.

Dalam hadits muttafaq alaihi diungkapkan:

“ Ibnu Abbas ra berkata: ketika turun ayat : dan berilah peringatan keluargamu yang terdekat dan kerabatmu yang mukhlis” Rasulullah saw menuju ke Sofa dan berteriak: Selamat pagi, masyarakat sekelilingnya berkata; siapa yang berteriak, mereka menjawab Muhammad, lalu mereka berkumpul sekelilingnya, lalu Rasulullah berkata:

Wahai keluarga fulan, keluarga fulan, keluarga fulan, Keluarga abdulmanaf, wahai keluarga Abdul Muthalib, lalu semuanya mengelilingi Rasul saw, dan rasul saw bersabda: Bagaimana pendapatmu jika aku memberitakan bahwa dibalik bukit ini ada kuda yang akan muncul, apakah kalain akan mempercayaku? Mereka menjawab, “kami belum pernah tidak mempercayaimu”. Rasulullah saw berkata: aku khabarkan pada kalian bahwa kalian dalam bahaya azab yang sangat dahsyat.” “lalu Abu Lahab berkata: Hai Muhammad, apakah kamu kumpulkan kami hanya untuk berita ini? Lanjut Ibnu Abbas, lalu ia ceritakan: kemudian turunlah surat “ Celakalah kedua tangan Abi lahab, ia bena-benar cel;aka karena tindakannya itu”

Ketika da'wah dimulai secara terbuka, kaumnya menerimanya dengan permusuhan yang nyata, bermula dari permusuhan pertama yang didengungkan oleh pamannya Abu Lahab yang mengatakan: Muhammad apakah hanya ini kamu kumpulkan kami?” sebagaimana disampaikan hadits tadi, lalu diikuti dengan penyiksaan terhadap Rasul saw dan sahabatnya, namun Allah mempersiapkan pamannya Abu Thalib untuk tampil sebagai penolong dan pendukung kegiatan da'wah rasul, hingga beliau terbebas dari siksaan yang menimpa sahabatnya seperti Yasir, Amar, Sumayah, Bilal, Amir bin Quhirah, dll, mereka semuanya tetap bertahan dan sabar menghadapi berbagai macam bentuk siksaan, walaupun Rasul saw sendiri dalam beberapa kesempatan tidak terlepas dari berbagai penyiksaan.

Tatkala penyiksaan terhadap orang muslim semakain menjadi-jadi, Rasul saw meyarankan pengikutnya untuk hijrah ke Habasyah, sabda Rasul kepada

mereka: Jika kalian pergi ke Habasyah, di sana akan kalian temui seorang raja yang tidak mengizinkan siapapun untuk dianiyaya, itulah negri yang aman dan tentram, hingga Allah akan membebsakan kalian dari apa yang kalian derita saat ini.

Penyiksaan dan penganiayaan terus berlalu dan semakin menjadi-jadi, bahkan mereka berniat untuk membunuh Rasul saw, berita itu sampai kepada pamannya Abu Thalib, lalu ia mengumpulkan Bani Hasyim dan Bani Abdul Muthalib dan menitipkan Rasul saw dalam kampung tersebut untuk melindunginya dari usaha pembunuhan, secara bergantian mereka menjaga Rasul saw.

Menyaksikan hal tersebut bangsa Quraisy marah, lalu para pemimpinnya berkumpul untuk merumuskan embargo ekonomi dan sanksi sosial terhadap Rasul saw dan mereka yang tinggal bersamanya dalam Syi'b sampai mereka takluk dan menyerahkan Rasul saw. Surat pernyataan tersebut mereka tempelkan di dinding Ka'bah, lalu Bani Hasyim dan Bani Muthalib baik yang muslim maupun yang kafir mengadukan hal tersebut kepada Abu Thalib, kemudian bersama Abu Thalib mereka memasuki kawasan embargo tersebut dan menetap di sana sekitar dua tahun atau tiga tahun. Mereka merasakan penderitaan yang sangat. Kemudian Allah memberikan kemudahan bagi beberapa personil mereka untuk menghapuskan surat pembaikotan tersebut.

Penderitaan Rasul saw semakin memuncak setelah wafatnya Abu Thalib, yang diikuti dengan wafatnya Khadijah umul mu'minin selang beberapa hari, hingga tahun itu disebut sebagai tahun kesedihan.

Kemudian rasul saw meninggalkan Makkah menuju Thaif untuk meminta perlindungan dari kaum Tsaqif, namun mereka menerimanya dengan kasar dan kejam, bahkan mengusir dan menganiayanya, kemudian Rasul saw kembalikan ke Makkah dengan kondisi yang mengkhawatirkan.

Rasul saw dan para sahabatnya bertahan dalam kondisi penyiksaan tersebut selama 13 tahun, sampai Allah mengizinkannya untuk berhijrah ke Madinah, setelah terlebih dahulu mempersiapkan berbagai saranannya.

Usai hijrah mulailah babak baru da'wah islamiyah di Madinah, dengan semakin kuatnya ummat islam berkat mereka yang masuk islam dan pertolongan orang-orang Madinah yang mau menolong muslim, maka berdirilah negara mereka, lalu Allah mengizinkan mereka untuk memerangi musuh mereka, setelah pelarangan perang dan anjuran untuk bertahan pada saat di Makkah.

Deklarasi simbol-simbol ibadah di Madinah ditandai dengan pembangunan mesjid Quba dan dilanjutkan dengan pelaksanaan shalat di dalam masjid tersebut, lalu pembangunan masjid Rasul saw (Nabawi)

Maka mulailah dirancang pendirian negara Islam di muka bumi ini dilandasi dasar yang kokoh; seperti ukhuwah islamiyah yang murni, peraturan yang jelas serta penundangan yang tegas, di atas wilayah yang baik "Madinah Munawarah". Kemudian Rasulullah saw membuat dokumen bersejarah yang menjelaskan tatanan hubungan antara sesama muslim; Muhajirin dan Anshar, di satu sisi dan hubungan antara muslim dengan masyarakat Madinah nonmuslim di sisi lain. Dengan demikian berarti lengkaplah syarat-syarat pokok sebuah negara.

Aktivitas selanjutnya berkisar pada beberapa point berikut ini:

1. Pengembangan da'wah islamiyah , pengajaran ajaran agama bagi pemeluknya, dan pendidikan serta pembersihan akidah mereka supaya sejalan dengan petunjuk Islam.
2. Menghadapi musuh dan memaklumkan perang bagi kaum kafir yang memerangi mereka, serta berusaha menghindari pengaruh mereka....
3. Penerapan hukum-hukum syariah terhadap berbagai kalangan dalam masyarakat baik secara individual maupun kelompok. Menyerukan kebaikan dan mencegah terjadinya kemunkaran.
4. Rencana perluasan wilayah Islam, penyebaran agama Islam dengan cara mengirimkan delegasi maupun menerima delegasi negara lain, menyurati para raja dan gubernur , juga dengan cara mempersiapkan angkatan perang.

Pembahasan aktivitas ini secara rinci telah memenuhi buku-buku sejarah perjuangan Rasul saw, buku-buku tersebut menceritakan kegiatan tabligh dan

pengembangan da'wah, perhatiannya terhadap ilmu dan pendidikan, sebagaimana juga menyajikan peperangan yang diikuti Rasul saw maupun yang tidak diikuti Rasul, untuk yang diikuti Rasul jumlahnya mencapai 27 kali sedangkan yang tidak diikuti sebanyak 38 kali..

Selain itu, buku-buku tersebut juga menceritakan proses turunnya ayat-ayat al-Qur'an, serta menerangkan kondisi dan situasi yang menyertai turunnya al-Qur'an, penegasan hukum-hukum syariah dan urutannya, baik dari segi aqidah maupun dari segi akhlak dan tingkah laku, yang kemudian ditutup dengan firman Allah:

(3) اليوم أكملت لكم دينكم وأتممت عليكم نعمتي ورضيت لكم الإسلام دينا (3)

“ hari ini agama kamu sekalin, bagi kamu sekalian, telah Kusempurnakan, demikian juga ni'mat-Ku untuk kamu sekalian telah Kusempurnakan, dan Aku meridhai Islam sebagai agama kamu sekalian.”(al-Maidah:3).

Buku-buku tersebut juga diisi dengan menyajikan surat-surat nabi yang jumlahnya mencapai 50 surat, bahkan ada yang mengumpulkannya dalam satu buku tersendiri. Selain juga menyebutkan nama-nama utusan (delegasi) Rasul yang diutus ke berbagai penjuru negri sebagai tenaga penganjur (da'i) maupun sebagai pengajar dan pengumpul shadaqah.

Disebutkan juga –dalam buku-buku tadi-- para utusan yang diutus menghadap Rasul saw di Madinah yang jumlahnya mencapai 15 utusan, hingga tahun 9 Hijrah dinamakan “tahun utusan” karena banyaknya utusan yang datang kepada beliau.

Selain itu buku-buku perjuangan Rasul saw membiarkan juga tentang bagaimana Rasul saw membangun angkatan perang dan pengirimannya kepada berbagai penjuru Jazirah Arab dan luar Jazirah, seperti yang terjadi pasca penaklukan Mekkah yaitu perang Mu'tah, perang Tabuk, serta persiapan tentara Usamah bin Zaid ra yang dirahakan ke wilayah Palestina.

Terbayanglah bentangan perjalanan da'wah di masa Rasul saw hingga ajal beliau tiba dan pergi menghadap Yang Maha Mulia setelah menyelesaikan missi dan

tugasnya untuk menyampaikan amanat yang diemban kepada seluruh ummat manusia, hingga dengan berduyun-duyun orang-orang memeluk Islam.

I. Ciri umum Da'wah Pase Makkah:

Bagi peneliti da'wah Islamiyah pada pase Makkah akan menemukan beberapa ciri umum da'wah tersebut, diantaranya:

1. Perhatian terhadap penyampaian da'wah baik secara tertutup maupun terbuka, dimulai dari yang terdekat, upaya menyelamatkan manusia dari lembah ke sesatan, serta mengeluarkan mereka dari kegelapan.
2. Perhatian terhadap pendidikan bagi mereka yang sudah menerima seruan da'wah, usaha pendidikan dan pembinaan aqidah mereka sesuai dengan ajaran Islam dalam rangka membangun kaidah Islam yang kokoh bagi negara Islam dengan cara;
 - i- Pengajaran agama
 - ii- Penerapan Islam dalam kehidupan
 - iii- Penanaman makna ukhuwah antar sesama muslim
 - iv- Saling mengoreksi satu sama lainnya.
3. Bertahan untuk tidak menghadapi musuh dengan kekuatan, namun dihadapi dengan mujahadah dalam berda'wah
Firman Allah: Dan hadapilah mereka dengan perjuangan yang besar” maksudnya dalam menghadapi penyiksaan musuh-musuh kaum muslimin yang bertubi-tubi guna mengukur keseimbangan antara kemampuan yang dimiliki dan kewajiban yang harus dilaksanakan, serta menunda perlawanan dengan kekuatan sampai pada saat lain yang lebih tepat. Bahkan Rasulullah saw sampai menggambarkan para sahabatnya sebagai tergesa-gesa, ketika mereka mengadakan apa yang dideritanya, serta memohon agar Rasul saw berdo'a kepada Allah untuk membebsakan mereka dari siksaan tersebut, dalam hadits dikisahkan:
Dari Abi Abdillah Khabbab Ibn Arath meriwayatkan: “Tatkala kami mengadakan kepada Rasulullah saw –saat itu beliau berbantalkan sorban bernaung di bawah Ka'bah, kami katakan: “mengapa engkau

tidak memohon pertolongan Allah ? Mengapa tidak berdo'a untuk kami? Ia menjawab: “ Orang-orang sebelum kamu ada yang dikubur kakinya , lalu kepalanya digergaji menjadi dua, ada yang disisir dengan sisir dari besi anantara daging dan tulangnya, namun kejadian itu tidak membuatnya menentang agamanya. Demi Allah , perjuangan ini akan disempunakan Allah hingga seorang penunggang kuda dari San'a ke Hadralmaut tidak takut kecuali kepada Allah, hingga srigala dan domba dapat brjalan beriringan bersama, namun kalian tergesa-gesa.”

4. Dakwah yang dinamis, tidak terpaku pada tempat asal da'wah, seperti hijrah ke Thaif, lalu hijrah ke Madinah
5. Aktivitas yang berkesinambungan disertai perancangan untuk da'wah masa depan, seperti pengiriman utusan ke Madinah, baiah Aqabah, mengintruksikan hijrah serta meyusun rencana hijrah, lalu melaksanakan semua rencana tersebut dengan cermat setelah mempersiapkan berbagai pasilitas yang dibutuhkan , dengan tetap menyeimbangkan antara sarana dan tawakal.

B. Ciri Umum Da'wah Pase Madinah

Seorang peneliti juga dapat mengetahui beberapa ciri da'wah pase Madinah diantaranya:

1. Melanjutkan aktivitas tabligh dalam berda'wah, serta aktivitas pendidikan dan pensucian akidah mereka yang menerima seruan. Yakni dengan jalan membacakan ayat-ayat al-Qur'an , pembersihan akidah, pengajaran al-Qur'an dan al-hikmah, serta memperhatikan juga pembangunan mesjid dan ta'mirnya, mewujudkan ukhuwah yang murni anantara Muhajirin dan Ansar serta mempererat hubungan antara kedua kelompok tersebut.
2. Konsentrasi pada pendirian negara Islam setelah tiga sayarat utamanya terpenuhi: a- kaidah yang solid dari mu'min b- wilayah yang sesuai c- tatanan aturan yang jelas, karena negara merupakan faktor pendukung

tersebar bagi da'wah, dan merupakan lembaga resmi yang sangat penting bagi da'wah.

Firman Allah : “Mereka yang jika ditempatkan pada suatu lokasi di muka bumi ini , mereka mendirikan shalat, mengeluarkan zakat, serta menyerukan kebajikan dan mencegah kemunkaran, dan kepada Allah kembalinya segala urusan.”

3. Melaksanakan hukum syariah terhadap berbagai kalangan masyarakat baik secara individual maupun secara kelompok, seperti menegakkan syiar islam dan pelaksanaan ketentuan pidana maupun perdata (hudud), menyelesaikan pertikaian semuanya dalam rangka menegakkan hukum Allah di muka bumi ini dari satu segi, dan merupakan percontohan Islam yang sempurna , yang cocok dan sesuai untuk segala jaman dan tempat dari segi lain.
4. Menyikapi musuh yang berada sekelilingnya serta hidup secara berdampingan di bawah bimbingan aturan yang jelas yang mempertegas tata cara hubungan interaksional antara keduanya. Serta memperkenalkan kepada mereka (para musuh islam) nilai-nilai kabaikan Islam, di satu sisi untuk memulihkan gambaran yang benar dari tatanan yang sedang terbit, dan di sisi lain merupakan upaya untuk menegakkan negara islam yang sedang tumbuh.
5. Menghadapi musuh-musuh yang berusaha memerangi, serta menteror musuh yang tersembunyi baik dari dalam maupun dari luar dengan cara pengiriman pasukan perang baik yang diikuti Rasul maupun yang tidak diikutinya, serta kesiagaan penuh untuk berperang.

Firman Allah : “ Dan persiapkanlah kekuatan semampu kalian semua juga persiapkanlah kuda-kuda perang untuk menteror musuh Allah dan musuh kalian semua, serta musuh lain yang kamu tidak ketahui, namun Allah mengetahui mereka, apa-apa yang kamu infakkan di jalan Allah, pastilah akan dikembalikan pada kalian juga, dan kalian tidak akan dianiyaya...”

6. Mewujudkan da'wah ilmaiyah yang mendunia dengan mengawalinya dari berbagai dimensi, seperti dengan jalan mengirim surat dan mengirim delegasi atau sebaliknya menerima utusan raja lain dan seterusnya.

Pembicaraan tentang ciri-ciri umum da'wah di masa Rasul saw ini akan penulis akhiri ---setelah menyimak-- dengan kata penutup yang disampaikan oleh Muhammad Munir al-Ghadbaan dalam *al-Manhaj al-Haraky li al-Sirah al- Nabawiyah*:³ Dan akhirnya kami tutup *al-Manhaj al-Harakiy li al-Sirah al- Nabawiyah* ini dengan mengesakan beberapa langkah berikut:

- 1- Seluruh sifat metode dari kedua masa ini (Makkah dan Madinah) dengan berbagai periode terambil dari satu angperiode yang benar-benar terjadi, dan berbagai pertemuan yang satu sama lainnya saling berhubungan, di akhir periode tersebut nampak tercermin kesempurnaan yang utuh dari realitas suatu periode .
- 2- Sebagian ciri ada yang berulang-ulang nampak pada setiap periode, pengulangan tersebut merupakan kelanggengan ciri tersebut hingga melampaui batas periode untuk menunjukkan keaslian ciri tersebut dalam satu garis keseluruhan perjalanan da'wah.
- 3- Tujuan dari penyajian metode pergerakan ini adalah : supaya pergerakan Islam kontemporer memiliki juklak yang dapat dipedomani dalam pelaksanaan dan perencanaannya.
- 4- Namun upaya ini tidak melihat perlunya kesamaan antara periode pergerakan islam saat ini dengan periodisasi perjalanan Rasul saw. Hanya sekedar memperlihatkan bahwa dalam kesempatan tertentu ada kesamaan dan kemiripan antara keduanya, hal itu karena perbedaan situasi dan kondisi, perbedaan individu dan perbedaan banyak hal lainnya antara masa kita dengan masa awal da'wah.
- 5- Cita –cita (harapan) terpenting dari akhir tulisan ini adalah: Supaya para da'i dalam gerakan Islam dapat membedakan antara dasar-dasar yang niscaya dan harus selalu ada dengan langkah-langkah pentahapan priodik. Serta janganlah sampai meletakkan hukum-hukum (teori?) periode penyempurnaan agama dan kemenangan Islam pada teori masa Rasul saw dengan kedua periodenya.

³ *Al-Madkhal ila ilmi dakwah*, h, 86

Jika para dai menghadapi suatu kejadian , lalu mereka mencari padanan keadaan yang dihadapi tersebut dari periode yang sesuai, menurut hemat saya, buku ini (al-Manhaj) telah mencapai sasaran sesuai dengan tujuan penulisannya.

Pendekatan & Metode Dakwah

I. Pendekatan Dakwah Rasional , Emosional & Empirik

Kalau diperhatikan dalam praktik dakwah akan ditemukan berbagai pendekatan yang dipakai oleh para juru dakwah dalam menyampaikan dakwahnya. Misalkan rasulullah SAW dalam dakwahnya bisa dilihat banyak menggunakan pendekatan yang variatif. Selain itu ungkapan bahasa al-Qur'an juga bisa dilihat sangat bervariasi dan tepat sesuai dengan karakteristik sasaran dakwah dengan segala latar belakangnya. Ada kalanya menggunakan kata *تتفكرون* *تعقلون* ada kalanya menggunakan kata *تشعرون* hal itu menunjukkan bahwa ungkapan sebelumnya menyentuh ranah tertentu, berupa rasio, emosi, dan pengalaman empiris yang dipahami dengan perenungan.

Sedikitnya ada tiga pendekatan yang biasa dipakai dalam berdakwah, sebagaimana juga Rasul SAW menggunakannya. Ketiga pendekatan itu adalah : pendekatan emosional, pendekatan rasional dan pendekatan empirik.

1. Pendekatan Rasional

Pendekatan rasional adalah upaya yang dipakai dalam berdakwah dengan menjadikan akal pikiran sebagai sasaran, bahwa sesuatu itu bisa dipahami dengan cara berfikir yang baik dan logis, bisa diterima oleh akal sehat. Dengan kata lain metode yang memicu manusia untuk berpikir, merenung, serta menyimpulkan.

Pendekatan ini dipakai untuk menjelaskan hal-hal yang sifatnya rasional serta dengan melihat sasaran dakwah, jika sasaran dakwah adalah mereka yang menggunakan akalnya artinya level para pemikir atau dinilai dapat memahami apa yang akan disampaikan dengan pikirannya, maka pendekatan rasional bisa dipergunakan.

Dasar Pendekatan Rasional:

Beberapa dasar yang dapat dijadikan alasan untuk menggunakan pendekatan ini sebagaimana yang diungkapkan al-Qur'an dan juga Sunnah adalah:

- 1- Allah SWT senantiasa menyeru hambanya untuk menggunakan akal fikirannya dalam memahami sesuatu, termasuk memahami tingkah laku dan

fikiran yang dianut hambanya dengan pertanyaan : “tidakkah kamu berfikir?”

وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا إِلَّا لَعِبٌ وَهَوٌّ وَلَلْآخِرَةُ خَيْرٌ لِّلَّذِينَ يَتَّقُونَ أَفَلَا تَعْقِلُونَ (الأنعام:32)

“Kehidupan dunia hanyalah permainan dan senda gurau belaka, sedangkan hari akhirat lebih baik bagi mereka yang bertaqwa, tidakkah kamu memikirkan hal itu?” dan banyak lagi ayat –ayat lainnya.

Masalah permainan dunia adalah suatu yang nyata, seorang bekerja keras mencari uang, setelah banyak uang itu ditabungkan, ia hanya memiliki catatan kalau uangnya itu sejumlah sekian rupiah di Bank, padahal uang itu oleh Bank dipinjamkan pada mereka yang secara sosial lebih kaya dibanding penabung, bukankah sungguh suatu permainan? Terlebih lagi ketika Bank tidak liquid, ketika mau di ambil dananya tidak ada, nyata sekali permainan dunia .

- 2- Para nabi bersifat cerdas artinya akal nya dapat dengan cepat menangkap sesuatu yang harus direspon dan dapat dengan cepat juga memutuskan tindakan apa yang harus diambil.
- 3- Manusia didefinisikan sebagai hewan yang berfikir, adalah hal yang manusiawi jika seorang dapat memahami sesuatu dengan akal nya, dan merupakan anugrah dari Allah SWT bahwa manusia dibekali dengan akal dan kemampuan untuk memikirkan sesuatu. Maka adalah tepat menggunakan pendekatan rasional ketika berhadapan dengan manusia.

Yang harus diperhatikan dalam penggunaan pendekatan ini adalah :

1. Menguasai kemampuan menalar dengan baik.
2. Menentukan tujuan khusus dari penyampaian suatu materi.
3. Pemilahan materi, apakah materi yang akan disampaikan itu bersifat rasional.
4. Pemilahan kelompok sasaran dakwah apakah mereka termasuk yang cerdas dan bisa diajak untuk berfikir.
5. Bersikap hati-hati dalam merasionalkan suatu pesan supaya tidak terjebak pada pemaksaan rasionalisasi. Atau memaksakan suatu yang irasional menjadi rasional atau sebaliknya.

2. Pendekatan Emosional

Pendekatan emosional adalah pendekatan yang menitik beratkan penyampaian pesan dakwah pada aspek setting emosi sasaran dakwah. Sejumlah metode yang menggerakkan perasaan dan menyentuh emosio sasaran dakwah yang mencerminkan kemampuan metodologi penyampaian pesan dakwah yang bersifat emosional⁴.

Berbicara tentang pendekatan ini Sayyid Qutub menuliskan sebagai berikut: Maka problema kita sekarang ini dalam upaya memahami petunjuk –petunjuk al-Qur’an dan mendayagukannya bukanlah masalah memahami lafadz-lafadz dan ungkapan-ungkapannya. Masalahnya bukan menyangkut “penafsiran al-Qur’an “, sebagaimana yang mungkin cenderung kita katakan. Masalahnya adalah mempersiapkan diri dengan menempuh/mengalami perasaan-perasaan dan pengalaman-pengalaman yang menyerupai suasana waktu al-Qur’an dan yang telah dialami oleh masyarakat Muslim awal, yang merupakan perjuangan yang besar, perjuangan melawan nafsu dan melawan manusia, pengorbanan, ketakutan, harap dan cemas, merasa lemah dan kuat, jatuh dan bangun, yang merupakan “ Situasi Makkah “ lalu tahap pertumbuhan da’wah, menjadi kelompok minoritas lemah yang terencil di masyarakat situasi Syi’b dan keterkepungan, dengan kelaparan dan takut, keterputusan hubungan kecuali dengan Allah. Kemudian situasi Madinah, suasana pertumbuhan masyarakat Islam, antara tipu daya dan kemunafikan, suasana pengorganisasian dan perjuangan; suasana “Badar“, “Uhud“, “Khandak“, “Hudaibiyah“, “Fathu Makkah“, “Hunain” dan “Tabuk“, suasana pengembangan sistem kemasyarakatan Islam dengan semua perangkatnya yang hidup, hubungan antara kegiatan dan kemaslahatan dan prinsip-prinsip di tengah-tengah pengorganisasian dan kelahiran tatanan Islam.⁵

Dari ungkapan di atas dapat dipahami bahwa Sayyid Qutub mencoba mengungkapkan unsur emosionalitas dalam memahami al-Qur’an. Bagi Qutub al-Qur’an sangatlah memperhatikan masalah emosi dalam penyampaian pesan-pesan dan seruannya. Semua perjalanan emosional Rasul beserta pengikutnya di masa itu betul-betul merasakan arti respon yang dihasilkan dari sebuah seruan atau teguran yang disampaikan al-Qur’an saat ia diturunkan. Pelajaran yang dapat di ambil dari ungkapan

⁴ Emosioanl di sini adalah dalam pengertian yang luas yang menyangkut semua perasaan manusia, bukan emosi dalam pengertian kita sehari-hari yang sering diartikan marah.

⁵ Sayyid Qutub, *Muqaddimah Khasaish Tasshawuru al-Islam*.

ini bahwa al-Qur'an sangat memperhatikan aspek emosi dalam menyentuh umat sebagai sasaran seruannya.

Pendekatan emosional sangatlah diperlukan dalam berdakwah dengan beberapa alasan:

- 1- Al-Qur'an sendiri senantiasa menggunakan bahasa-bahasa yang menggugah perasaan serta senantiasa membangkitkan perasaan sasarannya dengan ungkapan yang menyentuh perasaan. pertanyaan-pertanyaan dialogis misalkan sangatlah berperan dalam menyentuh perasaan lawan bicara.

أَلَا إِنَّهُمْ هُمُ الْمُفْسِدُونَ وَلَكِنْ لَا يَشْعُرُونَ (البقرة:12)

Sebenarnya merekalah yang membuat kerusakan, hanya saja mereka tidak merasakannya.

وَلَقَدْ ذَرَأْنَا لِجَهَنَّمَ كَثِيرًا مِّنَ الْجِنِّ وَالإِنسِ هُمْ قُلُوبٌ لَا يَفْقَهُونَ بِهَا وَلَهُمْ أَعْيُنٌ لَا يُبْصِرُونَ بِهَا وَهُمْ آذَانٌ لَا يَسْمَعُونَ بِهَا أُولَئِكَ كَالْإِنْعَامِ بَلْ هُمْ أَضَلُّ أُولَئِكَ هُمُ الْعَافِلُونَ (الأعراف:179)

Hati yang tidak bisa memahami adalah hati yang tumpul perasaannya sehingga diibaratkan bagaikan binatang.

- 2- Rasul SAW menggunakan pendekatan emosional dalam dakwahnya, bagaimana beliau bergurau dengan nenek-nenek yang dikatakan tidak akan ditemui di surga, lalu si nenek menagis, lalu Nabi menjelaskan karena di sana tidak ada nenek-nenek, si nenekpun tersenyum.
- 3- Aktivitas dakwah adalah aktivitas penyampaian kabar gembira, dan peringatan akan bahaya di hari akhir bagi yang durhaka, semuanya adalah konsumsi emosi, bahagia, takut, berani semangat dll.
- 4- Manusia adalah makhluk berperasaan, jika perasaannya disentuh, berarti telah menghargai unsure dasar kemanusiaannya. Selain bahwa semua kebutuhan dasar

manusia sangatlah berkaitan dengan perasaan, rasa ingin dihargai, rasa ingin diakui, rasa percaya diri atau sebaliknya, rasa ingin aman, rasa ingin tahu dll.

- 5- Seringkali ajakan baik gagal karena aspek perasaan tidak tersentuh, artinya komunikasi menjadi tidak berlanjut, apalagi untuk mendapat respon, hanya karena sasaran dakwah tersinggung perasaannya. Artinya aspek perasaan dapat menggagalkan komunikasi dakwah.

3. Pendekatan Empirik

Pendekatan empirik adalah sejumlah cara yang dimiliki indera dan pengalaman empiris manusia. Berbagai upaya yang bersifat inderawi serta secara nyata dialami manusia dalam kehidupannya.

Pendekatan ini menjadi perlu dengan beberapa dasar berikut ini:

- 1- Allah SWT menggunakan pendekatan ini dengan menunjukkan bukti-bukti empirik kepada manusia untuk membuktikan keberadaan dan keesaan-Nya. Sebagaimana dicontohkan ayat berikut:

إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ وَالْمُلْكِ الَّتِي تَجْرِي فِي الْبَحْرِ بِمَا يَنْفَعُ النَّاسَ وَمَا أَنْزَلَ اللَّهُ مِنَ السَّمَاءِ مِنْ مَاءٍ فَأَحْيَا بِهِ الْأَرْضَ بَعْدَ مَوْتِهَا وَبَثَّ فِيهَا مِنْ كُلِّ دَابَّةٍ وَتَصْرِيفِ الرِّيَّاحِ وَالسَّحَابِ الْمُسَخَّرِ بَيْنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ لَآيَاتٍ لِّعَوْمٍ يَعْقِلُونَ (البقرة: 164)

Sesungguhnya dalam penciptaan langit dan bumi, silih bergantinya malam dan siang, bahtera yang berlayar di laut membawa apa yang berguna bagi manusia, dan apa yang Allah turunkan dari langit berupa air, lalu dengan air itu Dia hidupan bumi sesudah mati (kering) -nya dan Dia sebarkan di bumi itu segala jenis hewan, dan pengisaran angin dan awan yang dikendalikan antara langit dan bumi; Sungguh (terdapat) tanda-tanda (keesaan dan kebesaran Allah) bagi kaum yang memikirkan.

- 2- Manusia selain berperasaan juga sangat memperhatikan bukti nyata, artinya untuk menilai sesuatu benar apa salah memerlukan bukti empirik.

- 3- Indra berfungsi untuk mengamati dan menemukan sesuatu yang belum diketahui, penggunaan panca indra dalam menyampaikan dakwah berarti telah memanfaatkan fungsi tersebut, sekaligus menambah keyakinan, karena bagi sebagian orang malah justru menganggap pengalaman indrawi sebagai cara untuk mencapai kebenaran.

Selain ketiga pendekatan di atas masih bisa digali pendekatan –pendekatan yang lain, apa yang penulis kemukakan hanyalah kerangka pendekatan yang nantinya mewadahi berbagai metode dakwah yang disarikan dari al-Quran dan al-Sunnah.

II. Metode Dakwah

Hikmah, Nasehat, Perdebatan, Keteladanan

Pengertian metode dakwah sebagaimana telah diungkapkan terdahulu adalah: metode yang dilalui seorang da'i dalam menyampaikan dakwahnya., atau metode yang dipakai dalam penerapan pendekatan dakwah.

Metode dakwah terdapat pada sejumlah pendekatan yang dipakai dalam berdakwah yang dihimpun dalam satu system. Sejumlah metode yang menggerakkan perasaan dan emosional yang mencerminkan kemampuan metodologi secara emosional disebut pendekatan emosional, cara –cara yang memicu manusia untuk berpikir, merenung, serta menyimpulkan merupakan pendekatan rasional. Sejumlah cara yang dimiliki indera dan pengalaman empiris manusia, menjadi pendekatan empirik.

Melihat banyak macam dan ragamnya metode tersebut sangatlah sulit untuk mereduksi pengertian metode berdakwah. Al-Qur'an telah mengisyaratkan sebagian pengertian tersebut secara jelas dan langsung, ada juga yang hanya sepintas saja.

Namun kita temukan seluruh cara-cara berdakwah tersebut apa yang digunakan oleh al-Qur'an dan al-Sunnah, atau paling tidak cara-cara tersebut tidak lepas dari arahan al-Qur'an dan al-Sunnah.

Dalam bab ini akan dikemukakan beberapa pokok cara-cara berdakwah baik yang dinaskan al-Qur'an secara jelas, atau apa yang dipahami dari sejumlah teks nash al-Qur'an , atau yang dipahami dari realitas dakwah yang dilakukan Nabi dalam sunnahnya. Dalam pembahasan ini akan dibatasi pada empat pokok bahasan. Dan setiap cara akan dibahas dalam satu bab, di situ akan saya bahas pengertian, landasan dan kelebihan serta masalah-masalah yang berhubungan dengannya..

Menerangkan cara-cara berdakwah tersebut Allah SWT berfirman:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ

سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ (النحل: 125)

Serulah kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah, maizah hasanah , dan debatlah mereka dengan cara yang terbaik, Tuhanmu maha mengetahui siapa yang tersesat dari jalanNya

dan Ia maha mengetahui siapa yang mendapat petunjuk. Jika mereka melawanmu, hadapilah sebagaimana mereka meperlakukanmu, dan jika kamu mau bersabar, maka kebaikanlah bagi orang yang sabar, bersabarlah, dan kamu bisa bersabar hanya karena pertolongan Allah. Janganlah kamu bersedih karena mereka, jangan pula kamu merasa sesak karena ulah mereka, sungguh Allah bersama orang yang takwa dan berbuat baik.

1. Metode Hikmah

Pengertian:

Hikmah secara bahasa memiliki beberapa arti: *al-Adl*, *al-Ilm*, *al-Hilm*, *al-Nubuwwah*, *al-Qur'an*, *al-Injil*, *al-Sunnah* dan lain sebagainya. Hikmah juga di artikan *al-Ilah*, atau alsan suatu hukum , diartikan juga *al-kalam* atau ungkapan singkat yang padat isinya. Seseorang disebut hakim jika dia didewasakan oleh pengalaman, dan sesuatu disebut hikmah jika sempurna.

Para ulama telah mendepinisikan kata hikmah secara istilah yang diambil dari pengertian bahasa tersebut antara lain:

- Al-Hikmah; “mencapai kebenaran dengan ilmu dan akal” Al-Hikmah dari Allah adalah mengetahui sesuatu dan menciptakannya secara sempurna, dan hikmah bagi manusia adalah mengetahui apa-apa yang diciptakan Allah dan perbuatan baik.
- Pengertian lain, hikmah adalah mengetahui suatu yang terbaik dengan pengetahuan yang paling baik.
- Meletakkan sesuatu pada tempatnya.
- Ketepatan ucapan dan perbuatan secara bersamaan.

Ibnu Katsir menafsirkan kata *hakim*, dengan keterangannya hakim dalam perbuatan dan ucapan hingga dapat meletakkan sesuatu pada tempatnya.

Dari berbagai pengertian ini jelaslah bahwa yang dimaksud dengan metode hikmah adalah metode meletakkan sesuatu pada tempatnya, dengan demikian berarti mencakup semua teknik dakwah.

Dasar –dasar Metode Hikmah:

Kelebihan metode hikmah ini nampak pada beberapa hal berikut:

1. Dari makna hikmah yang mengakomodir kedua hikmah teoritis dan praktis, dan seorang tidak dikatakan hakim (bijak) jika tidak bisa berbuat bijak secara teoritis dan praktis.
2. Allah sendiri memilih kata hakiim sebagai salah satu nama-Nya yang diulang dalam al-Qur'an lebih dari 80 kali.
3. Hikmah merupakan salah satu isi hati Nabi SAW . sebagaimana dalam hadits disebutkan: “dibukalah atap rumahku dan aku di Makkah, lalu turunlah Jibril, lalu dibelahlah dadaku, kemudian dicuci dengan air zamzam, lalu ia membawa bokor emas yang berisikan hikmah dan iman, kemudian dituangkan dalam dadaku, lalu dikukuhkannya” (Muttafaq Alaih)
4. Di antara pekerjaan Rasulullah adalah mengajarkan hikmah , “dan dia mengajarkan kamu hikmah dan kitab”.
5. Allah menganjurkan untuk berdakwah dengan metode ini: “serulah ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan mauidzah hasanah...”
6. Pemberian yang paling berharga yang diberikan kepada manusia.: “Ia memberi hikmah kepada siapa yang dikehendaki-Nya, barang siapa yang diberi hikmah berarti telah diberi kebaikan yang banyak.”
7. Seseorang boleh iri karena hikmah yang didapat orang lain di dunia ini, hadits Rasul SAW: Tidak ada iri keculai dalam dua hal: kepada seseorang yang diberi harta oleh Allah lalu dia bisa menguasainya dengan haq hingga tidak mengahncurkan dirinya , dan seseorang yang diberi hikmah lalu ia mengamalkan dan mengajarkannya⁶.

Dan banyak lagi bukti keutamaan dan kelebihan metode hikmah baik dari nash maupun lainnya.

Dalam hal ini Imam Bukhari membuat bab tersendiri dari hadits yang berkenaan dengan hikmah dan sejenisnya, beliau ungkapkan berikut:

“Bab siapa yang meinggalkan untuk memimilih karena takut orang lain memahami hal itu setengah-setengah, akhirnya justru mereka terjerumus pada yang lebih parah (dari yang dikhawatirkan).

Dalam hadits diungkapkan: “hadapilah manusia sesuai dengan derajatnya”

⁶ *Al-madkhal ila ilmi dakwah* , h, 250

Ciri-ciri hikmah dari segi tehnis:

- i- memilih metode yang sesuai untuk diterapkan pada situasi dan kondisi yang tepat, karena sering kali suatu metode sesuai untuk situasi tertentu dan untuk menghadapi kondisi tertentu namun tidak sesuai pada kondisi yang lainnya. Untuk menghadapi kondisi emosional harus menggunakan metode emosional, sebagaimana metode rasional dipakai untuk kondisi yang rasional, demikian juga metode empirik hanya bisa dipakai pada kondisi empirik.

Berkenaan dengan ini Rasulullah saw menggunakan seluruh tehnis dakwah; emosional, rasional dan empiris secara bersamaan ketika menghadapi pemuda yang meminta izin belaiu untuk berzina. Imam Ahmad dalam *musnadnya* meriwayatkan dari Abi Umamah ra : Bahwa seorang pemuda menghadap Nabi saw seraya berkata: Ya Rasulullah, izinkan aku berbuat zina, orang-orang menatapnya sambil menyangkalnya dan mengatakan: mah, mah,. Lalu Nabi berkata: Dekatkan dia padaku, lalu anak muda itu mendekati Nabi dan duduk, Rasulullah saw bertanya: apakah engkau menghendaki perbuatan itu terhadap ibumu? Ia jawab, Demi Allah tidak sama sekali, kata Nabi, demikian juga semua orang tidak menghendaki hal itu terjadi pada ibu mereka. Lalu beliau bertanya lagi, apakah engkau menghendaki hal itu terjadi pada anak perempuanmu? Ia jawab. Demi Allah sama sekali tidak. Kata Nabi, demikian juga seluruh manusia tidak menghendaki hal itu terjadi pada anak perempuan mereka. Lalu beliau bertanya lagi, apakah engkau menghendaki hal itu terjadi pada saudara perempuanmu? Ia menjawab demi Allah tidak sama sekali. Lalu nabi berkata; demikian juga seluruh manusia, tidak menghendaki hal itu terjadi pada saudara perempuannya. Apakah engkau menghendaki hal itu terjadi pada bibimu? Ia jawab, demi Allah tidak sama sekali, lalu nabi berkata: demikian juga orang lain tidak mau hal itu terjadi pada bibi dari bapakmu mereka. Tanya Nabi lagi, apakah kamu menghendaki hal itu terjadi pada bibi dari ibumu? Ia menjawab ,demi Allah sama sekali tidak, lalu Nabi katakana; demikian juga orang lain tidak menghendaki hal itu terjadi pada bibi mereka. Lalu Rasulullah saw meletakkan tangannya di bahu pemuda itu smabil berdoa: Ya Allah ampunilah dosanya, bersihkanlah hatinya, jagalah kemaluannya, sejak itu anak muda itu tidak pernah melirik perbuatan buruk. Perkataan Rasulullah saw pada pemuda itu “ dekatkan dia” lalu “menyimpan”

tangganya pada dari pemuda itu , serta “mendoakan” pemuda itu adalah tehnik emosional yang menyentuh perasaan dan nurani. Kemudian diskusi dengan menggunakan analog serta dialog yang baik (mujadalah bil husna) adalah termasuk tehnik rasional. Penggunaan kedua tehnik ini secara bersamaan merupakan ciri betapa bijaknya beliau dalam memilih tehnik berdakwah. Karena seorang anak muda mendatangi Rasul saw untuk minta izin berbuat zina, mencerminkan bahwa anak tersebut lemah, tergoncang keseimbangan emosinya dan kepribadiannya, serta insting bawah sadarnya mendorongnya untuk berbuat zina, namun imannya membentengi dirinya serta mendorongnya untuk minta izin kepada Nabi, permohonan izin untuk berbuat zina merupakan indikator adanya penyakit di satu sisi dan adanya kebaikan di sisi lain pada diri pemuda itu, karena kalau tidak ada kebaikan niscaya ia akan berzina sebagaimana yang lainnya tanpa harus mohon izin terlebih dahulu. Maka untuk menghadapinya Rasulullah saw menguasai masalah kepribadian tersebut memenuhi kebutuhan kejiwaan anak muda itu dengan menggunakan dua metode pendekatan tadi secara bersamaan, hingga bisa menyelamatkan pemuda itu dan mengembalikan keseimbangan jiwanya.

- ii- Memilih format yang cocok dari tehnik yang dipakai. Banyak format dari satu tehnik dakwah, dan “hikmah” menuntut adanya pemilihan format yang sesuai untuk berbagai situasi. Apa yang dikatakan dalam kondisi “bahagia” berbeda dengan apa yang disampaikan pada kondisi “sedih”. Apa yang disampaikan saat kondisi “sulit dan pailit” berbeda dengan saat “serba mudah dan makmur”. Ada tempat saat menyeru (persuatif), ada tempat saat melarang (perepentif), Bagi orang penakut misalkan, maka baik dipakai tehnik persuasif dan pengharapan, sedangkan bagi seorang yang dikuasai ambisi dan pengharapan, baik dipakai tehnik prepentif . dst.

Berkenaan dengan ini sangatlah berbeda cara Nabi untuk berdakwah ketika menghadapi seorang A’rab yang menghadap beliau untuk menayakan tentang kewajiban –kewajiban yang harus dilakukan seorang muslim seraya berkata: “ Demi Allah aku tidak akan menambah atau mengurangi dari info yang diberikan Nabi ini” dengan sikap beliau ketika menghadapi para fakara kaum muslimn yang menghadap beliau untuk meminta tambahan pemberian hingga mereka mengucapkan “ Orang orang pemalas telah mendapatkan pahalanya”

Sebagaimana perbedaan tehnik nabi saat berdakwah secara terbuka dengan saat berdakwah secara tertutup di Rumah al-Arqam. Begitu juga sikap beliau saat perang dan saat perjanjian damai Hudaibiyyah.

Lihat juga bagaimana cara Rasulullah saw menanggulangi “kecemburuan” para istrinya, begitu juga metode-metode lainnya.

- iii- Mempedomani skala prioritas, yaitu mulai dari memberi pengertian, kemudian nasihat, kemudian ketegasan lalu dengan tindakan keras (biyyah), ancaman dan terakhir dengan pukulan.

Firman Allah:

وَاللَّاتِي تَخَافُونَ نُشُوزَهُنَّ فَعِظُوهُنَّ وَاهْجُرُوهُنَّ فِي الْمَضَاجِعِ وَاضْرِبُوهُنَّ فَإِنْ أَطَعْنَكُمْ فَلَا تَبْغُوا

عليهن سبيلا إن الله كان عليا كبيرا (النساء: 34)

Dan yang kamu khawatirkan nusuz, nasihatilah dia, lalu biarkan tidur sendiri, lalu pukullah dia. Dalam hadits diungkapkan:

Barang siapa melihat kemunkaran, hendaklah dia rubah dengan tangannya, jika tidak bisa dengan lisannya, dan jika tidak bisa maka dengan hatinya, dan tindakan itu termasuk selemah-lemahnya iman.

Ayat tadi memberikan petunjuk derajat prioritas dan mencegah kemunkaran, sebagaimana dijelaskan dalam hadits skala prioritas tersebut dengan memuali dari yang paling kuat, lalu diikuti dengan yang dibawahnya, lalu dibawahnya lagi, tidak ada pertentangan antara perhatian terhadap derajat perubahan dengan penerapannya dalam praktek antara tingkatan dengan tingkatan lainnya. Maka bagi juru dakwah hendaknya memperhatikan susunan sakala prioritas tersebut, dan jika tidak mempedomani susunan tersebut, berarti tidak termasuk hikmah dalam dakwahnya.

Lihat bagaiman tehnik Umar bin al-Jamuh ra saat menyeru bapaknya. Juga tehnik Ibnu Rawahah saat menyeru Abu Darda, kepada Islam.

- iv- Menginventarisir faktor-faktor pendukung dan sarana dakwah yang dapat diamati dalam rangka memilih tehnik yang dipakai dan bersifat prepentif. Metode menghadapi orang bodoh sangatlah berbeda dengan metode menghadapi musuh, sebagaimana metode menghadapi orang

lemah berbedda dengan menghadapi seorang penentang yang juga panatik.

Perbedaan ini menuntut kepribadian dai yang mampu membedakannya dengan cermat. Dalam hal ini beberapa hal berikut ini harus diperhatikan:

1. Prinsip pengklasifikasian factor pendukung adalah husnudzan terhadap muslim dan menghindari permusuhan.
2. Seorang dai harus menyembunyikan klasifikasi yang dia buat , lalu memyusun strategi untuk menghadapi sasaran berdasarkan klasifikasi tersebut, dan jangan sampai menghadapi sasarannya dengan menggunakan hasil klasifikasi tadi, karena walaupun penilaiannya betul, tidak mustahil menimbulkan kegagalan .
3. Memilih metode yang tepat untuk menghadapi sasaran dengan klasifikasi yang dia dapat.
4. Mempertimbangkan situasi dan kondisi dakwah publik dan dakwah interpersonal . Karena metode dakwah berbeda antara satu situasi dengan situasi lainnya dari satu kondisi dengan kondisi lainnya. Metode dakwah di negara muslim misalkan, berbeda dengan metode dakwah di negara non muslim.

Adalah sutu perbuatan hikmah jika berdakwah di negara muslim yang menerima dakwah dengan membuat lembaga resmi guna menyelenggarakan dakwah tersebut, juga membuat lembaga sosial swasta yang bergerak dibidangnya dan diakui keberadaannya. Adalah tidak tepat jika mempraktekan seperti lembaga lain yang dalam kondisi gerakan dakwah bawah tanah, yang hanya cocok untuk negara-negara non muslim.

Karena kewajiban dai di negara muslim adalah menjaga dan memelihara kemusliman, memperkuat serta memperbaikinya, jika lemah, atau pasik atau dzalim, sedangkan jika tidak ada, tugas gerakan muslim adalah mewujudkannya.

Pergerakan bawah tanah di negara muslim, walaupun baik lebih banyak negatifnya dari pada positifnya. Karena para dai sering kali terjebak untuk memerangi yang seharusnya tidak diperangi, serta menjerumuskan orang pada ketaatan dan kepatuhan yang samara dalam kepemimpinannya, sehingga dakwahnya dipahami sebagai menentang dan

mengkritik negara Islam, tidak untuk negara islam dan tidak pula berdakwah karenanya, kemudian pemerintahan muslim juga akan memerangnya bahkan berusaha menghancurkannya.

Kebanyakan para dai salah mengartikan hikmah dari segi ini, mereka menggambarkan negara Islam dengan konsep yang menentang pemerintahan yang berjalan walaupun pemerintahan tersebut tidak memisahkan antara negara dengan urusan lainnya, karenanya mereka jadi banyak musuhnya, dan mengurangi teman, mereka memilih kegagalan dalam dakwahnya dalam kegelapan, suatu hal yang harus dihindari, dan dengan demikian mereka juga kurang memberi arti bagi kehidupan manusia.

Apa yang harus di ingat dalam masalah ini adalah, bahwa menilai suatu negara apakah Islam atau kafir , apakah dzalim atau fasik, negara yang harus diperangi atau tidak, serta menentukan sikap terhadapnya serta membangun metode yang tepat baginya, tidaklah diperbolehkan bagi individu maupun kelompok untuk menghukumnya sesuai dengan ijtihad dan pandangannya, hingga ijtihadnya berbeda dan tehnisnya juga berbeda, namun harus dikembalikan kepada ahlinya dengan jalan mengadakan pertemuan, merekalah nanti yang akan mengukur dan menentukan serta menjelaskan “penilaian” berdasarkan syariah serta pertimbangan dakwah yang matang. Dengan penilaian tersebut diharapkan hilanglah pertentangan dan ketidak menentuan dalam masyarakat , dan dakwah dapat menuai hasilnya dengan izin Allah.

Ciri-ciri Hikmah dari segi Sarana:

1. Sarana Ma'nawiyah: Akhlak Karimah dan Sifat terpuji:
 - i- Dai harus memperhatikan akhlak dan sifat terpuji serta berjuang untuk mewujudkannya dalam dirinya.
 - ii- Memilih tingkahlaku yang tepat untuk kondisi yang tepat, sesuai dengan keadaan apakah lemah lembut, tegas dan keras , memaafkan atau melawan, sebagaimana digambarkan Allah SWT “ keras terhadap orang kafir dan lemah lebut terhadap sesamanya” dan firmannya “ lemah lembut terhadap orang mu'min dan keras terhadap orang

kafir” Bukanlah hikmah jika berbuat kasar pada saat harus lemah lembut atau sebaliknya.

2. Sarana Material:

- i- Juru dakwah hendaknya menggunakan sarana yang diperbolehkan yang mudah didapat sesuai dengan zamannya siapapun dan dimanapun dia diproduksi. Hal itu berarti kesyukuran kepada Allah atas tersedianya sarana itu dan merupakan usaha maksimal dalam dakwah dan menjalankan tugasnya.
- ii- Menghindari penggunaan media yang diharamkan, karena hukum media yang berlaku adalah hukum ghayah, dan hukumnya tidak menjadi halal karena dipakai dakwah.
- iii- Membersihkan media yang bermnafaat (bernilai) ganda antara halal dan haram, setelah jelas halal baru digunakan dalam dakwah. Sebagaimana Rasulullah SAW menggunakan media “telanjang⁷” , yang nanti akan dijelaskan lebih rinci di muka.
- iv- Bersikap terbuka dalam menggunakan media yang hukumnya dalam khilafiyah dalam masalah yang sangat darurat dan sangat memerlukan dengan mempretimbangkan maslahat dakwah secara umum, serta bersikap hati-hati untuk menggunakannya saat tidak begitu diperlukan, sebagaimana akan dijelaskan nanti.
- v- Senantiasa meningkatkan media dakwah untuk menutupi kebutuhan dakwah dan mengimbangi media yang dimiliki musuh. Firman Allah:

“Dan siapkanlah kekuatan semampu yang kamu bisa seperti kuda-kuda perang yang ditambat untuk menggentarkan musuh-musuh Allah dan

⁷ Pada masa Jahiliyah ada kebiasaan jika seseorang ingin memberitakan suatu berita yang penting dia akan naik bukit Sofa sambil telanjang dan berteriak mengumumkan berita tsb. Media ini oleh Nabi dipakai, namun tidak dengan bertelanjang.

musuh kamu sekalian.” Menteror musuh haruslah dengan sarana yang sesuai dengan kebutuhan sesuai dengan apa yang dimiliki musuh.

Keutamaan Metode Hikmah:

1. Metode ini dapat dipelajari karena hikmah adalah tingkahlaku yang baik dan sifat yang mulia yang dapat dipelajari sebagaimana sifat dan tingkahlaku lainnya. Firman Allah “Dan dia mengajarkan kamu al-kitab dan al-hikmah” dan dalam hadits, “menunaikan hikmah dan mengajarkannya”.

Adapun cara-cara mempelajarinya:

- i- Membaca al-Qur’an dan Sunah Nabi serta sejarah hidup nabi dengan tujuan untuk mentadabur dan mentafakurinya.
 - ii- Bergaul bersama para Hukama serta mengambil ilmu dari mereka dan dari perjalanan hidupnya.
 - iii- Menjalankan apa yang telah didapat itu dalam dakwah dan dalam perjuangan hidupnya.
 - iv- Mengambil pelajaran dari pengalaman dakwah seseorang.
- 2- Besar pengaruhnya dalam dakwah, seorang juru dakwah yang hakim (bijak) dapat mencapai sasaran yang tidak bisa dicapai oleh yang lainnya.

Diantaranya:

- i- Dapat mencapai tujuan dengan cepat dan hasil yang banyak serta resiko yang sedikit.
- ii- Mendekatkan hati pada kegiatan dakwah dan para dai, serta menghilangkan permusuhan.

Firman Allah;

“Tolaklah kejahatan itu dengan cara yang lebih baik, hingga orang yang tadinya bersikap bermusuhan dengan kamu menjadi seakan-akan teman baik, sifat-sifat yang baik itu hanya dianugerahkan kepada orang yang sabar dan orang yang memiliki keberuntungan yang besar.”

2. Metode Mauidzah Hasanah (Nasihat)

Pengertian:

Secara etimologis mauidzah pembentukan dari kata waadza –yaidzu-wa’dzan dan Idzatah, yang berti menasihati dan mengingatkan akibat suatu perbuatan, berarti juga menyuruh untuk mentaati dan memberi wasiat agar taat.

Al-hasanah lawan dari sayyiat, maka dapat dipahami bahwa mauidzah dapat berupa kebaikan dapoat juga berupa kejahatan, hal itu tergantung pada isi yang disampaikan seseorang dalam memebrikan nasihat dan anjuran, juga tergantung pada metode yang dipakai pemberi nasihat.

Atas dasar itu maka perintah untuk mauidzah disertai dengan sifat kebaikan, “serulah ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan mauidzah hasanah...” karena kalau kata mauidzah kalau dipakai tanpa embel-embel di belakannya pengertiannya harus dipahami sebagai mauidzah hasanah seperti firman Allah QS al-Nahl ayat 125:

واللاتي تخافون نشوزهن فعظوهن واهجروهن في المضاجع واضربوهن فإن أطعنكم فلا تبغوا
عليهن سبيلا إن الله كان عليا كبيرا (النساء:34)

“Maka berilah ia nasihat yang baik , lalu biarkan dia tidur sendirian, lalu pukullah dia..” Dan kata mauidzah hasanah dalam istilah dakwah berarti sinonim dari nasihat, dan nasihat memiliki format yang banyak, diantaranya:

- 1- Perkataan yang jelas, dengan lemah lembut , firman Allah: “ dan berkatalah kepada manusia dengan perkataan yang baik..”
- 2- Isyarat lembut / halus yang dpat dipahami.
- 3- Ta’riid, Kinayah dan Tauriyah, (semuanya berarti cara menjelaskan dengan indah).
- 4- Cerita, Khutbah yang mengesankan, Anekdot
- 5- Mengingatkan akan ni’mat dengan respon yang diharapkannya adalah syukur.
- 6- Reward & Punishment
- 7- Persuatif & Prepentif
- 8- Janji akan kemenangan
- 9- Tabah & Sabar

Dan cara-cara lain baik yang langsung maupun tidak langsung yang dapat mengesankan bagi sasaran dakwah yang dapat memotivasinya untuk meresponi seruannya.

Dalam al-Qur'an dan al-Sunnah banyak sekali didapat contoh-contoh dari formula tersebut.

Dasar-Dasar Metode Muidzah Hasanah:

- 1- Ada perintah yang jelas untuk menggunakan metode tersebut:

فقولا له قولا لينا لعله يتذكر أو يخشى (طه:44)

“ Serulah ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan muidzah hasanah...”. “maka kalian berdua bicaralah kepadanya dengan lemah lebut mudah-mudahan dia ingat atau takut..”

وقولوا للناس حسنا (البقرة:83)

“Dan berbicaralah kepada manusia dengan baik..”

وعظهم وقل لهم في أنفسهم قولا بليغا (النساء: 63)

"Dan nasihatilah mereka, serta sampaikanlah kepada mereka , pada jiwa mereka, perkataan yang mengena..”

- 2- Rasulullah saw menjadikan nasihat sebagai dasar agama, dengan sabdanya: Agama adalah nasihat” dan nasihat adalah sinonim dari muidzah hasanah sebagaimana telah diungkap dahulu.
- 3- Rasulullah saw membaiat Shahabat agar memberi nasihat kepada setiap muslim, dalam haditys diungkapkan “ Aku dibaiat oleh Rasul saw untuk mendirikan shalat mengeluarkan zakat dan memberi nasihat kepada seluruh muslim”.
- 4- Para nabi menggunakannya, sebagaimana diceritakan dari Nuh as

وأنصح لكم

“ .. dan aku menasihati kamu sekalian” begitu juga Nabi Hud

وأنا لكم ناصح أمين (الأعراف: 68)

“ Aku adalah pemberi nasihat yang dapat dipercaya”

Kelebihan Metode Maudzah Hasanah:

Maudzah hasanah memiliki beberapa kelebihan:

- 1- Ungkapannya lembut dan indah, sesuai dengan keadaan, karenanya nasihat (mauidzah hasanah) harus menggunakan ungkapan yang lembut dan kata-kata yang sesuai.
- 2- Kaya akan format dan ragam, hingga para dai dapat memilih format yang paling sesuai dengan keadaan.
- 3- Besar pengaruhnya pada jiwa audien , ini nampak pada hal berikut:
 - i- Maudzah lebih bisa diterima dan mendapat respon
 - ii- Menanamkan rasa cinta dan sayang di hati para aoudien
 - iii- Melokalisir kemunkaran dan mencegah penyebarannya, karena mereka merasa malu, walaupun tidak merespon untuk meninggalkan kemunkaran, namun minimal mereka tidak melakukannya secara terang-terangan hingga kemunkaran tersebut terlokalisir.

Contohnya adalah:

- 1- Nabi menggunakan metode ini pada A'raby yang kencing di Mesjid, dalam hadits diceritakan: “ Dari Anas ra, ia bercerita : Ketika kita duduk di mesjid tiba-tiba datang A'raby lalu kencing, para sahabat lalu mengatakan “ Mah” (kalimat berarti menghardik) kata Rasul saw, janganlah kalian menyalahkannya, biarkanlah, maka para sahabatpun membiarkan hingga selesai kencingnya, lalu rasul memanggilnya dan berkata: Mesjid ini tidak pantas untuk kencing maupun kotoran, tapi hanya cocok untuk berdzikir , shalat dan baca al-Qur'an, ataua sebagaimana Rasulullah saw sampaikan. Anas melanjutkan ceritanya, rasul memanggil salah seorang dari kaum yang berkumpul itu untuk membersihkannya dengan air.”

- 2- Sikap rasul saw saat perang Hunain. Saat membagikan ghanimah, beliau melihat kaum Anshar menyimpan sesuatu, lalu beliau berkhotbah: mengingatkan mereka akan ni'mat Allah dan menasihati mereka dengan nasihat yang baik”⁸.

3. Metode Berdebat

Pengertian:

Berdebat menurut bahasa berarti berdiskusi atau beradu argumen. Disini ini berarti berusaha untuk menaklukkan lawan bicara sehingga seakan ada perlawanan yang sangat kuat terhadap lawan bicara serta usaha untuk mempertahankan argumen dengan gigih.

Secara epistemologis berdebat sebagaimana didefinisikan para ulama adalah :

- 1- Usaha yang dilakukan seseorang dalam mempertahankan argumennya dalam menghadapi lawan bicaranya.
- 2- Cara yang berhubungan dengan pengukuhan pendapat atau mazhab.
- 3- Membandingkan berbagai dalil atau alasan untuk mencari yang paling tepat .

Perdebatan memiliki dua sifat dengan cara baik dan dengan cara tidak baik sebagaimana firman Allah:

وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ (النحل: 125)

Debatlah mereka dengan cara yang lebih baik

وَيُجَادِلُ الَّذِينَ كَفَرُوا بِالْبَاطِلِ لِيُدْحِضُوا بِهِ الْحَقَّ (الكهف: 56)

Dan orang kafir mendebat dengan alasan yang bathil untuk melenyapkan kebenaran...
Melihat macam perdebatan ini Al-Qur'an menyarankan perdebatan yang terbaik sehingga menjadi metode yang dianjurkan. Sebagaimana diungkapkan dalam nashnya sebagai salah satu metode berdakwah. Metode perdebatan yang baik tersebut merupakan

⁸Al-Madhal ila ilmi dakwah, h, 260

salah satu metode dakwah rasional (nabhaj aqly) adapun bentuknya bisa berupa diskusi, tukar pandangan atau dialog.

Dalam prakteknya metode ini hanya dipakai untuk mempertahankan dan meluruskan kegiatan dakwah jika dihadapkan pada perlawanan dari pihak yang diseru, dan tidak dianjurkan untuk dipakai jika tidak ada perlawanan. Itupun hanya bisa digunakan jika dilakukan dengan argumen yang terbaik, serta cara yang terbaik pula.

Dasar –dasar Metode Perdebatan:

- 1- Debat merupakan fitrah manusia: Dari sini manusia bisa dilihat menjadi dua kategori baik dan tidak baik jika dilihat dari sifatnya apakah dia membantah terhadap kebenaran atau sebaliknya.

وَكَانَ الْإِنْسَانُ أَكْثَرَ شَيْءٍ جَدَلًا (الكهف: من الآية 54)

Bahwa manusia selalu membantah

Sebagaimana firmanNya yang lain:

يُجَادِلُونَكَ فِي الْحَقِّ بَعْدَ مَا تَبَيَّنَ (لأنفال: 6)

Mereka membantahmu setelah mendengar kebenaran yang nyata

قَدْ سَمِعَ اللَّهُ قَوْلَ الَّتِي تُجَادِلُكَ فِي زَوْجِهَا (المجادلة: 1)

Sesungguhnya Allah mendengar perkataan wanita yang mengajukan gugatan kepada kamu tentang suaminya.....

- 2- Allah memerintahkan untuk menggunakan metode berdebat:

وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ (النحل: 125)

Dan debatlah mereka dengan cara dan argumen yang terbaik

وَلَا تُجَادِلُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ (العنكبوت:46)

Jangan kamu mendebat *ahlulkitab* kecuali dengan cara dan alasan yang terbaik...

3- Metode ini digunakan oleh para nabi dalam dakwah mereka:

Ini dapat dilihat dari kisah yang diceritakan Allah dalam al-Qur'an tentang nabi Nuh as berikut :

قَالُوا يَا نُوحُ قَدْ جَادَلْتَنَا فَأَكْثَرْتَ جِدَالَنَا (هود:32)

Hai Nuh, kamu telah mendebat kami, mendebat kami dalam banyak hal.....

أَلَمْ تَرَ إِلَى الَّذِي حَاجَّ إِبْرَاهِيمَ فِي رَبِّهِ (البقرة:258)

Tidakkah kamu melihat orang yang mendebat Ibrahim tentang Tuhannya...

4- Dipakai dalam dakwah sejak masa rasul hingga sekarang:

Metode ini dipakai sejak masa sahabat hingga sekarang, para ulama salaf menggunakannya dengan baik, dan mereka menghindari perbuatan debat yang tercela.

Adab Berdebat:

Metode ini memiliki beberapa tata laksana atau adab yang harus diperhatikan dalam praktek penggunaannya ada yang berkaitan dengan metode dan cara penggunaannya ada juga yang berkaitan dengan motivasi apa yang dibutuhkan hingga debat menghasilkan yang terbaik dan berbekas.

Tatacara berdebat ini biasanya para ulama memfokuskan pada tiga hal pokok:

- i- berkenaan dengan Tujuan dan Cara berdebat
- ii- Metode dan cirri berdebat yang baik
- iii- Masil dan bekas dari debat

Misalkan Khatib al-bagdadi mengemukakan kurang lebih tigapuluh adab dalam berdebat.

Keutamaan Metode Debat:

Metode debat mempunyai beberapa keutamaan antara lain:

- 1- Berpegang pada ilmu pengetahuan: Perdebatan tanpa pengetahuan adalah omong kosong belaka, karenanya metode ini sangat menyandarkan pada pengetahuan dan ilmu . Allah SWT melarang hamba-Nya untuk berdebat tanpa ilmu pengetahuan. Sebagaimana firman-Nya:

يَا أَهْلَ الْكِتَابِ لِمَ تُحَاجُّونَ فِي إِبْرَاهِيمَ وَمَا أُنزِلَتِ التَّوْرَةُ وَالْإِنْجِيلُ إِلَّا مِنْ بَعْدِهِ أَفَلَا تَعْقِلُونَ هَا أَنْتُمْ هَؤُلَاءِ حَاجَجْتُمْ فِيمَا لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ فَلِمَ تُحَاجُّونَ فِيمَا لَيْسَ لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ (آل عمران:65-66)

Hai Ahli Kitab kenapa kamu saling berdebat mengenai Ibrahim, padahal Taurat dan Injil tidak diturunkan melainkan sesudah Ibrahim, apakah kamu tidak berfikir? Padahal kamu lebih pantas jika berdebat mengenai hal-hal yang telah kamu ketahui , namun kenapa kamu berdebat tentang apa yang tidak kamu ketahui, Allah mengetahui ketidaktahuanmu.

- 2- Menegakka argumen pada lawan: Metode ini sangat mekannkan argumen yang kuat dan baik untuk memenangkan perdebatan Adalah keliru jika seseorang berdebat tanpa argumen yang kuat. Firman Allah:

ألم تر إلى الذي حاج إبراهيم في ربه أن آتاه الله الملك إذ قال إبراهيم ربي الذي يحيي ويميت قال أنا أحيي وأميت قال إبراهيم فإن الله يأتي بالشمس من المشرق فأت بها من المغرب فبهت الذي كفر والله لا يهدي القوم الظالمين(البقرة: 258)

الذي كفر والله لا يهدي القوم الظالمين(البقرة: 258)

Apakah kamu tidak memperhatikan orang-orang yang mendebat Ibrahim tentang Tuhannya karena kekuasaan yang didapat dari Allah, Tatkala Ibrahim berkata Tuhanku adalah yang menghidupkan dan mematikan, ia berkata aku yang menghidupkan dan mematikan, Ibrahi menjawab: sesungguhnya Allah yang menciptakan matahari terbit dari Timur, jika kamu benar cobalah terbitkan dari Barat, lalu orang kafir itu terdiam, Allah tidak membri petunjuk pada orang-orang yang musyrik.

Berkenaan dengan ini Ibnu Taimiyah mengungkapkan:”Jika seseorang tidak mendebat oaring ateis atau ahli bid’ah, bukanlah seorang muslim yang baik, tidaklah ilmu dan imannya dikatakan sempurna, karena tidak menghasilkan ucapan yang menyejukkan hati dan tidak menghasilkan keyakinan...

- 3- Memiliki faktor pendukung yang Beragam;
 - i- Faktor kepuasan jiwa dalam berdebat karena orang akan merasa puas jika pemikirannya dapat diterima orang lain atau bisa dengan puas menerima pendapat orang lain yang dinilai tepat. Tentang satu yang harus dilakukan mislakan.
 - ii- Faktor ilmiah: adalah merupakan kebiasaan manusia untuk mengetahui apa yang belum diketahuinya serta mendiskusikan tentang berbagai argumen untuk mencari yang paling tepat dalam tema bahasan tertentu.
 - iii- Faktor sosial, seperti semnagat fanatsime kelompok, atau mazhab atau tradisi yang dipegang teguh oleh nenek moyang mereka.

Semuanya menjadi penting untuk diketahui oleh seorang juru dakwah sebab dengan demikian dia dapat berhasil dalam dakwahnya dengan mempertimbangkan berbagai motif tersebut hingga mengetahui betul cara meminilih metode dan metode yang tepat untuk keberhasilan dakwahnya.⁹

⁹ *Ibid*, h, 263-269

4. Metode Keteladanan

Pengertian:

Menurut bahasa qudwah berarti uswah yang dalam bahasa Indonesianya berarti keteladanan atau contoh. Meneladani atau mencontoh sama dengan mengikuti suatu pekerjaan yang dilakukan sebagaimana adanya. Untuk selanjutnya penulis menggunakan istilah ketekadanan atau teladan untuk pengertian teladan yang baik, karena kata teladan dalam bahasa Indonesia mengandung makna kebaikan.

Yang dimaksud keteladanan disini adalah keteladanan yang baik, dalam ayat yang dikemukakan di muka keteladanan sengaja diberi sifat baik karena dalam prakteknya bisa saja seseorang menjadi teladan yang buruk. Dalam hadits diungkapkan : Barang siapa yang membuat tradisi baik , maka baginya pahala atas apa yang dilakukannya serta pahala orang lain yang mengikuti tradisi tersebut tanpa mengurangi pahala mereka yang mengikutinya sedikitpun. Dan barang siapa yang membuat tradisi buruk, maka baginya dosa serta dosa yang mengikutinya tanpa mengurangi dosa para pengikutnya sedikitpun.(HR. Muslim)

Dalam Islam qudwah hasanah dapat dibedakan pada dua bagian;

- i- Qudwah hasanah yang bersifat mutlak, yaitu suatu teladan atau contoh baik yang sama sekali tidak tercampuri keburukan karena statusnya benar-benar baik sebagaimana teladan yang diberikan Rasul SAW pada ummatnya. Status Rasul yang ma'shum (terbebas dari dosa) membuat beliau menjadi teladan mutlak bagi ummatnya, demikian juga teladan yang diberikan para nabi terdahulu.

Firman Allah SWT:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

(الأحزاب: 21)

Dalam diri Rasulullah terdapat teladan yang baik bagi mereka yang menghendaki keridhaan Allah , kebahagiaan hari akhir, serta bagi mereka yang senantiasa mengingat Allah.

قَدْ كَانَتْ لَكُمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ فِي إِبْرَاهِيمَ وَالَّذِينَ مَعَهُ... (المتحنة:4)

Bagi kamu sekalian terdapat teladan yang baik dari Ibrahim dan pengikutnya.

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِيهِمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَنْ كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ... (المتحنة:6)

Pada diri mereka terdapat teladan yang baik bagi kamu sekalian yang menghendaki keridhaan Allah dan kebahagiaan hari akhir...

أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَى اللَّهُ فَبِهِدَاهُمْ أَتْتِدُهُ... (الأنعام:90)

Mereka itulah yang diberi petunjuk oleh Allah, maka ikutilah petunjuk mereka.....

- ii- Qudwah hasanah nisbi yaitu teladan yang terikat dengan apa yang disyariatkan oleh Allah SWT. Kerna status teladan itu dari manusia biasa bukan Rasul tauapun Nabi, keteladanan dari mereka seperti para ulama dan pemimpin ummat lainnya hanya sebatas jika tidak bertentangan dengan syariat Allah. Tidak ada ketaatan atau keteladanan dari mereka yang mengajak atau menyeru untuk menentang Allah. Keteladanan pada diri selain Rasul sering kali bersifat terbatas artinya hanya sebagian tindakannya yang bisa diikuti sebagian lainnya tidak, hal itu karena keterbatasan manusia dalam menerapkan serta menyerap ajaran yang diterimanya.

Walaupun ada pembagian di atas metode keteladanan dalam hal kebaikan ini berlaku umum; apakah keteladanan atas para Nabi dan Rasul atau keteladanan terhadap orang – orang shaleh yang mengikuti jejak para rasul. Karena yang iikutinya adalah “kebaikan” nya.

Dasar-Dasar Metode Keteladanan:

Dasar- dasar metode ini bisa dilihat dari beberapa alasan berikut:

- 1- Bahwa Allah SWT telah menjadikan tindakan para rasul sebagai teladan bagi hamba-Nya, dalam arti tidak hanya menurunkan wahyu serta kitab suci kepada mereka melainkan lebih dari itu semua tindakan mereka para rasul tersebut dijadikan teladan bagi hamba yang mengikutinya. Untuk itu Allah SWT menegaskan sendiri dengan nash (teks) wahyu termasuk kisah dan cerita para rasul dan pengikutnya yang shalih sekaligus anjuran untuk mengikutinya.

أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَى اللَّهُ فَبِهِدَاهُمُ اقْتَدِهْ ... (الأنعام:90)

Mereka itulah yang diberi petunjuk oleh Allah, maka ikutilah petunjuk mereka.....

- 2- Di antara fitrah manusia adalah suka mengikuti dan meniru, dan pengaruh asimilasi tersebut lebih besar daripada pengaruh yang didapat dari membaca atau mendengar. Terlebih lagi dalam hal-hal yang berkenaan dengan sikap dan tingkah laku. Pengaruh yang diterima melalui proses peniruan tersebut lebih membekas karena sifatnya fitri dan alami.
- 3- Pengaruh keteladanan berlaku untuk seluruh manusia dan tidak terikat dengan status sosial atau status intelektual, apakah keteladanan itu datangannya dari seorang yang buta huruf atau dari seorang pengembala sekalipun atau dia seorang intelektual sampai presiden. Sehingga seseorang dapat saja meniru tingkah laku orang lain yang menurutnya baik walaupun dia tidak memahaminya. Itu terjadi karena kuatnya pengaruh yang datang dari keteladanan.

Berkenaan dengan ini Allah SWT memperingatkan betapa tercelanya kesenjangan antara ucapan dan tingkah laku, suatu motivasi dari Allah terhadap orang-orang

yang sudah mengetahui kebenaran untuk menselaraskan dirinya dengan kebenaran yang diketahui bahkan diucapkannya tersebut, sehingga terbentuklah tingkah laku yang dapat dijadikan teladan oleh mereka yang ada di sekelilingnya.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ

(الصّف: 2-3)

Hai orang yang beriman , mengapa kamu mengatakan sesuatu yang tidak kamu lakukan? sungguh besar murka Allah karena kamu mengatakan sesuatu yang tidak kamu kerjakan.

Kelebihan Metode Keteladanan:

Metode keteladanan memiliki banyak kelebihan, di antaranya :

- 1- Kemudahan dan kecepatan mencapai sasaran; Selain mudah dilaksanakan juga lebih cepat dirasakan pengaruhnya, karena transformasi tingkah laku lebih cepat disbanding dengan perubahan karena nasihat atau ucapan. Selain itu transformasi tingkah laku serta internalisasi nilai melalui keteladanan lebih memuaskan bagi kelompok sasaran jika dibandingkan dengan mendiskusikan suatu nilai tau mengganggu suatu ajaran tertentu tanpa adanya tindakan kongkrit yang bisa dilihat.
- 2- Proses peniruan lebih aman dan terhindar dari kekeliruan, terlebih yang berkenaan dengan perkara-perkara yang pelik. Seperti bagaimana Rasul SAW mengajarkan praktek shalat dan haji, cukup dengan ucapan : “Shalatlilah sebagaimana kamu sekalian melihat aku melaksanakannya”! serta ibadah haji dengan sabdanya: “Ikutilah perbuatan manasik yang aku lakukan!”.

Sampai dalam kehidupan sehari-hari kita menemukan ungkapan bahwa pelajaran haji lebih susah teori dari prakteknya.

- 3- Lebih membekas pada diri seseorang serta lebih cepat mendapatkan respon , karena hal-hal yang bersifat praktek lebih cepat dipahami dan diikuti dibanding yang bersifat teoritis¹⁰.

Semua metode dan pendekatan yang dikemukakan di muka tidaklah bersifat kaku, namun dia sangatlah lentur dan dalam penggunaannya harus disesuaikan dengan keadaan itulah yang disebut hikmah, ada ketepatan penggunaan suatu cara sesuai dengan situasi yang mengitarinya.

Selain itu perlu juga penulis sampaikan bahwa pendekatan dan metode haruslah bersifat dinamis, artinya bisa dikembangkan sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan zaman serta perkembangan pengetahuan dan sarana yang ada dan tersedia.

Dalam penggunaan metode dakwah haruslah bervariasi sesuai dengan kebutuhan, hal ini menjadi penting karena gaya-gaya monoton akan membosankan serta menghambat penyampaian materi kepada sasaran.

¹⁰ *Ibid*, h, 271-274

Kaidah Amar Ma'ruf & Nahyi Munkar

Pada masa tabi'in istilah dakwah lebih dikenal dengan aktivitas amar ma'ruf nahyi munkar, para ulama seperti Ibnu Taimia (728 H) menulis risalahnya tentang *al-Amru bil Ma'ruf wa al-Nahyi anil-mukar*. Risalah singkat tersebut berisikan pengertian ma'ruf dan munkar serta teknik dan metode amar ma'ruf dan nahyi munkar yang kita kenal sekarang dakwah.

Pada bahasan tentang amar *ma'ruf dan nahyi munkar* ini penulis akan menyajikan pengertian *Ma'ruf* dan *Munkar* sebagaimana yang dikemukakan Ibnu Taimia, lalu menuliskan juga beberapa prinsip *amar ma'ruf dan nahyi munkar* tersebut dengan istilah kaidah *amar ma'ruf nahyi munkar*.

Istilah kaidah sengaja penulis gunakan karena pernyataan –pernyataan Ibnu Taimia lebih menyerupai kaidah yang bisa dipedomani juru dakwah dalam menyampaikan dakwahnya. Maka akan lebih tepat digunakan istilah kaidah dari pada metode. Karena kaidah-kaidah yang akan diungkapkan nanti bisa dicakup oleh metode-metode yang telah dikemukakan terdahulu sekaligus bisa dijadikan pedoman dalam menggunakan metode tersebut.

Pengertian Ma'ruf & Munkar:

Ma'ruf adalah segala sesuatu yang diperintahkan oleh Allah SWT dan Rasul-Nya seperti *Syariat Islam* yaitu: Shalat lima waktu, shadaqah wajib, puasa wajib dan menunaikan ibadah haji, juga termasuk *Iman*; iman kepada Allah, malaikat-malaikat Allah, kitab-kitab-Nya, Rasul-rasul-nya serta iman kepada hari akhir dan qada serta qadar, termasuk juga *Ihsan*, yaitu menyembah Allah seakan kamu meliha-Nya jika ia tidak melihatnya maka sesungguhnya Ia melihat kamu.

Dari keterangan di atas nampaklah bahwa ma'ruf adalah tiga komponen agama Islam yang telah kita kenal yaitu; Islam, Iman, dan Ihsan. Termasuk ma'ruf juga semua perintah yang bersifat lahir maupun batin seperti ; ikhlash dalam beragama hanya kepada agama Allah, tawakal, cinta kepada Allah dan Rasul diatas kecintaannya pada yang lain, mengharapkan rahmat Allah, dan takut akan azab-Nya, shabar atas hukum-hukum Allah, berserah diri kepada Allah. Termasuk juga bicara dengan jujur, tepat janji, menyampaikan amanat kepada yang berhak, berbuat baik kepada orang tua, shilaturahmi,

saling tolong menolong dalam ketakwaan, baik kepada tetangga, anak yatim, pakitr miskin dan mereka yang edang dalam perjalanan, kepada teman, istri, serta pembantu, bijak dalam perkataan dan perbuatan, senantiasa memelihara akhlak terpuji seperti, menyambungkan silaturahmi kepada orang yang memutuskan silaturahmi, memberi kepada orang yang pelit, memaafkan kepada orang yang mendzalimi.¹¹ Selanjutnya Ibnu Taimia menambahkan bahwa termasuk amar ma'ruf adalah menyerukan persatuan dan kebersamaan, dan termasuk nahyi munkar, adalah melarang perpecahan dan pertentangan.

Sedangkan yang dimaksud munkar adalah semua yang dilarang oleh Allah dan rasul-Nya, kemunkaran yang paling besar adalah syirik, yaitu menjadikan sesuatu sebagai yang sebanding dengan Allah. Dapat dikatakan semua kebalikan dari ma'ruf adalah munkar.

Kaidah Amar Ma'ruf & Nahyi Munkar:

- 1- Menyuruh Kebaikan dengan cara yang baik & Mencegah Kemunkaran dengan tidak berbuat munkar:

Ibnu Taimia membuat satu kaidah bahwa menyuruh kepada kebaikan (amar ma'ruf) harus dengan cara yang baik (ma'ruf) dan sebaliknya mencegah kemunkaran tidak dengan menggunakan kemunkaran¹². Prinsip ini sangatlah mencerminkan pesan Islam sebagai agama pembawa kedamaian. Karena dalam amar ma'ruf dan nahyi munkar kasih sayang adalah jalan utama yang harus dilalui. Maksudnya rasa kasih dan sayanglah yang mendasari kegiatan dalam berdakwah.

Untuk menyerukan kebenaran dan mengajak ummat ke jalan yang benar harus juga memperhitungkan cara seruan tersebut, adalah suatu kekeliruan jika niat baik serta ajakan kepada kebaikan dikotori dengan cara dan tindakan yang jsutru berlawanan dengan missi yang dibawanya. Dalam sejarah dakwah Rasulullah, kaidah ini dijunjung tinggi sehingga Islam dengan pesannya bisa dirasakan menjadi rahmat lil alamiin.

¹¹ Ibnu Taimia, *Al-Amru Bil Ma'ruuf wa Nahyi anil Munkar*, Beirut, Darul Kitab al-Jadid, 1984, h, 15

¹² Ibnu Taimia, *Al-Amru Bil Ma'ruuf wa Nahyi anil Munkar*, Beirut, Darul Kitab al-Jadid, 1984, h, 18

Demikian juga dalam mencegah kemunkaran, tidak harus menggunakan kemunkaran, karena menggunakan kemunkaran selain berbuat dosa yang sama, juga akan mencoreng citra ajaran yang diserukan. Adalah kekeliruan yang besar ketika hendak mencegah maksiat misalkan, dengan melakukan pengrusakkan dan pembakaran atau bahkan pencurian. Dalam hal ini juru dakwah harus sangat berhati-hati supaya tidak terjebak pada cara-cara yang justru berlawanan dengan misi dakwah. Aktivitas dakwah adalah aktivitas menarik simpati bukan antipati.

2- Mendahulukan Maslahat:

Kaidah kedua dalam berdakwah adalah mendahulukan maslahat,¹³ jika ternyata yang diserukan itu setelah ditimbang membawa madlarat lebih besar dari pada maslahatnya apakah itu berupa amar ma'ruf atau nahyi mukar, maka ditunda sampai ada kesempatan dimana maslahat bisa lebih besar ketimbang madlaratnya.

Menjelaskan hal ini Ibnu taimia menulis; Karena kegiatan amar ma'ruf dan nahyi mukar itu termasuk kewajiban yang paling besar, maka maslahat haruslah didahulukan. Karena Allah tidak menyukai kerusakan dan kekacauan. Jika ternyata kerusakan yang ditimbulkan karena amar ma'ruf dan nahyi munkar itu lebih besar dari maslahatnya, maka kegiatan tersebut tidak termasuk suatu yang diperintah oleh Allah, walaupun pada kenyataannya sudah berarti meninggalkan kewajiban dan melaksanakan suatu yang diharamkan, pada kenyataan seperti itu seorang muslim hendaknya senantiasa lebih bertakwa dan beribadah kepada Allah, hingga ia terjaga dari kehancuran¹⁴.

Bisa dijadikan contoh dari kaidah ini adalah sikap rasul saw terhadap pelopor kemunafikan Abdullah bin Ubay bin salul yang dibiarkan hidup oleh Rasul tanpa hukuman atas kejahatannya, padahal kalau dibiarkan orang mu'min akan kecewa atas tindakan beliau, namun jika beliau menindaknya maka orang yang memusuhi beliau akan mengatakan bahwa Rasul membunuh temannya, menghindari itu maka Rasul saw membiarkan saja tanpa hukuman.

Yang perlu jadi catatan di sini bahwa menentukan maslahat atau madlarat yang lebih besar dari suatu kegiatan amar ma'ruf dan nahyi munkar adalah

¹³ *Ibid, h, 17*

¹⁴ *ibid*

ukuran syariah bukan ukuran nafsu manusiawi. Yang dimaksud hawa nafsu adalah rasa cinta dan benci keduanya tidak dilarang asalkan keduanya tidak menguasai perilaku seseorang, yang dilarang adalah mengikuti hawa nafsu tanpa petunjuk Allah SWT, atau menjadikan kecintaan atau kebencian terhadap sesuatu sebagai dasar tingkah laku.

- 3- Cara menyeru kebaikan dan mencegah kemunkaran adalah dengan hati, ucapan dan tangan:

Hadits yang sangat masyhur adalah; Barang siapa melihat kemunkaran, maka hendaklah ia mencegah dengan tangannya, kalau tidak bisa dengan lisannya, dan kalau tidak bisa dengan hatinya, itulah selemah-lemahnya iman.

Dari hadits ini dipahami cara mencegah kemunkaran, jika melihat kemunkaran maka cegahlah, jika tidak bisa dengan tangan atau tindakan, maka dengan ucapan, jika tidak minimal dengan hatinya. Maksudnya jangan sampai hatipun tidak mengingkari perbuatan tersebut, karena pencegahan dengan hati semua orang bisa melakukannya kapan dan dimanapun, bukti dari pencegahan dengan hati adalah, tidak menyetujui atau menghadiri suatu kegiatan yang dipandang munkar.

Ibnu Mas'ud mengatakan; "Siapa orang yang hidup dalam mati? Ia adalah orang yang tidak membenarkan yang ma'ruf dan tidak mencegah kemunkaran"

- 4- Lemaha lembut, sabar & kasih sayang.

Kaidah ini menjelaskan bagaimana sikap seorang pelaku dakwah, dia harus memiliki pengetahuan ; ini disiapkan sebelum berdakwah, kemudian harus penuh kasih, ini berjalan seiring dengan kegiatan dakwahnya, dan setelah itu harus sabar, sabar dalam menghadapi reaksi atas dakwahnya.

Kaidah ini dinukil dari ayat-ayat yang berkenaan dengan kegiatan dakwah dan amar ma'ruf serta nahyi munkar yang senantiasa diakhiri dengan perintah untuk bersabar. Demikian juga hadits nabi yang berkenaan dengan kesabaran.

وَأْمُرْ بِالْمَعْرُوفِ وَانْهَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأَصْبِرْ عَلَىٰ مَا أَصَابَكَ إِنَّ ذَٰلِكَ مِنْ عَزْمِ الْأُمُورِ (لقمان: 17)

Serukanlah kebaikan dan cegahlah kemunkaran serta bersabarlah atas apa yang kamu terima (karena perbuatan amar ma'ruf dan nahyi munkar itu) sikap

demikian itu merupakan perkara yang besar. Lihat juga surat al-Mudatsir setelah perintah menyampaikan risalah dengan segala prasaratnya, Rasul dianjurkan untuk bersabar untuk menghadapi resiko karena menjalankan perintah Tuhan.

وَلِرَبِّكَ فَاصْبِرْ (المدثر: 7)

5- Menghadapi kejahatan dengan kebaikan:

Kaidah kelima adalah menghadapi kejahatan dengan kebaikan, seorang mu'min dianjurkan untuk menhadapi kejahatan dengan kebaikan, bagaikan seorang dokter yang mengobati suatu penyakit dengan lawannya. Selain itu juga seorang mu'min diperintah untuk memperbaiki dirinya dengan dua cara yaitu, mengerjakan kebaikan dan meninggalkan kejahatan¹⁵.

Hal tersebut diatas dapat dilakukan dengan empat cara sebagaimana yang diajarkan dalam surat al-Ashr; iman, amal sholeh, memberi nasihat untuk berbuat haq, dan memberi nasihat untuk berbuat sabar.

Sebenarnya kaidah ini hampir mirip dengan kaidah pertama, sebab jika menghadapi satu kejahatan dilawan dengan kejahatan pula berarti kita telah melakukan kejahatan, sedangkan kejahatan itu terlarang sifatnya. Sama dengan mencegah kemunkaran dengan kemunkaran, padahal yang dipewrintahkan kepada mu'min adalah berbuat kebaikan dan amal sholeh, kejahatan tetap terlarang walaupun alasannya untuk menghadapi kejahatan.

6- Mendahulukan yang lebih penting terhadap yang penting:

Kaidah keenam sebagaimana yang dikemukakan Abdul Hamid al-Bilali dalam *Fiqhu-l-Inkar fi Inkaari-l-Munkar*, adalah mendahulukan yang terpenting dari yang dianggap penting lainnya¹⁶. Di sini berarti menentukan skala prioritas,

¹⁵ Sementara ini pemahaman kita tentang hadits, “ikutilah kejahatan dengan kebaikan niscaya kebaikan itu akan menghapuskan kejahatan tersebut”, hanya dipahami sebagai perbuatan jahat yang dilakukan diri kita, namun Ibnu Taimia memberi pemahaman baru, bahwa tindakan baik untuk menghapus kejahatan juga berlaku terhadap kejahatan yang dilakukan oleh lawan kita.

¹⁶ Abdul Hmid al-Bilali, *fiqhul inkar fi inkari-l-Munkar*, Kuwait, Daarudakwah, 1986, h, 80

mana yang harus di dahulukan dalam menyampaikan kebaikan atau mencegah terjadinya kemunkaran.

Dasar dari kaidah ini adalah sebagaimana yang dicontohkan Rasul saw ketika mengutus Muadz Bin Jabal:

12 حَدِيثُ مُعَاذِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : بَعَثَنِي رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ إِنَّكَ تَأْتِي قَوْمًا مِنْ أَهْلِ الْكِتَابِ فَادْعُهُمْ إِلَى شَهَادَةِ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَنَّي رَسُولُ اللَّهِ فَإِنْ هُمْ أَطَاعُوا لِدَلِّكَ فَأَعْلِمُهُمْ أَنَّ اللَّهَ افْتَرَضَ عَلَيْهِمْ حَمْسَ صَلَوَاتٍ فِي كُلِّ يَوْمٍ وَلَيْلَةٍ فَإِنْ هُمْ أَطَاعُوا لِدَلِّكَ فَأَعْلِمُهُمْ أَنَّ اللَّهَ افْتَرَضَ عَلَيْهِمْ صَدَقَةً تُؤْخَذُ مِنْ أَعْيَانِهِمْ فُتَرَدُّ فِي فُقَرَائِهِمْ فَإِنْ هُمْ أَطَاعُوا لِدَلِّكَ فَإِيَّاكَ وَكَرَائِمَ أَمْوَالِهِمْ وَاتَّقِ دَعْوَةَ الْمَظْلُومِ فَإِنَّهُ لَيْسَ بَيْنَهَا وَبَيْنَ اللَّهِ حِجَابٌ

Hadits Muadz. Ra: Aku diutus oleh Rasulullah saw , belai bersabda: Engkau akan menemui kelompok Ahli Kitab, serulah mereka untuk mengucapkan dua syahadat, jika mera menuruti kamu, beritahulah mereka bahwa Allah mewajibkan kepada mereka shalat lima waktu dalam satu hari satu malam, jika mereka mematuhi, maka beritakanlah bahwa Allah mewajibkan shadaqah, dari yang kaya untuk yang miskin, jika mereka mentaatimu, maka hati-hatilah kamu terhadap kehormatan harta mereka, dan hindarilah do'anya orang yang teraniaya, karena doa mereka tidak ada penghalang dari Allah (pasti dikabulkan).

7- Mencegah Kemunkaran dengan bertahap:

Untuk melihat kaidah ini dapat dikemukakan bagaimana al-Qur'an mencegah kemunkaran sebagaimana yang dikisahkan dialog seorang muslim keluarga Fir'aun:

وَقَالَ رَجُلٌ مُؤْمِنٌ مِنْ آلِ فِرْعَوْنَ يَكْتُمُ إِيمَانَهُ أَتَقْتُلُونَ رَجُلًا أَنْ يَقُولَ رَبِّيَ اللَّهُ وَقَدْ جَاءَكُمْ بِالْبَيِّنَاتِ مِنْ رَبِّكُمْ وَإِنْ يَكُ كَاذِبًا فَعَلَيْهِ كَذِبُهُ وَإِنْ يَكُ صَادِقًا يُصِيبْكُمْ بَعْضُ الَّذِي يَعِدُكُمْ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي مَنْ هُوَ مُسْرِفٌ كَذَّابٌ (غافر:28)

Ketika Fir'aun hendak membunuh Musa as, maka berdirilah seorang keluarganya yang muslim dan menyembunyikan keimanannya, sambil berkata:“ apakah engkau akan membunuh orang hanya karena mengatakan Tuhanku adalah Allah? Menafsirkan ayat ini Sayyid Qutub menjelaskan bahwa ungkapan ini menunjukkan bahwa keluarga Fir'aun yang muslim tadi membesar-besarkan kemunkaran Fir'an, seakan dia berkata; betapa jahatnya kamu akan membunuh orang hanya karena mengatakan Tuhanku adalah Allah, ungkapan ini sengaja dipakai untuk mengajak menyentuh jiwa Fir'aun agar mengurungkan niatnya. *Tahapan ini disebut membesar-besarkan suatu perbuatan munkar* (hiperbolisme kemunkaran).

Tahapan selanjutnya adalah menunjukkan dalil dengan kalimat: “padahal telah datang kepadamu keterangan dari Tuhamu” ungkapan ini merupakan tahapan kedua yaitu *pengajuan alasan dan dalil* yang jelas oleh pelaku pencegah kemunkaran, dalam hal ini keluarga Fir'aun yaitu menerangkan bahwa Musa as.punya alasan atau dalil untuk mengatakan Tuhanku adalah Allah.

Tahapan ketiga adalah mengajukan asumsi yang terburuk atas perilaku yang dilakukan Musa dengan kata-kata; jika ia bohong, urusan dia (Musa).

Tahapan keempat adalah *menginformasikan kemungkinan kebenaran yang dikandung berita* yang dibawa Musa. Dengan ungkapan kalau dia (Musa) benar, maka kamu (Fir'aun) akan mendapatkan apa yang dijanjikan Musa, dalam hal ini azab.

Dan tahapan terakhir adalah mengajukan ancaman yang berlaku umum, dengan ungkapan: “Allah tidak akan memberi petunjuk pada orang yang berlebihan dan pendusta”, ungkapan ini sengaja ditampilkan untuk mengkaburkan ancaman, bahwa ancaman itu bisa terjadi pada Musa jika ia bohong, bisa juga pada Fir'aun.¹⁷

Demikianlah pentahapan yang dilakukan pencegah kemunkaran dari keluarga Fir'aun yang dihimpun oleh Sayyid Qutub sampai 10 tahapan.

¹⁷ Lihat *Fidzilal al-Qur'an* penafsiran ayat di atas dan seterusnya.

8- Tidak memata-matai:

Kaidah berikutnya adalah dalam berdakwah tidak boleh memata-mati orang lain untuk mengetahui kelemahan dan keburukannya (aurat) kemudian dari situ akan melahirkan suudzan atau berburuk sangka. Karena hal itu akan menjadi aib bagi juru dakwah sendiri. Kegiatan mengintip kelemahan dan kejelekan orang lain adalah kegiatan tercela.

Firman Allah:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بَعْضُكُم بَعْضًا (الحجرات:12)

Hai orang yang beriman, hindarilah prasangka, karena sebagian prasangka itu dosa, dan janganlah saling memata-matai antara kamu sekalian, serta janganlah saling membicarakan kejelekan...

9- Tidak Mengikari Mujtahid:

Kaidah berikutnya adalah dalam berdakwah tidak boleh menentang atau mengikari mujtahid yang mengeluarkan pendapatnya, karena itu hanyalah menunjukkan kebodohan dan kepanatikan belaka.

10- Menggabungkan kebutuhan dunia dengan akhirat:

Kaidah terakhir yang penulis nukilkan dari Abdul Hamid al-Bilali adalah berdakwah dengan menggabungkan kebutuhan duniawi dengan keakhiratan¹⁸. Adalah sifat manusia untuk menyukai hal-hal duniawi seperti wanita, harta, tahta dll. Dalam hal ini aktivitas dakwah tidaklah membunuh kecenderungan manusia tersebut melainkan menghubungkannya dengan masalah keakhiratan, seperti bagaimana Rasulullah saw tidak merampak kerajaan para raja yang disurati beliau untuk beriman, yang diseru adalah agar mereka beriman, kerajaannya tidak akan diambil, bahkan mereka tetap berkuasa.

Demikian juga rasa aman yang diberikan pada saat fathu makkah, mencerminkan bahwa Rasul menghubungkan kebutuhan duniawi bagi Abi Sofyan

¹⁸ *Ibid,h*, 118

yang saat itu kalah lalu masuk Islam, dengan ungkapan siapa yang masuk Rumah Abu Sofyan ia aman, artinya harga diri Abu Sofyan (ini urusan duniawi) dihargai .

Mencegah Kemunkaran Para Eksekutif:

Perlunya memperbaiki para eksekutif sebab merekalah para pembuat keputusan, jika mereka tidak baik, maka dampaknya akan dirasakan banyak orang. Apakah ia pemimpin negara, pemimpin departemen , dinas, instansi atau kepala bagian, semuanya sangat menentukan kebijakan yang ditelorkannya. Maka tidak heran jika dalam pepatah Arab dikatakan “ apabila para eksekutif baik, maka baikpulalah rakyatnya” dan begitu sebaliknya.

1- Bolehkan Mencegah Kemunkaran Para Eksekutif?

Ada beberapa alasan yang membolehkan atau bahkan memandang perlunya mencegah kemunkaran para eksekutif di antaranya:

- 1) Pengaruh para eksekutif sangat besar terhadap bawahannya, bagaimana para eksekutif bertindak, begitu juga rakyatnya akan melakukan.
- 2) Terbebas dari Azab, hadits Rasul mengatakan: “ Allah tidak akan mengazab masyarakat luas karena tindakan kalangan tertentu (para eksekutif) sampai para eksekutif tersebut melakukan perbuatan yang harus dicegah oleh masyarakat luas,namun mereka tidak melakukan pencegahan tersebut , itulah saat Allah mengizinkan kehancuran bagi kedua belah pihak; eksekutif dan rakyatnya.”¹⁹ Jadi perbuatan munkar para eksekutif yang sebenarnya masih bisa ditolak oleh masyarakat awam, namun mereka tidak berani menentang karena takut, jika hal itu terjadi, maka kehancuranlah yang akan diderita.
- 3) Tidak membiarkan kedzaliman berlangsung.
- 4) Yakin akan adanya pahala dalam mencegah kemunkaran; tantangan dan hambatan bisa berupa pisik dan psikis akan

¹⁹ Hadits Riwayat Tabrani.

diderita oleh pada da'i terlebih jika berhadapan dengan para eksekutif, namun keyakinan akan adanya pahala dari Allah, bahwa pahala orang yang hidup di zaman akhir jauh dari masa Rasul saw selama ia mencegah kemunkaran dan melakukan amar ma'ruf sama dengan pahala mereka yang menyertai Rasul saw di awal penyebaran Islam. Dorongan inilah yang dapat mendukung seseorang untuk berdakwah sampai kepada para penguasa sekalipun.

- 5) Allah akan meminta pertanggungjawaban di hari akhir, mengapa tidak mencegah kemunkaran? Kalau jawabannya takut karena manusia, maka Allah akan menjawab, Allahlah yang lebih patut ditakuti.

2- Kaidah Mencegah Kemunkaran Para Eksekutif

Dalam mencegah kemunkaran para eksekutif ada beberapa kaidah yang patut dipedomani:

- 1) Hindarkan penggunaan tangan: selama masih memungkinkan hindari mencegah kemunkaran dengan tangan.
- 2) Ketika pencegahan dilakukan dengan lisan, karena para eksekutif dipandang masih bisa mendengarkan perkataan, harus dilakukan sebijak mungkin, hikmah dan mauidzah hasanah.
- 3) Hindari pencegahan dengan menggunakan lisan atau perkataan jika penguasa tidak mau mendengar perkataan, ini bukan berarti larut dan menyetujui kemunkaran penguasa, tapi penolakan harus tetap ada walau dengan hati.
- 4) Penting sekali untuk menunjukkan tekad baik da'i, artinya kegiatan nahyi munkar itu dilakukan semata-mata karena Allah, bukan berarti karena hendak merebut kekuasaan atau kedudukan, ini yang kadang disalahpahami oleh sasaran. Untuk itu seorang dai harus bisa menunjukkan dan membuktiksn kalau dia itu tidak haus kekuasaan.

- 5) Jangan memberi nasehat saat sedang rapat atau dalam pertemuan, dan tidak tegesa-gesa memberi nasehat saat penguasa sedang menyendiri, tunggu sampai ditanya lalu jawab seperlunya sesuai misi. Sebab para pengusaha akan cepat tersinggung jika dinasehati saat rapat, masalah yang tidak begitu besar bagi masyarakat umum, menjadi masalah besar bagi para penguasa.
- 6) Tidak menggurui, dalam mengemukakan nahyi munkar atau amar ma'ruf kepada penguasa janganlah bersifat menggurui.
- 7) Hindari Menggunakan kata-kata yang kasar saat menyampaikan pesan atau nasehat
- 8) Nasehat harus singkat dan tidak bertele-tele²⁰.

²⁰ Al-Bilaly *Op.cit*, h, 185-204

Nahyi Munkar Dalam al-Hadits

Pengertian

Nahyi Munkar, terdiri dari dua suku kata *nahyi* النَّهْيُ dan *munkar* الْمُنْكَرُ, kata النَّهْيُ secara bahasa berarti الجزر dan المنع²¹ yang secara Indonesia berarti peringatan atau larangan. Sedangkan kata الْمُنْكَرُ berasal dari kata نَكَرَ dan أَنْكَرَ berarti جهل yang berarti bodoh, atau صعب yang berarti sulit, bisa juga berarti الفطنة و الدهاء yang artinya perbuatan yang sangat buruk. Sedangkan kata الْمُنْكَرُ sendiri oleh penulis *al-munjid* diartikan sesuatu yang tidak diridloi Allah baik perkataan maupun perbuatan, lawan katanya adalah الْمَعْرُوفُ²².

Dari pengertian bahasa di atas dapat dipahami bahwa nahyi munkar berarti suatu tindakan mencegah atau melarang sesuatu perbuatan yang tidak dikehendaki Allah.

Berkenaan dengan pengertian ini Ibnu Taimia menyatakan: munkar adalah semua yang dilarang oleh Allah dan rasul-Nya, kemunkaran yang paling besar adalah syirik, yaitu menjadikan sesuatu sebagai yang sebanding dengan Allah²³

Dengan panduan pengertian nahyi munkar sebagaimana tersebut di atas maka penulis mencoba memberikat batasan pembahasan tema ini sebagaimana yang dimaksud dari pengertian nahyi munkar itu sendiri sebagai suatu kegiatan atau tindakan, bukan nahyi munkar sebagai materi kegiatannya.

Hadits-hadits Nahyi Munkar

A. Matan Hadits: Melalui entri الْمُنْكَرُ penulis hanya menemukan dua hadits saja yaitu:

Hadits Abi Saïd al-Khudry dan hadits Usamah:

□ حَدِيثُ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ إِيَّاكُمْ وَالْجُلُوسَ فِي الطَّرِيقَاتِ قَالُوا يَا رَسُولَ اللَّهِ مَا لَنَا بُدٌّ مِنْ مَجَالِسِنَا نَتَحَدَّثُ فِيهَا قَالَ رَسُولُ اللَّهِ

²¹ Al-Munjid, h, 843

²² Ibid, h, 836

²³ Ibnu Taimia, *Al-Amru Bi al- Ma'ruuf wa Nahyi a'n al- Munkar*, Beirut, Dârul Kitâb al-Jadîd, 1984,h, 16

صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَإِذَا أَبَيْتُمْ إِلَّا الْمَجْلِسَ فَأَعْطُوا الطَّرِيقَ حَقَّهُ قَالُوا وَمَا حَقُّهُ قَالَ غَضُّ
الْبَصَرِ وَكَفُّ الْأَذَى وَرَدُّ السَّلَامِ وَالْأَمْرُ بِالْمَعْرُوفِ وَالتَّهْيِي عَنِ الْمُنْكَرِ²⁴

Hadits Abi Sai'd al-Khudriyy ra: dari Nabi saw bersabda: janganlah kalian duduk-duduk di pinggir jalan! Mereka menjawab, “kami hanya duduk sambil berbincang-bincang”, kalau kalian hanya duduk sambil berbincang-bincang, maka berikanlah hak yang dimiliki jalan tersebut! Mereka bertanya apa hak yang dimiliki jalan itu? Lalu beliau menjawab: “hak jalan adalah; Menahan pandangan, menghindarkan sesuatu yang merugikan, menjawab salam, serta amar ma'ruf dan hayi munkar”. (Diriwayatkan Bukhari, Kitâb : al-Madzâlîm wal Ghashby, Hadits No, 2285, Muslim, Kitâb; Al-libâs wal zînah, Hadits, No,3960, Abu Dâwud, Kitâb: Adab, Hadits No, 4181, Ibnu Hambal, Juz III, h, 36,47,61)²⁵

حَدِيثُ أُسَامَةَ بْنِ زَيْدٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ
يُؤْتَى بِالرَّجُلِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ فَيُلْقَى فِي النَّارِ فَتَنْدَلِقُ أَفْتَابُ بَطْنِهِ فَيَدُورُ بِهَا كَمَا يَدُورُ بِالْحِمَارِ
بِالرَّحَى فَيَجْتَمِعُ إِلَيْهِ أَهْلُ النَّارِ فَيَقُولُونَ يَا فُلَانُ مَا لَكَ أَلَمْ تَكُنْ تَأْمُرُ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَى
عَنِ الْمُنْكَرِ فَيَقُولُ بَلَى قَدْ كُنْتُ أَمُرُ بِالْمَعْرُوفِ وَلَا آتِيهِ وَأَنْهَى عَنِ الْمُنْكَرِ وَآتَيْهِ²⁶

Hadits Usâmah Ibnu zaid ra, ia berkata; “ saya mendengar Rasulullah saw bersabda;’pada hari kiamat seorang dibawa ke neraka, lalu keluar usus dari dalam perutnya ia berputar-putar bagaikan keledai dalam kandang, maka penduduk neraka berkumpul mengitarinya seraya bertanya; bukankah kamu dahulu suka menyuruh kebaikan dan mencegah kemunkaran?” “Ya, jawabnya, aku suka menyuruh kebaikan namun aku tidak pernah melaksanakannya, dan kau juga suka mencegah kemunkaran, namun aku sendiri melakukannya”. (Diriwayatkan Bukhari,dalam *shahîh*nya Kitâb; Bad’u al -lkhalqi,

²⁴ “Program al-Bayan” Al-Qur’an 6.50 & al-Hadis , versi Inonesia , CD-ROM

²⁵ “Takhrij” *ibid*.

²⁶ *Ibid*

Hadits No, 3027, Kitâb; Fitân, Hadits No,6569, Muslim, dalam *shahîhnya* Kitâb; Al-Zuhdu wa al-raqâiq, Hadits No, 5305, Ahmad Ibnu Hambal, dalam *musnadnya*, Juz V, h)²⁷

Sedang melalui entri أَنْكَرَ ditemukan dua hadits yaitu Hadits Abdullah bin Umar dan hadits Hudzaifah berikut:

حَدِيثُ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا أَنَّ امْرَأَةً وَجَدَتْ فِي بَعْضِ مَعَازِي رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَقْتُولَةً فَأَنْكَرَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَتْلَ النِّسَاءِ وَالصَّبِيَّانِ²⁸

Hadits Abdullah Ibn Umar ra: Bahwa seorang perempuan kedapatan tewas pada suatu peperangan, lalu Rasul saw mencegah untuk membunuh wanita dan anak kecil. (Hadits ini diriwayatkan oleh Bukhâri, dalam *Shahîh*, Kitâb; al-Jihâd & Sair, Hadits, No, 2791,2792, Muslim,dalam *Shahîhnya*_Kitâb: al-Jihâd & Sair, Hadits,No, 3279, Tirmidzi, dalam *Sunan*, Kitâb: Sair, 1494, Abu dawud, dalam *Sunan*, Kitâb; Jihâd, Hadits No, 2294, Ibnu Mâjah, dalam *Sunan*, Kitab: Jihâd, Hadits, No, 2831, Ahmad Ibnu Hambal,dalam *Musnad*, Juz II, h, 22,23,75,91,100,115,122,123, Mâlik, dalam *Al-Muwatha*, Kitâb; Jihâd, Hadits, No, 857, Al-Dârimiy, *Sunan*,Kitâb, sair; Hadits, No,2353.)²⁹

□ حَدِيثُ حُدَيْفَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ كُنَّا عِنْدَ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ فَقَالَ أَيُّكُمْ سَمِعَ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَذْكُرُ الْفِتْنَ قَالَ قَوْمٌ نَحْنُ سَمِعْنَاهُ فَقَالَ لَعَلَّكُمْ تَعْنُونَ فِتْنَةَ الرَّجُلِ فِي أَهْلِهِ وَجَارِهِ قَالُوا أَجَلٌ قَالَ تِلْكَ تُكْفِرُهَا الصَّلَاةُ وَالصِّيَامُ وَالصَّدَقَةُ وَلَكِنْ أَيُّكُمْ سَمِعَ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَذْكُرُ الْفِتْنَ الَّتِي تَمُوجُ مَوْجَ الْبَحْرِ قَالَ حُدَيْفَةُ فَأَسْكَتَ الْقَوْمُ فَقُلْتُ أَنَا قَالَ أَنْتَ لِلَّهِ أَبُوكَ قَالَ حُدَيْفَةُ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ تُعْرَضُ الْفِتْنُ عَلَى الْقُلُوبِ كَالْحَصِيرِ عُوْدًا عُوْدًا فَأَيُّ قَلْبٍ أَشْرَبَهَا نُكِتَ فِيهِ نُكْتَةٌ سَوْدَاءٌ وَأَيُّ قَلْبٍ أَنْكَرَهَا نُكِتَ فِيهِ نُكْتَةٌ بَيْضَاءٌ حَتَّى تَصِيرَ عَلَى قَلْبَيْنِ عَلَى أَبْيَضٍ مِثْلِ الصَّفَا فَلَا تَضُرُّهُ فِتْنَةٌ

²⁷ “Takhrîj” *ibid*.

²⁸ *ibid*

²⁹ “Takhrîj” *ibid*.

مَا دَامَتِ السَّمَاوَاتُ وَالْأَرْضُ وَالْآخِرُ أَسْوَدُ مُرْبَادًا كَالْكُوزِ مُجْحِيًّا لَا يَعْرِفُ مَعْرُوفًا وَلَا يُنْكِرُ
 مُنْكَرًا إِلَّا مَا أُشْرِبَ مِنْ هَوَاهُ³⁰

Melalui entri munkar (tanpa alif & lam) ditemukan ada empat hadits tiga hadits telah disebutkan terdahulu, dan satu hadits Abi said berikut :

“Suatu saat kami bersama Umar ra, Umar bertanya:”Siapa diantara kamu yang mendengar Rasul saw berbicara tentang *fitan*? Kami, jawab sekelompok orang lalu berkata “semoga kamu memperhatikan tentang fitnah seseorang dalam keluarga dan tetangganya” mereka mngatakan terus, “hal itu bisa dihapus dengan shalat puasa dan sedekah,” Tapi kata Umar, siapa yang mendengar Rasul saw menyebutkan fitan yang bergelombang bagaikan gelombang ombak lautan? Hudzaifah mengatakan, para kaum tidak ada yang menjawab, lalu aku katakan “saya” kemu kata Umar? Demi bapakmu! Khuzaifah mengatakan: “Aku mendengar Rasul saw bersabda: fitnah dihamparkan dalam hati bagaikan tikar yang dianyam sehelai-demi sehelai, hati yang menerimanya maka akan diletakkan satu titik hitam, dan hati yang menolaknya akan diletakkan padanya satu titik putih, sehingga hamparan itu dalam dua hati jadilah hati yang putih bening nan licin, tidak akan terkena fitnah,selama langit dan bumi masih ada, dan hati lainnya hitam pekat bagaikan karat tidak mengetahui yang ma’ruf dan tidak dapat mencegah kemunkaran , melainkan akan mengikuti keninginannya belaka”. (Hadits ini diriwayatkan Bukhâri; Kitab; Mawâqîtsihalât, Hadits No, 494, Kitâb :Zakât, Hadits No, 1345, Kitâb : Shaum, H,No,1762, Kitab:Manakib,3321, Kitab;Fitan, H,No, 6567,Muslim, Kitab Iman, Hadits No, 207. Tirmidzi, Kitab: Fitan, H.No, 2184,Ibnu Mâjah, Kitâb ;Fitan, Hadits, No, 3945, Ahmad Ibnu Hambal, Juz V, h, 386,401,405)³¹

حَدِيثُ أَبِي سَعِيدٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنْ طَارِقِ بْنِ شَهَابٍ قَالَ أَوَّلُ مَنْ بَدَأَ بِالْحُطْبَةِ يَوْمَ الْعِيدِ
 قَبْلَ الصَّلَاةِ مَرْوَانُ فَقَامَ إِلَيْهِ رَجُلٌ فَقَالَ الصَّلَاةُ قَبْلَ الْحُطْبَةِ فَقَالَ قَدْ تَرَكْتُ مَا هُنَالِكَ فَقَالَ
 أَبُو سَعِيدٍ أَمَا هَذَا فَقَدْ قَضَى مَا عَلَيْهِ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ مَنْ رَأَى

³⁰ *ibid*

³¹ “*Takhrîj*” *ibid*.

مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيُغَيِّرْهُ بِيَدِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ وَذَلِكَ أَضْعَفُ
الْإِيمَانِ³²

Hadits Abi sai`d ra: dari Thâriq Ibn Syihâb berkata; “Orang yang pertama kali melakukan khutbah hari raya sebelum shalat adalah Marwan, maka seorang lelaki berdiri dan berkata; “shalat itu sebelum khutbah” Kata Marwan, hal itu sudah berlalu” Maka Abu said berkata: “hal ini berarti berlakunya apa yang kudengar dari Rasul saw: “barangsiapa yang melihat kemunkaran, maka rubahlah dengan tangannya, jika tidak bisa dengan lisannya, dan jika tidak bisa rubahlah dengan hatinya, dan merubah dengan hati itu selemah-lemahnya iman”. (Diriwayatkan Bukhâri, Kitâb; Jum`at Hadits No, 903, Muslim Kitâb;îmân, Hadits No, 70, Tirmidzi Kitâb: Fitân, Hadits, No, 2098, Nasâi’, Kitâb; îman Hadits No,4922,4923, Abu Dâwud, Kitâb; Shalât, Hadits No, 963, Kitab Malâhîm, Hadits No, 3777, Ibnu Maajah, Kitâb; Shalât Hadits No, 1265, Kitâb Fitân, Hadits No, 4003, Ibnu Hanbal, Juz III, h, 10,20,49,52,54,56,92.)³³

Adapun jumlah hadits yang ada kata مُنْكَرٌ , لِمُنْكَرٍ , dan kata dasar أَنْكَرَ jumlahnya ada 16 hadits yang mneyebar dalam berbagai bab dari kitab-kitab hadits seperti karya Bukhari, Muslim, Ahmad Ibnu Hambal dan Abu Dawud. Hadits-hadits tersebut walaupun mengandung kata munkar dengan segala perubahannya (kata bentukannya) namun tidak mencerminkan maksud dari tema pembahasan yaitu nahyi munkar, sebagaimana juga hadits no 1031 di atas walapun dinukil di sini sebagai hasil pencarian dari entri أَنْكَرَ namun kandungan maknanya lebih menunjuk pada sikap Rasul saw yang tidak menyetujui suatu perbuatan dalam perang, dan tidak menunjuk pada nahyi munkar sebagai suatu kegiatan. Dengan alas an tersebut maka penulis tidak memasukkan hadits-hadits tersebut sebagai bahan kajian dalam pembahasan ini, sebagaimana juga penulis menafikan hadits-hadits yang berbentuk larangan dengan menggunakan kata nahaيْ, atau

³² *ibid*

³³ “*Takhrîj*” *ibid*.

harama حرم, ataupun shighah larangan lainnya; yang berarti juga bahwa pembahasan akan difokuskan pada empat hadits di atas; no1722,32,86, 1244.

Adapun derajat hadits yang dinukil di atas adalah hadits yang dinyatakan shahîh oleh para muhadits terbukti dengan periwayatan hadits tersebut dalam kitab shahîh mereka; Bukhari dan Muslim, sejalan dengan pernyataan al-Susûthiy dalam *al-Jâmi al-Shagîr* untuk hadits Usâmah dan Abi Saî'd.

B. Makna Hadits-hadits Kemunkaran

Hadits pertama (1244)berisikan larangan nongkrong di pinggir jalan, atau lebih tepatnya dipandang sebagai kaidah nongrong; 1) menahan pandangan 2) menghindari hal-hal yang merugikan 3) menjawab salam 4) Menyuruh pada kebaikan dan mencegah kemunkaran.

Hadits kedua (1722) mengisyaratkan makna kaidah amar ma'ruf dan nahyi munkar; seorang penganjur kebenaran harus melaksanakan apa yang dianjurkannya demikian juga pencegah kemunkaran harus mencegah dirinya dari perbuatan yang dicegahnya itu.

Hadits ketiga (82) menggambarkan tentang proses fitnah (godaan) yang menimpa hati manusia; ketika godaan datang pada hati manusia ia akan membentuk semacam karat, lalu terus bertambah hingga hatin manusia seakan ada dua macam, hati yang putih tidak akan pernah terkena fitnah, sedangkan jika hati yang hitam berkuasa maka tidak akan lagi mampu mencegah kemunkaran ataupun menyuruh kebaikan, yang diikuti hanyalah keinginan.

Hadits keempat (32) tentang tatacara mencegah kemunkaran, sekaligus menjelaskan tanggungjawab muslim untuk mencegah kemunkaran. Dimulai dengan menyebutkan tangan, lisan, dan qalbu.

C. Tafsir Hadits

Dari keempat hadits di atas nampak tergambar suatu konsep yang jelas tentang nahyi munkar, seperti digambarkan hadits pertama, Rasulullah saw. Membolehkan nongkrong di pinggir jalan, namun nongkrong tersebut harus diwarnai dengan sikap dan

tanggungjawab sebagai muslim, menjaga mata, tidak menyulitkan orang, menjawab salam, dan senantiasa mengemban misi mara ma'ruf dan naahi munkar.

Secara kontekstual dapat dipahami secara umum bahwa masyarakat manapun menilai kegiatan nongkrong itu tidaklah positif, namun banyak disukai orang banyak, menyikapi permasalahan ini Rasul saw memberi “muatan” kegiatan nongkrong itu dengan muatan nilai-nilai luhur pribadi muslim. Seakan beliau mengatakan asalkan memiliki misi mulia silahkan saja.

Berkaitan dengan pesan pada hadits pertama, Rasul saw mengingatkan bahwa kegiatan amar ma'ruf dan naahi munkar harus ditujukan terlebih dahulu kepada diri pelaku untuk senantiasa menjaga dirinya jangan sampai melakukan apa yang dilarang atau sebaliknya meninggalkan apa yang dia anjurkan.

Karena kemampuan seseorang untuk mencegah dirinya dari kemunkaran itu hanya bisa dilakukan jika “hati yang suci” lebih dominan, dan hal itu hanya bisa dicapai jika seseorang senantiasa melakukan yang ma'ruf dan meninggalkan yang munkar.

Kemudian jika seseorang melakukan tindakan naahi munkar harus dilihat juga kemampuan yang dimiliki, sasaran yang dituju dengan segala sosio emosional, kultural dan historis yang mengitari sasaran tersebut. Ada sasaran yang pantas “dirubah” dengan tangan, lisan, ada juga yang cukup didoakan, apakah karena kemampuan pelaku pencegah kemunkaran yang terbatas atau karena melihat kemaslahatan yang lebih luas.

Sampai di sini penulis baru melihat hadits-hadits tersebut sebagai suatu kesatuan konsep; satu hadits saling menerangkan dan melengkapi hadits yang lain. Keempat hadits tersebut bisa dianalisa lebih jauh lagi, dan ini akan lebih menarik, misalkan dari sudut pemilihan kosa kata, penyusunan pesan dengan melihat sasaran, atau bahkan dari segi metodologi penyampaian pesan yang dilakukan Rasul saw.

Dari sudut pemilihan kata bisa dilihat bagaimana Rasul saw, menggunakan kata *يغير*, menurut hemat penulis pemilihan kata tersebut tidaklah sembarangan, kata merubah berarti berhadapan langsung dengan aktivitas yang sedang terjadi serta mengharapkan perubahan saat itu, semacam usaha atau tindakan pelurusan satu perbuatan yang sedang terjadi. Hal ini sesuai dengan periwayatan yang termakstub dalam sanad hadits tersebut, bahwa suatu saat Marwan melakukan khutbah Id sebelum shalat,

kemudian berdiri seseorang dan meluruskannya dengan mengatakan khutbahnya setelah shalat, saat itulah Abu Saaid menyebutkan hadits no 32 di atas.

Sedangkan analisa atas cara penyampaian bisa dilakukan pada hadits, 1722, 1244, dan Hadits 86. Semuanya mencerminkan metodologi rasul dalam menyampaikan pesan sekaligus cara nahyi munkar yang menyejukkan. Bisa dilihat dalam kasus nongkrong, Rasul saw merubah nongkrong tanpa makna dengan nongkrong sarat makna, itulah tagyîr bi lisân. Hadits tentang neraka juga hadits tentang hati mencerminkan tindakan preferitif dan persuasif.

D. Tafsir Atas Klasifikasi Hadits Oleh Para Muhadits

Hadits pertama dikelompokan oleh Bukhari, pada Kitab : *al-Madlâlim wal Ghashby*, Hadits No, 2285, Muslim, Kitab; *Allibaas wal zîinah*, Hadits, No,3960, Abu Dawud, Kitab: *Adab*, Hadits No, 4181. Penyusunan ini tentu saja mencerminkan pandangan yang berbeda dari para muhadits terhadap hadits Abu Saaid; Bukhari menitik beratkan pada sifat-sifat yang termasuk kedzaliman dan ghashab, artinya kegiatan nongkrong di jalan identik dengan kedzaliman dan ghashab, karena mengambil hak orang untuk menggunakan jalan, mengganggu keleluasaan yang mau lewat.

Sementara Imam Muslim memandangnya sebagai hadits yang berkenaan dengan pakaian dan perhiasaan, barangkali alasan pengelompokan ini karena biasanya nongkrong atau jalan-jalan sore (jjs) selalu identik dengan berhias dan pemilihan pakaian (mejang) untuk itu beliau mencoba mengingatkan dengan meletakkan hadits tersebut dalam bab pakaian dan perhiasaan.

Sedangkan Abu dawud meletakkannya pada bab adab, ini mengandung pengertian bahwa hadits Abu Said tersebut sebagai hadits etika; etika “nongkrong” dalam pandangan Islam.

Hadits kedua diletakkan oleh Diriwayatkan Bukhari, Kitab; *Bad'ul Khalqî*, Hdatis No, 3027, Kitab; *Fitan*, Hadits No,6569, Muslim, Kitab; *Al-Zuhdu wa al-raqaaiq*, Hadits No, 5305. Bukhari meletakkannya dalam bab penciptaan makhluk, nampaknya ia menitikberatkan pada isi cerita yang menceritakan keghaiban dalam hadits yang berbicara tentang neraka tersebut di satu sisi, dan melihat hadits Usamah itu lebih sebagai pangkal kekacauan dan ujian bagi kehidupan seseorang ataupun masyarakat ketika penganjur kebenaran tidak melakukan apa yang dianjurkannya di sisi yang lain.

Sedangkan Muslim hadits tersebut dipandang sebagai suatu upaya kegiatan mensucikan jiwa seseorang, ini terlihat dari peletakkan hadits pada bab Zuhd dalam karyanya.

Hadits ketiga yaitu hadits no 86 diletakkan Bukhari; Kitab; *Mawaaqitishalat*, Hadits No, 494, Kitab :*Zakat*, Hadits No, 1345, Kitab : *Shaum*, H.No,1762, Kitab:*Manaqib*,3321, Kitab;Fitan, H.No, 6567,Muslim, Kitab Iman, Hadits No, 207. Tirmidzi, Kitab: Fitan, H.No, 2184,Ibnu Maajah, Kitab ;Fitan, Hadits, No, 3945. Hadits ini ada kesepakatan para muhadits seperti Bukhari, Tirmidzi, dan Ibnu Majah ketika semuanya memasukkan hadits Khudaifah di atas pada kitab *fitnan*; Ini mencerminkan para muhadits sependapat kalau makna hadits tadi lebih merupakan penjelasan tentang terjadinya fitnah atau ujian pada seseorang atau kelompok masyarakat tergantung pada kondisi hatinya dan ketaatannya terhadap ajaran agama. Namun ada yang menarik kenapa Bukhari memasukkan juga dalam bab puasa, zakat, dan waktu shalat. Nampaknya karena ada disebut kalimat-kalimat itu dalam hadits dan peranan shalat, puasa serta shadaqah dalam menghilangkan karat di hati; dapat mensucikan hati.

Sementara Muslim lebih meihat unsur iman dalam hadits tersebut, karenanya ia menyimpannya dalam bab Iman; godaan iman dan cermin keimanan seseorang bisa berpengaruh pada hati dan prilaku.

Hadits keempat No 32, diletakkan Bukhari, Kitab; Jum'at Hadits No, 903, Muslim Kitab; Iman, Hadits No, 70, Tirmidzi Kitab: Fitan, Hadits, No, 2098, Nasai, Kitab; Iman Hadits No,4922,4923, Abu Dâwud, Kitab; Shalat, Hadits No, 963, Kitab Malâhîm (ketegasan), Hadits No, 3777, Ibnu Maajah, Kitab; Shalat Hadits No, 1265, Kitab Fitan, Hadits No, 4003.

Peletakkan hadits tentang usaha perubahan ini oleh imam Muslim dan Nasai dimasukkan pada kelompok hadits Iman, karena menurut hemat penulis, mereka berdua melihat bahwa masalah kemunkaran yang utama harus diperbaiki adalah keimanan (tahu hid), sementara Bukhari melihatnya dari sudut cerita periwayatan itu muncul saat shalat , sehingga pandangan tentang tata cara shalat (fiqhiyah) lebih mendasari peletakkan tersebut.demikian juga dengan imam Abu Dud dan Ibnu Majah.

Menarik dari Abu Dawud, beliau selain melihatnya sebagai hadits shalat, juga sebagai hadits yang mendasari ketegasan, beliau meletakkan hadits ini dalam bab

sendiri yaitu *al-malaahiin* (tentang ketegasan) seakan ingin mengatakan berbicara masalah naahy munkar adalah masalah ketegasan sikap.

Ibnu Majah dan Tirmidzi meletakkan hadits tadi dalam bab fitan, artinya keduanya ingin mengatakan kalau masalah fitnah yang bisa dipedomani adalah hadits taghyiir ini; jika terjadi kekacauau baik pandangan maupun tindakan maka rubahlah dengan tangan, lisan, atau dengan hati.

Dari penyelusuran peletakkan hadits-hadits di atas oleh para muhadits, penulis belum melihat adanya yang membuat bab khusus tentang amar ma'ruf dan naahy munkar di kalangan para muhadits awal, hal itu baru muncul pada abad ke VII, saat penulis *Riyâdlu al-shalihîn* Abu Zakariya Yahya Ibnu Syara al-Nawâi 631-676 menulis bab sendiri tentang amar ma'ruf & naahy munkar. Hal ini mencerminkan bahwa pemahaman yang beredar pada kalangan muhadits awal adalah masalah; fitnah, iman, ubudiyah, ketegasan, adab atau akhlak, sehingga itu pulalah yang mendasari pembuatan bab-bab tersebut. Namun bisa juga berarti bahwa bab-bab yang mereka tawarkan merupakan “medan” cakupan naahy munkar.

Komunikasi & Dakwah

Tujuan utama dakwah adalah menyampaikan (*tabliigh*) risalah atau pesan Ilahiah, dan sejak pada masa awalnya *tabliigh* menggunakan kata-kata baik yang tertulis maupun yang terucapkan, dengan manusia sebagai objek sasarannya. Hingga dapat dikatakan komunikasi dan dakwah adalah dua hal yang sama, keduanya menjadikan manusia sebagai sasaran, menggunakan media yang sama, tujuan dan alat yang sama³⁴.

Secara etimologis komunikasi berarti pertukaran informasi antara individu, kata komunikasi berasal dari bahasa latin *comunicatio*, bersumber dari kata *communis* yang berarti *sama*; sama makna³⁵.

Dalam Dictionary Encarta ditulis sebagai berikut:

communication: exchange of information: the exchange of information between individuals, for example, by means of speaking, writing, or using a common system of signs or behavior³⁶

Secara terminologis; komunikasi berarti sebagaimana disampaikan Carl. I. Hovland; upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.³⁷

Definisi di atas menunjukkan adanya pembentuk kesamaan makna sebagai target komunikasi, dari kesamaan tersebut melahirkan perubahan tingkah laku yang dilakukan oleh komunikan (sasaran) sebagai pengaruh dari pesan (message) yang disampaikan oleh komunikator (pelaku).

Hubungan Komunikasi & Dakwah:

Yang dimaksud dengan hubungan komunikasi dan dakwah di sini adalah hubungan komunikasi sebagai disiplin ilmu dengan dakwah sebagai kegiatan *amar ma'ruf dan hanyi munkar*, pesan berupa nasihat, serta sebagai proses penyampaian pesan

³⁴ Taufik Yusuf al-Waai'y *al-Dakwah ila Allah al-risaalah –alwasiihah–al-hadp*, Kuwait, Daarul yaqiin, h, 427

³⁵ Onong Uchjana Effendy. Prof. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung, Rosda Karya, 2001, cet. 14. h. 9

³⁶ Microsoft® Encarta® Reference Library 2003. © 1993-2002 Microsoft Corporation. All rights reserved.

³⁷ *Op.cit.*h.10

risalah Islamiyah. Ilmu komunikasi dewasa ini telah berkembang demikian pesat, berbagai studi yang dilakukan yang berkenaan dengan tingkah laku manusia sebagai pelaku komunikasi, media komunikasi yang dipakai, serta kecenderungan dan ide-ide yang berkembang serta berbagai aspek lain yang erat hubungannya dengan proses penyampaian pesan dan kekuatan pengaruh pesan tersebut dalam diri peserta komunikasi. Selain itu dapat juga dilihat perkembangan yang pesat dalam bidang sarana dan prasarana yang dapat digunakan dalam kelancaran komunikasi.

Berbagai perkembangan tersebut telah banyak digunakan oleh ilmu-ilmu lain seperti politik, ekonomi dan belum banyak dikembangkan dalam praktek dakwah Islamiyah. Seakan dakwah Islam dalam banyakkhal masih enggan menggunakan berbagai pendekatan komunikasi baik dari sarana dan prasarananya. Padahal dasar-dsar komunikasi dalam ajaran Islam, kalau digali sangatlah kaya, tanpa bermaksud berapologi, penulis mencoba mengemukakan ayat-ayat berikut yang dinilai dapat mewakili konsepsi komunikasi dalam al-Qur'an yaitu surat al-Hujrat ayat 6 & al-Nuur ayat 19:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ
○(الحجرات:6)

Hai orang yang beriman, jika seorang fasik membawa berita kepadamu, selidiki dahulu kebenarannya, jangan-jangan kamu salah sasaran memerangi /memusuhi orang karena berita yang dibawanya, kemudian kamu menyesal.

إِنَّ الَّذِينَ يُجِبُونَ أَن تَشِيَعِ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ ءَامَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ(النور:19)

Orang yang mengehdaki kejahatan menyebar di kalangan orang mu'min akan mendapatkan siksa yang pedih di dunia dan akhirat, Allah maha mengathui dan kamu seklain tidak .

Kedua ayat di atas jika dilihat dari sudut komunikasi merupakan pedoman komunikasi massa, bagaimana seorang jurnalis menyajikan berita, dan bagaimana masyarakat sebagai penerima berita harus bersikap, sekaligus motivasi apa yang harus dijadikan landasan dalam menerbitkan sebuah berita.

Dua ayat di atas sangatlah erat dengan komunikasi terutama dari sudut teori pesan; bagaimana pesan itu disampaikan, objektif tidaknya suatu pesan, dan bagaimana sumber pesan , kemudian motivasi penyampaian pesannya apa?

Ada beberapa kaidah yang bisa ditarik dari kedua ayat di atas:

- 1- Sikap penerima pesan dalam hal ini ummat Islam harus selektif terhadap berita yang diterima. Kurang selektif dalam menerima berita akan mengakibatkan penyesalan
- 2- Motivasi penyampaian berita atau pesan, hendaknya untuk kemaslahatan dan upaya konstruktif. Bagi yang membuat berita atau pesan yang destruktif bahkan mengkeruhkan suasana disediakan adzab oleh Allah.

Kondisi Historis Turunnya ayat 6 QS al-Hujrat

خبر ونزل في الوليد ابن عقبة وقد بعثه النبي صلى الله عليه وسلم إلى بني المصطلق مصدقا فخافهم لثرة كانت بينه وبينهم في الجاهلية فرجع وقال إنهم منعوا الصدقة وهموا بقتله, فهم النبي صلى الله عليه وسلم بغزوهم فجاؤوا منكربين ما قاله عنهم وأرسل صلى الله عليه وسلم إليهم بعد عودهم إلى بلادهم خالدا فلم ير فيهم إلا الطاعة والخير فأخبر النبي بذلك³⁸

Bahwa Rasulullah saw mengutus Walid bin Uqbah ke Bani Musthaliq, namun karena Walid memiliki maslaha dengan Bani tersebut ia takut, lalu ia mengkhabarkan kepada Nabi bahwa bani Musthaliq akan menyerang ummat Islam, namun ketika nabi bersiap untuk memerangi mereka, mereka datang membantah pernyataan bahwa mereka mau memerangi nabi, setelah diseslidiki ternyata kaum Musthaliq benar, lalu turunlah ayat di atas.

Kondisi Historis turunnya ayat 19 QS al-Nuur

Hadits Ifqi baerita bohong berkenaan dengan tuduhan negatif kepada Aisyah ra sepulangnya dari Gazwah bani Musthaliq yang dilontarkan kaum munafik, terutama Abdullah bin Ubay bin Salul.³⁹

Pelajaran yang dapat di ambil dari kedua ayat tersebut adalah bahwa sebagaimana diungkap kaidah di atas, selektif menerima berita, memilih sumber yang benar dan dapat

³⁸ Tafsir Jalalain CD-ROM

³⁹ Tafsir Qurtuby. CD ROM

dipercaya, lalu tidak dibenarkan hanya karena motivasi tertentu menyebarkan berita bohong.

Kedua ayat di atas baik dipahami sebagai ayat jurnalistik, semacam etik jurnalistik dalam pandangan Islam.

Etika Jurnalis Dalam al-Qur'an:

Dari kedua ayat di atas dapatlah ditarik etika jurnalistik dalam al-Qur'an sebagai berikut:

1- Berita:

- ❑ Berita harus didapat dari sumber yang benar
- ❑ Harus objektif dalam menyajikan berita
- ❑ Berita harus dilihat kemaslahatannya, kalau tidak mengandung maslahat jangan diberitakan. Karena akan merupakan usaha penyebarluasan kejahatan
- ❑ Berita harus non kriminal.
- ❑ Bersifat mendidik dalam kerangka dakwah
- ❑ Berita harus tidak mengandung "kebohongan".

2- Motivasi

Motivasi Pemberitaan:

- ❑ Motivasi utama pemberitaan atau penulisan adalah ibadah dakwah / Ta'lim
- ❑ Tidak berorientasi pada bisnis belaka
- ❑ Motivasi edukasi dan Islah bukan sebaliknya
- ❑ Menyebarkan kedamaian sesuai dengan pengertian Islam

Karakter Komunikatif & Pesan:

Sebenarnya dalam al-Qur'an banyak sekali ayat-ayat lain yang mencerminkan teori komunikasi, table di bawah ini beberapa ayat yang dinilai merupakan cerminan dari model komunikasi SMCR

Source	Message	Channel	Receiver
<p>ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِهِمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ (125)</p>	<p>وَالَّذِينَ هُمْ عَنِ اللَّغْوِ مُعْرِضُونَ (3)</p>		<p>يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا جَاءَكُمْ الْمُؤْمِنَاتُ مُهَاجِرَاتٍ فَآمَتِحُوهُنَّ اللَّهُ أَعْلَمُ بِإِيمَانِهِنَّ فَإِنْ عَلِمْتُمُوهُنَّ مُؤْمِنَاتٍ فَلَا تَرْجِعُوهُنَّ إِلَى الْكُفَّارِ لَا هُنَّ حِلٌّ لَهُمْ وَلَا هُمْ يَحِلُّونَ لَهُنَّ وَوَءَاثُهُمْ مَا أَنْفَقُوا وَلَا جُنَاحَ عَلَيْكُمْ أَنْ تَنْكِحُوهُنَّ إِذَا ءَاتَيْتُمُوهُنَّ أَجُورَهُنَّ وَلَا تُمْسِكُوا بِعِصَمِ الْكُوفَارِ وَاسْأَلُوا مَا أَنْفَقْتُمْ وَلَيْسَ أَسْأَلُوا مَا أَنْفَقُوا ذَلِكَ حُكْمُ اللَّهِ يَحْكُمُ بَيْنَكُمْ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ (10)</p>
<p>وَلْيَحْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا (9)</p>	<p>وَمَا هُمْ بِهِ مِنْ عَلَمٍ إِنَّ يَتَّبِعُونَ إِلَّا الظَّنَّ وَإِنَّ الظَّنَّ لَا يُعْزِي مِنَ الْحَقِّ شَيْئًا (28)</p>		<p>إِذَا جَاءَكَ الْمُنَافِقُونَ قَالُوا نَشْهَدُ إِنَّكَ لَرَسُولُ اللَّهِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ إِنَّكَ لَرَسُولُهُ وَاللَّهُ يَشْهَدُ إِنَّ الْمُنَافِقِينَ لَكَاذِبُونَ (1)</p>
	<p>إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَتَوَاصَوْا بِالْحَقِّ</p>		<p>يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا</p>

	وَتَوَاصَوْا بِالصَّبْرِ (3)		قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ (6)
			الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ أُولَٰئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْأَكْبَابُ (18)

Ternyata kalau digali dalam al-Qur'an dapat ditemukan beberapa kaidah komunikasi terutama yang menyangkut komunikasi massa atau publik. Para wartawan atau jurnalis muslim dapat menjadikan ayat dari surat al-Hujrat ayat 6 dan al-Nuur 19 sebagai modal dalam mengemban tugasnya sebagai aktivis pemberitaan dan media yang berasaskan nurani dan keimanan.

Misalkan dalam Islam dikenal perinsip “kejahatan itu menular” berarti para jurnalis harus mengekang dirinya untuk memberitakan berita-berita kriminal dan bentuk kejahatan lainnya.

Kemudian dari segi teori pesan, kita melihat bahwa pesan al-Quran itu bersifat sangat maju dan sejalan dengan apa yang ditemukan oleh para ahli komunikasi---yang mungkin belum mencapai kemajuan seperti al-Qur'an. Prinsip-prinsip komunikasi dalam al-Qur'an itu sangat efektif dan “empan papan” (sesuai dengan kondisi) ditambah dengan keindahan bahasadan variasi-nya dalam berbagai sudut, dan penting lagi, bisa menyentuh hati, berkesan, dan mengasyikkan bagi pendengarnya (ingat prinsip pemuasan?). Coba kita baca dan nimati dialog Musa dengan Hidir dalam surat al-Kahfi, cukup menggelitik?

Lihat juga bagaimana al-Qur'an berkomunikasi dengan Rasul saw pada saat pase awal al-Qur'an diturunkan surat al-Mudatsir & surat al-Syarah:

*Hai orang yang berselimut, bangunllah,
berilah peringatan,
agungkanlah nama Tuhanmu,
bersihkanlah atributmu,*

*jauhilah dosa,
janganlah memberi dengan harapan untuk mendapatkan imbalan yang lebih banyak,
sabarlah dalam menjalankan perintah perintah Tuhanmu ,(QS.74:1-7)*

Bukankah dadamu telah Kami lapangkan?

Bebanmu telah kami hilangkan?Beban yang membebani punggungmu,

Bukankah namamu telah kami angkat?

Setiap kesulitan pasti dibarengi kemudahan, kesulitan pasti disertai kemudahan,

Jika selesai suatu pekerjaan, sibukanlah dirimu dengan pekerjaan yang baru,

Berharaplah hanya kepada Tuhanmu. (QS.94:1-8)

Kutipan ayat –ayat al-Qur’an di atas secara psikologis memiliki makna yang mendalam dalam pembentukan karakter, mental dan ketangguhan jiwa seseorang dalam menjalani perjalanan hidup di Dunia ini. Ajakan untuk bangkit, melepaskan selimut yang menghalangi gerak dan langkah, lalu disebutkan juga macam gerak yang paling utama yang bisa dilakukan (lebih layak dilakukan) seorang manusia adalah memberi peringatan kepada sesamanya, semuanya itu bisa dilakukan jika diri kita bersih, atribut kita relatif terhormat dan layak dibanggakan, lalu menjauhi segala perbuatan dosa, semuanya itu harus dibayar mahal, kesabaranlah bayarannya.

Kutipan yang kedua, keluh kesah, merasa ditinggalkan dada sesak, adalah cirri manusia saat dia menghadapi problema kehidupan, untuk mengikisnya, bangkitkanlah semangat dengan mengingat ni’mat apa yang telah dianugerahkan Allah kepada kita, kesulitan pasti ada tapi jangan lupa ia senantiasa disertai kemudahan sebagai jalan keluarnya, semakin besar kesulitan yang dihadapi, berarti semakin besar juga peluang untuk maju. Dengan catatan, harus senantiasa bergegas dan selalu sibuk, tidak terlena dan santai, serta dengan diiringi harapan kebaikan kepada Allah atas segala usaha kita.

Demikianlah ajaran al-Qur’an menyentuh jiwa, jiwa yang kadang kebingungan ketika menghadapi masalah besar, kadang berusaha bersembunyi, diarahkan untuk bangkit dan produktif dalam naungan Allah SWT. Serta bimbingannya, hingga tidak lagi angkuh jika sukses tidak putus asa jika gagal dan menemui kesulitan. Lahirlah pribadi yang penuh percaya diri dan optimis minus rendah diri dan pesimis dalam arti yang positif dibawah naungan ajaran Ilahy.

Lebih jauh bisa dilihat pada kasus-kasus berikut ini; para mufasir sering menilai bahwa pembuka surat seperti *الم* berfungsi untuk memikat perhatian pendengar –berarti ada *attension*-nya Monroe di sini, kemudian al-Qur’an memberikan informasi yang bersifat umum dengan menyebut kata “هدى للمتقين”, setelah itu rincinya bahwa yang dimaksud *muttaqin* adalah iman dengan yang gaib, shalat, infak sebagian harta, iman kepada apa yang diwahyukan Allah baik yang datang kepada Muhammad SAW. Atau yang sebelumnya, serta yakin akan hari kiamat. Setelah itu ditegaskan akibat dari perbuatan tersebut adalah keberuntungan (*reward*?)

Waktu kecil penulis membaca poster film berjudul “The Message”, yang dalam versi Arabnya berbunyi “الرسالة”, dari situ penulis memahami kata Inggris “Message” dengan kata arab “الرسالة”, dan dalam pengertian Indonesiannya berarti pesan, atau berita demikian menurut WJS Poerwa Darminta⁴⁰, dan menurut John. M Echols⁴¹ berarti pesansuci. Dalam al-Mawrid⁴² diartikan seperti di judul Film di atas, dan kamus Oxpord⁴³ merumuskan: *Social moral or relegious teaching*. Ketika kata pesan dipahami seperti di atas dan dihubungkan dengan istilah lama yang beredar dalam pembahasan al-Qur’an “وحي” nampaknya pemahaman kita seakan terpisah; kalau kata pesan itu seperti suatu yang modern, sementara *وحي* menjadi usang dan diluar jalur diskusi tentang al-Qur’an kontemporer.

Ini melahirkan peristilahan yang berbeda ketika terjadi pembahasan Studi tentang al-Qur’an. Seakan ada keterpisahan antara Pesan dengan *وحي*. Ibnu al-Manzur ketika merumuskan arti *وحي* dalam *لسان العرب* menulis begini:

الوحي: الإشارة و الكتابة و الرسالة و الإلهام والكلام الخفي وكل ما ألقىته إلى غيرك⁴⁴

⁴⁰ Lihat WJS. Poerwa Darminta, Kamus Umum Inggris Indonesia hal .207

⁴¹ Lihat John. M. Echols, Kamus Inggris Indonesia. Hal.379

⁴² Lihat AS. Hornby. Oxpord, hal.532

⁴³ Lihat Al-Mawrid hal. 573

⁴⁴ محمد ابن مكرم, جمال الدين ابن المنظور, المجلد 15, بيروت, دار الفكرى 1990. ص. 379.

Jadi kata *al-risalah*, *pesan* dan *wahyu* memiliki kesamaan arti; sesuatu yang diinformasikan kepada komunikan, baik secara tertulis atau berbentuk kata-kata lisan, bahkan kata-kata yang berita yang tak mengambil bentuk bunyi, secara otomatis muncul dalam hati penerimanya (والكلام الخفي) .

Jika demikian halnya, maka pembicaraan mengenai metodologi pesan al-Qur'an bisa juga diartikan metodologi wahyu al-Qur'an, atau berita yang dibawa al-Qur'an. Paparan di muka mencerminkan bahawa istilah pesan yang merupakan kajian utama dalam masalah komunikasi bukanlah hal yang asing dalam peritilahan dakwah Islamiyah. Ketika Dakwah Islam Melirik Arena Komunikasi:

Ketika aktivitas dakwah hendak melirik medan komunikasi ada beberapa agenda yang harus dilakukan, diantaranya:

- 1- Memilih Juru Dakwah: Agenda pertama adalah dalam mempersiapkan juru dakwah, karena tidak semua orang bisa menjadi juru dakwah yang baik –ini tidak berarti dakwah tidak wajib bagi setiap individu—namun mempersiapkan juru dakwah yang profesional mutlak diperlukan. Seorang juru dakwah hendaknya memiliki beberapa kemahiran dan karakter tertentu, seperti harus memiliki derajat kepercayaan yang tinggi di mata publik; jujur, terhormat, dan capable dan kompeten. Maka juru dakwah yang disiapkan hendaknya memiliki pengetahuan tehnik untuk berdakwah, cerdas, pasif bahasanya serta menguasai pengetahuan dakwah dan sungguh-sungguh.
- 2- Menentukan Materi Dakwah: Agenda kedua adalah memilih materi dakwah dengan terlebih dahulu mengadakan studi atas berbagai kecenderungan masyarakat serta kebutuhan mereka akan pesan-pesan sentral yang harus mereka terima, semuanya itu dipersiapkan dengan beberapa langkah berikut:
 - 1) Memilih media yang tepat untuk berkomunikasi dengan publik sehingga pesan dapat sampai kepada pendengaran publik.
 - 2) Ide pesan yang disampaikan hendaknya jelas dan sudah dipelajari terlebih dahulu, mengandung dalil-dalil yang sesuai dan bukti-bukti ilmiah.

- 3) Ide yang disampaikan hendaknya realistis, bisa dipraktekkan oleh kelompok sasaran penerima dakwah, jika perlu dilakukan pontahapan dalam penyampaian pesan supaya dapat dilaksanakan oleh sasaran.
- 4) Pesan yang disampaikan hendaknya bermanfaat bagi kehidupan orang banyak, dan dapat memuaskan kebutuhan mereka, selain juga harus benar-benar bermanfaat bagi publik, artinya tidak berlaku bagi kalangan tertentu atau perorangan saja.
- 5) Pesan yang akan ditayangkan hendaknya telah didiskusikan terlebih dahulu berbagai tantangan atau reaksi dari mazhab-mazhab yang berlawanan dengan isi pesan tersebut.
- 6) Pesan hendaknya sesuai dengan keadaan dan situasi serta sesuai dengan standard pengetahuan publik sebagai sasaran, jika tidak maka kewajiban juru dakwah adalah mensesderhanakan pesan tersebut.
- 7) Pesan –pesan tersebut hendaknya dikomunikasikan sedemikian rupa agar dapat menyentuh jiwa dan perasaan serta pikiran sasaran, maka pesan tersebut tidak disampaikan secara arogan atau berupa intruksi dan ancaman.

3- Media Komunikasi:

- 1) Media Tatap Muka; tatap muka adalah merupakan media yang efektif dalam menyampaikan informasi atau pesan, karena media ini dapat melahirkan respon secara langsung. Dalam pertemuan ada makna tertentu yang tidak dimiliki oleh media komunikasi lainnya, maka media ceramah, diskusi, perkuliahan yang bersifat langsung merupakan media yang paling efektif dalam menyampaikan pesan (tabligh) serta paling mampu melahirkan respon dari publik.
- 2) Media Audio Visual: Media yang berupa audio visual seperti teater, film, dan televisi. Media ini bisa dipakai untuk menerangkan ide atau pesan dengan metode modern seperti cerita atau kisah yang dibacakan bisa juga berupa pagelaran drama. Media ini harus benar-benar mendapat perhatian, karena kelebihannya yang dapat menggapai

sasaran sampai ke rumah-rumah mereka dan bisa dibawa kemana dan kapan saja.

- 3) Media Visual : media visual saja juga dapat digunakan seperti peta, foto-foto kejadian seperti bencana alam, foto-foto puing-puing dan kehancuran akibat perang, serta gambar-gambar lain yang merupakan akibat kezaliman misalnya.
- 4) Media individual: seperti siaran radio, kaset-kaset khutbah atau pelajaran, baik berupa kaset atau cd yang pada masa sekarang ini banyak tersedia di mana-mana.

4- Media Psikologis:

- 1) Studi atas sosioemosional setting suatu komunitas dan individu serta budaya khas mereka.
- 2) Studi atas aliran dan paham yang beredar pada komunitas sasaran
- 3) Studi atas keyakinan dan ideologi suatu bangsa serta keragaman agama mereda dan dampak ajaran tersebut dalam kehidupan mereka.
- 4) Studi atas berbagai tradisi dan upacara-upacara yang berlaku pada kelompok masyarakat.
- 5) Studi atas idealisme dan cita-cita dari setiap individu dan kelompok masyarakat baik yang bersifat umum maupun khusus. Setelah berbagai studi tersebut maka dirumuskanlah format dakwah yang sesuai dengan kesimpulan hasil studi tadi dengan menggunakan sedikitnya tiga faktor berikut:

1- Faktor emosionalitas , suatu faktor yang dapat menyentuh emosi seperti cinta, keinginan, kebutuhan dasar manusia yang semuanya harus dilakukan dengan mempertimbangkan kerangka syariah sebagai pedoman

2- Faktor intelegnsia: yang menyentuh akal, daya fikir seperti pembenaran, penolakan, kebanggaan dan pengingkaran.

3- Faktor kejiwaan; yaitu faktor yang dapat menyentuh dimensi

batin atau bawah sadar manusia. Misalkan berbuat baik kepada musuh atau menghormati musuh, tentu akan dapat menyentuh perasaan paling dalam yang dimilikinya.

Prinsip-Prinsip Dasar :

Langkah juru dakwah berikutnya untuk mencapai efektifitas dakwah adalah sebagaimana diungkap Taufik Yusuf ⁴⁵ menyentuh berbagai tehnik yang bisa disingkat berikut:

- 1- Seorang juru dakwah harus mempelajari secara psikologis pendapat umum atau opini publik yang beredar di masyarakat, karena suatu masyarakat adalah bagaikan rajutan yang dibuat oleh para penentu kebijakan dan pemilik kecenderungan.
- 2- Senantiasa kreatif dan inovatif, seperti mencari klimaks serta pandai mencari suatu yang mengesankan, tidak berifat monoton dan membosankan hingga tidak mendapat perhatian. Catatan kecerdasan da'i sangatlah menentukan, dan cari perhatian tidak melulu dengan humor apalagi yang dipaksakan.
- 3- Menggunakan sindiran , permainan dan guyonan seperti karikatur.
- 4- Menekan kesedihan dan membangkitkan semangat dan aqidah, seperti mengatur tinggi rendah suara dan nada pembicaraan, kecepatan dan ketepatan kata.
- 5- Memelihara kontinuitas dan tidak membiarkan ada jeda barang sesaatpun dalam menggunakan media komunikasi.
- 6- Sederhana dan jelas, pesan yang disajikan hendaknya sederhana dan jelas.
- 7- Memelihara efektifitas dan efisiensi waktu
- 8- Menggunakan Tehnik menyimak kebatilan serta menjelsakan bahayanya bagi masyarakat.
- 9- Pesan disajikan selangkah-demi selangkah dan tidak menyajikan perubahan perilaku secara drastis tanpa melalui proses.

⁴⁵ Taufik *Op.cit.h*, 431-436

10- Metode diam , adalah arti walaupun mengetahui sesuatu yang harus dilakukan, tapi melihat pertimbangan masalah, hendaknya masalah itu didiamkan terlebih dahulu, menunggu waktu yang tepat.

11- Memperhatikan standard pengetahuan sasaran dan menyapanya sesuai dengan derajat pengetahuan mereka.

12- Memperhatikan kebutuhan pokok masyarakat dan individu.

Memahami Kiat-kiat lawan yang harus dicermati dan diwaspadai:

Media massa sangatlah pandai dalam menyiasati berita sesuai dengan kehendak atau pesanan seponsornya, dalam hal ini para juru dakwah dalam saattentu bisa diangkat setinggi langit hingga meluncur melejit tak terhankan, namun pada saat lain juga bisa tersungkur jatuh lalu tenggelam sesuai dengan ulah media massa yang menghendaknya. Pers seringkali nampak tidak adil dalam pemberitaannya. Kenyataan-kenyataan seperti ini merupakan tantangan sendiri bagi para juru dakwah, untuk itu perlu waspada atas berbagai kiatbdan trik yang dilakukan media musuh, sebagaimana bisa dilihat sendiri jumlah media yang memihak kepada kepentingan dakwah dengan media yang memusuhinya sangatlah tidak sebanding, satu muncul media katakanlah bernuansa dakwah Isalmiyah, akan diantisipasi oleh lawan-lawan dakwah dengan sejumlah media yang mengkanternya, dengan berbagai format, format yang tentu saja menurut para penganjur kebenaran dinilai tidak bertujuan selain menghancurkan klarakter bangsa.

Berkenaan dengan hal di atas beberapa kiat media masaa dibawah ini harus dipahami dan diwaspadai oleh juru dakwah dan aktivis dakwah Islamiyah:

- 1- Usaha-usaha yang dilakukan untuk meplintir pernyataan juru dakwah oleh musuh atau lawannya; seperti mengkaburkan pesan, atau menyamarkan pembicaraan.
- 2- Menciptakan masalah dan membeitakan isu bohong untuk menyerang juru dakwah.
- 3- Menyamarkan menutup-nutupi berita tentang dai tersebut hingga tenggelam dari pandangan publik.
- 4- Trik memperbesar masalah dan sebaliknya menyepelekan masalah yang penting. Musuh-musuh dakwah kadang memperbesar masalah sepele yang terlontar dari juru dakwah untuk menjatuhkan dan mengadu domba mereka, serta sebaliknya

hal-hal yang penting yang disampaikan mereka dan sangat besar pengaruhnya bagi pembinaan umat justru disembunyikan.

- 5- Teknik memalingkan permasalahan kepada masalah lain. Misalkan ada suatu agenda bangsa yang harus diselesaikan dengan segera, tapi demi kepentingan mereka para musuh dakwah, masalah itu dipeti-eskan dan sebagai gantinya menyajikan masalah lain.

Kelima hal di atas sebenarnya telah diingatkan al-Qur'an sebagaimana di kutip di awal tulisan ini, surat al-Hujrat: 6 yang berhubungan sikap kita sebagai penerima berita haruslah waspada dan selektif, tidak mudah percaya sebelum meneliti sumbernya, siapa darimana tujuannya apa? Sedangkan untuk para wartawan dan jurnalis berlaku ayat 19 dari surat Al-Nur, yaitu berkenaan dengan motivasi penyajian dan pemberitaan, jika tujuannya justru untuk menyebarkan kejahatan dan kehancuran umat maka azab Allah-lah sebagai imbalannya. Naudzu billah.

Dakwah Era Global

1. Mengenal Peradaban Global

(tinjauan historis peradaban global)

Globalisasi merupakan suatu yang sedang berkembang dan sedang kita jalani dewasa ini, ada yang dengan serta merta mengkritiknya sebagai suatu yang menakutkan, di sisi lain ada yang memperjuangkan supaya proses globalisasi berjalan dalam berbagai sektor kehidupan manusia.

Sektor ekonomi misalkan sebagai pioneer penggerak proses globalisasi dengan dilakukannya berbagai upaya untuk mewujudkannya melalui berbagai pertemuan dan kesepakatan yang digalang untuk terciptanya suatu tatanan dunia usaha yang tidak mengenal batas-batas wilayah maupun nation. Upaya pewujudan bisnis global dan pasar global dikumandangkan sejak tahun 1990 an dengan millennium ke tiga sebagai canangan era globalisasi.

Proses globalisasi senantiasa terus berjalan tanpa bisa dihentikan , dukungan berbagai sarana dan fasilitas memungkinkan sekali terwujudnya perkampungan dunia yang tidak lagi mengenal batas-batas territorial. Tulisan ini akan mencoba melihat kebelakang bagaimana proses globalisasi itu lahir, berkembang, dan mendapatkan masa keemasannya seperti dewasa ini, kemudian dihubungkan dengan peradaban global yang mungkin dapat dan bisa terwujud dari proses ini. Atau paling tidak dapat mengungkap dimensi-dimensi peradaban dari proses globalisasi. Untuk kemudian merumuskan apa yang bisa dilakukan dalam hiruk pikuknya dunia dengan tatanan global tersebut.

Pertanyaan apa, darimana dan hendak kemana? Merupakan acuan yang hendak dicarikan jawabannya sebagai respon atas apa yang sedang terjadi.

Pengertian:

Peradaban atau civilization diartikan sebagai masyarakat yang tinggi kebudayaan dan organisasi soisialnya. Atau suatu kemajuan budaya dari suatu masyarakat pada

daerah tertentu , yang ditandai dengan organisasi sosial dan politik yang kompleks , produk-produk material, pengetahuan , serta kemajuan dibidang seni.

Dalam Encarta Dictionary ditulis Civilization:Highly developed society: a society that has a high level of culture and social organization.Advanced development of society: an advanced level of development in society that is marked by complex social and political organization, and material, scientific, and artistic progress⁴⁶

Globalisasi adalah suatu kenyataan saat hubungan sosial mendunia, tidak ada lagi hambatan jarak antara suatu realitas dengan realitas lainnya, satu kejadian yang terjadi secara local dengan kejadian lain yang terjadi dibelahan dunia lainnya. Seorang ekonom Inggris Anthony Giddens mendefinisikan: Globalization can...be defined as the intensification of worldwide social relations which link distant realities in such a way that local happenings are shaped by events occurring many miles away and vice versa.⁴⁷

Atau dapat juga dikatakan bahwa globalisasi adalah integrasi dan demokratisasi budaya , ekonomi dan infra sutruktur yang melintasi batas negara dengan percepatan teknologi komunikasi dan teknologi informasi serta efek yang kuat dari kekuatan ekonomi pasar bebas menekan pasar local , regional dan national . Sebagaimana didefinisikan Jerry H. Bentley menuliskan dalam Ensiklopedi Encarta: Globalization, integration and democratization of the world's culture, economy, and infrastructure through transnational investment, rapid proliferation of communication and information technologies, and the impacts of free-market forces on local, regional and national economies.⁴⁸ Makna globalisasi itu sendiri, tulis Budi Winarno, adalah sebagai suatu proses yang menempatkan masyarakat dunia bisa menjangkau satu sama lain atau saling terhubung dalam semua aspek kehidupan mereka, baik dalam budaya, ekonomi, politik, teknologi, maupun lingkungan.⁴⁹

Beberapa pernyataan di atas menginformasikan bahwa peradabana adalah budaya tertinggi dari suatu masyarakat , dan globliisasi adalah proses terjadinya suatu kegiatan

⁴⁶Microsoft® Encarta® Reference Library 2003. © 1993-2002 Microsoft Corporation. All rights reserved.

⁴⁷ Anthony Giddens (1938 -) British economist.*The Third Way: The Renewal of Social Democracy* Microsoft® Encarta® Reference Library 2003. © 1993-2002 Microsoft Corporation. All rights reserved

⁴⁸ Microsoft® Encarta® Reference Library 2003. © 1993-2002 Microsoft Corporation. All rights reserved.

⁴⁹Budi Winarno, “Reposisi Birokrasi di Era Globalisasi dan Liberalisasi Ekonomi” Kompas (Jakarta) Selasa, 30 April 2002

yang terjadi secara menyeluruh di belahan dunia dalam berbagai sektor kehidupan manusia. Hal tersebut bisa terjadi karena dukungan sarana komunikasi dan informasi serta armada perhubungan yang memungkinkan menembus batas-batas wilayah dan jarak yang sebelumnya menjadi penghambat terjadinya kontak secara mendunia.

Maka dapatlah dirumuskan bahwa yang dimaksud peradaban global adalah suatu bentuk kemajuan budaya yang terjadi secara menggelobal dan menjadi milik peradaban manusia secara umum tanpa terhalangi oleh batas-batas wilayah negara maupun jarak sebagai hasil dari proses globalisasi.

Sejalan dengan definisi di atas maka suatu negara bisa memiliki masyarakat yang multicultural yang terlahir dari sub kultur yang lebih kecil lagi. Today, tulis Jerry, many nations are multicultural societies, composed of numerous smaller subcultures⁵⁰

Akar Peradaban Global:

Ada beberapa point yang layak diperhatikan dalam melihat peradaban global secara histories penulis melihat perlunya penyelusuran terhadap peradaban manusia yang erat hubungannya dengan proses globalisasi sejak dini kala. Pertama masalah komunikasi dan informasi, kedua masalah organisasi, ketiga masalah ekonomi sosial dan politik dan diakhiri dengan masalah budaya dan peradaban sebagai produk yang dilahirkan dari keempat point sebelumnya.

1. Komunikasi dan Informasi:

Penemuan Radio Wave oleh J.C Maxwell 1873 ilmuwan Inggris dan dikembangkan oleh Hertz dari Jerman hingga akhirnya dikembangkan kemudian oleh Lee De Forest 1906 di Amerika. Kemudian sejak 1916 mulai diproduksi receiver radio yang berarti pula mulailah masyarakat manusia dapat menyerap informasi secara luas dari sumber yang jauh; tidak hadap-hadapan. Pada pase ini penyiaran radio sebagai peradaban yang dapat dikatakan modern pada jamannya, setelah kumunikasi lain yang sifatnya tidak berlaku umum; karena terbatas penggunaannya oleh kalangan tertentu.

Penemuan gelombang radio ini awal dari kemampuan manusia untuk menaklukkan “jarak”, sejak tahun 1905 kapal laut sudah mulai memanfaatkan komunikasi radio untuk menghubungi daratan. Telegraph dan telepon merupakan variasi lain dari

⁵⁰ Jerry H. Bentley “The Roots of Our Global Economy”,Microsoft® Encarta® Reference Library 2003. © 1993-2002 Microsoft Corporation. All rights reserved. Microsoft® Encarta® Reference Library 2003. © 1993-2002 Microsoft Corporation. All rights reserved

ditemukannya gelombang radio, demikian juga yang sedang marak dewasa ini seperti telephone mobile (HP) dengan fitur-fiturnya seperti SMS yang ikut meperlancar komunikasi. Dari penemuan radio ini ada dua akar peradaban global yang bisa dilihat pertama; munculnya budaya bicara jarak jauh, kedua budaya komunikasi massa melalui penyiaran. 1930 mulai penyiaran TV menemani radio, sejak 1947 TV dan radio aktif menyajikan berita dan hiburan Surat Kabar mendapat saingan baru dari TV & Radio, media komunikasi massa paling purba tersebut –surat kabar pertama lahir jaman dinasti Ming di China-- kini harus membenahi diri dengan mengadakan pembaharuan dan modernisasi di dukung dengan membangun teori-teori komunikasi dan periklanan.

Perkembangan keempat komponen komunikasi tersebut semakin hari semakin maju dan semakin aktif memberikan informasi kepada masyarakat di satu sisi dan mempererat hubungan antar masyarakat di sisi lain.

Penyiaran sebagai bentuk peradaban global masuk pada tahap penyiaran modern pada tahun 1980. Satu tahun sebelumnya 1979 mulai dikenalkan jurnalisme penyiaran; radio dan TV tidak saja menjadi penyaji lagu dan hiburan drama, tapi sudah merambah pada dunia pemberitaan seperti bulletin pagi atau sore.

Perkembangan komunikasi massa dengan media elektronik ini tidak saja meningkat dalam kualitas produk siarannya, tapi meningkat pula populasinya. Kalau pada masa awal tahun 1940 an pesawat tersebut hanya dimiliki oleh perusahaan di negara maju seperti USA dan pemerintah bagi negara-negara yang baru lahir, pada perkembangan berikutnya menjadi milik siapa saja, selain pemerintah juga swasta local mulai melirik radio sebagai medan usaha.

Hingga dewasa ini mungkin setiap hari ada saja stasion penyiaran radio maupun TV yang lahir di seluruh belahan bumi ini (1950 ABC NBC, BBC) hingga kini. Di Indonesia saja pada era ORBA tercatat 1000 radio swasta⁵¹, dan pasca reformasi dua kali lebih banyak.

Perkembangan ini terjadi juga pada Media Cetak , seperti surat kabar dan majalah dengan berbagai tipenya; harian, mingguan, bulanan, selain berkembang dari segi kualitas, juga dari segi kuantitasnya. Semua media yang menyandarkan hidupnya

⁵¹ Diungkap Hince Pantjaitan pada acara Seminar Sehari Tentang Radio, oleh ARSI di UGM Yogyakarta

dari jasa periklanan ini masing-masing bersaing untuk menjadi yang paling dimiliki dan diperlukan oleh pendengar maupun pembacanya.

Perkembangan-perkembangan dari media ini berarti semakin memperkaya arus informasi bagi masyarakat, masyarakat sasaran tidak saja menerima informasi yang harus mereka ketahui tapi lebih dari itu apa yang tidak layak diketahui atau bahkan harus dihindari pun mereka bisa dapatkan. Pompaan arus informasi ini kian hari kian mengkrystal dan dapat melahirkan perubahan tingkah laku dan gaya hidup.

Sementara itu percepatan komunikasi sangat dibantu dengan perkembangan di bidang telekomunikasi dengan dikembangkannya telephone mobile, siapa saja dapat menghubungi atau dihubungi kapan saja. Jarak relatif makin nisbi. Hubungan antar personal makin erat, bisa bertanya atau ditanya, menerima atau memberi intruksi kapan dan dimanapun. Era kehidupan digital ini secara budaya telah melahirkan budaya dan peradaban baru; peradaban digital, tinggal tekan tombol, pesan sudah dapat diterima, transaksi bisa berjalan, bahkan demikian juga dengan kriminalitas.

Trend tahun 1990 an lebih marak lagi dengan diperkenalkannya internet menjadi media yang bisa menghubungkan tidak saja antar personal secara local melainkan memungkinkan lebih dari itu –sesuai dengan namanya—jaringan yang bersifat internasional atau global.

Pada tahun 1983 mulai dipergunakan internet yang kemudian meluas penggunaannya pada tahun 1990 semakin menyempurnakan globalisasi. Peradaban yang lahir dari proses ini adalah perang web site, terbentuknya komunitas maya, chating room, kelompok diskusi dan akses informasi serta pengetahuan tanpa batas. Kemampuan lain yang dimiliki manusia pada era ini adalah penguasaan bahasa asing yang tidak saja pada batas bahasa Inggris, melainkan merambah pada bahasa asing lainnya. Bahasa Jepang, Cina, menjadi bahasa sasaran pembelajaran setelah bahasa Eropa dan Arab. Budaya animasi, merambah ke rumah-rumah, kalau pada masa sebelumnya film dan gambar gerak lainnya hanya bisa disaksikan di tempat-tempat pertunjukkan, pada era sekarang mengunjungi sarannya di rumah mereka.

Lebih dari itu wabah internet ini dijadikan sebagai pilihan dari media-media terdahulu baik yang cetak maupun elektronika untuk lebih memperluas jangkauan siaran dan penyebarannya. Media yang tadinya hanya bisa diakses secara local kini dengan

masuk dalam jaringan internet menjadi mengglobal. Siapapun dan dimanapun bisa menerima atau membaca surat kabar Indonesia atau mendengar radio FM atau TV-nya Indonesia begitu juga sebaliknya dari Indonesia kita dapat mendengarkan Mega FM-nya Kuwait. Pada tahun 1997 di USA & Canada tercatat 10.000, E- Journal dan E. magazine yang diakses 100.000 orang perharinya.

Dari paparan di atas dapat dilihat evolusi komunikasi dari tulis- baca dan budaya bicara-dengar-lihat secara regional local melangkah maju menuju budaya E- (elektronik) yang sifatnya global, dengan E-mail, E- Radio,E-Journal-E-Magazine, E-Book, E-Market, E-TV, E-Library, E-Education , E-Banking, bahkan sudah digagas kemungkinan E-Government.

2. Organisasi

Selanjutnya dari segi organisasi sejak tahun 1919 sudah terbentuk organisasi yang menyatakan dirinya lintas bangsa-bangsa; ILO adalah ide awal terbentuknya kesatuan dari berbagai bangsa yang kemudian menyatu dengan UNO pada tahun 1946. Apa yang terjadi saat itu adalah munculnya semangat untuk berkumpulnya yang “kecil” dan “lokal” menjadi international.

Pasca Perang Dunia II manajemen global mulai mengarah kepada kehendak untuk membuat organisasi internasional seperti UNO, IMF, WB, GATT (1995=WTO) dan WHO.Semangat penataan dunia secara global dengan membuat perhimpunan-perhimpunan baru untuk membangun negara-negara Eropa pasca PD II dan negara-negara baru yang muncul seusainya era kolonial. Termasuk rentetan penataan dunia global hingga tahun 1970 an adalah dideklarasikannya Hak Azasi Manusia pada 1948. dibentuknya UNDP 1965 untuk menanggulangi kemiskinan dan ketenagakerjaan melalui training-training.Pada 1993 tahun isu Ham menjadi agenda UNO dengan dibentuknya UNHCR serta tahun 1998 ide UNO untuk menciptakan Pengadilan Kriminal Internasional. APEC 1989.NAFTA 1994.

3. Ekonomi Sosial dan Politik:

1-Industrialisasi dan Depresi Global

Setelah pada tahun 1921 terjadi krisis global diikuti dengan depresi global pada tahun 1929 yang ditandai dengan proses industrialisasi , urbanisasi besar-besaran yang melahirkan problema sosial seperti perubahan pola hidup yang sebelumnya

“keluarga” menjadi tempat bernaung dan referensi perkumpulan menjadi factory oriented.

Masa ini merupakan kelahiran peradaban “industri” dan manusia menjadikan dirinya sebagian dari kegiatan tersebut. Munculnya pusat-pusat industri secara alamiah melahirkan konsentrasi manusia pada tempat tertentu yang melahirkan tatanan kota baru, problema tempat tinggal, penyediaan makanan air minum dan kebutuhan pokok lainnya merupakan problem yang harus dihadapi. Kenyataan tersebut tentusaja secara peradaban telah melahirkan peradaban baru dalam berbagai segi kehidupan manusia untuk memanager kota dan urbanisasi; arsitektur, pengolahan makanan dll. Sebagai ilustrasi masa itu nampaknya penayangan *Metropolis* karya Fritz Lang Pada tahun 1927 cukup mewakili; sebuah drama yang bertemakan ketergantungan manusia pada mesin. Benar apa yang diakemukakan Peter N. Stearns, industrialisasi akan membawa dampak globalisasi.⁵²

Pada tahun 1930 perubahan besar terjadi akibat dari proses industrialisasi dan urbanisasi, system nilai masyarakat dan nilai agama berubah, identifikasi diri yang awalnya bersifat religious dan family berubah menjadi tempat kerja, acara-acara, pertemuan dan interest ekonomi, loyalitas masyarakat terhadap negara menjadi kurang, demikian juga dengan kehendak untuk berpolitik bagi rakyat menurun. Semua kegiatan manusia menjadi sangat bersifat ekonomi dan pemenuhan kebutuhan diri secara material. Kalau pada masa sebelumnya masyarakat mengidentifikasi dirinya pada kegiatan keagamaan dan keluarga, kini beralih pada kelompok kerja, dan tempat di mana mereka bekerja. Juga dalam hal kegiatan , motivasi ekonomi menjadi penggerak kegiatan masyarakat pada umumnya.

Industrialisasi menjadi trend negara-negara sejak dini dimulainya pada abad 18 di Inggris, kemudian diikuti negara-negara lain. Kemunculan negara-negara baru juga menjadikan industrialisasi sebagai model pembangunan negaranya untuk mengurangi ketergantungan negara-negara tersebut terhadap import kebutuhan seperti kain, makanan dan lain-lain. Maka sejak saat itu industrialisasi suatu yang sangat menggelobal dan menjadi upaya awal yang dilakukan negara-negara abad 19.

⁵² Peter N. Stearns “Global Consequences of the Industrial Revolution” ,Microsoft® Encarta® Reference Library 2003. © 1993-2002 Microsoft Corporation. All rights reserved.

Yang terpenting dari proses ini adalah bergesernya peran manusia dari pencipta menjadi operator mesin-mesin industri, berkurangnya lapangan kerja karena telah diwakili robot-robot teknologi industri, berkembangnya transportasi dengan digunakannya rel-rel kereta api, kemajuan telekomunikasi dengan ditemukannya telegrhap, trend pembangunan gedung-gedung untuk memfasilitasi proses tersebut, serta munculnya organisasi manajemen baru menggantikan manajemen lama, marketing menjadi bagian tersendiri dari industrialisasi, departement store menggantikan pasar tradisional. Demikian juga halnya dengan pendidikan, proses industrialisasi menuntut adanya level pendidikan tinggi bagi orang dewasa untuk menjadi “pemain” dalam dunia industri⁵³.

Perubahan ini membawa perubahan pada sisi lain dari kehidupan; orientasi keuntungan pada industri berarti menekan upah serendah mungkin dengan memanfaatkan tenaga kerja murah seperti tenaga wanita dan anak-anak di bawah umur, maka pada tahun 1938 –tahun peluncuran fiksi Superman-- mulai diatur pembatasan usia kerja, USA mulai nerapkan larangan kerja bagi anak-anak di bawah umur.

2- Urbanisasi sebagai awal globalisasi:

Urbanisasi besar-besaran sejalan dengan industrialisasi, kota adalah tempat tumpuan manusia mencari kerja arus para pekerja ke kota semakin bertambah sejalan dengan didirikannya pusat-pusat keramaian, pemerintahan dan perusahaan. Kota yang berarti pusat kegiatan *City, large center of population organized as a community* merupakan tujuan urbanisasi, yang berarti juga masalah baru berhubungan dengan tempat tinggal, pangan dan fasilitas lainnya. Kalaulah pada masa dahulu abad pertengahan kota identik dengan pusat gereja, istana dan kemudian berkembang menjadi sebutan bagi suatu wilayah tempat pengadministrasian pemerintahan, pada era industri, kota merupakan titik konsentrasi penduduk dengan pusat-pusat industri, perkantoran dan pemerintahan sebagai ciri utamanya.

Masalah yang tidak bisa dihindari dari urbanisasi adalah masalah kepadatan penduduk di kota-kota, kesehatan dan problema sosial lainnya seperti kriminalitas, pergeseran moral dan lahirnya masyarakat individual yang beringas serta runtuhnya

⁵³ *ibid*

nilai-nilai kebersamaan. Prestasi individu menjadi ukuran dan semakin menguat serta komunalisme menjadi kian melemah.

3- Perang sebagai kegiatan global:

Dari sudut politik, peperangan antara negara sebagai satu kegiatan global ditandai dengan terjadinya PD I pada tahun 1914-1918 yang disebabkan oleh persaingan antara dua koalisi kekuatan negara-negara Eropa: *Allied Powers* (United Kingdom, France, Belgium, Serbia, Montenegro, and the Russian Empire). *Central Powers* (empires of Germany, Austria-Hungary, Ottoman Empire, Bulgaria). Trend saat itu adalah tren penguasaan dunia, bahan baku, perdagangan dan perluasan wilayah kekuasaan sebagai implikasi dari industrialisasi; perpaduan antar kemajuan industri dan ambisi. Melibatkan 32 negara.

Penggunaan senjata api sejak pertengahan abad 14. dan menjadi terkenal penggunaan senapan antara abad 17-19, kemudian pengembangan dan produksi peralatan perang lainnya yang terus laju hingga dewasa ini merupakan isu kebanggaan negara-negara dalam mengukur kekuatan dirinya untuk berperang. Mulai diperkenalkan tank dan pesawat terbang serta kapal laut. Konflik dilanjutkan dengan PD II. Mulai 1939 karena konflik di Eropa yang terjadi antara Jerman dengan koalisi Anglo-French yang kemudian melibatkan banyak negara karena terbentuknya koalisi tersebut, perang menjadi global dan berakhir tahun 1945 dengan takluknya Jerman dan Jepang.

Yang diuntungkan PD II adalah USSR dan USA yang memungkinkan keduanya tampil menjadi negara paling masyhur dan banyak berpikitr tentang perang; pembuatan persenjataan, saling rebut pengaruh untuk mencari pengikut dan diplomasi Internasional kedua negara tersebut dikenal dengan Perang Dingin yang akhirnya berakhir sendiri setelah masalah ekonomi membuat Rusia dan Komunisme sebagai negara runtuh 1989.

Pasca Perang dingin USA tak memiliki musuh, namun yang menarik justru negara tersebut menjadi sasaran terror di mana-mana kedutaannya menjadi sasaran teroris. Kenyataan ini membuta negara tersebut menciptakan isu terorisme internasional sebagai lawan baru, berkampanye kepada seluruh negara untuk memusuhi terorisme,

yang entah dimana adanya, namun negara-negara kecil yang berpenduduk muslim kerap kali menjadi sasaran. Afganistan misalkan negara kecil yang miskin menjadi sasaran pembersihan teroris. Selain isu terorisme internasional, dengan dewan keamanan PBB-nya USA kerap kali menginterupsi negara –negara yang memungkinkan terjadi konflik untuk diperbesar hingga sekarang. Kasus WTC & Pentagon (11 sep 2001), yang berakhir dengan penyerangan ke Afganistan adalah isu baru yang dilontarkan untuk menciptakan suasana perang, begitu juga dengan penyerangan ke Iraq yang akhirnya melahirkan gelombang anti perang di mana-mana seperti Perancis dan Italia bahkan di AS sendiri. Kasus bom Bali (12 ok 2002) menjadi isu tersendiri yang bisa jadi merupakan ekspresi anti AS. Ada yang menarik dari Penabrakan WTC, ada sebuah artikel dari journal yang diterbitkan salah satu Universitas AS mempertanyakan; *apa yang terjadi dengan pertahanan negara kita?* Demikian judul artikel yang mencerminkan kekhawatiran warga negara yang merasa tidak aaman tersebut.

4- Ekonomi:

Babak baru globalisasi dikumandangkannya neo liberalisme oleh Ronald Reagan USA dan Margaret Thatcher Inggris pada tahun 1980 an dengan isu free market dan swastanisasi perusahaan, keduanya mengendarai IMF dan World Bank untuk menjalankan misi *free market* sebagai idiologi kedua lembaga tersebut dengan formula yang disebut neo-liberal: Liberalization of capital markets and trade, Privatization dan Fiscal dicipline, yang justru diyakini Stiglitzs sebagai factor utama terjadinya krisis 1997.

Seruan pasar bebas yang kemudian disebut Thatcherisme dalam tulisan ini dipandang sebagai “lonceng” globalisasi tahap kedua setelah proses globalisasi yang demikian panjang pada abad 19-20 sebagai mana diungkap di atas.

Pada 1 januari 1994 diadakan Konnperensi NAFTA (North American Free Trade Agreement) yang mencangkakan pembukaan pasar bebas di Canada, Mexico, and the United States yang mendapat protes dari kalangan buruh. The Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC) yang didirikan tahun 1989 bermarkas di Singapura sejak 1992 juga mencangkakan hal yang sama pasar global .

Merespon globalisasi ini di Eropa ditandai dengan deklarasi Uni Eropa yang mencoba menggalang negara-negera Eropa untuk menyatukan diri dalam dunia ekonomi, walaupun masih ada ketidakadilan seperti yang dikritik Giddens.

Selain isu free market dalam dunia ekonomi juga mulai muncul kritik keras terhadap WB dan IMF karena kebijakannya yang dinilai kurang adil. Joseph E. Stiglitz mislannya, seorang bekas pemain WB menyarankan perlunya transparansi dan perubahan manajemen dalam tubuh WB. Menurutnya perbaikan yang dilakukan dalam tubuh lembaga keuangan dunia tersebut hanya retorika belaka. Apa yang disarankan dalam *Globalization and its discontents*, merupakan hal yang harus diepertimbangkan dalam penataan dunia era global.⁵⁴ Terutama pasca runtuhnya Komunisme dan Krisis Asia 1997 an. 2000 mulai muncul pergerakan anti globalisasi seperti di Quebec.

4. Budaya dan Peradaban

Para budayawan melihat bahwa budaya pada awlannya suatu yang inependen bagi setiap bangsa, namun sejak kemajuan budaya terutama dibidang teknologi komunikasi, budaya tidak lagi bersifat independen, kini yang terjadi adalah munculnya hegemoni budaya, yang melahirkan satu bangsa dengan multi budaya.

Lajunya kebudayaan material terutama dalam segi material seperti kebutuhan hidup, teknologi, barang atau perlengkapan terlebih sejak ditemukannya mikro prosesor pertama 1971 yang dibantu oleh penemuan PC pertama 1975 dan internet 1993 pilar-pilar budaya local semakin rapuh.

Jauh sebelum itu tahun 1920 angaya Jazz dengan rambut pendek kaum wanita saja sudah dapat merambah dunia. Apalagi dengan adanya instrumen seperti internet tahun 1997 an dapat dibayangkan kecepatan asimilasi dan akulturasi semakin laju.

Dari sudut sosiol, seperti diungkap terdahulu pengaruh industrialisasi telah menggeser keluarga. Artinya nilai-nilai keluarga terkubur dengan nilai factory dan pabrik, bagaimana jadinya jika setiap anggota keluarga bebas menerima informasi tanpa batas, tentusaja format keluarga menjadi berubah, panggilan, keharmonasian, dan kekhawatiran juga akan berubah. Di AS karena kekhawatiran akan apa yang ditemui anaknya di luar rumah⁵⁵ para orang tua telah membudayakan home schooling, sekolah dirumah-rumah sejak tahun 1999.

⁵⁴ Stiglitz, Joseph E. *Globalization and its discontents*, London W.W. Norton & Company, 2002, h 241-267

⁵⁵ David R. Calhoun "Learning at home" *Encyclopedia Britannica*, 2001, Deluxe Edition CD-ROM

Sejak tahun 1986 juga masalah sexual harassment; “godaan” di tempat kerja atau di sekolah bagi wanita menjadi agenda pembahasan sebagai suatu tidak kriminal.

Juga masalah pekerjaan, dari cocok tanam dengan cara tradisional berubah sedikit-sedikit dengan cara modern, bahkan untuk daerah perkotaan pedagang jadi kaki lima, merupakan pilihan pekerjaan bagi masyarakat urban selain menjadi karyawan di pabrik-pabrik atau operator sarana transportasi seperti sopir bus, truk angkot dll.

Kepemimpinan dan politik juga menghadapi masalah besar, siapa yang dianut, siapa yang jadi pemimpin, yang diikuti, serta problema ketokohan, adalah masalah yang menuntut kriteria baru. Dalam hal ini kadang peran media massa dan pemberitaan menjadi sangat menentukan. Seseorang bisa saja menjadi tokoh atau pemimoin besar bukan karena “jasa” nya seperti pada masa dulu, tapi karena berulang-ulangnya informasi dan pesan yang disampaikan media. Khomeini sempat menjadi tokoh pada tahun 1979-1988 terlebih saat Salman Rusdi dijadikan sasaran fatwanya. Sadam Husein juga sempat mejadi tokoh saat ia berani melawan AS, dan kini Bin Laden sangat terkenal bahkan mampu menjadi pemimpin bawah tanah global bagi kalangan ternetu serta menjadi musuh baru AS.

Selain ambisi negara-negara juga menjadi demikian kuat untuk memenangkan persaingan global yang diwakili oleh arahan pemimpinnya, simak ungkapan Clinton saat ia dilantik: Communications and commerce are global; investment is mobile; technology is almost magical; and ambition for a better life is now universal. We earn our livelihood in peaceful competition with people all across the earth.⁵⁶Pernyataan ini membenarkan ucapan Syafii Maarif yang menyatakan bahsa globalisasi adalah Amerikanisasi; "Globalisasi sebenarnya sisi lain dari Amerikanisasi. Dan ini terjadi bukan karena kesalahan Barat saja, tapi juga kesalahan kita yang mau menjadi budak,"⁵⁷

⁵⁶Bill Clinton's First Inaugural Address Microsoft® Encarta® Reference Library 2003. © 1993-2002 Microsoft Corporation. All rights reserved

⁵⁷ Syafi'i Maarif Prof Dr “Secara Ekonomi, Indonesia Sudah Tak Berdaulat” Kompas (Jakarta) Selasa, 1 Oktober 2002

Dari sudut ideologi: yang mencakup agama dan sekularisme nampak perkembangan sekularisme yang demikian luas bahkan menjadi model pembangunan negara-negara baru pasca PD II setelah dianggap sukses berjalan di negara-negara maju . Sementara masalah keagamaan menjadi semakin transparan. Tidak ada lagi kesan kesucian suatu negara atau wilayah karena statusnya sebagai negara kelahiran suatu agama tertentu, perilaku pemerintahan dan masyarakatnya demikian dengan mudah dapat dibaca dan diketahui, hingga penilaian atau apresiasi atas keberagaman menjadi sangat transparan. Bisa dilihat bagaimana penghargaan bangsa Indonesia terhadap bahasa Arab sebagai bahasa al-Qur'an pada tahun 70 an dengan sekarang, pada tahun 70 an jika ditemukan huruf Arab dilantai atau tergeletak di tanah akan diambil dan disimpan di tempat atas atau dibakar, sekarang terletak di tempat-tempat sampah dan tidak ada masalah, karena bahasa tersebut sudah mengglobal, kemasan-kemasan produk seperti permen atau obat nyamuk sudah menggunakan bahasa tersebut.

Dalam hal pemahaman keagamaan dan peran juga semakin berubah, agama yang tadinya dipahami sebagai perilaku kelompok , kini banyak dipahami sebagai suatu yang bersifat individual.

Pasca tragedy 11 September 2001, dalam bidang keagamaan juga terjadi seruan yang mengajak adanya dialog antar peradaban, saran tersebut terungkap pada pertemuan The Third Asian Statesmen's Forum yang dilangsungkan di Hotel Imperial, Seminyak, Kabupaten Badung, Selasa (20/8/2002) seperti yang diserukan Menko Polkam Indonesia Susilo Bambang Yudhoyono "Selama ini Islam tidak hanya disalahmengerti oleh mereka yang non-Islam, tapi juga oleh Islam sendiri. Maka yang dibutuhkan sekarang ini adalah bagaimana menghilangkan perbedaan (*gap*) itu, antara lain dengan membangun dialog peradaban." Atau Surin Pitsuwan Anggota partai democrat Thailand yang mengungkapkan; dunia melupakan tema tahun 2001 yang bertajuk "*Dialogue of Civilization*". "Yang penting sekarang adalah bagaimana membangun dialog agar ada saling pengertian di antara Islam dan non-Islam," ujar

Pitsuwan. Menurut dia, negara-negara Asia Tenggara memiliki masyarakat Islam yang berbeda dengan beberapa negara Islam yang radikal.⁵⁸

Di bidang seni, terutama seni musik yang relatif paling cepat perkembangannya disbanding dengan seni lain, suasana global-nya sangatlah nampak, suatu bentuk musik yang menjadi top di suatu wilayah bisa dengan cepat diadopsi wilayah lain, sebagaimana yang terjadi dalam dunia mode dan pakaian. Sedangkan arsitektur sejak 1967 an tidak begitu banyak berkembang, jika disbanding dengan seni lain. Yang perlu dijadikan catatan juga meledaknya seni animasi dan kreasi game sebagai prodak era virtual termasuk juga boneka, perkembangannya sangat mencerminkan globalisme, seluruh anak-anak dunia tidak ada yang tidak mengenal Zorro sebagai pahlawan, Teletabies, Doraemon dll.

Pendek kata seperti ungkapan Jerry H. Bentley *The Roots of Our Global Economy* : Today money, goods, and services readily cross national boundaries. Instantaneous messages and enormous libraries of information flash across the Internet. Television, telephones, and wireless communications link people everywhere. Political, economic, and environmental developments have planetary impact: Global warming exemplifies this situation both as an effect and as a name.

Matrik Globalisasi

Tahun	Akar Globalisasi	Dimensi Peradaban
1906	Radio Pertama di USA	
1914	Awal PD I	
1916	Produksi Receiver Radio	Penyiaran sebagai peradaban baru
1918	Akhir PD I	
1919	ILO , menyatu dg UNO 1946	Awal ide organisasi Global
1921	Krisis Global	
1929	Depresi Global, Perubahan Ekonomi, Industrial, Teknologi, Urbanisasi besar-besaran, dari Famili ke	Tatanan Kota Baru

42 “Perlu Dialog Peradaban untuk Ubah Persepsi Salah tentang Islam” Kompas (Jakarta)

Kamis, 22 Agustus

	Factory	
1930	Perubahan Strukur sosial: sumber identifikasi dari Group, Religious ke Tempat kerja, , acara economic interest,sekularisasi & rasionalisasi, problem sosial kemajuan berkaitan dengan patalogi, keramaian, masalah loyalitas negara dan masalah kehendak untuk berpolitik bagi rakyat minim.	Tatanan Sosial baru
1931		
1932	Nasionalisme,negara baru	Negara Baru,
1938	Superman, Pembatasan usia kerja	Seni Baru, Perburuhan
1944		
1945	UNO, IMF , WB,GATT (WTO)	Manajemen Dunia Baru;Ekonomi & Organisasi Baru
1948	WHO, Universal Declaration of Human Rights, an event that marked the birth of the modern human rights movement.	
1965	UNDP	Mengurangi Kemiskinan, Lapangan Kerja, Training
1968	WB & IMF Pembangunan Eropa Pasca PD II	
1971	Krisis Minyak Dunia	
1980	Neo Liberalisme Margareth Thatcher, Reagan; Free Market	Ekonomi post modern,swastanisasi, MNC,
1981	WB Rent Oriented	
1983	Internet awal dibuatnya, pengembangan dari 1968	
1989	Rusia Runtuh, unjukrasa dan demo di Leipiz Berlin.	Tatanan Internasional Pasca perang dingin,liberalisasi ekonomi mantan komunis
1990	Internet mulai dihubungkan dengan jutaan PC di dunia	Komunikasi Pasca Modern, Kampung Dunia, Peran negara memudar
1991	Tembok Berlin Runtuh	Ekonomi Pasca Perang Dingin,
1993	The UN High Commissioner for Human Rights (UNHCHR), created in 1993 and headquartered in Geneva, Switzerland, directs the UN's human rights efforts	
1997	Krisis Asia, Peradaban Elektronik E. magazine, 10.000,, diakses 100.000,-org USA & Canada	Jurnalistik Post Modern,
1998	Ide UNO Pengadilan Kriminal Internasional, meledaknya bisnis Toy & Game, Peradaban Animasi, Uni Eropa	Rekontruksi organisasi global
1999	Kesehatan Mental Problem utama di USA, Pendidikan SMU, mulai Home school, deklarasi perlindungan konsumen,	Anti globalisasi, back to Home, Reformasi IMF
2000	Anti Globalisasi Quebec	Ketidak seimbangan negara-negara Maju & terbelakang, anantara Individu dg Negara
2001	Anti Globalisasi Asutralia, KTT G15 Jkt	Marjinalisasi Negara Berkembang, miskin info, Budaya Mouse, Klik, SMS
2002	Perbaikan Pendidikan, anti kemsikinan, KTT Pembangunan Berkelanjutan	Kontruksi Global dataran orientasi

Dengan singkat proses panjang di atas diungkapkan Steiner dan Steiner (1994) ada tiga faktor yang mendorong terjadinya perubahan global. Pertama, produk nasional kotor (GNP) dunia tumbuh dan meningkat dengan cepat, terutama di negara-negara maju. Kedua, revolusi dalam teknologi komunikasi. Ketiga, kekuatan-kekuatan yang mempermudah munculnya perusahaan-perusahaan besar skala global. Dalam hal ini, tumbuh dan berkembangnya kekuatan-kekuatan modal besar secara tidak tetap maupun pasar-pasar modal yang lebih efisien dalam menggunakan modal secara cepat; perbaikan dalam teknik-teknik manajemen; pengawasan inventaris yang lebih efisien; perbaikan teknik-teknik bagi pengawasan produk; dan pemahaman tentang bagaimana membuat sumber daya manusia lebih produktif. Kondisi ini dipercepat oleh situasi politik yang ditandai oleh runtuhnya komunisme dan revolusi teknologi komunikasi yang secara khusus menjadi katalisator perubahan tersebut.⁵⁹

Kontruksi Peradaban Global:

Bagan di bawah ini menggambarkan kontruksi peradaban global mulai dari sumber hingga proses pembentukan peradaban tersebut. Peradaban yang dapat dikatakan lahir dari tahun 1990 an, penghujung abad 20 dan berkembang di awal abad 21 dapat dikatakan sebagai peradaban yang lahir dari teknologi informasi dan komunikasi. Walaupun dimensi ekonomi sangat berperan adil dan yang pertama mengumandangkan globalisasi, namun dataran praktis, media komunikasilah yang sangat berperan.

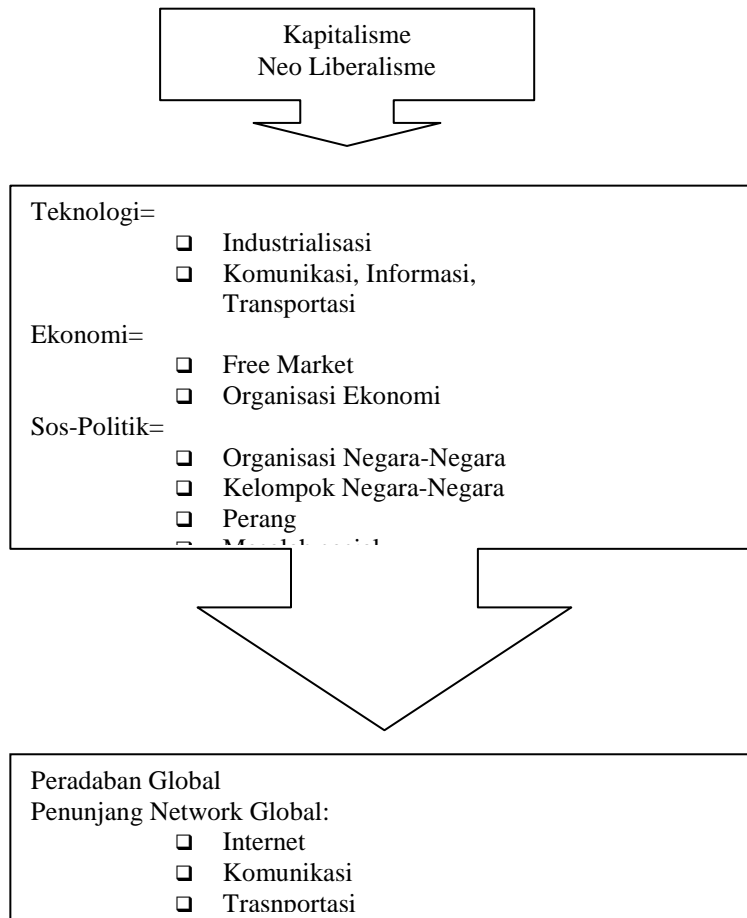
Selanjutnya pada matrik peradaban gelobal terlihat beberapa aspek peradaban yang telah lahir , munculnya komunitas maya, hubungan antar individu dan solidaritsa baru, juga kepemimpinan internasional menjadi mimpi setiap pemimpin bangsa, selain munculnya juga kepemimpinan maya yang bisa jadi terlahir karena etnik, agama, dan keprihatian.

Sementara di sisi agama peradaban Mesjid mislanya yang merupakan symbol peradaban Islam, kini –pada tahapan global—tidak lagi mencerminkan kekokohan ajarannya, contoh kecil masalah WC atau Urinoir di mesjid lebih mencerminkan peradaban sekuler dari pada peradaban Islam. Budaya kencing berdiri justru lahir dan dipasilitasi oleh mesjid-mesjid, padahal dari sudut ajaran “kencing berdiri’ adalah suatu hal yang tercela. Di sini terlihat tidak ada keserasian antara pattern atau disain arsitektur dengan nilai keagamaan, jaran lebih tunduk pada disain global yang tidak Islami.

¹⁴ 2002Winarno. *Loc.cit*

Secara singkat peradaban global bercirikan dunia maya dan virtual dalam segala hal, mulain dari masalah sosial, politik, hingga seni.

Bagan Kontruksi Peradaban Global



Matrik Peradaban Global akhir abad 20 awal 21

Dimensi Peradaban	Ranah Peradaban	Bentuk Peradaban
Material	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Design & Patern <input type="checkbox"/> Barang <input type="checkbox"/> Teknologi <input type="checkbox"/> Lingkungan 	1- Tercipta suatu bentuk barang kebutuhan, teknologi dan masalah lingkungan yang semisal secara global dan ketergantunga

		<p>n terhadap teknologi yang tinggi.</p> <p>2- Trend uang plastik (kartu kredit)</p> <p>3- Muncul wawasan lingkungan sebagai titik balik.</p>
Sosial	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Hubungan antar sesama & Keluarga <input type="checkbox"/> Pekerjaan <input type="checkbox"/> Kepemimpinan & Politik 	<p>1- Terbentuk hubungan tanpa batas wilayah, komunitas baru, teman baru via internet di dunia maya; komunitas ilmu, interes, hobi dll.</p> <p>2- Tercipta kerja jarak jauh lintas negara, bergantung pada teknologi.</p> <p>3- Kemepimpinan Internasional , kekuatan politik international sebagai sasaran bangsa-bangsa , opini internasional, perang cyber dan web site.</p>
Idiologi	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Agama <input type="checkbox"/> Sekularisme 	<p>1- Agama semakin tnsparan, interpretasi individual, kurang komunal, dakwah via internet, layanan konsultasi dll yang membuat semakin</p>

		<p>terbuka.umat dihadapkan pada banyak pilihan dan fatwa. Muncul web-web dan komunitas keagamaan, solidaritas global. Kadang ajaran tunduk pada produk peradaban, bukan sebaliknya; mis,budaya kencing berdiri</p> <p>2- Sekularisme menjadi trend negara-negara</p>
Seni		Seni virtual dan animasi, pergeseran kemahiran dari aktor seni ke editor.

Apa yang bisa dilakukan?

Arus informasi, urbanisasi, pendidikan, globalisme, kampung global kini telah tercipta , yang tersisa adalah bagaimana menyikapi kenyataan tersebut. Jika globalisasi sebagai proses sudah memasuki usia senja seperti yang dipertanyakan Padang Wicaksono dalam “Senjakala Globalisasi?”⁶⁰Berarti peradaban global sudah terlahir, realitas bahwa siapaapaun kita telah menjadi penduduk dunia, tidak bisa disangkal lagi.

Bila menyimak penelusuran histories di atas, nampak bahwa aspek-aspek peradaban global sangatlah bersifat materialistis dengan teknologi yang dipelopori oleh Inggris lalu dikembangkan dan bahkan dikuasai Amerika . Berbagai perkembangan teknologi tersebut kemudian dimanfaatkan dan diarahkan untuk menciptakan suatu tatanan dunia yang satu. Maka tidak heran jika Syafii Maarif serta para ilmuwan lain di

¹⁵ Padang Wicaksono “SenjakalaGlobalisasi”, SH 15 Oktober, 2002

Amerika beranggapan bahwa Globalisasi adalah Amerikanisasi⁶¹. Dengan WB dan IMF sebagai kekuatan penguasaan atas dunia serta isu terorisme internasional sebagai cara untuk menarik simpati dunia dengan bisnis senjata dan minyak sebagai modalnya.⁶²

Bagaimana mengatur peradaban ini, siapa yang mengatur, apakah institusi internasional yang kini ada masih relevan mengelola globalisme? Bagaimana negara-negara bisa melindungi warganya atau mempertahankan integrasi bangsa dan budayanya? Bagaimana dengan pengangguran yang lahir dari free market? Siapa yang mengontrol globalisme ini? Apakah antiglobalisme mampu membendung globalisasi, sementara isu yang dilemparkannya hanya sekedar ketenagakerjaan? Atau bahkan antiglobalisasi sendiri adalah bentuk peradaban global dari sudut ideologi? Dari sisi agama para arsitektur muslim dan para desainer serta jurnalis muslim dituntut untuk jeli dalam menciptakan peradaban, dan berperan dalam mengisi—karena sulit untuk dibendung—dengan apa yang bisa bermanfaat bagi ummat.

2. Peluang Dakwah

Dalam era global ini seperti yang telah diungkap di atas sekat-sekat regional relatif pudar dengan alat bantu teknologi komunikasi. Semuanya merupakan tantangan bagi dakwah Islamiyah jika aktivitas dakeah tidak mengambil bagian dalam proses tersebut. Hanya ada satu pertanyaan dipertanyakan atau menjadi pemain?

Untuk menjadi pemain dalam tentu saja harus mengenal berbagai media yang tersedia dewasa ini mulai yang baru sampai yang konvensional. Beberapa media yang penulis inventarisir dan sangat potensial untuk media dakwah adalah:

- 1- Radio: radio adalah media elektronik yang paling dini dan sudah dipakai sejak lama dan sudah dikenal masyarakat. Media ini memiliki kelebihan:
 - 1) Daya pancar yang luas hingga bisa mengunjungi pemirsa yang jauh bahkan sampai ke kamar-kamar mereka.

⁶¹ Diskusi via e-mail dengan Prof. Dr. Juhaya S. Praja saat penelitian beliau di AS.

⁶² Henry Makow Ph.D. Bin Laden, *Bush Serves the Same Master Globalists Fabricating "War of Civilizations"*, <http://www.savethemales.ca/251102.html>

- 2) Berifat mobil dan mudah dibawa kemana-mana di mobil di ladang atau di hutan sekalipun.
- 3) Tidak menuntut perhatian yang besar bagi pendengar, karena dia akan senantiasa bunyi tanpa harus dilihat, dan pesan akan tetap mengalir begitu saja. Sehingga bisa menemani pendengarnya tanpa harus berhenti dari pekerjaannya, menyetir mobil, memasak, dll.
- 4) Mudah dimiliki, harga terjangkau, biaya produksi murah.
- 5) Tidak akan ditinggalkan orang karena sifatnya yang bisa menjadi sahabat dalam berbagai kegiatan.

Melihat kelebihan ini nampaknya radio patut mendapat perhatian untuk dijadikan media dakwah, berbagai format dakwah bisa digarap dengan pesan-pesan yang menarik dan edukatif.

Di Indonesia al-hamulillah telah banyak radio yang formatnya sarat dengan muatan dakwah, dengan berbagai ragam corak dan gayanya.

- 2- TV: TV sebagai media dakwah sangatlah efektif dengan kelebihanannya sebagai media audio visual, selain bersuara juga dapat dilihat, penggunaan TV sebagai media tentu saja bisa dilakukan dengan membuat program-program tayangan yang bermuatan pesan dakwah, baik berupa drama, ceramah, film-film atau kata-kata hikmah sebagaimana telah banyak ditayangkan berbagai station TV.
- 3- Tape Recorder, CD dan VCD semuanya merupakan alat-alat perekam yang bisa dipakai untuk menggandakan berbagai produk dakwah, dan ini juga sudah mulai banyak dipakai sebagai media dakwah dan pengajaran agama.
- 4- Dakwah via Animasi: masalah lain yang perlu digarap dakwah islamiyah adalah membuat film-film kartoon yang islami, dengan memperkenalkan budaya dan ajaran Islam, serta cerita-cerita kepahlawanan, hal ini bisa dilakukan dengan membuat film-film animasi yang bisa dilakukan oleh para animator muslim. Sehingga anak-anak muslim tidak kehilangan sejarah dan identitasnya.

5- Media Cetak : Surat Kabar, Majalah, Buletin, Jurnal, Buku, Tabloid, semuanya dapat dijadikan media dakwah, rubrikasi pada surat kabar dengan menyediakan rubrik khusus dakwah dapat dilakukan, seperti yang tersedia dalam Surat Kabar Pikiran Rakyat, Republika dll. Pada prinsipnya semua rubrik bisa dijadikan media dakwah dengan menyisipkan pesan dakwah dalam setiap artikel baik berita opini, cerpen, fiture , yang sangat berperan dalam hal ini adalah penulisnya, serta missi media. Demikian juga halnya dengan majalah, kolom yang disediakan majalah bisa dijadikan wahana dakwah. Penerbitan buku-buku yang berisikan sosialisasi penerangan ajaranIslam, pemahaman serta peran agama dalam kehidupan juga merupakan sarana dakwah yang paling efektif, Buletindan Jurnal dapat juga dipilih s ebagai media dakwah. Semua ini akan lebih baik jika lembaga dakwah justru yang memiliki berbagai penerbitan tersebut, artinyaabukan sekedar pengisi atau pemanfaat sarana yang ada disediakan oleh surat kabar atau majalah umum. Karena akan terbentur dengan keputusan redaksi serta missi media, siapa dibalik sebuah media, siapa yang membiayai sangatlah menentukan apakah dakwah bisa berjalan atau tidak.

6- Dakwah via Internet: Internet merupakan barang baru yang secara langsung berperan dalam menciptakan dunia yang mengelobal. Media ini dapat menghubungkan antar individu penduduk dunia tanpa mengenal batas. Me dia ini akan sangat baik juga digunakan sebagai sarana dakwah, dan sekaligus merupakan ciri utama dakwah era global. Berbagai kemungkinan bisa dibuta untuk dakwah menggunakan media ini antara lain:

- 1) Mailing List: Membuat mail langganan bagi siapa saja yang hendak mendapatkan brosur atau artikel-artikel dakwah. Langkahnya dnegan menghimpun artikel dakwah serta mendistribusikannya via e-mail yang akan didistribusikan kepada seluruh pelanggan. Para cendikiawan dan aktivis dakwah internasional sudah banyak menggunakan media ini.

Sehingga setiap minggu kita bisa saja mendapat kiriman e-mail yang berupa pesan-pesan dakwah.

- 2) Membuat layanan website dengan memberikan informasi dan ilmu-ilmu keagamaan di Indonesia akhir-akhir ini sudah mulai bermunculan situs-situs dakwah yang dilakukan oleh para da'i dunia maya. Demikian juga negara-negara Islam lain telah banyak memelopori situs dakwah . Layanana yang bisa diberikan oleh website selain mailing list adalah :
 - a) E-book, penyediaan buku elektronik yang bisa dibaca, dikopi atau diprint.
 - b) Layanan tanya jawab masalah-masalah agama dan berbagai persoalan kehidupan dengan pendekatan agama.
 - c) Chatting Room, menyediakan layanan untuk mengobrol via internet yang berhubungan dengan masalah agama atau chatting periodik dengan menghadirkan tokoh-tokoh tertentu.
 - d) Forum Diskusi, membuat forum diskusi jarak jauh dimana seseorang bisa mengajukan suatu permasalahan yang ditanggapi oleh anggota lainnya.
 - e) Menyediakan direktori artikel yang bisa diakses oleh yang membutuhkannya.
 - f) Menyediakan layanan khutbah jum'at manca negara berupa audio file maupun teks file.seperti yang dilakukan oleh IANAradionet.com.
 - g) Memberikan leyanan informasi adress website dakwah lainnya, lembaga-lembaga dakwah dan lembaga pendidikan Islam.
 - h) Penerbitan Jurnal dan majalah.

Semua peluang tersebut merupakan pekerjaan rumah aktivitas dakwah Islamiyah yang harus disemarakkan untuk mengahdapi tantangan dan serangan peradaban global. Beragai gairah dan semangat untuk menyemarakkan segala jenis media elektronik untuk berdakwah adalah upaya untuk menjawab berbagai ketertinggalan kita di bidang informasi sebagaimana yang disarankan Ziauddin Sardar, bahwa ummat ini harus menguasai informasi. Karena lembaga-lembaga dakwah hendaknya mulai mengarahkan bidikannya—tanpa harus meninggalkan program yang sudah ada—kepada media-media yang tersedia sebagai pelaku dan penyelenggara --bukan seperti yang sudah berlaku hanya sebatas pengisi acara sebagai pelengkap kepentingan pasar.

Dapat dibayangkan jika semua lembaga-lembaga Islam memiliki pasilitas dakwah dengan media-media seperti diungkap di atas, akan tercipta berbagai pilihan yang bisa diakses oleh masyarakat sebagai sasaran dakwah.

3. Membuat Format Penyiaran

Menjadi Pemain:

Radio danm TV merupakan media dakwah yang paling trend saat ini selain media cetak, pemanfaatan media ini secara optimal sudah mulai hraus diperhatikan lembaga-lembaga atau individu aktifis dakwah. Langkah-langkah yang bisa dilakukan pertama, dengan mendirikan station radio-radio siaran, dan studio TV. Memperbanyak studio yang memiliki missi dakwah adalah tugas berat yang harus dipikul lembaga dakwah ataupun masyarakat muslim secara kelompok maupun individu untuk mewujudkannya. Kedua dengan membuat rancangan program serta format penyiaran. Pekerjaan intelektual ini bisa dilakukan untuk kemudian ditawarkan kepada studio yang sudah ada, resikonya bisa diterima ataupun ditolak.

Ketiga membuat haouse production, rumah-rumah produksi seperti menggarap satu mata acara yang disediakan oleh suatu studio penyiaran TV maupun radio. Menjadi professional dalam bidang-bidang tersebut, dengan menjadi professional dalam bidang-bidang penyiaran seperti programmer, prsenter, penulis scenario, sutradara setidaknya dapat menyisipkan pesan dakwha atau bahkan menggarap program dakwah.

Tehnik Memformat Media Radio & TV:

Menjadikan radio dan tv sebagai media dakwah akan berhadapan dengan bagaimana memformat suatu studio penyiaran. Untuk menentukan suatu format dakwah yang menjadi missi sebuah studio ada beberapa pertimbangan serta langkah-langkah yang harus dilakukan⁶³:

- 1- Menentukan tujuan serta missi studio siaran yang akan dibuat dengan memperhatikan kaidah-kaidah dakwah dan amarma'ruf nahyi munkar

⁶³ Penentuan format ini berlaku juga untuk majalah, surat kabar, bulletin dan juranl serta media lain seperti website dengan prinsip yang tidak jauh berbeda.

sebagaimana telah disampaikan di bagian awal buku ini sebagai pedoman pemikiran.

- 2- Menentukan kelompok sasaran, atau melakukan segmentasi pemirsa, apakah ditujukan kepada semua lapisan masyarakat, atau masyarakat menengah, masyarakat bawah, atau kalangan atas. Termasuk juga segmentasi dibidang usia, sasaran yang akan dicapai apakah remaja, pemuda, atau orang dewasa. Bisa juga dilakukan segmentasi gender, pria-wanita, atau segmentasi profesi, karyawan, pengusaha dll.
- 3- Menentukan tujuan yang hendak dicapai, dengan kata lain apa yang dikehendaki dari pendengar atau pemirsa itu setelah menyimak produk penyiaran yang disajikan. Apakah menumbuhkan sikap keberagaman yang patuh misalkan, menciptakan mental religius yang kokoh, atau hanya mengenal informasi ajaran agama, pembinaan akhlak dll.
- 4- Setelah memilih kelompok sasaran serta mengetahui tujuan maka langkah berikutnya adalah menentukan materi program sesuai dengan karakter dan kebutuhan segment tersebut dari segi standard pengetahuan dan kesukaan dilakukan dengan menggunakan pendekatan psikologis dan pengalaman empiris melalui pengamatan. Lalu memberikan nama berbagai program yang sesuai dengan misi dengan memperhatikan trend yang berkembang di masyarakat. Termasuk dalam materi siaran adalah menentukan jenis musik, lagu-lagu yang disajikan dalam berbagai program disesuaikan dengan situasi umum dengan waktu sebagai pedomannya; subuh, pagi, siang, sore, petang, malam, dst.
- 5- Kemudian menentukan jam on air atau lamanya operasi siaran yang disediakan misalkan 12 jam 15 jam dst.
- 6- Mengalokasikan waktu berbagai program yang harus dihitung secara cermat detik- perdetik.
- 7- Memilih dan menentukan program penayangan apakah harian mingguan atau bulanan.
- 8- Tahapan akhir adalah membuat tabel jadwal rencana penyiaran, dengan memperhatikan alokasi waktu, misi studio dan tujuan khusus setiap

materi program, pemilihan sasaran harus dijadikan acuan, termasuk pekerjaan atau kesibukan kelompok sasaran; sedang bekerja, istirahat dll.

- 9- Setelah rancangan jadwal program tersedia masih ada langkah lain yang menentukan format sebuah studio yaitu menentukan bahasa yang digunakan disesuaikan dengan segment, resmi tidak resmi, bahasa persatuan penyiar, ucapan salam, bahasa pembuka dan penutup penyiaran, motto studio, jingle dll yang semuanya mencerminkan format dan identitas media yang dibuat.

Bahasa Siaran:

Memilih bahasa merupakan langkah yang paling penting dalam menentukan format radio atau TV. Jika penyiaran ditujukan kepada anak –anak muda atau remaja, maka bahasa yang dipakaipun bahasa dan gaya yang beredar dalam pergaulan mereka. Demikian juga jika sasarannya adalah orang dewasa, ibu-ibu, maka yang dipakai adalah bahasanya orang dewasa. Termasuk pemilihan bahasa daerah dan bahasa resmi, semuanya disesuaikan dengan sasaran.

Untuk sasaran umum sekaligus mencerminkan kepribadian bangsa RRI misalkan mempunyai gaya bahasa yang khas, penggunaan bahasa Indonesia yang baik oleh para penyiarnya dijadikan ciri khas penyiaran RRI, begitu juga dengan intonasi serta nada suara, hal itu sangat jauh berbeda dengan bahasa yang beredar di radio-radio lain dengan segment yang berbeda.

Termasuk dalam bahasa juga sapaan khas terhadap pendengar harus dipilih sesuai sasaran, dengan pertimbangan bahwapendengar harus dihargai apakah dia dipandang sebagai profesional misalkan untuk radio bisnis, sebagai sahabat, karib, mitra, dan lain-lain. Tidak ada ketentuan khusus mengenai sapaan pendengar ini yang penting dapat mengena dan mengangkat kebanggaan tersendiri bagi pendengar ketika disapa.

Salam pembuka dan penutup yang senantiasa diucapkan penyiar atau pembawa acara juga harus ditentukan, kegunaannya untuk memberikan identitas radio siaran yang kita buat termasuk juga jingle dan lain sebagainya. Semua pemilihan tersebut diselaraskan dengan misi yang diemban oleh studio penyiaran.

Pesan Dakwah dan Edukasi:

Materi penyiaran bisa dikelompokkan dalam berbagai fungsi yang harus diformat sedemikian rupa. Tugas utama radio atau tv penyelenggara penyiaran adalah: fungsi hiburan, fungsi pendidikan, fungsi informasi. Berapa persen hiburan berapa persen edukasi dan berapa persen informasi harus ditentukan. Misalkan informasi 15 % hiburan 30 % edukasi dan dakwah 45 % sisanya untuk info komersial 10 % jumlah 100 %.

Pesan-pesan edukasi dan dakwah bisa mengambil tempat dalam bentuk mata acara tersendiri seperti mimbar pagi atau renungan sore, bisa juga didistribusikan dalam berbagai mata acara yang tersedia selama jam on-air. Kebanyakan radio menggunakan kedua-duanya. Membuat mata acara tersendiri juga menyisipkan pesan dakwahnya dalam berbagai acara melalui penyiar dari masing-masing mata acara.

Ketika sebuah radio hendak diformat sebagai radio dakwah tidak berarti berisikan ceramah semuanya, hingga nampak kaku, namun yang terpenting adalah adanya pesan dakwah yang tersampaikan terhadap pendengar. Semuanya sangat ditentukan oleh pendistribusian pesan yang hendak disampaikan; lihat kembali kaidah-kaidah dakwah yang telah dibahas di muka.

Dari Audiences ke Pergeseran Peran Media

Pendahuluan

Cara berfikir tentang “Audien” adalah merupakan pokok pembahasan makalah ini, jadi semua yang berkenaan dengan pembahasan yang menjadikan *understanding of audiences* (memahami audiences) sebagai bahan kajian. Tegasnya pembicaraan mengenai metode menganalisa teks. Di antaranya ada sedikit pembahasan mengenai sejauhmana keterikatan audiences terhadap teks, ini diungkap dalam konten analisis.

Dalam studi-studi media, “audien” adalah kelompok atau individu yang dijadikan sasaran serta dibangun oleh industri media.

Secara ekstrem ada dua model yang dipakai dalam mempelajari audiences; model effect dan model penggunaan serta gratifikasi: Model effect (disebut juga model hipodermik) nama yang diberikan pada pendekatan yang menekankan apa yang dilakukan oleh media pada audiennya. Power diasumsikan terletak pada “message”. Media dalam operasionalnya kadang disebut “media masa”, atau “komunikasi masa” untuk menekankan ukuran dan skala operasionalnya, Bahasa yang digunakan dalam model ini sering mengimplikasikan bahwa makna “disuntikan” dengan power pada audien. Tahap berikutnya untuk menguraikan media dalam bekerja sering seperti sebuah biusan. Lalu memberi kesan bahwa audien terbius, kecanduan, dan menjadi korban.

Di sisi lain, model penggunaan dan gratifikasi memberi tekanan pada apa yang dilakukan pembaca atau audiences terhadap produk media. Dalam hal ini power audien dan pembaca yang dilakukan produk media pada mereka. Power dalam hal ini terletak pada audience sebagai “consumer”, audience lah yang menentukan untuk menggunakan media atau tidak sebagaimana juga audience yang menentukan apakah ia puas atau tidak puas atas apa yang disajikan media, sesuaikah dengan kebutuhannya atau tidak. Di sini audience memiliki kebebasan untuk mengkasas atau tidak sebuah produk media.

Dua pendekatan ini dengan segala variantnya kemudian dikritisi untuk selanjutnya dikembangkan dengan menyajikan pengamatan empirik terhadap apa yang terjadi di lapangan baik yang berupa pendekatan effect atau pendekatan penggunaan dan grafitasi, untuk kemudian dipadukan kedua pendekatan tersebut dalam rangka melihat seluk-beluk audiences ; di sini berarti beberapa sifat dan perilaku audiences serta gambaran umum tentang mereka, dari situ pembicaraan akan mengarah pada apa yang bisa dilakukan sebuah institusi media atas pengetahuan atau pemahamannya tentang audiences, atau dengan kata lain ‘pengetahuan tentang audiences’ dapat memberi pengaruh apa terhadap media massa.

Pembahasan tersebut selanjutnya dipadukan dengan pendekatan dakwah yang dinukil dari kaidah pokok al-Qur’an tentang dakwah atau amar *ma’ruf dan nahyi munkar*

Beberapa Pendekatan

I. Model Effect:

1. Frankfurt School: Upaya memahami audiences telah dilakukan oleh Frankfurt School yang mengajukan teori tentang “kemungkinan adanya effect media, terutama setelah penggunaan radio dan film sebagai alat propaganda oleh fascism Jerman. Kebanyakan teori Frankfurt ini menggambarkan kekuatan media Amerika, termasuk periklanan dan bentuk hiburan. Ia merupakan variant dari teori kritik Marxism. Menurut teorinya perusahaan-perusahaan kapitalis memiliki dan mengontrol media”.⁶⁴ Nama nama seperti Theodore Adorno (1903-70) Herbert Marcuse (1898-1973) dan Max Horkheimer (1895-1973) disebut-sebut sebagai pelopornya.

⁶⁴ Branston Gill and Roy Stafford, *The Media Student’s Book*, Routge NewYork, Cet, 2003,h,149

2. Model Effect ini pada perkembangan berikutnya menekankan pada *panomena baru televisi pada tahun 1950an*. “Perhatian ini diingatkan oleh peningkatan tindak kekerasan yang dinilai memiliki hubungan erat dengan penyajian kekerasan oleh tv.”⁶⁵ Kekhawatirana tersebut telah melahirkan sebuah gerakan *moral* seperti yang dilakukan oleh himpunan penonton dan pendengar nasional (*National Viewers’ and Listeners’ Association*) di Inggris dan pergerakan orang tua (*parental movements*) di USA yang mencoba mengajukan tuntutan agar media lebih dikontrol. Karena menurut asumsi mereka , media adalah penyebab utama keterjerumusan masyarakat terhadap tindak kekerasan.
3. Sisi lain dari model effect adalah perhatian terhadap “apakah tv mempengaruhi sikap politik masyarakat” ini terjadi pada tahun 40 an.
4. Dalam perhatian terhadap effect media ini juga banyak dikembangkan teori *behavior* BF. Skinner (1904-1990) juga Pavlov yang mencoba meneliti respons binatang setelah diberikan rangsangan. Teori ini dipakai untuk melihat effect media terhadap tingkah laku anak. Kemudian pada gilirannya dunia periklanan memanfaatkan teori ini; “pengulangan pesan dan penguatannya oleh tv dapat mempengaruhi audiences”⁶⁶. Percobaan lain dengan memakai pendekatan behavioris ini juga dilakukan sebagaimana diungkap oleh Bandura & Walters (1963) tentang “Bobo doll experiment”⁶⁷; kepada anak disajikan tontonan kegiatan orang

⁶⁵ *Ibid*

⁶⁶ *Ibid*, h, 150

⁶⁷ *Ibid*

dewasa, lalu diamati tingkah lakunya anak tersebut dalam kesendirian, ternyata anak tersebut mengkopi kegiatan yang ditayangkan tadi.

Problemnya, dalam effect model pengaruh media senantiasa diasumsikan negatif, tak pernah positif, terutama televisi. Jika dilihat secara lebih dekat jenis-jenis tulisan (e.g editorial tabloid) bahwa keinginan mensensor, senantiasa menyeret pada dua posisi kontradiktif yang kadang menimbulkan kepanikan moral: pertama media menghasilkan inactivity, membuat malas. Kedua, media menghasilkan aktivitas tapi aktivitas yang jelek seperti kekerasan.

Yang dimaksud dengan *mass audience* menurut model ini adalah kaum wanita dan anak-anak yang paling banyak memiliki peluang karena diasumsikan anggota masyarakat yang “lemah” dan mudah terpengaruh.

Ada beberapa penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan kapasitas tv dalam membentuk persepsi tentang kekerasan, politik dll. Misalkan Gebner & Gross (1976) yang menyatakan bahwa “the more television you watch, the more likely you are to have a fearful attitude to the world outside of home”.⁶⁸ Lazarsfeld *et al*, (1944) “menyimpulkan bahwa pemilih suara (voters) sangat menolak pengaruh media sejak preposisi individual atau preferensi politik dipengaruhi oleh media yang mereka akses. menurutnya pemimpin local sangatlah berpengaruh pada pemilihan suara,” pernyataan ini mengawali asumsi bahwa media berperan hanya sebatas mendukung ataupun membantu, tidak lagi berupa “pencuci otak” atau agen perubahan yang radikal.

II. Uses & Gratifications Model:

Model ini pertama kali muncul di Amerika Serikat sejalan dengan kemunculan televisi serta pendekatan sosio-psychological terhadap media sekitar tahun 40an, sebagaimana juga penggunaan pendekatan sosio-cultural terhadap negosiasi audiences dengan media.

Pada tahun 1950 an para peneliti Amerika mulai mengadakan penelitian berkenaan dengan tv, pertanyaannya yang diajukan kepada masyarakat adalah,

⁶⁸ *Ibid*, h, 152-153

kenapa mereka menonton tv?, kesimpulannya adalah bahwa *personality type* tipe kepribadian audien menanggapi beberapa kebutuhan, satu kebutuhan yang ditata oleh media masa untuk memenuhi kepuasan audien (Morley 1991). Kebutuhan yang dikelompokkan pada beberapa kategori seperti kognitif (learning) ; afektif (emotional satisfaction) ; tension release (relaxation) ; integrasi personal (help with issues of personal identity) ; integrasi sosial (help with social identity).

Model ini tidak tertarik untuk mengkritik budaya kapitalist yang secara extrem bisa dikatakan kehadirannya untuk menghilangkan pengaruh media, mereka menghindari istilah integrasi sosial, beberapa istilah yang diungkap adalah, *choice, consuming, dan user*. Secara atraktif peran seperti remot kontrol tv, pembaca yang aktif semuanya menunjukkan bahwa media tidak lagi menjadi alat brain washing beberapa penulis baru mewakili model ini; Jenkins 2000, Barker & Brooks 1998, dan Hill 2002.

III. Asumsi Tentang Audiences:

Untuk menduga-duga audiences bisa menggunakan cara seperti menganalisa konten atau isi dari informasi yang disajikan media, cara ini didukung oleh Rose 2001. menurutnya metode riset ini merupakan metode paling tepat untuk mengetahui audiences; “content analysis counting what you (think you) see”.⁶⁹

Apa yang dianalisa adalah semua yang berhubungan dengan konten suatu media, seperti, bahasa, teks, photo atau gambar, kemudian diajukan kepada responden untuk memilih dari sekian banyak komponen isi media tersebut mana yang paling menentukan dalam mempengaruhi audiences, bahasakah, photo, atau lainnya.

⁶⁹ *Ibid*,155

Selain menggunakan metode analisi konten, ada juga metode lain yang diperkenalkan pada tahun 1960an di Inggris, yaitu semiotic strukturalis , pertanyaan yang mereka lontarkan adalah; “*how does this programme or ad or movie produce meaning? Kemudian with what code and conventions is it operating?*”⁷⁰

Namun metode ini kemudian ditentang oleh Stuart Hall (1974) dalam papernya “The television discourse –encoding and decoding” dia mencoba memperbaiki beberapa kunci pendekatan untuk mengenal audiences, baginya metode konten analisis, tidaklah tepat karena tidak ada hubungan antara teks dan audiences, demikian juga ia mengkritik Marxist karena menurutnya ada perjuangan yang konstan tentang negosiasi antara media dan audiences, jadi pendekatan ideologik tidaklah tepat. Selain Hall juga berada dibelakang pendekatan uses and gratification, yang menyatakan bahwa audiences memiliki kebebasan individual dihadapan media, sebagai jalan keluarnya ia menyatakan: “*audiences members share certain frameworks of interpretations and that they worked decoding media text rather than being ‘effected’ in a passive way*”.⁷¹

David Morley’s sejalan dengan Charlotte Brunson dalam majalah *Nationalwide* mencoba memfokuskan analisisnya pada; pertama, kekuatan struktur *outside* teks media dengan peruncingan pada audiences dari sudut class, gender, ethnicity, umur dll; kedua kekuatan struktur *within* (dari dalam) teks dan institusi media. Ini berarti bahwa beberapa program kadang berada dibawah tekanan, atau mencoba untuk mempromosikan, bacaan pilihan yang sejalan dengan ideologi dominan, namun ada usaha kuat untuk menyajikan makna lain yang memungkinkan dalam teks.

Model Gramscian yang menyatakan adanya hegemoni kekuasaan dalam media tersebut, kemudian dipakai Haal untuk akhirnya menyatakan bahwa ada tiga type ‘membaca’ yang dilakukan audiences; pertama, disebut *dominant* yaitu saat pembaca menerima apa bacaan yang dipilhkan media; kedua *oppositional* , ketika makna dominan ditangkap tapi ditolak secara kultur, politik atau secara

⁷⁰ *Ibid*, h, 157

⁷¹ *Ibid*,h, 158

idiologik; ketiga *negotiated* ketika pembaca menerima, menolak atau mencoba memperbaiki yang ditawarkan program

Perhatian berikutnya penelitian dilakukan dengan pendekatan antropologis, yaitu pendekatan *ethnografi* dalam pengkajian media, pendekatan ini mencoba menyelidiki beberapa area termasuk; kontek penerimaan domestik, kompetensi kultur general, lalu teknologi dan konsumsi.

Berkenaan dengan konteks penerimaan dan kompetensi cultural, penelitian dilakukan Morley (1986) Gray (1992) dan banyak lagi yang lainnya. Suatu penelitian di London School of Economic tahun 1999 bahwa TV CD-Roms, Computer dan Internet telah membuat gaya hidup baru; “*living together separately*” . dua dari tiga anak dewasa ini memiliki TV sendiri di kamarnya.

Konsep Bourdieu’s tentang kompetensi cultural sangat bermanfaat untuk memahami konteks penggunaan media serta kebahagiaan yang diterima oleh pembaca maupun audiences dalam berbagai bentuk media. Ia mengungkapkan bahwa media dan seni yang dirasakan sangat familiar dan mudah beserta kaitannya dengan kelas sosial melalui kompetensi kultural bisa diperoleh. Yang dimaksud kompetensi kultural di sini bukanlah ketepatan dan efektifitas, melainkan kesamaan pengetahuan dan perspektif. Tentu saja dalam banyak hal memiliki nilai –nilai sosial, maka dalam hal ini kita perlu menambahkan unsur teknologi pada daftar proses yang mengembangkan status dan kompetensi.

Penggunaan teori ini membuat kaum wanita dipilih sebagai narator dalam iklan sabun misalkan, supaya lebih familiar dan lebih bersifat domestik, karena mereka (wanita) dianggap kurang mampu dan bodoh. Walaupun sekarang telah banyak perkembangan kompetensi kultural di kalangan kaum wanita bahkan anak-anak, mereka sudah bisa menggunakan komputer dan teknologi lainnya.

Dengan teori kompetensi cultural ini bisa dilihat kelas sosial yang tinggi akan lebih mengakses kompetensi cultural dibanding kelas dibawahnya. Selain kaum wanita juga lebih sedikit yang mampu menggunakan teknologi baru seperti komputer dll sehingga dapat dilihat kesenjangan terjadi antara kaum wanita dan pria dalam hal kompetensi, jadi dari sini dapat dilihat bahwa “information rich’

dan “information poor” terjadi juga dalam gender tidak dalam kelas sosial, serta dalam pembagian dunia Utara-Selatan semata.

IV. Audiences dalam Media:

Banyak cara yang dilakukan oleh audiences untuk “memasuki” media, hingga dapat dinilai sebagai tindakan mempengaruhi praktek media. Beberapa diantaranya seperti *thelepone*-in suatu program media yang memberi kesempatan pada audiences-nya untuk berpartisipasi dalam pengisian program berupa pertanyaan atau pengungkapan gagasan, bentuk lain lagi adalah dengan talk – show, atau acara interaktif lainnya, surat pembaca, atau polling pendapat.

Adanya berbagai kegiatan yang dipasilitasi media supaya audiences ikut aktif mengkonstruksi makna yang disajikan media, menunjukkan ada keaktifan dua belah pihak media-audiences, ini menghilangkan sikap ekstrem terdahulu baik kalangan Marxist maupun Liberalist, atau dalam konteks ini baik pendekatan effect maupun pendekatan use and gratification. Karena yang ada justru saling memberi dan saling menerima antara media dan audiences. Barangkali ini bisa dipandang sebagai perkawinan antara dua kutub yang saling bertentangan sebagaimana yang diidamkan Michael Gurevitch, dkk dalam *Culture Society And The Media* 1982⁷².

Tinjauan Kritis atas Berbagai Teori

Berbagai pendekatan dan teori yang dikemukakan di atas semuanya bertujuan untuk memahami audiences sebagai “sasaran” media. Pendekatan effect mencoba melihat kekuatan pengaruh media terhadap audiences-nya dengan kesimpulan bahwa media sangatlah berperan dalam mempengaruhi audiences, sedangkan pendekatan use & gratifications model, melihat bahwa kebebasan audiences memiliki kekuatan untuk menghadapi media, mereka bisa memilih atau bahkan tidak mengakses media sama

⁷² Lihat kesimpulan yang ditawarkan mereka dalam chapter “the study of the media: theoretical approach”

sekali. Kemudian untuk mengenal media ada juga yang melihat dari sisi konten media sebagai bahan kajian, hal ini ditentang oleh Hall yang mencoba menerapkan teori use dan gratifikasi dengan penekanan pada apa yang diusulkan Gramsci berkenaan dengan teori *hegemonic* media. Teori tersebut diperkaya lagi dengan melihat kompetensi kultural sebagai cara untuk mengetahui audiences, teori yang melihat adanya kesenjangan antara miskin kaya dalam mengakses kompetensi kultural sebagaimana kesenjangan terjadi juga dalam gender dan kelas sosial.

Kalaulah diamati secara cermat, semua pernyataan yang diajukan berbagai pendukung teori tersebut di atas mengandung potensi untuk “benar”. Kebenaran tersebut bisa terlihat jika semua kegiatan audiences dipandang sebagai “sikap” terhadap media. Ketika berbicara sikap tentu saja menyangkut konteks kultural audiences, dengan segala predikat yang bisa disandang mereka, seperti bodoh, mahir, pintar, yang merupakan konteks pendidikan, belum lagi konteks religius dan konteks budaya lokal, geografis, etnik, kemampuan berbahasa, gender usia, ideologi, pandangan hidup, dll.

Berbagai komponen di atas jika dihimpun akan merupakan ciri-ciri umum dari audiences suatu media. Penghimpunan tersebut haruslah berdasarkan kategori tertentu, misalkan dari segi usia, gender, tingkat pengetahuan, keterikatan kultur lokal, agama, dll, dengan menggunakan pendekatan psikologis.

Isu sentral yang dikemukakan para peneliti beredar sekitar tiga hal, apakah media memiliki efek terhadap audiences-nya? Adakah audiences memiliki kebebasan memilih? Dan sikap apakah yang bisa diambil audiences? Ketiga pertanyaan tersebut masing-masing mendapatkan jawaban sesuai spesifikasi kajian teori –teori di atas, dan kalau dicermati bisa digambarkan sebagai berikut:

1. Pengaruh:

Segi pengaruh media, bisa dilihat kemungkinan siapa yang paling mudah terpengaruh, dalam hal ini anak-anak, remaja dan kaum wanita, bila dilihat dari segi usia dan gender dinilai lebih memungkinkan untuk terpengaruh oleh media demikian juga “keterdidikan” dan keberagamaan, khusus untuk kasus anak-anak dan remaja, kontrol orang tua sangat berperan.

2. Tindakan:

Dari sudut tindakan yang dilakukan audiences terhadap media, bisa berupa pemutusan hubungan atau menjalin hubungan dengan media yang diaksesnya, ini berkaitan dengan kepuasan dan kebahagiaan, need audiences lah- yang berperan untuk menggerakkan tindakan apakah dia memindahkan chanel tv, atau tune radionya atau membanting majalah, Koran, buku yang dibacanya.

3. Sikap:

Terlepas dari tindakan yang dilakukan oleh audiences, akan muncul sikap menolak, menerima atau bernegosiasi dengan “pesan” media yang sampai padanya. Berperan dalam penentuan sikap ini adalah usia, pendidikan (kompetensi cultural) keyakinan agama, gender, dan status sosial, ditambah dengan persyaratan point 1 di atas.

Dengan demikian dapat dikatakan semua pendekatan tersebut terdahulu semuanya saling melengkapi satu sama lainnya. Dengan alasan bahwa memahami audiences haruslah secara utuh melihat berbagai dimensi yang terkait dengannya. Penelitian secara terpisah membuat hasil penelitian itu hanya mampu mengungkap segi-segi tertentu saja dari audiences, dan belum bisa dikatakan sebagai pemahaman atas karakter audiences. Padahal upaya pemahaman atas audiences ini adalah upaya untuk mengenal mereka secara utuh, hingga dari situ dapat dijadikan acuan dalam menentukan program atau bahan yang akan disajikan institusi media.

Sebenarnya ada timbal balik antara audiences dan media, ketika sebuah institusi media melakukan penelitian atau katakanlah studi kelayakan untuk membuat program yang diproduksinya, sementara dalam waktu yang sama juga audiences banyak mendapatkan informasi atau menikmati dari program yang disajikan media berkat studi kelayakan yang dilakukan pihak media.

Yang menarik disini adalah ada *pergeseran* peran dan fungsi media yang awalnya berupa “corong” yang dimiliki katakanlah kelompok kuat, kini berubah menjadi “pelayan audiences”, karena barangkali populasi media yang kian banyak dengan semangat kompetisi satu sama lainnya masing-masing berusaha merebut “audiences” dan memeliharanya, maka media seakan ditantang untuk selalu menjadi “pelayan yang baik” bagi pelanggannya. Pergeseran ini akan mempengaruhi juga perkembangan dunia

periklanan, sebagai produsen “pesan”, bagaimana para ahli periklanan harus membuat story iklan yang enak ditonton atau enak dipandang atau menarik untuk dibaca?

Pergeseran Peran Media & Dakwah

Ditengah hingar bingarnya informasi, kepadatan gelombang elektromagnetik, dan arus deras produksi media, terciptalah multi choises, banyak pilihan yang bisa diakses oleh audiences. Maka pola dakwah juga harus dapat menyentuh ‘need’ audiences, dengan memperhatikan segi kepuasan, dengan tetap berdasarkan pada kaidah-kaidah *amar ma’ruf nahyi munkar*.

Sebenarnya prinsip memahami audiences ini telah lama diperkenalkan para ahli bahasa Arab yang mencoba memahami teks-teks al-Qur’an dari segi gaya bahasa. Istilah pembagian mukhatab dalam ilmu *balaghah* kepada tiga tingkatan ; *khalidzihni*, *munkir* dan *mutaradid*, adalah suatu upaya pemahaman audiences dari sudut pengetahuan dan sikap terhadap informasi yang diterimanya⁷³. Untuk kemudian dari situ dibuatlah aturan ketepatan penyampaian informasi (*khabar*) yang paling tepat.

Kemudian dari segi resistensi audiences, al-Qur’an mengangkat sikap hati-hati atas pembawa berita, mengkritisi berita, dan menelusuri sumber dan kebenarannya sebagaimana diungkap dalam surat al-Hujrat ayat 6 & al-Nuur ayat 19.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصِبْحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُم نَادِمِينَ
(الحجرات:6)

Hai orang yang beriman, jika seorang fasik membawa berita kepadamu, selidiki dahulu kebenarannya, jangan-jangan kamu salah sasaran memerangi /memusuhi orang karena berita yang dibawanya, kemudian kamu menyesal.

إِنَّ الَّذِينَ يُجِبُونَ أَنَّ تَشِيْعَ الْفَاحِشَةِ فِي الدِّينِ ءَامَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ(النور: 19)

Orang yang mengehdaki kejahatan menyebar di kalangan orang mu’min akan mendapatkan siksa yang pedih di dunia dan akhirat, Allah maha mengathui dan kamu seklain tidak .

Demikian juga dalam hal memilih “pesan” yang bisa diterima, al-Qur’an memberikan pedoman pesan yang baik; “mendengarkan perkataan dan mengikuti yang terbaik dari perkataan itu”.

Adapun kaidah *amar ma’ruf dan nahyi munkar* disusun oleh Ibnu Taimia dan Abdul Hamid al-Bilali beberapa point berikut:

⁷³ Bandingkan dengan kesimpulan Hall tentang sikap audiences terdapat media

1. Menyuruh Kebaikan dengan cara yang baik & Mencegah Kemunkaran dengan tidak berbuat munkar
2. Mendahulukan Maslahat.⁷⁴
3. Lemaha lembut, sabar & kasih sayang.
4. Menghadapi kejahatan dengan kebaikan
5. Mendahulukan yang lebih penting terhadap yang penting⁷⁵
6. Mencegah Kemunkaran dengan bertahap.

Kaidah tersebut di atas, dalam konteks perebutan audiences dan dakwah melalui media massa, pesan-pesan dakwah tersebut harus dapat dikomunikasikan dalam bentuk sajian yang menarik, mengesankan, serta memuaskan. Dalam hal ini prinsip periklanan dapat dijadikan acuan, pengulangan, menarik, mengesankan, dst.

Penutup

Audiences adalah salah satu komponen penting dalam pembahasan media masa, karenanya mengerti audience dengan segala seluk beluknya menjadi penting untuk diketahui.

Berdasarkan kedua pendekatan tadi audience dipandang sebagai suatu “sasaran” media yang dapat dipengaruhi, namun mereka juga memiliki kebebasan untuk menerima atau tidak menerima, dalam hal ini berarti media dan audiences saling mempengaruhi satu sama lainnya; kedua-duanya aktif, yang berarti pergeseran peran media sebagai corong penguasa dan pengusaha telah berubah sebagai ‘pelayan’ audiences.

Dalam konteks perubahan peran ini, maka masalah dakwah menjadi juga agenda dari media sebagai “pelayan”, secara empirik di Indonesia, tak peduli siapa pemilik media tersebut, semuanya menghadirkan kegiatan keagamaan sebagai salah satu programnya, dengan sapaan *salam* yang disepakati untuk digunakan para anouncernya dalam membuka atau menutup pertemuan kebanyakan radio dan tv. Sisanya tinggal bagaimana mengorganizing pesan dakwah dalam konteks kontemporer supaya tidak

⁷⁴ Ibnu Taimia, *al-Amru bil Ma'ruf wa al-Nahyi an il-Munkar*, Beirut, Daar el Kutub, h,17

⁷⁵ Abdul Hmid al-Bilali, *fiqhul inkar fi inkari-l-Munkar*, Kuwait, Daarudakwah, 1986, h, 80

menjemukan, dan memiliki banyak penggemar, walaupun tidak berbentuk program seperti ceramah, drama, bagaimana menyiasati penyampaian pesan tersebut, agar dalam banyak kesempatan pesan dakwah bisa tetap tersampaikan tanpa harus menjadi agenda formal, namun audiences tetap mendapatkan “hak”-nya untuk menerima pesan religius, yang itu juga mewakili “need” mereka. Tentu saja semuanya harus dapat memuaskan audiences, hingga tidak dialih tune-kan audiences-nya. Aktivitas dakwah mirip dengan kegiatan periklanan!

Mempetakan Kajian terhadap Media Masa

I. Pendahuluan

Penting untuk dilihat berbagai pendekatan yang dilakukan para peneliti *mass media* untuk kemudian dikelompokkan peta dari berbagai landasan epistemologis kajian atas satu permasalahan tertentu. Permasalahan *mass media* yang dewasa ini –bahkan sejak PD I-- sering diklaim sebagai memiliki kekuatan bahkan disebutkan kekuatan keempat⁷⁶ setelah yudikatif legislative dan eksekutif.

Apakah benar media memiliki kekuatan dahsyat dalam mempengaruhi *audience* atau biasa biasa saja? Pertanyaan ini telah menggelitik para ilmuwan komunikasi dan sosial untuk melihat sejauhmana dampak *mass media* dalam mempengaruhi massa. Selain itu juga penelitian diarahkan pada institusi media, apa dan siapa yang dimaksud dengan institusi media, siapa atau apa yang memiliki rating tertinggi dalam tubuh organisasi tersebut dalam menentukan pesan media menjadi permasalahan yang dinilai pantas untuk dikaji. Pertanyaan lain yang diajukan adalah adakah perubahan pandangan terhadap *mass media*, kalau ada apakah perubahan itu, sejak kapan dan bagaimana? Selanjutnya secara empirik ideology media mana yang lebih dominan dalam praktek jurnalistik saat ini?

Tulisan ini akan mencoba menelusuri pergumulan teoritis tersebut dengan mengkritisi karya Michael Gurevitch at all. *Culture, Society and the media*, terutama chapter 1 “the study of the media: theoretical approach”.

Setelah memaparkan berbagai pandangan mereka, penulis akan memberikan tanggapan atas sesuai dengan konteks yang berlaku dewasa ini dalam dunia jurnalistik, terutama di Indonesia.

II. Pembahasan

A. *Marxist dan Liberalist Pluralist:*

1. *Liberalist-Pluralist:*

Dalam Britannica 2001 ditulis bahwa term liberalisme adalah “political philosophy emphasizing the value of individual liberty and the role of the state in protecting the rights of its citizens”⁷⁷ Liberalist berarti sebutan untuk kelompok

⁷⁶ Asep Saepul Muhtadi, *Jurnalistik Pendekatan Teori & Praktek*, Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1999. Cet II.

⁷⁷ Encyclopedia Britannica 2001 CD Room “Liberalisme”

peneliti atau pemikir –dalam konteks studi media di sini—yang membangun teorinya atas dasar kebebasan individual.

Sedangkan yang dimaksud Pluralis adalah “in social and political thought, the autonomy enjoyed by disparate groups within a society--such groups as religious groups, trade unions, professional organizations, or ethnic minorities.”⁷⁸ Jadi kaum *pluralist* adalah mereka yang melihat otonomi sebagai suatu yang harus dimiliki oleh group-group tertentu dalam masyarakat terutama kelompok minoritas. Dengan kata lain pandangan ini memandang perlunya hak otonom bagi kelompok minoritas dalam suatu komunitas yang luas.

Maka sebutan *Liberalist-Pluralist* merujuk pada aliran pemikiran yang mengutamakan kebebasan individual dan otonomi, dalam hal ini perkembangan teori ilmu sosial yang didasari pandangan tersebut.

2. *Marxist*:

Marxist adalah kelompok pemikiran dengan teori yang dipakai Karl Marx dan kawan –kawannya dalam penelitian sosial. Dalam membangun teorinya Marx mengajukan tiga hipotesis bermula dari *Historical materialism*, yang merupakan kritik terhadap materialisme, lalu *Analysis of the economy*, yang menilai bahwa gerak sosial itu ditentukan oleh factor ekonomi, serta *Analysis of the society*, yang melahirkan kesimpulan adanya *The class struggle*; perjuangan antara kelas borjuis dan proletar. demikian seperti diringkas Britannica⁷⁹. Dengan demikian sebutan *Marxist* dalam studi yang dilakukan oleh James Curran dan kawan-kawan adalah mereka yang membangun teorinya berdasarkan pada teori yang diajukan Marx.

Sedangkan *neo-marxist* adalah mereka yang mencoba untuk mengawinkan teori *Marxist* dengan pandangan *Liberalist*, artinya keseimbangan antara kerja keras dan kepemilikan.

B. Power Media:

1. Konsensus awal:

⁷⁸ Encyclopedia Britannica 2001 CD Room “Pluralisme”

⁷⁹ *Ibid*

Saat perang dunia pertama ada semacam consensus dikalangan para penulis baik yang berhaluan kiri maupun kanan bahwa media memiliki kekuatan yang besar dalam mempengaruhi dan merayu masyarakat.

Berdasarkan pemahaman tersebut maka produksi media mendapat perhatian yang sangat besar untuk menciptakan kalangan pembaca pendengar maupun penonton yang dibangun atas “keyakinan terhadap peran media” tadi serta didukung oleh penggunaan teknologi baru seperti mesin cetak, radio dan film.

Usaha tersebut juga didukung oleh pandangan sosiologis tentang masyarakat urban yang dinilai tidak mengakar, teralienasi dan tidak stabil, ditambah lagi dengan dugaan bahwa masyarakat urban relatif tidak memiliki semangat untuk membentengi diri jika dibanding dengan masyarakat rural yang masih dibingkai oleh karakteristik dan tradisi nilai yang mereka anut. Walaupun nampak lucu, ada dugaan bahwa *mass media* telah mampu mem-*brainwash* (mencuci otak) masyarakat selama PD I dan mampu membangkitkan fasisme di Eropa (Michael Gurevitch at all.hal 11). Dalam hal ini media dipandang sebagai “word bullets” yang dicurahkan pada benak masyarakat sebagai “korban” yang pasif.

2. Pandangan Orthodox & New Orthodox:

Sejak tahun 40-an sampai 60-an muncul suatu aliran “orthodox” yang menilai bahwa kekuatan mass media sangatlah terbatas, seperti yang diungkapkan Klapper (1960) “mass communications”, he concludes, “ordinary do not serve as a necessary and sufficient cause of audience effect” (h,12). Jadi bukan masyarakat yang dimanipulasi media tapi sebaliknya justru audience lah yang memanipulasi dan membantah media. Audien tidaklah passive seperti keyakinan sebelumnya, mereka bisa memilih mana yang dikehendaki dan bisa justru mendajikan pengaruh yang mereka terima dari media sebagai bahan untuk merespon media.

3. Pandangan New Look:

Pandangan ini diistilahkan oleh Jay Blumler, muncul tahun 60-70an, suatu pandangan yang merupakan reaksi atas tradisi new orthodox yang dikemukakan Klapper sebelumnya. Pertanyaan seperti apakah tidak ada peran *persuasive* media saat ada attensi audience, ketika informasi melahirkan sikap yang brekembang,

ketika sumber media benar-benar prestisius, sangat dipercaya, dan sangat disukai, saat terciptanya monopoli pengkondisian? (h,12-13)

4. Pandangan *Marxist*:

Teori media bagi *Marxist* adalah berlandaskan pada teorinya tentang kelas pada masyarakat serta pergumulan antara borjuis dan proletar.

Mengkritik paham yang menyatakan kekuatan media sangatlah terbatas, kalangan *Marxist* pada tahun 70-an mengungkapkan bahwa media sudah menjadi agen diologi yang berperan sebagai pemelihara dominasi kelas. Sebagaimana juga mereka berpendapat bahwa media memiliki kekuatan *strategic* dalam memperkuat *system* sosial yang dominan (h,14)

5. Pandangan *Liberalist Pluralist*:

Tradisi *Liberalist-Pluralist* mencoba melihat kekuatan media dengan menyodorkan riset empiris dengan perhatian utamanya pada investigasi empirik, karenanya walaupun mengakui adanya “kekuatan” media sebagai reaksi atas pandangan klasik, namun aliran ini dinilai a-teoritis. Untuk itu James Curran mencoba membelanya dengan mengatakan teorinya dibangun atas teori-teori ilmu sosial, hanya saja tidak diformulasikan

C. Institusi Media :

Studi tentang institusi media ini dimulai oleh Inasmuch sebagai kelanjutan dari studi tentang efek media, namun yang lebih mendorong lagi “studi stas institusi media” adalah adanya perkembangan *theori* diluar *theori* riset media. James Curran dkk melihat ada tiga sumber yang berbeda dari studi intitusi media: pertama, perkembangan studi sosiologis yang semakin meluas dan merambah kepada “organisasi formal dan tingkah lakunya” sebagai kajian studi. Kedua, semakin merebaknya pengaruh teori *Marxist* yang menentang teori *Pluralist* berkenaan dengan model kekuatan dalam masyarakat, yang akhirnya melirik juga peran media dalam masyarakat hingga menjadikan stuktur dan organisasi media sebagai objek kajian. Ketiga perkembangan peran media dalam politik menuntun untuk diadakannya studi terhadap hubungan intitusi media dengan intitusi politik.

Dalam berbagai aspek yang berbeda dapat diformulasikan ada empat perhatian pokok dalam kajian tentang institusi media; *institutional structures and role relationship, the political economy of media institutions, professional ideologies and work practices, interaction of media institutions with the socio-political environment.* (h,16-17)

1. Institutional structures and role relationship:

Dalam kajian ini organisasi media dipandang sebagaimana organisasi lain yang memiliki atribut dan karakteristik tertentu yang didalamnya mencakup: struktur hirarkis, divisi buruh internal, tujuan institusi, kebijakan spesifik dalam praktek institusional dan organisasional, hubungan superior-subordinate dalam relationship. Pendekatan ini berarti menitik beratkan studi pada struktur intra-organisasi dan tingkahlakunya.(h,17).

Pendekatan ini melihat product media akan menjadi *outcome* bagi hubungan antara seluruh anggota organisasi media. Adapun berdasarkan studi ini kontrol media lebih dipandang sebagai masalah luar dari organisasi, hal itu dilakukan oleh masyarakat yang merupakan *informal channel* dan sedikit sekali bergantung pada kontrol dari dalam atau formal channel. Jika ada, itupun sifatnya kontrol dari atas ke bawah.

2. *The political economy of media institutions:*

Mengenai politik ekonomi media institusi media, yang berlaku adalah teori *Marxist*, maka isi media sangat ditentukan oleh pandangan ekonomi dari organisasi media, semua isi, pesan dan produk media adalah merupakan cermin dari kemauan iklan dan kemauan *audience* (product audience-maximizing product). Walaupun media tersebut dikontrol oleh *dominant political power* atau negara. (h,18)

Mekanismenya dapat digambarkan berikut, Pandangan ekonomi pemilik diterjemahkan menjadi → pesan. Berdasarkan pendekatan ini, keterkaitan antara ekonomi media dengan isi media harus dipandang sebagai hubungan “ideology professional dengan praktek media”.

3. *Professional ideologies and work practices:*

Profesional bagi media adalah sebagaimana dipandang sebagai ideologi media adalah memiliki nilai *objectivity, impartiality, fairness. Professionalism*

dalam media juga harus mencerminkan kebebasan berekspresi dan dengan berdasarkan pada hak publik untuk mengetahui *the public's right to know*. Maka *professionalism* harus mendapatkan otonominya. Film “insider” mencerminkan pergulatan antar profesi wartawan dan kontrol institusi media yang berlandaskan pandangan ekonomi institusi tersebut.

Berkenaan dengan ini pihak Marxist beranggapan bahwa professional bergantung pada ideologi dominan, dan sangat ditentukan oleh kultur dominan.

Kalau Pluralist melihat otonomi profesi media, maka sebaliknya menurut Marxist tidak sepenuhnya otonom, karena ditentukan oleh ideologi dan budaya yang dominan.

Kedua pendekatan tersebut diduga akan saling melengkapi satu sama lainnya dan pada gilirannya nanti akan menemukan kesepakatan. (h,19-20)

4. *Interaction of media institutions with the socio-political environment:*

Berbicara tentang interaksi institusi media dengan institusi lain, *pluralist* melihat bahwa antara keduanya ada saling ketergantungan. Sedangkan *Marxists*, otonomi institusi media sangatlah kecil, karena terkunci oleh struktur kekuasaan dan institusi dominan dalam masyarakat, maka yang disampaikan oleh media adalah viewpoint dari institusi dominan. (h,21)

D. Perubahan Perspektif Teori Sosial:

Studi media berikutnya berkembang dengan trend baru sesuai dengan trend ilmu-ilmu sosial, structuralist diwakili oleh Levi-Strauss, Louis Althusser, Lacan dan culturalist diwakili oleh Williams, Thompson dan Hogart, Stukturalist lebih memperhatikan aspek otonomi dan artikulasi media, sedangkan kulturalist lebih memperhatikan aspek “pengalaman” sebagai memiliki posisi otentik dan humanist sebagai penciptanya. Jadi pengalamanlah yang menentukan isi media dan manusia berperan membuatnya. Dengan kata lain media adalah refleksi dari budaya dan pengalaman.

E. Media, Sebuah Refleksi Kritis Empirik:

Dari kajian di atas akhirnya James Curran dkk berkesimpulan bahwa kedua kutub teoritis tadi menuju pada suatu proses pemaduan pandangan, mereka berkeyakinan suatu saat akan ada pertemuan dari keduanya. Hal ini barangkali karena mereka menilai

adanya perkembangan seracara evolusi cara pandang terhadap media dari yang sangat “powerful” misalkan kemudian dianggap “biasa-biasa saja”, sampai pada keaktifan media dan audience, begitu juga dari media bersifat “idiologik” sampai “ada pertarungan antara idiologi media dan tuntutan institusi luar media; politik dan kultur dominan”. Sebagaimana juga persaingan ketat antara kemauan “owner” dan kemauan “pasar” dari sudut ekonomi media.

Kalau dicermati semua pandangan tersebut saling melengkapi satu sama lainnya, terutama dalam dunia praktis. Para praktisi media ; owner dan institusi, kemudian pandangan ekonomi institusi media, di satu sisi, sikap audience sebagai sasaran media, di sisi lain semuanya mencerminkan pewujudan konseptualisasi media dari berbagai teori – marxist-Liberalist-pluralist—di atas, yang berarti sudah nampak ada penggabungan antara keduanya. Dengan kata lain mempertentangkan kedua kutub pendekatan tadi hanya terjadi dalam dataran teoritis , tidak pada dataran praktis.

Berkenaan dengan kondisi pengaruh mempengaruhi ini ditulis dalam *Britanica* :

Their conclusions are drawn largely from observations that many, or most, people in technological societies form their personal views of the social realities beyond their immediate experience from messages presented to them through public communication. To assume that public communication is predominantly reflective of current values, morals, and attitudes denies much common experience. Fashions, fads, and small talk are too obviously and directly influenced by material in the press, in films, and in television to support this view. The success of public communication as an instrument of commercial advertising has also been constant and noticeable. Present evidence indicates that various instruments of mass communication produce varying effects upon different segments of the audience.⁸⁰

Sedangkan berkenaan dengan pengumpulan kontrol media siapa dan bagaimana ditulis sebagai berikut:

Public communicators are not entirely free to follow their own whims in serving the masses, however. As is the case of any market, consumer satisfaction (or the

⁸⁰ *Ibid*, “effect of the media”

lack of it) limits the nature and quantity of the material produced and circulated. Mass communicators are also restricted in some measure by laws governing libel, slander, and invasion of privacy and, in most countries, by traditions of professionalism that entail obligations of those who maintain access to the public's eyes and ears. In almost every modern nation, privileges to use broadcasting frequencies are circumscribed either loosely or rigidly by government regulations. In some countries, national agencies exercise absolute control of all broadcasting, and in certain areas print and film media operate under strict government control. Written and film communications may be subject to local legal restraints in regard to censorship and have restrictions similar to those of other private businesses⁸¹.

Kutipan tadi merupakan potret dari permasalahan media secara empirik yang berlaku diberbagai belahan dunia, baik yang berhaluan kiri maupun kanan, yang juga mencerminkan dalam pengkajian media secara makro adanya kepaduan teoritis yang dipakai dalam memotret kegiatan media masa.

Untuk melihat lebih jauh dalam dataran praktis, penulis akan mencoba mengarahkan kajian pada komponen media massa berikut: "Owner & Institusi", Isi "Pesan" Media dan "Audience"

Pertama, *owner & institusi media*; tidak disangkal lagi ketika seseorang hendak membuat suatu produksi media tentu memiliki tujuan tertentu, tujuan tersebut bisa berupa idealisme yang merupakan akumulasi dari berbagai pandangan ideologik, harapan serta cita-cita atau bahkan bentuk dari kepedualian terhadap lingkungannya. Tujuan lain bisa berupa tujuan ekonomi semata; pure business --dengan prinsip *business is business*⁸².

Dengan melihat tujuan owners ini bisa dilihat bagaimana tujuannya mempengaruhi kebijakan institusi media yang dimilikinya, pergolakan antara owners dan institusi media dengan baik dilukiskan film "*Insider*" yang mengisahkan seorang wartawan untuk rubrik "60 minute" yang hasil jerihpayahnya digagalkan pihak institusi karena takut kehilangan profit.

⁸¹ *Ibid*, "Control of mass communication"

⁸² Lihat Effendy Onong Uchjana Prof. Drs. M.A., *Radio Siaran Teori & Praktek*, Bandung, Mandar Maju cv, cet,III,1991, h, 122-129

Selanjutnya ‘kemauan’ owner tadi akan diterjemahkan dalam bentuk visi dan misi institusi medianya. Sebagai contoh kasus media radio yang penulis sendiri sebagai ownernya menentukan visinya adalah “dakwah melalui media” dengan misinya “mendidik masyarakat melalui media, menciptakan keakraban antara audience dengan suasana keagamaan, memfasilitasi hubungan antara ulama dengan masyarakat”. Untuk ini bisa dilihat dalam visi dan misi sebuah institusi media. Kerangka “visi & misi” ini dijadikan alat untuk mengontrol institusi tersebut.

Sementara institusi dan organisasi yang ada didalamnya mencoba menterjemahkan visi dan misi tersebut. Memformat bentuk siaran, membuat program, penjadwalan dan semuanya harus mencerminkan dari “pesanan” owner tadi; bernuansakan dakwah termasuk memilih bahasa dan penamaan program serta sapaan terhadap audience.

Gambaran di atas menunjukkan ada kekuatan owner dan institusi dalam memformat informasi yang disajikan medianya. Dapat dibayangkan bagaimana jika pemilik media hanya mengarahkan visi mereka pada sisi “business”, maka kontrolnyapun akan berkisar pada “profit”, apakah suatu program menguntungkan atau tidak menguntungkan.

Kedua, *isi “pesan” media*; sebagaimana digambarkan di atas bahwa isi media mencerminkan visi dan misinya, maka semua hal yang akan disampaikan kepada audience diupayakan selaras dengan tujuan media tadi, ini berlaku pada pemilihan nama program, peletakkan program (jadual), pemilihan bahasa (artikulasi kata-kata) yang digunakan, pembuatan jingle, spot, termasuk juga penyaringan iklan. Mendukung misinya ada sebuah media radio di Bandung yang menolak mengiklankan produk rokok, ini berarti menyaring “informasi” yang akan ditayangkan. Sebagaimana media yang penulis miliki sendiri juga menolak penayangan pemutaran nukilan-nukilan injil, padahal profit yang diterima cukup menggiurkan.

Ketiga audience, pemirsa atau pembaca sebenarnya sangat berperan dalam menentukan pesan atau isi media, ini diyakini oleh para praktisi media. Jadi adalah realistis kalau ‘audience’ dikatakan aktif bersama media membentuk “isi” media. Suatu institusi media sebelum melakukan kegiatannya akan mengadakan studi audience ; “view audience” menurut istilah Gill Braston. Di sini latar belakang audience sangat

diperhitungkan; latar belakang pendidikan, kultur, kepercayaan atau agama, usia, ekonomi dan bahkan gendernya. Semuanya itu sangat diperhatikan dalam membuat format ataupun penyajian informasi yang akan disampaikan media. Kepuasan audience menjadi ukuran dalam hal ini. Keberhasilan dalam mengenali audience ini diukur dengan jumlah fans yang mengakses suatu media.

Ada banyak cara yang dilakukan institusi media untuk mengenal fansnya, misalkan dengan “jumpa fans”, kuis hadiah, questioner pada acara-acara off air, bahkan acara telephone –in juga sebenarnya merupakan survey tersembunyi bagi media⁸³. Jumlah telepon yang masuk pada suatu program bisa “dijual” kepada pihak pengguna jasa periklanan.

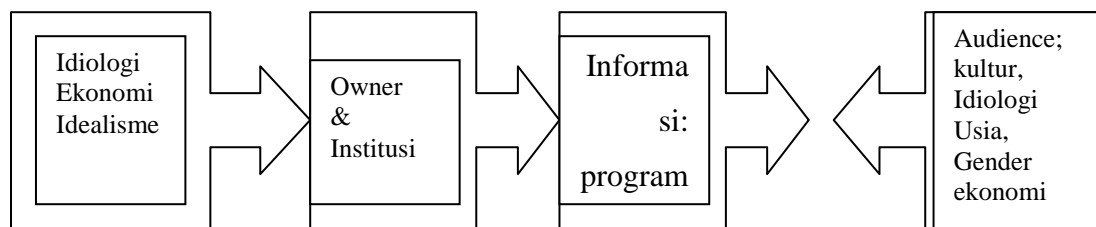


Figure 1

Figure 1 memperlihatkan bagaimana ideologi, ekonomi, dan idealisme mempengaruhi owner dan institusi, lalu institusi menterjemahkannya dalam bentuk programming dan pemilihan format, bahasa, dan isi informasi, kemudian disajikan kepada audience⁸⁴, lalu audience dengan segala yang mengitarinya mempengaruhi isi media.

Kekuatan & Kontrol	Institusi	Isi informasi/pesan	Audience
Idiologi	+	+	+
Ekonomi	+	+	+
Kultur	-	+	+

⁸³ Lihat juga “audience in the media” dalam Branston Gill and Roy Stafford, *The Media Student’s Book*, Routge NewYork, Cet, 2003, h, 165

⁸⁴ Penyajian ini tentu saja karena kesadaran akan adanya effect media yang sangat besar terhadap tindakan, sikap dan kognisi audience, lihat Baran J. Stanley, Jerilyn S. McIntyre, Timothy P. Meyer, *Self Symbols And Society: An Introduction To Mass Communication*, Addison-Wesley Publishing Company, Inc, 1984, h 255-261

Otonomi	+	-	-
Profesional	+	+	-

Figure 2

Figure dua di sisi lain memperlihatkan adanya peran ideologi pada institusi dan informasi serta audience, kemudian unsure ekonomi terdapat pada institusi, pesan dan audience, sementara kultur lebih dominan dimiliki oleh audience. Semua unsure yang terdapat dalam masing masing komponen itu saling mempengaruhi satu sama lainnya, ideologi institusi mempengaruhi pesan, demikian juga ideologi audience serta ideologi pesan, “pesan” atau isi media dikatakan memiliki ideologi karena ia merupakan tempat pergumulan ideologi pemilik dan ideologi audience serta ideologi institusi lain sebagai klien. Dari sudut otonomi, institusi media otonom, karenanya dia berhak menolak atau menerima informasi dari siapapun dalam hubungannya dengan institusi lain tak terkecuali negara. Sementara profesionalisme dimiliki oleh institusi dan isi informasi media.

Dengan demikian dapat dikatakan secara empirik bahwa yang terjadi adalah gabungan dari semua teori Marxist – Liberalist Pluralist dan masuk pada semua komponen yang ada dalam kegiatan media masa.

Penutup

Terlepas dari pemetaan teoritis sebagaimana yang dikemukakan di atas, yang kesimpulannya dapat dilihat bahwa yang terjadi dalam dunia nyata adalah penggabungan antar berbagai pendekatan, mengakhiri tulisan ini penulis mencoba mengutip ayat al-Qur'an yang berhubungan erat dengan komunikasi masa; surat al-Hujrat ayat 6 & al-Nuur ayat 19, walau penyajian kedua ayat tersebut bisa dipetakan pada pandangan ideologis dan kulturalis, karena mencoba memasukkan peran ideologis dengan mengadopsi kultur yang diinformasikan al-Qur'an untuk menciptakan "kultur baru" dalam dunia media masa.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلٰى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ
٥ (الحجرات:6)

Hai orang yang beriman, jika seorang fasik membawa berita kepadamu, selidiki dahulu kebenarannya, jangan-jangan kamu salah sasaran memerangi /memusuhi orang karena berita yang dibawanya, kemudian kamu menyesal.

إِنَّ الَّذِينَ يُجِبُونَ أَن تَشِيْعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ ءَامَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ (النور: 19)

Orang yang mengehdaki kejahatan menyebar di kalangan orang mu'min akan mendapatkan siksa yang pedih di dunia dan akhirat, Allah maha mengathui dan kamu seklain tidak .

Kedua ayat di atas jika dilihat dari sudut komunikasi merupakan pedoman komunikasi massa, bagaimana seorang jurnalis menyajikan berita, dan bagaimana masyarakat sebagai penerima berita harus bersikap, sekaligus motivasi apa yang harus dijadikan landasan dalam menerbitkan sebuah berita.

Dua ayat di atas sangatlah erat dengan komunikasi terutama dari sudut teori pesan; bagaimana pesan itu disampaikan, objektif tidaknya suatu pesan, dan bagaimana sumber pesan , kemudian motivasi penyampaian pesannya apa?

Ada beberapa kaidah yang bisa ditarik dari kedua ayat di atas:

- 3- Sikap penerima pesan dalam hal ini ummat Islam harus selektif terhadap berita yang diterima. Kurang selektif dalam menerima berita akan mengakibatkan penyesalan

- 4- Motivasi penyampaian berita atau pesan, hendaknya untuk kemaslahatan dan upaya konstruktif. Bagi yang membuat berita atau pesan yang destruktif bahkan mengkeruhkan suasana disediakan adzab oleh Allah.

Kondisi Historis Turunnya ayat 6 QS al-Hujrat ditulis sebagai berikut;

خبر ونزل في الوليد ابن عقبة وقد بعثه النبي صلى الله عليه وسلم إلى بني المصطلق مصدقا فخافهم لثرة كانت بينه وبينهم في الجاهلية فرجع وقال إنهم منعوا الصدقة وهموا بقتله فهم النبي صلى الله عليه وسلم بغزوهم فجاؤوا منكربين ما قاله عنهم وأرسل صلى الله عليه وسلم إليهم بعد عودهم إلى بلادهم خالدا فلم ير فيهم إلا الطاعة والخير فأخبر النبي بذلك⁸⁵

Bahwa Rasulullah saw mengutus Walid bin Uqbah ke Bani Musthaliq, namun karena Walid memiliki maslaha dengan Bani tersebut ia takut, lalu ia mengkhabarkan kepada Nabi bahwa bani Musthaliq akan menyerang ummat Islam, namun ketika nabi bersiap untuk memerangi mereka, mereka datang membantah pernyataan bahwa mereka mau memerangi nabi, setelah diseslidiki ternyata kaum Musthaliq benar, lalu turunlah ayat di atas.

Kondisi Historis turunnya ayat 19 QS al-Nuur adalah kejadian *Hadits Ifqi* baerita bohong berkenaan dengan tuduhan negatif kepada Aisyah ra sepulangnya dari Gazwah bani Musthaliq yang dilontarkan kaum munafik, terutama Abdullah bin Ubay bin Salul.⁸⁶

Pelajaran yang dapat di ambil dari kedua ayat tersebut adalah bahwa sebagaimana diungkap kaidah di atas, selektif menerima berita, memilih sumber yang benar dan dapat dipercaya, lalu tidak dibenarkan hanya karena motivasi tertentu menyebarkan berita bohong.

Kedua ayat di atas dapat dipahami sebagai ayat jurnalistik, semacam etik jurnalistik dalam pandangan Islam.

Dari kedua ayat di atas dapatlah ditarik etika jurnalistik dalam al-Qur'an sebagai berikut:

3- Berita:

- 1) Berita harus didapat dari sumber yang benar

⁸⁵ Tafsir Jalalain, CD ROOM

⁸⁶ Tafsir Qurtubi, CD ROOM

- 2) Harus objektif dalam menyajikan berita
- 3) Berita harus dilihat kemaslahatannya, kalau tidak mengandung maslahat jangan diberitakan. Karena akan merupakan usaha penyebarluasan kejahatan
- 4) Berita harus non kriminal.
- 5) Bersifat mendidik dalam kerangka dakwah
- 6) Berita harus tidak mengandung “kebohongan”.

4- Motivasi Pemberitaan:

- 1) Motivasi utama pemberitaan atau penulisan adalah ibadah dakwah / Ta’lim
- 2) Tidak berorientasi pada bisnis belaka
- 3) Motivasi edukasi dan Islah bukan sebaliknya
- 4) Menyebarkan kedamaian sesuai dengan pengertian Islam

DAFTAR PUSTAKA

Bahasa Indonesia

- Anthony Giddens, *The Third Way*, (Polity Press, Cambridge, 2000)
- Arkoun Muhammad, *Kajian Kontemporer al-Qur'an*, terjemah Hidayatullah, Bandung, Pustaka, Cet. I, 1998
- _____, *Pemikiran Arab*, Terjemah Yudian W. Asmin, Yogyakarta, LPMI & Pustaka Pelajar, Cet. I. 1996.
- _____, *Membongkar Wacana Hegemonik dalam Islam dan post Modernisme*, terjemah, Surabaya, Al-Fikr, Cet. I. 1999.
- As'ad Sungguh, Penyunting, *Ejaan Yang Disempurnakan*, Jakarta: Bumi Aksara, Cet. I, 1998
- Assegaf Dja'far H, *Jurnalistik Masa Kini: Pengantar Ke Praktek Kewartawanan*, Jakarta, Ghalia Indonesia, Cet I, 1983
- Capra Fritjof, *Titik Balik Peradaban, Sains, Masyarakat dan Kebangkitan Kebudayaan*, Yayasan Bentang Budaya, Yogyakarta, cet. III. 1999.
- Carnegie Dale, *Cara Yang Paling Tepat Dan Mudah Untuk Berbicara Dan Berpidato*, CV. Pionir Jaya, Bandung, 2000
- Daniels W, Handoyo Suntoyo, *Seluk Beluk Program Radio*, Yogyakarta, Yayasan Kanisius, Cet IV, 1978
- Effendy Onong Uchjana Prof. Drs. M.A., *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, Bandung, PT Remaja Rosda Karya, Cet XIV, 2000
- Radio Siaran Teori & Praktek, Bandung, Mandar Maju cv, cet, III, 1991
- Hornby, AS, *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*, Oxford University Press.
- Izutsu Toshihiko, *Relasi Tuhan dan Manusia*, terj. Agus Fachri Hesendik, Yogyakarta, Tiara Wacana, 1997,
- _____, *Konsep-konsep Etika religius dalam Qur'an*. Terj. Husein dkk, Yogyakarta, Tiara Wacana, 1993,
- Kincaid, Lawrence, D & Wilbur Schamm, *Aza-azas Komunikasi Antar Manusia, Suatu adaptasi karya, terjemah Agus Setiadi*, Jakarta: LP3ES. 1977.
- Muis A, *Komunikasi Islam*, Bandung, PT. Remaja Rosda Karya, Cet I, 2001
- Muhtadi Asep Saepul, M.A., *Jurnalistik: Pendekatan Teori dan Praktik*, Jakarta, PT Logos Wacana Ilmu, Cet I, 1999
- Nimmo Dan, *Komunikasi Politik: Komunikator Pesan Dan Media*, Bandung, PT. Remaja Rosda Karya, Cet, 2000
- Rahmat Jalaluddin, *Retorika Modern*, Bandung, Rosda Karya, 1992
- _____, *Psikologi Komunikasi*, Bandung Rosda Karya, 1992
- Stokkink Theo, *The Professional Radio Presenter*, Yogyakarta, Yayasan Kanisius, Cet IV, 1997
- Taufik M. Tata, *Refleksi Kritis Terhadap Idiom-idiom Islam, Panji Masyarakat*, 643 (1-10 April 1990) hal, 70-71.

Bahasa Inggris

- Baran J. Stanley, Jerilyn S. McIntyre, Timothy P. Meyer, *Self Symbols And Society: An Introduction To Mass Communication*, Addison-Wesley Publishing Company, Inc, 1984
- Berger Arthur Asa, *Media And Communication Research Method: An Introduction To Qualitative And Quantitative Approaches*, Sage Publications. Inc, London, 1933
- Branston Gill and Roy Stafford, *The Media Student's Book*, Routge New York, Cet, 2003
- Cassandra L. Book ed. *Human Communication: Principles, Contexts, and Skills*, New York. St. Martin's Press, 1980
- Gurevitch Michael, Tony Bennett, Janet Woollacot, *Culture Society And The Media*, Methuen And Co. Ltd, London, 1982
- Hornby, AS, *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*, Oxford University Press.
- Leo W. Jeffres, *Mass Media Processes and effects*, Wapeland Press, Inc. Illionis, 1986

- Mowlana Hamid, *Global Communication In Transition: The End Of Diversity?*, Sage Publication, London - New Delhi, 1937
- Stiglitz, Joseph.E., *Globalization And Its Discontents*, New York, Norton, 2002
- Schrank Jeffrey *stnding Mass Media*, National Texbook Company U.S.A, 1977
- Tehrani Majid, *Global Communication and World Politics, Domination, Development, And Discourse*, Lynne Rienner Publisher, U.S.A 1999
- Thayer Lee Ph.D, *Communication And Communication System: In Organization, Management, And Interpersonal Relations*, Library of Congress Catalog U.S.A, 1968, Under

Artikel

- A Agus Sriyono “Arus Balik Globalisasi”, Kompas (Jakarta), Selasa, 13 November 2001
- Agus Subagyo, *Multikulturalisme di Tengah Kultur Monolitik dan Uniformitas Global*, Kompas (Jakarta) Jumat, 28 Desember 2001
- Budi Winarno, “Reposisi Birokrasi di Era Globalisasi dan Liberalisasi Ekonomi” Kompas (Jakarta) Selasa, 30 April 2002
- _____ “Gerakan Anti-Globalisasi Mengatasnamakan Kepentingan Dunia dan Kemiskinan” Kompas (Jakarta)
- CPF Luhulima, “Globalisasi dan Manajemen Politik Luar Negeri”, Kompas (Jakarta) Kamis, 18 Januari 2001 “Thomas L Friedman dan Globalisasi” Kompas (Jakarta) Kamis, 2 Mei 2002
- Ivan A Hadar “Pendidikan Global”, Kompas (Jakarta), Kompas (Jakarta), Selasa, 11 April 2001
- I Wibowo, *Globalisasi dan Kapitalisme Global*, Kompas (Jakarta) 27 April 2002
- “Menjinakkan Dunia yang Liar”, Kompas (Jakarta) Sabtu, 2 Februari 2002
- Padang Wicaksono, *Senjakala Globalisasi*, SH 15 Oktober, 2002
- M Sadli, “Mengelola Globalisasi Pasca-Shanghai dan Doha”, Kompas (Jakarta) Sabtu, 15 Desember 2001
- Rene L Pattiradjawane, “Gejala Globalisasi: Demokrasi atau Dominasi?” Kompas (Jakarta) Rabu, 25 April 2001
- _____ “Cina dan Globalisasi *Terbunuh karena Sosialisme dan Kapitalisme*”, Kompas (Jakarta) Kamis 29 Agustus 20

CD

- Al-Qur'an 6.50 & al-Hadis*, versi Inonesia, CD-ROM
- Encyclopedia Britanica 2001, Deluxe Edition*, CD-ROM