

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kerangka Teori

Penyiar radio bertindak sebagai komunikator dalam sebuah media radio. Terutama penyiar radio dakwah, selain sebagai komunikator dalam arti umum, juga memegang peranan sebagai pendakwah. Mengingat pesan yang disampaikan merupakan pesan yang mengandung unsur dunia dan akhirat. maka dalam penyampaian siarannya harus berkualitas. Kualitas siaran radio yang bagus pastinya memiliki unsur penting yang tidak lepas, salah satunya adalah etika dalam berkomunikasi.

1. Komunikasi

a. Definisi Komunikasi

Seperti yang telah disebutkan dalam latar belakang penelitian ini, bahwa komunikasi menjadi pusat keberlangsungan kehidupan sosial. Hampir setiap aspek kehidupan terdapat proses komunikasi, namun bukan berarti semua tindakan dapat disebut sebagai komunikasi. Sebagai permisalan adalah ketika kita berbicara atau menyanyi di dalam kamar mandi, itu bukan termasuk komunikasi.

Kata komunikasi berasal dari berbagai bahasa, seperti *communication* dalam bahasa Inggris, serta dalam bahasa Latin *communis* yang berarti sama, *communico*, *communicatio*, *communicare* yang berarti membuat

sama.¹⁰ Bahasa-bahasa Latin tersebut menjadi akar dari berbagai istilah komunikasi yang hampir mirip.

Dalam pendefinisian arti dari komunikasi sendiri begitu luas. Berbagai ahli menyampaikan pendapatnya mengenai arti dari kata komunikasi. Namun dari seluruhnya tersebut tidak ada definisi yang benar ataupun salah.¹¹ Dari sejumlah pengertian yang digagas oleh para pakar tersebut, kita dapat menarik kesimpulan tentang makna dari komunikasi. Komunikasi adalah suatu proses, berisi tentang penyampaian atau pertukaran ide, gagasan, atau informasi, dari seseorang kepada orang lain, dan menggunakan simbol yang dipahami maknanya oleh komunikator dan komunikan.¹²

b. Islam dan Komunikasi

Sejauh ini memang tidak mudah untuk menemukan satu teori atau perspektif yang secara spesifik membahas tentang Islam dan komunikasi atau mudah dikenal sebagai komunikasi Islam. Padahal jumlah penganut Islam termasuk populasi terbesar yang ada di dunia. Sehingga sudah pasti pengguna teori tersebut juga banyak.

Sebenarnya konsep komunikasi telah diatur pula dalam al-Qur'an dan hadits yang notabene adalah pedoman umat Islam. Berbagai konsep dasar komunikasi seperti komunikator, pesan, komunikan, bahkan media juga

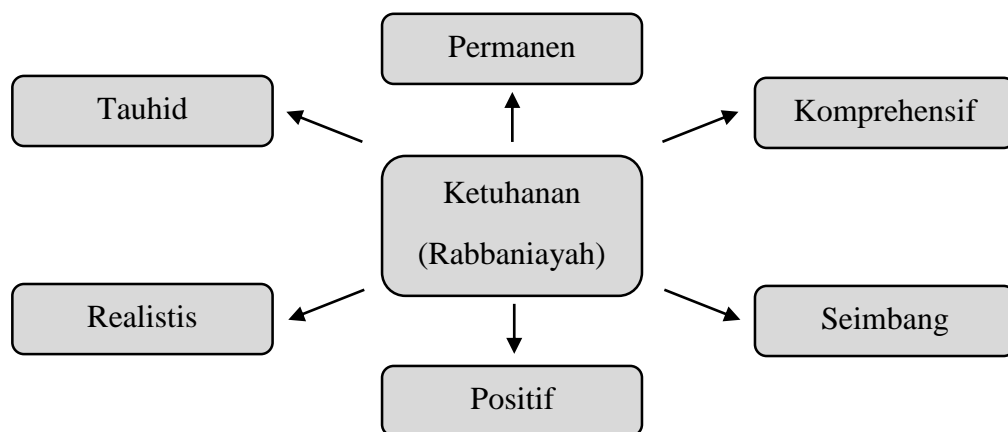
¹⁰ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, Cet. 14, 2010), hlm. 46

¹¹ *Ibid.*, hlm. 46

¹² Haris Sumadiria, *Sosiologi Komunikasi Massa*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2014), hlm. 6

telah diatur didalamnya. Seorang tokoh Islam Sayyid Qutub dengan menggunakan paradigma Islam telah mengkritisi filsafat Barat. Dikutip dari buku yang ditulis oleh Tata Taufiq:2012 juga dijelaskan mengenai paradigma yang ditawarkan oleh Sayyid Qutub tersebut dalam bentuk skema seperti berikut:

Gambar 2.1 Skema Paradigma Komunikasi Islam¹³



Dari skema diatas dapat dipahami pula bahwa dalam berkomunikasi, Islam tidak dapat lepas dan terpisah didalamnya. Baik komunikator, pesan, komunikan, atau media harus berasaskan Ketuhanan (Rabbaniyah).

2. Komunikator

a. Pengertian Komunikator

Proses komunikasi diawali dengan unsur sumber (*source*) informasi. Ini biasa juga disebut sebagai pengirim pesan yaitu dimana gagasan, ide,

¹³ Tata Taufiq, *Etika Komunikasi Islam (Komparasi Komunikasi Islam dan Barat)*, (Bandung: Pustaka Setia, 2012), hlm. 18

atau pikiran berasal yang kemudian akan disampaikan kepada pihak lainnya yaitu penerima pesan. sumber atau pengirim pesan sering pula disebut dengan “komunikator”.¹⁴

Sebuah pesan dapat diterima dengan baik jika komunikator adalah seseorang yang kredibel di bidangnya. Namun keberhasilan komunikator juga bergantung pada satu situasi kepada situasi lainnya. Meskipun tidak menutup kemungkinan komunikator yang kredibel memberikan dampak positif terhadap penerimaan awal sebuah pesan.

b. Etos Komunikator

Sebagai penyampai informasi, komunikator harus memiliki tiga aspek untuk melengkapi keabsahan dan kredibilitasnya sebagai komunikator. Disebutkan oleh Casmir dalam Onong (2000) bahwa aspek tersebut adalah aspek etos, patos, dan logos.¹⁵

Pertama, Etos merupakan sumber kepercayaan (*source credibility*) yang ditunjukkan oleh komunikator agar dapat dipercaya. Ini bisa ditunjukkan dengan menunjukkan dan menekankan kepada khalayak tentang pengetahuan dan pengalaman akan masalah yang sedang dibicarakan.

Kedua, Patos yakni imbauan emosional yang ditunjukkan komunikator dengan membangkitkan gairah dengan semangat yang berkobar. Selain itu komunikator dapat memainkan emosi dari

¹⁴ Morissan, *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2014, cet. 2, hlm. 17

¹⁵ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2000, Cet. 2, hlm. 351

khalayaknya, baik emosi sedih, senang, takut, terkejut, malu, bahagia, dan lain sebagainya.

Ketiga, Logos mengandung arti imbauan logis dengan menunjukkan uraian masuk akal dan dapat dipertanggung-jawabkan.

Keberhasilan komunikator dalam menyampaikan informasinya sangat ditentukan dengan etos yang dimilikinya. Jika seorang komunikator tidak memiliki etos, maka setiap komunikasi yang ia lakukan besar kemungkinan akan menimbulkan efek bumerang (*boomerang effect*), yang menyebabkan ia kehilangan kepercayaan, kehormatan, dan wibawa.¹⁶

Masih dalam buku Onong, Austin J. Freelay menyebutkan faktor pendukung etos untuk meningkatkan kredibilitas komunikator, antara lain:

1) *Preparation* (persiapan)

Persiapan adalah sebuah kemutlakan. Meskipun demikian dengan melakukan persiapan saja tidak cukup, komunikator harus menunjukkan kepada komunikan bahwa dirinya telah melakukan persiapan. Ketika berkomunikasi dengan komunikan, dirinya harus menyampaikan argumen dengan referensi yang baik. Persiapan juga dapat dilihat dengan kemampuannya membedakan argumen yang penting dan kurang penting.

¹⁶ *Ibid.*, hlm. 352

2) *Seriousness* (kesungguhan)

Dalam menangani komunikasi, komunikator harus melakukannya dengan sungguh-sungguh. Ini dapat ditunjukkan pula dengan adanya sikap kehadiran diri saat berkomunikasi.

3) *Sincerity* (ketulusan)

Seorang komunikator harus memberikan kesan yang tulus hatinya dalam pikiran dan perbuatannya. Dirinya harus berhati-hati dalam menyampaikan informasi agar dapat menghindari kecurangan dan ketidaktulusannya dalam berkata-kata.

4) *Confidence* (kepercayaan)

Komunikator senantiasa memancarkan kepastian, baik dalam bertutur kata maupun bersikap. Itu dilakukan dengan muncul dalam keadaan penguasaan diri dan situasi secara sempurna.

5) *Poise* (ketenangan)

Ketenangan dari komunikator dapat ditunjukkan dengan caranya bersikap dengan situasi sosial di sekelilingnya. Termasuk ketenangannya menghadapi khalayak yang *random* dan *universal*.

6) *Friendship* (keramahan))

Konsep kepercayaan adalah kemudahan dalam mempercayai teman daripada orang yang tidak dikenal. Maka komunikator sudah selayaknya untuk bersikap dekat dan menunjukkan dirinya sebagai sahabat.

7) *Moderation* (kesederhanaan)

Sikap dan tutur kata sangat mempengaruhi etos komunikator.

Kemampuannya dalam memperlihatkan kesederhanaan akan sangat membantunya.

c. Komunikator dakwah

Seperti pemaparan diatas, bahwa komunikator merupakan penyampai pesan. Jika dalam hal ini dikaitkan dengan komunikator dakwah maka ini berarti penyampai pesan dakwah. Komunikator dalam dakwah sering pula disebut sebagai dai.

Meskipun secara umum seluruh umat manusia adalah dai bagi orang-orang disekitarnya, sebab memiliki kewajiban. Namun terdapat kualifikasi pendukung untuk meningkatkan kredibilitas komunikator seperti yang telah dipaparkan diatas.

Secara ideal, pendakwah adalah seorang mukmin yang menjadikan Islam sebagai agamanya, Al-Qur'an sebagai pedomannya, Nabi Muhammad Rasulullah SAW sebagai pemimpin dan teladan baginya, ia benar-benar mengamalkannya dalam tingkah laku dan perjalanan hidupnya, kemudian menyampaikan Islam yang meliputi aqidah, syariah, dan akhlaq kepada seluruh manusia.¹⁷

Setidaknya ada beberapa kualifikasi komunikator dakwah menurut Al-Bayyuni (1993: 155-167)¹⁸. Diantaranya adalah:

¹⁷ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2012), Cet. 3, hlm. 216

¹⁸ *Ibid*, hlm. 218

- 1) Memiliki keyakinan yang mendalam terhadap apa yang akan didakwahkan.
- 2) Menjalin hubungan erat dengan mitra dakwah.
- 3) Memiliki pengetahuan dan wawasan tentang apa yang didakwahkan.
- 4) Ilmunya sesuai dengan perbuatannya dan konsisten (*istiqomah*) dalam pelaksanaannya.
- 5) Memiliki kepekaan yang tajam.
- 6) Bijak dalam mengambil metode.
- 7) Perilakunya terpuji.
- 8) Berbaik sangka dengan umat Islam.
- 9) Menutupi cela orang lain.
- 10) Berbaur dengan masyarakat jika dipandang baik untuk dakwah dan menjauh jika justru tidak menguntungkan.
- 11) Menempatkan orang lain sesuai dengan kedudukannya dan mengetahui kelebihan masing-masing individu.
- 12) Saling membantu, bermusyawarah, dan saling menasihati dengan sesama pendakwah.

3. Etika Komunikasi

a. Etika Komunikasi Secara Umum

Etika komunikasi dianggap penting, terlebih dalam komunikasi massa, mengingat beberapa hal dan pertimbangan seperti yang telah

dikemukakan oleh Boris Libois dalam Haryatmoko (2007).¹⁹ Seperti *pertama*, media memiliki kekuasaan dan efek yang dahsyat terhadap publik, sehingga etika berguna untuk melindungi publik yang lemah. *Kedua*, kebebasan dan tanggung jawab merupakan dua hal yang harus seimbang, adanya etika komunikasi dapat menjadi solusi. *Ketiga*, banyaknya logika yang cenderung mengabaikan nilai dan makna, etika komunikasi dapat meminimalisir dampak negatif yang ditimbulkan tersebut.

Untuk menilai derajat keetisan komunikasi, dapat dilakukan dengan mengamati teknik dan cara tertentu yang digunakan komunikator dalam berkomunikasi. Tampak atau tidaknya komunikator secara sengaja dan dengan sepengetahuannya menggunakan isi dan teknik komunikasi tertentu. Nicholas Rescher dalam Richard L. Johannesen (1990) menyebutkan bahwa tidak terdapat isu moral atau etis ketika orang-orang secara tidak sengaja menggunakan bukti dan penalaran yang tidak logis.²⁰

Pernyataan Rescher dapat diartikan bahwa kunci dari etika dalam berkomunikasi adalah niat dan ketulusan. Apa yang terlintas dalam benak komunikator adalah sebagai tujuan awalnya. Memang jika tujuannya tidak untuk berbohong, maka jelas etika komunikasi yang dilakukan baik.

Dalam kajian komunikasi insani, niat dan ketulusan berkaitan dengan kebebasan dan tanggung jawab. Antara kebebasan dan tanggung jawab

¹⁹ Haryatmoko, *Etika Komunikasi*, (Yogyakarta: Kanisius, 2007), hlm. 38

²⁰ Richard L. Johannesen, *Etika Komunikasi*, Alih Bahasa: Dedy Djamiluddin Malik, dkk, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1996), hlm. 9-10

memiliki perannya masing-masing. Terutama dalam menikmati kebebasan, tanggung jawab menjadi pembatasnya. Sebab menurut Thomas Szasz dalam Richard (1990) disebutkan bahwa mayoritas manusia menyukai kebebasan namun membenci tanggung jawab, karena dapat menghalangi pemuasan keinginan mereka.

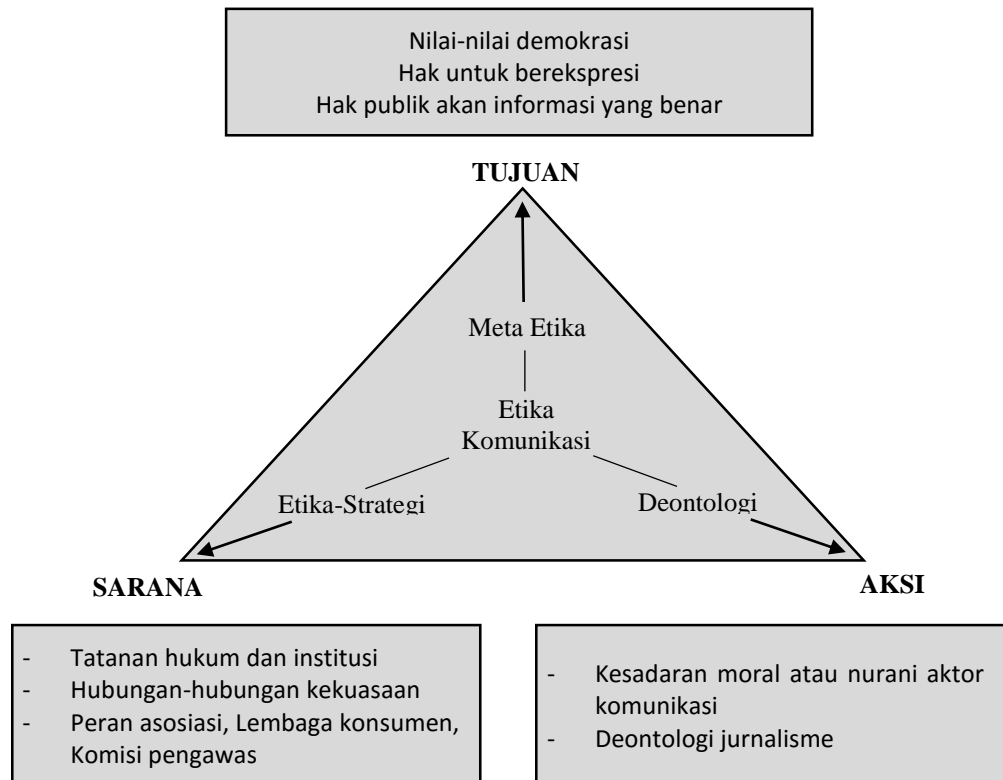
Tanggung jawab etis dapat tumbuh dari sebuah kesepakatan yang telah dimufakati. Kesepakatan tersebut dapat hadir melalui komitmen maupun konsekuensi dari komunikasi kita dengan orang lain. Tanggung jawab juga mencakup unsur pemenuhan tugas dan kewajiban, dapat dipertanggungjawabkan pada setiap individu maupun kelompok, termasuk menurut nilai yang telah disepakati.

b. Pedoman Etika Komunikasi menurut beberapa ahli

1) Skema etika komunikasi menurut B. Sutor

Pada tahun 1991 B. Sutor membuat skema etika komunikasi yang merupakan pengembangan dimensi etika politik. Penggambaran skema tersebut adalah untuk memudahkan pemahaman mengenai etika komunikasi secara umum.

Gambar 2.2 Skema Etika Komunikasi²¹



Tiga dimensi yang disebut diatas memiliki peranannya masing-masing. Etika komunikasi dapat terwujud apabila aksi dari komunikator sendiri baik, selain itu adanya sarana dari pihak eksternal juga menjadi pendukung. Sebuah etika komunikasi pasti juga memunculkan efek atau tujuan tertentu yang ingin dicapai. Sehingga ketiga komponen yang ada tersebut adalah saling berkesinambungan.

²¹ Haryatmoko, *Etika Komunikasi*, (Yogyakarta: Kanisius, 2007), hlm. 44

2) Kecakapan komunikatif menurut Jurgen Habermas

Jurgen Habermas, seorang filosof dan kritikus sosial Jerman telah mengemukakan teori “kompetensi komunikatif”. Fokus utamanya adalah mengetahui kemampuan bahasa dalam kaitannya untuk mendukung pemahaman bersama, mewarsiskan pengetahuan, kepercayaan bersama, dan hubungan antarpersona.²²

Habermas menguraikan empat anggapan normalnya komunikasi insani serta empat unsur pendukung situasi komunikasi ideal. Sebuah komunikasi dianggap normal dan ideal jika:

- a) Komunikator dan komunikan (partisipan komunikasi) menerima bahwa seluruh pernyataan yang dibuat dapat dipahami. Dalam arti lain tata bahasa yang digunakan dan maknanya dapat dimengerti
- b) Partisipan menganggap bahwa setiap pernyataan dapat disetujui bersama keberadaannya dan bersifat faktual.
- c) Partisipan beranggapan bahwa setiap pernyataan adalah mewakili keadaan yang sebenarnya, mencerminkan kesungguhan dan akurasi.
- d) Partisipan menganggap bahwa pernyataan tersebut pantas dan sesuai dengan kaidah nilai serta peraturan sosial yang relevan.

²² Richard L. Johannes, *Etika Komunikasi*, Alih Bahasa: Dedy Djamiluddin Malik, dkk, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1996), hlm. 51

Selain itu, Habermas juga menyebutkan sifat dari situasi yang mendukung idealnya komunikasi. Sifat tersebut adalah kepemilikan kesempatan yang sama untuk menyampaikan argumen, penjelasan, perhatian, termasuk perasaan dan sikap pribadi. Dari pemaparan teori Habermas tersebut dapat dijadikan standar etika komunikasi.

3) Karakteristik dialog Martin Buber sebagai etika komunikasi

Karakteristik dialog menjadi dimensi *attitudinal* utama dalam proses komunikasi antarmanusia. Martin Buber menjelaskan terminologi karakteristik-karakteristik tersebut, seperti:

a) Keotentikan, mengatakan dengan lugas, jujur, dan terus terang akan perasaan yang seharusnya (relevan dan sah) kepada subjek yang dihadapi. Namun tetap harus menjaga perkataan yang muncul dari dalam pikiran, yakni dengan memproyeksikan kesan yang salah serta merubah tata bahasa.

b) Keterikutan

Setiap partisipan komunikasi berusaha untuk mengerti secara faktual dan emosional perasaan orang lain.

c) Konfirmasi

Mengekspresikan kehangatan yang tidak mengekang, serta menghargai individualitas serta pandangan pribadinya. Hal terpenting dalam konfirmasi adalah menanamkan dalam diri bahwa orang lain merupakan pribadi unik yang memiliki potensinya masing-masing.

d) Kehadiran

Komunikator maupun komunikan harus memberikan konsentrasi penuh dalam sebuah proses komunikasi. Menunjukkan kemauan hati untuk berkomunikasi serta saling terbuka.

e) Semangat persamaan

Dalam berkomunikasi, partisipan memandang lawan bicaranya lebih sebagai pribadi, bukan sekedar objek atau benda untuk dieksploitasi demi kepuasan pribadi. Salah satu partisipan tidak memaksakan opini, maksud, atau keinginan mereka.

f) Suasana yang mendukung

Seseorang mendorong yang lain untuk berkomunikasi. Para partisipan memperbolehkan ungkapan bebas, mencari pemahaman, dan menghindari penilaian yang melumpuhkan.

4) Pedoman dinamis dan fleksibel etika komunikasi J. Vernon Jensen

Jensen mengemukakan pedoman sebagai etika komunikasi dalam proses komunikasi yang disengaja dan dengan niat. Pedoman-pedoman tersebut antara lain:

a) Keakuratan, memberikan informasi yang tepat dan sebenarnya, serta tidak melebih-lebihkan fakta.

b) Kelengkapan, komunikator hendaknya memberikan pendukung bukti yang relevan,imbang, dan menyeluruh atas isu atau masalah yang diangkat.

- c) Relevansi, tidak etis menyampaikan informasi yang menyesatkan, mengalihkan topik masalah yang dihadapi, dan tidak sesuai dengan konteks bahasan.
- d) Keterbukaan, alternatif-alternatif informasi penting yang berkaitan harus disampaikan dengan sungguh-sungguh dan jujur kepada khalayak.
- e) Dapat dimengerti, komunikator harus meminimalisir kesamaran dan ambiguitas. Serta tidak meremehkan khalayak untuk menunjukkan keahlian yang lebih tinggi.
- f) Alasan, alasan harus disampaikan dengan bukti yang masuk akal. Penyampaiannya pun harus relevan dan memadai terhadap nilai, motif, emosi, dan kebutuhan.
- g) Manfaat sosial, komunikator harus mempertinggi kemanfaatan bagi masyarakat yang dipengaruhi dan memperkenalkan kebaikan tertinggi untuk khalayak.

Kebajikan, komunikator harus menunjukkan ketulusan hati, kebijaksanaan, dan penghormatan martaban orang lain sebagai individu.

c. Etika Komunikasi Dalam Islam

Seperti yang disebutkan sebelumnya bahwa Islam juga mencakup berbagai hal dalam kehidupan ini, termasuk komunikasi. Islam merupakan agama yang mengedepankan kebaikan akhlaq, sehingga tidak mustahil

jika dalam berkomunikasi pun Islam juga mengatur tentang etika yang seharusnya dilakukan ketika berkomunikasi.

Untuk mengetahui bagaimana seharusnya manusia berkomunikasi, Al-Qur'an telah memberikan beberapa kata kunci (*key concept*) yang berhubungan dengan itu. Disebutkan oleh Asy-Syaukani yang dikutip dari buku karya Ujang Syaefulla:2007 bahwa kata kunci yang digunakan Al-Qur'an dalam kaitannya berkomunikasi adalah *al-Qoul*. Dari *aal-Qoul* ini pakar ilmu komunikasi Jalaluddin Rakhmat menyimpulkan enam prinsip komunikasi. Prinsip-prinsip tersebut adalah:

1) Prinsip *Qaulan Sadidan*

Kata *qaulan sadidan* dikemukakan dalam Qur'an surat An-Nisaa:9 dan Al-Ahzab: 70,

وَلِيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةَ ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ
وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ۝

Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar.²³

²³ Q.S. An-Nisaa/4: 9, Departemen Agama RI, Bandung: Penerbit Diponegoro, 2010

Qaulan sadidan merupakan pembicaraan yang benar, jujur, lurus, tidak bohong, dan tidak berbelit-belit.²⁴ Disana juga mencakup prinsip dasar berkomunikasi dalam Qur'an yakni berkata benar. Sebab itu menjadi prasyarat untuk kemaslahatan dan kebaikan amal.

Sebuah komunikasi dikatakan jujur dan benar jika memenuhi beberapa kriteria yang ada. *Pertama*, sesuai dengan al-Qur'an, Shunnah, dan Ilmu Pengetahuan. *Kedua*, tidak menggunakan kata-kata yang sangat abstrak, ambigu, dan menimbulkan multi tafsir. *Ketiga*, dalam berkata menggunakan bahasa yang sesuai dengan fakta, artinya tidak menggunakan kalimat yang memutarbalikkan makna.

2) Prinsip *Qaulan Balighan*

Kata *qaulan balighan* disebutkan dalam Qur'an surat An-Nisaa:63, seperti berikut:

أُولَٰئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي
 أَنفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا ٦٣

Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan

²⁴ Ujang Saefullah, *Kapita Selekt Komunikasi Pendekatan Budaya dan Agama*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), hlm. 68

berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka.²⁵

Disana jelas disebutkan bahwa sebaiknya kita berbicara yang memberkas pada jiwa, tentunya bekas yang baik dan positif. Efektifitas komunikasi juga ditekankan disana. Sebab kata *baligh* sendiri memiliki arti fasih, jelas maknanya, terang, tepat mengungkapkan apa yang dikehendaki.²⁶ Maka jelas bahwa prinsip dasar dari komunikasi *qaulan balighan* adalah kejelasan dan komunikasi yang efektif.

Sebuah *qaulan balighan* dapat terwujud apabila terdapat hal-hal yang dilakukan oleh komunikator. Berdasarkan perincian al-Qur'an qaulan balighan dapat terwujud apabila komunikator dapat menyesuaikan pembicaraannya dengan sifat-sifat komunikasi. Ini juga dijelaskan dalam QS. Ibrahim ayat 4 bahwa Rasul ketika diutus juga harus menjelaskan dengan bahasa kaumnya.

Selain menggunakan perkataan yang sesuai dengan sifat komunikannya, seorang komunikator juga harus menyentuh komunikasi pada hati dan otaknya sekaligus. Komunikator yang baik akan menggunakan pengetahuannya untuk memengaruhi komunikannya, tentunya diiringi dengan kekuatan argumen, mengajak untuk berpikir aktif, serta menggunakan akal sehat agar

²⁵ Q.S. An-Nisa/4: 63, Departemen Agama RI, Bandung: Penerbit Diponegoro, 2010

²⁶ Ujang Saefullah, *Kapita Selekta Komunikasi Pendekatan Budaya dan Agama*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), hlm. 72

berpikir kritis. Hal lain yang perlu diperhatikan adalah kemampuannya dalam menggetarkan emosi komunikan, menaikkan kegelisahan, kecemasan, dan keinginan dari komunikan.

3) Prinsip *Qaulan Ma'rufan*

Kata *qaulan ma'rufan* termasuk banyak disebutkan dalam al-Qur'an, namun disini dikemukakan satu ayat yang berkenaan dengan itu, surat al-Baqarah ayat 263:

﴿قَوْلٌ مَّعْرُوفٌ وَمَغْفِرَةٌ خَيْرٌ مِّنْ صَدَقَةٍ يَتَّبِعُهَا أَذَىٰ ۗ وَاللَّهُ غَنِيٌّ حَلِيمٌ ۝٢٦٣﴾

Perkataan yang baik dan pemberian maaf lebih baik dari sedekah yang diiringi dengan sesuatu yang menyakitkan (perasaan si penerima). Allah Maha Kaya lagi Maha Penyantun.²⁷

Menyampaikan perkataan yang baik akan melahirkan berbagai dampak positif. Perkataan yang baik akan melahirkan rasa tenteram, dan damai bagi orang yang mendengarkannya. Perasaan tersebut muncul /baik pada saat berkomunikasi berdua antara seseorang dengan orang lain (*interpersonal communication*), atau berkomunikasi dengan banyak orang (*group communication*), atau berkomunikasi dengan khalayak luas melalui media massa (*mass communication*).

²⁷ Q.S. Al-Baqarah/2: 263, Departemen Agama RI, Bandung: Penerbit Diponegoro, 2010

Kalimat yang baik setidaknya mengandung beberapa tujuan dasar. Seperti menuturkan sesuatu yang ditujukan pada dilaksanakannya sesuatu yang positif, memberikan pengetahuan, mencerahkan pemikiran, serta menunjukkan pemecahan permasalahan.

4) Prinsip *Qaulan Kariman*

Kata *qaulan kariman* disebutkan sekali dalam al-Qur'an, yakni dalam surat al-Israa' ayat 23:

﴿وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۖ إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ

أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا ۚ

Dan Tuhanmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. Jika salah seorang di antara keduanya atau kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan "ah" dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia.²⁸

Qaulan kariman merupakan proses komunikasi yang mengedepankan sifat memuliakan dalam berkomunikasi. Untuk mewujudkan itu terdapat kriteria yang dapat dipenuhi:

²⁸ Q.S. Al-Israa': 23, Departemen Agama RI, Bandung: Penerbit Diponegoro, 2010

a) Kata-kata yang bijaksana dan fasih

Kata-kata bijaksana, yaitu kata-kata yang bermakna agung, teladan, dan filosofis.

b) Kata-kata berkualitas

Kata-kata berkualitas memiliki indikator kata-kata yang bermakna dalam, bernilai tinggi, jujur, dan ilmiah.

c) Kata-kata bermanfaat

Kata-kata dapat dikatakan bermanfaat apabila memiliki efek positif bagi perubahan sikap dan perilaku komunikan.

5) Prinsip *Qaulan Layyinan*

Kata *qaulan layyinan* disebutkan dalam surat Thahaa ayat 44:

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat atau takut.²⁹

Qaulan layyinan memiliki makna dan maksud yang sama, yaitu hendaklah menggunakan kata-kata yang lemah lembut, suara yang enak didengar, sikap yang bersahabat, dan perilaku yang menyenangkan dalam menyerukan agama Allah.³⁰

²⁹ Q.S. Thahaa: 44, Departemen Agama RI, Bandung: Penerbit Diponegoro, 2010

³⁰ Ujang Saefullah, *Kapita Selekta Komunikasi Pendekatan Budaya dan Agama*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), hlm. 93

6) Prinsip *Qaulan Maysuran*

Dalam Qur'an surat al-Israa' ayat 28 disebutkan tentang perintah untuk mengucapkan ucapan yang baik atau *qaulan maysuran*:

وَأَمَّا تُعْرَضْنَ عَنْهُمْ أٰبَتِغَاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُل لَّهُمْ قَوْلًا مَّيْسُورًا ۝٢٨

Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang pantas³¹

Secara bahasa, *maysuran* berarti mudah atau gampang.³²

Berkata mudah atau gampang maksudnya adalah mudah dicerna, dimengerti, dan dipahami oleh komunikan. Indikator kata-kata yang mudah dipahami adalah mengandung makna denotatif bukan konotatif, yakni arti dapat diketahui secara langsung, bukan mengandung makna emosional atau penilaian tertentu.

4. Radio Dakwah

a. Pengertian Radio

Radio adalah “alat untuk menyamapaikan suara dengan gelombang magnetis yang kecepatannya sama dengan gelombang cahaya, yaitu

³¹ Q.S. Al-Israa': 28, Departemen Agama RI, Bandung: Penerbit Diponegoro, 2010

³² Ujang Saefullah, *Kapita Selekt Komunikasi Pendekatan Budaya dan Agama*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), hlm. 98

186.000 mil per detik”.³³ Radio merupakan media massa yang hanya dapat didengar dan dipancarkan dari suatu studio dan ditangkap oleh antena pada alat penerima siaran.

Dilihat dari jenisnya, radio dapat dibedakan menjadi dua, yakni radio amatir dan radio siaran. Radio amatir adalah seperangkat pemancar radio yang digunakan oleh seseorang untuk berhubungan dengan orang lain. Sedangkan radio siaran merupakan radio yang menyiarkan program dalam bentuk siaran kesenian, berita, ataupun dakwah. Siaran tersebut dapat dilakukan secara langsung maupun melalui sebuah rekaman yang diputar ulang.

b. Tinjauan Radio Dakwah

Hakekat dakwah adalah mempengaruhi dan mengajak manusia untuk mengikuti (menjalankan) ideologinya. Sedangkan pengajak (dai) sudah barang tentu memiliki tujuan yang hendak dicapainya. Proses dakwah tersebut agar efektif dan efisien, memerlukan pengorganisasian komponen-komponen dakwah yang baik dan tepat oleh dai. Salah satu yang dapat dilakukan adalah dengan pengorganisasian media dakwah.

Diantara sekian banyak media dakwah, radio dapat menjadi salah satu terapannya. Radio dapat menjadi media dakwah, dengan radio siaran dakwah dapat menjangkau pendengar (mad'u) seluas mungkin. Serta mampu sampai pada tempat yang sangat memerlukan. Radio sebagai

³³ Onong Uchjana Effendy, *Radio Siaran: Teori dan Praktek*, Bandung: Bandar Maju, 1990, hlm. 21

media dakwah merupakan suatu pembaharuan dari dakwah konvensional atau tradisional, sehingga siarannya mampu bersaing dengan program siaran yang lain.

Radio sebagai media massa untuk sekarang ini sudah tidak dianggap sebagai barang mewah seperti pada masa revolusi. Harganya yang relatif murah sehingga dapat dijangkau oleh semua kalangan, menjadikan radio sebagai media yang tepat untuk menyebarkan Islam untuk semua kalangan dimanapun dan kapanpun berada. Karena pendengar radio ini memiliki sifat heterogen (majemuk), maka penyampaian dakwah harus bersifat umum dan selintas. Karena kemampuan daya serap pendengar yang berbeda itu, maka pesan yang disampaikan memiliki sifat selintas yakni sekali konsumsi.

Pelaksanaan dakwah melalui radio ini memang sedikit tidak mudah. Seperti yang telah dijelaskan diatas, bahwa radio merupakan perangkat teknis yang penyajiannya memiliki daya tarik tinggi. Sehingga dalam dakwah di radio dibutuhkan para praktisi dibidang radio ditambah empu dari dakwah. Pendakwah menghonorkan pemikirannya akan dunia Islam, sedangkan para praktisi berkontribusi dalam hal penyajian, operasi dan lain sebagainya. Penyuguhan dakwah melalui radio yang menarik akan melahirkan sikap ketergantungan dari pendengar (mad'u) untuk selalu mendengarkan pesan dakwah melalui radio.

B. Tinjauan Pustaka

Penelitian yang berkaitan dengan implementasi atau penerapan etika komunikasi Islam bisa dikatakan jarang dilakukan. Namun penulis menemukan tiga judul penelitian yang konsepsinya hampir sama dengan penelitian ini.

Pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Al Hilal S dalam tesisnya yang berjudul “Penerapan Etika Komunikasi Islam Dalam Pembinaan Akhlak Anak Pada Keluarga Muslim di Kecamatan Datuk Bandar Kota Tanjung Balai”.³⁴ Penelitian yang dilakukan pada tahun 2011 tersebut fokus terhadap cara orang tua di daerah Datuk Bandar dalam membina akhlak anak dengan etika komunikasi Islam serta respon yang ditunjukkan oleh anak tersebut. Al Hilal S menemukan bahwa penerapan etika komunikasi Islam oleh orang tua terhadap anak dalam kaitannya pembinaan akhlak melahirkan berbagai respon dan perubahan sikap dari anak. Setelah dibina dengan etika komunikasi Islam, terdapat anak yang senang hati dan berkenan merubah pola hidup serta akhlaknya lebih baik, namun masih ada juga anak yang menghiraukan bahkan menganggap bahwa etika yang diatur oleh agama justru menghambat kehidupannya dan dianggap tidak sesuai dengan zaman.

Penelitian yang dilakukan Al Hilal S berbeda dari penelitian ini. Sebab dalam penelitian ini peneliti fokus terhadap etika komunikasi Islam yang dilakukan oleh penyiar radio dakwah. Sedangkan penelitian yang dilakukan

³⁴ Al Hilal S, *Penerapan Etika Komunikasi Islam Dalam Pembinaan Akhlaq Anak Pada Keluarga Muslim Di Kecamatan Datuk Bandar Kota Tanjung Balai*, Thesis; IAIN Sumatera Utara, Medan: 2011

oleh Al Hilal S tersebut lebih condong kepada dunia *parenting* dan pembinaan akhlaq.

Kedua adalah jurnal penelitian berjudul “Etika Komunikasi Dalam Al-Qur’an dan Hadits” tahun 2014. Penelitian yang ditulis oleh Muh. Syawir Dahlan tersebut fokus terhadap etika komunikasi yang terdapat di Al-Qur’an dan Hadits.³⁵ Syawir mempertanyakan apakah di dalam Al-Qur’an dan Hadits juga menyinggung persoalan komunikasi, serta cara dan etika dalam berkomunikasi yang tertuang didalamnya.

Dari pemaparan dan latar belakang penelitian tersebut, terdapat perbedaan dengan penelitian ini. Disana Syawir hanya fokus terhadap bentuk dan gambaran komunikasi yang terdapat dalam Al-Qur’an dan Hadits. Sedangkan dalam penelitian ini peneliti langsung mempertanyakan penerapannya dalam praktek oleh penyiar radio dakwah.

Ketiga adalah penelitian yang dilakukan oleh Amir Mu’min Sholihin pada tahun 2011. Penelitian dengan judul “Etika Komunikasi Lisan Menurut Al-Qur’an: Kajian Tafsir Tematik” tersebut merupakan penelitian dengan landasan ilmu tafsir al-Qur’an.³⁶ Disana ditemukan beberapa ayat yang penafsirannya mengarah kepada etika komunikasi lisan atau biasa dikenal

³⁵ Muh. Syawir Dahlan, *Etika Komunikasi dalam Qur’an dan Hadits*, Jurnal Dakwah Tabligh; Vol. 15, No. 1, Bone: 2014

³⁶ Amir Mu’min Sholihin, *Etika Komunikasi Lisan Menurut Al-Qur’an: Kajian Tafsir Tematik*, Skripsi; UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta: 2011

komunikasi verbal. Bentuk-bentuk eksplisit dari komunikasi lisan yang tertuang dalam Al-Qur'an juga disebutkan disana.

Sekilas penelitian yang dilakukan oleh Amir hampir sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Syawir seperti yang telah disebut diatas. Namun penelitian Syawir tersebut berbeda dengan penelitian ini dari sisi objek penelitian. Dalam penelitian yang dilakukan Syawir hanya fokus terhadap bentuk komunikasi lisan yang terdapat dalam Al-Qur'an ditinjau dari ilmu tafsir tematik. Sedangkan dalam penelitian ini peneliti berusaha untuk mengetahui penerapannya oleh praktisi secara langsung, dalam hal ini adalah penyiar radio.