

BAB III
KAJIAN DAN PEMETAAN POKOK BAHASAN GAYA
KOMUNIKASI HABIB JA'FAR DALAM KONTEN
#LogIndiCloseTheDoor

A. Pengertian Komunikasi

Informasi dipertukarkan secara berlawanan arah antara dua individu atau lebih sehingga mereka dapat menerima informasi yang mereka perlukan, proses ini dikenal sebagai komunikasi. Sedangkan KBBI menjelaskan bahwa komunikasi adalah pertukaran berita atau pesan.¹ Sebagai disiplin ilmu multidisiplin, komunikasi memiliki beragam interpretasi dan makna yang sesuai dengan bidang ilmu yang melatarbelakanginya. Oleh karena itu, komunikasi dapat diinterpretasikan dari berbagai perspektif. Kata "*komunikasi*" berasal dari bahasa Inggris "*communication*", yang berasal dari bahasa Latin "*communication*" yang berasal dari kata "*communis*" yang berarti sama, menunjukkan bahwa komunikator dan komunikan memiliki persepsi yang seragam tentang isi pesan yang disampaikan.² Keharmonisan dalam pemahaman ini menandakan bahwa komunikasi berhasil terjadi.

¹ Junaidi et al., "Pola Komunikasi Guru dengan Peserta Didik dalam Pembinaan Akhlak di SDIT Uwais Al Qarni Pekanbaru," *Journal of Education Research* 4, no. 3 (2023): 1162–68.

² Tri Indah Kusumawati, "Komunikasi Verbal Dan Nonverbal," *Jurnal Pendidikan dan Konseling* 6, no. 2 (2019).

Komunikator dan komunikan secara inheren memiliki sifat komunikatif, yang muncul saat keduanya memiliki kemampuan empati.³ Meskipun istilah "*komunikasi*" lebih mudah diucapkan daripada didefinisikan, menurut *Theodore Clevenger Jr*, kesulitan dalam mendefinisikan komunikasi untuk tujuan ilmiah timbul karena kata kerja "*berkomunikasi*" memiliki makna yang luas dalam bahasa umum, sehingga sulit untuk mendefinisikannya secara khusus untuk tujuan ilmiah..

Komunikasi merujuk pada proses berbagi makna atau ide-ide antara dua orang atau lebih, di mana mereka saling memahami pesan yang disampaikan. Tanpa adanya kesamaan pemahaman di antara peserta komunikasi, tidak akan terjadi proses komunikasi. Oleh karena itu, komunikasi menjadi penting dalam kehidupan sehari-hari untuk menjaga koneksi dengan lingkungan dan individu lainnya, baik melalui komunikasi lisan maupun tertulis agar dapat dipahami oleh semua pihak, termasuk masyarakat umum.

Menurut Wilbur Shcramm menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu perwujudan persamaan makna antara komunikator dan komunikan. Artinya, suatu proses penyampaian pesan dimana seorang berusaha mengubah pendapat atau perilaku si penerima pesan.⁴

³ Nur Laily Fitri, Chalijah Adha, dan Saidatul Fadhillah Nasution, "Pentingnya Penerapan Komunikasi Efektif Dalam Konteks Pendidikan," *Journal Of Social Science Research Volume 3*, no. 6 (2023): 5241–51.

⁴ Astari Clara Sari et al., "Komunikasi dan Media Sosial," *Jurnal The Messenger 3*, no. 2 (2018): 69.

Bidang komunikasi berfokus pada bagaimana orang menggunakan pesan untuk menghasilkan makna di dalam dan di berbagai konteks, budaya, saluran, dan media. Bidang ini mempromosikan praktik komunikasi manusia yang efektif dan etis.⁵

Dari Pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, maka jelas bahwa komunikasi antar manusia hanya bisa terjadi, jika seseorang mengkomunikasikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, itu menandakan bahwa terjadi proses komunikasi yang didukung oleh berbagai elemen⁶, seperti sumber informasi, media komunikasi, penerima pesan, serta dampak atau efek yang dihasilkan. Beberapa komponen atau unsur yang ada dalam proses komunikasi meliputi sumber pesan, isi pesan, media yang digunakan, penerima pesan, dampak atau pengaruh yang timbul, respons atau tanggapan balik, serta lingkungan di sekitar sebagai berikut:

1) Sumber

Dalam komunikasi manusia ke manusia, sumber informasi dapat berupa individu tunggal atau kelompok seperti partai politik, organisasi, atau lembaga. Sumber ini sering disebut sebagai pengirim pesan, komunikator, atau dalam bahasa Inggris disebut sebagai *source*, *sender*, atau *encoder*.

Dalam ilmu komunikasi, sumber utamanya adalah data, fakta, dan fenomena. Dari sudut pandang itu, khatib akan menunjukkan ketersediaan

⁵ CJ Korn, SP Morreale, dan DM Boileau, "Defining the field: Revisiting the ACA 1995 definition of communication studies," *Journal of the Association for Communication Administration* 29, no. January (2000): 40–52.

⁶ Novianty Elisabeth Ayuna, "Peran Komunikasi Dalam Proses Akulturasi Sistem Sosial Lokal," *Technomedia Journal* 8, no. 1 Juni (2023): 35–51, <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i1.2015>.

saluran komunikasi melalui upaya dakwah yang berkelanjutan. Para da'i dituntut untuk mengarahkan saluran-saluran komunikasi yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadits, mengemasnya menjadi pesan-pesan dakwah, kemudian menyampaikannya kepada khalayak sasaran.⁷

2) Pesan

Pesan dalam proses komunikasi merupakan informasi yang disampaikan dari pengirim kepada penerima.⁸ Pesan bisa disampaikan melalui berbagai cara, baik secara langsung maupun melalui media komunikasi. Konten pesan dapat bervariasi, termasuk pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat, atau propaganda.

3) Media

Media adalah sarana yang digunakan untuk mentransfer pesan dari sumber kepada penerima.⁹ Terdapat beragam pandangan mengenai jenis-jenis saluran atau media. Sebagian menganggap media memiliki variasi bentuk, seperti dalam komunikasi tatap muka yang menggunakan indra panca, dianggap sebagai media komunikasi. Berkat kemajuan teknologi komunikasi, terutama di bidang media massa elektronik, jumlah bentuk media semakin bertambah, dan hal ini semakin memperumit perbedaan antara media massa dan komunikasi tatap muka.

⁷ Fikri Nurul Fauzi dan Eka Octalia Indah, "Kontribusi Ilmu Komunikasi Pada Ilmu Dakwah," *Ath Thariq Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 5, no. 1 (2021): 71, https://doi.org/10.32332/ath_thariq.v5i1.2998.

⁸ Bela Safitri dan Nendi Sahrul Mujahid, "Komunikasi Efektif dalam Organisasi," *Cendekia Inovatif Dan Berbudaya* 1, no. 3 (2024): 309–16, <https://doi.org/10.59996/cendib.v1i3.318>.

⁹ Septia Kusumaning Tiyas, "Media Wayang Kulit dalam Pembelajaran Bahasa Jawa di Sekolah Dasar," *Kalam Cendekia: Jurnal Ilmiah Kependidikan* 10, no. 2 (2022): 337, <https://doi.org/10.20961/jkc.v10i2.65653>.

4) Penerima

Penerima merupakan individu atau entitas yang menjadi tujuan pesan yang disampaikan oleh sumber (komunikator).¹⁰ Penerima bisa berupa individu tunggal atau kelompok, termasuk partai politik atau negara. Dalam proses komunikasi, dipahami bahwa keberadaan penerima terjadi karena adanya sumber pesan. Ketika pesan tidak diterima oleh penerima, ini dapat menimbulkan berbagai masalah yang sering kali memerlukan penyesuaian, baik pada sumber pesan, isi pesan, maupun saluran komunikasi.

5) Pengaruh (Efek)

Efek merujuk pada perubahan dalam pemikiran, perasaan, dan tindakan yang dialami oleh penerima sebelum dan setelah menerima pesan. Pengaruh tersebut dapat mempengaruhi pengetahuan, sikap, dan perilaku seseorang, sehingga pengaruh dapat diinterpretasikan sebagai perubahan atau penguatan dalam keyakinan, pengetahuan, sikap, dan perilaku individu akibat menerima pesan.¹¹

6) Umpan Balik

¹⁰ Erwan Efendi et al., "Pesan dalam Berkomunikasi," *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 4, no. 3 (2024): 1191–95, <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i3.646>.

¹¹ Syubhan Akib dan Arsenius Wisnu Aji Patria Perkasa, "Peran Komunikasi dalam Dunia Pendidikan," *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)* 4, no. 6 (2022): 5589–96.

Umpan balik merupakan salah satu hasil dari pengaruh yang datang dari penerima.¹² Namun, sebenarnya umpan balik juga bisa muncul dari unsur lain seperti pesan dan media, bahkan sebelum pesan tersebut sampai kepada penerima.

7) Lingkungan

Lingkungan atau situasi merupakan faktor-faktor tertentu yang memiliki dampak pada jalannya proses komunikasi. Faktor-faktor ini dapat dikelompokkan menjadi empat kategori, yaitu lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu. Lingkungan fisik menunjukkan bahwa komunikasi hanya terjadi ketika tidak ada hambatan fisik seperti halangan geografis. Kadang-kadang, komunikasi sulit dilakukan karena jarak yang jauh dan kurangnya sarana komunikasi seperti telepon, kantor pos, atau akses jalan. Lingkungan sosial mempengaruhi cara komunikasi dalam mengartikan simbol-simbol pesan dakwah (*dekoding*) serta memberikan umpan balik atau respons terhadapnya.

B. Gaya Komunikasi

Ketika berkomunikasi, penting bagi komunikator untuk menyampaikan maksud dan tujuannya dengan jelas kepada penerima pesan. Oleh karena itu, pemahaman tentang gaya komunikasi masing-masing pihak, baik komunikator maupun penerima pesan, menjadi kunci penting untuk

¹² Sumarno Sastro Slamet, "Hubungan Strategi Umpan Balik (Feedback), Motivasi Berprestasi dan Hasil Belajar Dalam Pembelajaran PPKn di SMK," *PINUS: Jurnal Penelitian Inovasi Pembelajaran* 5, no. 2 (2020): 39–56, <https://doi.org/10.29407/pn.v5i2.14539>.

mengurangi kemungkinan terjadinya hambatan dalam mencapai tujuan komunikasi.

Gaya komunikasi adalah serangkaian perilaku interpersonal yang khusus digunakan dalam konteks tertentu. Ini mencakup cara berbicara dan ekspresi yang efektif, baik secara verbal maupun nonverbal seperti intonasi suara, gerakan tubuh, pengaturan waktu, dan penggunaan ruang. Pentingnya gaya komunikasi telah terbukti melalui pengalaman, karena dapat meningkatkan kelancaran komunikasi dan mempromosikan hubungan yang harmonis.¹³

Gaya komunikasi mengacu pada keseluruhan pertunjukan ciri-ciri khas tindakan komunikatif seseorang. Sikap, pola komunikasi, dan temperamen adalah tiga elemen mendasar yang menentukan gaya komunikasi.¹⁴ Kita dapat mengejar ukuran kualitatif dan kuantitatif komunikasi di antara tim proyek dalam atribut pribadi anggota. Salah satu dimensi dari setiap orang adalah gaya komunikasi yang disukai.¹⁵

Gaya komunikasi merujuk pada pola perilaku komunikatif seseorang yang bertujuan untuk mendapatkan tanggapan atau umpan balik dari pihak lain terhadap pesan yang disampaikan. Ini mencakup cara penyampaian pesan

¹³ Fanny Anggriawan, "Gaya Komunikasi Pimpinan Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Pada PT. Perusahaan Listrik Negara (PLN) Persero Area Pelayanan Di Samarinda," *eJournal Ilmu Komunikasi* 5, no. 4 (2017): 260–74.

¹⁴ Roxana Urea dan Alina Muscalu, "Professional Motivational Structures Reflected in the Communication Style," *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 47 (2012): 699–703, <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.06.720>.

¹⁵ Mehrdad Sarhadi, "Comparing Communication Style within Project Teams of three Project-oriented Organizations in Iran," *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 226, no. October 2015 (2016): 226–35, <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.06.183>.

dan gaya bahasa yang digunakan oleh seorang komunikator. Setiap gaya komunikasi terdiri dari serangkaian perilaku komunikatif yang digunakan untuk mencapai respons atau tanggapan tertentu dalam konteks situasional tertentu. Kesesuaian gaya komunikasi yang digunakan dipengaruhi oleh tujuan dari pengirim pesan dan harapan dari penerima pesan.

Gaya komunikasi mencakup metode dan ekspresi bahasa yang efektif. Gaya ini dapat terbagi menjadi verbal, yang melibatkan penggunaan kata-kata, dan nonverbal, yang meliputi aspek vokal, bahasa tubuh, pengaturan waktu, serta penggunaan ruang dan jarak. Pengalaman menunjukkan bahwa gaya komunikasi memiliki nilai penting dan menguntungkan karena dapat meningkatkan kelancaran interaksi komunikasi dan membangun hubungan yang harmonis.¹⁶

Aspek utama dari komunikasi meliputi individu yang berkomunikasi, penerima komunikasi, isi komunikasi, dan gaya komunikasi.¹⁷ Korelasi personal yang penting, namun tidak jelas dari konflik dan antagonisme adalah gaya komunikasi. Dalam penelitian ini, gaya komunikator adalah “cara seseorang berinteraksi secara verbal dan paraverbal

¹⁶ Bayu Nitin Pratiwi, “Analisis Gaya Komunikasi Ahmad Faiz Zainuddin,” *eJournal Ilmu Komunikasi* 5, no. 3 (2017): 2502–97.

¹⁷ Shulamith Kreitler, “Communication Style: the Many Shades of Gray,” *Psychological Applications and Trends* 2021 4 (2021): 17–21, <https://doi.org/10.36315/2021inpact004>.

untuk menandakan bagaimana makna harfiah harus diambil, ditafsirkan, disaring, atau dipahami”¹⁸.

C. Macam-Macam Gaya Komunikasi

Menurut Kreitner dan Knicki, gaya komunikasi adalah serangkaian perilaku komunikatif yang digunakan untuk mencapai tanggapan atau respons tertentu dalam situasi tertentu. Kesesuaian dalam gaya komunikasi yang digunakan bergantung pada maksud pengirim pesan dan harapan penerima pesan. Gaya komunikasi dapat dikelompokkan menjadi tiga jenis, yaitu Gaya *Assertive*, Gaya *Aggressive*, dan Gaya *Passive*. Penjelasan dari masing-masing gaya komunikasi adalah sebagai berikut:¹⁹

1) *Assertive Style*

Assertive Style adalah cara berkomunikasi ketika pembicara mempertimbangkan sentimen, pemikiran, dan harapan selain membuat pernyataan langsung.²⁰ Gaya komunikasi ini melibatkan komunikator yang menyampaikan pernyataan secara langsung, dengan memperhatikan perasaan, ide, dan harapan. Komunikator dengan gaya ini mampu mendengarkan dengan baik, sehingga memungkinkan orang lain untuk terbuka dalam negosiasi dan kompromi, menerima serta memberikan kritik dan memberikan

¹⁸ Sanja Batic Očovaj dan Nikolina Kuruzovic, “Gender differences in negative relative aspects: The role of personality and communication style,” *Primenjena Psihologija* 12, no. 4 (2019): 469–95, <https://doi.org/10.19090/PP.2019.4.469-495>.

¹⁹ Universitas Kristen nortotra, “Yang Dipimpin Lebih Dari Satu Pemimpin Pendahuluan,” 2009.

²⁰ Kaka Hasan Abdul Kodir dan Anggit Rizkianto, “Gaya Komunikasi Dakwah Husein Ja’far Al-Hadar dalam Ceramahnya di Youtube | The Communication Style of Husein Ja’far Al-Hadar’s Da’wah in his Lecture on Youtube,” *Al-I’lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 4, no. 2 (2021): 49, <https://doi.org/10.31764/jail.v4i2.4317>.

instruksi secara langsung. Ciri-ciri dari *Gaya Assertive* dalam komunikasi adalah sebagai berikut:

- a) Memperhatikan perasaan orang lain
- b) Mendengarkan secara aktif dan efektif
- c) Mengekspresikan diri secara langsung, jujur, dan tanpa penundaan
- d) Menyukai humor dan guyonan

2) *Aggressive Style*

Gaya komunikasi ini melibatkan seorang komunikator yang cenderung mempertahankan diri dan hak-haknya secara langsung, namun terkadang perilakunya bisa menjadi tidak pantas karena sering mengabaikan hak dan perasaan orang lain. Komunikator ini cenderung mengekspresikan pendapat, gagasan, dan perasaannya dengan jelas dan tanpa rasa hormat terhadap orang lain dan dengan mudah mengungkapkan keinginannya. Mereka sering menggunakan kalimat sarkastik atau bercanda berlebihan dalam upaya untuk mempengaruhi orang lain. Adapun ciri-ciri *Aggressive Style* dalam gaya komunikasi sebagai berikut:

- a) Sedikit mendengarkan
- b) Interupsi
- c) Monopoli Pembicaraan.

3) *Passive Style*

Gaya komunikasi ini melibatkan komunikator yang tidak secara langsung menyatakan perasaan, ide, dan harapannya. Dalam gaya ini, komunikator sering tersenyum dan lebih banyak menyampaikan kebutuhan

kepada orang lain. Komunikator juga cenderung melakukan tindakan daripada mendengarkan. Gaya pasif ini sering menggunakan suara yang lemah dan halus, serta sering kali berhenti berbicara dan menghindari kontak mata dengan komunikan. Adapun ciri-ciri *Passive Style* dalam gaya komunikasi sebagai berikut :

- a) Tidak langsung menyampaikan kebutuhannya
- b) Ragu-ragu
- c) Jarang mengkspresikan wajah.

Aspek-aspek Gaya Komunikasi Menurut Norton, gaya komunikasi dibagi menjadi sepuluh²¹, yaitu:

- 1) Dominan: Seorang komunikator yang dominan dalam interaksi, cenderung mengendalikan percakapan.
- 2) Dramatis: Dalam berkomunikasi, cenderung menggunakan bahasa yang kaya akan kiasan, metafora, cerita, fantasi, dan variasi suara yang dramatis.
- 3) Ekspresif: Berkomunikasi dengan penuh warna, termasuk kontak mata yang kuat, ekspresi wajah yang jelas, gerakan tubuh, dan gesture yang hidup.
- 4) Terbuka: Komunikator bersikap jujur dan terbuka, tidak menyembunyikan informasi, sehingga menciptakan suasana saling percaya dan komunikasi dua arah.
- 5) Argumentatif: Cenderung suka berdebat dan agresif dalam menegaskan argumennya.

²¹ Isti Novitasari, "Satu Rumah Communication Style Of Mother In-Law With Daughter In-Oleh :," *Psycho Idea* 13, no. 1 (2015): 27–33.

- 6) Santai: Mampu memberikan dukungan dan bersikap positif terhadap orang lain dalam komunikasi.
- 7) Perhatian: Berinteraksi dengan menjadi pendengar yang aktif, empatik, dan peka terhadap perasaan orang lain.
- 8) Meninggalkan Kesan: Kemampuan untuk memberikan kesan yang kuat kepada pendengarnya dalam komunikasi.
- 9) *Friendly*: adalah ketika seorang komunikator berbicara dengan ramah, bersahabat, dan sopan kepada pendengar saat menyampaikan pesannya.
- 10) *Precise* adalah ketika seorang komunikator meminta untuk membicarakan konten yang spesifik dan akurat dalam komunikasi lisan.

Deddy Mulyana mendefinisikan komunikasi verbal sebagai penggunaan simbol atau pesan yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa dipandang sebagai sistem kode verbal di mana simbol-simbol tersebut dikombinasikan sesuai dengan aturan tertentu dan dipahami oleh suatu komunitas.²²

Komunikasi nonverbal merupakan jenis komunikasi di mana pesan disampaikan melalui ekspresi dan gerakan tubuh tanpa menggunakan kata-kata. Dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi nonverbal jauh lebih umum daripada komunikasi verbal. Dalam proses berkomunikasi, komunikasi nonverbal seringkali terjadi secara otomatis. Oleh karena itu, komunikasi nonverbal dianggap sebagai bagian yang tak terpisahkan dan selalu hadir

²² Deddy Mulyana, *ILMU KOMUNIKASI Suatu Pengantar* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017).

dalam interaksi manusia. Komunikasi nonverbal cenderung lebih jujur karena bersifat spontan dalam mengungkapkan maksud yang ingin disampaikan.

Intensitas gaya komunikasi juga berbeda; oleh karena itu kita dapat membagi model berdasarkan zona intensitas: orang-orang di zona 1 biasanya menunjukkan karakteristik perilaku mereka dengan intensitas yang lebih rendah daripada orang-orang di zona 2. Dengan kata lain, lebih sulit untuk mengidentifikasi gaya komunikasi yang disukai oleh orang-orang di zona 1. Tetapi orang-orang di zona 2 biasanya menampilkan karakteristik perilaku mereka dengan intensitas yang lebih besar daripada mereka yang berada di zona 1. Orang yang berada di zona *Excess* biasanya menunjukkan karakteristik perilaku mereka dengan tingkat intensitas dan kekakuan yang tinggi. Ketika orang menempati zona ini, mereka menjadi tidak fleksibel dan kurang fleksibel. Kompartementasi ini tidak boleh dianggap sebagai penghalang permanen. Dalam kondisi tertentu, orang akan meninggalkan gaya yang mereka sukai untuk sementara waktu.²³

Dalam bahasan gaya komunikasi, komunikasi juga memiliki etika yang diatur langsung oleh agama Islam. Ajaran Islam menyatakan bahwa teori komunikasi selalu terhubung dengan petunjuk dan arahan Allah SWT, Al-Qur'an, dan Sunnah Nabi Muhammad SAW. Pada dasarnya, agama berfungsi sebagai pesan atau panduan informasi bagi anggota masyarakat, yang memberi petunjuk kepada mereka tentang bagaimana berperilaku sesuai

²³ Sarhadi, "Comparing Communication Style within Project Teams of three Project-oriented Organizations in Iran."

dengan arahan dan larangan Tuhan. Dengan kata lain, ajaran agama tentang komunikasi justru menjunjung tinggi etika yang hukumannya di akhirat.²⁴

Manusia mengekspresikan dirinya, membangun jaringan sosial, dan membentuk kepribadiannya melalui komunikasi. Psikolog dan pakar komunikasi sama-sama percaya bahwa komunikasi yang buruk dapat berdampak buruk pada kehidupan sosial dan pribadi seseorang. Dalam masyarakat, komunikasi yang buruk menghalangi orang untuk memahami satu sama lain, bekerja sama, menoleransi perbedaan, dan menerapkan norma-norma sosial. Sifat manusia termasuk komunikasi, menurut Al-Qur'an.²⁵

Manusia pada dasarnya adalah komunikator. Al-Qur'an menggunakan komunikasi untuk memperjelas tema-tema yang berhubungan. Al-bayan menurut Al-Syaukani berarti kemampuan komunikasi. Istilah-istilah kunci komunikasi dengan kata al-qaul dalam Al-Qur'an.

1. Qaulan Sadida

Arti dari qaulan sadidan adalah “lugas”, “jujur”, “tidak berbohong”, “percakapan yang benar”, dan “tidak berbelit-belit”. Istilah "qaulan sadidan" muncul dua kali dalam Al-Qur'an. Pertama kali Allah

²⁴ Muis dan Abdul Andi, *Komunikasi Islam* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001).

²⁵ Nur Marwah, “Etika Komunikasi Islam,” *Al-Din: Jurnal Dakwah dan Sosial Keagamaan* 7, no. 1 (2021).

SWT memberikan petunjuk qaulan sadidan untuk kesejahteraan anak yatim dan keturunannya.²⁶

Menurut Wahbah al-Zuhaily (1991), qaulan sadidan pada ayat ini mengacu pada tuturan yang patut dan bertanggung jawab, yaitu tuturan yang tidak bertentangan dengan keyakinan agama. Selain itu, beliau menegaskan bahwa surat al Ahzab ayat 70 mempunyai dua petunjuk dari Allah: pertama, mengamalkan ketaatan dan ketaqwaan serta menjauhi larangan-Nya. Kedua, orang beriman diperintahkan Allah untuk berkomunikasi dengan qaulan sadidan yang artinya perkataan yang benar adalah benar dan tidak palsu.²⁷

2. Qaulan Maysura

Dalam berkomunikasi, baik secara tertulis maupun lisan disarankan menggunakan bahasa yang jelas, tepat, dan mudah dipahami. Qaulan Maysura adalah istilah yang terdapat dalam Al-Qur'an. Ini adalah salah satu aturan untuk menggunakan bahasa yang lembut dan mudah dimengerti ketika berbicara. Maisura seperti yang digambarkan dalam Istilah "yasara" yang secara etimologi berarti "mudah" atau "pantas" sebenarnya berasal dari ungkapan di atas.²⁸

²⁶ Ilahi dan MA. Wahyu, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010).

²⁷ Wahbah Zuhaily, *Tafsir Munir* (Beirut: Dar al-Fikr, 1994).

²⁸ Najhan Dzulhusna, Nunung Nurhasanah, dan Yuda Nur Suherman, "Qaulan Sadida, Qaulan Ma'rufa, Qaulan Baligha, Qaulan Maysura, Qaulan Layyina dan Qaulan Karima Itu Sebagai Landasan Etika Komunikasi Dalam Dakwah," *Jurnal of Islamic Social Science and Communication* 1, no. 2 (2022): 76–84.

Rakhmat menegaskan bahwa qawlan maisura sebenarnya lebih dari itu. Hal yang tepat untuk memahami hal ini sebagai sesuatu yang menantang untuk menenangkan pihak lain. Jika qawlan maa'rufa menyampaikan ilmu melalui bahasa yang penuh kebajikan, maka qawlan maisura menyampaikan semangat melalui bahasa yang sesuai atau sederhana.²⁹

3. Qaulan Baligha

Arti kata baligha dalam bahasa Arab adalah "sampai", "mencapai sasaran", atau "mencapai tujuan". Baligha mengandung arti "lancar", "jelas maknanya", dan "tepat mengungkapkan apa yang diucapkan" bila digunakan bersama dengan istilah qawl (ucapan atau komunikasi). "Cerah" dan "diinginkan". Meski demikian, sebagian orang juga mengartikannya sebagai "kata-kata yang membekas di jiwa".³⁰

Menurut Jalaluddin Rahmat, qaulan baligha diartikan ketika da'i (komunikator) memodifikasi ceramahnya sesuai dengan sifat, tingkat pengalaman, dan kerangka acuan pembaca. Kedua, pubertas terjadi ketika komunikator secara bersamaan menarik emosi dan pikiran pendengarnya. Jika dicermati tafsir Jalaluddin tentang qaulan baligha anugerah ini membawa kita pada kesimpulan bahwa ungkapan Qaulan Baligha mengacu pada penggunaan kata-kata yang jelas, ringkas,

²⁹ J. Rakhmat, *Catatan Kang Jalal: Visi Media Politik dan Pendidikan* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1998).

³⁰ Ilahi dan Wahyu, *Komunikasi Dakwah*.

komunikatif, mudah dipahami, dan bebas dari bahasa yang bertele-tele atau berbelit-belit.³¹

4. Qaulan Ma'rufa

Ungkapan “qaulan ma'rufa” dapat diterjemahkan secara akurat. Katakanlah kata madhinya arafah merupakan sumber ma'rufa yang berupa isim maf'ul. Secara etimologi ma'rufa adalah al-khair atau al-ihsan yang artinya "baik". Jadi, qaulan ma'rufa mengacu pada istilah atau pernyataan yang cocok dan baik. Para mubaligh perlu berhati-hati dalam mengamati dan membaca tentang keadaan dan keadaan Mad'unya karena pesan tersebut. Qaulan ma'rufan menurut Jalaluddin Rahmat adalah perkataan yang bermanfaat. Beginilah Allah menggambarkan kewajiban orang kaya dan kuat terhadap yang lemah dan miskin. Qaulan ma'rufan mengacu pada dialog konstruktif yang mencerahkan pemikiran, memberikan informasi, dan membantu orang-orang lemah menemukan solusi atas permasalahan mereka. Jika kita tidak mampu membantu secara materi, kita harus bisa membantu secara mental.³²

5. Qawlan Karima

Rasa hormat adalah prinsip dasar etika komunikasi Islam, sebagaimana tersirat dalam qaulan karima. Islam mengharuskan komunikasi memperlakukan orang lain dengan sangat hormat³³

³¹ Rakhmat, *Catatan Kang Jalal: Visi Media Politik dan Pendidikan*.

³² Marwah, “Etika Komunikasi Islam.”

³³ H. M. Amir, *Etika Komunikasi Massa dalam Pandangan Islam* (Logos, 1999).

Ungkapan yang terhormat, bermartabat, enak didengar, baik hati, dan santun. Jika dilakukan penelitian lebih lanjut, komunikasi dakwah melalui qawlan karima lebih cenderung menysasar kelompok usia yang lebih tua. Oleh karena itu, strategi tersebut lebih sering digunakan dengan cara yang baik dan halus, yang mengutamakan tata krama dan tingkat komunikasi. Dengan kata lain, tunjukkan rasa hormat daripada menggunakan bahasa yang merendahkan atau menghasut.³⁴

6. Qaulan Layyina

Berbicara dengan lemah lembut, dengan suara yang merdu, menyejukkan hati, dan tidak meninggikan suara secara teriak atau agresif, itulah yang dimaksud dengan Qaulan Layyina. Tidak menyenangkan berbicara dengan orang yang tidak sopan. Setiap perkataan Rasullulah, bahkan di saat-saat paling sunyi sekalipun, mempunyai pengaruh yang sangat besar bagi setiap orang yang mendengarnya.³⁵

Qawlan layyina adalah etika komunikasi yang menyeimbangkan secara harmonis antara isyarat verbal dan nonverbal. Itu baik, tanpa emosi dan kekasaran, dan diungkapkan melalui bahasa. Ketika dakwah dilibatkan, da'i dapat melakukan qawlan layyina ini dengan sikap ramah terhadap mad'u atau sasaran agar pesan dapat cepat dipahami.³⁶

³⁴ Marwah, "Etika Komunikasi Islam."

³⁵ Marwah.

E. *Youtube* Sebagai Media Dakwah

Seiring dengan kemajuan teknologi saat ini, dakwah harus mengikuti perkembangan situasi dan kondisi agar tetap relevan dan tidak tertinggal. Seorang dai diharapkan memiliki kecakapan dalam berdakwah melalui media elektronik semaksimal mungkin.³⁷

Hal ini merupakan tantangan sekaligus peluang bagi gerakan misionaris. Banyaknya pengakses media sosial, yang dalam hal ini adalah *Youtube*, menggunakannya tidak hanya untuk hiburan tetapi juga untuk belajar dan mengetahui informasi baru. Setidaknya 86% mengatakan mengakses *Youtube* untuk mempelajari informasi baru. Hal ini membuat *Youtube* sedikit demi sedikit menggantikan posisi televisi di ruang rumah masyarakat Indonesia. Tak heran, bila generasi milenial lebih mengenal konten dan kreator di *Youtube* dibandingkan dengan artis di televisi. Hal ini pula yang membuat mereka banyak menggemari konten kreator di *Youtube*.³⁸

Akses yang tidak terbatas dan disposisi minat menjadi salah satu alasan mereka memilih *Youtube*. Ketika mengakses internet, mereka juga tidak bisa dibatasi oleh berbagai regulasi. Oleh karena itu, menjadi tanggung jawab para pendidik dan dai untuk mulai memanfaatkan media yang ada agar dapat memberikan narasi tandingan atas berbagai isu-isu palsu (hoax) dan

³⁶ Dzulhusna, Nurhasanah, dan Suherman, "Qaulan Sadida, Qaulan Ma'rufa, Qaulan Baligha, Qaulan Maysura, Qaulan Layyina dan Qaulan Karima Itu Sebagai Landasan Etika Komunikasi Dalam Dakwah."

³⁷ Krisna Mukti, "Strategi Dakwah Habib Ja'far Dalam Praktik Toleransi Beragama Di Youtube Noice," 2022, 45.

³⁸ Yuangga Yahya, Indra Fajari, dan Umi Mahmudah, "Da'wah on Youtube: An Effort in Islamic Values Representation," 2021, <https://doi.org/10.4108/cai.27-10-2020.2304158>.

penuh kebencian yang menyangkut SARA dan memberikan pembelajaran agama yang benar.³⁹

Penelitian tentang dakwah di era digital saat ini menjadi menarik, karena tren perubahan dakwah semakin mengikuti perkembangan teknologi yang berkembang di zaman sekarang. Dengan mengikuti perkembangan zaman, dakwah dapat menjangkau lebih luas lagi dan bergerak seakan tanpa ada batas suku, bangsa dan agama. Semua orang di seluruh dunia dapat mengaksesnya. Salah satu media dakwah di era digital sekarang ini adalah *Youtube*.

Youtube merupakan salah satu platform yang mendukung efektifitas dalam menyampaikan dakwah. Berkat aspek visualnya, berbagai gaya dan pola yang ditawarkan, serta kemudahan akses dan durasi yang panjang, membuat *Youtube* menjadi platform yang paling disukai oleh para pembuat konten. Hal ini menjadi keunggulan tersendiri dibandingkan dengan media sosial lainnya. *Youtube* juga lebih efisien dalam menghemat biaya, tempat, dan waktu. Dengan *Youtube*, ceramah dari para pendakwah dapat diakses oleh masyarakat luas kapan saja dan di mana saja.⁴⁰

Youtube juga telah menjadi sebuah fenomena global. Dalam konteks tersebut, *Youtube* telah sering digunakan sebagai alat untuk menyebarkan ajaran agama Islam, terutama melalui konten *#LogIndiCloseTheDoor*. Konten

³⁹ Yahya, Fajari, dan Mahmudah.

⁴⁰ Ricka Handayani, "Youtube Sebagai Media Komunikasi Dalam Berdakwah Di Tengah Pandemi," *Hikmah* 15, no. 1 (2021): 123–38, <https://doi.org/10.24952/hik.v15i1.3569>.

tersebut adalah konten dimana Onadio Leonardo akan bertanya tentang Islam, lalu yang akan dijawab dan dijelaskan oleh Habib Ja'far.