



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

**Representasi Etika Komunikasi Dakwah dalam  
Buku *Muslimah yang Diperdebatkan* Karya Kalis  
Mardiasih**

**Skripsi**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel  
Surabaya, guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar  
Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)

Oleh

**Rizka Qusnul Qotimah**  
**NIM B91218136**

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya  
2023

## PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizka Qusnul Qotimah

NIM : B91218136

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul Representasi *Etika Komunikasi Dakwah dalam Buku "Muslimah yang Diperdebatkan"* Karya Kalis Mardiasih adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 27 Juli 2022

Yang membuat pernyataan



Rizka Qusnul Qotimah

NIM B91218136



## LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Rizka Qusnul Qotimah

NIM : B91218136

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul Skripsi : Representasi Etika Komunikasi Dakwah  
Dalam Buku *Muslimah Yang Diperdebatkan*  
Karya Kalis Mardiasih

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 26 Juli 2022

Menyetujui  
Pembimbing,



**Dr. Luluk Fikri Zuhriyah, M. Ag**  
NIP 196912041997032007

**LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI**  
**REPRESENTASI ETIKA KOMUNIKASI DAKWAH**  
**DALAM BUKU MUSLIMAH YANG DIPERDEBATKAN**  
**KARYA KALIS MARDIASIH**

**SKRIPSI**

Disusun oleh

Rizka Qusnul Qotimah  
B91218136

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu  
pada tanggal 9 Januari 2023

Tim Penguji

**Penguji I**

**Dr. Luluk Fikri Zuhriyah, M. Ag**  
NIP 196912041997032007

**Penguji II**

**Dr. Abdullah Sattar, M. Fil.I**  
NIP 196512171997031002

**Penguji III**

**Wahyu Fiahi, MA**  
NIP 197804022008012026

**Penguji IV**

**Moh. Khoirul Anam, M.Li**  
NIP 198711102020121009

Dekan,



**Dr. Moch. Choirul Arif, S.Ag, M.Fil.I.**  
NIP 197607101998031001



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpustakaan@uin-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSITUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Rizka Qusnul Qotimah  
NIM : B91218136  
Fakultas/Jurusan : Dakwah & Komunikasi/Komunikasi & Penyiaran Islam  
E-mail address : b91218136@uinsby.ac.id

Demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Ekklusif atas karya ilmiah :

Skripsi  Tesis  Disertasi  Lain-lain (.....)  
yang berjudul :

REPRESENTASI ETIKA KOMUNIKASI ISLAM DALAM BUKU *MUSLIMAH YANG*

*DIPERDEBATKAN* KARYA KALIS MARDIASIH

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non Ekklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengah media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dan saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 20 Januari 2023

Penulis

(RIZKA QUSNUL QOTIMAH)

## ABSTRAK

Rizka Qusnul Qotimah, 2023. *Representasi Etika Komunikasi Dakwah dalam Buku “Muslimah yang Diperdebatkan” Karya Kalis Mardiasih.*

Penelitian ini meneliti konsep dan representasi etika komunikasi dakwah dalam buku *Muslimah yang Diperdebatkan* karya Kalis Mardiasih. Dilatarbelakangi dengan banyak sekali pengguna media sosial yang melanggar batasan etika berkomunikasi terutama berkaitan dengan dakwah. Dengan merembahnya dakwah di media sosial sehingga perlunya sikap bijaksana dalam berkomunikasi. Oleh karena itu dirumuskan pertanyaan: Bagaimana konsep etika komunikasi dakwah dalam esai berjudul *Dari Mana Asal Tren “Maaf, Sekadar Mengingatkan”* dan bagaimana ini direpresentasikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian analisis teks media model analisis wacana Van Dijk serta pengumpulan data menggunakan teknik observasi dan dokumentasi. Hasilnya ditemukan konsep-konsep etika komunikasi dakwah dalam esai yakni ketika dai menasihati harus melihat konteks dan kondisi *mad’u* agar mengena, dai harus sadar akan perbedaan *mad’u*, tidak mudah menghakimi *mad’u*, dan dai seharusnya meluaskan ilmu dan wawasan. Konsep etika komunikasi dakwah ini telah banyak ditemui dalam dakwah para dai di Indonesia seperti dakwah Gus Miftah di tempat hiburan malam, gaya komunikasi dakwah asertif Habib Husein Ja’far Al-Hadar di Youtube, dan dakwah millennial Ustadz Hanan Attaki, serta dapat ditemukan pendakwah-pendakwah lainnya yang menerapkan etika komunikasi dakwah dan dapat dijadikan teladan dalam berdakwah serta aktif di media sosial.

Kata kunci: Etika komunikasi, Dakwah, Konsep, Representasi, Media Sosial.

## ABSTRACT

Rizka Qusnul Qotimah, 2023. *Representation Of Communication Da'wa Ethics Of The Book "The Debated Muslimah" By Kalis Mardiasih.*

This research examines the concept and representation of the ethics of proselytizing communication in the disputed Muslimah book by Kalis Mardiasih. It is motivated by a large number of social media users who violate ethical boundaries of communication, especially related to proselytizing. With the spread of proselytizing on social media, it is necessary to communicate wisely. The question is therefore formulated: How is the ethical concept of proselytizing communication in an essay entitled Where Did the "Sorry, Just Reminding" Trend Come From, and how this is represented. This research uses a qualitative approach and a type of research media text analysis van Dijk discourse analysis model and data collection using observation and documentation techniques. The result was found the ethical concepts of proselytizing communication in the essay, namely when dai advises must look at the context and condition of *mad'u* in order to be reasonable, dai must be aware of the differences of *mad'u*, it is not easy to judge *mad'u*, and dai should expand knowledge and insight. The concept of da'wah communication ethics has been widely found in the proselytizing of dai in Indonesia, such as Gus Miftah's proselytizing in nightlife venues, Habib Husein Ja'far Al-Hadar's bold proselytizing communication style on Youtube, and millennial da'wah Ustadz Hanan Attaki, as well as other preachers who apply the ethics of proselytizing communication and can be used as an example in preaching and being active on social media.

Keywords: Da'wa ethics, concept, representation, Kalis Mardiasih, discourse.

## تجريدي

رزقة حسن الخاطمة، 2023. تمثيل أخلاقيات الاتصال الدعوي في كتاب كاليب ماردياسيه "مسلمة متنازع عليها".

يبحث هذا البحث في مفهوم وتمثيل أخلاقيات التواصل الدعوي في كتاب المسلمة المتنازع عليه من تأليف كاليب ماردياسيه. يتم تحفيزه من قبل عدد كبير من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي الذين ينتهكون الحدود الأخلاقية للتواصل، خاصة فيما يتعلق بالتبشير. مع انتشار التبشير على وسائل التواصل الاجتماعي، من الضروري أن تكون حكيما في التواصل. لذلك يتم صياغة السؤال: كيف هو المفهوم الأخلاقي للتبشير بالتواصل في مقال بعنوان من أين أتى اتجاه "آسف، مجرد تذكير" وكيف يتم تمثيل ذلك. يستخدم هذا البحث منهجا نوعيا ونوعا من البحث في تحليل النص الإعلامي فان ديك نموذج تحليل الخطاب وجمع البيانات باستخدام تقنيات الملاحظة والتوثيق. والنتيجة هي المفاهيم الأخلاقية للتبشير في التواصل في المقال، أي عندما ينصح الداعي يجب أن ينظر إلى سياق وحالة المدعو لكي يكون معقولا، ويجب أن يكون الداعي على دراية باختلافات مادو، وليس من السهل الحكم على مادو، ويجب على الداعي توسيع المعرفة والبصيرة. تم العثور على مفهوم أخلاقيات الاتصال الدعوي على نطاق واسع في التبشير بالداعي في إندونيسيا مثل التبشير في أماكن الحياة الليلية لجوس مفتاح، وأسلوب التواصل الدعوي الحازم لحبيب حسين جعفر الهدار على موقع يوتيوب، والدعوة الألفية الأستاذ حنان أتاكي، بالإضافة إلى الدعاة الآخرين الذين يطبقون أخلاقيات التواصل الدعوي ويمكن استخدامهم كمثال في الوعظ والنشاط على وسائل التواصل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: أخلاقيات الاتصال، الدعوة، المفهوم، التمثيل، وسائل التواصل الاجتماعي



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis sampaikan kehadirat Allah Swt atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul *Representasi Etika Komunisasi Dakwah dalam Buku “Muslimah yang Diperdebatkan” Karya Kalis Mardiasih*. Skripsi ini merupakan karya ilmiah yang disusun dalam upaya untuk menyelesaikan pendidikan sarjana (S1) Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Kesuksesan ini dapat penulis peroleh salah satunya karena dukungan banyak pihak, oleh karena itu ucapkan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Dr. Hj. Luluk Fikri Zuhriyah, M.Ag. selaku pembimbing yang senantiasa mendampingi dan mengarahkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Kalis Mardiasih yang menginspirasi saya agar selalu berpikir mandiri dan terus mengembangkan diri untuk menjadi perempuan hebat.
3. Saudari Wihdi Luthfi Ani yang menginspirasi saya melalui karya skripsinya, yang mana saya gunakan sebagai salah satu rujukan utama dalam penyusunan skripsi ini.
4. Serta semua pihak yang telah membantu penelitian ini berjalan lancar.

Semoga amal baik dan hati mulia yang telah bapak/ibu/teman-teman berikan kepada penulis mendapatkan balasan sebaik-baiknya dari Allah Swt.

Penulis.

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI</b> .....	iii
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	iv
<b>PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI</b> .....	v
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian .....	12
D. Manfaat Penelitian .....	12
E. Definisi Konsep .....	13
F. Sistematika Pembahasan.....	16
<b>BAB II: KAJIAN TEORETIK</b> .....	18
A. Kerangka Teoretik .....	18
B. Penelitian Terdahulu .....	27
<b>BAB III: METODE PENELITIAN</b> .....	41
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	41

B.	Unit Analisis .....	41
C.	Jenis dan Sumber Data .....	42
D.	Tahap-Tahap Penelitian .....	43
E.	Teknik Pengumpulan Data .....	43
F.	Teknik Analisis Data .....	44
<b>BAB IV: TEMUAN DAN ANALISIS DATA.....</b>		<b>50</b>
A.	Gambaran Umum Unit Analisis .....	50
B.	Penyajian Data.....	52
C.	Analisis Data .....	52
1.	Analisis Konsep Etika Komunikasi Dakwah dalam Esai <i>Dari Mana Asal Tren “Maaf, Sekadar Mengingatkan” .....</i>	<i>52</i>
2.	Representasi Etika Komunikasi Dakwah dalam Esai <i>Dari Mana Asal Tren “Maaf, Sekadar Mengingatkan” .....</i>	<i>90</i>
<b>BAB V: KESIMPULAN .....</b>		<b>94</b>
A.	Simpulan.....	94
B.	Rekomendasi .....	94
C.	Keterbatasan Penelitian.....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>96</b>
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Struktur Analisis Teks Van Dijk	45
Tabel 3.2. Elemen Analisis Wacana Van Dijk	46



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Komunikasi merupakan proses kegiatan yang berlangsung terus menerus, proses ini dilakukan untuk menghasilkan pesan berupa informasi melalui simbol-simbol untuk mencapai kepentingan manusia. Kebanyakan orang menganggap komunikasi merupakan hal yang mudah, karena praktik komunikasi terjadi di setiap saat.<sup>1</sup> Tujuan praktik komunikasi ini yaitu untuk menyampaikan maksud (pesan) melalui berbagai macam media. Pesan komunikasi ini dapat berupa ide, generalisasi realitas, terlebih hal yang bersifat harapan.<sup>2</sup> Pesan-pesan ini dapat disampaikan dalam bentuk tulisan, ucapan, film, gestur, gambar, angka, iklan, berita, billboard, sinetron, dan lain-lain.<sup>3</sup>

Komunikasi merupakan elemen kehidupan, yang mana selalu ada dalam setiap aktivitas dengan berbagai macam bentuknya. Di dalam organisasi membutuhkan komunikasi efektif, untuk mencari informasi terdapat unsur komunikasi, dan aktivitas lainnya. Jika dilihat dari bentuk-bentuk pesan dakwah, komunikasi bisa berupa pembicaraan, tulisan, kata, simbol, gambar, tata letak, dan lainnya.

---

<sup>1</sup> Dr. Redi Panuju, M.Si., *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi*. (Jakarta: Kencana, 2018), 1.

<sup>2</sup> Dr. Redi Panuju, M.Si., *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi*. (Jakarta: Kencana, 2018), 39.

<sup>3</sup> RR. Ponco Dewi Karyaningsih, *Ilmu Komunikasi*. (Yogyakarta: Samudra Biru, 2018), 23.

Begitu juga dalam aktivitas dakwah. Dakwah merupakan proses menyampaikan ajaran agama Islam dan mencegah manusia berbuat kemungkarannya melalui kebaikan-kebaikan. Proses menyampaikan ajaran Islam inilah yang disebut dengan komunikasi dakwah. Pada zaman Rasulullah ketika berdakwah harus melalui bertatap muka, dakwah Rasulullah melalui pidato di mimbar yang disaksikan oleh para sahabat.<sup>4</sup> Namun seiring berjalannya waktu, ilmu pengetahuan berkembang, dan semakin banyak teknologi canggih yang berkembang. Kini dengan hadirnya era globalisasi, metode dakwah bil lisan mudah diakses dari mana saja tanpa tatap muka atau biasa disebut dengan virtual. Globalisasi membuat seluruh manusia di penjuru dunia dapat bertemu hanya melalui media sosial, semua aktivitas dapat dilakukan dengan efisien dalam satu waktu melalui internet.

Dalam dakwah, pesan yang disampaikan oleh dai disebut dengan pesan dakwah atau *maudlu' al da'wah* (الدعوة عموضو). Istilah pesan dijabarkan dengan “isi dakwah berupa kata, gambar, lukisan, dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah” jika dakwah *bil kitab*, maka pesan dakwahnya berupa apa yang ditulis. Jika dakwah melalui lisan, maka pesan dakwahnya ialah yang diucapkan tersebut. Dan perbuatan baik juga termasuk dalam pesan dakwah melalui tindakan.<sup>5</sup>

Dalam aktivitas dakwah memiliki unsur media dakwah. Media dakwah sebenarnya hanyalah tambahan,

---

<sup>4</sup> Hafidz Muftisany, *Dakwah di Media Sosial*, (Intera, 2021), diakses pada 10 Maret 2022 dari <https://www.google.co.id/books/>

<sup>5</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Kencana, cet. Ke-6, 2017), 272.

dalam arti media dakwah akan terus berlanjut tanpa mereka. Namun, media dakwah ini membantu menghubungkan pesan komunikasi yang dikirim oleh komunikator (subyek dakwah) kepada komunikan (mitra dakwah).<sup>6</sup> Dakwah modern merupakan istilah baru fenomena dakwah melalui media sosial.

Teknologi yang semakin berkembang di era modern ini membuat kegiatan dakwah juga semakin menyebar luas menembus ruang dan waktu. Setiap individu dapat menyampaikan pesan-pesan Islam dari satu tempat. Media sosial memberikan peluang untuk dai menyampaikan dakwahnya sehingga bisa dilihat atau diterim oleh lebih banyak orang, yang awalnya hanya berdakwah melalui mimbar, hingga rekaman ceramahnya bisa dilihat oleh seluruh Indonesia secara berulang-ulang, bahkan dapat mengulang ke bagian yang tertinggal.

Kegiatan dakwah tidak selalu berupa ceramah, buku, dan tayangan audio visual. Dakwah memiliki beberapa bentuk seperti nasihat, ceramah, khutbah, mendidikan, dan lainnya sehingga potret dakwah dalam media sosial memiliki banyak sekali wajah. Kegiatan dakwah sudah banyak ditemui saat bermedia sosial. Beberapa organisasi dakwah sudah memperluas dakwahnya melalui platform-platform di media sosial.

Fenomena penggunaan internet terutama di media sosial menjadi hal yang biasa di berbagai kalangan. Media dakwah sekarang sudah menjamah di dunia media sosial yang sangat luas audiennya. Banyak sekali akun-akun yang membagikan unggahan tentang Al-Qur'an dan al-Hadits, qaul alim ulama', cerita hikmah, dan lain-lain. Tidak hanya

---

<sup>6</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Kencana, cet. Ke-6, 2017), 345.

itu, perkataan kebaikan datang dari berbagai sisi yang dapat diambil hikmahnya.

Informasi dan komunikasi di media sosial tersebar dengan cepat di semua kalangan, dari kalangan dengan ilmu pengetahuan rendah hingga terpelajar. Oleh karena itu, sebagai umat Islam yang memiliki Al-Qur'an dan Al-Hadits sebagai pedoman utama kita, kita harus bijak dalam menggunakan media sosial. Segala perkataan dan ajaran yang disampaikan hendaknya sesuai dengan adab dan akhlak Islam agar tidak menimbulkan kebencian di hati setiap orang. Inilah yang dinamakan dengan etika dalam komunikasi dakwah. Etika adalah nilai baik dan buruk berdasarkan hukum yang berlaku di suatu tempat. Etika menjadi pacuan melakukan sesuatu dalam mempertimbangkan baik dan buruknya.

Etika komunikasi dakwah tidak lepas dari rujukan dalil naqli yakni Al-Qur'an dan Hadist. Allah mengisyaratkan dalam Al-Qur'an etika agar berdakwah dengan cara yang mulia baik dengan siapapun. Perkataan mulia ini seperti yang Allah dawuhkan dalam surat Al-Isra ayat 23.<sup>7</sup>

وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۖ إِنَّمَا يُبَلِّغَنَّ عَنْكَ الْكِبَرَ  
أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا آفٌ وَلَا تُنْهَرُهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا

Artinya: 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

---

<sup>7</sup> Anita Ariani, "Standarisasi dan Dasar Pijakan Etika Komunikasi Dakwah," Alhadharah Jurnal Ilmu Dakwah 14, no. 28 (2015): 53.



"ah" dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia.

Menurut Quraish Shihab perlunya berkomunikasi dengan sifat yang bijak dan berhati-hati. Hendaknya seorang dai berpikir terlebih dahulu sebelum menyampaikan ucapannya. Quraish Shihab memandang hal ini wajib diperhatikan dikarenakan tidak sedikit ucapan tanpa pertimbangan etika dan sebagainya mengakibatkan bencana serta malapetaka bagi dirinya maupun orang lain.<sup>8</sup>

Maka dari itu dalam hal komunikasi, etika sangat penting untuk diperhatikan. Hal ini untuk menjaga kerukunan umat baik agama maupun negara. Karena kasus amoral di media sosial bisa jadi dapat mengganggu kestabilan politik negara, menggoyahkan pertahanan kesatuan bangsa, hingga mengganggu pendudukan negara lain. Sebagai pengguna harusnya memperhatikan informasi atau pesan apa yang hendak disampaikan di media sosial dalam rangka menjaga keutuhan dan kerukunan berbangsa dan bernegara, serta menghindari pandangan buruk orang-orang awam tentang agama Islam.<sup>9</sup>

Konten-konten dakwah banyak bertebaran dan mudah dijumpai oleh pengguna media sosial. Penyampaian konten dakwah juga dibalut dengan model yang bervariasi, dapat berupa unggahan gambar-gambar, video ceramah, diskusi, animasi, dan lain-lain yang tentunya dengan tatanan etika komunikasi dakwah dengan disesuaikan penerapannya. Dikutip dari skripsi karya Erma Erfina berjudul *Etika*

---

<sup>8</sup> Pratiwi dan Islam, "Etika Komunikasi Dakwah Dalam Qs. Ar-Rahman Ayat 1-4," *Spektra Komunika Jurnal Komunikasi & Dakwah* 1, no. 1 (2022): 9.

<sup>9</sup> Nazaruddin Muhammad Alfiansyah, "Etika Komunikasi Islami Di Media Sosial Dalam Perspektif Alquran Dan Pengaruhnya Terhadap Keutuhan Negara," no. 1 (n.d.).

*Komunikasi Dakwah Najwa Shihab Dalam Acara Talkshow Shihab & Shihab*, tidak hanya dai yang harus menjaga etika komunikasinya, pembawa acara pada pembuatan konten dakwah pun perlu menjaga etikanya. Penelitian ini menangkat perwujudan etika komunikasi Najwa Shihab melalui kebiasaannya menyapa audien dan narasumber dengan baik, mengucapkan permohonan maaf saat hendak menyambung pertanyaan, serta menggunakan sebutan namanya alih-alih “saya atau aku”.<sup>10</sup>

Namun di samping fenomena tersebut, di era kemajuan teknologi ini warganet Indonesia juga dikatakan dalam kondisi yang darurat. Permasalahannya adalah beberapa perilaku asusila yang terjadi baik dalam proses komunikasi dunia nyata maupun dunia maya. Banyak akun media sosial dapat memiliki nilai negatif, baik berbahaya atau tidak. Perilaku tidak bermoral memiliki banyak bentuk, termasuk berita bohong (hoax), pernyataan dengan nilai provokatif, ekspresi keji, suku, agama, ras, penghinaan antargolongan (SARA).<sup>11</sup>

Beberapa bulan lalu salah satu selebgram meramaikan pengikutnya dan penonton sekilas akunya dengan kabar bahwa ia mengajukan gugat cerai secara sepihak. Lalu beberapa bulan kemudian ia memutuskan untuk tampil tanpa hijab di akun media sosialnya. Di kolom komentar setiap unggahannya hampir selalu ada cacian

---

<sup>10</sup> Erma Erfiana, “Etika Komunikasi Dakwah Najwa Shihab Dalam Acara Talkshow Shihab & Shihab dalam Acara Talkshow Shihab & Shihab” (Universitas Islam Negeri Antasari, 2022).

<sup>11</sup> Nazaruddin & Muhammad Alfiansyah, Etika Komunikasi Islami di Media Sosial dalam Perspektif AL-Qur’an dan Pengaruhnya Terhadap Keutuhan Negara.

yang dilontarkan oleh warganet kepadanya terkait kasus cerai dan keputusannya tersebut.

Kasus lainnya yaitu beberapa selebgram saling mengumbar aib dan mengejek satu sama lain di media sosial. Keduanya tidak menyelesaikan perselisihan dengan baik, namun malah berselisih di media sosial yang mana semua pengikutnya dapat menyaksikan perilaku mereka. Hal ini terkadang mengajak pengikut atau pembaca terbawa dalam emosi yang mereka rasakan.

Hal lain seperti unggahan di media sosial yang isinya tidak mengandung kebenaran atau tidak sesuai fakta seringkali beredar tanpa tahu siapa dalang di balik unggahan tersebut. Bagi mereka yang tidak menerapkan ajaran Islam untuk memperjelasnya, atau dalam Al-Qur'an disebut *tabayun*, mereka percaya pada informasi yang dikonsumsi dan tidak benar atau salah. Lebih-lebih jika hingga disebarluaskan ke pengguna lain.

Apalagi jika ajaran-ajaran kebaikan yang seharusnya disampaikan dengan lembut dan baik, malah tidak demikian. Beberapa fenomena dengan dalih *fastabiqul khairat* malah memberikan kesan Islam adalah agama yang keras akan perintah dan hukumnya.

Bentuk-bentuk kasus di atas merupakan beberapa contoh saja dari sekian banyak fenomena di media sosial. Sebagai pengguna, kita perlu bijak dalam menyikapi peristiwa yang muncul di media sosial. Pada dasarnya apa yang ada di dunia maya sama dengan di dunia nyata, jadi hanya kita yang lebih mengetahuinya di media sosial. Namun bila melihatnya lebih luas lagi, akun-akun yang menyebarkan unggahan positif lebih banyak dan mereka juga terkadang melakukan interaksi aktif dengan pengikut akunya.

Salah satu bentuk dakwah yaitu nasihat, maka segala bentuk nasehat yang muncul di media sosial merupakan

bentuk dakwah. Nasihat-nasihat yang muncul dalam bentuk keterangan gambar, komentar, pesan pribadi, gambar berisi kata-kata dapat disebut dengan dakwah.

Namun beberapa tren hijrah yang sedang digandrungi banyak orang seringkali menyebabkan penolakan dan penerimaan. Mereka menggunakan batasan dalil yang terkesan kaku dan menyalahkan kelompok yang berbeda dengan kaumnya. Mengangkat salah satu cerita salah satu selebgram, mantan istri Taqy Malik, Salmafina Sunan yang mendapat hujatan setelah memutuskan untuk melepas hijabnya, namun nyatanya memberikan respon yang menarik. Perempuan yang semakin hari semakin ingin menjatuhkan posisi perempuan lainnya yang disembunyikan dibalik kata-kata pembelaan “Maaf, Sekadar mengingatkan”, bahkan mereka sama-sama seorang muslimah.<sup>12</sup>

Fenomena ini tidak sesuai dengan konsep etika komunikasi nasihat yakni *qaulan baligha* (perkataan yang membekas pada jiwa, menyentuh hati *mad'u*). Perkataan yang menyentuh menggunakan perkataan yang sesuai dengan situasi dan kondisi *mad'unya* agar tercipta dakwah yang efektif (menyentuh hati). Maka dari itu pemilihan kata dan cara penyampaian yang tepat perlu diperhatikan. Dalam kasus di atas adalah tidak sesuai dengan konsep *qaulan baligha* sebab menimbulkan ketersinggungan Salmafina Sunan sebagai orang yang diberi nasihat.<sup>13</sup>

Dalam dakwah terdapat istilah manajemen yang berfungsi agar dakwah dapat masuk dengan tepat sesuai

<sup>12</sup> Kalis Mardiasih, “Muslimah yang Diperdebatkan”, (D.I. Yogyakarta: Buku Mojok, cet. Ke-10, 2021), 169-170.

<sup>13</sup> Pratiwi dan Islam, “Etika Komunikasi Dakwah Dalam Qs. Ar-Rahman Ayat 1-4.”

dengan keadaan *mad'u*. Pendakwah tidak diperkenankan memaksakan kehendak ajaran yang dibawanya agar *mad'u* mengikutinya sehingga pendakwah perlu memahami bahwa keimanan dan keislaman seseorang tidak karena paksaan atau di bawah kendali orang lain, melainkan hal tersebut atas kekuasaan Allah Swt. Bila saja Allah menghendaki seluruh manusia mengikuti syariat-Nya, maka hal tersebut adalah mudah bagi Allah. Sebagaimana tercantum dalam Surah Al-Qur'an al-An'am [6]: 107

وَلَوْ شَاءَ اللَّهُ مَا أَشْرَكُوا ۗ وَمَا جَعَلْنَاكَ عَلَيْهِمْ حَفِيظًا ۗ وَمَا أَنْتَ عَلَيْهِمْ بِوَكِيلٍ

Artinya: Dan sekiranya Allah menghendaki, niscaya mereka tidak mempersekutukan(-Nya). Dan Kami tidak menjadikan engkau penjaga mereka; dan engkau bukan pula pemelihara mereka.

Allah menegaskan bahwa Nabi Muhammad diutus dalam ayat ini tidak untuk menjaga (*hafidz*) dan memelihara (*wakil*) orang-orang kafir dari Azab yang Allah berikan. Namun hanya sebagai penghubung antara syariat Allah dengan umatnya, yakni penyampai risalah (*mubaligh*).<sup>14</sup>

Dari sinilah muncullah urgensi pembahasan etika dakwah terutama di media sosial. A. Sunarto A.S. menyebutkan dalam bukunya Etika Dakwah, menurutnya etika dakwah memiliki urgensi antara lain: Pertama, Islam secara mutlak adalah agama yang haq dan mulia yang harus didakwahkan ajarannya secara baik dan benar. Kedua, dakwah dilakukan dengan cara yang efektif untuk mencapai keberhasilan dakwah. Ketiga, dalam berdakwah tidak semata dengan caranya sendiri, namun ada nilai dan prinsip

---

<sup>14</sup> Tafsir Al-Qur'an, "Surah Al-An'am 107-108: Pentingnya Etika Dakwah Bagi Pendakwah", diakses pada 26 Juli 2022 dari [Surah Al-An'am 107-108: Pentingnya Etika Dakwah Bagi Pendakwah \(tafsiralquran.id\)](http://tafsiralquran.id)

dakwah yang harus diperhatikan. Keempat, dalam berdakwah situasi dan kondisi juga harus diperhatikan.<sup>15</sup>

Salah satu buku yang ingin penulis kaji adalah karya Kalis Mardiasih berjudul *Muslimah yang Diperdebatkan*. Ia adalah salah satu tokoh aktivis feminisme di Indonesia. Ia juga memberikan pernyataan yang ia tulis di bagian akhir buku ini, “Saya sangat menyukai ide yang disebut feminisme. Ketakutan dan kekalahan menemukan jalan untuk ide-ide untuk mengasingkan perempuan dan melawan nilai-nilai yang menyangkal diskriminasi yang muncul atas nama gender.”

Buku ini memuat gagasan-gagasan Kalis Mardiasih dalam bentuk kumpulan esai. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), esai adalah pembahasan masalah yang bergaya karangan prosa dari sudut pandang pribadi penulis.. Dalam buku ini, Kalis mengangkat permasalahan-permasalahan muslimah di Indonesia yang terakhir masih terasa hangat dibahas. Seperti pada judulnya, buku ini layaknnya memperdebatkan fenomena yang selama ini terjadi dan mencari akar serta ujung dari permasalahan.

Buku ini memiliki 26 judul esai, yang semuanya merupakan pendapat pribadi Kalis yang didasarkan pada pembahasan feminisme yang dikaitkan dengan ajaran Islam, dan disertai dengan data-data fakta pendukung. Dari judul-judul esai di buku ini, terdapat satu esai yang membahas tentang fenomena dan kasus di media sosial. Esai tersebut berjudul *Dari Mana Asal Tren “Maaf, Sekadar Mengingatkan”?*. Peneliti ingin memilih esai tersebut untuk dianalisis.

---

<sup>15</sup> Dr. H. A. Sunarto A.S., M.E.I, “Etika Dakwah”, (Surabaya: UIN SA Press, 2014), 2-3.

Peneliti memilih unit penelitian salah satu esai dalam buku *Muslimah yang Diperdebatkan*, karena buku ini masuk pada daftar buku populer terutama di platform penerbitnya, Buku Mojok. Dibuktikan dengan buku yang peneliti beli merupakan cetakan kesepuluh yang diterbitkan pada Januari 2021.

Setelah membaca buku ini hingga tuntas, peneliti tertarik pada judul esai ke-25 tersebut. Di bagian ini, Kalis menyajikan struktur tulisan yang bagus. Ia menuliskan kasus Salmafina Sunan yang sekitar awal tahun 2019 sempat menghebohkan warganet saat ia memutuskan melepas jilbabnya setelah cerai dengan Taqy Malik. Permasalahan yang diangkat oleh penulis buku ialah etika seseorang dapat dipengaruhi oleh keyakinannya akan suatu nilai kebenaran, yang mana bisa jadi orang lain memiliki nilai kebenaran yang berbeda. Kelompok orang yang mengklaim yang ia yakini adalah paling benar, mencoba masuk pada ranah pribadi orang lain. Dari permasalahan tersebut, Kalis memberikan analisisnya tentang tren “Maaf, sekadar mengingatkan”. Ia menemukan tiga hal yang menyebabkan mengapa orang-orang melupakan etika dalam menasihati orang lain dalam ranah pribadinya.

Berdasarkan paparan di atas, peneliti ingin menganalisis salah satu judul di atas yang membahas tentang fenomena dakwah di media sosial. Peneliti ingin mengetahui unsur etika komunikasi dalam tulisan tersebut. Untuk menganalisis teks ini jenis penelitian analisis teks media yang digunakan peneliti adalah model analisis wacana dengan menggunakan teori Teun A. Van Dijk. Teori

Van Dijk menggabungkan analisis unsur tekstual dengan wacana sosial.<sup>16</sup>

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka rumusan masalah disusun sebagai berikut:

1. Bagaimana konsep etika komunikasi dakwah dalam buku Kalis Mardiasih?
2. Bagaimana etika komunikasi dakwah direpresentasikan dalam esai *Dari Mana Asal Tren “Maaf, Sekadar Mengingatkan”*?

## C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menjawab pertanyaan di atas, yakni:

1. Mengetahui konsep etika komunikasi dakwah dalam buku *Muslimah yang Diperdebatkan* karya Kalis Mardiasih.
2. Mengetahui representasi etika komunikasi dakwah dalam esai *Dari Mana Asal Tren “Maaf, Sekadar Mengingatkan”*

## D. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan dan wawasan baru tentang bagaimana etika dakwah dapat diimplementasikan melalui media sosial sebagai penunjang pelaksanaan

---

<sup>16</sup> M.Si Drs. Alex Sobur, Analisis Teks Media, Cetakan Pe (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), h. 73.



kegiatan dakwah, serta menjadi referensi penyampaian dakwah melalui media buku. Selain itu peneliti juga menginginkan agar penelitian ini nantinya akan dipublikasikan melalui karya tulis lainnya.

## 2. Secara akademis

Penelitian ini dapat digunakan untuk referensi teori etika komunikasi dakwah. Serta dapat dijadikan rujukan dan penunjang dalam melakukan aktivitas dakwah media sosial.

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan dan wawasan baru tentang bagaimana etika dakwah dapat diimplementasikan melalui media sosial sebagai penunjang pelaksanaan kegiatan dakwah.

## E. Definisi Konsep

### 1. Representasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), representasi secara etimologi artinya perbuatan mewakili, keadaan diwakili, apa yang mewakili, perwakilan. Sedangkan secara istilah, Stuart Hall mendefinisikan representasi berarti menggunakan bahasa untuk mewakili atau menyatakan sesuatu yang memiliki makna, baik menggunakan simbol ataupun orang lain sebagai wujud pernyataan. Representasi menggunakan bahasa dalam bentuk tanda-tanda (signs) atau gambar-gambar yang mewakili atau merepresentasikan suatu konsep dalam pikiran kita.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> Rina Wahyu Winarni, "Representasi Kecantikan Perempuan dalam Iklan", *Jurnal Deiksis*, Vol. 02, No. 02, April-Juni 2010, 142.

Menurut Chris Barker, representasi adalah proses mengkonstruksikan suatu makna oleh masyarakat dan kepada masyarakat dengan pemaknaan yang berbeda. *Cultural Studies* mengatakan, representasi ini merupakan proses bagaimana setiap individu memaknai masalah sosial atau fakta sosial.<sup>18</sup>

## 2. Etika Komunikasi Dakwah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yang baru (Departemen Pendidikan, Kebudayaan, Olahraga, Iptek, 1988), pengertian “etika” dapat dibagi menjadi tiga bagian. Artinya, "1) apa yang baik, apa yang buruk, dan hak dan kewajiban ilmiah moralitas (moralitas): 2) seperangkat prinsip atau nilai yang berkaitan dengan moralitas: 3) terkait dengan baik dan buruk yang dianut oleh kelompok atau masyarakat Nilai-nilai yang harus dilakukan."<sup>19</sup>

Dari segi bahasa dakwah adalah kata dari bahasa Arab “*da'wah*” (الدعوة). *Da'wah* memiliki tiga huruf dasar yaitu dal, ‘ain, wawu, jika disusun dapat membentuk beragam kata dan makna, yaitu memanggil, meminta, minta tolong, mengundang, mendatangkan, mendoakan, mengisi, meratapi. Dalam studi semantik, dakwah mirip dengan sifat persuasif, mengundang orang dengan cara yang halus. Ajakan dengan paksaan, kekerasan, intimidasi, intimidasi atau ketakutan seseorang untuk mengamalkan ajaran Islam. Jadi itu tidak disebut Dakwah. Karena meninjau arti kata dakwah

---

<sup>18</sup> DosenSosiologi.com, *Pengertian Representasi, Jenis, dan Contohnya*, diakses pada 26 November 2021 dari <https://dosensosiologi.com/representasi/>.

<sup>19</sup> K. Bertens, *Etika*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2007), h. 4-5

yaitu memanggil, meminta, minta tolong, mengundang, mendatangkan, mendoakan, mengisi, meratapi.

Etika komunikasi adalah cara berkomunikasi menurut nilai-nilai moral atau standar moralitas dalam menilai benar atau salahnya perilaku individu atau kelompok yang mana dalam hal ini komunikasi yang dimaksud adalah dalam penyampaian ajaran agama Islam.<sup>20</sup>

### 3. Gambaran Buku *Muslimah yang Diperdebatkan*

Buku ini merupakan karya kedua Kalis Mardiasih yang dipublikasikan dalam bentuk buku cetak. Buku ini masuk dalam rak genre nonfiksi yang diterbitkan oleh penerbit Mojok.co pada bulan April 2019. Setelah melewati koreksi dan cetak ulang hingga tujuh kali buku ini mendapat rating sebanyak 559 bintang di platform review buku goodreads.com dengan tebal buku 202.

Buku ini terdiri dari 26 esainya yang beberapa telah dipublikasikan di *platform online* Mojok.co. Narasi-narasi yang ditulis Kalis dalam buku ini berfokus pada tubuh perempuan, jilbab, kemanusiaan, dan religiusitas perempuan.<sup>21</sup> Dalam buku ini, Kalis berbicara tentang banyak hal terkait hak-hak perempuan yang kadang diremehkan oleh sebagian orang, terutama laki-laki. Sama seperti mengenakan jilbab di tempat

---

<sup>20</sup> Anita Ariani, "Etika Komunikasi Dakwah Menurut Al-Quran," *Alhadharah Jurnal Ilmu Dakwah* 11, no. 21 (2012): 10, <http://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/alhadharah/article/view/1782>.

<sup>21</sup> "Muslimah Yang Diperdebatkan," *Goodreads.Com*, accessed January 11, 2023, <https://www.goodreads.com/book/show/45299283-muslimah-yang-diperdebatkan>.

kerja adalah salah satu hak wanita Muslim. Sayangnya, masih ada negara dan tempat kerja yang menyuruh wanita Muslim melepas jilbabnya saat bekerja.<sup>22</sup>

## F. Sistematika Pembahasan

Bab pertama meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kekuatan penelitian, definisi konsep, dan sistematika pembahasan.

Dalam bab kedua skripsi ini, peneliti akan memaparkan kajian teoretik yang dijadikan pijakan dalam penelitian, dari mengenai teori representasi, etika komunikasi dakwah, buku sebagai pesan dakwah, dan teori wacana.

Bab ketiga dari skripsi ini mencakup metode penelitian. Peneliti akan memaparkan pendekatan dan jenis penelitian, unit analisis, jenis dan sumber data, tahapan penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Pada bab keempat akan diisi dengan jawaban kedua rumusan masalah. Peneliti akan memberikan gambaran umum tentang buku ini dan penulis buku terlebih dahulu. Lalu peneliti akan menyajikan teks asli esai *Dari Mana Asal Tren “Maaf Sekadar Mengingatkan?”*, dan proses analisis teks dan konteks sosial serta temuan representasi etika komunikasi dakwah dalam esai ini.

---

<sup>22</sup> Eki Rofiq Almujaahid, “Intip 4 Buku Inspiratif Kalis Mardiasih, Aktivistis Perempuan Muda Yang Kerap Menyuarakan Kesetaraan,” *Yoursay.Suara.Com*, last modified 2022, accessed January 11, 2023, <https://yoursay.suara.com/ulasan/2022/10/25/190320/intip-4-buku-inspiratif-kalis-mardiasih-aktivis-perempuan-muda-yang-kerap-menyuarakan-kesetaraan>.

Bab kelima merupakan bagian terakhir yang berisi kesimpulan, saran, dan keterbatasan penelitian. Bab ini menyimpulkan jawaban atas dua rumusan masalah penelitian. Selain itu, peneliti memberikan saran atau rekomendasi untuk penelitian selanjutnya yang belum termasuk dalam penelitian ini. Serta akan dituliskan keterbatasan penelitian secara singkat.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## BAB II

### KAJIAN TEORETIK

#### A. Kerangka Teoretik

Pada bagian ini berisi beberapa referensi yang menjadi acuan dalam menganalisis objek penelitian. Yang terdiri dari pemahaman setiap konsep penelitian, serta menyertakan definisi konsep dari para tokoh ahli merupakan hasil kombinasi model konsep beberapa ahli dalam sebuah penelitian baru.

##### 1. Teori Representasi

Representasi adalah mewakili makna atau ide menggunakan bahasa. Menurut Stuart Hall, representasi dapat ditinjau dari dua makna. Pertama, representasi mental, yaitu konsep atau gagasan yang diinterpretasikan oleh pikiran orang lain atau disebut juga dengan peta konsep. Kedua, representasi bahasa, konstruksi makna melalui bahasa.<sup>23</sup>

Stuart Hall dalam bukunya berjudul *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices* mengatakan:

*“Representation connects meaning and language to culture... Representation is an essential part of the process by which meaning is produced and exchanged between members of culture.”*

Representasi sebagai penghubung makna dengan bahasa. Representasi adalah bagian dari proses

---

<sup>23</sup> Maulidya Septiani, “Representasi Pesan Moral dalam Film Merry Riana Mimpi Sejuta Dollar,” *Journal of Chemical Information and Modeling* (UIN Syarif Hidayatullah, 2019), h. 17.

penciptaan makna yang dapat dipertukarkan antar budaya. Sebuah konsep akan muncul dalam pikiran seseorang, namun konsep tersebut tidak dapat disampaikan tanpa menggunakan bahasa. Misalkan kata “gelas” yang merepresentasikan wadah untuk minum. Konsep ini tidak akan dapat dikomunikasi jika tidak dengan bahasa yang dimengerti.<sup>24</sup>

Dikutip dalam skripsi Heni Rahmawati, dalam buku *Media dan Budaya Populer* dituliskan bahwa Hall membagi *approach to representation* menjadi tiga macam:

- a. Reflektif, pendekatan ini dengan cara mencerminkan makna dengan bahasa. Bahasa sebagai refleksi makna yang sudah ada sesuai dengan bahasa atau tanda tersebut.
- b. Intensional, pada pendekatan ini makna yang dikonstruksikan dalam bahasa berdasarkan penyusun representasi.
- c. Konstruksionis, pendekatan bagaimana makna disusun oleh bahasa dan tanda sebagai perantara representasi.<sup>25</sup>

Pendekatan representasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah intensional dan konstruksionis. Pendekatan intensional menggunakan bahasa dan fenomena untuk menyatakan makna yang dimaksud oleh penyusun representasi. Didukung oleh pendekatan konstruksionis, yang mana makna disusun oleh bahasa

---

<sup>24</sup> Sigit Surahman, “Representasi Perempuan Metropolitan dalam Film 7 Hati 7 Cinta 7 Wanita,” *Jurnal Komunikasi* 3, no. 1 (2014): 43-44.

<sup>25</sup> Diakses pada 21 Juli 2022 dari [ijptummpp-gdl-medialelyl-51432-3-babii.pdf](http://ijptummpp-gdl-medialelyl-51432-3-babii.pdf)

yang digunakan.<sup>26</sup> Representasi makna dalam bahasa tidak dapat diartikan sendiri oleh penulis atau pengguna bahasa, namun juga harus dihadapkan pada realitas sosial serta keterlibatan pemeran dan kondisi sosial.<sup>27</sup>

## 2. Etika Komunikasi Dakwah

Secara singkatnya, etika dibuat selaras dengan moralitas yang berlaku di masyarakat itu sendiri dan berdasarkan standar perilaku suatu peran tertentu sehingga etika tidak hanya terdapat satu kaidah saja, setiap daerah memiliki etika masing-masing. Etika merupakan nilai-nilai yang tampak melekat pada kehidupan masyarakat, faktor perubahannya adalah karena adanya perubahan cara berpikir masyarakat tentang moralitas itu sendiri.<sup>28</sup>

Etika komunikasi dakwah, sebagai mana yang telah dijelaskan pada definisi operasional, berkaitan dengan kemanusiaan dan terkadang cenderung dikaitkan dengan perasaan dan tujuan seseorang, serta tidak berlaku merata. Kebaikan dan kebenaran menurut seseorang tidak dapat dipastikan baik pula untuk orang lain.<sup>29</sup>

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

---

<sup>26</sup> Diakses pada 21 Juli 2022 dari [https://eprints.umm.ac.id/58556/3/BAB II.pdf](https://eprints.umm.ac.id/58556/3/BAB%20II.pdf)

<sup>27</sup> Gita Batari Hermayanthi, "Representasi Kekerasan Pada Anak Dalam Film Miss Baek ( Analisis Representasi Stuart Hall ) Oleh Gita Batari Hermayanthi" (Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2021).

<sup>28</sup> Mastori dan Athoillah Islamy, "Menggagas Etika Dakwah Di Ruang Media Sosial," KOMUNIKASIA Journal of Islamic Communication & Broadcasting 1, no. 1 (2021), h. 6.

<sup>29</sup> Siti Rohmatul Fatimah, "Konsep Etika Dalam Dakwah," Jurnal Ilmu Dakwah 38, no. 2 (2019): 241, doi:10.21580/jid.v38.2.3886, h. 243.



Dalam Surah Al-Qur'an, surat an-Nahl ayat 125 berisi bukti tentang moralitas dan strategi dakwah Rasulullah, yang berhasil membawa perubahan cemerlang dari misi kerasulannya. Rasulullah telah mengubah watak orang Arab yang mengalami kemerosotan moral menjadi umat yang sadar etika dan kemanusiaan. Umat manusia disatukan oleh ikatan iman dan persaudaraan.<sup>30</sup>

Adapun dalil-dalil naqli (Al-Qur'an dan Hadist) yang mengisyaratkan konsep etika komunikasi dakwah. Ayat-ayat ini akan menjadi batasan dan rujukan analisis konsep etika komunikasi dakwah dalam buku Kalis Mardiasih. Etika dakwah tentunya mencakup disiplin yang luas, namun peneliti ingin membatasinya dalam lingkup komunikasi dakwah sehingga ayat-ayat yang digunakan sebagai dalil etika komunikasi dakwah diantaranya adalah:<sup>31</sup>

a) Berkata lemah lembut (Surat Al-Imran ayat: 159)

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu

---

<sup>30</sup> Universitas Paramadina Jakarta, "Etika Dakwah Perspektif Al- Qur'an Surah an-Nahl" 4, no. 3 (2020), h. 326.

<sup>31</sup> Iyus Saepuloh, "Adab Berdakwah Dalam Tafsir Al-Azhar Karya Hamka Dan Tafsir Ayat Suci Lenyepaneun Karya E. Hasyim Aktivitas" (Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, 2019).

maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.

Ada empat konsep sikap dakwah yang dapat diambil dari ayat di atas yakni: sikap lemah lembut, pemaaf, musyawarah, dan tawakkal. Keempat sikap di atas merupakan contoh dakwah Nabi Muhammad saw untuk mendapatkan simpati dari masyarakat Makkah saat itu.<sup>32</sup>

Menurut Al-Qurtubi makna lemah lembut ialah berupa kata-kata yang tidak kasar, sesuatu yang lembut akan melembutkan dan ringan untuk dilaksanakan. Dalam berdakwah hendaknya dai bersikap dan berkata yang halus agar dapat menyentuh hati dan menarik *mad'u* mengikuti ajakannya. Salah satu sikap yang lemah lembut yakni memaafkan. Nabi Muhammad saw mencontohkan sikap memaafkan bagi kaumnya yang menolak ajarannya. Sebab memaafkan adalah tanda jiwa seseorang sangat luas menampung segala ketetapan Allah. Kemudian Allah memerintahkan agar dalam proses dakwah terdapat yang namanya musyawarah. Musyawarah bersifat penting yang mana dengannya bisa melibatkan banyak pendapat untuk mempertimbangkan keputusan. Selanjutnya yakni bertawakkal agar tidak

---

<sup>32</sup> Jurnal Matlamat Minda dan Muhammad Hafiz, "Nilai Dakwah Dalam Surah Ali-Imran Ayat 159; Studi Komparatif Tafsir al-Azhar Karya H . Abdul Malik Karim Amrullah dan Tafsir al-Mishbah" 2, no. 1 (2022): 4.

bergantung pada selain Allah setelah mengerahkan usaha yang maksimal.<sup>33</sup>

b) Dakwah dengan *hikmah*, *maui'zah hasanah*, dan *mujadalah* (debat) dengan cara-cara yang baik (Surat An-Nahl ayat 125)

اذْغِ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.

Terdapat tiga hal etika dakwah dalam ayat di atas yakni: *bil hikmah*, *mauidzotil hasanah*, dan *jaadilhum billati hiya ahsan*. *Hikmah* ini dapat diartikan sebagai kalimat agung yang artinya berdakwah harus dengan bekal ilmu pengetahuan, wawasan yang luas, pemahaman agama yang dalam, jelas, dan penuh kearifan disertai argumentasi yang meluas dan mengena.<sup>34</sup> Menurut Muhammad Husen Yusuf, dakwah dengan hikmah berarti dakwah yang disesuaikan dengan kadar akal, bahasa, dan lingkungan para pendengarnya. Sebab manusia secara fitrah berbeda-beda. salah satunya manusia yang fitrahnya mudah

<sup>33</sup> Jurnal Matlamat Minda dan Muhammad Hafiz, “Nilai Dakwah Dalam Surah Ali-Imran Ayat 159; Studi Komparatif Tafsir al-Azhar Karya H . Abdul Malik Karim Amrullah dan Tafsir al-Mishbah” 2, no. 1 (2022): 4.

<sup>34</sup> Iiz Izmuddin, “Hukum Dan Etika Dakwah,” *ALHURRIYAH: Jurnal Hukum Islam* 10, no. 1 (2018): 65–81.

menerima jika bertemu dengan kebaikan sehingga dai tidak perlu menyusun banyak strategi untuk menyampaikan pesannya. Seperti halnya *assabiqunal awwalun* yang tidak ragu menyambut ajaran Rasulullah. *Mauidzotil hasanah* menurut beberapa tafsir memiliki arti pelajaran atau nasihat yang baik, menjauhkan dari perbuatan tidak terpuji dengan memberikan *tarhib* dan *targhib* (dorongan dan motivasi), penjelasan, keterangan, gaya bahasa, peringatan, penuturan, contoh teladan, pengarahan, dan pencegahan dengan cara halus. Dalam pandangan Muhammad Husain Yusuf, *jaadilhum billati hiya ahsan* merupakan cara dakwah yang diperuntukan bagi *mad'u* yang hatinya melekat kuat pada tradisi jahiliah dengan sombong dan lancang berbuat salah dan mengambil sikap sombong sebelum berdakwah.<sup>35</sup>

c) Tidak melakukan pemaksaan (Surat Al-Baqarah ayat 256)

لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ ۚ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ ۚ فَمَنْ يَكْفُرْ بِالطَّاغُوتِ وَيُؤْمِنْ بِاللَّهِ  
فَقَدْ اسْتَمْسَكَ بِالْعُرْوَةِ الْوُثْقَىٰ لَا انْفِصَامَ لَهَا ۗ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya: Tidak ada paksaan untuk (memasuki) agama (Islam); sesungguhnya telah jelas jalan yang benar daripada jalan yang sesat. Karena itu barangsiapa yang ingkar kepada Thaghut dan beriman kepada Allah, maka sesungguhnya ia telah berpegang kepada buhul tali yang

---

<sup>35</sup> Kusnadi dan Andi Muhammad Ilham Septian, "Tafsir Ayat-ayat Dakwah," *Jurnal Al-Mubarak: Jurnal Kajian Al-Qur'an dan Tafsir* 5, no. 2 (2020): 82–101, doi:10.47435/al-mubarak.v5i2.434, 70.

amat kuat yang tidak akan putus. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.

Ayat ini menjelaskan bahwa agama tidak pernah memaksa pemeluknya sebab keimanan dalam hati akan datang dengan rasa taat dan tunduk. Hal ini tentunya tidak bisa dipaksakan, namun memungkinkan melalui cara bertukar hujjah atau argumentasi. Maka dari itu dakwah tidaklah bersifat memaksa (koersif). Menurut Sayyid Quttub prinsip ini sangatlah harus diperhatikan, sebab di samping itu *mad'u* memiliki beberapa tipe karakter yang harus dipahami oleh dai. Ayat ini cukup menjadi bukti kepada orang-orang yang menganggap bahwa Islam ditegakkan dengan cara kekerasan (perang).<sup>36</sup>

Dari pemaparan dalil-dalil etika dakwah di atas, beberapa kaidah *ushul fiqh* di bawah ini dapat dijadikan sebagai landasan etika sosial dalam berdakwah di media sosial:

- a) *'Adam al-ikrâh fi ad-dîn*, yaitu menghargai kebebasan dan menghormati hak asasi setiap manusia;
- b) *Adam al-haraj*, yaitu menghindari kesulitan, kericikan dan kesempitan;
- c) *Daf'u adh-dharar wa al-mafâsid*, yaitu menghindari kemadharatan dan kerusakan;
- d) *At-tadarruj*, yaitu bertahap, gradual dan mengikuti proses;

---

<sup>36</sup> Tomi Hendra and Sri Hartati, "Etika Dakwah Ditinjau Dari Perspektif Psikologi Komunikasi," *AL MUNIR: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 2, no. 2 (2019): 67–73.

- e) *Dhararu Yuzalu Syar'an*, yaitu bahaya itu menurut syara harus dilenyapkan);
- f) *Al-Dhararu La Yuzalu Bi Al-Dharari*, artinya suatu bahaya tidak boleh dilenyapkan dengan bahaya yang sama;
- g) *Yuhtamalu al-Dhararu Al-Khash li Daf'i al-Dharar al-'Am*, artinya bahaya yang bersifat khusus boleh dilakukan untuk mencegah bahaya yang bersifat umum;
- h) *Yurtakabu Akhoff al-Dhararain li Ittiqa'i Asyaddihima*, yaitu yang lebih ringan diantara dua bahaya boleh dilakukan untuk menjaga dari yang lebih membahayakan;
- i) *Daf'u al-Madharri Muqaddamun 'ala Jalb al-Manafi'*, yaitu menolak bahaya itu harus didahulukan dari pada menarik manfaat;
- j) *Al-Dharuratu Tubihu al-Mahdhurat*, yaitu keterpaksaan membolehkan dilakukannya hal-hal yang dilarang;
- k) *Al-Dharuratu Tuqaddaru Biqadariha*, yaitu keterpaksaan diukur dengan tingkat keadaannya;
- l) *Al-Masyaqqatu Tajlib al-Taisir*, artinya kesulitan membawa kemudahan;
- m) *Al-Haraju Syar'an Marfu'*, artinya menurut syara' kesulitan itu harus dihilangkan;
- n) *Al-Hajatu Tanzilu Manzilat al-Dharurati Fi Ibahat Mahdhurat*, artinya kebutuhan-kebutuhan dapat menempati posisi keterpaksaan dalam kebolehan melakukan yang haram). Dan kaidah-kaidah lain yang bisa kita baca dalam kitab-kitab ushul fiqh dimana kesemuanya itu dapat dikembangkan untuk

nantinya menjadi pedoman atau standar dalam berdakwah.<sup>37</sup>

### 3. Analisis Wacana Teun A. Van Dijk

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian analisis teks media dengan menggunakan model analisis wacana Teun A. Van Dijk. Model ini biasa disebut dengan “kognisi sosial”, menurutnya analisis wacana tidak hanya didasarkan pada teksnya saja. Karena teks merupakan hasil dari proses sosial yang harus diamati.<sup>38</sup>

Menurut Van Dijk, wacana memiliki tiga dimensi atau struktur teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Dalam dimensi teks, peneliti menganalisis bagaimana susunan skema teks dan wacana disusun untuk menggambarkan suatu topik tertentu. Dimensi kognisi sosial dipelajari tentang bagaimana teks tersebut dibuat yang melibatkan pemahaman individu penyusun teks. Sedangkan konteks sosial adalah wacana yang berkembang di masyarakat tentang suatu masalah. Van Dijk menghubungkan analisis teks dengan analisis yang menyeluruh bagaimana teks itu terbentuk oleh penyusun teks, serta bagaimana kognisi masyarakat terhadap masalah.<sup>39</sup>

### B. Penelitian Terdahulu

---

<sup>37</sup> Dkk Hajir Tajiri, Asep Muhyidin, *Kajian Dakwah Multiperspektif (Teori, Metodologi, Problm, Dan Aplikasi)*, ed. Engkus Kuswandi (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014).

<sup>38</sup> Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, 2001, h.221.

<sup>39</sup> Wihdi Luthfi Ani, *Makna Jilbab Dalam Buku “Muslimah Yang Diperdebatkan” Karya Kalis Mardiasih*, 2020.

Penelitian ini sangat membutuhkan referensi dari hasil penelitian yang telah dilakukan untuk perbandingan dan referensi yang sesuai dengan penelitian ini.

1. Jurnal karya Nazaruddin & Muhammad Alfiansyah, UIN Sumatera Utara Medan dan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, dengan judul *Etika Komunikasi Islami di Media Sosial dalam Perspektif Al-Qur'an dan Pengaruhnya Terhadap Keutuhan Negara*, tahun 2021. Tulisan ini mengkaji etika komunikasi Islam dari perspektif Al-Qur'an dan mempertimbangkan urgensi etika komunikasi Islam di media sosial dalam menjaga keutuhan NKRI. Penelitian ini dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian kepustakaan Al-Qur'an dengan mengumpulkan kitab-kitab tentang etika komunikasi dan disimpulkan sebagai solusi yang diberikan Al-Qur'an untuk etika komunikasi Islam yang baik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Al-Qur'an berisi petunjuk tentang etika komunikasi. Artinya, (1) komunikasi harus dilandasi dengan kebenaran dan kesabaran, (2) menyaring saat menerima informasi (Tabayun), dan (3) menghindari saling mengejek tentang perbedaan, (4) Berkomunikasi dengan sopan santun dalam kata-kata dan menyiratkan nilai-nilai yang baik.<sup>40</sup>
2. Skripsi karya Rika Ariani dari Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin, tahun 2019 berjudul *Etika Komunikasi Dakwah dalam Serial Nussa di Channel Youtube Nussa Official*. Penelitian ini membahas etika

---

<sup>40</sup> Ibid.



komunikasi dakwah yang diterapkan dalam serial Nussa di kanal Youtube Nussa Official. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik penggalan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini, serial Nussa menggunakan prinsip etika komunikasi dakwah Jalaludin Rahmat, yaitu qawlan ma'rufa, qawlan karima, qawlan sadida, qawlan baligha, qawlan layyina, qawlan maisura. Qawlan ma'srufa di serial Nussa lebih dominan daripada jenis etika lainnya di atas.<sup>41</sup>

3. Tesis karya Mochamad Rosy Ilhamsyah Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya dengan judul *Representasi Muslimah dalam Film "Assalamualaikum Calon Imam" (Tinjauan Teori Representasi Stuart Hall)* tahun 2019. Metode penelitian ini menggunakan analisis semiotik model Roland Barthes serta menggunakan teori representasi Stuart Hall untuk mengetahui adanya representasi dalam film ini. Hasil dari penelitian ini film tersebut menunjukkan beberapa karakter muslimah yang merepresentasikan perempuan yang sabar, dan film ini mengandung ideologi patriarki.<sup>42</sup>
4. Jurnal karya Barkah Hadamean Harahap, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidempuan, berjudul *Etika Komunikasi dalam Berdakwah*, pada

---

<sup>41</sup> Rika Ariani, "Etika Komunikasi Dakwah dalam Serial Nussa di Channel Youtube Nussa Official", *Skripsi*, 2019.

<sup>42</sup> Hermayanthi, "Representasi Kekerasan Pada Anak Dalam Film Miss Baek ( Analisis Representasi Stuart Hall ) Oleh Gita Batari Hermayanthi."

tahun 2019. Penelitian ini mengkaji tentang etika seorang dai dalam berdakwah dengan menggunakan pendekatan library research metode deskriptif analisis. Secara garis besar penelitian ini menggunakan pedoman etika komunikasi Wallece, yakni kejujuran (*fairness*), akurasi (*accuracy*), bebas dan bertanggung jawab, kritik konstruktif, dan adil.<sup>43</sup>

5. Skripsi karya Erma Arfiana, UIN Antasari, berjudul *Etika Komunikasi Dakwah Najwa Shihab dalam Acara Talkshow Shihab & Shihab (Analisis Isi)*, tahun 2022. Skripsi ini menganalisis gaya bahasa Najwa Shihab dalam konten dakwah Shihab & Shihab berdasarkan enam prinsip etika komunikasi dakwah Jalaluddin Rahmat. Hasil analisisnya menunjukkan bahwa Najwa Shihab menggunakan gaya bahasa yang sesuai dengan teori yang digunakan, yakni dibuktikan dengan Najwa menyapa salah satu narasumber dengan sapaan yang baik, penggunaan kalimat “mohon maaf” saat telah menerima pertanyaan agar tidak menyinggung perasaan yang bertanya, dan penggunaan panggilan namanya sendiri sebagai pengganti kata “saya atau aku” agar terbangun kedekatan emosional dengan penonton.<sup>44</sup>
6. Skripsi karya Mailina, UIN Antasari, berjudul *Etika Komunikasi Dakwah Pembawa Acara pada Program Religi di Televisi Nasional*. Penelitian ini menggunakan

---

<sup>43</sup> Barkah Hadamean Harahap, “ETIKA KOMUNIKASI DALAM BERDAKWAH,” *Jurnal Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah FDIK IAIN PADANGSIDIMPUAN* 4, no. 1 (2557): 88–100.

<sup>44</sup> ERFIANA, “Etika Komunikasi Dakwah Najwa Shihab Dalam Acara Talkshow Shihab & Shihab.”

metode kualitatif deskriptif terhadap beberapa video yang diklasifikasi peneliti yang dianalisis menggunakan analisis isi mendalam. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya unsur etika komunikasi dakwah yang digunakan pembawa acara tersebut yakni *qaulan baligha* (5 adegan), *qaulan karima* (1 adegan), *qaulan syadida* (2 adegan), *qaulan maisura* (3 adegan), *qaulan layyina* (5 adegan), dan *qaulan ma'rufa* (6 adegan).<sup>45</sup>

7. Jurnal karya Taufik Rahman, STAI An-Nadwah Kuala Tungkal Jambi, dengan judul *Komunikasi Dakwah untuk Kaum Millennial Media Sosial*, tahun 2020. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh generasi millennial yang merupakan pengguna media sosial paling banyak di mana mereka sedang menghadapi masa perang ideologi yang besar. Segala macam kebaikan bercampur dengan berbagai macam keburukan dan kejahatan sehingga gerakan dakwah perlu lebih melesat melambungi konten kejahatan yang menarik perhatian millennial. Didapat tahapan metode komunikasi dakwah di media sosial yakni: menyampaikan *amar makruf nahi munkar*, materi yang menyenangkan dan memberikan solusi bukan hanya sekadar motivasi, dan permudah bukan mempersulit.<sup>46</sup>

---

<sup>45</sup> M Mailina, "Etika Komunikasi Dakwah Pembawa Acara Pada Program Religi Di Televisi Nasional" (2019), <http://idr.uin-antasari.ac.id/id/eprint/12646>.

<sup>46</sup> Taufik Rahman, "KOMUNIKASI DAKWAH UNTUK KAUM MILLENNIAL MELALUI MEDIA SOSIAL," *At-Tadabbur: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 10 (2020): 248–253.

8. Jurnal karya Mastori, STAI PTDII Jakarta, dengan judul *Menggagas Etika Dakwah Di Ruang Media Sosial*, tahun 2021. Penelitian ini menggali nilai-nilai ajaran Islam tentang etika berdakwah di media sosial dengan menggunakan penelitian kualitatif deskriptif-analitik dengan analisis filosofis normatif yang dikolaborasikan dengan perspektif saran peneliti. Teori etika dakwah yang digunakan dalam penelitian ini ialah menurut Musthafa Al Adawi yakni debat demi kebenaran dan proporsional dalam berkata pedas dan kasar. Dalam aktivitasnya di media sosial dapat ditemukan beberapa nilai etika dakwah sebagai berikut: ikhlas dan benar, sabar, dan menghindari debat kusir.<sup>47</sup>
9. Jurnal karya Indah Pratiwi dan Ahmad Fakhruddin Fajrul Islam, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Hasyim Asy'ari, dengan judul *Etika Komunikasi Dakwah dalam QS Ar-Rahman Ayat 1-4*, tahun 2022. Metode penelitian yang digunakan adalah kepustakaan dengan sumber data dari Tafsir Al-Misbah karya M. Quraish Shihab, Tafsir Al-Maraghi karya Maraghi, Tafsir Ibnu Katsir karya Imam Ibnu Katsir, Kitab *Mukhtar Hadist* karya Sayyid Ahmad Al-Hasyimi. Dalam kata *al-bayan* pada ayat keempat mengandung konsep etika yang dikorelasikan dengan enam konsep etika komunikasi yakni: *qoulan sadidan*, *qoulan balighan*, *qoulan*

---

<sup>47</sup> Mastori and Islamy, "Menggagas Etika Dakwah Di Ruang Media Sosial."

*maisuran, qoulan layyinan, qoulan karima, dan qoulan ma'rufa.*<sup>48</sup>

10. Jurnal karya Nur Marwah, Program Pascasarjana UIN Alauddin Makassar, berjudul *Etika Komunikasi Islam*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang memberikan deskripsi tentang etika komunikasi Islam dan penerapannya dalam kehidupan sehari-hari. Teori etika yang dirujuk adalah milik Jalaluddin Rahmat dalam bukunya *Islam Aktual: Refleksi Sosial Seorang Cendekiawan Muslim* yaitu enam prinsip etika dakwah. Nilai-nilai etika yang muncul dalam penelitian ini didasarkan dalam Al-Qur'an dan Hadist, meliputi nilai-nilai kejujuran (keadilan, kewajaran, dan kepatuhan).<sup>49</sup>
11. Jurnal karya Amrina Rosyada, UIN Sunan Kalijaga, dengan judul *Etika komunikasi dakwah: Studi terhadap video kajian Ustaz Abdul Somad tentang K-Pop dan Salib*, tahun 2020. Artikel ini meneliti etika komunikasi dakwah Ustad Abdus Somad dalam ceramahnya tentang larangan menonton film korea berdasarkan perspektif Al-Qur'an. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teori etika yang menjadi rujukan adalah milik Jalaluddin Rahmat. Hasilnya, ceramah dalam kedua video tersebut mengandung prinsip etika komunikasi dalam Al Quran, dengan catatan ceramah tersebut dilakukan pada kelompok terbatas. Etika Al-Qur'an yang

---

<sup>48</sup> Pratiwi dan Islam, "Etika Komunikasi Dakwah Dalam Qs. Ar-Rahman Ayat 1-4."

<sup>49</sup> Nur Marwah, "ETIKA KOMUNIKASI ISLAM," *Jurnal IAIN BONE* 4, no. 1 (n.d.): 88–100.

dimaksud adalah prinsip bicara tegas dan jujur. Namun, jika dalam konteks media sosial yang bersifat general atau umum, maka pesan dakwahnya tidak sesuai dengan salah satu kode etik dakwah serta dinilai tidak efektif.<sup>50</sup>

12. Jurnal karya Fenny Mahdaniar dan Alan Surya, STID AL-Hadid, dengan judul *Perumusan Etis Humor Dakwah dalam Desain Pesan Dakwah*, tahun 2022. Penelitian ini menggagas tentang etika humor dan desain pesan dakwah beberapa channel TV dan media sosial. Dari penelitian ini, peneliti mendapatkan lima etis humor dalam desain pesan dakwah yakni: (1) humor sebagai selingan yang tidak boleh menggeser tujuan pesan dakwah; (2) humor yang disisipkan harus bersumber dari data yang valid dan tidak menjadikan dalil sebagai bahan lelucon; (3) penempatan humor dalam pesan dakwah tidak boleh pada pembuka, pembacaan selawat Nabi, kesimpulan, pembacaan doa dan pada materi yang mengandung penghayatan; (4) materi humor harus berkaitan dengan tema dakwah, tidak boleh mengandung unsur penghinaan terhadap SARA, kebohongan dan pornografi, serta perlu diberikan penjelasan terhadap humor agar mitra dakwah (*mad'uw*) memiliki persepsi yang sama terhadap materi humor yang diberikan dan ditangkap sebagai humor bukan inti materi dakwah; (5) penyampaian humor dakwah hendaknya disampaikan

---

<sup>50</sup> Amrina Rosyada, "Etika Komunikasi Dakwah: Studi Terhadap Video Kajian Ustaz Abdul Somad Tentang K-Pop Dan Salib," *Jurnal Ilmu Dakwah* 40, no. 2 (2020): 101.

ketika dakwah berlangsung selama lebih dari 30 menit, dan durasi waktu penyampaian humor dakwah mempertimbangkan jeda strategis penyampaian materi dakwah, yakni jeda istirahat sejenak selama 3-5 menit setiap penyampaian materi dakwah sekitar 25-30 menit.<sup>51</sup>

13. Skripsi karya Ahmad Samman, UIN Antasari, dengan judul *Etika Komunikasi Dakwah Ustaz Ahmad Barmawi Di Majelis Taklim Darul Musthafa Kabupaten Tapin*, tahun 2022. Penelitian ini menganalisis etika komunikasi dakwah dalam ceramah agama Ustaz Ahmad Barmawi dengan metode pendekatan kualitatif. Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah dalam ceramahnya mengandung enam prinsip etika komunikasi dakwah menurut Jalaluddin Rahmat. Adapun prinsip *qaulan ma'rufan* ditemukan sebanyak 18, *qaulan sadida* sebanyak 13 kali, *qaulan baligha* sebanyak 13 kali, *qaulan layyina* sebanyak 5 kali, *qaulan maysura* sebanyak 7 kali, dan *qaulan karima* sebanyak 1 kali.<sup>52</sup>
14. Jurnal karya Rila Setyaningsih, Abdullah, Edy Prihantoro, dan Hustinawaty, Jurnal Kajian Komunikasi, dengan judul *Penanaman Etika Komunikasi Digital Di Pesantren Melalui*

---

<sup>51</sup> Fenny Mahdaniar and Alan Surya, "Perumusan Etis Humor Dakwah Dalam Desain Pesan Dakwah," *INTELEKSIA - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 3, no. 2 (2022): 291–312.

<sup>52</sup> Ahmad Samman, "Etika Komunikasi Dakwah Ustaz Ahmad Barmawi Di Majelis Taklim Darul Musthafa Kabupaten Tapin" (UIN Antasari Banjarmasin, 2022).

*Pemanfaatan E-Learning*, tahun 2020. Persiapan pemanfaatan *e-learning* dalam pembelajaran mahasiswa UNIDA Gontor menjadi latar belakang penelitian ini. Peneliti ingin menganalisis strategi penanaman etika komunikasi di media digital. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data wawancara dan observasi yang nantinya akan dianalisis dengan teori Milles dan Huberman. Untuk menguji kevalidan data penelitian dilakukan dengan triangulasi sumber dan metode. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi penanaman etika komunikasi digital di Universitas Darussalam Gontor dengan memanfaatkan *e-learning* dilakukan berdasarkan standar literasi media Islam daring, yakni: prinsip produksi konten, etika distribusi informasi, jaminan akurasi dan komitmen anti hoak, semangat amar ma'ruf nahi munkar, asas hikmah dalam dakwah, prinsip interaksi digital, dan prinsip kebebasan.<sup>53</sup>

15. Jurnal karya Hendra, Universitas Paramadina Jakarta, dengan judul *Etika Dakwah Perspektif Al-Qur'an Surah An-Nahl Ayat 125*. Penelitian ini menganalisis prinsip etika dakwah dalam ayat tersebut dari sisi *makarim syari'ah* dengan perspektif Ibnu Miskawaih (bapak etika Islam). Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat tiga tuntunan berdakwah yakni *bil hikmah*, *mauizoh hasanah*, dan *mujadalah billati hiya ahsan* dalam menjalankan misi dakwah. Rasulullah menjadi

---

<sup>53</sup> Rila Setyaningsih et al., "Penanaman Etika Komunikasi Digital Di Pesantren Melalui Pemanfaatan E-Learning," *Jurnal Kajian Komunikasi* 8, no. 1 (2020): 128.



contoh keberhasilan dakwah dengan menunjukkan etikanya yang sangat indah. Dalam 23 tahun Rasulullah berhasil mendakwahkan Islam dari yang awalnya bangsa Arab dikenal sangat keras dan sering bertikai antar suku.<sup>54</sup>

16. Jurnal karya Nur Kumala, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, dengan judul Al-Qur'an dan Etika Dakwah Virtual, tahun 2020. Artikel ini merupakan analisis terhadap ayat-ayat Al-Qur'an yang menghasilkan pemahaman pentingnya aktivitas dakwah virtual bagi seluruh umat dunia, namun masih focus terhadap tujuan dakwah dengan memperhatikan etika-etika dakwah, diantaranya kecakapan bermedia, kredibilitas keilmuan dan akhlak, serta materi dakwah yang santun, yaitu menjunjung tinggi rasa kasih sayang (tidak memprovokasi apalagi memberikan ujaran kebencian).<sup>55</sup>
17. Jurnal karya Muhammad Hafiz dan Amrizal, STAIN Bengkalis, dengan judul Nilai Dakwah dalam Surah Ali-Imran Ayat 159; Studi Komparatif Tafsir al-Azhar Karya H.Abdul Malik Karim Amrullah dan Tafsir al-Mishbah Karya Muhammad Quraish Shihab, tahun 2022. Tulisan ini menganalisis nilai-nilai dakwah dalam surat Ali Imran ayat 159 menggunakan Tafsir al-Azhar Karya H.Abdul Malik Karim Amrullah dan Tafsir al-Mishbah Karya Muhammad Quraish Shihabtafsir. Penelitian ini menggunakan metode

---

<sup>54</sup> Hendra, "Etika Dakwah Perspektif Al- Qur'an Surah an-Nahl Ayat 125."

<sup>55</sup> Nur Kumala et al., "Al- Qur ' an Dan Etika Dakwah Virtual" 21, no. 1 (2020): 59-84.

deskriptif-kualitatif dengan teknik analisis isi. Hasil kajian ini berupa empat kandungan nilai dakwah yaitu lemah lembut, pemaaf, bermusyawah, dan bertawakkal.<sup>56</sup>

18. Skripsi karya Iyus Saepuloh, UIN Sunan Gunung Djati, dengan judul Adab Berdakwah Dalam Tafsir Al-Azhar Karya Hamka dan Tafsir Ayat Suci Lenyepaneun Karya E. Hasyim, tahun 2019. Penelitian ini hendak merumuskan nilai-nilai adab berdakwah dalam ayat-ayat Al-Qur'an berdasarkan tafsir Al-Azhar dan tafsir Ayat Suci Lenyepaneun. Ayat-ayat Al-Qur'an yang dipakai sebagai adab berdakwah, diantaranya tentang berbicara dengan lemah lembut pada surat Thaha: 44 dan surat Al-Imran ayat: 159, dakwah dengan hikmah dan maui'zah hasanah pada surat An-Nahl: 125, muadalah (debat) dengan cara-cara yang baik dalam surat An-Nahl: 125 dan Al-Ankabut: 46, tidak melakukan pemaksaan dalam surat Al-Baqarah: 256, dan tidak menghina sesembahan agama lain yang dalam surat Al-An'am: 108.<sup>57</sup>
19. Jurnal karya Tomi Hendra dan Sri Hartati, Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi, dengan judul Etika Dakwah Ditinjau dari Perspektif Psikologi Komunikasi, tahun 2019. Artikel ini berupaya untuk menggagas etika dakwah ala Rasulullah yang dapat

---

<sup>56</sup> Minda and Hafiz, "Nilai Dakwah Dalam Surah Ali-Imran Ayat 159 ; Studi Komparatif Tafsir Al-Azhar Karya H . Abdul Malik Karim Amrullah Dan Tafsir Al-Mishbah."

<sup>57</sup> Iyus Saepuloh, "Adab Berdakwah Dalam Tafsir Al-Azhar Karya Hamka Dan Tafsir Ayat Suci Lenyepaneun Karya E. Hasyim Aktivitas."

dijadikan teladan dalam menyampaikan risalah. Salah satu kasus yang dianalisis yaitu dai menganggap orang lain salah ketika berbeda paham. Kasus lainnya ialah seorang dai mengeluarkan kata-kata yang menyakitkan secara terang-terangan. Artikel ini ingin mengangkat dan memaparkan etika berdakwah dengan tujuan dapat dijadikan pedoman praktis para dai.<sup>58</sup>

20. Jurnal karya Muhammad Ridwan, Institut Agama Islam Imam Ghazali (IAIG) Cilacap, dengan judul Prinsip Dakwah Islam di Media Sosial Menjamin Kebebasan Manusia, tahun 2020. Ada beberapa prinsip dakwah Islam yang dijelaskan dalam al-Qur'an, yaitu: Dakwah Mengajak yang Ma'ruf dan Meninggalkan yang Munkar, Dakwah Islam dilakukan dengan Hikmah, Dakwah Islam Menjamin Kebebasan Manusia dan Materi Dakwah Bersumber dari al-Qur'an dan Hadist. Adapun prinsip dakwah islam tidak bisa terlepas dari etika atau tata cara, yakni: 1) Dakwah haruslah bersifat informatif tidak doktriner, 2) Reorientasi dakwah pada level dialog antar agama sehingga perlu penghapusan truth claim (klaim kebenaran), 3) Dakwah harus dilakukan secara konsisten dalam artian dapat menjangkau tiap ruang dan waktu.<sup>59</sup>

---

<sup>58</sup> Hendra and Hartati, "Etika Dakwah Ditinjau Dari Perspektif Psikologi Komunikasi."

<sup>59</sup> Muhammad Ridwan, "Prinsip Dakwah Islam Di Media Sosial Menjamin Kebebasan Manusia," *Hujjah (Jurnal Ilmiah Komunikasi dan Penyiaran Islam)* 4, no. 1 (2020): 1–12, <http://clik.dva.gov.au/rehabilitation-library/1-introduction-rehabilitation%0Ahttp://www.scirp.org/journal/doi.aspx?DOI=10.4236/as.2>



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

---

017.81005%0Ahttp://www.scirp.org/journal/PaperDownload.aspx?DOI=10.4236/as.2012.34066%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.pbi.201.

40

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian adalah cara pandang yang digunakan peneliti untuk menjawab rumusan masalah.<sup>60</sup> Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan jenis data yang dihasilkan adalah deskriptif. Data deskriptif berupa data tertulis dan lisan.<sup>61</sup> Deskriptif berarti menggambarkan secara jelas dari hasil penelitian dan tanpa menarik kesimpulan penelitian.<sup>62</sup> Penelitian ini dipengaruhi teori kritis sehingga pendekatan ini digunakan untuk mencari informasi yang mendalam.<sup>63</sup>

Metode penelitian mengarah pada cara yang digunakan peneliti untuk menjawab permasalahan dalam penelitian.

#### B. Unit Analisis

Dalam penelitian ini unit analisis yang digunakan adalah salah satu judul dalam buku *Muslimah yang Diperdebatkan*, yaitu *Dari Mana Asal Tren “Maaf, Sekadar Mengingat”*. Buku ini tersusun oleh 26 judul esai yang ditulis oleh seorang muslimah aktivis gender, Kalis

---

<sup>60</sup> Yusufs.id, *Perbedaan Makna Pendekatan Penelitian dan Metode*, diakses pada 29 Mei 2022 dari <https://www.yusufs.id/>.

<sup>61</sup> Ani, *Makna Jilbab Dalam Buku “Muslimah Yang Diperdebatkan” Karya Kalis Mardiasih*.

<sup>62</sup> Serupa.id, *Metode Penelitian Deskriptif: Pengertian, Langkah & Macam*, pada 29 Mei 2022 diakses dari <https://serupa.id/>.

<sup>63</sup> M.Sc. Dr. J.R. Raco, M.E., *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakter, dan Keunggulannya*, ed. oleh Arita L (Jakarta: PT Grasindo, 2010), h.26.

Mardiasih. Terdapat 26 judul esai dalam buku ini yang bertemakan bersosial media.

Judul esai yang diteliti peneliti sebagai unit analisis yaitu *Dari Mana Asal Tren “Maaf, Sekadar Mengingat”*. Esai ini menuliskan tentang keresahan seorang Kalis Mardiasih melihat bagaimana seseorang memberikan komentar di media sosial. Kebanyakan orang menilai sesuatu hanya melalui pandangan subjektifnya, penilaian hanya didasarkan pada kebenaran yang ia ketahui dan yakini. Penulis buku menganalisis dan memperoleh tiga penyebab sebuah gerakan tertentu menggunakan kata “Maaf, Sekadar mengingat” sebagai alasan dalam memberikan kritik destruktif pada sesuatu yang tidak sesuai dengan kebenaran sesuai keyakinannya.

## C. Jenis dan Sumber Data

### 1. Data

Data adalah fakta empiris yang digunakan peneliti untuk menjawab dan memecahkan masalah dari sumber data atau sumber lain. Data bisa berwujud tulisan, gambar, karya, matematika, dan bahasa dalam bentuk tanda yang membantu melihat suatu obyek, lingkungan, atau konsep. Pada tahap selanjutnya data akan memerlukan pengolahan agar menjadi sebuah informasi.<sup>64</sup>

Data-data yang digunakan peneliti untuk mendukung penelitian ini dimuat dalam buku *Muslimah yang Diperdebatkan*, pada salah satu bab esai yang

---

<sup>64</sup> M.A Dr. Sandu Siyoto, SKM., M. Kes & M. Ali Sodik, Dasar Metodologi Penelitian, ed. oleh Ayup, 1 ed. (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), h.67.

berjudul *Dari Mana Asal Tren “Maaf, Sekadar Mengingatkan”* pada halaman 169-174.

## 2. Sumber Data

Terdapat dua macam sumber dalam penelitian ini, yaitu:

- a) Sumber data primer merupakan data asli yang sifatnya selalu aktual. Sumber data utama penelitian ini yaitu buku *Muslimah yang Diperdebatkan*, selain itu peneliti juga mengambil pernyataan dari penulis buku dengan teknik wawancara.
- b) Sumber data sekunder merupakan sumber data berupa referensi-referensi baik berupa tulisan, buku, pernyataan penulis lainnya yang masih berkaitan dengan topik penelitian.

## D. Tahap-Tahap Penelitian

Adapun tahap-tahap dalam penelitian ini yaitu:

1. Memilih topik yang diminati, dalam penelitian ini peneliti mengambil topik “etika komunikasi dakwah”.
2. Merumuskan masalah yang mengerucut yakni konsep etika komunikasi dakwah dan representasi etika komunikasi dakwah pada judul esai yang sudah ditentukan.
3. Mencari referensi artikel, jurnal, atau tulisan yang berkaitan dengan rumusan masalah yang dimaksud.
4. Menganalisis teks wacana, menelusuri perkembangan teks media di konteks masyarakat dan melakukan analisis secara luas.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan

untuk menyelesaikan suatu penelitian. Karena jenis penelitian ini adalah kualitatif, maka metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi dari unit analisis esai yang dijelaskan di atas.

#### 1. Observasi

Observasi merupakan Tindakan pengambilan informasi dengan mengamati. Peneliti melakukan pengamatan di lapangan langsung dengan mengamati dengan jeli data-data yang dibutuhkan yang berkaitan dengan ruang, tempat, dan pelaku. Peneliti mengamati esai-esai dalam buku untuk menemukan jawaban atas rumusan masalah.<sup>65</sup>

#### 2. Dokumentasi.

Teknik pengumpulan data selanjutnya adalah dokumentasi. Teknik ini dilakukan dengan mengumpulkan dokumen-dokumen dalam bentuk gambar, tulisan, atau karya-karya monumental seseorang. Data-data dalam penelitian akan kuat didukung dengan bukti dokumen.<sup>66</sup>

### **F. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data peneliti menggunakan analisis wacana model Teun A. Van Dijk. Analisis model Van Dijk juga dikenal dengan “Kognisi Sosial”. Analisis ini berfokus pada bagaimana teks dibuat berdasarkan konteks sosial.

---

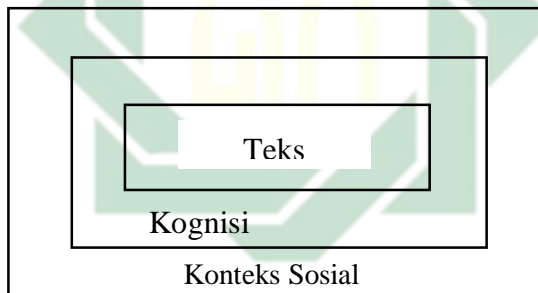
<sup>65</sup> Dr. Mamik, Metodologi Kualitatif, ed. by SKM. M.Kes. Dr. M. Choiroel Anwar, Cetakan Pe (Sidoarjo: Zifatama, 2015), h.1045.

<sup>66</sup> Ani, *Makna Jilbab Dalam Buku “Muslimah Yang Diperdebatkan” Karya Kalis Mardiasih.*



Proses analisis yang dilalui adalah analisis teks, kognisi sosial dan analisis konteks sosial.

Menurut Van Dijk, wacana memiliki tiga dimensi atau struktur: teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Dalam dimensi teks, peneliti menganalisis struktur teks dan bagaimana skema wacana digunakan untuk menggambarkan topik tertentu. Dimensi kognisi sosial dieksplorasi oleh bagaimana teks itu dibuat. Ini termasuk memahami masing-masing penulis teks. Padahal konteks sosial merupakan wacana yang berkembang di masyarakat tentang suatu masalah. Van Dijk menggabungkan analisis teks dengan analisis menyeluruh tentang bagaimana teks dibentuk oleh penulis teks, dan persepsi masyarakat terhadap masalah.<sup>67</sup>



Gambar 3.1. Kerangka Kognisi Sosial Van Dijk

Tingkat analisis yang pertama adalah analisis teks, dimana peneliti menganalisis wacana/strategi teks yang digunakan untuk menggambarkan individu, kelompok, atau peristiwa. Pada tahap analisis ini dilakukan dengan cara analisis kritis terhadap bahasa yang digunakan. Dalam

---

<sup>67</sup> Ibid.

analisis teks terdapat tiga struktur, yaitu struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro.

<b>Struktur Makro</b>
Makna global dari suatu teks dapat dilihat dari tema/topik teks tersebut. Tema wacana dilihat tidak hanya dari isinya, tetapi juga sudut pandang teks dari peristiwa tertentu.
<b>Superstruktur</b>
Kerangka suatu teks, struktur dan elemen wacana seperti pendahuluan, isi, penutup, dan kesimpulan.
<b>Struktur Mikro</b>
Makna wacana yang didapat dari menganalisis kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, paraphrase yang digunakan.

*Tabel 3.1 Struktur Analisis Teks Van Dijk*

Struktur analisis teks tersebut memiliki sub-sub yang diamati di dalamnya, yang akan membantu peneliti menganalisis data.

1. Struktur Makro

Struktur makro menganalisis satu atau lebih subjek yang disorot dalam artikel berita. Dalam struktur ini, elemen yang digunakan adalah elemen tema. Topik atau tema dalam sebuah wacana menunjuk pada gambaran umum atau gagasan inti teks.

2. Superstruktur

Yang diamati dalam suprastruktur ini adalah aspek umum dari wacana. Apa bagian garis besar dan urutan dalam pesan. Elemen dalam superstruktur adalah kerangka wacana.

3. Struktur Mikro

Dalam tahap analisis ini terdapat empat sub elemen. Pertama, dari segi semantik peneliti

menganalisis makna yang ingin ditekankan penulis teks. Biasanya penulis akan membuat satu teks eksplisit dan mengurangi bobot sisi lainnya. Elemen yang diamati terdapat pada detil, latar, maksud, nominalisasi, dan pra-anggapan.

Kedua, hal yang diamati adalah sintaksis, yaitu mengamati bagaimana bentuk dan susunan kalimat yang digunakan. Unsur-unsur yang diamati adalah bentuk kalimat, koherensi, dan kata ganti. Ketiga, analisis stilistika pemilihan kata dalam teks. Elemen yang diamati yaitu leksikon atau kosa kata. Keempat yaitu bagaimana cara penulis menenkankan suatu sisi dalam teksnya. Hal ini dapat diamati melalui grafis, metafora, dan ekspresi.<sup>68</sup>

Dari gambaran struktur wacana di atas, Van Dijk menguraikan elemen analisis wacana, terdapat enam sebagai berikut:

<b>TEMATIK</b> Subjek atau topik yang ditampilkan dalam pesan
<b>SEMANTIK</b> Makna yang ingin ditekankan dalam teks
<b>SKEMATIK</b> Bagaimana bagian dan urutan berita dikemaskan dalam teks yang utuh
<b>SINTAKSIS</b> Bagaimana kalimat (bentuk, susunan) yang dipilih

---

<sup>68</sup> Eriyanto, Analisis Wacana (Pengantar Analisis Teks Media) (Yogyakarta: LKiS, 2001), h.226-227.

<p><b>STILISTIK</b></p> <p>Bagaimana pilihan kata yang dipakai dalam teks</p>
<p><b>RETORIS</b></p> <p>Cara penekanan dilakukan</p>

*Tabel 3.2. Elemen Analisis Wacana Van Dijk*

Setelah menganalisis teks, tahap selanjutnya yaitu mengamati dan menganalisis kognisi sosial. Peneliti menganalisis kognisi penulis teks dalam pemahamannya terhadap individu atau suatu peristiwa yang ditulisnya. Untuk menganalisis elemen kognisi sosial peneliti perlu melakukan wawancara kepada penulis buku langsung. Peneliti telah menghubungi penulis melalui media sosial dan Email, namun belum mendapatkan jawaban dari penulis dikarenakan kesibukan penulis dalam mengisi webinar dan Kelas Kalis. Pada tahap ini peneliti melakukan wawancara untuk mendapat data analisis. Agar tidak menghilangkan ciri khas analisis model Van Dijk, peneliti akan menganalisis bagaimana ideologi dalam tulisan esai Kalis Mardiasih tersebut. Dalam menentukan ideologi terdapat lima skema umum yang terdiri dari: 1) keanggotaan (siapa menjadi bagian kita?); 2) tindakan khas (apa yang kita lakukan?); 3) tujuan (mengapa kita melakukan itu?); 4) hubungan dengan kelompok lain; 5) sumber daya, termasuk akses ke wacana publik. Unsur-unsur ini membantu menkonkritkan ideologi dalam wacana.<sup>69</sup>

Analisis selanjutnya adalah analisis konteks sosial. Peneliti menganalisis bagaimana wacana untuk memahami

---

<sup>69</sup> Haryatmoko, *Critical Discourse Analysis (Analisis Wacana Kritis): Landasan Teori, Metodologi, Dan Penerapan*, ed. Hafis Zaskuri, Cetakan ke. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017), h. 89.

komunitas menjadi, yaitu bagaimana proses dan peristiwa produksi atau replikasi dideskripsikan. Data yang diamati dalam analisis ini adalah referensi yang membahas masalah yang sesuai dengan penelitian ini: etika media sosial.<sup>70</sup>



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

---

<sup>70</sup> Ani, *Makna Jilbab Dalam Buku “Muslimah Yang Diperdebatkan” Karya Kalis Mardiasih.*

## BAB IV

### TEMUAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini merupakan inti dari penelitian, yang menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian yaitu buku berjudul *Muslimah yang Diperdebatkan*. Selain itu juga menyajikan data dan analisis terhadap objek penelitian yakni esai dalam buku tersebut yang berjudul *Dari Mana Asal Tren “Maaf, Sekadar Mengingat”*. Teknik analisis yang peneliti gunakan adalah model analisis wacana Teun A. van Dijk.

#### A. Gambaran Umum Unit Analisis

##### 1. Buku *Muslimah yang Diperdebatkan*

Objek analisis yang digunakan adalah sebuah buku berjudul *Muslimah yang Diperdebatkan* karya Kalis Mardiasih. Buku ini diterbitkan oleh Penerbit Mojok kabupaten Sleman, D.I. Yogyakarta pertama kali pada 2019. Buku ini hingga Januari 2021 tercatat telah mencapai cetekana kesepuluh. Ini menandakan buku *Muslimah yang Diperdebatkan* termasuk buku yang populer. Terdiri dari 26 esai pilihan yang membahas tentang isu-isu muslimah di Indonesia.

Penerbit Mojok ini merupakan salah satu lini bisnis dari media *online* Mojok.co yang memuat tulisan-tulisan opini. Senada dengan tema buku ini, yaitu berisi esai-esai yang membahas tentang aspek-aspek keperempuanan yang dikritisi dan menjadi perdebatan hangat meskipun telah lama dibahas. Pembahasan didasarkan pada penalaran penulis, ajaran agama, dan sudut pandang feminis.

Dalam buku ini, peneliti menggunakan salah satu esai di dalamnya yang berjudul *Dari Mana Asal Tren “Maaf, Sekadar Mengingatkan”*. Esai ini membahas tentang bagaimana sekelompok orang menghakimi perilaku lainnya dengan dalil agama di media sosial berdasarkan sebatas kebenaran yang ia yakini. Peneliti menyimpulkan bahwa topik esai ini adalah tentang etika dakwah di media sosial.

## 2. Profil Kalis Mardiasih

Kalis Mardiasih lahir di Blora, 16 Februari 1992. Merupakan perempuan lulusan Universitas Sebelas Maret Surakarta (UNS) program studi Pendidikan Bahasa Inggris. Ia merupakan seorang penulis opini dan buku. Kalis menekuni kemampuan menulisnya sejak di bangku kuliah lantaran desakan ekonomi. Dikutip dari Wikipedia.com bapaknya sengaja menguji Kalis dalam bertahan hidup dengan tidak membiarkannya kehabisan uang saku. Terbukti kini dengan buku-buku yang ia telah tulis, diantaranya berjudul *Berislam Seperti kanak-kanak* (2018), *Muslimah yang Diperdebatkan* (2019), *Hijrah Jangan Jauh-Jauh Nanti Nyasar* (2019), and *Sisterfillah, You’ll Never Be Alone!* (2020).

Perempuan aktivis muda Nahdhatul Ulama (NU) ini juga fokus menyuarakan sudut pandangnya tentang kesetaraan gender dalam pandangan agama Islam melalui beberapa media. Ia juga seorang penulis di platform media digital detik.com. Tulisan artikelnya yang berjudul *Jangan Biarkan Perempuan Berjuang Sendirian* masuk dalam nominasi Anugerah Swara

Saraswati Award pada 2018 kategori Esai Jurnalistik Media *Online* Terbaik.<sup>71</sup>

Kalis Mardiasih terkenal di media daring sering mengkritik unggahan Felix Siauw. Ia merasa bahwa akhir-akhir ini banyak ustad yang dianggap dadakan dan mudah mengkafirkan orang lain. Anak kecil diajarkan untuk membenci orang non-Islam. Ia tak segan mengkritik ustad yang ajarannya dinilai tidak sejalan dengan prinsip Bhineka Tunggal Ika.<sup>72</sup>

## B. Penyajian Data

Penyajian data merupakan dokumentasi teks asli yang akan dianalisis peneliti untuk menjawab kedua rumusan masalah yang telah disebutkan. Judul esai adalah *Dari Mana Asal Tren “Maaf, Sekadar Mengingat”?* yang diambil dalam buku *Muslimah yang Diperdebatkan* karya Kalis Mardiasih. Judul esai ini diberi ukuran yang lebih besar dari pada isinya. Esai yang terletak di bagian ke-25 di buku ini disusun oleh 19 alenia dalam enam halaman. Dokumentasi teks esai terlampir di akhir halaman. (Lampiran 4.1)

## C. Analisis Data

### 1. Analisis Konsep Etika Komunikasi Dakwah dalam Esai *Dari Mana Asal Tren “Maaf, Sekadar Mengingat”*

---

<sup>71</sup> Kalis Mardiasih, *Profil*, diakses pada 14 Juni 2022 dari <https://www.kalis.id/> ;

<sup>72</sup> Wikipedia, *Kalis Mardiasih*, diakses pada 14 Juni 2022 dari [https://id.wikipedia.org/wiki/Kalis\\_Mardiasih](https://id.wikipedia.org/wiki/Kalis_Mardiasih).



## a. Analisis Struktur Teks

### 1) Tematik

Tematik merupakan elemen yang berisi tema atau topik dari esai dengan judul *Dari Mana Asal Tren “Maaf, Sekadar Mengingatkan”*. Topik dari judul di atas yaitu bagaimana konstruksi tren “Maaf, sekadar mengingatkan” pada realita di media sosial. Esai ini menyajikan fenomena komunikasi dakwah baik di kehidupan sehari-hari dan media sosial yang menyimpang dari etika menurut Kalis Mardiasih. Nasihat atau dakwah ini justru dinilai penulis memberikan *judgement* dan kritik destruktif yang tidak sesuai dengan konteks dan kondisi *mad’u*. Hal tersebut disebabkan dai memberi penilaian yang subjektif tentang suatu kebenaran.

Unsur tematik dalam esai ini terdapat dalam paragraf keempat, yakni:

*“Fenomena ini tentu saja cukup mengganggu. Etika pribadi seseorang bersumber dari nilai kebenaran yang ia yakini bisa jadi berbeda dengan orang lain. Akan tetapi, kelompok muslim agresif yang menganggap klaim kebenarannya adalah yang paling benar, lantas mencoba masuk ke dalam wilayah pribadi orang lain.”*

Pembahasan di atas didukung dengan paragraf yang menjelaskan latar belakang atau fenomena yang disoroti penulis di media sosial yaitu pada paragraf pertama hingga paragraf ketiga. Selanjutnya, pada paragraf kedelapan hingga terakhir dijelaskan penyebab fenomena tersebut dapat terjadi berdasarkan analisis yang dilakukan penulis buku.

Penulis menjelaskan bagaimana “kelompok muslim agresif” menilai dan memberikan nasihat yang akhirnya menyakitkan hati *mad'u* dengan dalih ‘mengingatnkan’. Yang mana nasihat tersebut bernilai baik namun tidak sesuai konteks *mad'u*. Dalam hal ini “kelompok muslim agresif” disebut di atas berkedudukan sebagai dai di media sosial, yang memberikan komentar nasihat dengan kalimat tambahan “Maaf, sekedar mengingatnkan”. Bentuk dakwah yang dilakukan yaitu memberikan nasihat kepada *mad'u* melalui kolom komentar, yang mana *mad'u* merupakan kalangan netizen di media sosial.

Esai *Dari Mana Asal Tren “Maaf, Sekedar Mengingatnkan”* terdiri dari 18 paragraf. Pada tulisan esai ini setiap paragraf boleh jadi memiliki hubungan dengan paragraf selanjutnya sehingga berikut gagasan pokok paragraf-paragraf dalam esai tersebut:

a) Paragraf 1 sampai 3

Gagasan utama: *“Mengherankan. foto pernikahan yang seharusnya penuh dengan komentar bahagia dan doa positif, kok sempat-sempatnya dibikin kisruh dengan komentar nasihat yang tak pada tempatnya seperti itu.”*

Gagasan utama paragraf pertama hingga ketiga terletak pada alenia kedua esai. Penulis mengomentari fenomena “Maaf, sekedar mengingatnkan” di media sosial, yakni ketika foto pernikahan temannya dikomentari dengan nasihat yang kurang proporsional menurut kondisinya, yang ditunjukkan pada kalimat “tak pada tempatnya”. Menurut

pandangan penulis ia tidak setuju bila menasihati tidak melihat situasi dan kondisi sehingga membuat nasihat tersebut salah tempat dan sampai menyinggung perasaan *mad'u*.

Gagasan di atas dilengkapi dengan penyajian cerita oleh penulis buku, yang terletak pada paragraf pertama dan ketiga. Penulis menceritakan seorang temannya yang mendapat sebuah komentar tentang gaya pakaian pernikahannya yang tidak islami, dengan kalimat tambahan “Maaf, sekadar mengingatkan” yang dinilai bersifat defensif. Selanjutnya, ia menyuguhkan cerita seorang selebgram yang memutuskan untuk melepas hijab setelah perceraianya. Tidak sedikit ia mendapat komentar-komentar berisi nasihat yang menyakitkan baginya dengan diimbui kata “afwan” atau “maaf”.

b) Paragraf 4

Gagasan utama: *“Etika pribadi seseorang bersumber dari nilai kebenaran yang ia yakini bisa jadi berbeda dengan orang lain.”*

Inti dari paragraf keempat yaitu nilai kebenaran setiap orang bernilai subjektif dan berbeda-beda. Paragraf tersebut menjelaskan terkadang pemberi nasihat tidak menyadari bahwa nilai kebaikan setiap orang bisa jadi berbeda sehingga dalam berinteraksi sosial kemungkinan kebenaran antar satu orang dengan lainnya terdapat perbedaan.

Gagasan utama ini didukung dengan kalimat selanjutnya yang menjelaskan “kelompok muslim agresif” yang mencoba

menyinggung wilayah pribadi *mad'u* karena menilai kebenarannya yang paling benar.

*“Akan tetapi, kelompok muslim agresif yang menganggap klaim kebenarannya adalah yang paling benar, lantas mencoba masuk ke dalam wilayah pribadi orang lain.”*

Istilah “kelompok muslim agresif” disebut pertama kali di paragraf keempat. Istilah ini dimaksudkan kepada kelompok orang Islam yang mempopulerkan kalimat “Maaf, sekadar mengingatkan” yang berdakwah melalui kolom komentar dengan memberikan nasihat kepada orang-orang yang tidak sesuai kebenaran agama yang mereka yakini.

c) Paragraf 5

Gagasan utama: *“Kemanusiaan perempuan hanya didefinisikan dari pakaian yang melekat pada tubuhnya saja.”*

Menuju ke paragraf lima, Kalis ingin menyampaikan bahwa selama ini kebanyakan orang menilai orang lain berdasarkan pakaian yang dipakai. Dijelaskan pada kalimat-kalimat selanjutnya, mereka menghakimi secara syar’i tentang berpakaian yang benar, yakni pakaian syar’i. Setelah penulis mencari tahu, kebanyakan orang tersebut merupakan penjual pakaian dengan model tersebut yang artinya tujuan dakwahnya sudah tercampur dengan maksud lain.

*“Muslimah yang sudah berkerudung, kerudungnya kurang panjang. Muslimah yang*

*kerudungnya sudah panjang, diingatkan memakai gamis model tertentu dan kaos kakinya. Rupanya, para pengingat ini adalah penjual pakaian dengan model tertentu tersebut. Mereka memakai judgement syar'i hingga menentukan satu-satunya model pakaian perempuan yang benar menurut Islam sesuai dengan produk-produk yang mereka jual. Padahal, Al-Qur'an bukanlah kitab mode."*

d) Paragraf 6

*Gagasan utama: "Ia mengizinkan anaknya mengaji di mana saja dengan alasan lebih baik mengaji daripada berteman dengan orang-orang yang melakukan maksiat. Tapi, ia sama sekali tidak paham bahwa model pengajian yang diikuti anaknya adalah pengajian yang mengajarkan sikap keberagaman yang eksklusif dan ekstrem."*

Gagasan utama paragraf keenam menjelaskan bahwa kebanyakan orang tua sangat menjaga anaknya agar tidak berkumpul dengan teman yang berbeda keyakinan, agar tidak terdoktrin dengan paham yang berbeda. Paragraf ini merupakan penjabaran penyebab lainnya fenomena tersebut sehingga membuat anak tumbuh dengan menghakimi individu yang tidak sepaham dengannya, ini yang disebut dengan intoleran baik terhadap yang sesama agama maupun antar agama.

Gagasan di atas diperkuat pada alenia ketujuh. Menurut peneliti, penulis buku ingin menyampaikan bahwa terdapat hal yang lebih urgen dan penting dari sekedar memandang nilai seseorang berdasarkan dari pakaiannya saja. Cara berpikir dan karakter seseorang seharusnya menjadi nilai yang harus

dipandang dari sekadar cover seseorang. Selanjutnya pada paragraf 8 sampai 17 penulis akan menjabarkan penyebab yang ia temukan terkait tradisi perilaku “Maaf, sekadar mengingatkan” berdasarkan analisis pribadinya.

*“Seharusnya, tren “sekadar mengingatkan” dijadikan tradisi untuk mencegah perempuan-perempuan yang telah kehilangan kemandirian berpikir dan daya kritisnya.”*

e) Paragraf 9 sampai 10

Gagasan utama: *“Di dunia digital, kelompok ini didoktrin bahwa gawai yang ada di tangan mereka adalah pengganti senjata saat perang.”*

Pada paragraf kesembilan dan kesepuluh ini membahas penyebab pertama, yaitu pemahaman dan prinsip yang dibangun oleh kelompok agresif. Mereka menganggap bahwa orang yang tidak sepaham dengannya, tanpa berpikir luas berarti telah melakukan kesalahan dan harus didakwahi. Berdakwah dengan mengomentari unggahan orang lain di media sosial bagaikan perang di jalan Allah yang bernilai pahala. Gawai mereka merupakan senjata dalam memerangi kemelesetan dalam beragama. Tanpa membuat pengorbanan dakwah yang berarti mereka telah mendapat pahala berdakwah, yakni mengingat orang lain di media sosial.

*“Di dunia digital, kelompok ini didoktrin bahwa gawai yang ada di tangan mereka adalah pengganti senjata saat perang. Ada anggapan bahwa posting dan*

*komentar mereka bagaikan peluru-peluru perang, tapi bernilai pahala. Dengan demikian, aktivitas mengomentari unggahan orang lain berarti sama dengan mengambil peran membela agama.*

*Bayangkan saja, seseorang bisa saja mengetik komentar sambil duduk di toilet atau tidur-tiduran di kamar tanpa pengorbanan dan tenaga yang berarti, tanpa persyaratan apa pun, tapi ia telah merasa memproduksi pahala. Tentu saja laku semacam ini banyak peminatnya.”*

f) Paragraf 11 sampai 15

Gagasan utama: *“Surga muslimah oleh banyak buku yang beredar sepertinya sederhana, sekaligus terlampau imajinatif dan memprihatinkan. Padahal dalam realitas keseharian, perempuan membangun surga yang tidak hanya untuk dirinya, melainkan juga untuk orang lain di bumi lewat daya kreasi dan hasil kerjanya yang bermanfaat untuk orang banyak.”*

Dalam empat paragraf ini penulis menggiring para pembaca agar melihat fenomena ini dari sisi perempuan. Menjadi salah satu penyebab tren “Maaf, sekadar mengingatkan” yakni narasi dai tentang istilah “wanita berkarir surga” dinilai kurang tepat. Syarat-syarat wanita berkarir surga dibatasi dalam kata-kata. Penulis ingin menyampaikan bahwa pada kenyataannya tidak semua yang dikatakan dalam narasi tersebut akan menguntungkan semua kondisi perempuan. Misalkan seorang ibu tanpa bantuan finansial seorang suami, dan meninggalkan anak-anaknya di rumah untuk bekerja seharian. Bila didasarkan pada narasi “wanita berkarir surga”, ia dinilai bukan ibu yang baik bagi anak-anaknya karena kurang

kehadiran dan kasih sayang sosoknya. Padahal pada kenyataannya setiap perempuan akan memiliki surganya masing-masing selagi ia berusaha memberikan manfaat bagi lingkungan sekitarnya. Kembali lagi pada paragraf pertama yang menjelaskan bahwa etika dalam dakwah perlu memperhatikan kondisi *mad'unya*. Hal ini didukung dengan penjelasan paragraf selanjutnya.

*“Jumlah ulama yang tampil di televisi dan YouTube yang membicarakan tafsir ayat perempuan sesuai realitas zamannya memang amat minim atau bahkan hampir tidak ada. Ulama laki-laki lebih banyak mengomentari pakaian perempuan, menstruasi perempuan, terkadang mengampanyakan poligami, bahkan mengutuki rahim perempuan sehingga, pemikiran alternatif tidak menjadi mainstream di lini masa.”*

g) Paragraf 16 sampai 17

Gagasan utama: *“Dalam rangka menjadi wakil Tuhan yang bertugas menjaga kebaikan-kebaikan di atas muka bumi ini, perempuan boleh menjadi pemimpin, perempuan boleh memaksimalkan segala potensi tubuh, pikiran, dan kreativitasnya untuk pekerjaan-pekerjaan kemanusiaan yang menghadirkan kemaslahatan bagi alam dan sekitarnya.”*

Kedua paragraf tersebut menjelaskan bahwa hak perempuan setara dengan laki-laki dalam hal apapun sesuai kodratnya. Dikuatkan dengan ayat-ayat Al-Qur'an yang tidak menitikberatkan pada model penciptaan laki-laki saja, artinya keduanya setara.

*“Tujuan penciptaan manusia, laki-laki maupun perempuan, adalah menjadi hamba Allah (Q.S Adz*



*Dzariyat: 56) dan menjadi khalifah fil ardl atau wakil Tuhan di Bumi (QS Al-Baqarah: 30).”*

Maka dari itu laki-laki maupun perempuan memiliki hak untuk mendapatkan pekerjaan yang sesuai kompetensinya, menjadi pemimpin, mengembangkan potensi tubuh, pikiran, dan kreativitasnya yang membawa kemaslahatan bagi sekitarnya. Berdasarkan analisis peneliti, paragraf ini merepresentasikan etika dakwah yang melarang segala bentuk diskriminasi dalam hal apapun, baik suku, ras, agama, dan gender.

h) Paragraf 18

Gagasan utama: *“Akan tetapi, hal inilah yang kemudian juga memicu tren “maaf sekadar mengingatkan” sebab mereka merasa telah lebih berpengalaman dalam memproduksi dosa atau hal-hal yang dilarang agama.”*

Penyebab ketiga yang disebutkan penulis dalam esai, yaitu “kelompok muslim agresif” merasa bahwa ia lebih berpengalaman dan mengetahui perihal dosa dan mendapatkan hidayah sehingga mereka mudah sekali mengingatkan bila orang lain melakukan kesalahan yang sama dan merasa lebih benar dari orang lain, dan menyebabkan trennya kalimat “Maaf, sekadar mengingatkan” di media sosial. Kalis menambahkan pendapatnya bahwa merasa kurang memiliki ilmu seharusnya membuat seseorang lebih berhati-hati dalam memandang perilaku orang dan membenarkannya.

Beberapa orang menafsirkan hadis “Sampaikanlah walau satu ayat” dengan

sekadar menyampaikan satu ayat saja, padahal prinsip dan pola kehidupan juga memiliki relasi satu sama lain, begitu juga dengan ilmu pengetahuan. Seperti dijelaskan dalam kalimat paragraf selanjutnya.

*“Kelompok ini jadi agresif untuk mengingatkan orang lain agar tidak melakukan hal yang sama dengan mereka. Ini bukan berarti bilang bahwa geng hijrah buruk, lho, tapi kan memang lebih baik jika setelah menyadari ilmunya kurang, ya nggak ujug-ujug mengingatkan orang lain.*

*Gini, deh. Kebanyakan orang terlalu bersemangat menyimak ayat “sampaikanlah walau satu ayat”, akhirnya, yang dia pahami bener-bener jadi cuma satu ayat aja, deh.”*

## 2) Skematik

Elemen kedua dalam analisis teks yaitu skematik. Skematik atau biasa disebut alur tulisan terdiri dari pendahuluan, isi, dan kesimpulan. Alur ini disusun sehingga membentuk wacana yang terstruktur dan dapat dipahami. Skematik terdiri dari dua struktur, *summary* dan *story*. Dalam *summary* terdapat dua sub bagian yaitu judul dan lead. Sedangkan dalam *story* terdiri dari proses terjadinya peristiwa dan komentar terkait peristiwa tersebut. Skema pertama adalah judul esai yakni Dari Mana Asal Tren “Maaf, Sekadar Mengingatkan”. Sementara lead, umumnya terdapat paragraf pertama, yang memberikan ringkasan awal teks atau esai. Dalam teks ini terdapat dua paragraf sebagai pengantar ringkasan, adalah:

*“Seorang teman saya mengunggah foto-foto pernikahan. Di kolom komentar, seorang yang tidak ia kenal mengomentari model pakaian pernikahannya yang menurutnya tidak bisa disebut pakaian pengantin Muslimah. Di akhir komentar, tentu saja ia menambahkan jurus pamungkas: “Maaf, sekadar mengingatkan.”*

*Mengherankan. foto pernikahan yang seharusnya penuh dengan komentar bahagia dan doa positif, kok sempat-sempatnya dibikin kisruh dengan komentar nasihat yang tak pada tempatnya seperti itu.”*

Skema kedua yaitu *story* atau isi tulisan yang terletak setelah lead, yang berisi proses atau jalannya peristiwa. Dalam hal ini adalah analisis penulis, Kalis Mardiasih, tentang tradisi perilaku komentar nasihat di media sosial dengan dalih “Maaf, sekadar mengingatkan”. Di mana hal ini bermula dari kebiasaan menasihati di media sosial yang dinilai agresif karena tidak proporsional. Ia menjabarkan bagaimana tren “Maaf, sekadar mengingatkan” ini populer ketika seseorang memberikan komentar nasihat yang menyakitkan hati *mad’unya*. Secara eksplisit ia menjelaskan berdasarkan sudut pandang kelompok agresif dan perempuan.

Selain dalam lead, terdapat paragraf yang juga menjelaskan permasalahan yang dibahas, fenomena komentar nasihat yang diberi tambahan “maaf, sekadar mengingatkan” dan permasalahan yang menyebabkan. Terletak pada paragraf ketiga dan keempat.

*“Salmafina Sunan, seorang selebgram yang sempat ramai karena memutuskan untuk melepas jilbabnya, sempat menulis pernyataan yang menggelitik, “Kalau mau unfollow silakan. Tidak usah pakai afwan-*

*afwan, tapi ujungnya nyakitin hati orang lain.” Ya, ia memilih untuk kehilangan follower dibanding mesti membaca komentar-komentar yang memakai atribut “maaf”, tapi sebenarnya menyakiti hatinya.”*

*Fenomena ini tentu saja cukup mengganggu. Etika pribadi seseorang bersumber dari nilai kebenaran yang ia yakini bisa jadi berbeda dengan orang lain. Akan tetapi, kelompok muslim agresif yang menganggap klaim kebenarannya adalah yang paling benar, lantas mencoba masuk ke dalam wilayah pribadi orang lain.”*

Setelah itu ia menjelaskan bila tren tersebut datang dari pemahaman berpikir yang kurang tepat dari ‘kelompok agresif’. Menurut Kalis Mardiasih seharusnya dakwah bukan dengan nasihat yang menyakitkan bagi *mad’unya*. Ia menganalisis akar dari persoalan ini. Pertama, kelompok tersebut menganggap dakwah di media sosial layaknya berperang dengan senjata *gadget* di tangannya. Kedua, label wanita surga yang membatasi kriteria mereka lewat tulisan-tulisan, sehingga dakwah nasihat itu tidak ditempatkan sesuai kondisi *mad’u*. Ketiga, kebanyakan kelompok mereka merasa lebih berpengalaman dalam hal dosa dan mendapat hidayah sehingga mereka dengan mudah mengingatkan orang lain yang melakukan kesalahan yang sama, padahal ia merasa dirinya masih memiliki ilmu yang kurang.

Berdasarkan pemaparan di atas mengenai esai *Dari Mana Asal Tren “Maaf, Sekadar Mengingatkan”* tulisan ini diawali dengan penyajian fenomena dakwah dalam bentuk komentar nasihat di media sosial yang dinilai agresif dan diikuti kata “Maaf, sekadar

mengingatkan”. Selanjutnya penulis menyajikan persoalan yang berkaitan sebagai sumber permasalahan, yaitu kebiasaan berpikir bahwa orang yang memiliki pemahaman berbeda dinilai tidak benar menurutnya. Dan ditutup dengan pemecahan permasalahan yaitu penjelasan penyebab ‘kelompok agresif’ berdakwah namun kenyataannya justru menyakitkan hati *mad’unya*, yang disebut penulis dengan tren “Maaf, sekadar mengingatkan”.

Esai ini termasuk dalam jenis paragraf ineratif, di mana gagasan utama terletak pada paragraf tengah. Umumnya susunan paragraf ineratif tersusun dengan pola wacana khusus-umum-khusus. Pada paragraf awal diberikan pernyataan khusus untuk pengantar menuju kalimat utama. Dan paragraf akhir sebagai penguat pernyataan kalimat utama.

Dalam teks ini penulis ingin menjelaskan terlebih dahulu kepada pembaca dengan menjabarkan data permasalahan yang akan dibahas, yang terdiri dari fenomena dan latar belakang untuk membuka pendapatnya lalu dijabarkan dan disimpulkan pada paragraf penjas. Penjelasan permasalahan dan latar belakang dimaksudkan agar pembaca mengetahui alasan penulis menulis wacana tersebut.

### 3) Latar

Latar merupakan elemen dalam teks yang menjelaskan latar belakang suatu peristiwa atau fenomena. Latar belakang suatu topik yang dibahas akan menggiring pembacanya agar mengikuti alur pemikiran penulis. Latar belakang

dalam esai *Dari Mana Asal Tren “Maaf, Sekadar Mengingatkan”* terletak pada *lead* tulisan yakni paragraf satu hingga empat. Paragraf ini menggiring pembaca agar memperhatikan bahwa komentar nasihat di media sosial tak selalu baik bila tak pada tempatnya.

*“Seorang teman saya mengunggah foto-foto pernikahan. Di kolom komentar, seorang yang tidak ia kenal mengomentari model pakaian pernikahannya yang menurutnya tidak bisa disebut pakaian pengantin Muslimah. Di akhir komentar, tentu saja ia menambahkan jurus pamungkas: “Maaf, sekadar mengingat.”*

*Mengherankan. foto pernikahan yang seharusnya penuh dengan komentar ahagia dan doa positif, kok sempat-sempatnya dibikin kisruh dengan komentar nasihat yang tak pada tempatnya seperti itu.*

*Salmafina Sunan, seorang selebgram yang sempat ramai karena memutuskan untuk melepas jilbabnya, sempat menulis pernyataan yang menggelitik, “Kalau mau unfollow silakan. Tidak usah pakai afwan-afwan, tapi ujungnya nyakitin hati orang lain.” Ya, ia memilih untuk kehilangan follower dibanding mesti membaca komentar-komentar yang memakai atribut “maaf”, tapi sebenarnya menyakiti hatinya.*

*Fenomena ini tentu saja cukup mengganggu. Etika pribadi seseorang bersumber dari nilai kebenaran yang ia yakini bisa jadi berbeda dengan orang lain. Akan tetapi, kelompok muslim agresif yang menganggap klaim kebenarannya adalah yang paling benar, lantas mencoba masuk ke dalam wilayah pribadi orang lain.”*

Pertama-tama Kalis ingin menceritakan fenomena atau permasalahan yang meresahkannya, pada unggahan pernikahan temannya di media sosial seseorang menasihati lewat komentar dengan jurus pamungkas “Maaf, sekadar mengingat”. Lalu penulis

memberikan pandangannya bahwa hal tersebut tidaklah sesuai dengan etika di mana seseorang menasihati namun sebenarnya malah menyakitkan hati orang yang dinasihati. Orang yang berdakwah seharusnya memperhatikan etika menyampaikan nasihat agar kebenaran yang ia yakini tersampaikan dengan baik dan tidak bersifat menghakimi.

#### 4) Detil

Elemen detil dalam Analisis Wacana Van Dijk merupakan bagaimana penulis mengontrol jumlah informasi yang ia sampaikan. Penulis menuliskan informasi dalam jumlah banyak untuk mendukung pendapatnya dan mengurangi informasi yang tidak menguntungkan dirinya.

Dalam esai ini Kalis Mardiasih menonjolkan informasi tentang bagaimana kalimat “Maaf, sekadar mengingatkan” ini menjadi tren dakwah oleh kelompok muslim agresif di media sosial.

Pada paragraf kelima penulis menjelaskan bahwa tren “Maaf, sekadar mengingatkan” ini berasal dari kelompok muslim agresif yang mudah menilai dan menyalahkan orang lain. Selain itu setelah ditelisik oleh penulis buku, ia menemukan bahwa orang-orang seperti ini adalah penjual pakaian model syar’i. Pada teks ini Kalis Mardiasih tidak memberikan informasi tentang kelompok dakwah oleh dai yang dianggap radikal yang juga mendakwahkan hal yang sama, karena pada dasarnya dakwah merupakan kewajiban setiap muslim. Maka dari itu setiap muslim dapat menyampaikan dakwah.

Pada paragraf sembilan, Kalis memaparkan bagaimana kelompok agresif ini membangun wacana masyarakat bahwa mereka adalah kelompok yang dibenci dan sedang memperjuangkan kebenaran yang mereka yakini. Sebenarnya setiap ajaran agama dalam kelompok-kelompok pasti mengandung kebenaran yang sampai pada jalur Rasulullah. Namun kelompok muslim ini memiliki cara berdakwah yang kurang tepat menurut penulis sehingga menimbulkan keresahan dan kritik penulis.

Pada paragraf kedua belas hingga ketujuh belas Kalis banyak mengomentari suatu fenomena dari sudut pandang perempuan. Ia mengangkat isu kesetaraan gender dalam lingkungan dakwah. Penulis sengaja menyajikan satu poin sebab tren dalam enam paragraf dari sudut pandang feminisme, ia menjelaskan beberapa ulama laki-laki lebih sering mengomentari gaya berpakaian muslimah dibanding hal yang lebih urgen dari sekadar kain yang melekat pada tubuh perempuan.

Sama halnya dengan paragraf kelima, pada paragraf kedelapan belas dan sembilan belas juga menjelaskan bahwa setiap muslim dapat menyampaikan dakwahnya. Namun dalam berdakwah seorang dai harus memenuhi kriteria memiliki wawasan yang luas dan mengenali medan dakwahnya.

#### 5) Maksud

Elemen maksud adalah bagaimana penulis menuliskan informasi dalam teks secara eksplisit untuk mendukung pandangannya.



Berbeda dengan detil yang menonjolkan satu hal dari lainnya secara implisit, pada bagian ini penulis menuliskan secara eksplisit. Kalis menjelaskan dalam esainya, ia diresahkan oleh komentar nasihat yang tak sesuai tempatnya (tidak sesuai etika) dapat menyakitkan hati *mad'unya*.

*“Mengherankan. foto pernikahan yang seharusnya penuh dengan komentar bahagia dan doa positif, kok sempat-empatnya dibikin kisruh dengan komentar nasihat yang tak pada tempatnya seperti itu.”*

Selanjutnya pada paragraf keempat juga Kalis menuliskan bahwa orang-orang seperti tersebut di atas cukup mengganggu, karena menasihati dan menyalahkan orang lain dan menganggap kebenaran yang ia yakini adalah paling benar.

*“Fenomena ini tentu saja cukup mengganggu. Etika pribadi seseorang bersumber dari nilai kebenaran yang ia yakini bisa jadi berbeda dengan orang lain. Akan tetapi, kelompok muslim agresif yang menganggap klaim kebenarannya adalah yang paling benar, lantas mencoba masuk ke dalam wilayah pribadi orang lain.”*

Kalis mengutarakan pandangannya bahwa nilai kemanusiaan seseorang tidak sekadar dari penampilannya saja. Namun seharusnya nasihat mereka ditujukan untuk orang-orang yang kurang memiliki kemandirian berpikir dan daya kritisnya.

*“Seharusnya, tren “sekadar mengingatkan” dijadikan tradisi untuk mencegah perempuan-perempuan*

*yang telah kehilangan kemandirian berpikir dan daya kritisnya.”*

Dalam menasihati atau berdakwah, menurutnya seseorang perlu meluaskan pengetahuan dan wawasannya agar tidak mudah menghakimi dan menyalahkan orang lain. Hal inilah yang akan membentuk etika dakwah di media sosial.

*“Gini, deh. Kebanyakan orang terlalu bersemangat menyimak ayat “sampaikanlah walau satu ayat”, akhirnya, yang dia pahami bener-bener jadi Cuma satu ayat ada, deh.”*

#### 6) Koherensi

Koherensi merupakan hubungan antarkata atau kalimat dalam teks. Fakta-fakta yang berbeda dikaitkan dengan kata penghubung sehingga tampak berkaitan. Pada paragraf keempat terdapat kata “akan tetapi” yang menunjukkan bahwa pandangan penulis berlawanan dengan fenomena yang telah diceritakan pada paragraf pertama hingga ketiga yang menunjukkan ketidaksetujuan penulis.

Selain itu pada paragraf keenam terdapat kata “tapi” yang menunjukkan dibalik para orang tua yang menginginkan anaknya mengikuti pengajian, mereka kurang peduli dengan model tempat belajar anaknya, sudah dianggap aman atau tidak konsep berpikirnya. Hal inilah yang perlu diperhatikan oleh orang-orang yang hendak belajar agama, model tempat belajar agama yang justru malah bersifat tertutup dan radikal.

Koherensi berikutnya terdapat pada paragraf sembilan yang menggunakan kata “tapi”.

*“Ada anggapan bahwa posting dan komentar mereka bagaikan peluru-peluru perang, tapi bernilai pahala.”*

Kata “tapi” di atas menunjukkan kalimat sebelum dan setelah koma adalah dua hal yang berlawanan.

Kata penghubung juga terdapat di awal kalimat pada paragraf keempat belas berupa “padahal”. Kata ini menunjukkan isi buku yang terlampau imajinatif menurut penulis bertolak belakang dengan kenyataan yang terjadi pada kaum perempuan.

Selanjutnya kata hubung “sebab” pada paragraf enam belas menghubungkan kesimpulan pada kalimat sebelumnya dengan kalimat selanjutnya tentang bukti yang dipaparkan penulis.

#### 7) Bentuk Kalimat

Pada elemen ini, bentuk kalimat menentukan cara berpikir logis dalam prinsip kausalitas. Pada umumnya bentuk kalimat tersusun dari subyek, predikat dan obyek. Subyek menerangkan melalui predikat terhadap objek yang diterangkan.

Dalam esai ini yang bertindak sebagai subyek adalah dai dan *mad’u* sebagai objeknya. Kalis cenderung mengomentari pihak dai atau pengguna media sosial yang melakukan dakwah sehingga esai ini merepresentasikan etika

dakwah oleh dai di media sosial. Peneliti menemukannya pada paragraf kedua:

*“Mengherankan. foto pernikahan yang seharusnya penuh dengan komentar bahagia dan doa positif, kok sempat-sempatnya dibikin kisruh dengan komentar nasihat yang tak pada tempatnya seperti itu.”*

Bentuk kalimat di atas adalah bentuk pasif, ditunjukkan oleh imbuhan di- pada kata kerja “dibikin”. Kalimat pasif memiliki konsep subyek dikenai perbuatan sehingga pada kalimat di atas, “komentar nasihat” berlaku sebagai subyek. Komentar merupakan kata benda yang merupakan hasil dari kata kerja mengomentari, yang bertindak mengomentari adalah dai. Jadi, pelaku atau subyek dalam kalimat ini adalah dai. Sedangkan objeknya adalah foto pernikahan, dalam hal ini foto tersebut menyangkut *mad’u*.

Seorang dai memegang kendali pada etika penyampaian dakwah. Media sosial adalah media yang paling mudah diakses dan digunakan terutama dalam dakwah. Siapapun dapat membagikan pesan dakwah melalui tangannya sendiri dan apa yang ia pikirkan. Maka dari itu menurut Kalis Mardiasih seseorang yang berdakwah di media sosial sangat penting memperhatikan bagaimana ia membagikan pesan informasi, menyangkut kebenaran informasi yang ia sampaikan dan etikanya terhadap objek yang ia tuju.

#### 8) Kata Ganti

Elemen kata ganti akan memberikan kesan emosional jarak antara penulis dan pembaca. Kata ganti akan menunjukkan posisi seseorang dalam wacana. Penulis buku menggunakan kata ganti orang pertama “saya” yang merujuk pada dirinya dan pendapatnya. Kemudian kata ganti “mereka” yang menunjuk pada “kelompok muslim agresif” yang disebutkan pertama kali pada paragraf keempat. Dan kata ganti “kita” sebagai kata ganti orang pertama yang merujuk pada penulis dan pembaca.

Kata ganti “saya” pada paragraf pertama pada kalimat “*Seorang teman saya mengunggah foto-foto pernikahan*”. Kalis di sini menceritakan fenomena yang membuatnya resah tentang komentar nasihat di media sosial yang kurang tepat pada konteksnya. Kemudian ia menjelaskan dalam pendapatnya pada paragraf selanjutnya. Pada paragraf enam ia juga menuliskan kata ganti “saya” pada kalimat “*Saya tidak akan pernah bisa lupa dengan kejadian bom Surabaya pada Mei 2018. Seorang istri dan seorang ibu percaya bahwa mengikuti suami dan mengajak anak-anaknya yang bahkan masih balita untuk menjadi martir terror akan berbuah surga.*” Pada kalimat ini ia menguatkan alasan keresahannya dengan menceritakan sikap keberagaman masyarakat yang “ekstrem”, karena kurang menaruh perhatian pada model belajar agama apa yang diikutinya.

Kata ganti kedua yaitu “mereka” yang merujuk pada “kelompok muslim agresif” disebutkan pada paragraf keempat. Istilah ini

merujuk pada kalimat setelahnya yaitu “yang menganggap klaim kebenarannya adalah yang paling benar, lantas mencoba masuk ke dalam wilayah pribadi orang lain”. Mereka sering memberikan komentar nasihat dengan tambahan kata “maaf, sekadar mengingatkan”. Kalis Mardiasih memandang fenomena dakwah seperti tidak seharusnya menjadi tren, karena pada kenyataannya terdapat kesenjangan antara kondisi *mad’u* dengan kebenaran yang disampaikan oleh dai tanpa adanya penalaran yang tepat. Kata ganti “mereka” menunjukkan oposisi atau berlawanan, yang menunjukkan penulis tidak sependapat dengan fenomena tersebut.

Kata ganti selanjutnya yaitu “kita” yang terdapat pada paragraf delapan “*Bagaimana kita melacak tradisi perilaku “Maaf, Sekadar Mengingatkan” ini?*”. Kalis menggunakan kata ganti “kita” untuk membangun kesepahaman penulis dengan pembaca. Penulis menganggap bahwa pembaca memiliki pendapat yang sama, sehingga pembaca akan mengikuti alur pembahasan penulis. Diharapkan pada saat selesai membaca pendapat penulis akan masuk ke pikiran pembaca bahwa mereka perlu berhati-hati ketika memberikan nasihat atau dakwah di media sosial.

#### 9) Leksikon

Pemilihan kata dalam esai Dari Mana Asal Tren “Maaf, Sekadar Mengingatkan” yang merepresentasikan etika komunikasi dakwah ialah:

- (a) Kata “jurus pamungkas”: *“Di akhir komentar, tentu saja ia menambahkan jurus pamungkas: “Maaf, sekadar mengingatkan.”*

Jurus pamungkas biasanya digunakan dalam konteks pertandingan. Umumnya jurus pamungkas bersifat langsung dan menyerang. Dalam esai ini, jurus pamungkas di sini ialah kalimat “Maaf, sekadar mengingatkan” ditulis setelah seseorang menyampaikan nasihat di kolom komentar media sosial. Penulis menyebut kalimat “maaf” dengan jurus pamungkas karena pada cerita yang ia sampaikan, kata “maaf” ini bersifat mengganggu dan menyakiti hati lawan bicaranya (red. *mad’u*). inilah yang menjadi dasar pendapat penulis bahwa etika dalam menyampaikan nasihat di media sosial perlu diperhatikan.

- (b) Kata “dibikin kisruh”: *“Foto pernikahan yang seharusnya penuh dengan komentar bahagia dan doa positif, kok sempat-sempatnya dibikin kisruh dengan komentar nasihat yang tak pada tempatnya seperti itu.”*

Kata “kisruh” memiliki arti kacau atau tidak sesuai dengan rencana. Kalimat selanjutnya menjelaskan kisruh berarti tidak sesuai dengan tempat atau keadaan. Menurut penulis menasihati dengan cara menyalahkan bisa jadi cara yang salah dalam berdakwah, karena hal tersebut bersifat agresif atau menyakitkan bagi *mad’u*.

- (c) Kata “tak pada tempatnya”: *“Foto pernikahan yang seharusnya penuh dengan komentar bahagia dan doa positif, kok sempat-sempatnya dibikin kisruh*

*dengan komentar nasihat yang tak pada tempatnya seperti itu.”*

Kata “tak pada tempatnya” berarti banyak aspek. Menurut Kalis pada kondisi *mad’u* yang sedang berbahagia, nasihat seperti tersebut tidak seharusnya silontarkan, dai perlu menghargai kondisi *mad’unya*.

- (d) Kata “wilayah pribadi”: *“Akan tetapi, kelompok muslim agresif yang menganggap klaim kebenarannya adalah yang paling benar, lantas mencoba masuk ke dalam wilayah pribadi orang lain.”*

Kata wilayah pribadi merepresentasikan hal-hal yang bersifat privat bagi *mad’u*. Setiap orang memiliki privasi masing-masing. Kalis secara tidak langsung menuliskan bahwa dakwah tidak dapat masuk pada urusan individu masing-masing, karena pada kenyataannya kondisi *mad’u* terutama di media sosial yang lebih luas berbeda-beda.

- (e) Kata “kemanusiaan perempuan”: *“Kemanusiaan perempuan hanya didefinisikan dari pakaian yang melekat pada tubuhnya saja.”*

Kata kemanusiaan perempuan dipilih oleh Kalis karena ia ingin menunjukkan lawan makna kalimat tersebut. Setiap muslim hendaknya menilai orang lain tidak berdasarkan kebenaran yang ia yakini saja dan pakaian yang dipakainya. Namun Kalis ingin menunjukkan pada pembaca seharusnya melakukan introspeksi diri sendiri terlebih dahulu sebelum menilai dan menasihati orang lain. Pada paragraf delapan ia menambahkan dari pada mereka saling menyakiti karena kebenaran yang diyakini



berbeda-beda, sebaiknya saling mengingatkan karena seseorang telah kehilangan kemandirian berpikir dan daya kritisnya.

- (f) Kata “judgement syar’i”: *“Mereka memakai judgement syar’i hingga menentukan satu-satunya model pakaian perempuan yang benar menurut Islam sesuai dengan produk-produk yang mereka jual. Padahal, Al-Qur’an bukanlah kitab mode.”*

Judgement berasal dari bahasa Inggris *judge* yang artinya menghakimi atau menilai seseorang dengan sebelah mata. Hal ini membuat kebanyakan orang langsung menghakimi atau menyalahkan orang lain atas perilakunya. Penambahan kata syar’i setelah ata judgement berarti objek yang dihakimi berkaitan dengan hal-hal agama.

- (g) Kata “eksklusif dan ekstrem”: *“Tapi, ia sama sekali tidak paham bahwa model pengajian yang diikuti anaknya adalah pengajian yang mengajarkan sikap keberagaman yang eksklusif dan ekstrem.”*

Kata eksklusif dalam KBBI memiliki arti terpisah dari yang lain. Hal ini yang menjadi pertanyaan apa yang membuat model pembelajaran agama mereka berbeda dari yang lain dan cenderung mendiskriminasi kelompok yang berbeda. Kata ekstrem dalam KBBI artinya paling ujung, sangat keras dan teguh, fanatik. Dakwah seharusnya bersifat persuasif bukan kuratif (memaksa). Dakwah yang mengandung unsur paksaan mengurangi efektivitas dan pahala berdakwah.

- (h) Kata “senjata saat perang”: *“Di dunia digital, kelompok ini didoktrin bahwa gawai yang ada di*

*tangan mereka adalah pengganti senjata saat perang.”*

Senjata di sini merujuk pada gawai yang digunakan untuk mengakses media sosial. Sedangkan perang merujuk pada aktivitas dakwah di media sosial. Kata ini dijadikan analogi oleh penulis terhadap perilaku kelompok muslim agresif di media sosial sehingga mengakibatkan mereka mudah menasihati orang lain, dan dengan mudah menyakiti perasaan yang didakwahi.

- (i) Kata “realitas keseharian”: *“Padahal dalam realitas keseharian, perempuan membangun surga yang tidak hanya untuk dirinya, melainkan juga untuk orang lain di bumi lewat daya kreasi dan hasil kerjanya yang bermanfaat untuk orang banyak.”*

Penulis menuliskan realitas keseharian perempuan untuk menunjukkan bahwa setiap kondisi manusia terutama perempuan berbeda-beda sehingga kebenaran seseorang tidak dapat disamaratakan oleh kebenaran menurut satu orang saja, dalam hal ini dai terhadap *mad’u*.

- (j) Kata “agresif”: *“Kelompok ini jadi agresif untuk mengingatkan orang lain agar tidak melakukan hal yang sama dengan mereka.”*

Agresif dalam KBBI bermakna cenderung menyerang sesuatu yang dipandang sebagai hal atau situasi yang mengecewakan, menghalangi, atau menghambat. Kelompok muslim ini cenderung menciptakan serangan bukan keadamaian. Karena *mad’u* dianggap sebagai muslim yang sedang tersesat dan tanpa pengorbanan yang berarti mereka menembakkan kata-kata nasihat (sebagai

bentuk dakwah) dan sebagai pemanis menggunakan “maaf” kepada, hal ini menjadi tren di media sosial.

- (k) Kata “ujug-ujug mengingatkan”: *“Ini bukan berarti bilang bahwa geng hijrah buruk, lho, tapi kan memang lebih baik jika setelah menyadari ilmunya kurang, ya nggak ujug-ujug mengingatkan orang lain.”*

Kata *ujug-ujug* berasal dari bahasa jawa jika diterjemahkan dalam bahasa Indonesia artinya tiba-tiba. Kalis menuliskan bahwa kelompok muslim tertentu tiba-tiba menasihati orang lain yang ia kenal maupun tidak dikenal sebagai bentuk dakwah yang kurang sesuai etika. Dianggap kurang tepat karena dai dalam esai ini digambarkan tidak menempatkan nasihatnya di kondisi yang sesuai. Selain itu, pada paragraf selanjutnya dijelaskan jika mereka seharusnya menyadari terlebih dahulu bahwa pengetahuan dan wawasannya baik tentang agama maupun *mad’unya* kurang sehingga menurut Kalis tidak sebaiknya menasihati jika merasa ilmu dai masih kurang.

- (l) Kata “cuma satu ayat”: *“Kebanyakan orang terlalu bersemangat menyimak ayat “sampaikanlah walau satu ayat”, akhirnya, yang dia pahami bener-bener jadi cuma satu ayat aja, deh.”*

Kata “cuma satu ayat” merepresentasikan kurangnya ilmu yang dimiliki oleh kelompok muslim agresif ini sehingga menyebabkan pesan dakwahnya terkesan kaku terhadap relitas *mad’u*. Kalis juga ingin menyampaikan kepada pembaca bahwa perlu berhati-hati dalam melakukan segala

bentuk dakwah, jika tidak dibekali dengan ilmu dan wawasan yang luas, seorang dai hendaknya tidak mudah menyalahkan.

#### 10) Pra Anggapan

Elemen pra anggapan merupakan pernyataan yang menguatkan makna suatu teks. Pra anggapan ini berupa pernyataan terpercaya kebenarannya atau premis. Namun pra anggapan masih berupa fakta yang belum dapat dibuktikan kebenarannya namun dapat menjadi dasar untuk mendukung gagasan. Dalam esai Dari Mana Asal Tren “Maaf, Sekadar Mengingat” terletak pada paragraf awal 1-8.

*“Fenomena ini tentu saja cukup mengganggu. Etika pribadi seseorang bersumber dari nilai kebenaran yang ia yakini bisa jadi berbeda dengan orang lain. Akan tetapi, kelompok muslim agresif yang menganggap klaim kebenarannya adalah yang paling benar, lantas mencoba masuk ke dalam wilayah pribadi orang lain.*

*Analisisnya tentu saja adalah kombinasi dari segala persoalan yang tekah kita bahas pada bab-bab awal. Kemanusiaan perempuan hanya didefinisikan dari pakaian yang melekat pada tubuhnya saja. Muslimah yang sudah berkerudung, kerudungnya kurang panjang. Muslimah yang kerudungnya sudah panjang, diingatkan memakai gamis model tertentu dan kaos kakinya. Rupa-rupanya, para pengingat ini adalah penjual pakaian dengan model tertentu tersebut. Mereka memakai judgement syar’I hingga menentukan satu-satunya model pakaian perempuan yang benar menurut Islam sesuai dengan produk-produk yang mereka jual. Padahal, Al-Qur’an bukanlah kitab mode.”*

Kalis menyampaikan pada pernyataan di atas, dalam konteks ini ia tidak setuju bila dakwah sampai menyentuh ranah pribadi

*mad'unya*. Kebanyakan orang di media sosial menggunakan kata “Maaf, sekadar mengingatkan” untuk mengiringi nasihatnya yang salah tempat. Dalam esai tersebut Kalis beranggapan bahwa tren tersebut dipopulerkan oleh kelompok muslim agresif dan juga oknum penjual model pakaian tertentu sehingga pada paragraph selanjutnya Kalis mengajak pembaca untuk menganalisis sumber asal tren menasihati dengan embel-embel kata “Maaf”, dengan harapan orang-orang akan sadar dan hati-hati ketika menasihati (red. dakwah).

#### 11) Grafis

Elemen ini menunjukkan apa yang disorot atau disorot dalam teks. Ini dapat dikonfirmasi dengan cara grafik atau teks ditulis. Wacana yang ditonjolkan akan diberi perbedaan dengan teks lain. Penonjolan tulisan dapat berupa huruf tebal, huruf miring, dan garis bawah, atau dibuat dengan ukuran tulisan lebih besar dari lainnya.

Penataan tulisan dalam esai *Dari Mana Asal Tren “Maaf, Sekadar Mengingatkan”* ditulis secara biasa. Penulis menggunakan huruf pada tulisan *pertama*, *kedua*, dan *ketiga* untuk menonjolkan letak poin analisis tentang tren “maaf, sekadar mengingatkan” dan pada kata bahasa asing. Selain itu ukuran tulisan judul dibuat lebih besar dari isi teks agar pembaca dapat membaca judul esai secara sekilas dan untuk menarik perhatian pembaca.

Pada dua dua halaman sebelum esai terdapat kutipan yang di atasnya terdapat gambar dua orang laki-laki yang mengatupkan kedua

tangan di depan dada: “*Seharusnya, tren sekadar mengingatkan dijadikan tradisi untuk mencegah perempuan-perempuan yang telah kehilangan kemandirian berpikir dan daya kritisnya.*”

## 12) Metafora

Elemen metafora adalah bentuk kiasan untuk mendukung dan menyampaikan pesan utama. Metafora digunakan sebagai pemanis dalam tulisan. Metafora dalam esai *Dari Mana Asal Tren “Maaf, Sekadar Mengingatkan”* yakni kata **pengganti senjata saat perang** yang merepresentasikan sebab permasalahan yang dibahas. Peneliti juga menemukan kiasan lain yakni pada kalimat: “*Gini, deh. Kebanyakan orang terlalu bersemangat menyimak ayat “sampaikanlah walau satu ayat”, akhirnya, yang dia pahami bener-bener jadi cuma satu ayat aja, deh.*”

Kiasan “cuma satu ayat” diartikan dengan orang-orang yang berdakwah hanya memiliki sedikit ilmu, namun telah dengan percaya diri mengingatkan dan menasihati orang lain yang belum tentu sama benarnya.

### b. Analisis Kognisi Sosial

Selain dari sisi struktur teks esai *Dari Mana Asal Tren “Maaf, Sekadar Mengingatkan*, dilakukan penelitian atas kognisi dan posisi penulis dalam memandang etika komunikasi dakwah terutama di media sosial. Kognisi sosial merupakan representasi pengetahuan, sikap, nilai, norma, atau ideologi sosial suatu individu atau kelompok.

Dalam hal ini peneliti akan menganalisis bagaimana penulis memposisikan dirinya saat menulis esai tersebut, apa yang hendak penulis

sampaikan dalam teks, serta bagaimana ideologi teks esai terhadap topik etika komunikasi dakwah.

Esai ini ditulis oleh Kalis Mardiasih yang dimasukkan dalam bukunya yang berjudul *Muslimah yang Diperdebatkan*. Ia merupakan aktivis gender muslim yang sering membagikan opininya melalui tulisan editorial di platform media *online* seperti detik.co dan mojok.com, unggahannya di akun instagramnya yang bernama @kalismardiasih, serta melalui karya-karya bukunya. Esai ini dipilih karena dari 26 judul esai dalam buku ini, esai ini yang mengangkat tentang etika komunikasi dakwah yang terjadi di media sosial. Esai ini berada di urutan ke 25, namun peneliti tidak berasumsi tentang penempatan urutan sebab jenis-jenis tema diacak. Kekhasan esai ini adalah membahas etika komunikasi dalam respon tren tersebut. Ia memasukkan nilai feminisme dalam pembahasan fenomena dakwah “kelompok muslim radikal” yang ia bungkus dengan pemaparan yang jelas dan tajam berupa kritikan yang solutif.

Esai ini ditulis untuk menanggapi tren “Maaf, sekadar mengingatkan” pada tahun 2018, berawal dari seringnya ditemui komentar netizen di media sosial publik figur untuk menegur mereka yang berpakaian tidak menutup aurat. Kalis Mardiasih memberikan pemaparan pendapat dan kritiknya terhadap fenomena tren “Maaf, sekadar mengingatkan”. Pada akhir esai Ia menuliskan pendapatnya bagaimana sebaiknya agar tidak mudah menghakimi orang lain.

Argumentasi dalam esai tersebut dimulai dengan asumsi bahwa komentar nasihat yang tidak pada tempatnya seharusnya tidak menghancurkan

momen bahagia seseorang. Dalam esai ini Kalis Mardiasih menyindir “kelompok muslim agresif” yang menyempitkan kebenaran hanya menurut keyakinannya. Implikasinya Kalis Mardiasih menyebutkan dalam esai bahwa seharusnya tren ini ditujukan untuk konteks yang lebih urgen dari pada sekadar mengontrol hak dan privasi orang lain. Penulis hendak menyindir kelompok muslim yang mendefinisikan kemuliaan perempuan hanya dari pakaian yang melekat di tubuhnya.

Konsep etika komunikasi yang diandaikan oleh Kalis Mardiasih ialah saat hendak berkomunikasi atau menyampaikan pesan kepada orang lain hendaknya setiap orang memperhatikan kondisi dan situasi lawan bicaranya. Dibuktikan dalam paragraf pertama sampai ketiga yang mengungkapkan ketidaksetujuan terhadap perilaku seseorang yang mengkritik cara berpakaian seseorang dalam momen bahagianya. Hal tersebut dinilai Kalis menyinggung perasaan orang yang dikomentari.

Seringkali Kalis menemui seseorang yang kurang menyadari bahwa setiap orang memiliki pemahaman dan keyakinan akan suatu kebenaran berbeda-beda. dalam hal ini ia hendak menyampaikan bahwa seharusnya setiap orang mampu menghargai setiap perbedaan itu agar dalam praktiknya di kehidupan sehari-hari maupun media sosial tidak banyak dijumpai penghakiman dan penilaian pendek tentang sesuatu atau seseorang. Sebab pada kenyataannya setiap orang akan memiliki kondisi kehidupan mereka masing-masing.

Kalis juga tak lepas dari menyelipkan unsur kesetaraan gender dalam esai tersebut. Ia



menuliskan dalam esainya bahwa pelabelan dan posisi tertentu hendaknya diberikan porsi yang adil antara perempuan dan laki-laki. Seperti yang terdapat dalam paragraf ke-16 dan ke-17.

Pada akhir esai ia menuliskan bahwa seharusnya orang-orang yang merasa tidak memiliki pemahaman yang cukup akan sesuatu tidak mudah menilai dan memberikan saran (baca nasihat). Pemahaman ini terbalik dan berbeda dengan kebanyakan orang yang malah mudah memberikan saran tanpa diminta terlebih yang dapat menyinggung perasaan orang lain.

Dalam esai ini Kalis Mardiasih mengharapkan bahwa masyarakat di media sosial dapat mewujudkan perdamaian dan persatuan meskipun saling memiliki perbedaan pendapat melalui memahami satu sama lain pendapat, hak, dan privasi orang lain. Ia juga mengharapkan terwujudnya kesetaraan gender sehingga literasi-literasi agama seharusnya memberikan tempat yang setara dengan laki-laki sebagai manusia. memahami satu sama lain pendapat, hak, dan privasi orang lain. Pada kesimpulannya tren ini yang sudah menjadi sejarah di tahun 2018 dapat menjadi hikmah bahwa terdapat hal yang lebih penting dari sekadar menyuruh orang lain mengikuti kebenaran yang kita yakini, yakni saling memahami satu sama lain.

Artikel ini membuka perspektif yang lama tak disadari khalayak, yakni saling memahami akan mewujudkan kesetaraan dan persatuan yang tak mudah dipecahkan. Pada masa yang akan datang setiap orang akan memiliki wawasan yang luas agar tidak saling menghakimi sehingga terciptanya masyarakat yang rukun dan damai.

### c. Analisis Konteks Sosial

Analisis sosial menghubungkan lebih jauh teks dengan kondisi sosial dan perspektif yang berkembang di masyarakat terhadap topik. Maka dari itu, konteks sosial merupakan tahap analisis wacana Van Dijk yang melihat bagaimana wacana etika dakwah di media sosial berlaku dan berkembang di masyarakat pengguna media sosial.

Permasalahan mengenai etika dakwah di media sosial menjadi hal yang cukup kompleks. Etika adalah nilai benar dan salah yang dapat berbeda setiap daerah bahkan setiap orangnya, sebab pada dasarnya etika menyangkut tujuan ia melakukan dan perasaan objeknya.

Menurut buku ini, etika komunikasi meliputi etika pribadi seseorang dalam menghargai pribadi lainnya, dakwah tidak seharusnya memberikan batasan-batasan ekstrem dan masuk wilayah pribadi *mad'u*.

Pada awal esai Kalis menceritakan tentang unggahan foto pernikahan temannya mendapat komentar yang berbeda dari lainnya. Seseorang tak dikenal mengomentari gaya pakaian pernikahannya yang tidak bisa disebut pengantin Muslimah. Selanjutnya pada paragraf ketiga ia menceritakan seorang selebgram Salmafina Sunan yang memilih melepas hijabnya dan banyak mendapatkan komentar nasihat. Nasihat-nasihat tersebut tidak lepas dari kalimat “Maaf, sekadar mengingatkan”.

Beberapa kali kita menemui fenomena selebgram yang memutuskan melepas hijabnya karena satu dan lain hal. Hal tersebut ternyata mengundang sautan-sautan dari netizen Indonesia.

Beberapa komentar mengkritik dan memberikan nasihat. Salah satunya terjadi pada Vicky Alaydrus saat mengunggah foto dirinya tanpa mengenakan jilbab, banyak sekali komentar yang menghujatnya. Reaksi-reaksi netizen tersebut direspon oleh Vicky dengan membiarkan mereka menghujatnya sebab melepas hijab adalah keputusannya sendiri.<sup>73</sup>

Berdasarkan pencarian, tren “Maaf, sekadar mengingatkan” memiliki masa viralnya di media sosial pada akhir tahun 2018. Tren ini berawal dari seringnya ditemui komentar netizen di media sosial publik figur untuk menegur mereka yang berpakaian tidak menutup aurat. Biasanya komentar mereka berbunyi “Alangkah lebih baiknya jika pakai kerudung, maaf sekadar mengingatkan (emotikon tangan meminta maaf)”. Bahkan komentar seperti ini sering melenceng tertuju pada netizen nonmuslim yang tidak dikenakan kewajiban berjilbab.<sup>74</sup>

Menurut suatu artikel di portal merahputih.com, biasanya komentar ini berupa nasihat atau masukan yang diakhiri atau diawali dengan “Maaf, sekadar mengingatkan”. Seringkali

---

<sup>73</sup> Tabloid Bintang, “Dihina Karena Lepas Hijab, Selebgram Vicky Alaydrus: Nggak Apa-Apa Cibir Aku Saja,” *Tabloidbintang.Com*, last modified 2022, accessed October 20, 2022, <https://www.tabloidbintang.com/berita/polah/read/165312/dihina-karena-lepas-hijab-selebgram-vicky-alaydrus-nggak-apa-apa-cibir-aku-saja>.

<sup>74</sup> Indozone, “Membahas Ucapan “Maaf, Sekadar Mengingat” yang lagi Viral”, diakses pada 25 Juli 2022 dari <https://www.indozone.id/amp/aPslav/membahas-ucapan-maaf-sekadar-mengingat-yang-lagi-viral>

komentar ini cenderung ofensif terhadap yang dikomentari dan tidak menghargai hak orang lain. Karena cuitan seorang seleb di Twitter akhirnya tren ini malah menjadi sindiran satir dan meme di media sosial. kalimat itu tidak hanya digunakan untuk mengkritik, namun beralih menjadi guyonan netizen yang menasihati dalam hal percintaan, curhatan, dan koreksi kesalahan orang.<sup>75</sup>

Beberapa pemangku kepentingan telah mengomentari tren ini. Misalnya, akun Facebook Know Your Meme Indonesia (KYMI), pengulas meme terkini. Dituliskan bahwa tren tersebut ternyata malah menyinggung perasaan objeknya, karena dianggap mencampuri urusan dan tidak menghargai hak orang lain.

*“Cukup banyak orang yang merasa tersinggung dengan kalimat ini karena dianggap melecehkan haknya untuk tidak memakai kerudung serta terlalu menjustifikasi orang yang tidak memakai kerudung.”*

Menurut KYMI orang yang menegur mereka agar memakai kerudung dinilai tidak memahami kondisi dan situasi objeknya.<sup>76</sup>

---

<sup>75</sup> Merah Putih, Cara Baru Menyindir Lewat Embel-embel Minta Maaf “Sekedar mengingatkan”, diakses pada 25 Juli 2022 dari <https://www.google.com/amp/s/merahputih.com/post/amp/minta-maaf-dengan-embel-embel-sekedar-mengingatkan-menjadi-cara-baru-untuk-menyindir>

<sup>76</sup> Kumparan, “Mengingat-ingat Awal Mula Tren Meme ‘Maaf, sekedar mengingatkan”, diakses pada 25 Juli 2022 dari <https://m.kumparan.com/amp/millennial/mengingat-ingat-awal-mula-tren-meme-maaf-sekedar-mengingatkan-1q76DHI5yGN>

Menurut Gamble, Teri, dan Michael dalam *Communication Works* di media sosial penggunaanya dapat menyampaikan pesan secara bebas tanpa melalui seleksi gatekeeper, serta lebih cepat dibanding media lainnya. Aktvitas di media sosial sangat mudah dilakukan oleh seluruh penggunaanya, maka dari itu segala bentuk penyampaian pesan agama juga semakin menyebar luas. Baik melalui unggahan media sosial, komentar unggahan, atau pesan pribadi.

Fenomena “Maaf, sekadar mengingatkan” ini dikritisi oleh sebuah akun bernama @mubadalah.id dalam unggahan berjudul “*Maaf, Sekadar Mengingatkan*” *Perlukah?* yang diunggah pada 23 November 2021. Ia menyajikan gambar tangkapan layar yang berisi foto anggota girl group Blackpink asal Korea Selatan yang diedit memakai pakaian menutup aurat, dengan keterangan “*Maaf sekedar mengingatkan, alangkah lebih baik jika tertutup begini*”. Menurut akun @mubadalah.id kalimat seperti ini pasti memiliki maksud tertentu. Berdasarkan teori yang ia angkat, seseorang yang memberikan saran tanpa diminta memiliki maksud untuk menyetir objek agar menuruti sesuai keinginannya.

Dalam unggahan akun tersebut dijelaskan bahwa kalimat “sekadar mengingatkan” diawali kata maaf cenderung sopan. Namun berdasarkan sebuah penelitian, nasihat atau saran yang tanpa diminta cenderung kepada kesubjektifan untuk mengontrol perilaku orang lain bahkan jika belum saling mengenal. Pemberi nasihat kurang menyadari bahwa pemahaman, pengetahuan, kebenaran yang ia

pikirkan belum cukup untuk langsung memberikan saran kepada lawan bicaranya.

Etika seperti ini yang seharusnya berlaku di masyarakat media sosial. Seorang dai tidak ujug-ujug memberikan nasihat bila ia menyadari bahwa ilmunya dirasa kurang cukup.

## 2. Representasi Etika Komunikasi Dakwah dalam Esai *Dari Mana Asal Tren “Maaf, Sekadar Mengingatkan”*

Pada analisis- analisis di atas peneliti menemukan konsep Kalis Mardiasih menghargai hak orang lain dalam berkomunikasi dengan memperhatikan kondisi orang lain. Etika seperti ini banyak sekali kita jumpai pada para dai Indonesia yang dapat menjadi contoh.

Suatu fenomena dakwah pada tahun 2019 yakni terdapat seorang ustadz yang berdakwah di daerah Aceh justru mendapat penolakan dari masyarakat setempat. Berdakwah dengan materi yang tidak sesuai dengan latar belakang *mad’u* menjadi penyebabnya. Dikutip dari media berita *online*, Ketua Majelis Permusyawaratan Ulama (MPU) Aceh mengatakan bahwa ustadz ini cenderung memperlihatkan aliran wahabi dalam dakwahnya, sementara masyarakat Aceh kebanyakan menganut aliran *Ahlus Sunnah wal Jam’ah*. Hal ini memberikan hikmah kepada kita bahwa tidak semua dakwah diterima oleh setiap masyarakat.

Gus Miftah merupakan salah seorang dai Indonesia yang dikenal berdakwah di tempat-tempat hiburan malam. Ia mulai berdakwah di diskotik, bar. *Caffe* sekitar tahun 2006. Dalam prosesnya Ia banyak menemui hambatan dan tantangan tersendiri, mulai dari penolakan oleh orang-orang dalam tempat hiburan malam berupa cacian, makian, dan kekerasan fisik.

Hingga pada akhirnya Gus Miftah dipersilahkan untuk mengadakan pengajiannya di kalangan pekerja di tempat hiburan malam itu. Salah satu yang menjadi keberhasilan dakwahnya selain kegigihannya memperjuangkan agama Islam, yakni pesan dakwah yang disampaikan Gus Miftah tidak hanya tentang surga dan neraka, halal dan haram, namun yang berkaitan dengan kehidupan, ketuhanan, akhlak sehari-hari, perbuatan baik yang tidak langsung menghakimi mereka. Cara penyampaiannya pun dibuka dengan santai dan hiburan sehingga mereka tertarik dulu dengan Gus Miftah. Ia menerima semua jenis dan karakter *mad'unya* sehingga pekerja setempat yang ingin mengaji merasa diterima.<sup>77</sup>

Fenomena di atas merupakan perwujudan dari etika komunikasi dakwah yang memahami dan melihat kondisi *mad'unya* sehingga dakwahnya dapat diterima walaupun di dalamnya kebenaran ajaran Islam sudah jelas dilanggar. Hikmah ini senada dengan konsep dakwah *bil hikmah* pada surat An-Nahl ayat 125. Dai yang memiliki ilmu pengetahuan dan wawasan yang luas mampu menyesuaikan diri di berbagai situasi *mad'u*. Dalam dakwahnya ia tidak membatasi kesholihan setiap orang hanya berdasarkan dirinya sendiri sebab setiap orang memiliki kondisi yang berbeda-beda.

Selain Gus Miftah dai Indonesia yang juga berdakwah di media sosial ialah Habib Husein Ja'far Al-Hadar. Pada salah satu penelitian terhadap videonya yang berjudul *Agungnya Meminta Maaf dan Memaafkan: Belajar dari Nabi dan Sahabat* ialah gaya komunikasi

---

<sup>77</sup> Trisno Kosmawijaya, "Dai Diskotik: Dakwah Gus Miftah Di Tempat Hiburan Malam Yogyakarta," *UINSA Surabaya* (2019): 99-105.

beliau cenderung asertif yang maknanya tidak agresif dan pasif. Gaya komunikasi ini memperhatikan perasaan, ide, dan gagasan dengan aktif mendengarkan lawan bicara. Komunikasi asertif juga tidak cenderung memberi label dan penilaian dengan cepat karena memperbanyak pengamatan dan sedikit pernyataan, serta cenderung santai.<sup>78</sup>

Pada fenomena dakwah seperti ini selaras dengan konsep yang ditemukan peneliti dalam esai di atas yakni etika tidak mudah menghakimi orang lain. Kalis menuliskan dalam esai tersebut dengan istilah "...perempuan membangun surga yang tidak hanya untuk dirinya,...". Istilah ini dimaknai dengan setiap orang melakukan kebaikan tidak untuk dirinya saja apalagi jika kebaikan tersebut tidak selalu dianggap benar oleh orang lain. Konsep ini sama dengan kaidah *ushul fiqih* yang berbunyi "'*Adam al-ikrah fi ad-din*" yang artinya menghargai kebebasan dan menghormati hak asasi setiap manusia.<sup>79</sup>

Ustad Hanan Attaki juga merupakan pendakwah muda yang aktif di media sosial Instagram dan Youtube. Gaya dakwah yang digunakan ialah dengan bahasa sederhana dan mudah diterima serta tidak menggunakan

---

<sup>78</sup> Kaka Hasan Abdul Kodir and A 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 ...," *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* vol. 4, no. 2 (2021): 52.

<https://pdfs.semanticscholar.org/1191/7a88e5ab7f5147bb04aa9623d73c677d9f9a.pdf>.

<sup>79</sup> Hajir Tajiri, Asep Muhyidin, *Kajian Dakwah Multiperspektif (Teori, Metodologi, Problm, Dan Aplikasi)*.



kata yang menyinggung *mad'u* sehingga menjadi teladan ustadz Islam masa kini. Berdasarkan prinsip dakwah surat An-Nahl ayat 125 Ia menerapkan *Al-Hikmah*, *Al-Mauidzatil Khasanah*, dan *Wa Jadilhum Bi Al-Lati Hiya Ahsan*,<sup>80</sup> serta dapat ditemukan pendakwah-pendakwah lainnya yang menerapkan etika komunikasi dakwah dan dapat dijadikan teladan dalam berdakwah serta aktif di media sosial.



---

<sup>80</sup> Muhamad Parhan et al., “Analisis Metode Baru Dakwah Hanan Attaki Di Era Konvergensi Media:(Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @Hanan\_Attaki),” *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah* 10 (2020): 175–196, <http://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/komunida/index>.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan analisis di atas, peneliti menemukan konsep-konsep etika komunikasi dakwah dalam esai *Dari Mana Asal Tren “Maaf, Sekadar Mengingatkan”* yakni ketika dai menasihati harus melihat konteks dan kondisi *mad’u* agar mengena, dai harus sadar akan perbedaan *mad’u*, tidak mudah menghakimi *mad’u*, dan dai seharusnya meluaskan ilmu dan wawasan.

Konsep etika komunikasi dakwah ini telah banyak ditemui dalam dakwah para dai di Indonesia seperti dakwah Gus Miftah di tempat hiburan malam, gaya komunikasi dakwah asertif Habib Husein Ja’far Al-Hadar di Youtube, dan dakwah millennial Ustadz Hanan Attaki, serta dapat ditemukan pendakwah-pendakwah lainnya yang menerapkan etika komunikasi dakwah dan dapat dijadikan teladan dalam berdakwah serta aktif di media sosial.

#### **B. Rekomendasi**

Berdasarkan penelitian di atas, peneliti memiliki saran bagi mahasiswa-mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang tertarik meneliti tentang etika komunikasi dakwah. Peneliti menyarankan untuk meneliti bagaimana respon masyarakat terhadap esai tersebut dan penerapan nilai etika dakwahnya dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini akan mendukung untuk solusi penggunaan media sosial dengan bijak terutama dalam berdakwah.

#### **C. Keterbatasan Penelitian**

Dalam penelitian ini, terdapat tiga tahap yakni analisis teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Peneliti hanya menggunakan dua unsur yakni teks dan konteks sosial. Peneliti memiliki keterbatasan pada tahap analisis kognisi sosial, yakni pendapat langsung oleh penulis terhadap tulisan yang diteliti, yang mana harus didapatkan melalui teknik wawancara kepada penulis buku, Kalis Mardiasih. Peneliti tidak menggunakan analisis unsur kognisi sosial disebabkan tidak ada jawaban oleh Kalis Mardiasih saat dihubungi melalui Instagram dan Email karena padatnya kegiatan Kalis salah satunya dalam mengisi berbagai acara dan webinar. Namun secara tidak langsung, tulisan yang diteliti merupakan pendapat dan pemikiran yang ditulis oleh Kalis Mardiasih.

Selain itu, peneliti melakukan penelitian terhadap buku karya Kalis Mardiasih yang berjudul *Muslimah yang Diperdebatkan* yang terdiri dari 26 judul esai. Akan tetapi peneliti hanya mengambil satu judul esai sebagai unit analisis, yakni esai dengan judul *Dari Mana Asal Tren "Maaf, Sekadar Mengingat"*. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti lain dapat menggunakan esai lainnya yang berhubungan dengan nilai dakwah untuk diteliti unsur-unsur lainnya. Kalis Mardiasih memiliki pengikut di Instagram sebanyak 164 ribu, salah satu faktornya Karen ia memiliki pemikiran-pemikiran mandiri yang berani mengomentari fenomena-fenomena yang ia anggap tidak sesuai dengan nilai moral yang berlaku, terutama perihal *gender equality*. Maka dari itu disarankan untuk peneliti selanjutnya meneliti terkait dakwah tentang kesetaraan gender dalam Islam, agar supaya meluruskan prinsip Islam tentang kedudukan wanita di zaman yang cenderung patriarki.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Eriyanto. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, Yogyakarta: LKiS 2001.
- Hajir Tajiri, Asep Muhyidin, Dkk. *Kajian Dakwah Multiperspektif (Teori, Metodologi, Problrm, Dan Aplikasi)*. Edited by Engkus Kuswandi. Bandung: PT.
- Haryatmoko. *Critical Discourse Analysis (Analisis Wacan Kritis): Landasan Teori, Metodologi, Dan Penerapan*. Edited by Hafis Zaskuri. Cetakan ke. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017.
- Mamik. *Metodologi Kualitatif*. Edited by SKM. M.Kes. Dr. M. Choiroel Anwar. Cetakan Pe. Sidoarjo: Zifatama, 2015.
- Raco, J.R. *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakter, Dan Keunggulannya*. Edited by Arita L. Jakarta: PT Grasindo, 2010.
- Sobur, Alex. *Analisis Teks Media*. Cetakan Pe. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001.
- Sodik, Sandu Siyoto & M. Ali. *Dasar Metodologi Penelitian*. Edited by Ayup. 1st ed. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.

### Jurnal

- Ariani, Anita. *Etika Komunikasi Dakwah Menurut Al-Quran. Alhadharah Jurnal Ilmu Dakwah* 11, no. 21 (2012): 10. <http://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/alhadharah/article/view/1782>.

- . *Standarisasi Dan Dasar Pijakan Etika Komunikasi Dakwah*. *Alhadharah Jurnal Ilmu Dakwah* 14, no. 28 (2015): 49–62.
- Barkah Hadamean Harahap. *Etika Komunikasi dalam Berdakwah*. *Jurnal Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah FDIK IAIN PADANGSIDIMPUAN* 4, no. 1 (2557): 88–100.
- Erfiana, Erma. *Etika Komunikasi Dakwah Najwa Shihab Dalam Acara Talkshow Shihab & Shihab*. *Universitas Islam Negeri Antasari*, 2022.
- Fatihah, Siti Rohmatul. *Konsep Etika Dalam Dakwah*. *Jurnal Ilmu Dakwah* 38, no. 2 (2019): 241.
- Remaja Rosdakarya, 2014.
- Hendra. *Etika Dakwah Perspektif Al- Qur'an Surah an-Nahl Ayat 125*. *Abdi Dosen (Jurnal Pengabdian pada Masyarakat)* 4, no. 3 (2020).
- Hendra, Tomi, and Sri Hartati. *Etika Dakwah Ditinjau Dari Perspektif Psikologi Komunikasi*. *AL MUNIR: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 2, no. 2 (2019): 67–73.
- Izmuddin, Iiz. “Hukum Dan Etika Dakwah.” *Alhurriyah: Jurnal Hukum Islam* 10, no. 1 (2018): 65–81.
- Kodir, K H A, and A 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 .... Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 4, no. 2 (2021): 49–63. <https://pdfs.semanticscholar.org/1191/7a88e5ab7f5147bb04aa9623d73c677d9f9a.pdf>.
- Kumala, Nur, Universitas Islam, Negeri Sunan, and Kalijaga

- Yogyakarta. *Al- Qur ' an Dan Etika Dakwah Virtual*, 21, no. 1 (2020): 59–84.
- Mahdaniar, Fenny, and Alan Surya. *Perumusan Etis Humor Dakwah Dalam Desain Pesan Dakwah. Inteleksia - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 3, no. 2 (2022): 291–312.
- Marwah, Nur. *Etika Komunikasi Islam. Jurnal IAIN BONE* 4, no. 1 (n.d.): 88–100.
- Mastori, and Athoillah Islamy. *Menggagas Etika Dakwah Di Ruang Media Sosial. Komunikasia Journal of Islamic Communication & Broadcasting* 1, no. 1 (2021): 1–18.
- Minda, Jurnal Matlamat, and Muhammad Hafiz. *Nilai Dakwah Dalam Surah Ali-Imran Ayat 159 ; Studi Komparatif Tafsir Al-Azhar Karya H . Abdul Malik Karim Amrullah Dan Tafsir Al-Mishbah*, vol. 2, no. 1 (2022): 1–8.
- Nazaruddin Muhammad Alfiansyah. “*Etika Komunikasi Islami di Media Sosial dalam Perspektif Alquran dan Pengaruhnya Terhadap Keutuhan Negara*,” no. 1 (n.d.).
- Parhan, Muhamad, Prihatini A Riezky, Sarah Alifa, and Prihatini Riezky Sarah Alifa. *Analisis Metode Baru Dakwah Hanan Attaki Di Era Konvergensi Media:(Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @Hanan\_Attaki). Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah* 10 (2020): 175–196.  
<http://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/komunida/index>.
- Pratiwi dan Islam. *Etika Komunikasi Dakwah Dalam Qs. Ar-Rahman Ayat 1-4. Spektra Komunika Jurnal Komunikasi & Dakwah* 1, no. 1 (2022): 1–12.
- Ridwan, Muhammad. *Prinsip Dakwah Islam Di Media Sosial Menjamin Kebebasan Manusia. Hujjah (Jurnal Ilmiah*

*Komunikasi dan Penyiaran Islam*) 4, no. 1 (2020): 1–12.  
<http://clik.dva.gov.au/rehabilitation-library/1-introduction-rehabilitation%0Ahttp://www.scirp.org/journal/doi.aspx?DOI=10.4236/as.2017.81005%0Ahttp://www.scirp.org/journal/PaperDownload.aspx?DOI=10.4236/as.2012.34066%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.pbi.201>.

Rosyada, Amrina. *Etika Komunikasi Dakwah: Studi Terhadap Video Kajian Ustaz Abdul Somad Tentang K-Pop Dan Salib*. *Jurnal Ilmu Dakwah* 40, no. 2 (2020): 101.

Septian, Kusnadi dan Andi Muhammad Ilham. *Tafsir Ayat-Ayat Dakwah*. *Jurnal Al-Mubarak: Jurnal Kajian Al-Qur'an dan Tafsir* 5, no. 2 (2020): 82–101.

Setyaningsih, Rila, Abdullah Abdullah, Edy Prihantoro, and Hustinawaty Hustinawaty. *Penanaman Etika Komunikasi Digital Di Pesantren Melalui Pemanfaatan E-Learning*. *Jurnal Kajian Komunikasi* 8, no. 1 (2020): 128.

Surahman, Sigit. *Representasi Perempuan Metropolitan Dalam Film 7 Hati 7 Cinta 7 Wanita*. *Jurnal Komunikasi* 3, no. 1 (2014): 39–63.

Taufik Rahman. *Komunikasi Dakwah untuk Kaum Millennial Melalui Media Sosial*. *At-Tadabbur: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 10 (2020): 248–253.

## Skripsi

Ani, Wihdi Luthfi. *Makna Jilbab Dalam Buku “Muslimah Yang Diperdebatkan” Karya Kalis Mardiasih*, 2020.

Hermayanthi, Gita Batari. *Representasi Kekerasan Pada Anak Dalam Film Miss Baik ( Analisis Representasi Stuart Hall*

) Oleh Gita Batari Hermayanthi. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2021.

Iyus Saepuloh. *Adab Berdakwah Dalam Tafsir Al-Azhar Karya Hamka Dan Tafsir Ayat Suci Lenyepaneun Karya E. Hasyim Aktivitas*. Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, 2019.

Kosmawijaya, Trisno. *Da'i Diskotik: Dakwah Gus Miftah Di Tempat Hiburan Malam Yogyakarta*. UINSA Surabaya (2019): 1–145.

Mailina, M. *Etika Komunikasi Dakwah Pembawa Acara Pada Program Religi Di Televisi Nasional*. (2019). <http://idr.uin-antasari.ac.id/id/eprint/12646>.

Samman, Ahmad. *Etika Komunikasi Dakwah Ustaz Ahmad Barmawi Di Majelis Taklim Darul Musthafa Kabupaten Tapin*. UIN Antasari Banjarmasin, 2022.

Septiani, Maulidya. *Representasi Pesan Moral Dalam Film Merry Riana Mimpi Sejuta Dollar*. *Journal of Chemical Information and Modeling*. UIN Syarif Hidayatullah, 2019.

### **Website**

Almujahid, Eki Rofiq. *Intip 4 Buku Inspiratif Kalis Mardiasih, Aktivistis Perempuan Muda Yang Kerap Menyuarakan Kesetaraan*. *Yoursay.Suara.Com*. Last modified 2022. Accessed January 11, 2023. <https://yoursay.suara.com/ulasan/2022/10/25/190320/intip-4-buku-inspiratif-kalis-mardiasih-aktivis-perempuan-muda-yang-kerap-menyuarakan-kesetaraan>.

Bintang, Tabloid. *Dihina Karena Lepas Hijab, Selebgram Vicky*



*Alaydrus : Nggak Apa-Apa Cibir Aku Saja. Tabloidbintang.Com. Last modified 2022. Accessed October 20, 2022. <https://www.tabloidbintang.com/berita/polah/read/165312/dihina-karena-lepas-hijab-selebgram-vicky-alaydrus-nggak-apa-apa-cibir-aku-saja>.*

*Muslimah Yang Diperdebatkan. Goodreads.Com. Accessed January 11, 2023. <https://www.goodreads.com/book/show/45299283-muslimah-yang-diperdebatkan>.*



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A