

INSIGHT JOURNAL

ISSN 3090-6482, Pages 195-201

**Ilmu Sosiologi Komunikasi Islam sebagai Instrumen Dakwah untuk
Menguatkan Etika Komunikasi Masyarakat Muslim**

Fauzan

Universitas Islam Al-Aziziyah Indonesia

Email: fauzan@unisai.ac.id

ABSTRACT

The development of social communication in contemporary Muslim societies presents significant challenges to the application of Islamic communication ethics. Rapid information flows, changing social interaction patterns, and the dominance of digital media have contributed to ethical shifts in communication practices that affect social relations among Muslims. This study is motivated by the need for a da'wah approach that is not merely normative but also capable of addressing social dynamics contextually. The purpose of this study is to analyze the role of Islamic communication sociology as a da'wah instrument in strengthening ethical communication among Muslim communities. This research employs a library research method by examining scholarly books, journal articles, and academic works related to communication sociology, Islamic communication, and da'wah studies. Data were analyzed through classification, synthesis, and critical interpretation of theoretical perspectives and research findings. The results indicate that integrating Islamic communication sociology into da'wah enhances the understanding of communication ethics as a collective social practice rather than solely an individual moral obligation. This approach enables da'wah to be developed in a dialogical, contextual, and adaptive manner in response to social realities. The study concludes that Islamic communication sociology significantly contributes to strengthening ethical communication, enriching contemporary da'wah strategies, and advancing theoretical development in Islamic communication and da'wah studies.

Keywords: Islamic Communication, Da'wah, Social Ethics

ABSTRAK

Perkembangan komunikasi sosial dalam masyarakat Muslim kontemporer menghadirkan tantangan serius terhadap penerapan etika komunikasi yang berlandaskan nilai-nilai Islam. Arus informasi yang cepat, perubahan pola interaksi sosial, serta dominasi media digital menyebabkan terjadinya pergeseran etika komunikasi yang berdampak pada relasi sosial umat. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan akan pendekatan dakwah yang tidak hanya normatif, tetapi juga mampu membaca dan merespons dinamika sosial secara kontekstual. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis peran ilmu sosiologi komunikasi Islam sebagai instrumen dakwah dalam menguatkan etika komunikasi masyarakat Muslim. Penelitian ini menggunakan metode kajian pustaka (*library research*) dengan menelaah buku ilmiah, artikel jurnal, dan karya akademik yang relevan dengan sosiologi komunikasi, komunikasi Islam, dan dakwah. Analisis dilakukan melalui klasifikasi, sintesis, dan interpretasi kritis terhadap konsep

dan temuan para ahli. Hasil kajian menunjukkan bahwa integrasi sosiologi komunikasi Islam dalam dakwah mampu memperkuat pemahaman etika komunikasi sebagai praktik sosial, bukan sekadar norma individual. Pendekatan ini memungkinkan dakwah dikembangkan secara dialogis, kontekstual, dan adaptif terhadap realitas sosial masyarakat Muslim. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa sosiologi komunikasi Islam berkontribusi signifikan dalam memperkuat etika komunikasi, memperkaya pendekatan dakwah kontemporer, serta memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan studi dakwah dan komunikasi Islam.

Kata Kunci: Komunikasi Islam, Dakwah, Etika Sosial

PENDAHULUAN

Komunikasi dalam kehidupan sosial dipahami sebagai proses penyampaian pesan yang membentuk pola hubungan antarindividu dan kelompok dalam masyarakat. Proses ini tidak pernah berlangsung dalam ruang hampa, melainkan selalu dipengaruhi oleh nilai, norma, dan struktur sosial yang melingkapinya. Dalam konteks masyarakat Muslim, komunikasi berperan penting dalam membangun harmoni sosial dan kohesi umat. Nilai-nilai etis menjadi fondasi utama agar komunikasi tidak melahirkan konflik atau disintegrasi sosial. Oleh karena itu, kajian komunikasi dalam masyarakat Muslim menuntut pendekatan yang tidak hanya teknis, tetapi juga normatif dan sosiologis (Berger & Luckmann, 1966).

Islam memberikan perhatian besar terhadap etika komunikasi melalui ajaran Al-Qur'an dan Hadis yang menekankan kejujuran, kesantunan, dan tanggung jawab sosial. Prinsip-prinsip tersebut menjadi pedoman dalam membangun relasi sosial yang berkeadaban. Namun, penerapan nilai komunikasi Islam sering kali menghadapi tantangan dalam praktik sosial yang kompleks. Perubahan sosial dan budaya turut memengaruhi cara umat Islam berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Kondisi ini menunjukkan pentingnya pendekatan ilmiah untuk memahami relasi antara ajaran Islam dan realitas komunikasi sosial (Al-Qaradawi, 2001).

Ilmu sosiologi komunikasi hadir sebagai disiplin yang mengkaji komunikasi dalam konteks struktur dan dinamika sosial masyarakat. Ilmu ini membantu memahami bagaimana pesan diproduksi, disebarluaskan, dan dimaknai dalam interaksi sosial. Ketika dikontekstualisasikan dengan Islam, sosiologi komunikasi Islam menawarkan perspektif integratif antara nilai agama dan realitas sosial. Pendekatan ini memungkinkan dakwah tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga adaptif terhadap kondisi masyarakat. Dengan demikian, sosiologi komunikasi Islam berpotensi menjadi instrumen strategis dalam dakwah kontemporer (Littlejohn & Foss, 2009).

Dakwah sebagai aktivitas penyampaian pesan keislaman memerlukan strategi komunikasi yang etis dan kontekstual. Dakwah tidak cukup disampaikan secara dogmatis tanpa mempertimbangkan kondisi sosial audiens. Kesalahan dalam komunikasi dakwah dapat memicu resistensi bahkan konflik sosial. Oleh sebab itu, pendekatan sosiologi komunikasi Islam menjadi relevan untuk memperkuat kualitas dakwah. Pendekatan ini menekankan pentingnya memahami struktur sosial, budaya, dan relasi kekuasaan dalam proses komunikasi dakwah (Rogers, 2003).

Dalam masyarakat Muslim saat ini, etika komunikasi menghadapi tantangan serius akibat arus informasi yang cepat dan tidak terkendali. Fenomena ujaran kebencian, disinformasi,

dan konflik verbal menunjukkan lemahnya internalisasi etika komunikasi Islam. Kondisi ini menuntut penguatan peran dakwah yang berbasis pada pemahaman sosial yang mendalam. Ilmu sosiologi komunikasi Islam dapat berfungsi sebagai instrumen untuk menjawab tantangan tersebut. Dengan demikian, kajian ini menjadi penting untuk menguatkan etika komunikasi masyarakat Muslim secara berkelanjutan (Habermas, 1984).

Sebagian besar penelitian tentang komunikasi Islam masih berfokus pada aspek normatif-teologis dan kurang menekankan dimensi sosial empiris. Pendekatan tersebut cenderung mengabaikan dinamika sosial yang memengaruhi proses komunikasi umat. Padahal, perubahan sosial memengaruhi cara pesan keagamaan diterima dan dimaknai. Keterbatasan ini menyebabkan dakwah kurang responsif terhadap realitas sosial kontemporer. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang mengintegrasikan perspektif sosiologi komunikasi dalam dakwah Islam (Hjarvard, 2013).

Selain itu, penelitian yang secara spesifik membahas sosiologi komunikasi Islam sebagai instrumen dakwah masih relatif terbatas. Banyak kajian memisahkan antara studi komunikasi dan studi dakwah tanpa pendekatan interdisipliner. Akibatnya, potensi sosiologi komunikasi Islam dalam menguatkan etika komunikasi belum tergali optimal. Hal ini menciptakan kesenjangan antara teori komunikasi dan praktik dakwah di masyarakat. Kesenjangan tersebut perlu diisi melalui penelitian yang bersifat aplikatif dan kontekstual (Creswell, 2014).

Lebih jauh, belum banyak penelitian yang menelaah dampak penggunaan sosiologi komunikasi Islam terhadap etika komunikasi masyarakat Muslim secara nyata. Minimnya studi berbasis komunitas menyebabkan hasil penelitian kurang mencerminkan kondisi empiris. Padahal, pemahaman berbasis komunitas sangat penting dalam dakwah yang berorientasi perubahan sosial. Keterbatasan ini menunjukkan perlunya pendekatan metodologis yang melibatkan masyarakat secara aktif. Dengan demikian, gap penelitian ini terletak pada kurangnya kajian empiris berbasis komunitas tentang sosiologi komunikasi Islam (Israel et al., 2010).

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa pendekatan komunikasi yang kontekstual meningkatkan efektivitas dakwah. Namun, kajian tersebut belum secara spesifik memanfaatkan kerangka sosiologi komunikasi Islam. Oleh karena itu, penelitian ini berangkat dari kebutuhan untuk mengembangkan dakwah berbasis analisis sosial. Rasional penelitian ini adalah pentingnya integrasi nilai Islam dan realitas sosial komunikasi. Pendekatan ini diharapkan mampu memperkuat etika komunikasi secara berkelanjutan (Ritzer, 2011).

Selain itu, penelitian ini penting untuk memperluas khazanah keilmuan dakwah Islam. Dengan menggunakan sosiologi komunikasi Islam, dakwah tidak hanya bersifat normatif tetapi juga transformatif. Penelitian ini berupaya mengisi kekosongan kajian empiris berbasis komunitas. Tujuannya adalah mengidentifikasi pola komunikasi dan nilai etika yang berkembang di masyarakat Muslim. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan teori dan praktik dakwah (Bryman, 2012).

Secara khusus, penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana sosiologi komunikasi Islam berfungsi sebagai instrumen dakwah. Hipotesis penelitian ini adalah bahwa pendekatan tersebut mampu menguatkan etika komunikasi masyarakat Muslim. Penelitian ini juga bertujuan

mengidentifikasi faktor sosial yang memengaruhi keberhasilan dakwah. Dengan pendekatan partisipatif, penelitian ini diharapkan menghasilkan temuan yang aplikatif. Hasilnya diharapkan dapat menjadi rekomendasi bagi praktisi dakwah (Denzin & Lincoln, 2018).

METODE KAJIAN

Library research merupakan metode penelitian yang menitikberatkan pada pengumpulan dan analisis data yang bersumber dari literatur tertulis. Penelitian ini menggunakan *library research* untuk mengkaji konsep, teori, dan temuan ilmiah yang berkaitan dengan sosiologi komunikasi Islam dan dakwah. Sumber data meliputi buku ilmiah, artikel jurnal, karya klasik Islam, dan publikasi akademik relevan. Pendekatan ini dipilih karena objek kajian bersifat konseptual dan normatif-analitis. Data dikaji secara sistematis untuk menemukan pola pemikiran dan hubungan antar konsep. Metode ini memungkinkan pemahaman mendalam terhadap kerangka teoretis yang menjadi dasar penguatan etika komunikasi masyarakat Muslim (Zed, 2014).

Library research dalam penelitian ini dilakukan melalui tahapan inventarisasi, klasifikasi, dan analisis kritis terhadap sumber pustaka. Inventarisasi bertujuan mengumpulkan literatur utama terkait komunikasi Islam, sosiologi komunikasi, dan dakwah. Klasifikasi dilakukan untuk memetakan tema-tema utama yang relevan dengan tujuan penelitian. Analisis kritis digunakan untuk membandingkan dan mensintesiskan pandangan para ahli. Proses ini menekankan keterkaitan antara konsep normatif Islam dan realitas sosial komunikasi. Dengan demikian, penelitian ini bersifat analitis dan interpretatif (Creswell, 2014).

Tahap akhir *library research* diarahkan pada penarikan kesimpulan konseptual dan implikasi teoritis. Sintesis literatur dilakukan untuk merumuskan peran sosiologi komunikasi Islam sebagai instrumen dakwah. Analisis difokuskan pada kontribusi konsep-konsep tersebut terhadap penguatan etika komunikasi. Peneliti menafsirkan temuan literatur secara kontekstual dengan kondisi masyarakat Muslim kontemporer. Pendekatan ini memungkinkan pengembangan argumen akademik yang sistematis. Oleh karena itu, *library research* menjadi metode yang tepat dalam kajian ini (Bryman, 2012).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kajian literatur menunjukkan bahwa komunikasi merupakan elemen kunci dalam pembentukan struktur sosial masyarakat. Dalam perspektif sosiologi, komunikasi berfungsi membangun makna bersama dan identitas sosial. Islam memandang komunikasi sebagai sarana amar ma'ruf dan nahi munkar. Oleh karena itu, etika komunikasi menjadi bagian integral dari kehidupan sosial umat Islam. Literatur menegaskan bahwa lemahnya etika komunikasi berdampak pada konflik sosial. Hal ini memperkuat urgensi kajian sosiologi komunikasi Islam (Berger & Luckmann, 1966).

Dalam konteks Islam, etika komunikasi bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis yang menekankan kejujuran dan kesantunan. Prinsip qaulan sadidan, qaulan layyinan, dan qaulan ma'rufan menjadi landasan normatif. Namun, literatur menunjukkan bahwa nilai-nilai tersebut sering dipahami secara normatif tanpa pendekatan sosial. Akibatnya, implementasi etika

komunikasi kurang kontekstual. Sosiologi komunikasi Islam menjembatani kesenjangan ini. Pendekatan ini memperluas pemahaman etika komunikasi sebagai praktik sosial (Al-Qaradawi, 2001).

Sosiologi komunikasi memandang komunikasi sebagai proses yang dipengaruhi struktur sosial dan budaya. Literatur menjelaskan bahwa pesan tidak pernah netral, melainkan sarat kepentingan dan konteks. Dalam dakwah Islam, pemahaman konteks sosial audiens menjadi krusial. Kajian menunjukkan bahwa dakwah yang mengabaikan konteks cenderung kurang efektif. Oleh karena itu, sosiologi komunikasi Islam memperkaya strategi dakwah. Pendekatan ini mendukung dakwah yang lebih dialogis (Littlejohn & Foss, 2009).

Literatur dakwah kontemporer menekankan perlunya pendekatan interdisipliner. Dakwah tidak hanya menyampaikan ajaran, tetapi juga membangun relasi sosial. Sosiologi komunikasi Islam memberikan kerangka analisis terhadap relasi tersebut. Kajian menunjukkan bahwa dakwah berbasis sosial lebih mudah diterima masyarakat. Hal ini berdampak pada penguatan etika komunikasi kolektif. Dengan demikian, dakwah menjadi sarana transformasi sosial (Rogers, 2003).

Kajian pustaka juga menunjukkan adanya krisis etika komunikasi di masyarakat Muslim modern. Media digital mempercepat penyebaran ujaran kebencian dan disinformasi. Literatur menyebutkan bahwa tantangan ini memerlukan pendekatan baru dalam dakwah. Sosiologi komunikasi Islam menawarkan analisis kritis terhadap fenomena tersebut. Pendekatan ini menekankan literasi etika dan tanggung jawab sosial. Oleh karena itu, penguatan etika komunikasi menjadi agenda dakwah penting (Hjarvard, 2013).

Dalam perspektif sosiologi Islam, masyarakat dipahami sebagai sistem nilai dan interaksi. Literatur klasik dan modern menunjukkan keselarasan antara nilai Islam dan teori sosial. Hal ini menjadi dasar integrasi sosiologi dan komunikasi Islam. Pendekatan ini memungkinkan dakwah berbasis pemahaman sosial mendalam. Kajian menunjukkan bahwa integrasi tersebut memperkuat legitimasi dakwah. Dengan demikian, sosiologi komunikasi Islam memiliki basis teoritis kuat (Ritzer, 2011).

Analisis literatur juga menunjukkan bahwa etika komunikasi tidak bersifat statis. Nilai etika berkembang seiring perubahan sosial dan budaya. Sosiologi komunikasi Islam menempatkan etika sebagai konstruksi sosial berbasis nilai Islam. Pendekatan ini memungkinkan adaptasi tanpa kehilangan substansi normatif. Dakwah berfungsi sebagai medium internalisasi nilai tersebut. Hal ini memperkuat etika komunikasi masyarakat Muslim (Habermas, 1984).

Literatur tentang dakwah partisipatif menunjukkan pentingnya dialog dan empati. Komunikasi satu arah dinilai kurang efektif dalam membangun kesadaran etis. Sosiologi komunikasi Islam mendorong dakwah dialogis. Pendekatan ini memperkuat hubungan antara da'i dan mad'u. Kajian menunjukkan bahwa hubungan dialogis meningkatkan internalisasi nilai. Dengan demikian, etika komunikasi diperkuat secara berkelanjutan (Freire, 1970).

Kajian pustaka juga menegaskan peran institusi sosial dalam membentuk etika komunikasi. Keluarga, pendidikan, dan komunitas berperan sebagai agen sosialisasi. Dakwah yang memanfaatkan institusi ini lebih efektif. Sosiologi komunikasi Islam membantu memetakan

peran institusi tersebut. Pendekatan ini memperluas jangkauan dakwah. Dengan demikian, etika komunikasi diperkuat secara struktural (Putnam, 2000).

Literatur menunjukkan bahwa penguatan etika komunikasi berdampak pada kohesi sosial. Masyarakat dengan etika komunikasi baik cenderung harmonis. Sosiologi komunikasi Islam menempatkan harmoni sosial sebagai tujuan dakwah. Pendekatan ini selaras dengan maqashid syariah. Kajian ini menegaskan relevansi dakwah dalam pembangunan sosial. Oleh karena itu, etika komunikasi menjadi indikator keberhasilan dakwah (Al-Ghazali, 2005).

Analisis komparatif literatur menunjukkan bahwa pendekatan normatif semata tidak cukup. Diperlukan pendekatan empiris dan sosiologis. Sosiologi komunikasi Islam memenuhi kebutuhan tersebut. Pendekatan ini memperkaya kajian dakwah secara akademik. Literatur mendukung integrasi disiplin ilmu dalam studi Islam. Dengan demikian, penelitian ini memiliki legitimasi ilmiah (Denzin & Lincoln, 2018).

Secara keseluruhan, kajian literatur menegaskan bahwa sosiologi komunikasi Islam relevan sebagai instrumen dakwah. Pendekatan ini memperkuat etika komunikasi secara konseptual dan praktis. Analisis penulis menunjukkan adanya konsistensi temuan antar literatur. Hal ini memperkuat validitas hasil kajian. Dengan demikian, tujuan penelitian tercapai. Temuan ini memperkaya kajian dakwah kontemporer.

PENUTUP

Penelitian ini menjawab tujuan riset bahwa sosiologi komunikasi Islam efektif sebagai instrumen dakwah untuk menguatkan etika komunikasi masyarakat Muslim. Kajian literatur menunjukkan konsistensi peran pendekatan ini dalam dakwah. Integrasi nilai Islam dan analisis sosial menjadi kunci keberhasilan. Dakwah tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga kontekstual. Hal ini menjawab kesenjangan penelitian sebelumnya. Dengan demikian, tujuan penelitian tercapai.

Jawaban tersebut didukung oleh temuan literatur yang menunjukkan efektivitas dakwah berbasis konteks sosial. Sosiologi komunikasi Islam memperluas pemahaman etika komunikasi. Pendekatan ini relevan dengan tantangan komunikasi kontemporer. Literatur mendukung pentingnya pendekatan interdisipliner. Hasil kajian konsisten dengan teori sosial dan dakwah. Oleh karena itu, argumen penelitian memiliki dasar kuat.

Kontribusi penelitian ini terletak pada penguatan kajian konseptual dakwah Islam. Penelitian ini memperkaya perspektif sosiologi komunikasi Islam. Kontribusi teoretis terlihat pada integrasi dua disiplin ilmu. Kontribusi praktis relevan bagi pengembangan strategi dakwah. Penelitian ini membuka peluang riset lanjutan. Dengan demikian, penelitian ini signifikan bagi pengembangan keilmuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ghazali, A. H. M. (2005). *Ihya' 'ulum al-din*. Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.
- Al-Qaradawi, Y. (2001). *Islamic awakening between rejection and extremism*. The International Institute of Islamic Thought.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. Anchor Books.
- Bryman, A. (2012). *Social research methods* (4th ed.). Oxford University Press.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The SAGE handbook of qualitative research* (5th ed.). SAGE Publications.
- Freire, P. (1970). *Pedagogy of the oppressed*. Continuum.
- Habermas, J. (1984). *The theory of communicative action: Reason and the rationalization of society* (Vol. 1). Beacon Press.
- Hjarvard, S. (2013). *The mediatization of culture and society*. Routledge.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Theories of human communication* (9th ed.). Waveland Press.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster.
- Ritzer, G. (2011). *Sociological theory* (8th ed.). McGraw-Hill.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Zed, M. (2014). *Metode penelitian kepustakaan*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.