

**EFEK KOMUNIKASI MASSA DALAM DAKWAH  
QURAISH SHIHAB TENTANG ISLAM WASATHIYYAH**

Wahyu Setiawan, Sri Astuti

UIN Sunan Ampel Surabaya

Email: [wahyustiaw4n@gmail.com](mailto:wahyustiaw4n@gmail.com)

***Abstract***

*Da'wah through mass communication such as that done by Quraish Shihab through Najwa Shihab's Youtube channel has attracted attention so that many viewers who saw this show reached more than one million. There must be a mass communication effect in the da'wah. This study examines the extent of the effect of mass communication that is formed on the audience who watch this da'wah program. This study uses a qualitative method with a descriptive type, the primary data source is the Najwa Shihab Youtube channel, the data collection technique is through documentation, namely from the Quraish Shihab Youtube propaganda video about Wasathiyyah Islam, Islam in the middle. Data analysis used the Miles and Huberman model. The findings in this study are the effect of mass communication with the process formed through prosocial cognitive, there is an image formed on Quraish Shihab and there is also an affective effect of mass communication with the process formed because of the image formed on the information or knowledge possessed of certain objects and also formed from cognitive schema processes*

**Keywords:** *Quraish Shihab, mass communication, Islam wasathiyyah.*

**Abstrak**

Dakwah melalui komunikasi massa seperti yang dilakukan oleh Quraish Shihab melalui kanal Youtube Najwa Shihab telah menarik perhatian sehingga banyak penonton yang melihat tayangan ini hingga mencapai satu juta lebih. Tentunya terdapat efek komunikasi massa dalam dakwah tersebut. Pada penelitian ini meneliti tentang sejauh apa efek komunikasi massa yang terbentuk pada khalayak yang menonton tayangan dakwah ini. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis deskriptif, sumber datanya primer dari kanal Youtube Najwa Shihab, teknik pengumpulan data melalui dokumentasi yakni dari video Youtube dakwah Quraish Shihab tentang Islam *wasathiyyah*, Islam yang di tengah. Analisis data yang digunakan model Miles dan Huberman. Temuan dalam penelitian ini terdapat efek kognitif komunikasi massa dengan proses terbentuk ada yang melalui prososial kognitif, ada yang hingga terbentuk citra pada Quraish Shihab dan terdapat juga efek afektif komunikasi massa dengan proses terbentuk karena adanya citra yang terbentuk atas dasar informasi atau pengetahuan yang dimiliki akan objek tertentu dan ada pula yang terbentuk dari proses skema kognitif.

**Kata Kunci:** Quraish Shihab, Komunikasi Massa, Islam Wasathiyyah

**A. Pendahuluan**

Isu radikalisme di Indonesia seringkali menimbulkan keresahan dalam masyarakat. Hal ini karena beberapa kasus teror bom bunuh diri banyak dilakukan oleh kelompok gerakan radikal agama, walaupun aksi teror juga dapat berkaitan dengan berbagai kepentingan politik, ekonomi,

atau sosial.<sup>1</sup> Selain itu, Rohimat mengungkapkan bahwa adanya gerakan-gerakan ekstrimis di Indonesia juga dipengaruhi oleh metode dalam memahami Al-Qur'an dan Hadist dengan cara tekstual<sup>2</sup>. Gerakan-gerakan Islam radikal yang dapat berujung dengan aksi terorisme merupakan masalah serius bagi umat Islam. Hal ini karena aksi tersebut dapat menimbulkan *image* bahwa Islam menjadi agama yang mendukung aksi kekerasan dan intoleransi.

Selain paham Islam radikal, terdapat pula paham Islam liberal yang sesuai namanya, mendasarkan pendekatannya pada liberalisasi teks-teks Al-Qur'an secara sangat fleksibel sesuai dengan kebutuhan dan zamannya. Artinya, dalam metode penafsirannya, golongan Islam liberal berupaya “menyinerigikan” kandungan atau makna ayat-ayat Allah dengan realitas kemanusiaan masa kini, termasuk perilaku yang mengatasnamakan Hak Asasi Manusia (HAM), meskipun belum tentu kebenarannya secara syariat. Dalam melakukan penafsiran, golongan Islam liberal juga memungkinkan untuk mendekonstruksi makna dari teks Al-Qur'an demi bisa dipakai sebagai legitimasi atas nama humanisme yang sesuai dengan konteks saat ini. Beberapa bentuk liberalisasi yang mereka lakukan meliputi: liberalisasi atas *aqidah Islamiyah*, liberalisasi atas penafsiran ayat-ayat Allah, dan liberalisasi dalam hal syariat seperti menganggap bahwa semua agama benar.<sup>3</sup>

Adanya golongan-golongan ekstrem tersebut menyebabkan pentingnya peranan dakwah yang dapat mengarahkan umat pada ajaran

---

<sup>1</sup> Eka Prasetiawati, 'Menanamkan Islam Moderat Upaya Menanggulangi Radikalisme Di Indonesia', *Fikri : Jurnal Kajian Agama, Sosial Dan Budaya*, 2.2 (2017), 2527–4430

<sup>2</sup> A M Rohimat, *Metodologi Studi Islam: Memahami Islam Rahmatan Lil'alamin* (Asep Maulana Rohimat, 2018)

<sup>3</sup> Alamul Huda, 'Epistemologi Gerakan Liberalis, Fundamentalis, dan Moderat di Era Modern', *Journal de Jure*, 2.2 (2010)

**Wahyu Setiawan, Sri Astuti:** Efek Komunikasi Massa dalam Dakwah

Islam yang membawa rahmat bagi seluruh alam. Hal ini untuk meluruskan pandangan Islam yang tidak mengajarkan terorisme serta liberalisme, tetapi memberikan kedamaian pada kehidupan bermasyarakat. Oleh karena itu, peranan dakwah dengan konsep jalan tengah (*wasathiyyah*) sangat penting untuk membimbing masyarakat agar tidak terjebak dalam terorisme maupun liberalisme.

Untuk dapat menyampaikan nilai-nilai dakwah secara efektif, pendakwah memerlukan media yang tepat. Komunikasi massa dalam dakwah, saat ini dinilai dapat membantu menyebarkan nilai-nilai Islam secara cepat kepada seluruh masyarakat. Selain itu, komunikasi massa dapat efektif digunakan sebagai sarana berdakwah karena adanya unsur persuasi. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Nida bahwa melalui perspektif komunikasi persuasif, hadirnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membuat media massa tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan masyarakat. Hal ini menyebabkan media massa berpengaruh besar atas perubahan perilaku masyarakat.<sup>4</sup> Berdasarkan hal tersebut, komunikasi massa dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dapat digunakan sebagai strategi dakwah di era modern.

Lebih lanjut, dengan perkembangan teknologi dan kehadiran internet, media dakwah yang digunakan saat ini menjadi lebih bervariasi, salah satunya dengan memanfaatkan Youtube. Fralinger & Owens dalam Hajar mengungkapkan bahwa Youtube sudah menjadi sebuah fenomena dan memiliki pengaruh di seluruh dunia. Hal ini dapat dilihat dari jutaan video yang telah terunggah di Youtube dan memiliki banyak pelanggan. Selain itu, hadirnya Youtube juga telah menggeser popularitas televisi. Hal inilah yang menyebabkan Youtube juga menjadi media yang dipilih

---

<sup>4</sup> Fatma Laili Khoirun Nida, "Persuasi Dalam Media Komunikasi Massa," *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam "AT-TABSYIR* 2, no. 2 (2014): 77–95.

beberapa penda'i untuk menyampaikan dakwahnya melalui video di kanal Youtube mereka.<sup>5</sup> Berdasarkan hal tersebut, komunikasi massa melalui Youtube dapat memiliki kelebihan untuk menjangkau sasaran dakwah di masyarakat.

Salah satu konten dakwah yang terdapat di Youtube adalah konten dakwah Islam *wasathiyyah*, Islam yang di tengah yang dilakukan oleh Quraish Shihab pada kanal Youtube Narasi TV yang dipublikasikan pada 6 Desember 2019. Konten yang berjudul "Islam Wasathiyyah, Islam yang di Tengah" ini mendapat perhatian masyarakat dengan jumlah tayangan mencapai satu juta lebih. Konsep dakwah *wasathiyyah* dalam video Youtube tersebut disajikan dengan kemasan *Talkshow* bersama Najwa Shihab. Dalam deskripsi videonya, dijelaskan bahwa konsep *wasathiyyah* yang akhir-akhir ini menjadi perbincangan umat Islam cenderung dilihat sebagai aliran tersendiri. Padahal, *wasathiyyah* atau pertengahan merupakan Islam itu sendiri. Semua ajarannya memiliki karakteristik moderasi sehingga penganutnya juga disebut sebagai moderat. Tayangan dakwah Islam *wasathiyyah* di kanal Youtube Narasi TV yang telah ditonton hingga satu juta lebih ini menjadi menarik untuk diteliti, sejauh apa efek komunikasi massa dalam dakwah yang dilakukan Quraish Shihab dengan tema Islam *wasathiyyah* tersebut. Dengan diketahuinya efek pengaruh tersebut, diharapkan akan bisa digunakan untuk melihat seberapa jauh penerimaan umat akan dakwah yang diberikan, kemanfaatan yang didapatkan, dan perubahan yang terjadi pada umat Islam.

Penelitian yang masih memiliki kaitan dengan efek komunikasi massa dalam dakwah atau komunikasi massa dakwah, telah dilakukan oleh peneliti sebelum-sebelumnya. Rachmiate meneliti mengenai

---

<sup>5</sup> Ibn Hajar, "Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Dakwah Di Kota Makassar (Analisis Sosial Media)," *Jurnal Al-Khitabah* 4, no. 2 (2018).

**Wahyu Setiawan, Sri Astuti:** Efek Komunikasi Massa dalam Dakwah

paradigma baru dakwah Islam dalam perspektif komunikasi massa. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif, penelitian tersebut hendak mengupas bagaimana efektivitas paradigma baru melalui komunikasi massa yang digunakan dalam berdakwah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa di era perkembangan teknologi komunikasi, informasi menjadi bagian yang penting dari *power*. Pemanfaatan teknologi komunikasi dalam berdakwah menjadi penting untuk menyebarkan ajaran agama kepada umat. Selain itu, terdapat pergeseran karakteristik media massa beserta khalayak sarannya. Apabila dulu karakteristik komunikasi massa yang dilakukan dengan cara satu arah, dengan adanya teknologi komunikasi saat ini berubah menjadi konvergen dan interaktif (dua arah). Ditinjau dari segmentasi sosiografi, karakteristik sasaran dakwah pun bersifat kritis, lebih aktif, serta selektif. Oleh karena itu, penelitian ini menyimpulkan bahwa dalam melaksanakan dakwah, dibutuhkan perencanaan serta evaluasi secara profesional.<sup>6</sup>

Sejalan dengan Rachmiate, penelitian Ridlo yang membahas mengenai dakwah Islam dalam perspektif komunikasi massa mengungkapkan bahwa adanya perubahan masyarakat seiring dengan adanya globalisasi mengakibatkan perubahan pola pikir masyarakat dalam memandang permasalahan sosial, termasuk juga agama. Hal ini juga memengaruhi perubahan karakteristik media massa. Oleh karena itu, diperlukan manajemen dalam berdakwah secara profesional. Dengan demikian, tujuan dakwah untuk membimbing masyarakat pada kebenaran, di era globalisasi seperti saat ini, dapat tercapai.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Atie Rachmiate, 'Paradigma Baru Dakwah Islam: Perspektif Komunikasi Massa', *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 3.1 (2002), 139–43.

<sup>7</sup> Musalim Ridlo, 'Dakwah Islam Dalam Perspektif Komunikasi Massa', *El-Hamra*, 6.1 (2021), 33–40.

Selain itu, Musthan juga meneliti mengenai teknologi komunikasi massa kontemporer dalam perspektif dakwah. Melalui metode kualitatif deskriptif, penelitian tersebut mengungkapkan bahwa adanya perubahan sosial budaya yang dinamis di masa modern, membuat dakwah memiliki peran strategis untuk memfilter dampak negatif dari modernitas. Penelitian tersebut menguraikan lima hal yang dapat dilakukan sebagai optimalisasi peran dakwah di era modern, yaitu (1) memberikan penguatan materi sosial kemasyarakatan sebagai bagian dari materi dakwah dengan tujuan dakwah dapat memberikan solusi atas permasalahan di masyarakat, (2) mengubah metodologi dakwah yang awalnya bersifat monolog menjadi dialog, (3) membangun sinergi dengan mitra yang memiliki visi yang sama dalam membangun umat, (4) memihak kaum yang tertindas agar masyarakat memiliki loyalitas dan kepercayaan pada institusi agama, (5) memfasilitasi atau memberi advokasi atas kasus yang menimpa buruh, petani, nelayan, dan masyarakat lainnya. Penelitian ini menyimpulkan bahwa melalui kelima langkah tersebut, peran dakwah dalam globalisasi dapat dioptimalkan.<sup>8</sup>

Kaitannya dengan penggunaan media massa dalam berdakwah, Hajar meneliti mengenai penggunaan Youtube sebagai sarana komunikasi dakwah di Kota Makassar. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan dan efektivitas pemanfaatan Youtube sebagai sarana komunikasi dakwah. Melalui metode kualitatif dengan pendekatan teori *New Media*, penelitian tersebut menunjukkan bahwa dari enam informan dai di Kota Makassar yang mempunyai *channel* Youtube, pemanfaatan Youtube terbukti efektif dalam komunikasi dakwah. Hal ini dapat dilihat dari jumlah penonton dan

---

<sup>8</sup> Zulkifli Musthan, 'Teknologi Komunikasi Massa Kontemporer dalam Perspektif Dakwah', *Al-MUNZIR*, 6.1 (2013), 120–29.

**Wahyu Setiawan, Sri Astuti:** Efek Komunikasi Massa dalam Dakwah

beberapa jamaah yang me-*repost* video-video Youtubenya. Selain itu, para dai tersebut menyesuaikan konten atau materi dakwahnya sesuai dengan segmentasi penonton atau objek dakwahnya.<sup>9</sup> Melalui penelusuran penelitian sebelumnya maka dapat dipahami bahwa penelitian tentang efek komunikasi massa dalam dakwah Quraish Shihab tentang Islam *wasathiyyah*, Islam yang di tengah belum pernah dilakukan sehingga terdapat kebaruan dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Sugiyono, metode kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan secara natural dan peneliti tidak memberikan perlakuan.<sup>10</sup> Jenis penelitian kualitatif yang digunakan adalah deskriptif, dengan mengumpulkan dan melukiskan suatu peristiwa dengan terperinci.<sup>11</sup> Dengan demikian, dalam penelitian ini peneliti akan mendalami efek komunikasi massa dalam dakwah Quraish Shihab tentang Islam Wasathiyyah, Islam yang di tengah sesuai dengan data yang terjadi dalam kenyataannya dan dari data yang diperoleh tersebut kemudian dilukiskan bentuk efek komunikasi massa yang terjadi secara terperinci.

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh pengumpul data dengan langsung berasal dari sumber data.<sup>12</sup> Peneliti menggunakan sumber data primer dalam penelitian ini yakni dari *channel youtube* Najwa Shihab, selaku *channel official* dalam video dakwah Quraish Shihab tentang Islam Wasathiyyah, Islam yang di tengah. Dengan demikian, validitas sumber data tidak diragukan. Teknik pengumpulan

---

<sup>9</sup> Hajar, "Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Dakwah Di Kota Makassar (Analisis Sosial Media)."

<sup>10</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: CV. Alfabeta, 2012).

<sup>11</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004).

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi dalam bentuk video dakwah Quraish Shihab tentang Islam Wasathiyyah. Dokumentasi adalah catatan tetnang suatu peristiwa yang sudah terjadi sebelumnya, dalam bentuk tulisan, gambar, karya monumental seperti film, karya seni lainnya.<sup>13</sup>

Menurut Bogdan dan Biklen, analisis data merupakan usaha mengelola data untuk menemukan hasil yang penting untuk dijelaskan pada orang lain.<sup>14</sup> Teknik analisis data yang digunakan adalah model Miles dan Hubeman. Beberapa tahap dalam model teknik analisis ini yakni diawali tahap mereduksi data, dengan memilah-milah data yang penting untuk dianalisis. Selanjutnya, tahap menyajikan data yakni menampilkan data dalam bentuk teks naratif. Tahap terakhir adalah dengan melakukan penarikan kesimpulan yakni memberi jawaban penelitian yang didapatkan untuk menjawab rumusan masalah.<sup>15</sup> Tahap-tahap analisis data tersebut dalam penelitian ini yakni tahap reduksi data dilakukan dengan memilah-milah data tentang efek komunikasi massa dalam dakwah Quraish Shihab tentang Islam Wasathiyyah, Islam yang di tengah, efek ini dipilah-pilah dari respon khalayak yang terdapat pada kolom komentar atas tayangan video tersebut. Hanya data-data yang terkait tentang efek komunikasi massa saja lah yang akan dianalisis lebih lanjut pada tahap berikutnya yakni menyajikan data, dengan menjelaskan data efek komunikasi massa yang terjadi secara naratif dengan dikaitkan teori-teori efek komunikasi massa. Setelah itu, baru lah dilakukan penarikan kesimpulan untuk mengetahui temuan-temuan tentang efek

---

<sup>13</sup> Ibid.

<sup>14</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 38th ed. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018).

<sup>15</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: CV. Alfabeta, 2014).

**Wahyu Setiawan, Sri Astuti:** Efek Komunikasi Massa dalam Dakwah

komunikasi massa yang seperti apa yang terjadi dalam dakwah Quraish Shihab tentang Islam Wasathiyyah, Islam yang di tengah.

Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Sugiyono, metode kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan secara natural dan peneliti tidak memberikan perlakuan.<sup>16</sup> Jenis penelitian kualitatif yang digunakan adalah deskriptif, dengan mengumpulkan dan melukiskan suatu peristiwa dengan terperinci.<sup>17</sup> Dengan demikian, dalam penelitian ini peneliti akan mendalami efek komunikasi massa dalam dakwah Quraish Shihab tentang Islam Wasathiyyah, Islam yang di tengah sesuai dengan data yang terjadi dalam kenyataannya dan dari data yang diperoleh tersebut kemudian dilukiskan bentuk efek komunikasi massa yang terjadi secara terperinci.

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh pengumpul data dengan langsung berasal dari sumber data.<sup>18</sup> Peneliti menggunakan sumber data primer dalam penelitian ini yakni dari *channel youtube* Najwa Shihab, selaku *channel official* dalam video dakwah Quraish Shihab tentang Islam Wasathiyyah, Islam yang di tengah. Dengan demikian, validitas sumber data tidak diragukan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi dalam bentuk video dakwah Quraish Shihab tentang Islam Wasathiyyah. Dokumentasi adalah catatan tetnang suatu peristiwa yang sudah terjadi sebelumnya, dalam bentuk tulisan, gambar, karya monumental seperti film, karya seni lainnya.<sup>19</sup>

Menurut Bogdan dan Biklen, analisis data merupakan usaha mengelola data untuk menemukan hasil yang penting untuk dijelaskan

---

<sup>16</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

<sup>17</sup> Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*.

<sup>18</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

<sup>19</sup> Ibid.

pada orang lain.<sup>20</sup> Teknik analisis data yang digunakan adalah model Miles dan Huberman. Beberapa tahap dalam model teknik analisis ini yakni diawali tahap mereduksi data, dengan memilah-milah data yang penting untuk dianalisis. Selanjutnya, tahap menyajikan data yakni menampilkan data dalam bentuk teks naratif. Tahap terakhir adalah dengan melakukan penarikan kesimpulan yakni memberi jawaban penelitian yang didapatkan untuk menjawab rumusan masalah.<sup>21</sup> Tahap-tahap analisis data tersebut dalam penelitian ini yakni tahap reduksi data dilakukan dengan memilah-milah data tentang efek komunikasi massa dalam dakwah Quraish Shihab tentang Islam Wasathiyyah, Islam yang di tengah, efek ini dipilah-pilah dari respon khalayak yang terdapat pada kolom komentar atas tayangan video tersebut. Hanya data-data yang terkait tentang efek komunikasi massa saja lah yang akan dianalisis lebih lanjut pada tahap berikutnya yakni menyajikan data, dengan menjelaskan data efek komunikasi massa yang terjadi secara naratif dengan dikaitkan teori-teori efek komunikasi massa. Setelah itu, baru lah dilakukan penarikan kesimpulan untuk mengetahui temuan-temuan tentang efek komunikasi massa yang seperti apa yang terjadi dalam dakwah Quraish Shihab tentang Islam Wasathiyyah, Islam yang di tengah.

### **B. Temuan dan Pembahasan**

Dakwah yang dilakukan Quaish Shihab tentang Islam *wasathiyyah*, Islam yang di tengah dalam kanal Youtube Najwa Shihab, terdapat pesan dakwah yang utama yakni tentang penjelasan kunci Islam *wasathiyyah* atau moderasi Islam yakni pertama, memiliki pengetahuan tentang ajaran agama dan kondisi masyarakat yang dihadapi. Oleh

---

<sup>20</sup> Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*.

<sup>21</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*.

**Wahyu Setiawan, Sri Astuti:** Efek Komunikasi Massa dalam Dakwah

karenanya moderasi di Indonesia dan negara lain bisa berbeda, seperti tentang hukum yang ditetapkan oleh ulama bisa berbeda-beda. Di Madinah, Abu Hanifah beda pendapat dengan Imam Syafi'i terkait zakat fitrah. Menurut Imam Syafi'i, zakat fitrah harus dikeluarkan dari bahan makanan pokok sedangkan menurut Abu Hanifah menggunakan uang juga boleh. Tetapi pada hal prinsip dasarnya harus sama yakni Ketuhanan Yang Maha Esa, keyakinan terhadap Nabi Muhammad, Al Quran benar, yakin terhadap hari kemudian. Jadi bukan perbedaan qunut dan tidak qunut, bukan karena itu.<sup>22</sup>

Ke dua, jangan emosi, gantilah emosi keagamaan dengan cinta agama, contoh emosi keagamaan yang tinggi sehingga melakukan kegiatan yang tidak dibenarkan agama seperti buka puasa setelah matahari terbenam tetapi baru saat jam setengah 7, bisa menuduh salah karena orang yang beragama yang tidak sepertinya, misal tidak bangun tahajud, tidak puasa senin kamis. Orang yang emosi keagamaannya tinggi semestinya tidak perlu menyalahkan orang yang beragamanya minimal. Oleh karenanya peliharalah emosi keagamaan karena emosi keagamaan akan bisa menjadikan seseorang melanggar agama yang diyakininya sekalipun. Jadi berlebih-lebihan dalam beragama juga melanggar *wasathiyyah*. Beragama secara *wasathiyyah* ada ukurannya selama masih dalam ukuran tersebut, entah melaksanakan secara minimal atau maksimal, dipersilahkan. Contoh lain, anda berjalan lalu pakaian terkena najis, ditoleransi atau tidak, ditoleransi. Jadi terlalu banyak kemudahan beragama yang diberikan oleh agama ini yang kita tolak karena emosi keagamaannya terlalu tinggi.<sup>23</sup> Ke tiga, selalu hati-hati sebab setan senang bila anda tidak rugi dan tidak untung, contoh anda mau shalat

---

<sup>22</sup> "Islam Wasathiyyah, Islam Yang Di Tengah | Shihab & Shihab - YouTube."

<sup>23</sup> Ibid.

sunnah tetapi anda turut setan sehingga tidak shalat sunnah maka setan senang, anda mau beramal Rp 50.000 kemudian ada setan meminta untuk menambahi, tambahannya ikhlaskah itu, atau meminta untuk dikurangi. Dengan demikian harus hati-hati dalam beragama karena setan seperti itu.<sup>24</sup>

Selain menyampaikan kunci *wasathiyyah*, Quraish Shihab juga menyampaikan pesan dakwah dalam bentuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dari umat yakni tentang batasan toleransi dalam beragama. Batasannya seperti yang dijelaskan dalam Al Quran bahwa boleh jadi kami yang benar, boleh jadi kami yang salah, boleh jadi kamu yang benar, boleh jadi kamu yang salah tetapi tidak mengklaim kebenaran di hadapannya. Allah yang akan memutuskan siapa yang benar dan siapa yang salah. Kita sebagai muslim, yakin Islam yang benar tetapi tidak perlu dinyatakan pada agama lain sebab agama lain juga akan begitu. Jadi hubungan ke luar dengan agama lain, kita berusaha untuk mencari titik temu. Bahkan dalam ayat Al Quran dijelaskan bahwa kalian tidak diminta mempertanggungjawabkan dosa-dosa kami dan kami tidak diminta mempertanggungjawabkan apa yang kalian lakukan. Supaya hubungan itu menjadi akrab, tidak saling singgung-menyinggung. Kita sepakat bahwa Al Quran benar, Tuhan Yang Maha Esa sedangkan rinciannya yang berbeda kita toleransi asal sama dalam hal prinsip-prinsipnya.<sup>25</sup>

Menyikapi pertanyaan tentang menghadapi orang-orang yang memiliki pemahaman Islam yang sempit. Quraish Shihab menjelaskan bahwa kalau Islam sempitnya benar, kita toleransi tetapi kalau Islam sempitnya salah maka diajak berdiskusi, asalkan masih bisa diajak berdiskusi. Tetapi biasanya orang-orang ekstrim itu tidak mau berdiskusi,

---

<sup>24</sup> Ibid.

<sup>25</sup> Ibid.

**Wahyu Setiawan, Sri Astuti:** Efek Komunikasi Massa dalam Dakwah

dia hanya mau kita dengar tetapi dia tidak mau mendengar kita. Orang yang toleran atau *wasathiyyah* terbuka untuk mengubah pendapatnya sedangkan yang menganut paham toleransi tidak akan mengubah pendapatnya. Orang ekstrim memahami bahwa ajaran agama ini sudah baku termasuk dalam rincian-rinciannya, di luar itu pasti salah. Oleh karenanya, kalau tidak mau diskusi, jangan diajak berdiskusi sebab ada pesan, jangan berdiskusi dengan seseorang yang anda dapat kalahkan argumentasinya tetapi anda tidak dapat mengalahkan kepala batunya.<sup>26</sup>

Menjawab pertanyaan tentang mencari ulama yang benar. Quraish Shihab menjelaskan untuk memilih ustad yang menganut *wasathiyyah* karena dia paham mana yang boleh dan mana yang tidak boleh dengan alasannya. Tuhan tidak pernah bertanya pada rincian agama tetapi Tuhan bertanya adalah pada tujuannya. Semakin luas pengetahuan seseorang, semakin besar toleransinya karena pahami ini begini. Selanjutnya tentang pertanyaan tentang penggambaran Allah yang begitu menakutkan. Mengenai hal ini, Quraish Shihab menjelaskan bahwa Rahmat Allah melebihi amarahnya, kesalahan kita diampuni oleh Allah tanpa kita minta ampun. Kesalahan umat Islam itu menggambarkan Allah secara kejam. Padahal Allah berfirman wahai hamba-hambaku yang telah melampaui batas dalam kedurhakaan, jangan putus asa dalam rahmat Allah. Allah mengampuni semua dosa. Dengan demikian, banyak dosa yang diampuni oleh Allah tanpa anda minta ampun. Tuhan ini terlalu baik, terlalu cinta. Kenapa kita menjauhkan orang dari Tuhan dengan cara menakut-nakuti.<sup>27</sup>

Melalui dakwah Quraish Shihab tentang Islam *wasathiyyah*, Islam yang di tengah yang disampaikan dalam bentuk komunikasi massa di atas maka bila melihat respon khalayak dalam kolom komen di kanal Youtube

---

<sup>26</sup> Ibid.

<sup>27</sup> Ibid.

Najwa Shihab, akan bisa diketahui adanya efek komunikasi massa dalam perspektif psikologi komunikasi, di antaranya ada efek kognitif dan afektif komunikasi massa. Efek kognitif seperti yang terdapat pada akun Youtube dengan nama Mahdial Hady yang mengatakan *saya blm menemukan lagi Ulama sepintar kiyai QS.. tpi sy ykin segala apapun didunia ini psti ada penyeimbangny.. ada baik ada buruk dan ada hitam ada putih..krna sy khwatir suatu hri nanti cuma ulama ekstrim yg bersuara di negeri ini*. Rizka Adiantika mengungkapkan *kalau semua ulama toleransi nya seperti beliau (pa shihab) dunia Akan aman. Masyaallah sehat terus bapa*. Ulil Zamhariroh menjelaskan pemahamannya akan Islam *wasathiyyah* yakni 1. *Pengetahuan* 2. *Jangan Emosi* 3. *Selalu hati-hati*. Edy Sutrisno menyebutkan *satu yg saya petik dari Abi.... SyubhanaLLOH.... Yaitu (Yg Ekstrim Ingin di Dengar tapi tidak mau Mendengar)*.

Berdasarkan respon efek kognitif komunikasi massa yang disebutkan di atas maka secara psikologi komunikasi dapat diketahui bahwa setelah khalayak menerima dakwah Quraish Shihab tentang Islam *wasathiyyah*, Islam yang di tengah bahwa di dalamnya terdapat tiga kata kunci tentang Islam *wasathiyyah*. Informasi tiga kata kunci ini dapat ditangkap dalam memori khalayak sehingga dapat dipahami dengan baik. Hal ini sama halnya dengan efek prososial kognitif bahwa efek yang muncul pada komunikan dikarenakan adanya informasi yang diterima khalayak sehingga memahami informasi tersebut<sup>28</sup>, seperti yang terjadi pada Ulil Zamhariroh yang mengatakan kata kunci tentang Islam *wasathiyyah* yakni 1. *Pengetahuan* 2. *Jangan Emosi* 3. *Selalu hati-hati*. Efek kognitif komunikasi massa lebih lanjut yang terjadi tidak hanya

---

<sup>28</sup> Rakhmat, *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*.

**Wahyu Setiawan, Sri Astuti:** Efek Komunikasi Massa dalam Dakwah

berhenti pada tataran informasi diingat dalam memori, melainkan hingga terbentuk citra pada khalayak, sebagaimana yang dijelaskan oleh McLuhan bahwa melalui media massa, khalayak dapat memperoleh informasi terkait orang, benda, suatu tempat yang tidak dialami secara langsung. Informasi yang diperoleh khalayak dapat membentuk citra.<sup>29</sup> Terbentuknya citra pada Quraish Shihab yang dipandang positif dapat dilihat pada respon Mahdial Hady yang menyatakan bahwa dia belum menemukan ulama sepintar kiai Quraish Shihab, Rizka Adiantika yang memiliki citra terhadap Quraish Shihab yang dipandang sebagai sosok yang toleransi bahkan bisa dijadikan sebagai contoh agar dunia bisa menjadi aman. Hal ini terungkap dari komennya yang mengatakan kalau semua ulama toleransinya seperti Quraish Shihab maka dunia akan aman.

Selain efek kognitif komunikasi massa juga terdapat efek afektif komunikasi massa, yang ini dapat dikelompokkan berdasarkan jenis responnya, yang pertama menunjukkan sisi keterharuannya atas dakwah yang telah disampaikan oleh Quraish Shihab seperti terdapat pada beberapa akun Youtube dengan nama Maya Ayu Wardhani yang menyebutkan jujur sy terharu, meneteskan air mata, rindu ceramah yg menenangkan dan menyejukkan hati, semoga lebih banyak lagi siraman qolbu dari abi sehat2 selalu abi ❤️, Retno Pranawati mengatakan setiap kali denger tausiyah dari abi, pasti ending nya nangis, karena selalu menyadari keindahan cinta ALLAH, dan betapa baiknya ALLAH... Afif Zuhry menjelaskan Air mata menetes ketika Abi menyampaikan bahwa kasih sayang Tuhan lebih besar dari amarah-NYA, Tuhan mengampuni banyak dosa meskipun kita tidak memohon ampunan.

---

<sup>29</sup> Ibid.

Efek afektif komunikasi massa yang terbentuk di atas sejalan dengan proses terbentuknya efek afektif menurut Solomon E. Asch yang ini berasal dari citra yang terbentuk atas dasar informasi atau pengetahuan yang dimiliki seseorang terkait objek tertentu.<sup>30</sup> Proses efek afektif yang semacam ini dapat dijumpai pada Retno Pranawati dan Afif Zuhry yang sebelumnya telah memiliki pengetahuan tentang keindahan cinta Allah dan kebaikan Allah sehingga memunculkan citra yang baik pada Allah. Ketika telah memiliki citra semacam ini, lantas ketika mendengar Quraish Shihab tentang Islam wasathiyyah yang di dalamnya terdapat penjelasan tentang kebaikan Allah pada hambanya maka mereka bisa muncul sikap yang terharu hingga menangis karena diingatkan akan kebaikan dan kecintaan Allah pada hambanya. Proses munculnya efek afektif yang semacam ini juga terjadi pada Maya Ayu Wardhani, namun modelnya berbeda tidak seperti yang dialami oleh Retno Pranawati dan Afif Zuhry. Maya Ayu Wardhani memiliki pengetahuan sebelumnya bahwa ceramah yang baik menurutnya adalah yang menenangkan dan menyejukkan hati. Oleh karenanya citra atas ceramah yang positif adalah yang seperti itu. Ketika dia menyaksikan dakwah dari Quraish Shihab yang dalam pembawaannya memang kalem, bahasanya baik, pesannya juga bisa menyentuh hati seperti indahnya Islam wasathiyyah, kebaikan Allah pada hambanya hal ini berkesesuaian dengan citra yang dimiliki sehingga bisa memunculkan rasa terharu bahkan hingga meneteskan air mata dan berharap mendapatkan dakwah dari Quraish Shihab yang bisa menyentuh hatinya lagi.

Efek afektif komunikasi massa yang ke dua ialah respon yang menunjukkan rasa syukur, terima kasih, doa, sanjungan karena

---

<sup>30</sup> Ibid.

**Wahyu Setiawan, Sri Astuti:** Efek Komunikasi Massa dalam Dakwah

mendapatkan dakwah dari Quraish Shihab seperti Ade Jaya dengan ungkapannya yakni adem. Semoga Allah memberi Prof. Shihab panjang umur dan sehat. Wahyu Prima menjelaskan kalau udah dengerin abah ngomong mrinding smua badan ini. karna apa yg abah ucapkan bisa merasuk ke seluruh tubuh. karna penyampaian yg abah ucapkan sehelai demi sehelai sekata demi sekata semuanya penuh cinta. sehat terus abah qurais, semoga kecintaanmu kepada kami semua bisa berjalan sepanjang masa higgs kami semua ikut melaksanakan sebuah tindakan yg penuh cinta. Ahmad Bayshofi Muttaqin mengatakan terimakasih atas tuntunan dan ilmunya wahai guruku yang mulia Abi Quraish Shihab. Begitu juga Shinta Puspa yang menyatakan terima kasih ilmunya bapak kyai... semoga Alloh senantiasa memberi kesehatan untuk bapak dan keluarga. Hamzah Mardiansyah menjelaskan semoga Allah senantiasa memberikan kesehatan kepada Bapak Quraish Shihab. Beliau ini idola saya, sejak remaja senang sekali melihat dakwah beliau jelang berbuka puasa atau disaat sahur. Mendalam, Menghujam, Santun, Tak Pernah Emosi, dan Wajahnya Wajah Ulama meneduhkan. Ahmad Achadiat menyebutkan Beginilah ulama. Mudah dimengerti. Memotivasi untuk beribadah.

Pada efek afektif komunikasi massa pada jenis respon yang ke dua ini ada yang terbentuk dengan proses yang berbeda yakni yang dialami oleh Hamzah Mardiansyah yang efek afektifnya dipengaruhi oleh adanya skema kognitif yakni dia memiliki pemikiran tentang alur peristiwa.<sup>31</sup> atau model berdakwah yang dilakukan oleh Quraish Shihab sebagaimana ungkapannya dia menjelaskan bahwa Quraish Shihab ini adalah idolanya sejak remaja yang senang dengan dakwahnya yang mendalam, menghujam, santun, tidak pernah emosi dan wajahnya meneduhkan

---

<sup>31</sup> Laksana, *Psikologi Komunikasi Membangun Komunikasi Yang Efektif Dalam Interaksi Manusia*.

sehingga ketika melihat dakwah Quraish Shihab kali ini maka skema kognitif tersebut mempengaruhi dia yang akhirnya menimbulkan sikap syukur dan rasa terima kasih dengan mendoakan Quraish Shihab diberikan kesehatan oleh Allah. Efek afektif komunikasi massa yang terbentuk pada Ahmad Achadiat yang berangkat dari efek kognisi terlebih dahulu yakni dia memahami dakwah yang disampaikan oleh Quraish Shihab yang menurutnya mudah dimengerti hingga menimbulkan citra pada Quraish Shihab yang dikatakan oleh Ahmad bahwa Quraish Shihab merupakan ulama, berikutnya muncul lah efek afektif yakni dari citra yang telah terbentuk maka muncul lah sikap lebih lanjut yakni termotivasi untuk beribadah.

Efek afektif komunikasi massa pada jenis respon yang ke dua lainnya adalah melalui proses sebagaimana yang disampaikan oleh Solomon E. Asch yakni munculnya sikap berangkat dari citra yang sudah terbentuk dari informasi dan pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang akan objek tertentu.<sup>32</sup> Efek afektif semacam ini diungkapkan oleh Wahyu Prima ketika mendapatkan dakwah dari Quraish Shihab maka dia mengetahui bahwa yang diucapkannya benar, cara penyampaiannya baik sehingga memunculkan citra yang baik padanya namun dari situlah dapat muncul sikap yang merinding ke seluruh badannya, kata demi kata yang penuh cinta ketika Quraish Shihab berdakwah, bahkan dia berharap agar bisa mengamalkan dan tak lupa mendoakannya. Proses efek afektif komunikasi massa yang terbentuk pada Ade Jaya, Ahmad Bayshofi Muttaqin, Shinta Puspa yang menunjukkan ekspresi yang serupa tentang rasa terima kasih kepada Quraish Shihab yakni berangkat dari citra yang baik yang telah terbentuk pada Quraish Shihab karena dakwah Islam

---

<sup>32</sup> Rakhmat, *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*.

**Wahyu Setiawan, Sri Astuti:** Efek Komunikasi Massa dalam Dakwah

wasathiyyah ini memang baik sehingga mereka memunculkan rasa terima kasih dan juga mendoakan pada Quraish Shihab seperti terima kasih atas ilmunya, semoga panjang umur, diberi kesehatan oleh Allah.

### **C. Kesimpulan**

Efek komunikasi massa dalam dakwah Quraish Shihab tentang Islam *wasathiyyah*, Islam yang di tengah terdapat dua temuan besar yakni efek yang terbentuk adalah efek kognitif komunikasi massa dan efek afektif komunikasi massa. Proses terbentuknya efek kognitif komunikasi massa adalah ada yang menggunakan model efek prososial kognitif bahwa efek yang muncul pada komunikan dikarenakan adanya informasi berupa pesan dakwah Islam *wasathiyyah* yang diterima khalayak sehingga memahami informasi tersebut. Efek kognitif komunikasi massa yang lain adalah tidak hanya berhenti pada tataran informasi diingat dalam memori, melainkan hingga terbentuk citra pada khalayak tentang sosok Quraish Shihab sebagai ulama yang baik.

Efek afektif komunikasi massa berdasarkan responnya terdapat dua hal yakni jenis respon yang terharu dan respon syukur, terima kasih, doa dan sanjungan pada Quraish Shihab. Proses terbentuknya efek afektif ini melalui adanya dari citra yang terbentuk atas dasar informasi atau pengetahuan yang dimiliki seseorang terkait objek tertentu baik atas kebaikan Allah, rahmat Allah, model ceramah Quraish Shihab yang baik sehingga memunculkan sikap terharu, syukur, terima kasih, doa. Ada pula yang terbentuk melalui proses skema kognitif yakni memiliki pemikiran tentang alur peristiwa atau model berdakwah yang dilakukan oleh Quraish Shihab sehingga ketika melihat dakwah Quraish Shihab kembali maka skema kognitif tersebut mempengaruhi dia yang akhirnya

menimbulkan sikap syukur dan rasa terima kasih dengan mendoakan Quraish Shihab diberikan kesehatan oleh Allah.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Faiqah, Fatty, Muhammad Nadjib, and Andi Subhan Amir. "Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram." *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. 2 (2017): 259–272.
- Hajar, Ibn. "Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Dakwah Di Kota Makassar (Analisis Sosial Media)." *Jurnal Al-Khitabah* 4, no. 2 (2018).
- Huda, Alamul. "EPISTEMOLOGI GERAKAN LIBERALIS, FUNDAMENTALIS, DAN MODERAT ISLAM DI ERA MODERN." *Journal de Jure* 2, no. 2 (December 2010).
- Laksana, Muhibudin Wijaya. *Psikologi Komunikasi Membangun Komunikasi Yang Efektif Dalam Interaksi Manusia*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. 38th ed. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018.
- Musthan, Zulkifli. "TEKNOLOGI KOMUNIKASI MASSA KONTEMPORER DALAM PERSPEKTIF DAKWAH." *AL-MUNZIR* 6, no. 1 (May 2013): 120–129.
- Nida, Fatma Laili Khoirun. "Persuasi Dalam Media Komunikasi Massa." *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam "AT-TABSYIR* 2, no. 2 (2014): 77–95.
- Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Press, 2013.
- Prasetiawati, Eka. "Menanamkan Islam Moderat Upaya Menanggulangi Radikalisme Di Indonesia." *Fikri : Jurnal Kajian Agama, Sosial dan*

**Wahyu Setiawan, Sri Astuti:** Efek Komunikasi Massa dalam Dakwah

*Budaya* 2, no. 2 (December 2017): 2527–4430.

Rachmiate, Atie. “Paradigma Baru Dakwah Islam: Perspektif Komunikasi Massa.” *Mediator: Jurnal Komunikasi* 3, no. 1 (June 2002): 139–143.

Rakhmat, Jalaluddin. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004.

———. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003.

———. *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018.

Ridlo, Musalim. “DAKWAH ISLAM DALAM PERSPEKTIF KOMUNIKASI MASSA.” *El-Hamra* 6, no. 1 (March 2021): 33–40.

Rohimat, A M. *Metodologi Studi Islam: Memahami Islam Rahmatan Lil’alamin*. Asep Maulana Rohimat, 2018.

Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta, 2014.

———. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta, 2012.

Watie, Errika Dwi Setya. “Komunikasi Dan Media Sosial (Communications and Social Media).” *Jurnal The Messenger* 3, no. 2 (March 2016): 69.

Wiryanto. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Grasindo, 2000.

“Islam Wasathiyyah, Islam Yang Di Tengah | Shihab & Shihab - YouTube.”