



Jurnal Keislaman

p-ISSN: 2089-7413 and e-ISSN: 2722-7804

Published by Sekolah Tinggi Agama Islam Taruna Surabaya

Jl. Kalirungkut Mejoyo I No. 2, Kec. Rungkut, Kota Surabaya, Jawa Timur 60293

Email: jurnalkeislaman@staitaruna.ac.id

Membumikan Komunikasi Islam dalam Kehidupan Sosial Melalui Warung Kopi di Kota Banda Aceh

Furqan

Universitas Serambi Mekkah, Banda Aceh, Indonesia

furqan@serambimekkah.ac.id

Abdullah

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

abdullah@uinsu.ac.id

Muhammad Furqan

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh, Indonesia

muhammad.furqan@ar-raniry.ac.id

Abstract

The purpose of this research is to identify and provide understanding and invitation to everyone to ground Islamic communication in social life so that communication patterns between people are well maintained in accordance with the principles of Islamic communication. The research method used is a type of library research. his research is carried out by reading, examining, and analyzing various existing sources, in the form of the Qur'an, Hadith, journals and books, as well as other research results related to communication in social life. The results showed that Islamic communication in social life has a very important role in human life, this can be seen from social meaning, social coverage and social support to being able to limit negative words against someone. Islamic communication is a means of conveying or exchanging information using the principles and methods of communication according to the Qur'an as one of the motivations for Muslims to ground Islamic communication in social life directly and through social media. Meanwhile, in the context of coffee shops as a means of social communication in the city of Banda Aceh, coffee shops are not only a place to drink coffee or rest but also a source of the latest information and also a gathering place for various communities, ranging from ordinary people, community leaders, government employees, and so on. The conclusion is that communication is one of the important reasons in society, of course, in the rules of Islam, besides that Islamic communication and social life play a very large role in the context of coffee shops in the city of Banda Aceh.

Keywords: *Grounding Communication; Social; Coffee Shop.*

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi dan memberikan pemahaman dan ajakan kepada setiap orang agar membumikan komunikasi Islam dalam kehidupan bermasyarakat sehingga pola komunikasi antar sesama terjaga dengan baik sesuai dengan prinsip-prinsip komunikasi Islam. Metode penelitian yang digunakan ialah jenis penelitian pustaka (*library research*). Penelitian ini dilakukan dengan membaca, menelaah, dan menganalisis berbagai sumber yang ada, berupa Al-Qur'an, Hadist, jurnal dan buku, maupun hasil penelitian lainnya yang berkaitan dengan komunikasi dalam kehidupan sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Komunikasi Islam dalam kehidupan sosial memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia, hal ini dapat dilihat dari makna sosial, cakupan sosial dan dukungan sosial sampai pada mampu membatasi perkataan yang negatif terhadap seseorang. Komunikasi Islam menjadi alat penyampaian atau tukar menukarnya informasi yang menggunakan prinsip dan kaedah komunikasi sesuai Al-Qur'an sebagai salah satu motivasi umat muslim membumikan komunikasi Islam dalam kehidupan sosial secara langsung dan melalui media sosial. Sedangkan dalam konteks warung kopi sebagai

sarana komunikasi sosial masyarakat di Kota Banda Aceh, warung kopi bukan hanya menjadi sebagai tempat minum kopi atau beristirahat tetapi juga menjadi salah satu tempat sumber informasi terbaru dan juga menjadi tempat berkumpulnya berbagai komunitas, mulai dari masyarakat biasa, tokoh masyarakat, pegawai pemerintah, dan lain sebagainya. Kesimpulannya bahwa komunikasi menjadi salah satu alasan penting dalam bermasyarakat tentunya dalam dalam kaidah-kaidah agama Islam, selain itu komunikasi Islam dan kehidupan sosial sangat besar peranannya dalam konteks warung kopi di kota Banda Aceh.

Kata Kunci: Membumikan Komunikasi; Sosial; Warung Kopi.

Pendahuluan

Kehidupan sosial adalah kehidupan yang ditandai dengan adanya unsur-unsur sosial kemasyarakatan, yang dinamakan dengan kehidupan sosial. Di dalam kehidupan sosial idealnya kita akan menemukan sebuah interaksi sosial dengan adanya kegiatan-kegiatan sosial kemasyarakatan seperti gotong royong, kerja bakti, tolong menolong, berpartisipasi dalam kegiatan tertentu dan lain sebagainya yang sifatnya saling membutuhkan antara satu makhluk hidup dengan lainnya.¹

Di dalam kehidupan sosial tersebut unsur- unsur penting yang di dalamnya terdapat rasa saling menghormati dan saling menghargai antara sesama manusia. Manusia selain sebagai makhluk individu, manusia juga disebut sebagai makhluk sosial. Artinya manusia memiliki kebutuhan dan kemampuan serta kebiasaan untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan manusia yang lain. Berkomunikasi saja tanpa adanya sopan santun dan tutur kata yang baik tidak akan terciptanya rasa hormat diantara manusia. Islam mengajarkan manusia dalam berkehidupan sosial bertutur kata dalam Al-Qur'an yang kita sebut dengan berkomunikasi secara Islami, baik kepada muslim maupun non-muslim dan komunikasi Islam mengantarkan umat Islam sebagai rahmat bagi seluruh alam sehingga cara yang paling ampuh adalah membumikan komunikasi Islam di kehidupan sosial yaitu interaksi pada masyarakat dan lingkungan berbentuk kelompok maupun individu.²

Aktualisasi manusia sebagai makhluk sosial, tercermin dalam kehidupan berkelompok. Manusia selalu berkelompok dalam hidupnya. Berkelompok dalam kehidupan manusia adalah suatu kebutuhan, bahkan bertujuan. Tujuan manusia berkelompok adalah untuk meningkatkan kebahagiaan dan kesejahteraan hidupnya. Apapun bentuk kelompoknya, disadari atau tidak, manusia berkelompok mempunyai tujuan meningkatkan kebahagiaan hidupnya. Melalui komunikasi Islam, kelompok manusia bisa memenuhi berbagai macam kebutuhan hidupnya, dengan berbicara yang lembut kita dapat mendapatkan empati dari orang lain dan mendapatkan tujuan yang kita butuhkan dan bahkan bisa dikatakan kebahagiaan dan keberdayaan hidup manusia hanya bisa dipenuhi dengan cara berkomunikasi. Tanpa berkomunikasi dan saling membutuhkan satu sama lain tujuan hidup manusia yaitu mencapai kebahagiaan dan kesejahteraan tidak akan bisa tercapai. jika tujuannya ingin hidup tenang dan damai.

¹Setiawati, Eka. "Interaksi Sosial dengan Teman Sebaya pada Anak Homeschooling dan Anak Sekolah Reguler (Study Deskriptif Komparatif)." (2010).

²Erwin Jusuf Thalib, *Dakwah dan Pluralisme*, (Jakarta: Insan Cendekia Mandiri, 2020).

Membumikan Komunikasi Islam dalam Kehidupan Sosial Melalui Warung Kopi di Kota Banda Aceh – Furqan, Abdullah, Muhammad Furqan

Setiap individu senantiasa menjalin komunikasi, akan tetapi pola komunikasi yang dijalankan hanya sebatas komunikasi biasa. Seringkali saat berinteraksi pola komunikasi yang keluar saat berbicara langsung ataupun dalam media sosial berisi kata-kata negative, kata-kata kasar dan mengandung unsur-unsur tidak sepatasnya diucapkan dan didengar. Sehingga perlu pencerahan dan pemberian pengetahuan mengenai pola komunikasi yang baik dalam masyarakat. Komunikasi Islam dapat dijadikan sebagai acuan pola komunikasi dalam kehidupan sosial. Karena dengan menggunakan komunikasi Islam yang memuat prinsip-prinsip Islam dapat memberikan pengetahuan kepada siapapun untuk menerapkan pola komunikasi Islam tersebut. Dengan begitu maka setiap individu yang sudah memahami komunikasi Islam, akan senantiasa menerapkannya dalam aktivitas komunikasi dalam hidupnya.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka akan dikaji tentang membumikan komunikasi Islam dalam kehidupan sosial. Mengingat bahwa komunikasi Islam itu penting sekali dalam kehidupan. Komunikasi Islam juga mampu memberikan dampak yang baik bagi para komunikatornya jika mampu menjalanakannya sesuai dengan prinsip komunikasi Islam tersebut. Dengan adanya batasan-batasan dan hal-hal yang wajar diucapkan dan tidak diucapkan mampu mengontrol diri dari gaya berbicara negative yang dapat memancing emosi lawan bicara. Sehingga perlu sekali untuk mengkaji komunikasi Islam dalam kehidupan sosial agar kita senantiasa dapat berkomunikasi dengan baik yang sesuai dengan prinsip-prinsip komunikasi Islam itu sendiri.³

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menjawab latar belakang permasalahan yaitu memberikan pemahaman dan ajakan kepada setiap orang agar membumikan komunikasi Islam dalam kehidupan sosial dalam konteks warung kopi di kota Banda Aceh sehingga pola komunikasi antar sesama terjaga dengan baik sesuai dengan prinsip-prinsip komunikasi Islam.

Landasan Teori

A. Pengertian Komunikasi Islam

Komunikasi Islam adalah proses penyampaian pesan atau informasi keislaman dengan menggunakan prinsip-prinsip komunikasi dalam Islam. Maka komunikasi dalam Islam mempertahankan pada unsur pesan (*message*), yaitu risalah atau terkandung nilai Islam dan cara (*how*), dalam artian tentang gaya bicara dan penggunaan bahasa yang baik (retorika). Informasi atau pesan yang disampaikan oleh komunikator adalah pesan Islam meliputi seluruh ajaran Islam, di antaranya tentang akidah (iman), syariah (keislaman), dan akhlak (*ihsan*).⁴

Rachmat Kriyantono (2014) menjelaskan, kata dasar berkomunikasi dalam Islam disebut *al-qaul* (artinya perkataan) dan *al-bayan* (artinya menjelaskan), yang artinya sebagai kemampuan berkomunikasi mencakup pemilihan kata-kata yang dapat menjelaskan sesuatu. Inti dari komunikasi yang efektif yaitu komunikasi yang diarahkan untuk mencapai keseimbangan antara aspek vertikal dan horizontal atau hablum

³Fatayan, Arum. "Evaluasi Efektivitas Muhammadiyah dalam Membumikan Islam Rahmatan Lil'alamin." *Jurnal Studi Islam dan Kemuhammadiyah (JASIKA)* 2.2 (2022).

⁴Muslimah. "Etika Komunikasi dalam Perspektif Islam." *Sosial Budaya* 13.2 (2017): 115-125.

minanas dan hablum minallah. Wujud keseimbangan ini adalah adanya komunikasi yang informatif, faktual, edukatif, dan berguna bagi keuntungan bersama.⁵

B. Konsep Sosial

Kata sosial berasal dari bahasa latin yaitu '*socius*' yang berarti segala sesuatu yang lahir, tumbuh, dan berkembang dalam kehidupan bersama. Sudarno dalam Salim (2002) menekankan pengertian sosial pada strukturnya, yaitu suatu tatanan dari hubungan-hubungan sosial dalam masyarakat yang menempatkan pihak-pihak tertentu (individu, keluarga, kelompok, kelas) di dalam posisi-posisi sosial tertentu berdasarkan suatu sistem nilai dan norma yang berlaku pada suatu masyarakat pada waktu tertentu. Dapat disimpulkan bahwa sosial adalah segala sesuatu yang berkenaan dengan masyarakat yang lahir, tumbuh, dan berkembang dalam kehidupan bersama.⁶

C. Cakupan Sosial

Cakupan sosial menurut Sudarno ada dua yaitu interaksi sosial dan hubungan sosial. Interaksi sosial didefinisikan sebagai interaksi lembaga sosial, individu, dalam tata hubungan yang dikendalikan oleh kepentingan tertentu Salim (2002), sedangkan Soerjono Soekanto mendefinisikan interaksi sebagai hubungan timbal balik antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, dan antara kelompok dengan kelompok (Ibrahim, 2003). Hubungan sosial merupakan hubungan antara lembaga, individu yang bersifat umum yang memiliki dasar kegiatan kemasyarakatan (Soedarno dalam Salim, 2002).

D. Dukungan Sosial

Gottlieb, dalam Koentjoro (2002) memberikan definisi dukungan sosial sebagai informasi verbal atau nonverbal, bantuan yang nyata atau tingkah laku yang diberikan oleh orang-orang yang akrab dengan subjek di dalam lingkungan sosialnya atau yang berupa kehadiran dan hal-hal yang dapat memberikan keuntungan emosional atau berpengaruh pada tingkah laku penerimanya. Dalam hal ini, orang yang merasa memperoleh dukungan sosial, secara emosional merasa lega karena diperhatikan, mendapat saran atau kesan yang menyenangkan pada dirinya.⁷

Taylor, dkk, (2009) mengemukakan beberapa macam dukungan sosial. Pertama, perhatian emosional yang diekspresikan melalui rasa suka, cinta atau empati. Kedua, bantuan instrumental seperti penyediaan jas atau barang. Ketiga, memberikan informasi tentang situasi yang menekan. Informasi ini mungkin sangat membantu jika ia relevan dengan penilaian dirinya.

E. Dukungan Keluarga

Keluarga didefinisikan oleh Friedman (1992) sebagai dua individu atau lebih yang bergabung bersama karena adanya ikatan saling berbagi dan ikatan kedekatan emosi yang mengidentifikasi diri mereka sebagai bagian keluarga. Keluarga mengemban fungsi untuk kesejahteraan anggota keluarga yang mencakup 5 bidang yaitu biologi,

⁵Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014).

⁶Agus Salim, *Perubahan Sosial*, (Yogyakarta: PT Tiara Wacana Yogya, 2002).

⁷Gottlieb, Benjamin. H. *Social Support Strategies*. Guidelines For Mental Health Practice. 1983.

Membumikan Komunikasi Islam dalam Kehidupan Sosial Melalui Warung Kopi di Kota Banda Aceh – Furqan, Abdullah, Muhammad Furqan

ekonomi, pendidikan, psikologi dan sosial budaya (WHO, 1978 dikutip dari Bobak, Lowdermilk, Jensen, 2005).

Dukungan keluarga mengacu pada sistem atau jaringan yang membantu individu dalam proses kehidupan. Sebagai makhluk sosial tentunya individu tidak dapat hidup tanpa bantuan orang lain, maka manusia membutuhkan dukungan sosial dari orang-orang sekitarnya berupa penghargaan, perhatian, dan cinta Gottlieb (1983:28) mendefinisikan dukungan sosial sebagai informasi verbal atau nonverbal, saran, bantuan yang nyata atau tingkah laku yang diberikan oleh orang-orang yang akrab dengan subjek di dalam lingkungan sosialnya atau yang berupa kehadiran dan hal-hal yang dapat memberikan keuntungan emosional atau berpengaruh pada tingkah laku penerimanya.⁸

Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian pustaka (*library research*), yakni penelitian yang obyek kajiannya menggunakan data pustaka berupa buku-buku sebagai sumber datanya. Penelitian ini dilakukan dengan membaca, menelaah, dan menganalisis berbagai literatur yang ada, berupa Al-Qur'an, hadis, jurnal dan buku, maupun hasil penelitian. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, yaitu dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subyek atau objek penelitian. Kepustakaan dimana Sumber data yang diambil dari referensi, dokumen-dokumen yang berisi data yang telah teruji validitasnya.⁹ Penelitian ini difokuskan fungsinya untuk memahami fenomena. Kepustakaan dapat dilakukan dengan mengumpulkan artikel-artikel terkait tema penelitian untuk direview dan dibahas dalam penelitian ini. Untuk menetapkan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu.

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah metode *library research*, yaitu studi kepustakaan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, yaitu penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasi apa yang ada, pendapat yang sedang tumbuh, proses yang sedang berlangsung, akibat atau efek yang terjadi atau kecenderungan yang berkembang.¹⁰

Hasil dan Pembahasan

A. Komunikasi Islam di Era Global

Komunikasi Islam di Era Global Komunikasi yang kita lakukan pada orang lain merupakan “presentasi diri” kita kepada orang lain. Erving Goffman dalam buku *The Presentation of Self in Everyday Life* (1961) membuat metafora kehidupan sosial sebagai panggung pertunjukan. Artinya, ketika kita berkomunikasi atau berinteraksi dengan orang lain di media sosial dengan menggunakan kata-kata yang kurang sopan,

⁸Gottlieb, Benjamin. H. 1983.

⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2017).

¹⁰Sumanto, *Teori dan Metode Aplikasi Metode Penelitian*, (Yogyakarta: CAPS, 2014), hlm. 179.

memfitnah, merendahkan orang lain, itu merupakan “gambaran diri” atau “konsep diri” kita kepada orang lain. Impresi atau kesan seperti itulah yang ingin kita tanamkan kepada orang lain. Mengutip pendapat Antar Venus mengenai nilai-nilai komunikasi (2015), ada beberapa nilai-nilai komunikasi yang harus diperhatikan ketika kita berkomunikasi kepada orang lain. Di antaranya, penghargaan (*respect*), kerja sama (*cooperation*) dan kesepahaman (*mutual understanding*), kesantunan (*modesty*) (Sumber: Kompas, 31 Maret 2018).

Komunikasi Islam merupakan proses penyampaian pesan atau informasi keislaman dengan menggunakan prinsip-prinsip komunikasi dalam Islam. Ada beberapa prinsip komunikasi Islam yang harus diperhatikan apabila kita berkomunikasi dengan orang lain yaitu: *qaulan saddidan*, *qaulan balighan*, *qaulan maysuran*, *qaulan layyinan*, *qaulan kariman*, *qaulan ma'rufan* dan diskusi atau berdebat dengan cara yang baik, jangan sampai diskusi menimbulkan perpecahan di kalangan masyarakat.

B. Prinsip-prinsip Komunikasi Islam

1. *Qaulan Saddidan* (ungkapan yang jujur)

Qaulan saddidan berarti pembicaraan, ucapan, atau perkataan yang benar, baik dari segi substansi (materi, isi, pesan) maupun redaksi (tata bahasa). Dari segi substansi, komunikasi Islam harus menginformasikan atau menyampaikan kebenaran, faktual, hal yang benar saja, jujur, tidak berbohong, juga tidak merekayasa atau memanipulasi fakta. Dari segi redaksi, komunikasi Islam harus menggunakan kata-kata yang baik dan benar, baku, sesuai kaidah bahasa yang berlaku. Apabila seorang komunikator berbohong, maka kredibilitasnya akan runtuh dan tidak bisa diyakini orang lain.¹¹

2. *Qaulan Balighan* (ungkapan efektif dan tepat sasaran)

*Qaulan balighan*¹² dalam bahasa arab berarti tepat, fasih, lugas, dan jelas maknanya. *Qaulan balighan* berarti menggunakan kata-kata yang efektif, tepat sasaran, kesesuaian pesan, komunikatif, mudah dipahami, langsung ke pokok masalah *to the point*, oleh karena itu *qaulan balighan* dapat diartikan komunikasi yang tidak berbelit-belit. Agar komunikasi sasaran, gaya pesan yang disampaikan hendaklah disesuaikan dengan kadar intelektualitas komunikan dan menggunakan bahasa yang dimengerti dan tidak multi tafsir pada komunikan.¹³

Qaulan balighan terjadi bila komunikator menyesuaikan pembicaraannya dengan sifat-sifat komunikan. Dalam istilah sunah, “berkomunikasilah kamu sesuai dengan kadar akal mereka”. *Qaulan balighan* terjadi bila komunikator menyentuh komunikan pada hati dan otaknya sekaligus. Dalam kehidupan sosial, penyampaian pesan tidak bertele-tele. Dalam hal ini, jika kata *qaulan balighan* dikorelasikan dalam era dewasa ini, maka seseorang yang menyelewengkan atau tidak mematuhi sopan santun ini, perlu dinasehati dengan tutur bahasa yang baik.¹⁴

¹¹Syamsuddin, “*Sosiologi Dakwah*”, Alauddin University Press, (Makassar, 2013).

¹²Ruzwar Wahyudi, “*Efektifitas Warung Kopi Sebagai Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi Kebencanaan di Kota Banda Aceh*”, Jurnal Dialog Penanggulangan Bencana Vol. 10, No. 2 Tahun 2019.

¹³Racmad Kriyantono, 2019: 367.

¹⁴Erna Kurniawan, 2019: 236.

Membumikan Komunikasi Islam dalam Kehidupan Sosial Melalui Warung Kopi di Kota Banda Aceh – Furqan, Abdullah, Muhammad Furqan

3. *Qaulan Maysura* (mudah diterima)

Qaulan maysura bermakna ucapan yang mudah, yakni mudah dimengerti dan dipahami. Salah satu prinsip komunikasi dalam Islam adalah setiap berkomunikasi memiliki bertujuan untuk mendekatkan manusia dengan Tuhannya dan manusia-manusia yang lain. Islam mengharamkan setiap komunikasi yang membuat manusia terpisah dari Tuhannya dan hamba-hambanya. Kata masyuran memiliki arti mudah, yaitu dari bahasa arab “yusr” jadi, qaulan masyuran merupakan kata yang mudah dipahami, hal ini menandakan komunikasi harus bersifat logis dan rasional. Maka dapat ditarik kesimpulan, bahwa perkataan yang mudah dan pantas adalah penggunaan bahasa yang bijak dan tidak menyakiti orang lain.¹⁵

Implementasi *qaulan masyuran* dalam mengungkapkan pendapat di kehidupan sosial adalah mutlak. Kata dan kalimat yang sudah dicerna oleh komunikan, memungkinkan pesan yang disampaikan sesuai dengan apa yang diharapkan. *Qaulan maysuran* bermakna ucapan yang mudah dicerna, dimengerti khalayak, atau dengan kata lain ketika berkomunikasi menggunakan kata-kata yang menyenangkan atau menggembirakan orang lain akan bahagia untuk berinteraksi satu dengan yang lain.

4. *Qaulan Layyin* (ungkapan yang lembut)

Qaulan layyin berarti pembicaraan yang lemah-lembut, tidak provokatif, dan penuh keramahan, sehingga dapat menyentuh hati. Dalam tafsir Ibnu Katsir disebutkan, yang dimaksud layyin ialah kata kata sindiran, bukan dengan kata kata terus terang atau lugas, apalagi kasar. Dengan demikian, dalam komunikasi Islam, semaksimal mungkin dihindari kata-kata kasar dan suara (intonasi) yang bernada keras dan tinggi.¹⁶

5. *Qaulan Kariman*

Qaulan kariman yaitu prinsip menjalin relasi yang baik dan membangun tata krama dan etiket-etiket dalam berkomunikasi. *Qaulan kariman* merupakan perkataan yang lemah lembut, mulia, bertata krama, dibarengi dengan rasa hormat, mengagungkan, dan enak didengar. Kita dilarang membentak atau berkata kasar kepada orang tua atau mengucapkan kata-kata yang sekiranya menyakiti hati mereka. *Qaulan kariman* digunakan khususnya saat dengan kedua orang tua atau orang yang harus kita hormati. Dalam konteks komunikasi, *qaulan kariman* berarti menggunakan ucapan yang santun, tidak kasar, tidak vulgar.

6. *Qaulan Ma'rufan*

Qaulan ma'rufan yaitu prinsip menyosialisasikan dan mengajak pada kebaikan. Mengajak diskusi atau berdebat dengan cara yang baik, jangan sampai diskusi menimbulkan perpecahan di kalangan masyarakat.

¹⁵Sunarjo 2011: 116.

¹⁶Ruqoiyah, R. (2018). Membumikan nilai-nilai pendidikan agama islam dalam keluarga di-era globalisasi. *JIE (Journal of Islamic Education)*, 3(1).

C. Membumikan Komunikasi Islam

Mayoritas penduduk Indonesia menganut Agama Islam. Maka konstruksi komunikasi yang berwarna keislaman sebenarnya memiliki peranan yang sangat optimal dalam menawarkan solusi-solusi problem kemasyarakatan dalam pengembangan sistem sosial berkarakter Islam. Problem komunikasi dalam berbagai level kajian mulai mikro hingga makro perlu diurai sehingga varian kajian akan semakin kuat karakternya. Agar dapat terimplementasikan dengan baik, perlu untuk diwujudkan dalam pengelolaan program studi.¹⁷

Di era modernisasi ini kita harus menemukan hikmah dan pelajaran yang baik yang sesuai dengan objek dan pesan dakwah yang dapat memberikan jalan keluar yang sebagaimana diinginkan Allah dan Rasulullah. Sehingga industrialisasi berakibat melahirkan:

- 1) Manusia yang inovatif.
- 2) Manusia yang cenderung ingin menginterpretasikan kenyataan secara ilmiah.
- 3) Manusia yang ingin mengembangkan metode keilmuan dengan mengadakan penelitian dan pengembangan.
- 4) Manusia yang cenderung menolak kemapanan yang dianggap usang.
- 5) Manusia yang menghargai waktu, kerja keras, efisiensi, individual, berproduksi, objektif atau secara sinis manusia kikir atau banyak perhitungan dalam shadaqah/ infaq.
- 6) Gejala-gejala lain yang bisa saja muncul karena watak inovatif dan cenderung adanya perubahan.

Dengan berbagai poin inovatif yang telah dipaparkan di atas sehingga umat Islam secara general dapat menemukan artikehidupan yang sebenarnya. Untuk mendukung adanya perubahan dalam berdakwah, para da'i perlu terus menerus meningkatkan wawasan, ilmu dan kemampuan teknis yang diperlukan dalam melakukan dakwah. Da'i tidak boleh merasa puas dengan ilmu yang dimilikinya, melainkan terus belajar, belajar sepanjang hayat (*long life education*). Apalagi pada era informasi seperti sekarang ini, kemampuan da'i dalam mengoperasikan komputer dan internet merupakan prasyarat yang tidak bisa ditawar-tawar.¹⁸

Penulis mencoba menjabarkan beberapa hal berikut ini sebagai alat bantu untuk memberikan gambaran tentang pengembangan peran da'i sehingga mampu tampil prima sebagai pribadi-pribadi yang mencerahkan.

1) Da'i Sebagai Komunikator

Peranan da'i atau muballigh sangat penting dan strategis. Da'i sebagai sumber daya dakwah utama harus memahami dan melaksanakan semua langkah strategis yang

¹⁷Mohammad Zamroni, "Membumikan Komunikasi Islam", Kedaulatan Rakyat, Selasa Pahing . 30 Agustus 2016.

¹⁸Retna Dwi Estuningtiyas, "Strategi komunikasi dan dakwah pada kalangan milenial di era modernisasi", Muttaqien, Vol. 2, No. 1, 1 Januari 2021, Hal. 79-80.

Membumikan Komunikasi Islam dalam Kehidupan Sosial Melalui Warung Kopi di Kota Banda Aceh – Furqan, Abdullah, Muhammad Furqan

diuraikan di muka, yaitu mengenal khalayak, merencanakan pesan, menetapkan metode dan memilih media serta mewarnai media massa dan media interaktif sesuai kondisi khalayak yang dijadikan sasaran (publik). Beberapa hal yang harus dimiliki da'i untuk menjadi komunikator yang baik antara lain:

- a) Memiliki Kemampuan Retorika. Kemampuan retorika bukan hanya berkenaan dengan kemampuan mengekspresikan materi dakwah secara verbal, namun juga menyangkut *style* atau gaya khas da'i dalam menyampaikan materi dakwah. *Style* tersebut tidak perlu dibuat-buat, namun perlu dilatih secara praktis dan sesuai dengan kepribadian da'i sehingga da'i merasa nyaman menggunakannya.¹⁹
- b) Memiliki Pengetahuan Dasar Tentang Psikologi Individu Serta Sosial. Ilmu psikologi merupakan ilmu pendamping dalam membantu da'i menentukan karakteristik, kecenderungan serta kondisi *mad'u*, sehingga mampu menentukan materi dakwah dan cara penyampaiannya secara tepat. Ilmu ini dapat dipelajari dengan mengikuti berbagai pelatihan atau secara otodidak lewat membaca buku serta berbagi pengalaman sesama da'i.
- c) Memiliki Kemampuan Untuk Memanfaatkan Berbagai Media Untuk Kegiatan Dakwah. Sudah bukan zamannya lagi seorang da'i gagap teknologi. Perkembangan media elektronik dan sosial saat ini membuat arus informasi mengalir begitu deras kepada masyarakat tanpa terbandung. Sesudah melihat banyak hal baru, tentunya *mad'u* akan kehilangan minat ketika mendengarkan dakwah yang disampaikan ala kadarnya. Dibutuhkan kemasan yang menarik untuk membangkitkan kembali minat *mad'u*. Da'i dapat memanfaatkan media sosial untuk mengemas materi dakwah menjadi lebih hidup, misalnya dengan menampilkan cuplikan video, foto atau gambar yang dapat membantu *mad'u* memahami materi dakwah.²⁰

2) Da'i Sebagai Konselor

Da'i sebagai konselor, pada dasarnya merupakan interaksi timbal-balik yang di dalamnya terjadi hubungan saling mempengaruhi antara konselor sebagai pihak yang membantu dan klien sebagai pihak yang dibantu. Da'i sebagai seorang konselor harus mampu berperan, antara lain :

- a) Mendampingi dan membina masyarakat.
- b) Mendampingi dan membina muallaf.
- c) Mendampingi dan membina organisasi sosial keagamaan.
- d) Mendampingi dan membina anak muda²¹

3) Da'i Sebagai *Problem Solver*

Da'i masa kini bukan hanya dibutuhkan sebagai penyampai ajaran agama, namun juga sebagai pemecah masalah yang timbul dari proses penginterpretasian dan

¹⁹Aris Risdiana, "Transformasi peran da'i dalam menjawab peluang dan tantangan (studi terhadap manajemen SDM)", Jurnal Dakwah, Volume. XV, No. 2 Tahun 2014.

²⁰A'yuni, Q. (2018). Membumikan Dakwah Berbasis Komunikasi Profetik Di Era Media Baru. *Mumtaz: Jurnal Studi Al-Quran dan Keislaman*, 2(2), 293-304.

²¹Hidayat, K. (2019). *Agama untuk Peradaban: Membumikan etos agama dalam kehidupan*. Pustaka Alvabet.

pelaksanaan ajaran agama. Seringkali, *mad'u* mengalami kendala ketika berusaha mempraktekkan apa yang telah ia dengar dan pelajari. Da'i harus siap menerima pertanyaan yang diajukan berkaitan dengan penyelesaian masalah *mad'u*. Untuk membekali diri, terdapat beberapa poin yang perlu dilakukan oleh da'i:

- a) Memperbanyak data tentang berbagai permasalahan dakwah.
- b) Memahami setting sosial masyarakat setempat.
- c) Mampu berbaur dengan berbagai lapisan masyarakat.
- d) Bekerja sama dengan organisasi sosial keagamaan masyarakat.

4) Da'i Sebagai Manajer

Sebagai sumber daya utama dakwah, da'i harus mampu mengelola kegiatan dakwah agar berjalan sinergis, efektif dan efisien. Dengan kata lain, da'i masa kini harus memiliki kemampuan dan menjalani peran sebagai manajer kegiatan dakwah. Terdapat beberapa indikator kemampuan da'i sebagai seorang manajer:

- a) Mampu memimpin diri sendiri.
- b) Menjadi motivator umat.
- c) Mampu mengelola dan mengorganisasikan kegiatan dakwah.

5) Da'i Sebagai Enterpreneur

Dakwah merupakan bentuk pengabdian terhadap agama, dan karena itu butuh keikhlasan untuk melaksanakannya tanpa mengharapkan balasan. Meski demikian, seorang da'i tentu membutuhkan jaminan finansial untuk menghidupi dirinya serta keluarganya. Dengan kondisi ekonomi yang stabil, kegiatan dakwah dapat dilaksanakan dengan perasaan ringan. Selayaknya, da'i tidak bersikap pasif dengan menunggu uluran tangan orang lain. Da'i perlu secara proaktif memulai usahanya sendiri. Beberapa hal yang harus dimiliki da'i untuk berwirausaha adalah:

- a) Berani memulai.
- b) Pantang menyerah.
- c) Siap bekerja keras.²²

D. Komunikasi Islam dan Kehidupan Sosial di Warung Kopi

Kota Banda Aceh merupakan Ibu Kota Provinsi Aceh yang terletak di ujung barat pulau Sumatera, Indonesia. Kota ini dikenal dengan julukan kota seribu satu warung kopi. Hal tersebut dikarenakan warung kopi (warkop) di Banda Aceh sudah terlalu banyak bertebaran di mana-mana sehingga untuk menjelajahi warkop di Banda Aceh bukanlah perihal yang sulit. Aceh yang berada pada ujung Pulau Sumatera, tentunya memiliki berbagai potensi sumber daya alam dan ekonomi yang dapat dikembangkan dalam kehidupan sosial-kemasyarakatan, serta banyak jenis serta perilaku sosial kehidupan masyarakat yang bisa menjadi perhatian untuk dikaji dan diulas. Baik dengan menggunakan kacamata serta analisis akademik, maupun dinamika perilaku keseharian masyarakat yang dapat diceritakan serta disampaikan kepada publik lebih luas, baik skala lokal, nasional maupun internasional, seperti tentang kopi. Sehingga cerita warung

²²Aris Risdiana, "Transformasi peran da'i dalam menjawab peluang dan tantangan (studi terhadap manajemen SDM)", *Jurnal Dakwah*, Volume. XV, No. 2 Tahun 2014, hal. 441-450.

Membumikan Komunikasi Islam dalam Kehidupan Sosial Melalui Warung Kopi di Kota Banda Aceh – Furqan, Abdullah, Muhammad Furqan

kopi di Aceh bisa hadir, muncul serta disampaikan dalam berbagai versi, ragam serta corak yang berbeda, baik yang ingin disampaikan secara sederhana ataupun serius.²³

Sebagai daerah yang dikenal dengan sebutan ‘negeri 1001 warung kopi’ sebagaimana yang diistilahkan oleh Redha Sukma (2011) dalam sebuah tulisannya di Kompasiana, Aceh memang menjadi primadona bagi penikmat kopi baik lokal, nasional bahkan mancanegara. Di Aceh, warung kopi (warung kopi) sudah menjadi salah satu ikon wisata kuliner yang menjadi destinasi. Hal ini bisa dilihat ketika para ‘musafir’ atau yang sedang dalam perjalanan baik ketika sudah sampai ke tempat tujuan ataupun yang sekedar singgah di sebuah tempat (daerah), warung kopi dengan segala model dan kekhasannya menjadi tempat yang dituju untuk sekedar melepas penat perjalanan. Tentunya sambil menyeruput segelas kopi atau mencicipi makanan yang tersedia.²⁴

Warung kopi semakin asik diulas serta diceritakan bagi setiap orang yang hadir serta berkunjung ke Aceh. Sehingga semakin lengkap kehadiran serta kunjungannya ke Aceh jika telah duduk menikmati secangkir kopi Aceh yang memiliki berbagai rasa, varian serta jenis yang terasa nikmat diminum. Jenis, kondisi, bentuk, serta kelas warung kopi saat ini juga semakin berbeda, bervariasi serta memiliki tingkat serta kelas tersendiri. Ini tergantung sajian kopi, menu pelengkap warung dan juga pengunjung dalam berbagai perbedaan usia, gaya, kelompok. Bahkan gaya hidup pelanggan warung kopi bisa dibaca pada jenis warung kopi yang biasa dikunjunginya.²⁵

Kondisi ini tergambar jelas bagi para penikmat kopi serta bagi mereka yang sering ke warung kopi. Sehingga warung kopi menjadi tempat yang sangat mudah dikunjungi maupun diakses masyarakat serta menjadi daya tarik tersendiri sebagai ruang publik untuk berbincang, berdiskusi, bersenda-gurau, bercengkrama atau menjadi ajang bisnis bagi para toke, pengusaha, pejabat bahkan sampai kepada masyarakat biasa di Aceh pada umumnya. Ada berbagai motivasi duduk di warung kopi; ada yang melepas lelah seharian bekerja, penyegaran, mencari hiburan serta melepas ketenangan, sekedar mengobrol tanpa kesimpulan, berkumpul sesama teman atau relasi bisnis. Ini semua menjadikan warung kopi memiliki daya tarik tersendiri sebagai poros ataupun pusat interaksi masyarakat Aceh. Dengan demikian, warung kopi menjadi wahana yang serba dapat dimanfaatkan untuk kepentingan interaksi sosial, politik, ekonomi, budaya dan lain sebagainya.²⁶

Perkembangan ini tidak terlepas dari budaya warung kopi yang semakin kental dengan aktivitas, variasi menu sajian serta fasilitas pendukung yang disediakan pada warung kopi. Berbagai aktivitas serta kreativitas akan tampak di warung kopi sebagai media publik yang semakin membudaya. Meskipun tidak semua warung kopi akan menyajikan menu yang serba ada, akan tetapi menjadi tempat yang sangat strategis

²³Padebooks, "De Atjehers 2: Dari Serambi Mekkah Ke Serambi Kopi", hal. 106

²⁴Padebooks, "De Atjehers 2...", hal. 114.

²⁵Lismanto, L., & Utama, Y. J. (2020). Membumikan Instrumen Hukum Administrasi Negara Sebagai Alat Mewujudkan Kesejahteraan Sosial Dalam Perspektif Negara Demokrasi. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 2(3), 416-433.

²⁶M. Zakaria Al-Anshari, "Komunikasi Islam Dan Perubahan Sosial", Tasamuh, Vol. 16, No. 1, Desember 2018.

untuk berinteraksi, berdiskusi, berbincang serta berhubungan dalam bentuk sebuah aktivitas yang wajar bagi masyarakat Aceh, dan juga di seluruh Aceh.

1. Aspek Lain Warung Kopi di Aceh

Warung kopi di Aceh mulai beroperasi melayani pelanggan sejak pukul 7.00 pagi dan ini sudah bisa di lihat di tahun 1970-an, 1980-an, 1990-an hingga awal tahun 2000-an. Tujuannya agar dapat melayani para pelanggan yang hendak memulai aktivitas bekerja pada pagi hari, serta para mahasiswa yang menikmati kopi pagi sebelum masuk kuliah. Umumnya penikmat warung kopi adalah para lelaki yang benar-benar menikmati kopi pagi ataupun teh, bubur kacang hijau, nasi gurih pagi dan lainnya. Hanya saja awalnya warung kopi merupakan tempat favorit kaum adam, dan sangat sedikit atau sama sekali tidak ada perempuan/wanita yang memasuki warung kopi. Meskipun tidak ada larangan secara tertulis, akan tetapi mungkin kaum perempuan menjadi sungkan ataupun tidak mendapatkan dukungan budaya atau adat. Akhirnya mengunjungi warung kopi menjadi sesuatu yang “tabu” bagi perempuan.²⁷

Perkembangan warung kopi saat ini, tak lagi hanya sekedar sebagai tempat minum kopi, tapi banyak peristiwa penting yang berawal dari sebuah meja warung kopi. Berbagai kegiatan yang dilakukan seperti penggalangan dana bagi korban bencana, sosialisasi kebijakan aparat pemerintah, juga biasa dijadikan sebagai tempat pertemuan rapat dikalangan masyarakat dan juga diskusi publik. Kaitannya dengan kebencanaan, warung kopi sering dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi dan informasi antar pemangku kepentingan kebencanaan. Informasi kebencanaan yang bisa didapatkan masyarakat tidak hanya seputar bencana alam seperti gempa bumi, banjir, longsor, dan tsunami, tapi juga bisa berupa paham-paham teroris.^{28,29}

2. Tren Syariah

Label syariah tentu sudah menjadi trend di Aceh semenjak pemberlakuan syariat Islam diterapkan yang itu merupakan amanah Undang-undang Pemerintah Aceh yang dieksekusi dalam bentuk qanun syariat Islam. Sudah banyak qanun yang dihasilkan pemerintah Aceh, mulai Qanun Nomor 10 Tahun 2002 tentang Peradilan Syariat Islam, Qanun Nomor 12, 13, dan 14 Tahun 2003 tentang khamar, maisir dan khalwat, Qanun Aceh Nomor 8 tahun 2014 tentang pokok-pokok syariat Islam, Qanun Aceh Nomor 6 tahun 2014 tentang hukum jinayat, Qanun Aceh Nomor 8 tahun 2016 tentang jaminan produk halal, hingga terakhir Qanun nomor 11 tahun 2018 tentang Lembaga Keuangan Syariah (LKS).³⁰

Alhasil dari rentetan qanun tersebut, di Aceh sudah banyak muncul trend halal dan syariah. Misalkan saja, kita temukan hotel syariah, losmen syariah, kost syariah, rumah makan halal, bank syariah, wisata halal, peradilan (mahkamah) syariah dan seterusnya.

²⁷Moehammad Isa Soelaeman, *Pendidikan dalam Keluarga* (Bandung: Alfabeta, 1994).

²⁸Ruzwar Wahyudi, “Efektifitas Warung Kopi Sebagai Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi Kebencanaan di Kota Banda Aceh”, *Jurnal Dialog Penanggulangan Bencana* Vol. 10, No. 2 Tahun 2019 Hal. 168.

²⁹Racmad Kriyantono, *Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi Filsafat dan Etika Ilmunya Serta Perspektif Islam* (Jakarta: Premada Media, 2019).

³⁰Pomalingo, S. (2016). *Membumikan Dialog Liberatif*. Deepublish.

Membumikan Komunikasi Islam dalam Kehidupan Sosial Melalui Warung Kopi di Kota Banda Aceh – Furqan, Abdullah, Muhammad Furqan

Bahkan nantinya tidak tertutup kemungkinan, karena Aceh dikenal dengan negeri 1001 warung kopi, akan ada warung kopi (warung kopi) 'syariah' yang ikut berkompetisi secara bisnis dengan warung kopi 'konvensional'. Terlebih di kota dengan julukan 'Tauhid Sufi', tentu duduk menyereput segelas kopi atau menikmati sepotong kue timpan sambil ber'wifi' ria, tidak menenggelamkan pelanggannya ke 'dunia lain' hingga lupa bahwa ia ternyata masih duduk di kursi sebuah warung di sudut kota yang beroperasi di negeri syariat.³¹

3. Terlaksananya Dakwah Warung Kopi

Salah satu keunikan program dakwah da'i perkotaan adalah terlaksananya dakwah di warung-warung kopi, selama ini mungkin dakwah hanya dilaksanakan di masjid atau tempat pengajian, sekolah, kampus dan lain sebagainya. Dakwah warung kopi adalah melaksanakan kegiatan dakwah di warung-warung kopi di sekitar kota Banda Aceh. Dakwah warung kopi ini dikemas dalam bentuk penyampaian tausiah oleh da'i perkotaan, para da'i perkotaan memanfaatkan warung kopi sebagai sarana dakwah agar pengunjung warung kopi juga dapat mendengarkan ceramah langsung, boleh dikatakan bahwa dakwah warung kopi adalah menjemput *mad'u* untuk mendengarkan dakwah.³²

Tujuan dilaksanakan dakwah warung kopi yaitu agar dakwah dapat menyentuh semua lapisan masyarakat, mungkin sebahagian masyarakat sibuk sehingga tidak sempat ke mesjid untuk mendengarkan ceramah maka dakwah warung kopi ini menjadi solusi. Disamping itu juga untuk menjalin kerjasama dengan pihak warung kopi, agar pemilik warung kopi memahami dan mentaati syariat Islam sehingga mereka menghentikan kegiatan di warung kopi ketika datang seruan azan shalat lima waktu dan menyediakan ruangan shalat dengan fasilitasnya supaya pengunjung warung kopi bisa melaksanakan shalat.³³

Kesimpulan

Membumikan komunikasi Islam dalam kehidupan sosial memiliki beberapa peranan dalam kehidupan manusia dilihat dari makna sosial, cakupan sosial dan dukungan sosial. Dari berbagai cakupan dan dukungan sosial diatas Islam hadir melengkapi segala aspek kehidupan dengan membawa peranan komunikasi Islam sebagai penetral pada kehidupan individu, maupun kelompok. Implementasi komunikasi Islam senantiasa bersentuhan dan bergelut dengan realitas yang mengitarinya. Sehingga komunikator muslim memiliki andil yang sangat besar dalam membangun dan membumikan komunikasi Islam pada siapapun dan dimanapun diantaranya, baik kepada keluarga, tetangga dan masyarakat bahkan pada media sosial. Pada akhirnya pada perspektif ini, komunikasi Islam menjadi alat penyampaian atau tukar menukar informasi yang memakai prinsip dan kaedah komunikasi sesuai Al-Qur'an sebagai salah

³¹Padebooks, "De Atjehers 2: Dari Serambi...", hal. 116-117.

³²Mohammad Zamroni, "Membumikasikan Komunikasi Islam", Kedaulatan Rakyat, Selasa Pahing.

³³Mohammad Zamroni, "Membumikasikan Komunikasi...", hal. 63-67

satu motivasi umat muslim membumikan komunikasi Islam dalam kehidupan sosial secara langsung.

Daftar Pustaka

- Aris Risdiana, "Transformasi peran da'i dalam menjawab peluang dan tantangan (studi terhadap manajemen SDM)", *Jurnal Dakwah*, Volume. XV, No. 2 Tahun 2014.
- A'yuni, Q. (2018). Membumikan Dakwah Berbasis Komunikasi Profetik Di Era Media Baru. *Mumtaz: Jurnal Studi Al-Quran dan Keislaman*, 2(2), 293-304.
- Bambang S. Ma'arif, *Komunikasi Dakwah : Paradigma Untuk Aksi* (Cet. I; Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010).
- Beverly.Hills. California: Sage Publication Inc, London. Heejung, S Kim; dkk. 2008. Culture and Social Support. Amerika: American Psychological Association.
- Eka, Setiawati, 2010. Interaksi Sosial dengan Teman Sebaya pada Anak Homeschooling dan Anak Sekolah Reguler. *Jurnal Ilmiah Berkala Psikologi*. Vol 12. Surakarta: Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Erwin Jusuf Thalib, *Dakwah dan Pluralisme*, Jakarta: Insan Cendekia Mandiri, 2020.
- Fatayan, A. (2022). Evaluasi Efektivitas Muhammadiyah dalam Membumikan Islam Rahmatan Lil'alamin. *Jurnal Studi Islam dan Kemuhammadiyah (JASIKA)*, 2(2).
- Feldman, Papalia. 2008. Human Development. Jakarta: Salemba Humanika.
- Gottlieb, Benjamin.H. 1983. Social Support Strategies. Guidelines For Mental Health Practice.
- Gottlieb, Benjamin.H. 1983. Social Support Strategies: Guidelines For Mental Health Practice. Beverly.Hills. California: Sage Publication Inc, London.
- Hidayat, K. (2019). *Agama untuk Peradaban: Membumikan etos agama dalam kehidupan*. Pustaka Alvabet.
- Hidayat, R., & Suwanto, S. (2020). Membumikan Etika Politik Islam Nabi Muhammad SAW Periode Madinah Dalam Konteks Perpolitikan Indonesia. *JUSPI (Jurnal Sejarah Peradaban Islam)*, 3(2), 124-141.
- Hlebec, Valentina; dkk. 2009. Social Support Network and Received Support at Stressful Events. *Jurnal Internasional No 2 Vol 6*.
- Lismanto, L., & Utama, Y. J. (2020). Membumikan Instrumen Hukum Administrasi Negara Sebagai Alat Mewujudkan Kesejahteraan Sosial Dalam Perspektif Negara Demokrasi. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 2(3), 416-433.
- M. Zakaria Al-Anshari, "Komunikasi Islam Dan Perubahan Sosial", *Tasamuh*, Vol. 16, No. 1, Desember 2018.
- Mattson's, 2011. Linking Health Communication with Social Support. Kendall Hunt Publishing, Junker, Shutterstock, Inc.
- Moehammad Isa Soelaeman, *Pendidikan dalam Keluarga* (Bandung: Alfabeta, 1994).
- Mohammad Zamroni, "Membumikasikan Komunikasi Islam", *Kedaulatan Rakyat*, Selasa Pahing.
- Muslimah, "Etika Komunikasi dalam Perspektif Islam", *Sosial Budaya*, Vol 2, Desember 2016.
- Muthahhari, M. (2007). *Manusia dan Agama: Membumikan Kitab Suci*. Mizan Pustaka.
- Mutiara, K. E., & Said, N. (2019). Membumikan Spirit Toleransi Sunan Kudus Kepada Generasi Millennial Melalui Tali Akrab. *Jurnal Studi Agama Dan Masyarakat*, 15(2), 98-106.

Membumikan Komunikasi Islam dalam Kehidupan Sosial Melalui Warung Kopi di Kota Banda Aceh – Furqan, Abdullah, Muhammad Furqan

- Nur, D. M. M., & Fitriani, R. (2020). Membumikan Nilai-Nilai Moderasi Agama Di Masa Pandemi (Dalam Perspektif IPS). *Harmony: Jurnal Pembelajaran IPS dan PKN*, 5(2), 110-119.
- Padebooks, "De Atjehers 2: Dari Serambi Mekkah Ke Serambi Kopi", hal. 106.
- Pomalingo, S. (2016). *Membumikan Dialog Liberatif*. Deepublish.
- Racmad Kriyantono, Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi Filsafat dan Etika Ilmunya Serta Perspektif Islam (Jakarta: Premada Media, 2019).
- Retna Dwi Estuningtiyas, "Strategi komunikasi dan dakwah pada kalangan milenial di era modernisasi", *Muttaqien*, Vol. 2, No. 1, 1 Januari 2021.
- Ruqoiyah, R. (2018). Membumikan Nilai-Nilai Pendidikan Agama Islam Dalam Keluarga Di-Era Globalisasi. *JIE (Journal of Islamic Education)*, 3(1).
- Ruzwar Wahyudi, "Efektifitas Warung Kopi Sebagai Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi Kebencanaan di Kota Banda Aceh", *Jurnal Dialog Penanggulangan Bencana* Vol. 10, No. 2 Tahun 2019.
- Said Agil Husin al-Munawar, et. al. "Agenda Generasi Intelektual, Ikhtiar Membangun Masyarakat Madani", (Jakarta: Penamadani, 2004).
- Santrock, John W. 2002. *Life Span Developmen Perkembangan Masa Hidup*. (Edisi 5 Jilid 2). Jakarta: Erlangga.
- Syamsuddin, "Sosiologi Dakwah", Alauddin University Press, (Makassar, 2013).
- Zamroni, M. O. H. A. M. M. A. D. (2016). Membumikan Komunikasi Islam. *KR (Kedaulatan Rakyat)*, 71(p. 12).