

IKLAN POLITIK
(Sebuah Tinjauan Mengenai Etika Komunikasi Islam)

Almuzanni

Tauhid, Tasawuf dan Fiqh (TASTAFI) Aceh Besar
almuzanni.za@gmail.com

Abstrak

Iklan politik yang begitu eratnya kaitan dengan manusia. Kerena manusia ditugaskan untuk menyampaikan segenap produktivitas itu sendiri. Mengtransmisikan pesan-pesan politik juga dibekali dengan sejarah peradaban Islam dan ijthah para intelektual Islam. Dalam kerangka ini, penulis membicarakan iklan politik. Tulisan ini juga menjelaskan definisi etika komunikasi islam dalam pendekatan qawlan baligho, qawlan sadida, qawlan karieman, qawlan layyinan.. Kajian ini menyimpulkan bahwa transmisi pesan kepada masyarakat mengandung tiga dimensi yaitu materi normatif, penalaran dan pesatuan umat.

Kata Kunci : Iklan Politik, Etika, Komunikasi Islam.

A. PENDAHULUAN

Pascamodernis, tak ada yang lebih mengancam kaum Muslimin selain dari media Barat. Media barat senantiasa hadir di manamana. Ia tak pernah berhenti menyerang dan merembesi pusat kesadaran budaya kita dan tanpa pernah memperlihatkan kasih sayang merasuki alam bawah sadar kita. Yang lebih buruk lagi tidak semua kaum Muslimin menyadari dan memahami serangan atau invasi kultural yang telah memiskinkan imajinasi kita mengenai hidup dan kehidupan. Kini darah dan air mata seolah telah menjadi santapan tontonan. Kekerasan dan kebrutalan telah menjadi penantian. Tawa dan canda menjadi ritual yang diajarkan media (televisi), seakan hidup hanyalah jalan pelarian dari kelesuan rohani yang mendalam dan biaya ekologi yang harus ditebus dengan tragis dan tangis yang getir.¹

Diera digital seperti saat ini, eksistensi iklan tidak dapat dipungkiri lagi. Kemasan yang begitu indah untuk mempengaruhi masyarakat dan mendapatkan perhatian khalayak ramai. Mempengaruhi orang agar memilih pasangan yang ada pada iklan tersebut. Dengan kata lain lebih dikenal dengan sebutan iklan politik. Para kandidat mencari populeritasnya melalui layanan iklan. Tetapi mereka lebih akrab dengan dunia maya: fecebook, twiter, whatsApp, blogger dengan menyampaikan pesan-pesan politik kepada pembacanya.

Kata-kata sebagai pesan iklan yang dikenal dengan jargon politik juga semakin membuai, begitu juga banyak janji yang ditawarkan, sebagai contoh “terwujudnya Aceh yang damai yang sejahtera melalui pemerintah yang adil dan melayani” pesan ini disampaikan oleh Irwandi Yusuf² dan para pendukungnya sebagaimana terpampang juga diberbagai media mulai dari striker, spanduk, baliho, umbul-umbul, hingga sablonan, bahkan media elektronik semakin digemari. Ada juga ungkapan “mewujudkan kabupaten Aceh Besar yang maju, dan sejahtera dalam bingkai Syariat Islam”. pesan yang menarik perhatian publik yang

¹ Abdul Karim Batubara, *Studi Media Dalam Perspektif Komunikasi Islam (Analisis Esensi Komunikasi Islam Dalam Diseminasi Informasi)*, diakses pada 18 juni 2018 melalui http://digilib.uinsby.ac.id/7523/1/Buku%206%20Fix_18.pdf.

² Gubernur Aceh yang sekarang ini dijadikan sebagai tersangka korupsi dana otonomi khusus. Sehingga dengan tersendat kasus tersebut jabatannya sebagai orang nomor satu di Aceh dialihkan atau di Plt kepada wakilnya Nova Iriansyah.

disampaikan oleh Mawardi Ali di televisi dan para pemerhatinya.³ Berangkat dari fenomena tersebut, penulis ingin mempelajari apakah iklan politik juga harus memiliki etika? Bagaimana islam memberikan formulasi iklan dalam pendekatan etika komunikasi islam?

B. TEORI DAN PEMBAHASAN

1. Pengeritian etika

Istilah etika berasal dari bahasa Latin, *ethica* dengan akar katanya *ethos* dan dari bahasa Jerman *ethike* yang diserap ke dalam bahasa Inggris menjadi *ethic*, yang berarti bertindak atas dasar moralitas atau selaras dengan patokan moral yang berlaku dalam masyarakat tertentu, atau menyelaraskan perbuatan dengan standar perilaku dari suatu profesi tertentu.⁴ Adapun menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) etika adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak).⁵ Menurut Sobur sebagai pedoman baik buruknya perilaku, etika adalah nilai-nilai, dan asas-asas moral yang dipakai sebagai pegangan umum bagi penentuan baik buruknya perilaku manusia atau benar salahnya tindakan manusia sebagai manusia. Kemudian Kenneth E. Andersen, mendefinisikan etika sebagai suatu studi tentang nilai-nilai dan landasan bagi penerapannya. Ia bersangkutan dengan pertanyaan-pertanyaan mengenai apa itu kebaikan atau keburukan dan bagaimana seharusnya.⁶

Difinisi yang disebutkan diatas, dapat diberikan kesimpulan bahwa etika merupakan ilmu yang menginformasikan tentang persoalan karakter seseorang baik dan buruknya dalam perjalanan kehidupan bersama. Setidaknya gambaran

³ Mawadi Ali sekarang menjabat sebagai Bupati Aceh Besar periode 2018-2022. Akan tetapi iklan politik Kandidat Bupati dan wakil Bupati Aceh Besar mempresentasikan program kerja dan visi misi jika terpilih di Pilkada 2017 mendatang. Visi misi tersebut disampaikan dalam debat kandidat terbuka yang berlangsung di studio TVRI, Mata Ie Aceh Besar, Kamis 19 Januari 2017.

⁴ Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah Perspektif Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 184.

⁵ KBBI, "Etika", 2018, dalam <http://www.kbbionline.com/arti/kbbi/etika>, diakses pada 28 Juni 2018.

⁶ Soleh Soemirat, Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relation*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), hlm. 169-170.

dimaksud memperoleh makna sebagai ilmu, dan pedoman mengenai tingkah laku dan moralitas baik positif ataupun negatif.

2. Etika politik

Etika politik adalah filsafat moral tentang dimensi politis kehidupan manusia. Politis dalam konteks ini berorientasi kepada masyarakat secara keseluruhan. Sebuah tindakan disebut politis apabila menyangkut masyarakat sebagai keseluruhan. Maka politisi adalah orang yang mempunyai profesi yang mengenai masyarakat secara keseluruhan. Karena itu, dimensi politis manusia dapat ditentukan dimana manusia menyadari diri sebagai anggota masyarakat secara keseluruhan yang menentukan kerangka kehidupannya dan ditentukan kembali oleh tindak tanduknya.⁷

Lebih lanjut, persoalan etika politik adalah masalah legitimasi etis kekuasaan yang menyangkut dengan hak moral seseorang, komunitas tertentu untuk menguasai dan menggunakan kekuasaan yang mereka miliki. Pada sisi lain, sebesar apapun kekuasaan yang diperoleh seseorang, ia selalu dapat dihadapkan dengan tuntutan untuk mempertanggungjawabkannya. Karenanya, ketika pertanggungjawaban ini tidak bisa presentasikan, kekuasaan itu tidak berguna lagi, bahkan tidak lagi dianggap sebuah kekuasaan yang sah.⁸

3. Iklan Politik

Dalam kamus besar bahasa Indonesia karangan W.J.S. Poerwadarminta mendefinisikan politik sebagai pengetahuan tentang ketatanegaraan atau kenegaraan, seperti tata cara pemerintah, dasar-dasar pemerintahan dan sebagainya; dan dapat pula berarti segala urusan dan tindakan (kebijaksanaan), siasat dan sebagainya mengenai pemerintahan suatu Negara atau terhadap Negara lain.⁹

⁷ Farid Hamid dan Heri Budianto, *Ilmu Komunikasi: Sekarang Dan Tantangan Masa Depan*, (Jakarta: Kencana, 2011), Hlm, 133.

⁸ Farid Hamid dan Heri Budianto, *Ilmu Komunikasi...*, 133.

⁹ W.J.S. Poerwadarminta, kamus besar bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, Cet. XII, hlm. 763.

Menurut kartini kartono, menginterpretasikan politik sebagai aktivitas perilaku atau proses yang menggunakan pengetahuan kekuasaan untuk menegakkan peraturan dan keputusan yang sah berlaku ditengah masyarakat.¹⁰

Adapun iklan merupakan bagian media komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan pesan mengenai produk tertentu kepada publik atau masyarakat. Dari gabungan kosa kata diatas, dapat disimpulkan bahwa iklan politik suatu metode yang dilakukan dalam rangka membujuk khalayak ramai agar mau memilih pruduk (tokoh) politik yang dimunculkan atau ditawarkan.¹¹

Iklan politik yang ditayangkan lewat berbagai media, baik media elektronik maupun media cetak pada dasarnya sama-sama berupaya membangun citra dan imajiansi tentang kekuasaan yang bergelayut di alam pikiran publik. Kita perhatikan bagaimana iklan politik itu menyebu ruang publik dan menyapa pemirsa-masyarakat politik. Semua itu tidak lain sebagai bentuk simbolisme dan pencitraan.¹²

Adapun Zaini Abdullah, sang tokoh senior itu mengkritik angka kemiskinan dimasa pemerintahan dengan membangun semboyan JKRA yang mengisyaratkan bahwa menagih janji tentang optimalisasi program JKA Irwandi Yusuf sebagai symbol seorang tokoh mempunyai kepedulian yang tinggi terhadap masyarakat miskin. Lebih parah lagi dinegeri ini tentang iklan orang nomor satu dengan teriakan “ Jaminan Kesehatan Sejahtera (JKA) Plus, Aceh Carong, dan Aceh Kaya.” Dan lagi-lagi penghujung yel-yel kampanye disuarakan, pilih no 6.

Sesungguhnya iklan politik tetap saja iklan yang lain, yang memiliki tujuan utamanya adalah membesarkan produknya. Target utamanya adalah agar citra jualannya terdongkrak dan dibeli masyarakat. Perkara kualitas produk apakah benar-benar bisa dipertanggungjawabkan atau tidak itu urusan kesekian. Jika ini terjadi, yang sedang bersalangsung saat ini adalah upaya pembodohan umat, dimana dalam pemasaran politik itu, para parpol dan politisinya hanya mangangungkan politik simbolisme dan pencitaan dengan menjadikan masyarakat

¹⁰ Muslim Mufti, *Politik Islam sejarah dan pemikiran*, (bandung: CV Pustaka Setia, 2015), hlm, 18.

¹¹ Farid Hamid dan Heri Budianto, *Ilmu Komunikasi...*, 135.

¹² Farid Hamid dan Heri Budianto, *Ilmu Komunikasi...*, 136.

miskin sebagai objek eksploitatif politik untuk memenangkan kepentingan kekuasaan.¹³

Fenomena diatas tentu menyadarkan masyarakat kita dimana negeri yang falsafah berlandaskan syari'at islam, berkayakinan kepada Ketuhanan Yang Maha Esa. Praktik pembodohan umat lewat “obral janji dan ucapan-ucapan manis,” yang mereka kembangkan dalam kubangan kemiskinan masih juga dijadikan sebagai barang produksi dalam ritual politik, demi memenuhi sebuah kursi jabatan. Kondisi seperti ini, yang dapat memecahkan perkara ini adalah kemanakah moral mereka dan dimanakan etika mereka.

C. Analisis Iklan Politik dalam Etika Komunikasi Islam

Dalam iklan politik, seharusnya yang ditonjolkan adalah program unggulan tokoh yang bersangkutan. Program politik unggulan itulah yang harus dibingkai menjadi komoditas politik. Juga citra diri, kredibilitas, dan kapasitas, serta kompetensi tokoh itu sebagai pemimpin politik.

Politik jujurkan? Pertanyaan ini muncul ketika kita tahu betapa besarnya uang yang berputar dalam lingkaran bisnis itu. Bahkan yang muncul sebenarnya yang terjadi kemudian adalah hokum pasar, saling klaim, saling menjelekan competitor, dan saling mempropaganda keunggulan dirinya dibandingkan dengan yang lain. Inilah wajah kapitalisasi politik itu sebetulnya, keuntungan bagi segelintir orang dengan mengorbankan kepentingan public yang lebih besar. Secara realitas, iklan politik itu juga banyak yang tidak mengindahkan etika komunikasi islam. Sebagai contoh, saling serang antarcalon gubernur, antarcalon bupati dengan pembunuhan karakter, padahal masa-masa periode sebelumnya pernah menduduk ruang parlemen, dan sesama mereka juga sama-sama duduk dalam satu cabinet yang terbukti menindas rakyat.

Fenomena diatas, dapat dihindari oleh para politisi dengan megaplikasikan “etika” komunikasi yang diajarkan islam dalam mengiklan dirinya, yang sebenarnya melekat dalam dirinya itu adalah komunitas atau organisasi yang

¹³ Farid Hamid dan Heri Budianto, *Ilmu Komunikasi...*, 137.

mewadahnya. Disamping itu, lewat ungkapan-ungkapan yang dikemas dan dikampanyekan “mereka” itu sebenarnya juga menggambarkan diri pribadinya sekaligus keluarga besarnya. Dengan demikian, ketika membuat kata-kata dan menyampaikan pesan melalui lisannya, maka dia harus juga memikirkan semua hal yang mewakilinya.

Etika komunikasi Islam telah menginformasikan format-format dalam menyampaikan iklan politik sebagai berikut:

Pertama, Ikhlas (keikhlasan). Kampanye dalam Islam merupakan bagian dari amal saleh dan ibadah, maka berdasarkan dari itu perlu memperhatikan keikhlasan niat dan ketulusan motivasi, sebagaimana terdapat dalam al-quran yang menyebutkan “ *Sebenarnya mereka hanya diperintah untuk menyembah dan mengabdikan kepada Allah dengan memurnikan ketundukan atau keta’atan kepada-Nya dalam merealisasikan ajaran agama yang lurus* ”.¹⁴ Proses penyampaian pesan oleh komunikator politik melalui iklan yang diusung pada saat mengkampanyekan dirinya tentu saja harus dibekali dengan sifat dan sikap keikhlasan.

Kedua, Ketaatan (komitmen). Pendekatan ini harus senantiasa menjalakan aturan yang berlaku atau bimbingan dari partai yang berkenaan dengan pesan politik sebagai bentuk ketaatan kepada ulim amri. Informasi ini juga diterangkan dalam Al-quran surat Luqman ayat 6:

Artinya: Dan di antara manusia (ada) orang yang mempergunakan perkataan yang tidak berguna untuk menyesatkan (manusia) dari jalan Allah tanpa pengetahuan dan menjadikan jalan Allah itu olok-olokan. Mereka itu akan memperoleh azab yang menghinakan.

Ketiga, Keteladanan (Ushwah). Model ini dalam mempresentasikan dan menyampaikan program dengan cara dan keteladanan yang terbaik. Diantara etika komunikasi islam lewat iklan politik yang terbaik dan simpatik adalah dengan menampilkan keunggulan lembaga atau partai yang bersangkutan tanpa

¹⁴ Artinya: Mereka itulah yang tetap mendapat petunjuk dari Tuhan mereka, dan merekalah orang-orang yang beruntung (Qs: Al-Baqarah: 5)

mengdiskreditkan dan menjelekkkan personil, partai, dan komunitas lain. Dalam konteks ini, Rasul berpesan lewat sabdanya “ sesungguhnya Allah memerintahkan agar malakukan sebaik-baiknya dalam segenap persoalan”. Selain itu, informasi politik yang efektif merupakan revitalisasi bahasa dan perilaku yang memikat dan menarik simpati lawan.

Keempat, kejujuran. Pola berdasarkan kejujuran adalah salah satu kunci sukses komunikasi politik. Karena itulah, mengobrolkan janji tanpa merealisasikannya merupakan sebuah perilaku dan perbuatan yang penuh dengan penipuan. Dan penipuan merupakan bahagian dari dosa besar. Rasulullah bersabda “ berpeganglah kamu pada tali kejujuran, karena jujur itu menunjukkan kamu pada kebaikan, dan kebaikan itu merupakan jalan menuju surga.”

Kelima, persaudaraan. Kampanye bukan sarana dan arena untuk memuaskan hawa nafsu. Ungkapan yang diucapkan, sikap dan perilaku yang dipresentasikan harus mencerminkan aspek persaudaraan (ukhwah), tidak boleh berburuk sangka apalagi melontarkan fitnah bahkan tuduhan-tuduhan yang tidak rasional, yang hasilnya melahirkan kagaduhan, perpecahan, permusuhan yang menghancurkan nilai persaudaraan. Dalam hal ini, Allah swt., mengisyaratkan dalam firmannya “ sebenarnya mereka mukmin merupakan sebuah ikatan persaudaraan, jika mengalami persolaan yang menciptakan runtuhnya persatuan saudara antarsesama orang-orang mukmin maka selesaikanlah dengan cara perdamaian, kemudian taat dan patuhlah kepada perintah dan larangan Allah supaya kamu memperoleh rahmat-Nya.”¹⁵ Adapun Rasulullah menyampaikan “

¹⁵ Artinya: Orang-orang beriman itu sesungguhnya bersaudara. Sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat. Hai orang-orang yang beriman, janganlah sekumpulan orang laki-laki merendahkan kumpulan yang lain, boleh jadi yang ditertawakan itu lebih baik dari mereka. Dan jangan pula sekumpulan perempuan merendahkan kumpulan lainnya, boleh jadi yang direndahkan itu lebih baik. Dan janganlah suka mencela dirimu sendiri dan jangan memanggil dengan gelaran yang mengandung ejekan. Seburuk-buruk panggilan adalah (panggilan) yang buruk sesudah iman dan barangsiapa yang tidak bertobat, maka mereka itulah orang-orang yang zalim. Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan purba-sangka (kecurigaan), karena sebagian dari purba-sangka itu dosa. Dan janganlah mencari-cari keburukan orang dan janganlah menggunjingkan satu sama lain. Adakah seorang diantara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima Taubat lagi Maha Penyayang (Qs: Al-Hujurat: 10-12).

mengolok-olok seseorang muslim merupakan kefasikan, sedangkan menghabisinya nyawanya adalah kekafiran.

Keenam, Edukatif. Model seperti ini menjadikan iklan politik sebagai sarana pendidikan politik yang mengedepankan normatif-normatif atau prinsip moral dan kesantunan, disamping merupakan media dakwah yang menjunjung tinggi nilai mengajak dengan cara persuasive dan lemah lembut, tanpa melakukan dengan cara koersif (memaksa), bahkan konfrontasi (kriminal/peperangan). Dengan demikian, iklan politik harus mengandung dan konsensus terhadap prinsip edukatif.

Ketujuh, Rendah hati. Akhlak dalam komunikasi islam menganjurkan supaya suatu komunitas tidak mempersepsikan bahwa komunitas itu yang paling benar, juga tidak mudah menganggap kelompok lain yang berbuat tindakan sesat. Mempresentasikan keunggulan individu atau golongan boleh saja, namun tanpa mengaitkan terhadap kekurangan orang atau komunitas lain. Karena Allah swt., telah mempertegaskan melalui Qs. An-Najm ayat 32, bermakna: “ *Maka janganlah kamu mengucapkan diri sebagai orang yang suci. Dialah yang maha mengetahui diantara kamu yang bertakwa*”.

Berdasarkan uraian yang dikemukakan diatas, dapat disimpulkan bahwa iklan politik merupakan sebuah sarana prioritas dalam pemasaran politik. Disamping itu, ia menjadi bentuk doniman interaksi antara politisi dan publik yang ingin mereka capai, dan merupakan alat pragmatis yang memungkinkan para kandidat menampilkan dengan cara mengkomunikasikan keunggulan sifat-sifatnya kepada sasaran dengan membuat perbandingan dengan calon kandidat lainnya.

Akan tetapi dalam etika komunikasi islam telah merumuskan sebuah kaedah tersendiri, dimana dalam menyampaikan pesan-pesan politik harus mendepankan kata-kata yang tidak menyakitkan perasaan orang lain dan tidak mengintimidasi, berkomunikasi dengan kalimat-kalimat yang pantas,

mengedepankan sifat professional, informasi yang mudah dipahami mitra dan tidak mengandung multitafsir.¹⁶

Al-Quran mengabarkan dengan berbagai contoh agar berkomunikasi dengan perkataan yang majemuk yang mengandung bermacam konotasi makna. Ungkapan kiasan yang bagus dan bijak dalam al-quran disebutkan dengan “*qawlan ma'rufan*”¹⁷ yang mengisyaratkan bahwa perkataan yang baik dan pantas dan pemberian maaf lebih baik daripada pemberian sedekah yang diiringi dengan perkataan yang menyakitkan hati penerima.

Selanjutnya, kalimat qaulan sadida yang berfungsi untuk menyampaikan informasi yang tegas dan benar.¹⁸ Dengan bahasa lain pembicaraan yang benar, jujur, lurus, tidak bohong, tidak berbelitbelit. Berikutnya pembicaraan yang pasti Al-quran menggunakan dengan kata *qawlan baligha*¹⁹ artinya pesan-pesan yang disampaikan bisa memberikan bekas dalam hati penerima pesan. AlQuran memerintahkan politisi berbicara yang efektif. Dari sisi yang lain, Alquran melarang berkampanye politik dengan komunikasi yang tidak efektif. Keterangan lain memperkuat kesimpulan ini. Nabi Muhammad SAW berkata: Katakanlah dengan baik. Bila tidak mampu, diamlah.

Sementara itu, perkataan yang lemah lembut dan penuh penghormatan “qaulan karieman” yang terdapat dalam Al-Qur’an surat al-Isra: 23. Keadaan ini merupakan manifestasi cinta yang tulus dan ikhlas. Lebih lanjut, Qaulan layyinan yang terkandung pada Qs. Thaaha: 41, yang menganjurkan untuk menggunakan kalimat-kalimat yang sopan, halus, dan bijaksana kepada kalangan penguasa tirani. Demikianlah islam membuat formulasi yang tepat dan jelas kepada komunikator manakala ia mengabarkan informasi kepada komunikan, khususnya bila ia akan meberikan janji. Dalam etika kumunikasi islam batasan dan rambu-rambu yang diberikan Allah terhada hal keadaan tersebut yaitu: *qawlan sadida, qawlan karieman, qawlan baligho, qawlaw layyinan*.

¹⁶

Artinya: Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang pantas (Qs: Al-Isra’: 28)

¹⁷ (Qs. Al-Baqarah: 235), (Qs. Al-Baqarah: 263).

¹⁸ Qs. An-Nisa’: 9

¹⁹ Qs. An-Nisa’: 63

D. Kesimpulan

Secara komprehensif iklan memperoleh maksud dan tujuan untuk membangun image suatu produk (dalam hal ini tokoh) politik yang pada gilirannya mengesankan khalayak ramai atau masyarakat. Iklan politik menjadi sebuah terobosan yang paling ampun dan efektif serta efisien dalam mempromosikan diri kepada public. Oleh sebab itu, menjadikan iklan sebagai sarana atau media yang kreatif-efektif berkontribusi untuk pendidikan kepada masyarakat, maka informasi atau transmisi difusi pesan yang akan diiklankan harus mempunyai prinsip-prinsip kebenaran, kejujuran, tegas, keikhlasan, kepastian, dengan mengisi kelembutan dan kehalusan kata-kata yang hendak disampaikan. Dalam konteks ini, memiliki arti bahwa ucapan-ucapan yang pajang pada iklan tidak bernuasan negatif, tidak memperolok-olok seseorang yang manjadi lawan politik yang diformulasikan dalam bentuk, *qawlan baligho*, *qawlan sadida*, *qawlan karieman*, *qawlan layyinan*. Pendektan inilah yang masyhur dikenal dengan pola iklan poltik menurut etika komunikasi Islam.

Daftar Pustaka

Abdul Karim Batubara, *Studi Media Dalam Perspektif Komunikasi Islam (Analisis Esensi Komunikasi Islam Dalam Diseminasi Informasi)*, diakses pada 18 juni 2018 melalui http://digilib.uinsby.ac.id/7523/1/Buku%206%20Fix_18.pdf,

Farid Hamid dan Heri Budianto, *Ilmu Komunikasi: Sekarang Dan Tantangan Masa Depan*, Jakarta: Kencana, 2011

Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah Perspektif Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013

Muslim Mufti, *Politik Islam sejarah dan pemikiran*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2015

Soleh Soemirat, Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relation*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008

W.J.S. Poerwadarminta, *kamus besar bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, Cet. XII, th