Studi Media Dalam Perspektif Komunikasi Islam
(Analisis Esensi Komunikasi Islam Dalam Diseminasi Informasi)

Abdul Karim Batubara, MA

ABSTRACT

Today, we are faced with the age of information and globalization are very complex, both in terms of the source, the area, the nature and degree. In simple terms, this century known as 'exploitation of information'. We do not know exactly what and how the range of information that have occurred on this earth. The presence of Islamic Communication is needed as a solution to overcome the problems of both media content, and dissemination purposes. In Islam the concept of the messages that are presented to promote the creation of useful knowledge, wise and can reflect the unity of faith toward

Pendahuluan

Krisis Kultural Melalui Media

Media (Televisi, internet) justru telah menjadi biang keladi dari krisis kultural zaman kita. Krisis kebudayaan yang dialami oleh negara-negara yang secara industrial dan teknologis maju itu sebagian besar disebabkan kriteria budaya tradisional yang bersumber dari agama justru telah digeser dan terus menerus dipermak dan digerus oleh rembesan pesan-pesan media yang seringkali tidak sejalan dengan kepentingan mayoritas penduduk yang justru menjadi konsumen dari budaya kemasan media. (televisi).[442]

Di sinilah muncul ironi, di satu sisi, masyarakat menuntut agar media-media komunikasi (televisi, internet, dll) mengurangi tanyangan yang berwajah seks, sadisme, atau kekerasan, tapi di sisi lain, tayangan keagamaan hanya ditonton oleh 3% dari pemirsa. Barangkali cara atau metode tayangan mengenai keagamaan yang ada selama ini harus dibenahi supaya lebih penarik pemirsa. Tayangan yang bersifat monolog, skriptualistik, dengan memandang sesuatu persoalan secara hitam-putih tanpa argumen yang kuat yang disemangati oleh Kalam Allah dan Sunnah Rasul; begitupun drama mengenai keagamaan yang simpatis dengan ending cerita yang sudah bisa ditebak, sehingga terkesan menggurui, dengan penyajian yang telah membuat jenuh dan

[442] Idi Subandy Ibrahim, *Sirnanya Komunikasi Empatik: Krisis Budaya Komunikasi dalam Masyarakat Kontemporer* (Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004), h. 108.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

membosankan juga menyebabkan tayangan keagamaan semakin tidak mendapat tempat di hati khalayak.[443]

Sementara *genre* tayangan lain seperti iklan, film atau sinetron justru semakin mempercanggih diri lewat trik-trik mutakhir yang ditopang oleh perlengkapan teknologi komunikasi yang sedemikian canggih. Di sini persoalan yang muncul tidak hanya bagaimana tayangan agama bisa di kemas supaya menarik dengan memanfaatkan secara maksimal kapasitas teknologi komunikasi, tapi *genre* tayangan keagamaan menghadapi persoalaan mengenai bobot spiritual yang hendak disampaikannya. Apakah ia ingin menyajikan hal-hal yang besar dengan simpel dan tanpa kedalaman. Ataukah, ia lebih menyoroti sekelumit dari belantara kehidupan yang amat kaya dan kompleks dari berbagai sudut pandang yang multi-dimensi atau banyak segi. Kita berharap dalam hal ini pengelola media memilih yang terakhir.[444]

Barangkali salah satu penyebab krisis budaya yang memilukan di zaman media ini adalah bahwa sebagian besar paket acara media massa, khususnya televisi, justru masih didominasi oleh hiburan yang berkolusi dengan cengkeraman gurita kepentingan politik bisnis. Ini dibuktikan sebagian besar media kita masih mengandalkan acara-acara dari luar negeri. Sementara acara dari dalam negeri biasanya cenderung meredusir tontonan menjadi dagelan-dagelan konyol, kuis, atau sinetron dengan bumbu pesona gemerlap kemewahan kelas menengah atas atau hidangan pokok erotisme yang masih kental termasuk dalam hal cara berpakaian beberapa presenter perempuan yang akhir-akhir ini sudah amat berani tampil sensual dengan berbusana sampai terlihat bujal (tersembul).

Tidak jarang muncul protes dari pemirsa melalui berbagai surat pembaca di media. Tapi yang bersangkutan tak bergeming. Yang tegas menyuarakan kritik ini umumnya adalah segmen pemirsa umat Islam, yang biasanya diwakili oleh sejumlah ormas atau organisasi kepemudaannya.

Dalam konteks ini, kita bisa menduga bahwa sebagai mayoritas, dapat dipastikan umat Islam juga merupakan pemirsa terbesar setiap mata acara dan berita (televisi, internet). Untuk tidak mengatakan bahwa sebagian besar konsumen juga dari kalangan kaum Muslimin. Sehingga ironis kalau kebutuhan akan tontonan yang menjadi aspirasi Muslim belum begitu tercermin dalam budaya visual kita. Jika memang demikian yang terjadi, tidak berlebihan kalau muncul keluhan bahwa umat Islam selama ini memang

[443] Salah satu faktor yang menyebabkan penonton televisi meninggalkan siaran agama adalah adanya siaran yang lebih menarik pada stasiun televisi lain yang masa penyiarannya bersamaan dengan penyiaran agama. Karena itu, idealnya dalam penetapan waktu penyiaran Islam, perlu dipertmbangkan paket-paket siaran pada televisi lain. Sehingga waktu penyiaran agama tidak bersamaan dengan siaran-siaran yang menarik dan dapat membuat pemirsa beralih pilihan. Lihat *Syukur Kholil, Komunikasi Islami* (Bandung: Citapustaka Media, 2007), h. 53.

[444] Idi Subandy Ibrahim, *Sirnanya Komunikasi Empatik: Krisis Budaya Komunikasi dalam Masyarakat Kontemporer*, h. 112.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tak lebih sebagai pasar yang mau tak mau terpaksa mengonsumsi acara-acara yang dikemas oleh media (televisi) yang ada.[445]

Sebagai konsumen, tampaknya kaum Muslim akan tetap menjadi pasar potensial dari berbagai produk industri budaya yang dijajakan melalui media. Sementara gempuran acara-acara negatif terus merembesi alam bahwa sadar masyarakat.

Tak heran, kalau dalam tatapan pascamodernis, tak ada yang lebih mengancam kaum Muslimin selain dari media Barat. Media barat senantiasa hadir di mana-mana. 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.

Dari rangkaian krisis kebudayaan yang berkelindan dengan perubahaan watak informasi yang ditayangan media, ternyata berakar pulalah krisis identitas yang menampilkan fragmentasi dalam kehidupan. Fragmentasi itu tampil dalam bentuk pudarnya sikap kepedulian, semangat kerja sama, dan rasa memiliki sebuah komunitas yang di dalamnya umat merangkai mosaik kehidupan dan menjalin kasih degan sesama. Sementara logika untung rugi menjadi basis perhitungan hubungan sosial, sehingga universum kehidupan mesti dikemas dalam paket-paket bisnis yang menjadi basis rasionalitas instrumental.

Di samping itu media memunculkan yang lebih mendalam lagi yakni ”krisis makna”. Krisis ini ditandai oleh penyelewengan komitmen etis dari bingkai kehidupan yang semula bermuara dari nilai-nilai spritual tertinggi yang melahirkan kebenaran. Komitmen etis yang menjadi kerangka acuan nilai dan emosional direduksi dan disubordinasikan sedemikian rupa sehingga nilai-nilai agama ditempatkan pada bagian pinggiran. Agama yang menyajikan struktur makna yang jangkauannya melampaui komitmen politik menjadi tidak terkait dengan kenyataan yang ada. Tataran sekular pun yang menemukan basis pembenaran politik bisnisnya terus diperkisruh oleh tayangan media. Seks dan sekularisme menjadi sarana baru serangan terhadap kesakralan dalam kehidupan manusia modren.

[445] Secara ekonomis kita dikuasai oleh negara-negara super power khususnya Amerika. Jadi ada satu kesulitan bagi masyarakat Islam. Salah satu buntut atau akibatnya, ya sekarang ini ada perang antar umat Islam. Paling tidak antara yang bercokol di DPR dan eksekutif. Itu secara langsung atau tidak, ada imbas dari masalah itu. Jadi munculnya televisi yang Islami itu sudah tepat. Katakan ini dakwah melalui televisi. Sayang sekali kalau yang menguasai televisi itu kebanyakan negara-negara sekuler. Lihat A. Muis, *Komunikasi Islami* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), h. 330.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Melalui media, pengalama-pengalaman hidup yang sungguh diselami dan nyata di redusir menjadi gambar-gambar tayangan. Dampak keseluruhannya adalah retaknya segala bentuk kesatuan, keengganan untuk terlibat, dan matinya daya rasa serta kemampuan untuk menilai dan menyelami makna yang tumpul.

Praktik Komunikasi dalam Media

Tulisan generasi pertama teoritisi kritis, seperti Horkheimer, Adorno, Lowenthal dan Marcus, menawarkan basis untuk melakukan telah intensif atas kritik masyarakat modern, termasuk diskusi tentang konsekuensi filosofis (dan politisnya) bagi penelitian media komunikasi.[446]

Karyamerekalalu diperkaya oleh Jurgen Habermas yang menawarkanjustifikasi epistemologis bagiemansipasi manusia. Bahkan mengambil posisi kritisketimbang sekedarteori, membuat teori kritis dimulai dengan kritik atas kondisi masa kini dan lantasdiarahkan pada potensimasadepan. Bagi Habermas,tindakan tersebut melibatkan kepentingan emansipatoris dengan potensialitas umat manusia di pusatnya.

Rute menuju posisi teoritis seperti itu membawa pada penerapan suatu ilmu pengetahuan rekonstruktif (*reconstructive science*). Dalam *Communication and the Evaluation of the Society,*Habermas sudah menekankan penting nya pemahaman dan menegaskan bahwa ”tugas pragmatik universal adalah untuk menid entifikasi dan merekonstruksi kondisikondisi universal yang memungkinkan pemahama n *(verstandigung)*, yang sampai pada ”presuposisi umum tindak komunikatif” sebab ia mempertimbangkan ”
jenis tindakan yang dimaksudkan untuk mencapai pemahaman itu menjadi fundamental.

Bahkan bagi Habermas, pemahaman berarti mencapai kesepakatan yangberakhir pada mutualitas dan intersubjektivitas. ”Berbagi pengetahuan,saling percaya, dan cocok satu sama lain”.Kesepakatan seperti itu didasarkan pada ”pengakuan atas klaimklaim kebenaran tentang komprehensibilitas, benar(*truth)*, kebenaran (*truthfulness)*dan ketepatan (*rightness)* yang saling berhubungan.[447]

Kondisi yang mendasari praktik komunikatif seperti itu didasari rasionalitas yan g ditentukan oleh apakah para partisipannya ”bisa, dalam kondisi nyaman, untuk memb eri penalaran atas ekspresiekspresinya”. Habermas menjelaskan bahwa ”rasionalitas ya ng tepat untuk praktik komunikatif dalam praktek kehidupan seharihari menunjuk pada praktik argumentasi seperti sidang banding dipengadilan” yang akan memungkinkan ber

[446] Hanno Hardt.*Critical Communication Studies,* (Yogyakarta : Jalasutra, 2005)
[447] Marsefo S. Luhukay. *Buah Pemikiran Kritis Jurgen Habermas dalam Realitas Wajah Pertelevisian Indonesia*. Dalam http://www.petra.ac.id/~puslit/journals/

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lanjutnyatindak komunikatif dibawah kondisi yang tak akan memungkinkan untuk "me mperbaiki" ketidaksepakatan melalui"rutinitas keseharian"atau penggunaan kekuatan.

Dibawah kondisi tersebut, komunikasimenjadi proses negosiasi terhadap latar belakang budaya bersama, atau "dunia kehidupan" yang menawarkan presuposisi kondisi untuk setiap partisipasi yang bermakna.

Bahkan budaya, masyarakat, dan individu merupakan komponen struktural dari "duniakehidupan" yang didalamnya tindak komunikatif digunakan untuk memproduksipengetahuanbudaya, untuk mengintegrasikan individu dan untuk membe ntuk kepribadian. Habermas melihat budaya sebagai reservoir pengetahuan, yang d ari dalamnya participandalamberkomunikasimengenaidunia mengambil interpretasinya; masyarakat merepresentasikan tatanan yang absah, yang melalui tatanan itu para pa rtisipan menjamin anggotanya dalam kelompok sosial dan meneguhkan solidaritasn ya; dan kepribadian mengacu pada kompetensikompetensi yang memungkinkan seora ng subjek berpartisipasi dalam proses pemahaman sembari menjaga identitasnya sendiri. Bidang semantik dari kandungan simbolik, ruang sosial dan waktu sejarah, membentuk dimensi-dimensi tempat komunikasi berlangsung.[448]

Media sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari dalam "dunia kehidupan berfungsi sebagai bentuk-bentuk komunikasi yang umum. Jadi, suratkabar, radio, televisi dan internet misalnya memiliki fungsi yang mungkin. Media adalah partisipan yangbebasdariketerbatasanruang dan waktu (*spatial temporal)* mereka, menyediakan be rbagai konteks, dan menciptakan instrumen dalam penciptaan ruang publik *(public sphere)*yang mampu melayani kepentingan-kepentingan otoriter atau emansipatoris.

Perspektif tentang komunikasidan media seperti diatas menunjukkan bahwa te ori dan penelitian media komunikasi mestilah terkait dengan analisis praktik-praktik komunikatifyakni yang berkaitan dengan isuisu mengenai kompetensi komunikatif, pem ahaman,danpartisipasi para individu dalam dunia kehidupan mereka. Bagi Habermas , semua bentuk komunikasiinsani, meski dibawah kondisi penyebaran massa sekalipu n, pada hakikatnya merupakan relasi diantara subjek-subjek manusia, yang terutama bersumber dari struktur elementer dialog".

Media Dalam perspektif Ilmu

Dasar Ontologi dari ilmuadalah yang berhubungan dengan materi yang menjad i objektelaah ilmu.Objek ini bersifat empiris, karena dalam jangkauan pengalaman manusia yang mencakup keseluruhan aspekkehidupan yang dapat diamati dan diuji o

[448] Burhan Bungin. *Sosiologi Komunikasi (* Jakarta : Kencana Prenada Media, 2006), h. 67.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

leh panca indra manusia. Yang membedakan suatu ilmu dengan ilmu lainnya ialah objek formalnya, yaitu sudut tertentu yang menjadi kajiannya. Sedangkan objek material atau bahan kajian ilmu bisa sama antara satu ilmu dengan ilmu lain.[449]

Ontologis dalam kajian media adalah teks (gambar, simbol, tayangan/program TV,cerita/narasi, wacana). Bila kita memanfaatkan pendekatan ontologis dan normatif dalam analisis media, maka posisi ilmu komunikasi atau sosiologi pada umumnya akan berada dalam posisi yang lemah. Kita perlu melihat media komunikasisebagai bagian dari masyarakat kita. Jangan kita bertanya seberap a parah pemberitaan di media kita masa kini. Melainkan juga bertanya, faktor-faktor apa yang memungkinkan penampakan media yang kurang memuaskan.

Misalnya dalam kajian berita *infotainment,* bahasan secara *ontologis* tertuju pada keberadaan berita *infotainment* dalam ruang publik. Fenomena tentang berita *infotainment* bukan gejala baru di dunia media. Pada abad 19, pernah berkembang media komunikasi yang berusaha mendapatkan *audiens*nya dengan mengandalkan berita kriminalitas yang sensasional, skandal seks, hal-hal, yang menegangkan dan pemujaan kaum selebritis ditandai dengan reputasi James Callender lewat pembeberan petualangan seks, para pendiri Amerika Serikat.

Fenomena *infotainment* kembali mencuat ketika terjadi berita hebohnya perselingkuhan Presiden Amerika ”Bill Clinton- Lewinsky”. Sejak saat itu seakan telah menjadi karakteristik pada banyak jaringan TV di dunia. Di Indonesia, fenomena ini juga bukan terbilang baru. Sejak zaman Harmoko (Menteri Penerangan pada saat itu) banyak surat kabar–surat kabar kuning muncul dan diwarnai dengan antusias masyarakat. Bahkan ketika Arswendo Atmowiloto menerbitkan Monitor semakin membuat semarak ”Jurnalisme kuning di Indonesia”. Pasca Orde Baru ketika kebebasan pers dibuka lebar-lebar semakin banyak media baru bermunculan, ada yang memiliki kualitas tetapi ada juga yang mengabaikan kualitas dengan mengandalkan sensasional, gosip, skandal dan lain-lain. Ketika tayangan Cek & Ricek dan Kabar Kabari berhasil di RCTI, TV lainnya juga ikut-ikut menayangkan acara gosip. Dari sinilah cikal bakal *infotainment* marak di TV kita. Fenomena *infotainment* merupakan hal yang tidak bisa terhindarkan dari dunia jurnalisme kita. Pada realitasnya ini banyak disukai oleh masyarakat dengan bukti rating tinggi *(public share tinggi)*.[450]

Aspek Epistemologi membahas secara mendalam segenap proses yang terlibat dalam usaha untuk memperoleh. Dengan kata lain, epistemologi adalah su atu teoripengetahuan.Teorikritis mempunyai Epistemologi yang lain. Dia mengatakan kita tidak bisa mengetahui sesuatu kalau tidak menyadari kepentingan kita.Tidak mungkin kontemplasi tanpa kepentingan.

---

[449] Syukur Kholil. *Komunikasi Islami.* (Bandung: Citapustaka Media, 2007), h.. 21
[450] Tine Silvana R. *Aplikasi Filsafat Dalam Ilmu Komunikasi*. Dalam http://pustakawan.pnri.go.id.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kontemplasi mempunyai kepentingan. Tetapi untuk mencapai "objetivitas" ia tidak mau mengatakan ini namun inilah yang disebut keilmiahan, nyatakanlah s ejujurnya kepentingan itu bahkan capailah kepentingan itu lewat konstruksi teoriti snya. Nah kepentingan dalam riset sosial adalah kepentingan praksis untuk membe baskan masyarakat dari penindasan, ketidakadilan dan sebagainya.

Kata epistemologi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *episteme* yang berarti *knowledge* atau pengetahuan dan *logy* yang berarti theori.. Dengan demikian, epistemologi berarti teori pengetahuan (*theory of knowledge*).[451] Pengertian yang lain disampaikan oleh Jujun S, Suriasumantri, bahwa epistemologi adalah sebuah langkah yang dilakukan dalam teori ilmu pengetahuan yang biasanya mempertanyakan tentang bagaimana mendapatkan pengetahuan dan menyusunnya dengan benar. Sehingga dapat menjawab permasalahan mengenai dunia empiris sekaligus dapat meramalkan dan mengontrol gejala alam.[452]

Kajian epistemologi bersangkutan dengan filsafat ilmu yang mencakup sumber (struktur), metode (*methods*), esensi, validitas kebenaran ilmu pengetahuan (*validity of knowledge*).[453]

Dengan demikian dapat dipahami, bahwa epistemologi ilmu komunikasi Islam adalah berupa kajian filosofis tentang sumber, metode, esensi dan validitas ilmu komunikasi Islam. Posisi sumber menjelaskan asal-usul ilmu komunikasi Islam. Sedangkan metode menguraikan cara mendapatkan ilmu tersebut dari sumbernya. Sementara esensi memaparkan tentang hal-hal yang menjadi karakter ilmu komunikasi, dan validitasnya mengkaji verifikasi komunikasi Islam dari segi *scientific*.

Kalau ditinjau dari sudut pandang agama, maka sesungguhnya Allahlah yang berperan mengajari manusia untuk menggunakan akalnya dengan kemampuan bahasanya untuk berkomunikasi sebagaimana yang dijelaskan dalam Alquran.[454]

"Dan Dia mengajarkan kepada Adam nama-nama benda seluruhnya, kemudian mengemukakan kepada para Malaikat. Lalu Dia berfirman:"Sebutkanlah kepada-Ku nama-nama benda itu, jika kamu adalah orang-orang yang benar". Mereka menjawab: "Maha Suci Engkau, tidak ada yang kami ketahui selain dari apa yang Engkau ajarkan kepada Kami. "Sesungguhnya Engkaulah Yang Maha Mengetahui dan Maha Bijaksana". Allah berfirman: "Beritahulah kepada mereka nama-nama benda ini. "Maka setelah diberitahunya kepada mereka nama benda-benda itu, Allah berfirman:

---

[451] Hartono, Dick. *Kamus Populer Filsafat.* (Jakarta: Rajawali, 1986) h. 23

[452] Suriasumantri, Jujun S. *Filsfat Ilmu: Sebuah Pengantar.* (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1999) h. 106.

[453] Effendy, Onong Uchjana. Ilmu, *Teori dan Filsafat Komunikasi.* Bandung: Citra Adytia Bakti, 2000), h. 331.

[454] Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001), h. 13.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

”Bukankah sudah Kukatakan kepadamu bahwa sesungguhnya Aku mengetahui rahasia langit dan bumi serta mengetahui apa yang kamu lahirkan dan kamu sembunyikan.[455]

Dengan demikian, paradigma Ilmu Komunikasi Islam berdasarkan kepada Al-Quran sebagai sumber inspirasi epistemologi ilmu komunikasi Islam dan penggabungannya terdapat pada studi tekstual dan studi kontekstual. Sebagaimana bunyi ayat di atas, terlihat jelas hubungan ayat-ayat Alquran dengan pengkajian wacana epistemologi ilmu komunikasi Islam. Hal tersebut menunjukkan kerangka keilmuannya dapat ditelusuri, meskipun sumber primer ilmu komunikasi Islam adalah Alquran.[456]

Dalam kajian media setiap informasi dan komunikasi hal terpenting adalah fakta. Pada titik yang paling inti dalam setiap pesannya yang disampaikan mesti membawa muatan fakta. Setiap kepingan informasi mengimplikasikan realitas peristiwa kemasyatakatan. Tiap pesan menjadi netral dari kemungkinan buruk penafsiran subyektif yang tak berkaitan dengan kepentingan–kepentingan kebutuhan masyarakat. Kunci standardisasi bahasa penulisan yang memakai pendekatan ketepatan pelaporan faktualisasi peristiwa, yaitu akurat, seimbang, obyektif, jelas dan singkat serta mengandung waktu kekinian. Hal-hal ini merupakan tolak ukur dari *The Quality of News* dan menjadi pedoman yang mengondisikan kerja wartawan di dalam mendekati peristiwa berita dan membantu upaya tatkala mengumpulkan dan mereportase berita. Secara epistemologis cara-cara memperoleh fakta ilmiah yang menjadi landasan filosofi*s* sebuah berita *infotainment* yang akan ditampilkan berdasarkan perencanaan yang matang, mapan, sistematis dan logis.[457]

Aspek aksiologi suatu ilmu berkaitan dengan penggunaan suatu ilmu, untuk apa ilmu itu ada, ada faedah dan kontibusinya bagi kemaslahatan umat manusia.[458] Berbicara tentang axiologis berarti berbicara tentang manfaat yang diperoleh manusia dari pengetahuan yang didapatnya. Bagi Habermas, secara axiologis, semua ilmudak bebas nilai. Semua ilmu punya implikasi ideologis kepentingan-kepentingantersembunyi. Bagi Habermas, ilmupengetahuan tidak lahir dari ruang ha mpa, tetapi lahir dari kepentingankepentingan praktis manusia. Orang menciptakan i lmu pengetahuan pasti ada kepentingannya.

Bagi kajian media dan komunikasi , selalu ada konflik kepentingan atau konfliknilai dibalik pemaknaan suatu teks. Pemaknaan sebenarnya adalahmilikindividu yangmemaknaisimbolsimbol tersebut. Sehingga baik dari sisi pembuat tanda maupun yang memaknai dapat melihatnya dalam perspektif yang berbeda. Interaksi antara keduanya selalu terjadi dalam ruang publik (*public sphere*) ini yang terjadi

[455] Departemen Agama RI, Jakarta: 1994) h. 13-14
[456] Muis, A. *Komunikasi Islam.* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001) h. 65
[457] Astrid S. Susanto. *Filsafat Komunikasi. (Bandung:* Binacipta, 1976), h. 25
[458] Lihat Syukur Kholil, *Komunikasi Islami,* h. 23.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sehinggadarisegi media i dan penonton'khalayaknya selalu terjadi konflik kepentingan yang melatarbelakangi pemaknaan suatu teks / wacana dalam media.

Jadi pada intinya, gagasan Habermas ini mengatakan bahwa terdapat hubungan strategis antara pengetahuan manusia (baik empiris – analitik, historis, hermeunetik, mapupunkritis)dengan kepentingan (teknis, praktis,atau yang bersifatemansipatoris), jad iadainteraksi yang terjadi yang disebutdengan *communicative action*. walaupun tidak dapat disangkal bahwa yang terjadi bisa juga sebaliknya bahwa pengetahuan adalah produk kepentingan.

Validitas dan Objek Ilmu Komunikasi Islam

Ada beberapa syarat, agar suatu disiplin ilmu dipandang mampu berdiri sendiri, yaitu memiliki objek tersendiri, bersifat empiris, sistematis, universal, dapat diverifikasi dan mempunyai nilai guna bagi kehidupan manusia. Berbicara pada tatanan ini, maka komunikasi Islam sebagai hasil pemikiran ilmiah manusia tentu bersifat dinamis dan tidak bisa terlepas dari pengujian terhadap tingkat kebenaran ilmu. Pemakaian kata Islam adalah merupakan ciri khas dari bentuk teori dan prinsip yang dibangun sesuai dengan tata nilai dan aturan, agar manusia menjalani hidupnya sesuai dengan aturana-aturan-Nya.

Validitas ilmu komunikasi Islam dapat juga disajajarkan dengan bentuk analisis disiplin ilmu lainnya, seperti filsafat, psikolog, antropologi, sosiologi dan sejarah, karena keilmuan komunikasi Islam mempunyai kedekatan relasi kuasa antara teks dengan konteks yang berdasarkan data dan fakta. Namun harus disadari bahwa doktrin normatif Alquran tidak bisa diganggu gugat dengan memproduksi ayat dalam rangka dalam rangka menyesuaikan dengan realitas yang ada, meskipun keilmuannya tetap pada wilayah dinamika ilmu.[459]

Objek material komunikasi Islam adalah manusia, baik secara individu maupun

kelompok masyarakat. Namun perlu dicatat, bahwa ilmu komunikasi Islam pada sensinya adalah proses komunikasi yang berlandaskan Alquran dan Assunah. Akan tetapi, objek material ilmu komunikasi Islam tidak dapat disamakan dengan objek material dakwah, karena objek material ilmu dakwah adalah Alquran dan Hadis bukan manusia. Ini jugalah yang membedakan antara ilmu dakwah dengan ilmu komunikasi Islam.

Sedangkan yang menjadi objek formal ilmu komunikasi Islam adalah pesan-pesan yang disampaikan kepada dan didasarkan kepada Alquran dan Assunah. Akan tetapi, ada perbedaan di antara komunikasi umum dengan komunikasi Islam yang diikat dengan asas normatif Islam. Komunikasi Islam membutuhkan tinjauan khusus (kajian

[459] Dermawan, Andy dkk. *Metodologi Ilmu Dakwah.* (Yogyakarta: LESFI, 2002), h. 67).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

spesifik) karena keterkaitannya dengan objek formal ilmu dakwah yang berujuan untuk mengolah, menyampaikan ajaran Islam untuk merubah perilaku individu, kelompok dan masyarakat sesuai dengan ajaran Islam.[460]

Media dalam Perpektif Komunikasi Islam

Berbicara konsep Islam tentang media berarti menelusuri konsep media komunikasi dalam Al-Quran, As-Sunnah dan pandangan ulama sebagai komentator kedua sumber Islam tersebut. Hamid Mowlana menarik teori komunikasi dari kata tabligh yang dikembangkan Ibnu Khaldun[461]. Dari sana terlihat konsep dakwah sebagai komunikasi dalam Islam.

Sementara itu dari tujuan ataupun yang mengarah pada *content* (isi) dapat ditemukan kata-kata seperti *hikmah, maudzah hasanah, mujâdalah yang ahsan, ya'murûna bil ma'rûf wa yanhawna 'anil-mungkar, qûlû li an-nâsi husna, qaulan sadidan* dan lain-lain. Dari sudut efek misalnya, terungkap kata *yastami'ûna al-qaula wa yattabi'ûna a'hsanahu, wamâ 'alaika illa al-balâgh.*[462]

Sayyid Qutub setelah mengkritik berbagai paham filsafat Barat dengan segala konsekuensinya mengajukan paradigma Islam.[463]

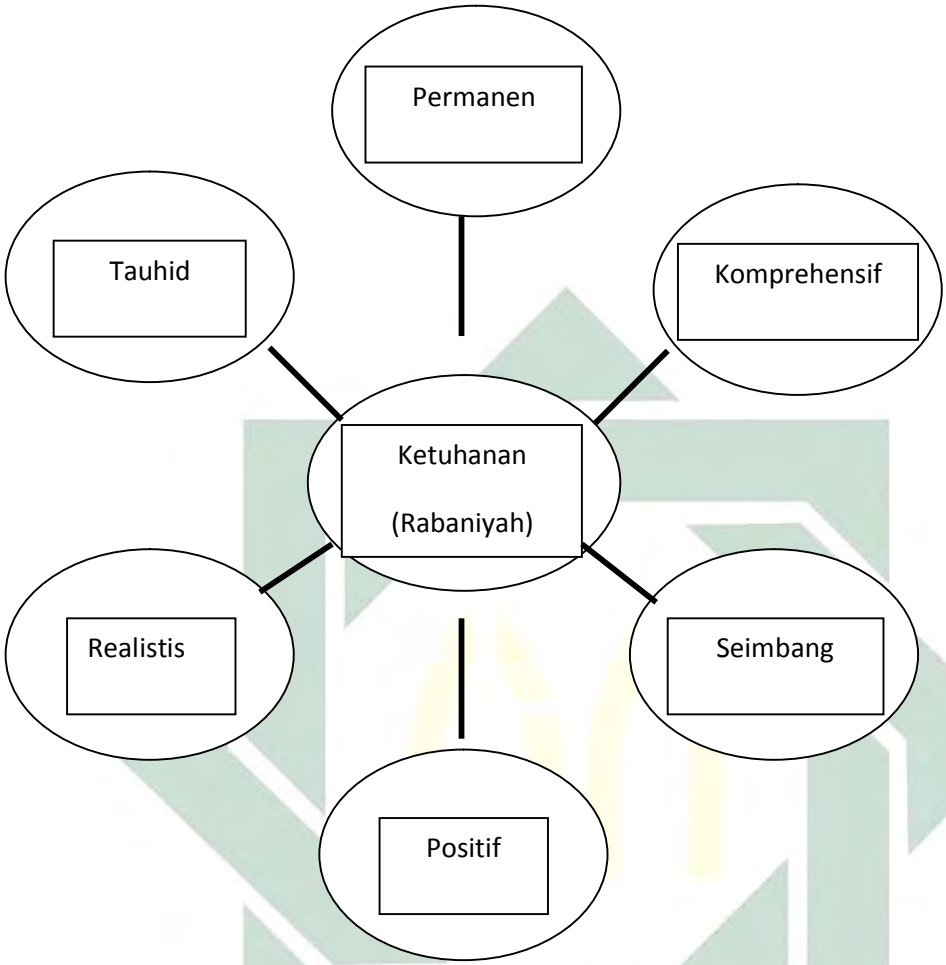
[460] Muhamad Husni Ritonga, *Eksistensi Ilmu Komunikasi Islam (Suatu Tinjauan Filsafat Ilmu.* Dalam Amroeni Drajat (editor), *Komunikasi Islam dan Tantangan Modernitas. (*Bandung: Citapustaka, 2008), h. 104.

[461] Ibnu Khaldun, *The Muqaddimah (An Introduction to History),* dalam Hamid Mowlana, *Global Communication as Cultural Ecology*. International Comparative Research Group stratetegic and Analysis Canadian Heritage, 1998,

[462] M. Tata Taufik. *Etika Komunikasi Islam.* Bandung: Pustaka Setia, 2012. h. 17

[463] Sayyid Qutub. *Khaasais Tâshawuru-i-Islâm.* Dalam M. Tata Taufik. *Etika Komunikasi Islam.* h.18

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id



Paradigma Islam Versi Sayyid Qutub

Jika melihat paradigma yang ditawarkan Sayyid Qutub keenam ciri paradigma Islam tersebut harus ada dalam media komunikasi Islam. Katakanlah content (isi) media, sebagai contoh, menurut paradigma ini harus memiliki ciri rabaniyah. Artinya content (isi) harus merupakan arahan dan bimbingan Tuhan juga harus merupakan Juga harus merupakan sesuatu yang berisikan tauhid, realistis, ketentuan yang permanen, komprehensif, yang senantiasa seimbang dan positif.[464]

Paradigma seperti yang digagas Sayyid Qutub di atas dipakai oleh Dilnawas Siddiqul (1973-2006). Misalnya, dalam melihat produksi pemberitaan dalam perspektif

[464] Adli bin Haji Yaacob menggunakan paradigma ini sebagai paradima sastra Islam menurut Sayyid Qutub dalam makalahnya Sastra Islam dan AlQuran: Analisis Terhadap Perkembangan Konsep dan Teori Sastra Islam Modren oleh Beberapa Sastrawan Melayu di Malaysia. Semkinar Internasional Al Quran Bahasa dan Penafsirannya. UNJ Jakarta. 4-7 September 2006. Dalam M. Tata Taufik. Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Islam dibandingkan dengan perspektif Barat, Ia menggunakan konsep Unity dalam berbagai dimensi. Walaupun Siddiqui belum membahas konsep media secara menyeluruh, namun sudah dapat memberikan arah konsep Islam tentang pemberitaan yang merupakan bagian dari isi (content) media.

Dalam melihat tafsir terhadap Islam, ada empat hal yang harus diperhatikan. (1) Pelaku (intrepretator), yang harus memiliki syarat-syarat tertentu yang dipenuhi; (2) Sumbernya, yakni Al-Quran dan Al-Hadis; (3) Tujuan penafsiran, yang dimaksudkan untuk kemaslahatan umat Islam, (4) Metodologi, yang mengacu kepada kaidah ushul fiqh dan ditangani oleh orang yang benar-benar mengerti metodologi itu.

Ibnu Hamad mengemukakan kaedah dan metedologi yang dipakai harus dikaitkan dengan perkembangan teknologi maju, tidak dengan cara-cara konservatif. Menurutnya, fiqh adalah teknologi harus disinkronkan dengan keberadaan teknologi saat ini.

Sementara itu Andi Faisal Bakti telah menyoroti sisi transformasi ide dalam melihat proses komunikasi. Akan tetapi, sisi relegiusitasnya tampak ketika penyajian wisdom sebagai paradigma sehingga apa yang dilakukan dari komunikasi massa dilihat secara menyeluruh harus berperan dalam membentuk pengetahuan bagi receivernya. Pada akhirnya mencapai derajat wisdom yang dipengaruhi oleh Qadariyah dan Mu'tazillah.

Baik Mowlana, Sayyid Qutub maupun Bakti terlihat ingin menyampaikan bahwa kajian Islam dalam komunikasi harus senantiasa menggunakan pendekatan holistic. Diagram yang ditawarkan Bakti, melompat jauh dari yang ditawarkan Thayer. Bila Thayer baru sampai pada penggambaran proses komunikasi, dengan kesimpulan bahwa message dikonstruksi oleh penerima. Bakti lebih jauh mencoba memotret proses komunikasi dengan menampilkan keseluruhan aspek yang terlibat sampai pada pengaruh dan dampaknya.

Dalam diseminasi media Seringkali kita di hadapkan pada pola kerja penyampaian informasi termasuk informasi yang fragmentaris dan bertindak bagaikan cerobong asap tanpa filter. Apabila hal ini dibiarkan berlarut-larut, bukan mustahil akan terjadi 'polusi pemikiran', bahkan kebingungan di tengah masyarakat.

Bagaimanapun, proses diseminasi pesan-pesan informasi perlu disertai ide, imajinasi, '*self-expression'*, kemampuan intelektual dan pikiran sehingga dapat menyajikan informasi yang memadai dan penuh kebijakan (*wisdom*). Kiranya hal inilah yang perlu direnungkan secara saksama oleh para da'i. Imam Al-Ghazali mengistilahkan kebijakan ini dalam bahasa Arab, yaitu *hikma.* Menurutnya kebijakan akan terjadi apabila *"knowledge"* dikembangkan secara tepat dan sempurna sehingga dapat membedakan penilaian yang benar dari yang salah, memisahkan kepercayaan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang baik dari yang jelek, dan membedakan tindakan yang baik dari tindakan yang salah.[465]

Tantangan yang tampak dalam kegiatan informasi adalah menerapkan unsur kebijakan penyajian dan penyebarannya, tidak terlepas dari tiga komponen utama, yaitu fakta, informasi dan pengetahuan. Dalam setiap sajian informasi, kita dituntut untuk dapat mengintegrasikan informasi itu sendiri dengan pengetahuan, kebijakan, dan tempat sehingga dapat diformulasikan suatu konstruksi pesan-pesan informasi yang berwawasan luas. Fakta dalam suatu peristiwa merupakan mata rantai yang tidak terlepas dari sumber fakta, sifat informasi, sistem nilai, serta refleksi kehidupan masyarakat pada waktu fakta informasi tersebut muncul ke permukaan. Hal ini kiranya perlu dijadikan landasan berpijak atau setidaknya menjadi rujukan berfikir manakala kita dihadapkan pada kenyataan timbulnya informasi kontemporer. Bagaimana strategi disemienasi yang akan ditempuh agar pesan-pesan informasi yang disediakan atau disajikan tidak terlepas dari tatanan yang menghendaki terciptanya *"intellectual practice and development'* pada masyarakat luas.

Terms Media dalam Al-Quran

Mencari term "media" dalam AlQuran secara lafzhi tidak akan pernah ditemukan, tetapi tidak berarti kajian komunikasi terhadap AlQuran menjadi tindakan mengada-ada atau suatu hal yang mustahil. Sebab, AlQuran merupakan salah satu bentuk komunikasi religius antara manusia dengan Tuhan.

Berbicara konsep Islam tentang media berarti menelusuri konsep komunikasi dalam Al-Quran, As-Sunnah, dan pandangan ulama sebagai komentator kedua sumber Islam. Hal itu dapat ditelusuri melalui ungkapan-ungkapan, seperti yad'û, qul, ta'arûf, tawâshau yang mencerminkan komunikasi sebagai proses. Selain kata yad'u yang dari sana juga dikemukakan konsep dakwah memberikan arti komunikasi dalam perspektif Islam. Sementara dari sudut tujuan ataupun yang mengarah pada konten dapat ditemukan kata-kata, seperti hikmah, maw'izhah, mujâdalah hasanah ya'murûna bil ma ma'rûf wa yanhauna 'ani-I-munkar, qûl li an-nâsi husna, qaulan sadîdan, dan lain-lain. Dari sudut efek, misalnya terungkap kata "yastami'ûna al-qaula wa yattabi'una a 'hsanahu, wamâ'alaika illa a-balâgh, dan seterusnya.[466]

[465] Dikutip dari kumpulan makalah, Pembahasan dan Resolusi pada Congress of Muslim Librarians and Information Specialists di University Utara Malaysia, Kedah Malaysia, 20-22 Oktober 1986. Dalam Ase S. Muchyiddin. *Pendekatan Sumber-sumber Informasi Dalam Proses Komunikasi dan Diseminasi Informasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1998. h. 136

[466] M. Tata Taufik. *Etika Komunikasi Islam.* H. 142.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Adapun indikasi penggunaan media, misalnya kisah nabi Sulaiman a.s dengan Hudhud serta surat yang dikirimnya (QS. An-Nahl: 106). Penggunaan surat sebagai media kisah ini jika dihubungkan dengan firman Allah QS. Al-Anfal:60 arahannya menjadi jelas bahwa penggunaan media menjadi memungkinkan menurut kerangka Islam.

Seperti yang diungkap sifat AlQuran, sebagaimana yang digambarkan nabi Muhammad SAW, bahwa kandungan AlQuran terdiri atas berita apa-apa yang akan terjadi nanti, hukum tentang apa-apa yang terjadi di antara kamu sekalian, ia merupakan rincian ketentuan dan bukan permainan atau dagelan. Jelas bahwa ada berita dan ada kisah-kisah di dalamnya, selain menjelaskan ketentuan hukum kemasyarakatan.

Esensi Komunikasi Islam

Ensensi (hakikat) komunikasi Islam adalah mengajak manusia kepada jalan dakwah yang lebih menekankan kepada nilai-nilai agama dan sosial budaya, yakni dengan menggunakan prinsip dan kaedah yang terdapat dalam Alquran dan Hadis.[467]

Prinsip tersebut bukan hanya sekedar penyampaian pesan dan terjadinya perubahaan perilaku komunikan, namun terjalinnya jaringan interaksi sosial yang harmoni dan berasas normatif. Prinsip inilah yang membedakan konsep komunikasi perspektif Islam dengan komunikasi dalam perspektif Barat yang terkesan lebih bersifat culture bound dan banyak terlepas dari unsur normatif.[468]

Prinsip penerapan komunikasi Islam dikemukakan pada ayat-ayat Al-Quran sebagaimana dibawah ini:

1. ’Serulah manusia kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik pula.” (QS. 16:125).
2. ”.... dan berkatalah kamu kepada semua manusia dengan cara yang baik ”(QS. 2:8).
3. ”Perkataan yang baik dan pemberian maaf lebih baik daripada sedekah yang diiringi dengan sesuatu yang menyakitkan perasaan. ”(Qs. 61:2-3).
4. ”Hai orang-orang yang beriman, mengapa kamu mengatakan apa yang tidak kamu lakukan? Amat besar murka Allah, apabila kamu mengatakan apa-apa yang tidak kamu lakukan” (QS: 61: 2-3).
5. ”Dan hamba-hamba yang baik dari Tuhan yang Maha Penyayang itu (ialah) orang-orang yang berjalan di muka bumi dengan rendah hati dan apabila orang-orang jahat

[467] Ghani, Zulkifli Abdul. Islam, Komunikasi dan Teknologi Maklumat. Dalam Muhamad Husni Ritonga, *Eksistensi Ilmu Komunikasi Islam.* Bandung: Citapustaka, 2008), h. 99.
[468] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menyapa mereka, mereka mengucapkan kata-kata yang mengandung kesalamatan. ”(QS, 25: 63).

6. ”Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang-orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal shaleh dan berkata: ”Sesungguhnya aku termasuk orang-orang yang berserah diri. ”(QS. 41:33).
7. ”Sekiranya kamu bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekililingmu.” (QS. 3: 159).

Ayat-ayat di atas memberikan penegasan tentang esensi dan prinsip komunikasi Islam sampai kepada tahap pelaksanaannya. Ada tiga unsur yang terlibat dalam proses komunikasi yaitu komunikator, komunikan dan pesan. Komunikator sebagai pemeran utama untuk menyampaikan setiap pesan kepada komunikan. Dalam perspektif komunikasi Islam, proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan harus disampaikan secara jujur dan sesuai dengan prinsip-prinsip yang terkandung dalam nilai-nilai Alquran dan Sunah, karena yang demikian dianggap bahagian dari ibadah. Maka dalam penerapannya prinsip komunikasi Islam berlangsung antara manusia sekaligus dengan Tuhannya.[469] Inilah yang menjadi landasan pokok komunikasi Islam.

Dengan demikian, ada dua hal yang perlu diperhatikan sebagai perbedaan paling mendasar antara komunikasi perspektif Islam dan komunikasi perspektif Barat, yakni, Pertama, komunikasi Barat bersifat individualistik dan bebas nilai dan ternyata secara realitas tidak mampu membangun sistem sosial kemasyarakatan yang harmonis. Kedua, komunikasi Islam diyakini memiliki konsepsi aplikasi tentang bagaimana tata hidup yang harmonis dan pesan yang disampaikan mengandung unsur yang mengarahkan manusia kepada kemaslahatan dunia dan akhirat. Nilai inilah yang dianggap sebagai salah satu kekhasan studi Komunikasi Islam, sehingga menjadi bagian dari studi keislaman. Maka dengan demikian, dalam perspektif Islam, teori komunikasi itu harus sesuai dengan budaya dan agama.

Etika-Etika Komunikasi Islam

Dalam konteks komunikasi di masyarakat, ada dua kata yang dirasa perlu untuk dibicarakan di sini, yaitu etika. Kata etika diartikan sebagai: (1) himpunan asas-asas nilai atau moral.[470] (2) kumpulan asas/nilai yang berkenaan dengan akhlak, (3) nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat (4) norma, nilai, kaidah, atau ukuran tingkah laku yang baik.[471]

[469] Ibid, h. 101.
[470] Onong uchjana effendi, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), h.64
[471] Wursanto, *Etika Komunikasi Kantor* (Yogyakarta: Kanisius, 1991), h. 27.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Etika, meski menyangkut persoalan tata susila, tetapi ia tidak membuat seseorang menjadi baik. Etika hanya menunjukkan baik buruknya perbuatan seseorang. Di sini etika hanya berfungsi sebagai pedoman, yaitu turut mempengaruhi seseorang untuk berperilaku baik, melakukan kewajiban sebagaimana mestinya dan menjauhi larangan sebagaimana mestinya.

Ketika etika dikaitkan dengan komunikasi, maka etika itu menjadi dasar pijakan dalam berkomunikasi antar individu atau kelompok. Etika memberikan landasan moral dalam membangun tata susila terhadap semua sikap dan perilaku individu atau kelompok dalam komunikasi. Dengan demikian, tanpa etika komunikasi itu dinilai tidak etis. Berdasarkan pengertian yang dikemukakan di atas, dapat disimpulkan bahwa etika komunikasi adalah tata cara berkomunikasi yang sesuai dengan standar nilai moral atau akhlak dalam menilai benar atau salah perilaku individu atau kelompok.

Etika-etika komunikasi Islam adalah *qaulan sadidan* (QS. 4:9; 33:70), *qaulan balighan* (QS.4:63), *qaulan masyuran* (QS. 17:28), *qaulan layyinan* (QS. 20:44), *qaulan kariman* (QS. 17:23) *qaulan ma'rufan* (QS. 4:5).

a). Prinsip *Qaulan Sadidan*

Kata "*qaulan sadidan"* disebut dua kali dalam Alquran.

Pertama, Allah menyuruh manusia menyampaikan *qaulan sadidan* dalam urusan anak yatim dan keturunan:

"Dan hendaklah orang-orang takut kalau-kalau dibelakang hari, mereka meninggalkan

keturunan yang lemah yang mereka kuatirkan (kesejahteraannya). Hendaklah mereka bertaqwa

kepada Allah dan berkata dengan *qaulan sadidan*. (Qs An-Nisah;9).

Kedua, Allah memerintahkan *qaulan sadidan* sesudah taqwa: "Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah *qaulan sadidan.* Nanti Allah akan membaikkan amal-amal kamu, mengampuni dosa kamu. Siapa yang taat kepada Allah dan Rasul-Nya ia mencapai keberuntungan yang besar."

Apa arti *qaulan sadidan*? *Qaulan sadidan* artinya pembicaraan yang benar, jujur (Picthall menerjemahkannya *"straight to the point"),* lurus, tidak bohong, tidak berbelit-belit. Prinsip komunikasi yang pertama menurut Alquran adalah berkata yang benar. Ada beberapa makna dari pengertian yang benar.

- Sesuai dengan Kriteria Kebenaran

Arti pertama benar ialah sesuai dengan kriteria kebenaran. Buat orang Islam, ucapan yang benar tentu ucapan yang sesuai dengan Alquran, Al-Sunnah, dan Ilmu.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Alquran mentindir keras orang-orang yang berdiskusi tanpa merujuk pada al-Kitab, petunjuk, dan ilmu:

Tidakkah kamu perhatikan Sesungguhnya Allah Telah menundukkan untuk (kepentingan)mu apa yang di langit dan apa yang di bumi dan menyempurnakan untukmu nikmat-Nya lahir dan batin. dan di antara manusia ada yang membantah tentang (keesaan) Allah tanpa ilmu pengetahuan atau petunjuk dan tanpa Kitab yang memberi penerangan. (QS. Luqman, 20).

- Tidak Bohong

Arti kedua dari *qaulan sadidan* adalah ucapan yang jujur, tidak bohong. Nabi Muhammad SAW bersabda, ”Jauhi dusta karena dusta membawa kamu pada dosa, dan dosa membawa kamu pada neraka. Lazimkanlah berkata jujur, karena jujur membawa kamu pada kebajikan, membawa kamu pada surga.

b). Prinsip *Qaulan Balighan*

”Berkatalah pada mereka tentang diri mereka dengan *qaulan balighan*” (QS. An-Nisa, 63). Kata ”baligh” dalam bahasa Arab artinya sampai, mengenai sasaran atau mencapai tujuan.

Apabila dikaitkan dengan *qaul* (ucapan atau komunikasi), ”baligh” berarti fasih, jelas maknanya, terang, tepat mengungkapkan apa yang dikehendaki. Oleh karena itu, prinsip *qaulan balighan* dapat diterjemahkan sebagai prinsip komunikasi yang efektif.

Al-Quran memerintahkan kita berbicara yang efektif. Semua perintah jatuhnya wajib, selama tidak ada keterangan lain yang memperingan. Begitu bunyi kaidah yang dirumuskan Ushul Fiqh. Dari sisi yang lain, Alquran melarang kita melakukan komunikasi tang tidak efektif. Keterangan lain memperkokoh kesimpulan ini. Nabi Muhammad SAW berkata: Katakanlah dengan baik. Bila tidak mampu, diamlah.

Rasulullah sendiri memberi contoh dengan khotbah-khotbahnya.Umumnya khotbah Rasulullah pendek, tapi dengan kata-kata yang padat makna. Nabi Muhammad menyebutnya ”*jawami al-qalam*”. Ia berbicara dengan wajah yang serius dan memilih kata-kata yang sedapat mungkin menyentuh hati para pendengarnya. Irbadh bin Sariyah, salah seorang sahabatnya, bercerita, ”Suatu hari Nabi menyampaikan nasihat kepada kami. Bergetar hati kami dan berlinang air mata kami. Seorang di antara kami berkata Ya Rasulullah, seakan-akan baru kami dengar khotbah perpisahan. Tambahlah kami wasiat”. Tidak jarang di sela-sela khotbahnya, Nabi berhenti – untuk bertanya kepada yang hadir atau memberi kesempatan kepada yang hadir untuk bertanya. Dengan segala otoritasnya, Nabi adalah orang yang senang membuka dialog.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c). *Qawlan Masyura*

Dalam komunikasi, baik lisan maupun tulisan, dianjurkan untuk mempergunakan bahasa yang mudah, ringkas, dan tepat sehingga mudah dicerna dan dimengerti. Dalam Al-Qur'an ditemukan istilah *qawlan maisura* yang merupakan salah satu tuntunan untuk melakukan komunikasi dengan mempergunakan bahasa yang mudah dimengerti dan melegakan perasaan.[472]

Misalnya, dalam surah Al-Israa:

"Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, Maka Katakanlah kepada mereka Ucapan yang pantas (QS, Al-Israa':28).

Maisura seperti yang terlihat pada ayat di atas sebenarnya berakar pada Kata *yasara,* yang secara etimologi berarti mudah atau pantas. Sedangkan Q*awlan Maisura,* menurut Jalaluddin Rakhmat, sebenarnya lebih tepat diartikan "ucapan yang menyenangkan," lawannya adalah ucapan yang menyulitkan. Bila *qawlan ma'rufa* berisi petunjuk via perkataan yang baik, qawlan maisura berisi hal-hal yang menggembirakan via perkataan yang mudah dan pantas.[473]

d) *Qawlan Layyina*

Komunikasi yang tidak mendapat sambutan yang baik dari orang lain adalah komunikasi yang dibarengi dengan sikap dan perilaku yang menakutkan dan dengan nada bicara yang tinggi dan emosional. Cara berkomunikasi seperti ini selain kurang menghargai orang lain, juga tidak etis dalam pandangan agama. Dalam perspektif komunikasi, komunikasi yang demikian, selain tidak komunikatif, juga membuat komunikan mengambil jarak disebabkan adanya perasaan takut di dalam dirinya.

Islam mengajarkan agar menggunakan komunikasi yang lemah lembut kepada siapa pun. Dalam lingkungan apapun, komunikator sebaiknya berkomunikasi pada komunikan dengan cara lemah lembut, jauh dari pemaksaan dan permusuhan. Dengan menggunakan komunikasi yang lemah lembut, selain ada perasaan bersahabat yang menyusup ke dalam hati komunikan, ia juga berusaha menjadi pendengar yang baik. Perintah menggunakan perkataan yang lemah lembut ini terdapat dalam Al-Qur'an: "Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, Mudah-mudahan ia ingat atau takut". (Thaahaa:44).

e) *Qawlan Karima*

Komunikasi yang baik tidak dinilai dari tinggi rendahnya jabatan atau pangkat seseorang, tetapi ia dinilai dari perkataan seseorang. Cukup banyak orang yang

[472] Djamarah, Syaiful Bahri. *Pola Komunikasi Keluarga Orang Tua dan Anak Dalam Keluarga* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), h. 110.
[473] Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), h. 91.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

gagal berkomunikasi dengan baik kepada orang lain disebabkan mempergunakan perkataan yang keliru dan berpotensi merendahkan orang lain.

Permasahan perkataan tidak bisa dianggap ringan dalam komunikasi. Karena salah perkataan berimplikasi terhadap kualitas komunikasi dan pada gilirannya mempengaruhi kualitas hubungan sosial. Bahkan karena salah perkataan hubungan sosial itu putus sama sekali.

Islam mengajarkan agar mempergunakan perkataan yang mulia dalam berkomunikasi kepada siapa pun. Perkataan yang mulia ini seperti terdapat dalam ayat Al-Qur'an:

"Dan Tuhanmu Telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. jika salah seorang di antara keduanya atau kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, Maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan "ah" dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia". (Qs. Al-Israa:23).

Dalam ayat ini, Allah tidak hanya mengingatkan ajaran tauhid untuk mengesahkan Allah agar manusia tidak terjerumus ke dunia kemusyirakan, melainkan juga kepada anak agar selalu berbakti kepada orang tua.

f) *Qawlan Ma'rufa*

Qawlan ma'rufa dapat diterjemahkan dengan ungkapan yang pantas. Kata ma'rufa berbentuk isim maf'ul yang berasal dari madhinya, *'arafa.* Salah satu pengertian *mar'ufa* secara etimologis adalah *al-khair atau al-ihsan,* yang berarti yang baik-baik. Jadi *qawlan ma'rufa* mengandung pengertian perkataan atau ungkapan yang baik dan pantas.[474]

Dalam Al-Qur'an ungkapan *qawlan ma'rufa* ditemukan dalam surah Al-Baqarah ayat 263:

" Perkataan yang baik dan pemberian maaf lebih baik dari sedekah yang diiringi dengan sesuatu yang menyakitkan (perasaan si penerima). Allah Maha Kaya lagi Maha Penyantun.

Dalam ayat ini Allah memperingatkan bahwa perkataan yang baik dan pantas dan pemberian maaf lebih baik daripada pemberian sedekah yang diiringi dengan perkataan yang menyakitkan hati penerima.

[474] Mafri Amir, *Etika Komunikasi Massa dalam Pandangan Islam* (Jakarta: Logos, 1999), h. 85.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penutup

Media selalu berusaha meraih khalayak seluas mungkin demi bisnis. Karenanya, program-program siaran yang mereka tampilkan cenderung mengabaikan program-program yang sebenarnya penting seperti program pendidikan dan moral. Ketidakseimbangan siaran-siaran tersebut pada akhirnya akan merugikan semua pihak sebagai sebuah bangsa.

Lebih lanjut dikatakan bahwa pesan dari siaran tersebut berperan untuk memanipulasi kekaburan simbol dalam aktifitas yang tak henti-hentinya mencipta dan mencipta kembali makna yang lambat laun akan merusak sendi-sendi kehidupan manusia. Media mengisyaratkan bahwa content tahayul, pornografi, kekerasan menjadi simbol-simbol aktifitas terpenting manusia bahkan tabloid atau majalah khusus yang diperuntukkan untuk remaja, memuat cerita di sekitar perilaku seksual para bintang yang menjadi tokoh utama tiap edisinya. Maka bisa dibayangkan dampak yang terjadi akibat tampilan media .

Begitu kuatnya pengaruh tayangan dan program media terhadap pembentukan pola hidup dan menjadi kebutuhan masyarakat ini kemudian menimbulkan stigma-stigma bahkan nilai baru yang dianut di masyarakat umum. Kehidupan dalam sebuah cerita sinetron seolah-olah menjadi realitas kehidupan yang harus diikuti oleh masyarakat. Pada intinya, masyarakat dituntut untuk terlibat secara emosional ketika merespon tayangan program reguler media maupun iklan daripada mengajak mereka untuk berpikir.

Untuk mengaasi hal tersebut dibutuhkan langkah-langkah yang tepat untuk meningkatkan efektifitas *content* dan diseminasi informasi secara tepat. Artinya informasi dapat berlangsung dengan baik apabila dilakukan pemahaman dan tindakan yang sifatnya konstruktif yang sesuai dengan kebutuhan umat di era informasi dan komunikasi dengan menginformasikan dan menggunakan komunikasi Islam yang bersumber dari Al-Quran, As Sunnah dan pendapat ulama melalui media.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Daftar Pustaka

Anthony, C.G. 1989. *Unesco and the Media.* Londong: Longman

Bahri Djamarah, Syaiful. 2004. *Pola Komunikasi Keluarga Orang Tua dan Anak Dalam Keluarga.* Jakarta: PT Rineka Cipta.

Bungin, Burhan, 2006. *Sosiologi Komunikasi* Jakarta : Kencana Prenada Media

----------. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa.* Jakarta: Kencana Prenada Media

Drajat, Amroeni, (editor), 2008. *Komunikasi Islam dan Tantangan Modernitas.* Bandung: Citapustaka.

Effendi, Onong Uchjana. 2000. *Dinamika Komunikas.* Bandung: Remaja Rosdakarya.

Hardt, Hanno, 2005. *Critical Communication Studies,* Yogyakarta : Jalasutra

Kholil, Syukur. 2007. *Komunikasi Islami.* Bandung: Citapustaka Media

Kuswandi, Wawan. 1996. *Komunikasi Massa : Sebuah Analisis Media Televisi* Jakarta: Rineka Cipta.

Luhukay. Marsefo, S. 2008. *Buah Pemikiran Kritis Jurgen Habermas dalam Realitas Wajah Pertelevisian Indonesia*. Dalam http://www.petra.ac.id/~puslit/journals/

Mafri Amir, 1999. *Etika Komunikasi Massa dalam Pandangan Islam.* Jakarta: Logos.

McQuail, D. 2001. *Mass Communications Theory An Introduction* London: Sage Publications

Mowlana, Hamid. 1998. *Global Communication as Cultural Ecology*. International Comparative Research Group stratetegic and Analysis Canadian Heritage.

Muchyiddin, Ase S. 1998. *Pendekatan Sumber-sumber Informasi Dalam Proses Komunikasi dan Diseminasi Informasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Rakhmat, Jalauddin. 2001. *Psikologi Komunikas.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Silvana R. Tine. 2008. . *Aplikasi Filsafat Dalam Ilmu Komunikasi*. Dalam http://pustakawan.pnri.go.id.

Sunarto. 2009. *Televisi, Kekerasan dan Perempuan.* Jakarta: Kompas.

Suriasumantri, Jujun S. 2009. *Filsafat Ilmu: Sebuah Pengantar Populer*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan

Susanto, Astrid S.1976. *Filsafat Komunikasi.Bandung:* Binacipta Taufik, M. Tata. 2012. *Etika Komunikasi Islam*. Bandung: Pustaka Setia Wursanto, *Etika Komunikasi Kantor. 1991.* Yogyakarta: Kanisius.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id