

ANALISIS LANDASAN KEILMUAN KOMUNIKASI ISLAM

Oleh: **Muttaqien, S.Sos.I., MA**

*Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam Institut Agama Islam Al-Aziziyah
Samalanga*

ABTRAK

Komunikasi Islam bisa dijadikan sebagai komunikasi alternatif setelah komunikasi yang dikembangkan selama ini ternyata lebih banyak dipergunakan untuk memenuhi agenda tertentu, seperti penjajahan budaya dan bahkan agama melalui media massa, propaganda politik, hiburan, dan sebagainya. Kesemuanya dikemas untuk kepentingan orang-orang Barat sebagai pemegang kunci pembangunan kerangka keilmuan Komunikasi itu sendiri. Komunikasi Islam merupakan bidang kajian baru yang menarik perhatian sebahagian akademisi di berbagai perguruan tinggi. Keinginan untuk melahirkan komunikasi Islam muncul akibat falsafah, pendekatan teoritis dan penerapan ilmu komunikasi yang berasal dari Barat tidak sepenuhnya sesuai dengan nilai-nilai agama dan budaya Islam. Karena itu, timbul keinginan untuk mengkaji kembali berbagai aspek ilmu komunikasi menurut perspektif agama, budaya dan cara hidup umat Islam. Sumber primer ilmu komunikasi Islam adalah Al-Qur`an dan hadis Nabi saw., tetapi rumusan-rumusan, gagasan-gagasan, dan kerangka epistemologinya adalah kreasi manusia komunikasi Islam menjelaskan tentang usaha manusia untuk menelaah masalah-masalah obyektivitas, metodologi, sumber data validitas pengetahuan secara mendalam dengan menggunakan subyek Islam sebagai titik tolak berpikir. Penekanan pembahasan epistemologi adalah menelaah sumber-sumber ilmu komunikasi Islam dan dengan apa atau bagaimana mendapatkannya. Adapun sumber-sumber ilmu komunikasi Islam sama dengan ilmu-ilmu dalam perspektif Islam lainnya, yakni bahwa ilmu itu diperoleh dari Alquran dan Sunnah, penelaahan alam semesta, pengkajian terhadap diri manusia (*anfus*), dan penjelajahan terhadap *tarikh* (sejarah) umat manusia.

Kata Kunci: Keilmuan, Komunikasi, Islam

A. Pendahuluan

Pada dasarnya hakikat komunikasi itu adalah segala bentuk hubungan yang terjadi di kalangan Manusia.¹ Komunikasi menyentuh segala aspek kehidupan manusia. Setiap orang yang hidup di dalam suatu masyarakat secara kodrati, sejak bangun tidur hingga tidur lagi, terlibat dalam komunikasi. Bahkan dalam sebuah penelitian diungkapkan 60% hingga 80% waktu bangun manusia digunakan untuk berkomunikasi, sehingga komunikasi menjadi penentu kualitas hidup manusia.² Demikian luasnya komunikasi dalam interaksi sesama manusia menjadi indikasi betapa pentingnya komunikasi dalam kehidupan. Bahkan berkomunikasi termasuk kebutuhan yang paling azasi sebagaimana pentingnya makan dan minum.³

Terjadinya komunikasi adalah sebuah konsekuensi dari adanya hubungan sosial (*social interaction*). Masyarakat paling sedikit terdiri dari dua orang yang saling berhubungan satu sama lain yang, karena berhubungan, menimbulkan interaksi sosial. Dalam interaksi sosial inilah muncul komunikasi satu dengan lainnya, yang disebut dengan interkomunikasi (*intercommunication*).⁴ Komunikasi yang terjadi tersebut mempunyai paling tidak dua tujuan utama, yaitu informatif atau persuasif.

Komunikasi yang bersifat persuasif dimaksudkan untuk mengarahkan pemakai (penerima pesan; komunikan) merubah beberapa gambaran atau kesan yang ada di kepalanya dan mungkin nantinya merubah tingkah lakunya.⁵ Untuk tujuan ini, dia mungkin memilih informasi yang cocok

¹A. Rahman Zainuddin, "Komunikasi Politik Indonesia: Barat, Islam dan Pancasila, Sebuah Pendekatan Teoritis" dalam Maswadi Rauf dan Mappa Nasrun (ed.), *Indonesia dan Komunikasi Politik*, (Jakarta: AIPI & Gramedia Pustaka Utama, 1993), h. 90.

²Saodah Wok, et. al., *Teori-Teori Komunikasi* (Kuala Lumpur: PTS Publications & Distributors SDN BHD, 2004), h. 214. Bandingkan dengan Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), h. 31.

³ Saodah Wok, *Teori...*, h. 2.

⁴ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), h. 3.

dengan kemauannya dan menyampaikannya kepada komunikan karena itulah yang dianggap terbaik.

Keterkaitan interaksi sosial dengan tujuan komunikasi sebagaimana di atas akan dapat berjalan dengan baik apabila sesuai dengan prinsip dan teknik berkomunikasi yang baik pula. Pada suatu masyarakat atau orang tertentu prinsip dan teknik komunikasi yang diperpegangi tidaklah sama. Maksudnya, prinsip dan teknik komunikasi antara satu masyarakat dengan masyarakat lainnya atau orang tertentu dengan orang lainnya bisa saja berbeda sesuai dengan norma-norma yang dianut oleh masyarakat tersebut. Hal ini diyakini sebagai etika dalam berkomunikasi. Oleh karena itulah, etika komunikasi Islam dan etika komunikasi Barat sangat berbeda. Etika menjadi salah satu pembeda antara komunikasi Islam dengan komunikasi Barat yang dikembangkan saelama ini. Perbedaan dari segi etika ini mungkin saja, salah satu penyebabnya, karena perbedaan sumber. Etika komunikasi Islam bersumber dari Alquran dan hadis Nabi Muhammad saw. Adapun etika komunikasi Barat digali dari filsafat hidup atau budaya setempat dan pandangan para ilmuwan di mana komunikasi itu berkembang, misalnya jika komunikasi bermula dari Jerman, Amerika atau daerah Barat lainnya, maka filsafat hidup, budaya, dan pandangan ilmuwan dari negara-negara itulah yang menjadi cikal bakal kerangka keilmuan komunikasi tersebut. Demikian pula tujuan-tujuan yang digariskan harus sesuai dengan kepentingan masyarakat di sana. Dengan demikian aturan dasar masing-masing hubungan komunikasi itu berbeda satu dengan lainnya. Oleh karena perbedaan itu pulalah, apa yang terjadi dalam suatu hubungan komunikasi akan menghasilkan bentuk yang berbeda pula.⁶

Mohd. Yusof Hussain mendefenisikan komunikasi Islam sebagai suatu

⁶ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika...*, h. 56.

proses penyampaian pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan prinsip dan kaedah komunikasi yang terdapat dalam Alquran dan hadis. Mahyuddin Abd. Halim membuat rumusan yang cukup panjang dengan mengemukakan bahwa komunikasi Islam adalah proses penyampaian atau pengoperan hakikat kebenaran agama Islam kepada khalayak yang dilaksanakan secara terus menerus dengan berpedoman kepada Alquran dan hadis Nabi saw. baik secara langsung maupun tidak, melalui perantaraan media umum atau khusus, baik yang bertujuan untuk membentuk opini publik yang benar berdasarkan hakikat kebenaran agama dan memberi kesan kepada kehidupan seseorang dalam aspek akidah, ibadah dan muamalah.⁷

Bagi Islam, komunikasi sudah ada justru sebelum manusia pertama diciptakan. Pada suatu ketika Tuhan hendak menciptakan manusia (Adam a.s) sebagai *khalifah* di muka bumi, terjadilah dialog antara Tuhan dengan malaikat. Dalam dialog yang diabadikan di dalam Al-Qur`an surat Al-Baqarah/2: 30

Syukur Kholil, Ketua Program Studi Komunikasi Islam pada PPS IAIN Sumatera Utara mengatakan:

Komunikasi Islam merupakan bidang kajian baru yang menarik perhatian sebahagian akademisi di berbagai perguruan tinggi. Keinginan untuk melahirkan komunikasi Islam muncul akibat falsafah, pendekatan teoritis dan penerapan ilmu komunikasi yang berasal dari Barat tidak sepenuhnya sesuai dengan nilai-nilai agama dan budaya Islam. Karena itu, timbul keinginan untuk mengkaji kembali berbagai aspek ilmu komunikasi menurut perspektif agama, budaya dan cara hidup umat Islam.⁸

Sumber primer ilmu komunikasi Islam adalah Al-Qur`an dan hadis

⁷ Kholil, *Komunikasi...*, h. 251.

⁸ Syukur Kholil, "Komunikasi dalam Perspektif Islam", dalam Hasan Asari & Amroeni Drajat (ed.) *Antologi Kajian Islam*, (Bandung: Cita Pustaka Media, 2004), h. 251.

Nabi saw., tetapi rumusan-rumusan, gagasan-gagasan, dan kerangka epistemologinya adalah kreasi manusia. Atas dasar itu, pengembangan kajian ilmu komunikasi Islam memerlukan landasan filosofis sebagai titik tolak olah pikir para ahli. Di satu sisi, sebagai disiplin ilmu keislaman komunikasi Islam tidak boleh dilepaskan dari Al-Qur`an dan hadis Nabi saw. Namun di sisi lain, karena komunikasi berkaitan erat dengan kehidupan manusia maka ia pun tidak bisa dilepaskan dari fakta empiris. Dengan demikian, kajian ilmu dapat dibangun di atas landasan statemen filsafat. Pernyataan Al-Qur`an maupun Hadis tentang komunikasi dalam kehidupan manusia harus dipahami dan dimaknai dalam suatu kesatuan yang utuh untuk membangun *the body of knowledge* komunikasi Islam.

Pengkajian terhadap landasan keilmuan berarti mengkaji ontologi, epistemologi dan aksiologi suatu disiplin (bidang kajian) ilmu. Untuk itulah, dengan mengacu kepada berbagai literatur yang berkembang peneliti akan mengeksplorasi tentang landasan keilmuan komunikasi Islam.

B. Subyek Komunikasi Islam

Pada komunikasi harus ada sedikitnya dua pihak, yaitu pengirim atau pemberi informasi di satu pihak dan penerima informasi di lain pihak. Tetapi jika berbicara mengenai unsur yang mesti ada, maka selain kedua aktor pelaku komunikasi (komunikator dan komunikan) harus ada pesan yang disampaikan.⁹ Pesan yang disampaikan atau yang digunakan itu ada berbagai jenis misalnya berbentuk suara, simbol, vibrasi, tekanan, denyut, dan sebagainya, yang beberapa di antaranya atau kesemuanya bersama merupakan informasi yang dapat ditangkap oleh panca indera penerima.¹⁰

⁹ Onong Uchjana Effendy, *Spektrum Komunikasi*, (Bandung: Mandar Maju, 1994), h. 28.

¹⁰ A.A. Gondokusumo, *Komunikasi Penugasan: Bagi Eksekutif, Supervisor dan Karyawan* (Jakarta: Gunung Agung, 1980), h. 1.

Berdasarkan uraian singkat di atas dapat ditunjukkan bahwa komunikasi itu dilakukan oleh manusia. Manusialah yang menjadi subjek komunikasi dan manusia pulalah yang menjadi penerima komunikasi. Sekalipun binatang berkomunikasi sesamanya (*animal communication*), atau manusia berkomunikasi dengan binatang (*man-animal communication*),¹¹ dan bahkan dengan alam sekitarnya, juga manusia berkomunikasi dengan Tuhan-nya, tetapi hal itu tidak diakui sebagai komunikasi yang efektif. Komunikasi dalam pemahaman ini hanyalah komunikasi antarmanusia atau komunikasi manusia (*human communication*). Sangat berbeda dengan komunikasi yang dikenal di dalam Islam, sekalipun komunikasi binatang dengan binatang atau manusia dengan binatang juga diragukan keabsahannya, tetapi ia dikenal dalam dunia Islam, paling tidak informasinya diperoleh dari penuturan sejarah yang disampaikan oleh Alquran. Misalnya, dunia Islam mengenal sejarah Nabi Sulaiman a.s. yang bisa berkomunikasi dengan binatang, seperti burung Hud-Hud. Nabi Sulaiman a.s. juga bisa berkomunikasi dengan para jin pada masanya. Dunia Islam juga meyakini adanya komunikasi dengan Tuhan atau sebaliknya. Pada proses penyampaian wahyu ketika masa *nubuwwat* terjadi komunikasi antara Tuhan dengan para nabi atau sebaliknya. Kemudian pada saat manusia (umat Islam) berdoa atau melaksanakan salat, maka pada hakikatnya telah berlangsung komunikasi seseorang dengan Tuhan. Di samping itu, pada masa *nubuwwat* juga terjadi komunikasi antara manusia (nabi-nabi) dengan malaikat yang ditugaskan Tuhan menyampaikan wahyu, yakni Jibril a.s. Kesemua bentuk komunikasi tersebut menjadi pembeda antara komunikasi Barat dengan komunikasi Islam. Komunikasi Islam mengakui adanya komunikasi antara manusia dengan Tuhan atau sebaliknya, dengan malaikat atau sebaliknya, dengan jin atau sebaliknya, dan dengan binatang atau sebaliknya. Dengan demikian, yang menjadi subyek

¹¹ Effendy, *Ilmu, Teori...*, h. 342.

komunikasi dalam Islam tentu saja bukan hanya manusia, mungkin Tuhan, malaikat, jin, ataupun binatang, tergantung pada posisi mana manusia berada, apakah sebagai komunikator atau hanya komunikan.

Berkaitan dengan pelaku komunikasi, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan sebagai faktor-faktor yang mempengaruhinya, yaitu:

1. Kemampuan pihak pertama untuk memahami informasi yang akan dikomunikasikannya dan memahami pula akibat-akibatnya;
2. Kemampuan pihak pertama untuk menyusun informasi itu dalam bahasa yang dapat ditangkap dan dimengerti oleh pihak kedua, dan menyusunnya dalam bentuk yang dapat menimbulkan hanya satu paham (pengertian atau tafsiran);
3. Kemampuan dan kemauan pihak kedua untuk menangkap dan memahami informasi yang disampaikan;
4. Kemampuan dan kemauan pihak kedua untuk mengemukakan pemahannya mengenai apa yang ditangkapnya (dipersepsinya), terutama apabila ada perbedaan antara pemahannya dan informasi yang diterimanya;
5. Kemampuan pihak kedua untuk menyesuaikan pemahannya dengan informasi yang disampaikan itu;
6. Kemampuan pihak pertama untuk mengetahui belum tercapainya kesesuaian paham dan kemauannya untuk mengusahakan kesesuaian itu.¹²

C. Obyek Komunikasi Islam

Obyek komunikasi yang dimaksudkan dalam tulisan ini sama dengan pihak yang menerima pesan, yakni rekan (*partner*) dalam komunikasi. Pihak

¹² Gondokusumo, *Komunikasi Penugasan....*, h. 5.

yang menerima pesan ini biasa juga disebut sebagai *receiver*¹³ atau juga komunikator. *Receiver* menerima pesan melalui indranya terutama telinga dan mata. Pada saat *receiver* menerima kode, tanda, lambang, baik verbal maupun nonverbal, ia akan membuka pintu khazanah ingatan (*memory*) dalam benaknya. Kumpulan ingatan itu merupakan akumulasi warisan budaya, pendidikan, lingkungan, prasangka, dan biasnya. Jika tidak terganggu oleh gangguan-gangguan komunikasi, berdasarkan bank ingatannya itu, *receiver* dapat menafsirkan dan menerjemahkan pesan yang diterimanya.

Dari hasil penafsiran dan penerjemahan pesan itu, pengertian pemberi pesan (komunikator) dengan *receiver* dapat sama, berbeda sedikit atau banyak. Jika sama, maka penafsiran atau penerjemahan receiver benar, dan maksud pengirim (komunikator) tercapai. Jika salah sedikit, maka penafsiran atau penerjemahan salah sedikit, dan maksud pengirim tercapai meski tidak sepenuhnya. Jika berbeda, maka penafsiran atau penerjemahan terhadap pesan yang disampaikan salah, dan maksud pengirim pesan tidak tercapai. Jika perbedaan besar, maka kesalahan besar dan maksud pengirim sangat jauh dari pencapaiannya.¹⁴ Tercapai atau tidaknya maksud pengirim pesan kepada penerima pesan akan sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan komunikasi di antara mereka. Tentu saja jika maksud tercapai, ada kesamaan persepsi di antara mereka akan memperlancar proses komunikasi mereka. Sedangkan jika terjadi perbedaan persepsi di antara mereka, maka respon akan sangat sulit didapati yang berakibat terhadap terganggunya proses komunikasi.

Di dalam komunikasi *face to face* (*interpersonal communication*) sangat dibutuhkan respon secara langsung dari penerima pesan. Sebab tanpa respon dari penerima pesan akan sulit untuk melanjutkan komunikasi. Berbeda

¹³ Hardjana, *Komunikasi Intrapersonal...*, h. 17.

¹⁴ Hardjana, *Komunikasi Intrapersonal...*, h. 18.

dengan komunikasi bermedia dalam bentuk massal yang tidak secara langsung dibutuhkan respon atau *feedback*. Ceramah umum atau kampanye di lapangan terbuka, pidato dengan menggunakan saluran televisi atau radio, menulis artikel atau berita di surat kabar, majalah, selebaran, dan sebagainya tidak serta merta mendapatkan respon atau *feedback* dari penerimanya bahkan responnya tidak perlu disampaikan, kemungkinan hanya cukup dengan perubahan pada sikap atau perilaku sesuai keinginan penyampai pesan. Maksudnya, respon tidak dibutuhkan secara langsung pada saat pesan diterima. Komunikasi seperti biasa disebut dengan komunikasi satu arah (*one way communication*).

Dari sudut seperti dikemukakan di atas, baik dalam komunikasi umum maupun komunikasi Islam tidak ada perbedaan. Tetapi ketika membicarakan segmentasinya, maka akan terlihat perbedaan menurut aspek-aspek tertentu. Misalnya, ketika Al-Qur`an memberitahukan kepada manusia secara keseluruhan bahwa ia diciptakan dari jenis kelamin yang sama, laki-laki dan perempuan, dijadikan bersuku-suku dan berbangsa-bangsa dengan satu tujuan supaya terjalin interaksi sesama. Bagi Allah Swt. tidak ada perbedaan di antara manusia, kecuali hanya berdasarkan tingkat kedekatan (taqwa)-nya kepada Allah. Sebagaimana firman-Nya yang artinya:

“Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa - bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal”.(Qs. al-Hujurât/49: 13).

D. Materi Komunikasi Islam

Berkaitan dengan materi komunikasi secara umum ada beberapa hal yang perlu diperhatikan. Dalam teori dari David Krech tentang proses sosialisasi pesan-pesan komunikasi disebutkan: “*communication the interchange of meanings among people occurs mainly through language and its possible to the*

degree to which individuals have common cognitions, wants and attitudes". Dari teori ini dipahami bahwa dalam proses komunikasi yang terkait dengan pesan melibatkan dua faktor, yaitu faktor bahasa dan faktor kesamaan-kesamaan individual pada aspek-aspek kognisi, kehendak dan sikap. Pada proses perumusan pesan-pesan komunikasi, Krech juga menghendaki pesan-pesan komunikasi pada umumnya dirumuskan berdasarkan pertimbangan konteks verbal dan konteks non-verbal, karena keduanya mempengaruhi proses pemahaman terhadap simbol-simbol yang digunakan.¹⁵

Sejalan dengan hal di atas, Melvin L. DeFleur menggambarkan 3 faktor yang berpengaruh terhadap situasi berkomunikasi. *Pertama*, faktor lingkungan fisik (*physical surroundings*), yaitu lingkungan di mana komunikasi itu berlangsung dengan menekankan pada aspek *what* dan *how* pesan-pesan komunikasi itu dipertukarkan. *Kedua*, faktor situasi sosio-kultural (*socio-cultural situation*), yaitu bahwa komunikasi merupakan bagian dari situasi sosial yang di dalamnya terkandung makna kultural. *Ketiga*, faktor hubungan sosial (*social relationships*), yaitu bahwa status hubungan antarpelaku komunikasi sangat berpengaruh, baik terhadap isi pesan itu sendiri ataupun terhadap bagaimana pesan-pesan itu dikirim dan diterima.¹⁶

Sejalan dengan materi komunikasi Barat dalam komunikasi Islam, materinya juga bisa berupa pesan-pesan yang bersifat verbal dan non-verbal. Tanpa memperdebatkan ayat-ayat Alquran atau *kalam Allah* yang disampaikan kepada para nabi bersifat *qadim* atau *'azali*, tetapi yang jelas ketika ayat-ayat tersebut disampaikan kepada umat manusia, maka pasti sudah dalam bentuk verbal atau non-verbal. Artinya, sekalipun ketika Tuhan

¹⁵Asep Saeful Muhtadi, "Dinamika Komunikasi Nahdhatul Ulama: Studi atas Pembaharuan Politik Nahdhatul Ulama dan Proses Sosialisasinya antara Tahun 1970-1990-an", dalam Cik Hasan Bisri & Eva Rufaidah, *Model Penelitian Agama dan Dinamika Sosial: Himpunan Rencana Penelitian* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2002), h. 56-57.

¹⁶ Asep Saeful Muhtadi, "Dinamika...", h. 59.

atau malaikat menyampaikan *kalam Allah* langsung kepada para nabi mungkin *dicerahkan* atau *dihembuskan* ke pikiran atau *qalbu*, tetapi untuk proses selanjutnya *kalam Allah* tersebut diampaikan kepada manusia sudah dalam bentuk verbal atau non-verbal.

Dengan demikian, ditinjau dari bentuk materi yang disampaikan dalam berkomunikasi baik dalam komunikasi Barat maupun komunikasi Islam sesungguhnya tidak ada perbedaan. Lain halnya ketika membicarakan isi pesan yang disampaikan, tentu saja sebagaimana pada pembahasan sebelumnya bahwa sumbernya sangat berbeda satu sama lain. Komunikasi Barat bersumber dari pendapat para ahli, filsafat hidup, dan bahkan kebudayaan setempat, sedangkan komunikasi Islam digali dari sumber ajaran Islam itu sendiri, yakni Al-Qur`an, Hadis Ijma' dan Qiyas.

E. Media Komunikasi Islam

Setelah suatu pesan dikemas, maka ia dapat disampaikan melalui saluran (*channel*) atau media. Pengirim dapat memilih media lisan (*oral*), tertulis (*written*), atau elektronik (*electronic*).

Pesan yang disampaikan melalui media lisan dapat dilaksanakan dengan menyampaikan sendiri (*in person*), melalui telepon, mesin dikte atau videotape. Penerima bisa seorang diri, kelompok besar, atau massa. Keuntungan media lisan antara lain: 1) mendapat tanggapan langsung baik berupa pertanyaan ataupun sekedar permintaan penjelasan; 2) memungkinkan disertai nada atau warna suara, gerak-gerik tubuh, atau raut wajah; 3) dapat dilakukan dengan cepat.¹⁷

Pesan yang disampaikan secara tertulis dapat disampaikan melalui surat, memo, laporan, *hand-out*, selebaran, catatan, poster, gambar, grafik, dan sebagainya. Keuntungan media tertulis antara lain: 1) ada catatannya

¹⁷ Hardjana, *Komunikasi Intrapersonal...*, h. 15.

sehingga data dan informasi tetap utuh tidak dapat berkurang atau bertambah seperti informasi lisan; 2) memberi waktu untuk dipelajari isinya, cara penyusunannya, dan rumusan kata-katanya.¹⁸

Pesan yang disampaikan secara elektronik dilakukan melalui faksimili, e-mail, radio, maupun televisi. Keuntungan dari media elektronik antara lain: 1) prosesnya cepat; 2) data dapat disimpan. Jadi, pesan dapat dikirim melalui berbagai media dan media itu dapat dikombinasikan. Misalnya, pesan tertulis dijelaskan secara lisan. Pesan elektronik disusul dengan pesan tertulis. Karena itu, pesan dapat diterima dengan semua indra kita.¹⁹

Dalam proses komunikasi, media merupakan tempat saluran yang dilalui oleh pesan/symbol yang dikirim. Manusia dapat mengirimkan pesan tertulis, misalnya dengan surat, telegram, faksimili. Juga media massa (cetak) seperti majalah, surat kabar, dan buku. Media massa elektronik, seperti radio, televisi, video, film, dan sebagainya. Kadang-kadang pesan-pesan itu juga dikirim tidak melalui media, misalnya dalam komunikasi tatap muka. Para ilmuwan psikologi komunikasi menyepakati 2 tipe saluran (media): 1) *sensory channel* atau saluran sensoris, yakni saluran yang memindahkan pesan sehingga akan ditangkap oleh lima indera, yaitu mata, telinga, tangan, hidung, dan lidah. Lima saluran sensoris itu adalah cahaya, bunyi, perabaan, pembauan, dan rasa; 2) *institutionalized mean* atau saluran yang sudah sangat dikenal dan digunakan manusia, misalnya percakapan tatap muka, material cetakan dan media elektronik.²⁰ Perlu diingat bahwa setiap saluran institusional memerlukan dukungan satu atau lebih saluran sensoris untuk memperlancar pertukaran pesan dari pengirim kepada penerima.

¹⁸ Hardjana, *Komunikasi Intrapersonal...*, h. 16.

²⁰ Alo Liliweri, *Wacana Komunikasi Organisasi*, (Bandung: Mandar Maju, 2004), h. 52.

F. Metode Komunikasi Islam

Menurut Deddy Mulyana, banyak orang menganggap bahwa berkomunikasi itu mudah dilakukan, semudah bernafas. Karena ada kesan “enteng” itu, tidak mengherankan bila sebagian orang enggan mempelajari bidang ini. Pernah terdengar kabar, seseorang yang menyarankan seorang kandidat mahasiswa pascasarjana di sebuah universitas untuk tidak memilih program komunikasi karena menurutnya, “komunikasi mudah dilakukan”. Benarkah komunikasi itu mudah?

Bagi Deddy Mulyana, hanya bila orang memasuki suatu pengalaman di mana proses komunikasi yang biasa ia lakukan rusak atau macet, ia baru menyadari bahwa komunikasi itu ternyata tidak mudah. Situasi komunikasi yang rumit itu dapat digambarkan oleh pengalaman seorang suami yang ketika pulang kantor mendapatkan isterinya cemberut dan membisu seribu bahasa. Mungkin karena sang isteri mendapatkan memo di saku suaminya dari seorang sekretarisnya di kantor. Misalnya memo itu berbunyi: “Pak, ditunggu di hotel X pukul sekian”. Memo itu sebenarnya sekedar peringatan kepada suaminya agar tidak lupa akan janji yang sudah dibuat sebelumnya dengan rekanan atau teman bisnis. Hal ini akan berlanjut ketika tidak ada komunikasi yang baik di antara suami dan isteri. Dan sangat boleh jadi masalahnya akan menjadi jernih setelah sang isteri mengecek kebenaran informasi itu kepada beberapa orang teman sekantor suaminya. Situasi semacam ini, nampaknya cukup sepele, tetapi ternyata untuk membangun komunikasi yang baik dan menyelesaikan permasalahannya tidak semudah yang dibayangkan. Dengan demikian perlu metode yang tepat dalam mengkomunikasikan sesuatu agar tidak menjadi larut dan bahkan menambah permasalahan.²¹ Oleh karena itu, meskipun anda telah berbicara dan

²¹ Deddy Mulyana, “Mengapa Kita Mempelajari Komunikasi?: Sebuah Pengantar” dalam Stewart L. Tubbs & Sylvia Moss, *Human Communication: Konteks-Konteks Komunikasi (Buku Kedua)* (terj.) Deddy Mulyana, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), h. 7-8.

mendengarkan, mengatakan segala sesuatu dengan ekspresi wajah dan isyarat, belum tentu komunikasi anda itu efektif ataupun memuaskan. Berdasarkan inilah maka metode komunikasi yang tepat sangat dibutuhkan untuk efektivitasnya komunikasi yang dibangun.

Komunikasi juga berkaitan erat dengan pembinaan hubungan yang baik. Menurut Deddy Mulyana, para psikolog berpendapat bahwa kebutuhan utama kita sebagai manusia, dan untuk menjadi manusia yang sehat secara rohaniah, adalah kebutuhan akan hubungan sosial yang ramah, yang hanya bisa terpenuhi dengan membina hubungan yang baik dengan orang-orang lain.²² Sekali lagi membina hubungan yang baik hanyalah dilakukan dengan berkomunikasi antarsesama.

Banyak ayat Al-Qur`an yang mengungkap tentang isyarat metode komunikasi, satu di antaranya sebagaimana dijelaskan Allah Swt. dalam firman-Nya:

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk” (Qs. an-Nahl/16:125).

Pada dasarnya ayat tersebut di atas mengandung tiga bentuk metode dalam berkomunikasi, yaitu menyampaikan sesuatu (yakni mengajak kepada jalan Allah) dengan hikmah, pengajaran yang baik dan debat atau berdiskusi dengan cara yang baik pula. Menurut Muhammad Abduh sebagaimana dikutip Abdullah²³ penerapan komunikasi tersebut berkaitan dengan obyek sasarannya. Berkomunikasi dengan cara hikmah diperuntukkan bagi kalangan cendekiawan, yaitu golongan yang cinta kepada kebenaran dan dapat berfikir secara kritis. Menyampaikan secara hikmah dalam pengertian

²²Deddy Mulyana, “*Mengapa Kita...*”, h. 9-10.

²³Abdullah, *Wawasan Dakwah: Kajian Epistemologi, Konsepsi dan Aplikasi Dakwah*, (Medan: IAIN Press, 2002), h. 60.

menjelaskan sesuatu dengan alasan, dalil dan hujah yang dapat diterima oleh akal mereka. Berkomunikasi dengan metode pengajaran yang baik diperuntukkan bagi golongan masyarakat awam, di mana mereka pada dasarnya belum mampu berfikir secara kritis dan mendalam serta belum mampu mengungkap makna secara lebih detil dari apa yang disampaikan, sehingga bagi mereka pesan yang disampaikan harus dikomunikasikan secara sederhana dan mudah dipahami. Sedangkan bagi golongan yang tingkat kecerdasannya berada di atas cendekiawan dan awam, maka metode komunikasi yang paling tepat adalah dengan cara berdebat atau berdiskusi secara baik. Budaya dialog dan diskusi sangat tepat untuk mencairkan suatu masalah dan juga dapat menghilangkan prasangka-prasangka buruk. Oleh karena itu *mujadalah* adalah metode komunikasi tingkat tinggi yang sasarannya adalah kaum-kaum intelektual yang memiliki tingkat keilmuan yang sudah cukup tinggi

G. Tujuan Komunikasi Islam

Tujuan komunikasi lebih jauh daripada sekedar menyampaikan informasi (tugas) belaka. Komunikasi tidak akan berhasil apabila informasi yang dikomunikasikan oleh pihak pertama tidak dapat ditangkap dan dipahami oleh pihak kedua atau paham yang diperoleh pihak kedua tidak sesuai dengan paham yang disampaikan kepadanya. Tetapi komunikasi akan berhasil—terutama di dunia kerja apabila hasil kerja pihak kedua itu mencerminkan penerapan informasi yang diperolehnya. Kesesuaian paham dalam hal ini penting sekali.²⁴ Dengan demikian, komunikasi itu paling tidak memiliki 3 (tiga) fungsi utama, yaitu antara komunikator dengan komunikan harus ada saling pengertian (*selfother understanding*), komunikasi itu harus bisa membentuk suatu hubungan yang berarti (*establish meaningful relationships*),

²⁴Gondokusumo, *Komunikasi Penugasan...*, h. 2-3.

dan komunikasi itu berfungsi untuk menguji serta mengubah sikap dan perilaku (*examine and change attitude and behaviours*).²⁵

Jika disimpulkan dari pendapat Arnold, Bowers dan John Naisbitt²⁶ ada empat tujuan atau motif komunikasi yang perlu dikemukakan di sini. Motif atau tujuan ini tidak perlu dikemukakan secara sadar, juga tidak perlu mereka yang terlibat menyepakati tujuan komunikasi mereka. Tujuan dapat disadari ataupun tidak, dapat dikenali ataupun tidak. Selanjutnya, meskipun teknologi komunikasi berubah dengan cepat dan drastis (kita mengirimkan surat elektronik, bekerja dengan komputer, misalnya) tujuan komunikasi pada dasarnya tetap sama, bagaimanapun hebatnya revolusi elektronik dan revolusi-revolusi lain yang akan datang.

a. Menemukan

Salah satu tujuan utama komunikasi menyangkut penemuan diri (*personal discovery*). Bila anda berkomunikasi dengan orang lain, anda belajar mengenai diri sendiri selain juga tentang orang lain. Kenyataannya, persepsi diri anda sebagian besar dihasilkan dari apa yang telah anda pelajari tentang diri sendiri dari orang lain selama komunikasi, khususnya dalam perjumpaan-perjumpaan antar pribadi.

Dengan berbicara tentang diri kita sendiri dengan orang lain kita memperoleh umpan balik yang berharga mengenai perasaan, pemikiran, dan perilaku kita. Dari perjumpaan seperti ini kita menyadari, misalnya bahwa perasaan kita ternyata tidak jauh berbeda dengan perasaan orang lain. Pengukuhan positif ini membantu kita merasa "normal."

Cara lain di mana kita melakukan penemuan diri adalah melalui proses perbandingan sosial, melalui perbandingan kemampuan, prestasi,

²⁵Teri Kwal Gamble & Micael Gamble, *Communication Works*, (New York: Random House, 1984), h. 18-19.

²⁶Sebagaimana yang dikutip pada Jurnal *SKOLAR* Pasca Sarjana UNP, Volume 2 Nomor 2, 2002

sikap, pendapat, nilai, dan kegagalan kita dengan orang lain. Artinya, kita mengevaluasi diri sendiri sebagian besar dengan cara membanding diri kita dengan orang lain.

Dengan berkomunikasi kita dapat memahami secara lebih baik diri kita sendiri dan diri orang lain yang kita ajak bicara. Tetapi, komunikasi juga memungkinkan kita untuk menemukan dunia luar dunia yang dipenuhi obyek, peristiwa, dan manusia lain. Sekarang ini, kita mengandalkan beragam media komunikasi untuk mendapatkan informasi tentang hiburan, olah raga, perang, pembangunan ekonomi, masalah kesehatan dan gizi, serta produk-produk baru yang dapat dibeli. Banyak yang kita peroleh dari media ini berinteraksi dengan yang kita peroleh dari interaksi antarpribadi kita. Kita mendapatkan banyak informasi dari media, mendiskusikannya dengan orang lain, dan akhirnya mempelajari atau menyerap bahan-bahan tadi sebagai hasil interaksi kedua sumber ini.

b. Untuk berhubungan

Salah satu motivasi kita yang paling kuat adalah berhubungan dengan orang lain (membina dan memelihara hubungan dengan orang lain). Kita ingin merasa dicintai dan disukai, dan kemudian kita juga ingin mencintai dan menyukai orang lain. Kita menghabiskan banyak waktu dan energi komunikasi kita untuk membina dan memelihara hubungan sosial. Anda berkomunikasi dengan teman dekat di sekolah, di kantor, dan barangkali melalui telepon. Anda berbincang-bincang dengan orang tua, anak-anak, dan saudara anda. Anda berinteraksi dengan mitra kerja.

c. Untuk meyakinkan

Media masa ada sebagian besar untuk meyakinkan kita agar mengubah sikap dan perilaku kita. Media dapat hidup karena adanya dana dari iklan, yang diarahkan untuk mendorong kita membeli berbagai produk. Sekarang ini mungkin anda lebih banyak bertindak sebagai konsumen

ketimbang sebagai penyampai pesan melalui media, tetapi tidak lama lagi barangkali anda-lah yang akan merancang pesan-pesan itu bekerja di suatu surat kabar, menjadi editor sebuah majalah, atau bekerja pada biro iklan, pemancar televisi, atau berbagai bidang lain yang berkaitan dengan komunikasi. Tetapi, kita juga menghabiskan banyak waktu untuk melakukan persuasi antarpribadi, baik sebagai sumber maupun sebagai penerima. Dalam perjumpaan antar pribadi sehari-hari kita berusaha mengubah sikap dan perilaku orang lain. Kita berusaha mengajak mereka melakukan sesuatu, mencoba cara diet yang baru, membeli produk tertentu, menonton film, membaca buku, rnengambil mata kuliah tertentu, meyakini bahwa sesuatu itu salah atau benar, menyetujui atau mengecam gagasan tertentu, dan sebagainya. Daftar ini bisa sangat panjang. Memang, sedikit saja dari komunikasi antarpribadi kita yang tidak berupaya mengubah sikap atau perilaku.

d. Untuk bermain

Kita menggunakan banyak perilaku komunikasi kita untuk bermain dan menghibur diri. Kita mendengarkan pelawak, pembicaraan, musik, dan film sebagian besar untuk hiburan. Demikian pula banyak dari perilaku komunikasi kita dirancang untuk menghibur orang lain (menceritakan lelucon mengutarakan sesuatu yang baru, dan mengaitkan cerita-cerita yang menarik). Adakalanya hiburan ini merupakan tujuan akhir, tetapi adakalanya ini merupakan cara untuk mengikat perhatian orang lain sehingga kita dapat mencapai tujuan-tujuan lain.

Tentu saja, tujuan komunikasi bukan hanya ini; masih banyak tujuan komunikasi yang lain. Tetapi keempat tujuan yang disebutkan di atas tampaknya merupakan tujuan-tujuan yang utama. Selanjutnya tidak ada tindak komunikasi yang didorong hanya oleh satu faktor; sebab tunggal

tampaknya tidak ada dunia ini. Oleh karenanya, setiap komunikasi barangkali didorong oleh kombinasi beberapa tujuan bukan hanya satu tujuan.

Alo Liliweri²⁷ menyederhanakan fungsi komunikasi menjadi dua bagian, yaitu: 1) fungsi pribadi, yang terdiri dari menyatakan identitas sosial, menyatakan integrasi sosial, menambah pengetahuan kognitif, dan melepaskan diri/ jalan keluar; 2) fungsi sosial, yang terdiri dari fungsi pengawasan dan menjembatani sesuatu pesan dari si pengirim kepada si penerima (dua pihak), atau kepada pihak selanjutnya (berjenjang).

Bagi Islam, peranan komunikasi sudah digambarkan dalam Alquran di mana ia terkait dengan realitas masyarakat. Komunikasi merupakan peletak dasar utama untuk mewujudkan interaksi sosial yang dalam ajaran Islam disebut dengan istilah *silaturrahmi* artinya interaksi sosial yang dilaksanakan bukanlah hanya sekedar berhubungan saja, tetapi selalu di balik hubungan itu tersimpul di dalamnya perasaan hikmah yang mendalam, yaitu *rahimisme* (paham kasih sayang).²⁸

Ada beberapa hal yang menjadi pokok terpenting dari tujuan komunikasi sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang harus dijalankan oleh umat manusia kepada Tuhannya, yaitu:²⁹

Pertama, mengajak manusia agar menyembah kepada Allah Swt. tanpa mempersekutukannya dengan sesuatu dan tidak pula mencari Tuhan selain Allah. Sebagai mana dijelaskan dalam Al-Qu`ran, artinya:

“Sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatupun. Dan berbuat baiklah kepada dua orang ibu-bapa, karib-kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga yang dekat dan tetangga yang jauh, dan teman sejawat, ibnu sabil dan hamba sahayamu. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membangga-banggakan diri.” (Qs. an-Nisā’/4:36).

²⁷ Liliweri, *Wacana Komunikasi...*, h. 54-55.

²⁸ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), h. 53.

²⁹ Agus Toha Kuswasta & Uu Kuswara Suryakusumah, *Komunikasi Islam dari Zaman ke Zaman*, (Jakarta: Arikha Media Cipta, 1990), h. 16.

Kedua, mengajak kaum muslimin agar mereka ikhlas beragama karena Allah, memelihara amal perbuatannya jangan bertentangan dengan iman yang sebenarnya. Firman Allah, artinya:

“Padahal mereka tidak disuruh kecuali supaya menyembah Allah dengan memurnikan ketaatan kepada-Nya dalam (menjalankan) agama yang lurus, dan supaya mereka mendirikan shalat dan menunaikan zakat; dan yang demikian itulah agama yang lurus.” (Qs. al-Bayyinah/98: 5).

Ketiga, mengajak manusia untuk menerapkan hukum Allah yang akan mewujudkan kesejahteraan dan keselamatan bagi umat manusia seluruhnya. Firman Allah menjelaskan: Artinya:

Dan Kami telah tetapkan terhadap mereka di dalamnya (At Taurat) bahwasanya jiwa (dibalas) dengan jiwa, mata dengan mata, hidung dengan hidung, telinga dengan telinga, gigi dengan gigi, dan luka luka (pun) ada kisasnya. Barangsiapa yang melepaskan (hak kisas) nya, maka melepaskan hak itu (menjadi) penebus dosa baginya. Barangsiapa tidak memutuskan perkara menurut apa yang diturunkan Allah, maka mereka itu adalah orang-orang yang zalim.” “(Qs. al-Māidah/5: 45).

H. Hakikat Ilmu Komunikasi Islam dalam Filsafat Ilmu

Filsafat dan ilmu adalah dua kata yang saling terkait, baik secara substansial maupun historis, karena kelahiran ilmu tidak lepas dari peranan filsafat, sebaliknya perkembangan ilmu memperkuat eksistensi filsafat. Kendati demikian, keduanya berbeda satu sama lain, terutama bila dilihat dari obyek kajiannya.

Pada dasarnya obyek kajian ilmu hanya terbatas pada persoalan yang empiris saja, kendati bukan tidak mungkin termasuk juga yang tidak empiris, asalkan ia tetap realitas. Mulyadhi Kartanegara sebagaimana dikutip Dr. Amsal Bakhtiar, MA mengemukakan bahwa obyek ilmu tidak mesti selalu empiris karena realitas itu tidak hanya yang empiris bahkan yang tidak

empiris lebih luas dan dalam dibandingkan dengan yang empiris. Karena itu, dia memasukkan teologi sebagai suatu disiplin ilmu, yang sama dengan ilmu-ilmu lainnya. Sedangkan cakupan obyek filsafat jauh lebih luas, yakni selain meneliti atau membahas hal-hal yang bersifat empiris, juga yang non-empiris. Pengkajian filsafat terhadap sesuatu obyek dilakukan secara menyeluruh, radikal, dan rasional.³⁰

Di samping itu, secara historis ilmu berasal dari kajian filsafat karena awalnya filsafatlah yang melakukan pembahasan tentang segala yang ada ini secara sistematis, rasional, dan logis, termasuk hal yang empiris. Setelah berjalan beberapa lama kajian yang terkait dengan hal yang empiris semakin bercabang dan berkembang, sehingga menimbulkan spesialisasi dan menampakkan kegunaan yang praktis. Inilah proses terbentuknya ilmu secara berkesinambungan. Berdasarkan ini pulalah bahwa filsafat oleh para filosof disebut sebagai induk segala macam ilmu.³¹

Dalam kajian filsafat, ilmu dan pengetahuan sekalipun memiliki banyak persamaan, tetapi tetap dibedakan. Jika ilmu merupakan bagian dari pengetahuan yang terklasifikasi, tersistem, dan terukur serta dapat dibuktikan kebenarannya secara empiris, maka pengetahuan merupakan keseluruhan pengetahuan yang belum tersusun, baik mengenai metafisik maupun fisik. Dapat juga dikatakan pengetahuan adalah informasi yang berupa *common sense*. Pengetahuan merupakan khazanah kekayaan mental yang secara langsung atau tidak langsung ikut memperkaya kehidupan manusia. Jujun S. Suriasumantri mengakui bahwa dirinya sukar membayangkan jika sekiranya pengetahuan manusia tidak ada, sebab pengetahuan merupakan sumber jawaban terhadap berbagai pertanyaan yang muncul dalam benak seseorang. Jujun mencontohkan, apa yang seharusnya dilakukan sekiranya seorang anak

³⁰Amsal Bakhtiar, *Filsafat Ilmu* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2005), h. 16.

³¹Amsal, *Filsafat...*, h. 2.

sedang sakit panas dan mengalami kejang-kejang? Lagu nina bobo apa yang harus dinyanyikan agar ia bisa tertidur lelap? Ketika seseorang sedang dirundung duka karena yang dicintainya telah meninggalkannya maka kemanakah ia mesti berpaling dan mencurahkan kesedihannya? Pertanyaan-pertanyaan ini akan dijawab oleh pengetahuan yang dimiliki oleh manusia. Bahkan setiap jenis pengetahuan manusia pada dasarnya menjawab jenis pertanyaan tertentu yang diajukan.³²

Berdasarkan hal di atas, maka pada saat pertanyaan muncul dalam benak seseorang, memorinya akan mencari-cari jawabannya. Jawaban yang lebih mudah didapatkan adalah berdasarkan pengalaman-pengalamannya. Berdasarkan inilah salah satu yang dikenal sebagai sumber pengetahuan adalah pengalaman. Ilmu juga memulai penjelajahannya pada pengalaman manusia dan berhenti pula pada batas pengalaman itu. Perbedaannya, jika pada pengetahuan tidak diupayakan mengkajinya secara lebih mendalam dan menjadikannya dapat diterima secara rasional, justru pada ilmu pengalaman itu dijadikan sebagai tolok ukur untuk pengkajian lebih lanjut. Hasilnya, jika teruji kebenarannya maka akan diterima secara lebih sempurna dan baik, sebaliknya jika pengalaman itu tidak dapat dibuktikan kebenarannya berarti ia tidak akan bisa berlaku umum. Hal ini bisa saja terjadi sebab suatu pengalaman bisa saja berbeda dengan pengalaman lainnya. Dengan demikian, pengalaman pada pengetahuan manusia lebih bersifat personal, sedangkan pengalaman yang sudah diuji kebenarannya bisa bersifat umum selama belum ada kajian-kajian atau penelitian yang menentangnya.

Penjelajahan terhadap pengalaman manusia itu jika ditinjau dari fungsi ilmu sendiri dalam kehidupan manusia adalah untuk membantu manusia menanggulangi berbagai masalah yang dihadapi dalam kesehariannya. Misalnya ilmu dapat membantu manusia mengatasi masalah

³² Suriasumantri, *Filsafat Ilmu*, h. 104.

kebodohan, kemiskinan, pengangguran, dan sebagainya. Pembatasan penjelajahan terhadap pengalaman manusia ini juga disebabkan karena metode yang dipergunakan dalam menyusunnya telah teruji kebenarannya secara empiris. Jika berkaitan dengan dunia non-empiris, maka akan sulit membuktikannya secara metodologis, sehingga akan menyalahi kesahihan metode ilmiah. Pembatasan ini memang mempersempit batas jelajah ilmu. Memang demikianlah adanya, bahkan dalam pengalaman manusiapun ilmu hanya membahas benar atau tidaknya suatu pernyataan, sedangkan pada saat berhubungan dengan baik atau buruknya diserahkan kepada sumber-sumber moral (agama; etika), dan pada saat berhubungan dengan indah dan jeleknya sesuatu itu diserahkan kepada pengkajian estetika.³³

Pengalaman manusia itu diperoleh dari mana? Pertanyaan ini tentu menjadi pertanyaan penting untuk melihat sumber-sumber pengalaman manusia. Kebanyakan orang mendapatkan pengalaman dari hasil pengindraannya. Dengan indera manusia mengenal alam di sekitarnya, seperti api panas, es dingin, ada gelap, ada terang, dan seterusnya. Dari penginderaan ini ia juga akan mendapatkan ada aturan-aturan yang melingkupi kehidupannya, seperti jika ingin makan harus diupayakan mencari makanan, jika ingin pergi maka harus melangkahkan kaki, jika saat ini siang maka nanti akan ada malam, dan seterusnya. Pengetahuan-pengetahuan itu terkadang tidak disadari dan kerap kali tidak dirumuskan ke dalam perkataan yang sistematis, tetapi ia tetap diakui kebenarannya dan dipergunakan dalam kehidupan manusia sehari-hari. Tentu saja pengetahuan seperti ini hanya bersifat kebetulan saja. Pengetahuan yang bersifat kebetulan tidaklah memadai bagi manusia. Manusia membutuhkan suatu kepastian, yang tidak hanya berdasarkan kebetulan. Instink manusia selalu ingin tahu terhadap sesuatu. Dorongan ini akan membawa manusia kepada berbagai

³³Amsal, *Filsafat...*, h. 91-92.

upaya mencari kebenaran akan pengalaman yang ia dapatkan. Kendati ia sudah tahu, ia tetap ingin mengkajinya secara lebih mendalam dan teratur. Penyelidikan inilah yang akan menghasilkan ilmu pengetahuan bagi manusia yang sudah beranjak ke arah yang lebih tinggi, pengetahuan ilmiah; tidak hanya bersifat 'kebetulan' saja. Agar pengetahuan yang diperoleh tidak lagi bersifat kebetulan, maka manusia juga mencari jalan dan alternatif-alternatif metode yang lebih memudahkannya mencapai tujuan itu. Di samping itu, untuk mempercayai kebenaran kesaksian pengalaman inderawi, beberapa syarat harus terpenuhi. Syarat-syarat dimaksud adalah:

1. Obyek harus disesuaikan dengan jenis indera kita; warna-warna infra-merah atau obyek-obyek mikroskopik tidak cocok bagi indera kita; demikian juga obyek-obyek yang terlalu jauh atau terlalu dekat.
2. Organ indera harus normal dan sehat. Contoh-contoh kegagalan jelas terdapat di dalam kasus kebutaan, ketulian atau buta warna. Tetapi terdapat kerusakan-kerusakan yang masih bisa ditolerir, misalnya rasa pahit yang dirasakan orang sakit, atau ketulian sementara karena pukulan.
3. Karena obyek ditangkap melalui suatu medium, medium ini harus ada: warna secara tepat ditangkap di bawah sinar matahari daripada di bawah sinar merah yang dipakai di dalam mencetak foto; suara melalui udara terbuka daripada di dalam air; tongkat yang sebagiannya dimasukkan ke dalam air kelihatan bengkok, karena terdapat dua media, yaitu udara dan air, yang menyebabkan kelakuan air berbeda.³⁴

³⁴ Kenneth T. Gallagher, *Epistemologi Ilmu: Filsafat Pengetahuan* (disadur oleh) P. Hardono Hadi (Yogyakarta: Kanisius, 1994), h. 80.

Berdasarkan ini pulalah akhirnya muncul berbagai metode atau pendekatan (*approach*). Adapun yang dimaksud dengan pendekatan di sini adalah cara pandang atau paradigma yang terdapat dalam suatu bidang ilmu.

Menurut Stephen Littlejohn (1989) dalam bukunya "*Theories of Human Communication*" sebagaimana dikutip S. Djuarsa Sendjaja, Ph. D dengan melihat pendekatan keilmuan sesuai sudut pandang dan obyek pengamatannya, maka pendekatan dibagi menjadi 3 (tiga) macam, yaitu pendekatan *scientific* (ilmiah-empiris), pendekatan *humanistic* (humaniora-interpretatif), dan pendekatan *social sciences* (ilmu-ilmu sosial).³⁵ Pendekatan *scientific* biasanya digunakan para ahli dalam ilmu-ilmu eksakta seperti fisika, biologi, kedokteran, matematika, dan lain-lain. Landasan filosofis pendekatan ini adalah bahwa dunia ini pada dasarnya mempunyai bentuk dan struktur. Sehingga jika penelitian dilakukan terhadap suatu fenomena dengan menggunakan metode yang sama, maka akan menghasilkan temuan yang sama. Dengan demikian pendekatan ini mengutamakan prinsip obyektivitas. Pendekatan *humanistic* melihat sesuatu hal berdasarkan cara pandang atau penggambaran dirinya. Dengan demikian pendekatan ini lebih bersifat subyektif dan mengandalkan interpretatif terhadap suatu hal atau fenomena. Obyek kajiannya lazim digunakan untuk mengkaji persoalan-persoalan yang menyangkut sistem nilai, kesenian, kebudayaan, sejarah, dan pengalaman pribadi. Sementara itu, pendekatan *social sciences* pada dasarnya menggabungkan atau mengkombinasikan kedua pendekatan sebelumnya. Dalam banyak hal, pendekatan ilmu sosial merupakan perpanjangan (*extension*) dari pendekatan ilmu alam (*natural science*), karena beberapa metode yang diterapkan banyak di antaranya yang diambil dari ilmu alam. Namun metode-metode pendekatan aliran *humanistic* juga diterapkan.

³⁵S. Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi*, (Jakarta: Penerbit Universitas Terbuka, 1994), h. 2.

Dengan demikian dapat digambarkan bahwa dalam ilmu komunikasi yang lebih memungkinkan diterapkan adalah pendekatan *social sciences*. Hal ini sangat jelas terlihat banyaknya model dan teori komunikasi dipergunakan yang merupakan hasil adopsi dari ilmu-ilmu alam dan ilmu-ilmu sosial lainnya. Bahkan para penggagas-penggagas awal yang memunculkan *bodyknowledge* komunikasi itu sendiri memiliki spesialisasi (keahlian) yang berbeda-beda. Ada yang berlatar belakang pendidikan pada bidang sains murni (ilmu matematika), ada yang berpendidikan psikologi, sosiologi, politik, dan sebagainya.

I. Hubungan Ilmu Komunikasi Islam dengan Dakwah

Ada pertanyaan mendasar yang harus dikemukakan sebelum kita melihat hubungan ilmu komunikasi Islam dengan dakwah, yaitu apakah komunikasi Islam sama dengan dakwah? Jawaban yang berkembang ada dua pandangan. *Pertama*, pandangan yang mengatakan bahwa komunikasi Islam sama dengan dakwah. Misalnya Toto Tasmara menyebutkan: “Kalau diperhatikan secara seksama dan mendalam, maka pengertian dakwah itu tidak lain adalah komunikasi”. Tetapi ia kemudian menyebut, hanya saja yang secara khas dibedakan dari bentuk komunikasi yang lainnya, terletak pada cara dan tujuan yang akan dicapai. Tujuan dari komunikasi mengharapkan adanya partisipasi dari komunikan atas ide-ide atau pesan-pesan yang disampaikan tersebut terjadilah perubahan sikap dan tingkah laku yang di harapkan. Di dalam dakwah demikian juga.

“Ciri khas yang membedakannya adalah terletak pada pendekatannya yang dilakukan secara *persuasive*, dan juga tujuannya yaitu mengharapkan terjadinya perubahan/pembentukan sikap dan tingkah laku sesuai dengan ajaran-ajaran agama Islam. Atas dasar ini dapat kita katakan bahwa dakwah itu adalah juga merupakan suatu proses komunikasi, tetapi tidak semua proses komunikasi merupakan proses dawkah. Dengan demikian, dakwah itu merupakan suatu bentuk komunikasi yang khas yang dapat dibedakan dari bentuk komunikasi lainnya di dalam beberapa

hal sebagai berikut: 1) Siapakah pelakunya (Komunikator); 2) Apakah pesn-pesannya (*Message*); 3) Bagaimanakah caranya (*Approach*); dan 4) Apakah tujuannya (*Destination*)".³⁶

Di samping itu, ada pendapat yang mengemukakan bahwa komunikasi dengan dakwah sangat berbeda. Pada periode tahun 1998-1999 di kalangan senat Omdurman Islamic University (OIU) Sudan terjadi kontroversi seputar penamaan salah satu fakultasnya, yaitu Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Hingga akhirnya, karena dakwah merupakan bagian dari komunikasi, maka diganti menjadi Fakultas Komunikasi saja. Perbedaan ini mereka lihat terletak pada *job* masing-masing. Dakwah merupakan isi (*content*) dari komunikasi, sehingga ia juga merupakan suatu metode atau tipe tersendiri dari komunikasi, sedangkan komunikasi itu sendiri adalah suatu proses. Sekalipun keduanya satu sama lain berbeda, namun memiliki hubungan yang sangat erat. Dakwah merupakan bangunan besar dari komunikasi. Dengan demikian, dakwah tidak bersinonim dengan komunikasi, melainkan merupakan bagian dari komunikasi Islam.³⁷

Berdasarkan uraian-uraian tersebut di atas, penulis lebih cenderung membedakan antara komunikasi Islam dengan dakwah. Komunikasi Islam merupakan induk dari dakwah. Salah satu bentuk komunikasi Islam adalah dakwah. Dakwah secara spesifik berbicara mengenai seruan kepada Islam. Sedangkan komunikasi Islam tidak saja menyeru kepada Islam, tetapi membingkai komunikasi yang sesuai dengan ajaran Islam secara lebih luas. Jika boleh dikatakan, tujuannya sangat jelas berbeda. Komunikasi Islam tidak seluruhnya bertujuan untuk mengajak orang kepada Islam, tetapi di dalamnya ada bagian tertentu yang membicarakan itu, yaitu dakwah. Kendati

³⁶ Tasmara, *Komunikasi Dakwah...*, h. 39.

³⁷ Kajian mendalam mengenai perbedaan dakwah dan komunikasi ini dapat dilihat pada tulisan Dr. Mahmoud M. Galander dalam paparannya yang berjudul: "*Islamization of Communication: A Critique*" yang disampaikan pada International Conference on Islamization of the Human Sciences di International Islamic University, Kuala Lumpur, Malaysia, bulan Agustus, 2000.

demikian, komunikasi Islam jelas mengajak orang menyampaikan pesan (*message*) berdasarkan prinsip-prinsip yang diajarkan oleh Islam, yakni berdasarkan Alquran dan Sunnah Nabi Saw.). Jadi, dengan demikian, dakwah merupakan bagian dari komunikasi Islam.

Hubungan yang paling jelas terlihat nanti adalah ketika berbicara mengenai metode keduanya. Satu sama lain tentu saja saling mengatakan bahwa ini metode komunikasi, bahwa ini metode dakwah. Hal itu memang akan terjadi, karena keduanya didasarkan pada Alquran dan Hadis Nabi Saw. Misalnya di dalam komunikasi Islam bahwa metode yang dikutip adalah dari Qs. An-Nahl, ayat 125, metode dakwah juga menggunakannya. Dengan demikian, antara dakwah dan komunikasi memang saling berhubungan satu dengan lainnya. Ketika berbicara mengenai konsep penyiaran Islam, maka yang dibicarakan adalah dakwah, sekaligus komunikasi Islam, sebab penyampaian pesan sebenarnya adalah kajian komunikasi.

Dalam kenyataannya juga terlihat bahwa seorang da'i (jika diartikan sebagai seorang *muballigh*) adalah juga sebagai seorang komunikator Islam. Seorang *muballigh* karena mengambil prinsip-prinsip komunikasi dalam menyampaikan pesannya kepada audiens, maka ia disebut seorang komunikator. Satu hal yang tentu saja sangat berbeda, yaitu ketika yang menjadi komunikator bukan seorang Muslim, tetapi karena ia menggunakan prinsip-prinsip berkomunikasi menurut ketentuan Islam, maka sebenarnya ia telah mempraktekkan Komunikasi Islam. Ini sangat berbeda dengan ketika seorang non-Muslim menyampaikan ajaran Islam, sekalipun itu benar adanya, maka ia tidak akan pernah disebut sebagai da'i atau *muballigh*. Dengan demikian, kendati antara Komunikasi Islam dengan dakwah saling berhubungan, tetapi perbedaan di antara keduanya tetap ada, sehingga antara keduanya tidak bisa dikatakan sama.

K. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang diperoleh dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Landasan ontologi komunikasi Islam menjelaskan tentang obyek material dan formal. Obyek material komunikasi Islam pada dasarnya sama dengan komunikasi yang dikembangkan pihak Barat, yaitu manusia secara keseluruhan. Maksudnya, bukan saja manusia muslim, tetapi juga termasuk yang non-muslim. Sedangkan obyek formal komunikasi Islam adalah segala pesan (*message*) yang sesuai dengan ajaran Islam, yakni berdasarkan Alquran dan Hadis. Dengan kata lain, semua pesan yang tidak ada larangan untuk menyampaikannya kepada orang lain, maka yang demikian itulah obyek formal komunikasi Islam. Jika demikian, akan sangat berbeda dengan obyek komunikasi Barat yang membuka *kran* kebebasan untuk menyampaikan pesan apa saja selama tidak berbenturan dengan kepentingan individu lain, sehingga muncul paham *free flow of ideas by word and image*, yang dalam komunikasi massa dikenal paham *news free flow*.
2. Landasan epistemologi komunikasi Islam menjelaskan tentang usaha manusia untuk menelaah masalah-masalah obyektivitas, metodologi, sumber data validitas pengetahuan secara mendalam dengan menggunakan subyek Islam sebagai titik tolak berpikir. Penekanan pembahasan epistemologi adalah menelaah sumber-sumber ilmu komunikasi Islam dan dengan apa atau bagaimana mendapatkannya. Adapun sumber-sumber ilmu komunikasi Islam sama dengan ilmu-ilmu dalam perspektif Islam lainnya, yakni bahwa ilmu itu diperoleh dari Alquran dan Sunnah, penelaahan alam semesta, pengkajian terhadap diri manusia (*anfus*), dan penjelajahan terhadap *tarikh*

(sejarah) umat manusia. Sedangkan alat untuk memperoleh ilmu komunikasi Islam adalah dengan mengoptimalkan fungsi inderawi dalam mempersepsi sumber, melalui pemahaman akal atau qalbu, dan melalui pengetahuan wahyu atau ilham. Khusus mengenai alat wahyu atau ilham ini tidak ditemukan sebagai alat pada komunikasi Barat. Ia hanya dimiliki oleh epistemologi komunikasi Islam.

3. Landasan aksiologi komunikasi Islam menjelaskan tentang nilai atau kegunaan ilmu komunikasi Islam. Di dalam Islam, pada prinsipnya semua ilmu, termasuk ilmu komunikasi Islam, diharapkan dapat dijadikan sebagai alat untuk mendekatkan diri kepada Allah, harus secara efektif dapat membantu mengembangkan masyarakat Islam dan merealisasikan tujuan-tujuannya, harus berguna bagi orang lain, dan dapat memecahkan berbagai problem masyarakat manusia. Dengan demikian, selama ilmu itu tidak menjadi alat bagi *thaghut* (selain-Allah atau anti-Allah), merupakan alat-alat pencerahan dan berguna bagi kemanusiaan.

DAFTAR PUSTAKA

- A.A. Gondokusumo, *Komunikasi Penugasan: Bagi Eksekutif, Supervisor dan Karyawan*, Jakarta: Gunung Agung, 1980.
- Abdullah, *Wawasan Dakwah: Kajian Epistemologi, Konsepsi dan Aplikasi Dakwah*, Medan: IAIN Press, 2002.
- Agus Toha Kuswasta & Uu Kuswara Suryakusumah, *Komunikasi Islam dari Zaman ke Zaman*, Jakarta: Arikha Media Cipta, 1990.
- Alo Liliwari, *Wacana Komunikasi Organisasi*, Bandung: Mandar Maju, 2004.
- Amsal Bakhtiar, *Filsafat Ilmu*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005.
- Cik Hasan Bisri & Eva Rufaidah, *Model Penelitian Agama dan Dinamika Sosial: Himpunan Rencana Penelitian*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002.
- Hasan Asari & Amroeni Drajat (ed.) *Antologi Kajian Islam*, Bandung: Cita Pustaka Media, 2004.
- Maswadi Rauf dan Mappa Nasrun (ed.), *Indonesia dan Komunikasi Politik*, Jakarta: AIPI & Gramedia Pustaka Utama, 1993.
- Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002.
- Onong Uchjana Effendy, *Spektrum Komunikasi*, (Bandung: Mandar Maju, 1994.
- S. Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi*, Jakarta: Penerbit Universitas Terbuka, 1994.
- Saadah Wok, et. al., *Teori-Teori Komunikasi*, Kuala Lumpur: PTS Publications & Distributors SDN BHD, 2004.
- Teri Kwal Gamble & Micael Gamble, *Communication Works*, New York: Random Hosue, 1984.
- Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997.
- Zuhairini, *Sejarah Pendidikan Islam*, cet. ke-2, Jakarta: Bumi Aksara, 1995.

