

# **KONSEP ISLAM TENTANG KOMUNIKASI: Kritik Terhadap Teori Komunikasi Barat**

**Disertasi**

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Doktor dalam  
Bidang Dakwah dan Komunikasi



**M. TATA TAUFIK**  
**NIM: 02.3.00.1.07.01.0053**

**SEKOLAH PASCASARJANA (S3)**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)**  
**“SYARIF HIDAYATULLAH” JAKARTA**  
**1428 H / 2007 M**

## **PERSETUJUAN**

Disertasi yang berjudul “**KONSEP ISLAM TENTANG KOMUNIKASI: Kritik Terhadap Teori Komunikasi Barat**” telah disetujui untuk diajukan dalam sidang tertutup (Ujian Pendahuluan) oleh promotor..

### **Promotor**

**Prof. Dr. H. Juhaya S. Praja MA**

**Prof. Dr. Andi Faisal Bakti MA**

mtatataufik.id

**PENGESAHAN PANITIA UJIAN**

Disertasi yang berjudul “**KONSEP ISLAM TENTANG KOMUNIKASI: Kritik Terhadap Teori Komunikasi Barat**” telah diujikan dalam sidang promosi Sekolah Pasca Sarjana UIN “Syarif Hidayatullah” Jakarta pada tanggal 9 Agustus 2007. Disertasi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Doktor Program S3 pada konsentrasi Dakwah dan Komunikasi.

Jakarta , 9 Agustus 2007

**Sidang Promosi**

**Prof. Dr. H. Juhaya S. Praja MA**  
Promotor merangkap penguji

**Prof. Dr. Andi Faisal Bakti MA**  
Promotor merangkap penguji

**Prof. Dr. M. Yunan Yusuf MA**  
Penguji

**Dr. Jamhari MA**  
Penguji

**Dr. Ibnu Hamad MA**  
Penguji

**Prof . Dr. Azyumardi Azra MA**  
Penguji

### **Surat Pernyataan**

Saya menyatakan bahwa dalam disertasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kuningan 9 Agustus 2007

M. Tata Taufik

## Pengantar

Alhamdulillah, berkat rahmat dan pertolongan Allah SWT kami bisa menyelesaikan tulisan ini dengan baik. Salawat serta salam semoga Allah limpahkan kepada “komunikator” agung Nabi Muhammad SAW dengan harapan semoga tulisan ini bisa memberi kontribusi dalam rangka menyebarkan ajaran yang dibawa beliau.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada keluarga (istri; Dra Iis Mulyati dan kesembilan anak kami; Baitsah Hasanah, Muhsin Arafat, Aisyah Sholihah, Imam Mutaqin, Ali Basyar, Zakiyah, Putri Harum, Khairunnisa, dan Rasyidah, serta ayah bunda) atas kesempatan yang diberikan untuk penulisan karya ini. Selanjutnya pada promotor I Prof. Dr. H. Juhaya S Praja, atas bimbingan dan arahannya, serta promotor II Dr. Andi Faisal Bakti, yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan karya ini termasuk meminjamkan buku-bukunya, membaca naskah dengan teliti serta diskusi-diskusinya bahkan kadang via SMS yang tak kenal waktu. Kepada Prof. Dr. Hamid Mowlana penulis ucapkan terima kasih atas komunikasinya yang terjalin dalam rangka penulisan ini. Tak lupa kepada para santri dan alumni Al-Ikhlash, terutama Widi Santoso, Isa Nur Zaman, Sumarna dan Ilyas Nasirudin serta Imron Rosyadi yang telah membantu membaca ulang naskah ini, serta kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Semoga kebaikan semuanya dibalas oleh Allah SWT. Amin.

Terakhir berbagai kritik dan saran dari pembaca yang budiman untuk perbaikan karya ini sangat penulis nantikan, dan kepada Allah jugalah kembalinya segala sesuatu, semoga karya ini bermanfaat dan penulisannya dinilai ibadah lillahi ta’ala. Amin

Al-Ikhlash, 26 Maret 2007  
M.Tata Taufik

## ABSTRAK

Konsep Islam Tentang Komunikasi: Kritik atas Teori Komunikasi Barat.

M.Tata Taufik

Disertasi ini membahas Konsep Islam Tentang Komunikasi: Kritik atas Teori Komunikasi Barat. Ketika dihubungkan dengan Islam, belum tersingkap prinsip-prinsip komunikasi dalam Islam yang diyakini sebagai *driving force* ideal, dan pada gilirannya mampu menyahuti isu sosial yang diakibatkan oleh munculnya teknologi media komunikasi (telekomunikasi). Maka pertanyaan kita adalah adakah konsep komunikasi Islam?. Bagaimana komunikasi dalam al-Qur'an, al-Sunnah serta menurut pandangan ulama? Bagaimana penyelesaian terma-terma dakwah, tabligh, amar'ma'ruf nahi mungkar dan akhlak dihubungkan dengan ilmu komunikasi? Apa perbedaan antara Teori Komunikasi Islam dan Barat? Bagaimana kritik Islam terhadap Komunikasi Barat?

Adapun metodologi yang dipakai dalam disertasi ini adalah *analisis tekstual*; termasuk analisis tata bahasa dan gaya bahasa Arab yang biasa dikenal dengan sebutan analisis *balaghah*; *tafsir adaby ijtimā'i* (Muhammad Abduh 1849-1905, Sayyid Qutub 1940-1966). *Analisis tekstual* memakai metode *semiotik* (Ferdinand de Saussure 1857-1913); melalui *analisis paradigmatic* (Claude Lévi Strauss 1966) suatu teks bisa dipahami dengan melihat oposisi dari teks tersebut. *Analisis syntagmatic* (Vladimir Propp 1928/1968) Dengan analisis sintagmatik suatu teks ditafsirkan dengan melihat teks tersebut sebagai suatu deretan kejadian yang bisa memberi makna, dengan kata lain, bahwa deretan kata yang ada dalam kalimat bisa memberi makna. Retorika analisis; melalui *retorikal analisis* (Robert L. Root, Jr. 1987), bisa dipahami suatu efek atau dampak komunikasi serta persuasi dalam praktik komunikasi. *Idiologikal Criticism*, (Antonio Gramsci 1891-1937) juga dipakai dalam rangka mengkritisi komunikasi Barat dan mengonstruksi konsep komunikasi Islam.

Bahwa peradaban Islam yang demikian besar berarti memiliki sistem komunikasi tersendiri dalam pengomunikasiannya. Komunikasi Islam adalah komunikasi yang berdasarkan pada ajaran Islam serta bertujuan untuk menyebarkan ajaran Islam dan membangun masyarakat berdasarkan ajaran tersebut. Dakwah, tabligh, taghyir, amar'ma'ruf nahi mungkar dan akhlak adalah tema-terma komunikasi dan sosiologis dalam tradisi intelektual Islam. Perbedaan landasan filosofis dan landasan etik dalam tataran teori komunikasi akan melahirkan perbedaan dalam tataran praktik

Hamid Mowlana (1996) mengusulkan media sebagai forum pembentuk komunitas yang merupakan sub sistem dari paradigma komunitas atau paradigma keumatan, dalam komunikasi; studi media dan budaya bagi Mowlana harus bersifat holistik dan interdisipliner. Dalam konteks media, Dilnawaz A.Siddiqui (2000) mengajukan akuntabilitas metafisik sebagai kerangka produksi berita Islam. Andi Faisal Bakti (2004) di sisi lain memandang komunikasi Islam sebagai suatu proses *transfer of idea* dengan resepsi aktif yang dikembangkan dari Lee Thayer (1968, 1987) yang berarti pesan dikonstruksi oleh penerima.

Dalam konteks Islam, komunikasi jelas merupakan kegiatan dakwah. Dan dakwah merupakan aktivitas utama pribadi muslim. Hal tersebut tercermin dalam perilaku dan tugas Rasul Allah Muhammad SAW sebagai pemberi informasi yang sangat bermanfaat bagi kehidupan manusia, sehingga melalui kegiatan tersebut terbentuklah suatu kondisi sosial yang di dalamnya praktik "*amar ma'ruf nahi munkar*" menjadi kegiatan setiap

level anggota masyarakatnya untuk terwujud akhlak (etika, dan kearifan) sosial yang diidamkan. (QS.3:104, 114, QS.9:71, 112. QS. 22:41. QS. 31:17).

Bagi Islam media massa merupakan *medium* dakwah, audiens dipandang sebagai *masyarakat binaan*, serta iklan (*advertising*) sebagai *suporter* dakwah. Minimal ada empat domain media massa Islam; dakwah, tabligh, amar ma'ruf nahi mungkar dan akhlak (*communication, information, change and development, and wisdom*).

## ABSTRACT ABSTRACT

The Islamic Concept of Communication:  
A Critique of Western Communication Theory.  
M. Tata Taufik

This dissertation examines the Islamic Concept of Communication: A Critique of Western Communication Theory. When connected to Islam, the principles of communication in Islam, believed to be the ideal driving force and, in turn, capable of addressing social issues arising from the emergence of communication media technology (telecommunications), have not yet been revealed. Therefore, our question is, is there an Islamic concept of communication? How is communication defined in the Qur'an, the Sunnah, and according to the views of Islamic scholars? How are the terms of da'wah, tabligh, enjoining good deeds and forbidding evil, and morals related to communication science? What are the differences between Islamic and Western Communication Theory? How does Islam critique Western communication?

The methodology used in this dissertation is textual analysis, including analysis of Arabic grammar and style, commonly known as *balaghah* analysis. *Tafsîr adaby ijtimâ'i* (Muhammad Abduh 1849-1905, Sayyid Qutub 1940-1966). Textual analysis using semiotic methods (Ferdinand de Saussure 1857-1913); through paradigmatic analysis (Claude Lévi Strauss 1966) a text can be understood by looking at the opposition of the text. Syntagmatic analysis (Vladimir Propp 1928/1968) With syntagmatic analysis a text is interpreted by seeing the text as a series of events that can provide meaning, in other words, that the series of words in a sentence can provide meaning. Rhetorical analysis; through rhetorical analysis (Robert L. Root, Jr. 1987), the effects or impacts of communication and persuasion in communication practices can be understood. Ideological Criticism (Antonio Gramsci 1891-1937) is also used to critique Western communication and construct the concept of Islamic communication.

The vastness of Islamic civilization means it has its own communication system. Islamic communication is communication based on Islamic teachings and aims to spread Islamic teachings and build a society based on them. Da'wah, tabligh, taghyîr, amar'ma'ruf nahi mungkar, and morality are communication and sociological themes in the Islamic intellectual tradition. Differences in philosophical and ethical foundations in communication theory will give rise to differences in practice.

Hamid Mowlana (1996) proposed that media serve as a forum for forming communities, which are subsystems of the community paradigm or the community paradigm in communication; for Mowlana, media and cultural studies must be holistic and

interdisciplinary. In the media context, Dilnawaz A. Siddiqui (2000) proposed metaphysical accountability as a framework for Islamic news production. Andi Faisal Bakti (2004), on the other hand, views Islamic communication as a process of transferring ideas with active reception, developed from Lee Thayer (1968, 1987), meaning the message is constructed by the recipient.

In the Islamic context, communication is clearly a da'wah activity. Da'wah is the primary activity of the Muslim individual. This is reflected in the behavior and duties of the Prophet Muhammad (peace be upon him) as a provider of information that is highly beneficial to human life. Through this activity, a social condition is formed in which the practice of "enjoining good and forbidding evil" becomes an activity at every level of society, leading to the realization of desired social morals (ethics and wisdom). (Quran 3:104, 114, 9:71, 112, 22:41, 31:17).

For Islam, mass media is a medium for da'wah, with the audience viewed as the target community, and advertising as a supporter of da'wah. There are at least four domains of Islamic mass media: da'wah, tabligh, amar ma'ruf nahi mungkar, and akhlak (communication, information, change and development, and wisdom).

### ملخص

#### المفهوم الإسلامي للتواصل: نقد لنظرية التواصل الغربية.

محمد تاتا توفيق

تتناول هذه الرسالة مفهوم التواصل في الإسلام: نقد لنظرية التواصل الغربية. فعند ربط التواصل بالإسلام، نجد أن مبادئه، التي يُعتقد أنها القوة الدافعة المثلى والقادرة بدورها على معالجة القضايا الاجتماعية الناجمة عن ظهور تكنولوجيا وسائل الاتصال (الاتصالات)، لم تُكشف بعد. لذا، فإن سؤالنا هو: هل يوجد مفهوم إسلامي للتواصل؟ كيف يُعرّف التواصل في القرآن والسنة، ووفقاً لآراء علماء الإسلام؟ كيف ترتبط مصطلحات الدعوة والتبليغ والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر والأخلاق بعلم التواصل؟ ما هي الاختلافات بين نظرية التواصل الإسلامية والغربية؟ كيف ينتقد الإسلام التواصل الغربي؟

تعتمد هذه الرسالة على منهجية التحليل النصي، بما في ذلك تحليل قواعد اللغة العربية وأسلوبها، والمعروفة بتحليل البلاغة. التفسير الأدبي (محمد عبده 1849-1905، سيد قطب 1940-1966). التحليل النصي باستخدام الأساليب السيميائية (فرديناند دي سوسير 1857-1913)؛ من خلال التحليل النموذجي (كلود ليفي شتراوس 1966) يمكن فهم النص بالنظر إلى تناقضاته. التحليل التركيبي (فلاديمير بروب 1928/1968) يُفسر النص من خلال النظر إليه كسلسلة من الأحداث التي يمكن أن تُضفي معنى، أي أن سلسلة الكلمات في الجملة يمكن أن تُضفي معنى. التحليل البلاغي؛ من خلال التحليل البلاغي (روبرت ل. روت الابن 1987)، يمكن فهم آثار التواصل والإقناع في ممارسات التواصل. يُستخدم

النقد الإيديولوجي (أنطونيو غرامشي، 1891-1937) أيضًا لنقد التواصل الغربي وبناء مفهوم التواصل الإسلامي.

إن اتساع رقعة الحضارة الإسلامية يعني امتلاكها نظامًا تواصلًا خاصًا بها. فالتواصل الإسلامي هو تواصل قائم على التعاليم الإسلامية، ويهدف إلى نشرها وبناء مجتمع قائم عليها. وتُعدّ الدعوة والتبليغ والتغيير والحكمة والأخلاق من المواضيع التواصلية والاجتماعية في التراث الفكري الإسلامي. وتؤدي الاختلافات في الأسس الفلسفية والأخلاقية لنظرية التواصل إلى اختلافات في الممارسة.

وقد اقترح حامد مولانا (1996) أن وسائل الإعلام تُشكّل منبرًا لتكوين المجتمعات، التي تُعدّ أنظمة فرعية من نموذج المجتمع أو نموذج المجتمع في التواصل؛ ويرى مولانا أن الدراسات الإعلامية والثقافية يجب أن تكون شاملة ومتعددة التخصصات. في سياق الإعلام، اقترح ديلنواز أ. صديقي (2000) المساءلة الميتافيزيقية كإطار لإنتاج الأخبار الإسلامية. من جهة أخرى، ينظر أندي فيصل بكتي (2004) إلى التواصل الإسلامي على أنه عملية نقل أفكار مع استقبال فعال، مستوحى من لي تاير (1968، 1987)، أي أن المتلقي هو من يبني الرسالة.

في السياق الإسلامي، يُعدّ التواصل نشاطًا دعويًا بامتياز، والدعوة هي النشاط الأساسي للفرد المسلم. ويتجلى ذلك في سلوك النبي محمد (صلى الله عليه وسلم) وواجباته كمصدر لمعلومات بالغة النفع لحياة الإنسان. ومن خلال هذا النشاط، تتشكل بيئة اجتماعية يصبح فيها الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ممارسةً على جميع مستويات المجتمع، مما يؤدي إلى تحقيق الأخلاق والحكمة الاجتماعية المنشودة. (القرآن 3: 104، 114، 9: 71، 112، 22: 41، 31: 17).

القرآن 3: 104، 114، 9: 71، 112، 22: 41، 31: 17 في الإسلام، تُعدّ وسائل الإعلام وسيلةً للدعوة، حيث يُنظر إلى الجمهور على أنه المجتمع المستهدف، والإعلان على أنه داعمٌ للدعوة. وتشمل وسائل الإعلام الإسلامية أربعة مجالات رئيسية على الأقل: الدعوة، والتبليغ، والأمور المعروفة وغير المنقحة، والأخلاق (التواصل، والمعلومات، والتغيير والتنمية، والحكمة).

## Pedoman Transliterasi\*

### KONSONAN

| Arab | Latin              | Arab                 | Latin                          |
|------|--------------------|----------------------|--------------------------------|
| ء    | = ' (glottal stop) | ق                    | = q                            |
| ب    | = b                | ك                    | = k                            |
| ت    | = t                | ل                    | = l                            |
| ث    | = ts               | م                    | = m                            |
| ج    | = j                | ن                    | = n                            |
| ح    | = h                | و                    | = w                            |
| خ    | = kh               | ه                    | = h                            |
| د    | = d                | ي                    | = y                            |
| ذ    | = dz               | ة                    | = ah;at (mudaf,bentuk sambung) |
| ر    | = r                | ال                   | = al-                          |
| ز    | = z                | <b>Vocal Pendek</b>  |                                |
| س    | = s                | Arab                 | Latin                          |
| ش    | = sy               | اَ                   | = a                            |
| ص    | = sh               | اِ                   | = i                            |
| ض    | = dl               | اُ                   | = u                            |
| ط    | = th               | <b>Vocal Panjang</b> |                                |
| ظ    | = zh               | آ                    | = â                            |
| ف    | = f                | يَ                   | = î                            |
|      |                    | وَ                   | = û                            |

### DIFTONG

| Arab  | Latin                     |
|-------|---------------------------|
| اَ اِ | = aw                      |
| اَ اِ | = ay                      |
| يَ اِ | = iyy (i pada akhir kata) |
| وَ اِ | = uww (u pada akhir kata) |

\* Berdasarkan Buku Panduan Program Pascasarjana UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun Akademik 2002-2003.

## DAFTAR ISI

|                                                               |      |
|---------------------------------------------------------------|------|
| PERSETUJUAN.....                                              | ii   |
| PENGANTAR.....                                                | vi   |
| ABSTRAK .....                                                 | vii  |
| TRANSLITERASI .....                                           | xi   |
| DAFTAR ISI .....                                              | xii  |
| DAFTAR TABEL .....                                            | xiii |
| DAFTAR ILUSTRASI .....                                        | xiv  |
| <br>BAB I.                                                    |      |
| PENDAHULUAN .....                                             | 1    |
| A. Latar Belakang Masalah.....                                | 2    |
| B. Perumusan Masalah.....                                     | 6    |
| C. Pertanyaan Penelitian.....                                 | 7    |
| D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....                        | 8    |
| E. Kerangka Teori.....                                        | 9    |
| F. Metodologi Penelitian.....                                 | 14   |
| G. Kajian Pustaka .....                                       | 17   |
| H. Sistematika Pembahasan.....                                | 25   |
| <br>BAB II.                                                   |      |
| POTRET KOMUNIKASI BARAT.....                                  | 27   |
| A. Sejarah Kajian Komunikasi.....                             | 28   |
| 1. Walter Lippmann.....                                       | 28   |
| 2. Harold Lasswell.....                                       | 31   |
| 3. Edward Bernays.....                                        | 33   |
| 4. Jacques Ellul .....                                        | 35   |
| B. Perkembangan Teoritis .....                                | 39   |
| 1. Teori Komunikasi .....                                     | 39   |
| 2. Teori Informasi.....                                       | 46   |
| 3. Change and Development.....                                | 57   |
| 4. Teori Etik.....                                            | 61   |
| C. Media Komunikasi Massa .....                               | 70   |
| 1. Media Komunikasi Massa .....                               | 72   |
| 2. Macam Media .....                                          | 72   |
| D. Karakteristik Komunikasi Barat.....                        | 125  |
| <br>BAB III.                                                  |      |
| KRITIK SARJANA MUSLIM TERHADAP KOMUNIKASI BARAT..             | 137  |
| A. Kritik Sarjana Muslim Terhadap Teori Komunikasi Barat..... | 138  |
| B. Kritik Terhadap Kritik Sarjana Muslim.....                 | 154  |
| <br>BAB IV.                                                   |      |
| KONSEP ISLAM TENTANG KOMUNIKASI .....                         | 164  |
| A. Term Komunikasi Dalam Al-Qur'an.....                       | 177  |
| B. Term Komunikasi Dalam al-Sunnah .....                      | 231  |

|                                            |     |
|--------------------------------------------|-----|
| C. Pendapat Ulama Tentang Komunikasi ..... | 247 |
| D. Antara Dakwah dan Komunikasi .....      | 257 |
| BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....          | 301 |
| A. Kesimpulan .....                        | 302 |
| B. Saran-saran .....                       | 304 |
| BIODATA PENULIS .....                      | 306 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                       | 309 |

mtatataufik.id

## DAFTAR TABEL

|                                                                                                                           |      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 1. Kemunculan Kajian Komunikasi .....                                                                                     | 39   |
| 2. Communication Theory .....                                                                                             | 57   |
| 3. Perkembangan Teoritis .....                                                                                            | 58   |
| 4. Developmnet Theory .....                                                                                               | 63   |
| 5. Development-Communication Theory .....                                                                                 | 63   |
| 6. Komunikasi Massa .....                                                                                                 | 75   |
| 7. Aliran Kajian Media .....                                                                                              | 144  |
| 8. Kajian Institusi Media .....                                                                                           | 146  |
| 9. Trend Sosiologis KajianMedia .....                                                                                     | 147  |
| 10. Tabular Comparison between the Attributes of the Islamic and the Traditional<br>Western News Production Systems ..... | 157  |
| 11. Tabular Comparison between the Attributes .....                                                                       | 158  |
| 12. Tabular Comparison between the Attributes .....                                                                       | 159  |
| 13. Information society vs Islamic society .....                                                                          | 172  |
| 14. Istilah Komunikasi Dalam Islam dan Ilmu Komunikasi .....                                                              | 301  |
| 15. Perbandingan Dimensi Komunikasi .....                                                                                 | 301  |
| 16. Pola Komunikasi Islam .....                                                                                           | 306  |
| 17. Perbandingan Komunikasi Islam dan Barat Pola .....                                                                    | 308  |
| 18. Perbandingan Komunikasi Islam dan Barat Pola 5 W 1H .....                                                             | 309  |
| 19. Perbandingan Komunikasi Islam dan Barat Pola Historis Kajian. ....                                                    | 309  |
| 20. Perbandingan Arah Komonuikasi Islam dan Barat .....                                                                   | 310. |

## DAFTAR ILUSTRASI

|                                                                    |     |
|--------------------------------------------------------------------|-----|
| 1. Paradigma Islam Versi Sayyid Qutub .....                        | 11  |
| 2. Kerangka Teori .....                                            | 13  |
| 3. Ide Umum Dependency Teori .....                                 | 73  |
| 4. Karikatur Pers Arab .....                                       | 96  |
| 5. Media Penyiaran Radio Indonesia .....                           | 109 |
| 6. Media Penyiaran Televisi Indonesia .....                        | 120 |
| 7. Proses Pembentukan Pesan.....                                   | 138 |
| 8. Aspek Kajian Media .....                                        | 148 |
| 9. Paradigma Komunitas Versi hamid Mowlana.....                    | 154 |
| 10. Communication Process of Idea Transformation.....              | 166 |
| 11. Proses Pewahuyan.....                                          | 195 |
| 12. Ragam Bahasa.....                                              | 199 |
| 13. Letak al-Qur'an.....                                           | 203 |
| 14. Gambar yang dibuat Rasul .....                                 | 243 |
| 15. Bagan Shirâth al-Mustaqîm dari Hadits Abdullah Ibn Ma'sûd..... | 244 |
| 16. Kerucut Masyarakat Muslim, Ali Shariati,.....                  | 295 |
| 17. Letak Al-Qur'an.....                                           | 234 |
| 18. Domain Komunikasi Islam.....                                   | 304 |

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

**I. Latar Belakang Masalah**

**J. Perumusan Masalah**

**K. Pertanyaan Penelitian**

**L. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

**M. Kerangka Teori**

**N. Metode Penelitian**

**O. Kajian Pustaka**

**P. Sistematika Pembahasan**

mtatataufik.id

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Tak diragukan lagi bahwa kehidupan manusia modern di abad 21 ini tidak bisa melepaskan diri dari ketergantungannya kepada media. Dunia dewasa ini dipenuhi oleh berbagai media seperti televisi, radio, film, surat kabar, majalah, buku serta media lainnya yang semuanya bisa diakses kapan, di mana saja, dan oleh siapa saja.<sup>1</sup>

Media menjadi suatu yang tak terelakkan sebagai produk peradaban modern.<sup>2</sup> Ia bisa menemui siapa saja dan menyampaikan informasi baik yang dikehendaki maupun yang tidak dikehendaki. Media massa sangat berperan dan terus berkembang mengisi berbagai aktivitas kehidupan umat manusia, hingga mereka banyak meluangkan waktunya untuk senantiasa berinteraksi dengan media; televisi, surat kabar, radio, film, majalah dan buku, dalam lingkungan yang berubah ini manusia banyak merasakan berbagai macam pengalaman di sekelilingnya, mereka saling tukar menukar pengalaman satu sama lainnya.<sup>3</sup>

Maraknya media komunikasi baik cetak maupun elektronik telah melahirkan berbagai problema sosial, kekerasan, kriminalitas, perilaku seks bebas sering dihubungkan dengan media sebagai pemberi stimulus atas perubahan sikap dan perilaku

---

<sup>1</sup> Kecuali pada beberapa wilayah *blank spot* yang belum terjangkau media elektronik dan wilayah pedalaman yang belum terjangkau media cetak serta tarap pendidikan yang rendah.

<sup>2</sup>Modern di sini berarti: *current, up-to-date, up-to-the-minute, recent, new, present, fresh, prevailing, modern-day, antonym: old-fashioned*. Jadi peradaban modern berarti peradaban masa kini yang kemajuannya bisa dilihat dan dirasakan.

<sup>3</sup> Stanley. J. Baran, *Self, Symbols, and Society*, (Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company, Inc, 1984) h. 1.

tersebut. Dari hasil penelitiannya tentang *Erotika Media Massa dan Peer Group Terhadap Sikap Seks di Kalangan Remaja Perkotaan*, Burhan Bungin menyimpulkan bahwa media massa merupakan variabel utama yang mempengaruhi kehidupan seksual remaja terutama remaja di perkotaan.<sup>4</sup>

Lebih lanjut ia menyatakan, kehidupan masyarakat kota yang didominasi oleh media komunikasi, menyebabkan masyarakat kota tergantung pada media komunikasi yang ada termasuk di dalamnya adalah media massa. Karena itu, hasil penelitian ini merupakan salah satu bukti bahwa media massa yang ada di masyarakat itu ikut menentukan sikap masyarakatnya. Berkenaan dengan macam media, ia menyatakan bahwa pengaruh media elektronika lebih besar pengaruhnya terhadap sikap seks remaja dari pengaruh media massa cetak dan peer group.<sup>5</sup>

Kajian tentang media mulai dikembangkan sejak kemunculan media terutama media TV sekitar tahun 1940 an, kehadiran media yang satu ini membuat masyarakat terperangah dan mulai muncul berbagai kajian, terutama berkenaan dengan efek media terhadap perilaku masyarakat. Berbagai pendekatan dipakai dalam mengkaji media, seperti Marxisme, empirisme, dan bahkan pluralisme. Perkembangan dari kajian tersebut melahirkan berbagai teori media dengan segala slogan yang dimilikinya tanpa mengindahkan berbagai dampak sosial telah begitu kuat memompakan informasi-informasi kepada audiens dengan "minat serta selera" audiens sebagai sasaran utamanya.

Realitas ini terjadi karena teori tentang media yang berlaku disandarkan pada kapitalisme dan materialisme. Selain itu, konsep yang dikembangkan di kalangan

---

<sup>4</sup> Burhan Bungin, *Porno Media Kontruksi Sosial Teknologi Telematika dan Perayaan Seks di Media Massa*, (Bogor: Kencana, ,2003) Cet-1, h. 239-240.

<sup>5</sup>Bungin, *Porno Media*....,h, 240

pengelola media pun lebih mengarah pada konsep bisnis (ekonomi), rating tertinggi dalam merebut audiens dan bukan pada kualitas isi yang berdampak pada pemilihan "gaya" dan program atau rubrikasi suatu media. Selain media bergeser menjadi industri yang harus menghasilkan uang semata, sisi ekonomi dan sisi ideologis media membuatnya menjadi mesin penghancur manusia alih-alih menjadi pembina sebagaimana yang tertera dalam berbagai konstitusi.

Sementara di negara-negara muslim, pondasi *epistemological* dan *ethical* pelaksanaan praktek media masih berakar pada ideologi dan filosofi Barat. Motif utama yang berada dibelakang semua struktur mass media, praktek dan prosesnya berdasarkan pada *sales values* serta diatur oleh mekanisme pasar (*market mechanism*). Kode etik media serta mekanisme *watchdog* sering kali diabaikan oleh praktisi media.<sup>6</sup> Sehingga istilah *yellow paper* yang berarti koran atau surat kabar dengan isi gosip, sensasionalisme dan sexual, Mungkin orang yang paling “berdosa” dalam dunia Pers adalah Joseph Pulitzer (New York World, 1883) yang pertama kali meluncurkan konsep *sensasionalisme* dalam pemberitaan; gosip, sex, ilustrasi dan berbagai adegan serta promosi, dikenal dengan jurnalisme kuning (*yellow journalism*,) yang diikuti oleh William Randolph Hearst (*Journal*, 1895) <sup>7</sup> di Indonesia dikenal dengan istilah “koran merah.” Jalaluddin Rakhmat mengkritisi hal pers Islam yang berhaluan koran merah dengan menyebutnya *yellow paper* yang diberi sarung dan peci.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Mohammad A. Siddiqi, “Ethics and responsibility in journalism: An Islamic perspective,”

<sup>7</sup> J. Baran, *Self...*, h. 59.

<sup>8</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Islam Aktual*, (Bandung: Mizan, 1991) Cet. I. h, 90.

Memahami suatu konsep bisa dilihat dari *linguistic expressions* (ekspresi linguistik) misalnya bagaimana konsep kebahagiaan menurut seseorang. Adapun yang diteliti adalah melihat logika yang dipakainya dan terbaca dari ekspresi keahsaannya.<sup>9</sup> M. Piamenta misalnya meneliti berbagai ungkapan-ungkapan keagamaan yang dipakai dalam berbagai *sosio emosional* setting kaum muslimin sehingga tergambar bagaimana suatu ungkapan religius mewakili emosi kaum muslimin yang dibangun atas dasar keimanan mereka.<sup>10</sup>

Menurut Islam komunikasi hendaknya dalam rangka mewujudkan *keadilan, kejujuran, kesederhanaan, keberanian, kedamaian, etos kerja, amanah, kritis (prinsip tawâshau bilhaq dan tawâshau bi assabr), amar ma'ruf dan nahi mungkar*; maka media masa Islam harus bisa mewujudkan transfer of knowledge untuk terciptanya level wisdom tertentudengan memanfaatkan berbagai media yang ada serta dibingkai oleh kerangka *wisdom* juga.

Perubahan paradigmatic media hanya bisa dilakukan jika konsep komunikasi berdasarkan pada sistem nilai dan kerangka nilai ideal. Merumuskan suatu idealitas tentunya harus dibangun atas dasar filosofi dan nilai-nilai etik ideal yang dianut atau diterima oleh masyarakat secara umum. Jika demikian maka kajian komunikasi dengan mengedepankan pendekatan keagamaan bukan suatu yang mustahil, atau sebaliknya pendekatan komunikasi dalam memahami nilai-nilai intekasi manusia menjadi niscaya.

Sebagaimana halnya Jamhari Ma'ruf mengusulkan perlunya pendekatan antropologis dalam kajian Islam, dengan alasan bahwa pemahaman agama secara

---

<sup>9</sup>Gilbert Ryle, *The Concept of Mind* (1949), "concept (philos.)," *Encyclopædia Britannica*, Copyright © 1994-2001

<sup>10</sup>M.Piamenta, *Islam In Every Day Arabic Speak*, dalam M.Tata Taufik, "Refleksi Kritis Terhadap Idiom-Idiom Islam", *Panjimas*, 1-10 April 1990.

keseluruhan tidak akan tercapai tanpa memahami separuh dari agama yaitu manusia. Bahwa realitas manusia sesungguhnya adalah realitas ketuhanan yang empiris. Di sinilah letak pentingnya kajian antropologi dalam mengkaji Islam. Sebagai ilmu yang mengkhususkan diri mempelajari manusia-yang merupakan realitas empiris agama maka antropologi juga merupakan separuh dari ilmu agama itu sendiri.<sup>11</sup> Hal serupa juga ditandakan Fuad Jabali ketika mengukuhkan perlunya ilmu-ilmu humaniora dalam kajian Islam masa depan.<sup>12</sup>

## **B. Rumusan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

Maksud dari komunikasi dalam hal ini adalah aturan, pesan, tatacara serta tradisi yang ada dan dikembangkan di dunia Islam dalam membangun peradabannya. Tradisi pengembangan dunia ilmu pengetahuan dalam khazanah Islam biasanya bersumber pada pemahaman tentang ayat-ayat al-Qur'an serta hadits Nabi SAW diikuti dengan interpretasi para ulama atas kedua sumber tersebut. Dari situ kemudian menjadi kaidah-kaidah yang berlaku dalam perilaku sosial kaum muslimin. Dalam tradisi intelektual Islam dikenal misalnya *adab atau akhlak*, yang di antaranya berisikan *adab al-kâlam*, kemudian istilah *dakwah*, *tablîgh*, serta *qawl* dan kata bentukannya seperti yang ditawarkan Jalaluddin Rakhmat misalnya.

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian yang telah diuraikan sebelumnya maka diajukan masalah umum penelitian. Bagaimanakah konsep Islam

---

<sup>11</sup> Jamhari Ma'ruf, "Pendekatan Antropologi dalam Kajian Islam," <http://www.ditperta.net/artikel/jamhari01.asp>.

<sup>12</sup> Fu'ad Jabali, "Islam Klasik dan Kajian Islam di Masa Depan," <http://www.ditperta.net/artikel/fuad01.asp>.

tentang komunikasi? Dalam studi ini, konsep komunikasi dinilai Islami jika bersumber dari al-Qur'ân dan al-Hadîts serta berbagai interpretasi dan pendapat para ulama terhadap masalah tersebut dan tidak berlawanan dengan sistem nilai Islam.

## 2. Rumusan Masalah:

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian yang telah diuraikan sebelumnya maka diajukan masalah umum penelitian. Bagaimanakah konsep Islam tentang komunikasi? Dalam studi ini, konsep komunikasi dinilai Islami jika bersumber dari al-Qur'ân dan al-Hadîts serta berbagai interpretasi dan pendapat para ulama terhadap masalah tersebut dan tidak berlawanan dengan sistem nilai Islam.

## 3. *Statement* Penelitian

Tesis dari disertasi ini bisa dikemukakan dalam proposisi berikut:

- Bahwa peradaban Islam yang demikian besar berarti memiliki sistem komunikasi tersendiri dalam pengomunikasiannya.
- Komunikasi Islam adalah komunikasi yang berdasarkan pada ajaran Islam serta bertujuan untuk menyebarkan ajaran Islam dan membangun masyarakat berdasarkan ajaran tersebut.
- Dakwah, tablîgh, taghyîr, amar'ma'ruf nahi mungkar dan akhlak adalah tema-tema komunikasi dan sosiologis dalam tradisi intelektual Islam.
- Perbedaan landasan filosofis dan landasan etik dalam tataran teori komunikasi akan melahirkan perbedaan dalam tataran praktik.

## C. Pertanyaan Penelitian

Penelitian ini akan mencoba menjawab sedikitnya lima pertanyaan berikut:

1. Adakah konsep komunikasi Islam?

2. Bagaimana komunikasi dalam al-Qur'an, al-Sunnah serta menurut pandangan ulama?
3. Bagaimana penyelesaian terma-terma dakwah, tabligh, amarma'ruf nahi mungkar dan akhlak dihubungkan dengan ilmu komunikasi?
4. Apa perbedaan antara Teori Komunikasi Islam dan Barat?
5. Bagaimana kritik Islam terhadap Komunikasi Barat?

#### **D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat mencapai tujuan berikut:

1. Mengetahui konsep komunikasi menurut Islam.
2. Mengetahui ayat-ayat atau hadits Nabi SAW yang bertemakan komunikasi.
3. mengetahui relevansi anantara komunikasi dengan dakwah, informasi dengan tabligh, perubahan dan pembangunan dengan taghyîr dan amar ma'ruf nahi mungkar, serta wisdom dengan akhlak/adab.
4. Mengetahui rambu-rambu (petunjuk) Islam tentang pemanfaatan media yang berhubungan dengan sistem komunikasi maupun penyelenggaraan media, terutama tentang fungsi dan peran media sebagai pemberi hiburan, informasi, edukasi dan pemberi pengaruh.

Dari segi kegunaan studi ini akan sangat bermanfaat dalam mengembangkan khazanah dakwah kontemporer, serta untuk meletakkan dasar-dasar komunikasi Islam terutama menyangkut bidang bahasan media massa. Sementara dari sudut kajian keislaman, studi ini bermanfaat dalam mengembangkan pola kajian sosial dalam Islam.

Adapun kegunaan praktisnya adalah dapat dijadikan acuan pembentukan asosiasi jurnalis muslim, kelompok pemirsa (audiens) muslim, serta dewan kehormatan pers

muslim yang diharapkan dapat memantau aktivitas media massa serta memberikan masukan-masukan terhadap media sesuai dengan kultur dan keyakinan keagamaan.

## E. Kerangka Teori

### 1. Komunikasi; Pesan dikonstruksi oleh Penerima

Konsep dasar komunikasi adalah SMR, *Source–Message–Receiver*, dengan tanpa memperhitungkan bagaimana *receiver* menerima pesan dan memahaminya. Apakah sesuai dengan yang diharapkan sumber pesan atau tidak.

Kemudian hal itu dikembangkan dengan banyak penjelasan oleh para ahli. Laswell misalnya, menggunakan suatu teori "*Who says What to Whom through which Channel with what Effect?*"<sup>13</sup> Namun dalam hal ini Laswell hanya sampai pada effect. Sedangkan Lee Thayer yang kemudian memberikan peran penting penerima, sehingga model pertanyaannya menjadi:

- a. *Who says...*
- b. *(or does not say)...*
- c. *What...*
- d. *To whom...*
- e. *When...*
- f. *In what manner...*
- g. *Under what circumstance...*
- h. *With what effect...*<sup>14</sup>

Urutan ini tidak mesti dilihat sebagai langkah-langkah yang berjarak, karena komunikasi bukan hanya satu event semata tapi memiliki fungsi yang sangat besar. Namun untuk menganalisis proses komunikasi deretan tersebut bisa dipakai. Dengan menambah poin b (*or does not say*), poin e (*when*) dan poin f (*in what manner*) dan poin g (*under what circumstance*) pada deretan pertanyaan Laswell, Thayer hendak

---

<sup>13</sup> Baran, *Self, Symbol...*, h.21.

<sup>14</sup> Thayer, *Communication...*, h,124.

mengatakan keyakinannya bahwa dalam komunikasi “pesan” dikonstruksi oleh receiver dengan melihat lingkungan; situasi, latar belakang pengetahuan dan pendidikan serta meta komunikasi dan referensi group dan lain-lain.

## 2. Islam: Kajian Holistik

Berbicara konsep Islam tentang media berarti menelusuri konsep media komunikasi dalam Al-Qur'an, al-Sunnah dan pandangan ulama sebagai komentator kedua sumber Islam tersebut. Hamid Mowlana menarik teori komunikasi dari kata *tabligh* yang dikembangkan Ibnu Khaldun.<sup>15</sup> Dari sana, penulis melihat konsep dakwah juga sebagai konsep komunikasi dalam Islam. Permasalahan kedua istilah tersebut saling melengkapi. Tabligh suatu aktivitas penyampaian dan dakwah suatu aktivitas persuasif dan “ajakan.”

Sementara dari sudut tujuan maupun yang mengarah kepada *content* (isi) dapat ditemukan kata-kata seperti; *hikmah, mauidzah hasanah, mujādalah yang ahsan, ya'murūna bil ma'rūf wa yanhawna 'ani-l-mungkar, qûlû li al-nâsi husna, qawlan sadīdan* dan lain-lain. Dari sudut efek misalnya, terungkap kata *yastami'ūna al-qawla wa yattabi'ūna a'hsanahu, wamā 'alaika illa al-balāgh* dan seterusnya.

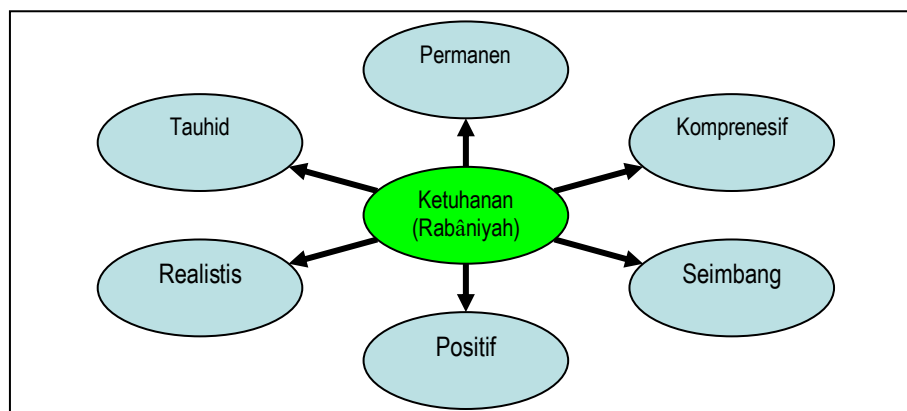
Sayyid Qutub setelah mengkritik berbagai paham filsafat Barat dengan segala konsekuensinya mengajukan paradigma Islam<sup>16</sup> yang penulis sajikan dalam bentuk skema di bawah ini:

---

<sup>15</sup> Hamid Mowlana, *Global Communication in Transition The End Of Diversity?*, (London: Sage Publication, 1937), h, 211.

<sup>16</sup> Qutub, Sayyid, *Khâsaais Tashawuru-l-Islâm*, (Beirut:Dâru al-Qur'ân al-Karîm1978) h, 65-70.

Figure 1  
Paradigma Islam versi Sayyid Qutub



Jika melihat paradigma yang ditawarkan Sayyid Qutub, maka keenam ciri paradigma Islam tersebut harus ada dalam komunikasi Islam. Katakanlah *content* (isi) media, sebagai contoh, menurut paradigma ini harus memiliki ciri rabaniyah. Artinya, *content* (isi) harus merupakan arahan dan bimbingan Tuhan, dia juga harus merupakan sesuatu yang berisikan tauhid, realistis, ketentuan yang permanen, komprehensif, senantiasa seimbang dan positif.<sup>17</sup>

Paradigma seperti yang digagas Qutub di atas dipakai oleh Dilnawaz Siddiqui (1937-2006). Misalnya dalam melihat produksi pemberitaan dalam perspektif Islam dibandingkan dengan perspektif Barat, ia menggunakan konsep *unity* dalam berbagai dimensi. Walau Siddiqui belum membahas konsep media secara menyeluruh namun sudah dapat memberikan arah konsep Islam tentang pemberitaan yang merupakan bagian dari isi (*content*) media.

Bahwa dalam melihat tafsir terhadap Islam ada 4 hal yang mesti diperhatikan.

(1) Pelaku (intrepretator), yang harus memiliki syarat-syarat tertentu yang dipenuhi.

<sup>17</sup> Adli Bin Haji Yaacob, menggunakan paradigma ini sebagai paradima sastra Islam menurut Sayyid Qutub, dalam makalahnya *Sastra Islam Dan Al-Qur'an: Analisis Terhadap Perkembangan Konsep dan Teori Sastera Islam Modern oleh Beberapa Sasterawan Melayu di Malaysia*. Seminar Internasional Al-Qur'an bahasa dan Penasifrannya, UNJ Jakarta, 7-9 September 2006.

(2). Sumbernya sendiri, yakni al-Quran dan Hadits. (3). Tujuan penafsiran, yang dimaksudkan untuk kemaslahatan umat Islam (4). Metodologi, yang mesti mengacu pada kaidah usul fiqh dan ditangani oleh orang yang benar-benar mengerti metodologi itu. “Bagaimanapun, kita mesti percaya dengan penafsiran yang menggunakan metodologi yang benar, berdasarkan data, realitas, representasi dan teks yang valid.”<sup>18</sup>

Ibnu Hamad mengemukakan, kaidah dan metodologi yang dipakai itu mesti dikaitkan dengan perkembangan teknologi maju, tidak dengan cara-cara konservatif lagi. Fiqh sendiri, menurutnya, adalah teknologi yang harus disinkronkan dengan keberadaan teknologi saat ini. Metodologi dalam Islam, telah diturunkan sendiri oleh Tuhan, tapi terkadang manusia tidak percaya dengan metodologi Tuhan tersebut. (5). Konteks penafsiran. Tidak bisa sebuah teks ditafsirkan telanjang tanpa memandang konteksnya. Oleh karenanya, Ibnu Hamad menggarisbawahi urgensi kekritisian umat Islam dalam melihat suatu realitas yang ada.<sup>19</sup>

Sementara Andi Faisal Bakti lebih menyoroti sisi transformasi ide dalam melihat proses komunikasi. Namun sisi religiusitasnya nampak 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'tazilah.

---

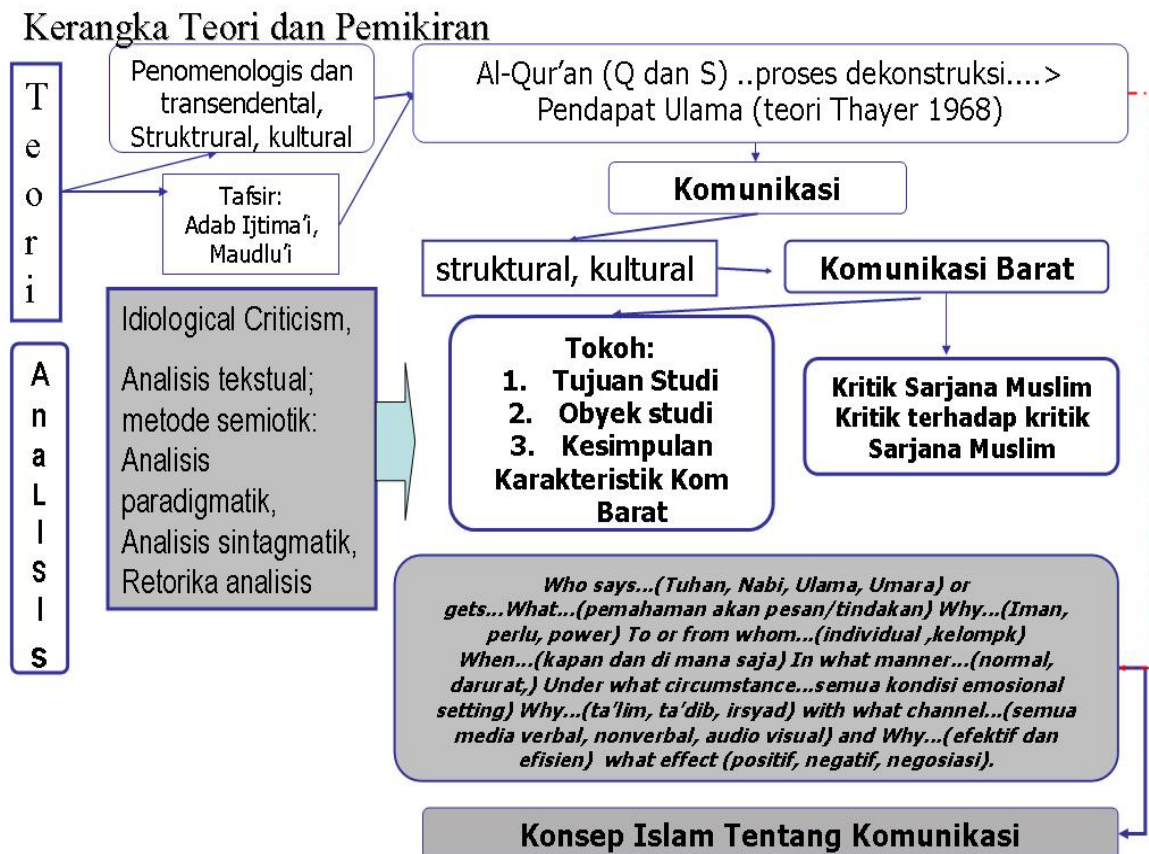
<sup>18</sup> Ibnu Hamad, makalah pada diskusi “Memahami Konsep Otoritas dalam Islam,” <http://islamlib.com/id/index.php?page=article&id=834>

<sup>19</sup>Hamad, “Memahami Konsep Otoritas dalam Islam.”

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

Berdasarkan pada berbagai teori di atas, penulis menggunakan kerangka teori dalam pembahasan ini sebagai berikut:

Figure 2  
Kerangka Teori



## F. Metodologi Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini mengambil objek al-Qur'ân, al-Hadîts, buku-buku tafsir, buku, respon ulama atau intelektual dan tarjamah muslim terhadap modernitas, serta berbagai *website* dan *electronic book* serta *jurnal electronic*. Sengaja akses ke berbagai *website* penulis lakukan, sebagai informasi tambahan yang banyak mengandung informasi aktual, juga merupakan respon penulis terhadap berbagai kemjaun teknologi komuniasi (dalam hal ini internet) yang banyak membantu penyelusuran berbagai isu aktual. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kepustakaan dengan pendekatan diakronik.

### 2. Sumber Data

- a. Sumber data primer adalah al-Qur'an, buku-buku Hadits, tafsir Ibnu Katsîr dan Fî Zhilâl al-Qur'an.
- b. Sumber data sekunder adalah buku-buku komunikasi massa dan media, serta artikel, jurnal dan *web site* yang berhubungan dengan objek penelitian.

### 3. Metode Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada studi atas ayat-ayat al-Qur'an beserta penafsirannya, Hadits dan buku tentang dakwah dan media serta komunikasi massa. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis tekstual; termasuk analisis tata bahasa dan gaya bahasa Arab yang biasa dikenal dengan sebutan analisis *balaghah* (*tafsîr adaby*) dan metode semiotik; analisis paradigmatic dan syntagmatic terhadap teks dan narasi.

Dengan analisis sintagmatik suatu teks ditafsirkan dengan melihat teks tersebut sebagai suatu deretan kejadian yang bisa memberi makna, dengan kata lain, bahwa deretan kata yang ada dalam kalimat bisa memberi makna. Misalnya kata قل bisa dipahami artinya bila dihubungkan dengan kata berikutnya قل أعوذ برب الفلق!<sup>20</sup> “katakan” masih ada pertanyaan katakan apa? Dengan kalimat berikutnya bisa ketahuan makna “katakan” berarti arahan untuk meminta perlindungan, dan ayat seterusnya semakin memperjelas makna “katakan” tadi menjadi “arahan perlindungan dari berbagai segi kehidupan yang disebabkan fenomena alam, dan fenomena manusia.

Sedangkan melalui analisis paradigmatic, suatu teks bisa dipahami dengan melihat oposisi dari teks tersebut. Misalnya kata “bahagia” bisa dipahami dengan melihat lawannya, kata “sedih.” Dalam operasionalnya para ulama dahulu misalnya menjelaskan QS.17: 53.

وَقُلْ لِعِبَادِي يَقُولُوا الَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ الشَّيْطَانَ يَنْزِعُ بَيْنَهُمْ إِنَّ الشَّيْطَانَ كَانَ لِلْإِنْسَانِ عَدُوًّا مُّبِينًا

Menafsirkan ayat tersebut Ibnu Katsîr menyatakan bahwa Allah menyuruh Rasul dan hamba-Nya agar menganjurkan kepada hamba-hamba Allah yang beriman untuk berkata dalam perbincangan dan komunikasi mereka perkataan yang terbaik, kalimat yang sejuk (*thayyib*), karena kalau mereka tidak berlaku demikian, setan akan “memelintir” perkataan tersebut sehingga mengakibatkan perbuatan yang buruk, pertikaian, bahkan pembunuhan.<sup>21</sup> Muhammad ‘Utsmân ‘Abdullah al-Marghani

---

<sup>20</sup> QS.113:1.

<sup>21</sup> <http://quran.al-islam.com/Tafseer/DispTafsir.asp?l=arb&taf=KATHEER&nType=1&nSora=17&nAya=53>.

dalam tafsirnya *Tâju al-Tafâsîr* mengomentari ayat tersebut dengan memberikan penjelasan tambahan sebagai berikut: dan katakanlah kepada hamba-hambaku yang beriman supaya mengatakan kalimat (perkataan) yang terbaik terhadap orang-orang yang mendustakan (hari akhir) dan jangan mengatakan perkataan yang membuat marah dan permusuhan. Karena setan akan menyebarkan pertentangan dan perselisihan (perbuatan buruk) antara mereka, dan setan adalah musuh yang nyata bagi manusia.<sup>22</sup>

Contoh penafsiran di atas memperlihatkan bagaimana analisis paradigmatic bekerja, tindakan setan dan makna “Nazag” menjadi jelas berarti “permusuhan” yang muncul karena “kata-kata buruk” yang dipahami sebagai lawan dari kata ahsan. Bahkan penafsiran ayat ini juga terlihat menggunakan tidak saja analisis paradigmatic, tapi juga analisis syntagmatic secara bersamaan.

Selain juga menggunakan retorika analisis; melalui *rhetorical analysis*, bisa dipahami suatu efek atau dampak komunikasi serta persuasi dalam praktik komunikasi.<sup>23</sup> Kritik ideologi (*Idiological Criticism*) juga dipakai dalam rangka mengkritisi komunikasi Barat dan mengonstruksi konsep komunikasi Islam.

Mengingat corak dan jenis penelitian di atas, maka dalam penelitian ini akan menghimpun data berupa ayat-ayat al-Qur'an, Hadits Nabi SAW yang bertemakan dakwah, media dan komunikasi, serta interpretasi para ulama atas nash tersebut. Kemudian menganalisis data tersebut dengan pendekatan semiotik, retorik dan ideologik dalam rangka memahami tanda-tanda yang terdapat dalam teks.

---

<sup>22</sup> Muhammad Utsmân ‘Abdullah al-Marghani, *Tâju al-Tafâsîr*, (Dâr al-Fikr Tanpa tahun), Jilid, 1, h, 254.

<sup>23</sup> Arthur Asa Berger, *Median and Communication Research Methods, an Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches*, (California: Sage Publications.Inc.2000).h.35-86.

#### 4. Strategi Penelitian

Ada dua pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini. *Pertama*, pendekatan deduktif. Teori umum yang berlaku dalam ilmu komunikasi dihubungkan dengan *statement-statement* komunikasi yang berlaku di kalangan Islam. Seperti kata komunikasi, dalam tradisi Islam dikenal dengan istilah dakwah. Demikian juga dalam khazanah ilmiah Islam, informasi sejalan dengan tabligh. *Change* dalam dunia komunikasi Islam di kenal *amar ma'ruf dan nahi mungkar*, dan kata wisdom sebagai keshalehan atau kearifan (akhlak).

*Kedua* pendekatan induktif. Seperti term-term yang dipilih dalam teks-teks Islam bisa ditemukan kata *qawlan sadīdan*. Itu bisa ditarik teori umum, yaitu kejujuran komunikasi. *Qawlan ma'rūfan* bisa melahirkan teori komunikasi bernurani. Kata *Nazagh* bisa berarti konsep *noise* (gangguan) komunikasi dan seterusnya.

#### G. Kajian Pustaka

Pada tahun 1972 dibentuk kantor berita Islam IINA (*International Islamic News Agency*) yang berada di bawah naungan OKI (Organisasi Konferensi Islam). Badan tersebut bertujuan antara lain:

1. Untuk mengembangkan dan memelihara warisan kebudayaan Islam.
2. Memperkuat persaudaraan sesama muslim di seluruh dunia serta untuk saling memahami satu sama lainnya.
3. Untuk menyatukan tujuan bersama dunia Islam.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> <http://www.islamicnews.org/english/index.html>.

Selain lembaga IINA, pada tahun 1975 didirikan juga Organisasi Penyiaran Negara-Negara Islam, yaitu ISBO (*Islamic States Broadcasting Organization*).

Tujuannya adalah:

1. Menyebarluaskan prinsip-prinsip dakwah Islam dan pengajaran Bahasa Arab.
2. Mengenalkan masyarakat Islam satu sama lainnya.
3. Berjuang dalam menjelaskan ajaran Islam.
4. Mempererat jiwa persaudaran sesama masyarakat muslim.
5. Mengembangkan kerjasama antara lembaga dan organisasi Islam yang bergerak di bidang penyiaran sesama negara anggota.
6. Memproduksi dan saling tukar-menukar program penyiaran radio dan TV yang mendukung tujuan organisasi.

Kedua badan di bawah naungan OKI tersebut memiliki tujuan. Di antara tujuannya yaitu untuk menciptakan kerjasama di bidang informasi, memfasilitasi hubungan antar kantor berita negara anggota, serta untuk memahami masyarakat muslim serta situasi politik, ekonomi dan problema sosial mereka. Tujuan tersebut kemudian direvisi dengan menitikberatkan pada pemeliharaan dan pengembangan warisan budaya Islam yang luas, memperkuat hubungan antara muslim di seluruh dunia untuk saling memahami. Serta untuk menyatukan tujuan dunia Islam.

Selanjutnya, kedua lembaga tersebut bertujuan untuk menyebarluaskan nilai-nilai peradaban Islam dan memperkenalkan peradaban tersebut kepada seluruh khalayak, menyoroti budaya (tradisi) Islam yang penting, mengajarkan bahasa Arab kepada non Arab, memproduksi program radio dan TV, memperkenalkan tujuan-tujuan Islam serta

propaganda budaya Islam. Lalu bertujuan untuk mengembangkan kerjasama antara institusi penyiaran negara anggota.

Bila melihat tujuan pembentukan kedua badan tersebut menunjukkan ada suatu sistem komunikasi yang dikembangkan dalam paradigma Islam, maka informasi dan komunikasi di sini nampak dipandang dari sudut fungsinya sebagai penjelasan tujuan dakwah Islam, penyebaran dan pemeliharaan nilai-nilai Islam serta terjalin hubungan yang baik antara sesama muslim. Untuk mempersatukan tujuan bersama dunia Islam, pembuatan program radio dan TV dengan tujuan untuk memperkenalkan peradaban Islam kepada dunia serta memperjuangkan kepentingan dan tujuan Islam.

Kredo di atas lebih merupakan antitesa dari kenyataan media Barat (*western media*) yang selalu memberikan *image* negatif tentang Islam serta informasi-informasi negatif kepada dunia yang berhubungan dengan Islam. Teriakan Mahathir Muhammad sangat mengagumkan saat diundang oleh *Oxford Centre for Islamic Studies*:

*No one, Muslim or non-Muslim, can deny that there have been a lot of terrorist acts perpetrated by Muslims. But then a lot of terrorism has also been perpetrated by non-Muslims. The difference is that, if a Muslim does it, the deed is immediately attributed to his faith. When a non-Muslim commits the most heinous of terrorist crimes, his deed is not linked to his religion. The immediate reaction to the bombing of a government building in Oklahoma was that it was another Muslim terrorist act. When it was discovered that it was not a Muslim who did it, the fact that the bomber was a Christian was ignored.*<sup>25</sup>

Pandangan terhadap ketidakadilan media Barat tersebut membuka kalangan muslim untuk menggarap media. Ada hal penting dalam konteks ini ketika usaha untuk menggarap suatu garapan tidak menggali akar-akar epistemologinya, maka kegiatan itu akan cenderung "menjadi *pop culture*" dalam arti kontinuitasnya dipertanyakan.

---

<sup>25</sup> [http://www.isboo.org/pages/ISLAM\\_The\\_Misunderstood\\_Religion.htm](http://www.isboo.org/pages/ISLAM_The_Misunderstood_Religion.htm).

Apalagi ketika organisasi penyelenggara kegiatan tersebut adalah negara-negara yang memiliki kompleksitas masing-masing. Seperti yang penulis ungkap di muka, bahwa perubahan yang harus dilakukan adalah perubahan paradigmatik dalam kajian media dan informasi. Berbagai usaha pencarian paradigma tersebut telah dilakukan dengan mencari akar epistemologi lain. Di dunia Barat sendiri dilakukan dengan mengedepankan konsep “media alternatif” sejak tahun 1955 sebagai reaksi atas sensasionalisme media.<sup>26</sup>

Sejalan dengan usaha tersebut Hamid Mowlana menyerukan perubahan epistemologi dalam melihat komunikasi dengan mengajukan epistemologi Islam. Epistemologi itu berdasarkan pada dua prinsip, yaitu *ilmu naqli* (*transmitted science*) dan *ilmu aqli* (*creative science*). Menurutnya Islam menggarisbawahi *reason* dan *experince* serta memberikan perhatian pada *nature* dan *history* sebagai sumber pengetahuan manusia.<sup>27</sup>

Konsep komunikasi Islam menurutnya adalah *tabligh* --ia mengembangkan dari konsep tabligh Ibnu Khaldun-- atau propaganda, informasi menurut istilah Bakti. Dasar pemikiran komunikasi berarti bersumber pada *tabligh* dan pemikiran etik yang merupakan sarana untuk membentuk komunitas.

Konsep tabligh tersebut bersandar pada beberapa hal. *Pertama*, teori tawhid. Konsep komunikasi menurut teori tawhid adalah untuk menghancurkan berhala, menghancurkan kemusyrikan dan untuk membangun ummah menuju masa depan. Jadi yang terpenting bagi fungsi tabligh adalah untuk menghancurkan mitos.

---

<sup>26</sup> *Encyclopedia Britannica*, “newspaper”.

<sup>27</sup> Mowlana, *Global....*, h. 211.

*Kedua*, doktrin tanggungjawab sosial yang terwujud dalam amar ma'ruf nahi mungkar. Dalam Islam, setiap individu bertanggungjawab untuk membimbing saudaranya, menganjurkan kebaikan dan mencegah kemungkaran. Prinsip ini berlaku juga bagi institusi komunikasi sosial seperti pers, radio, televisi, film sebagaimana berlaku bagi seluruh warga dari komunitas muslim.

*Ketiga*, konsep komunitas atau ummah. Menurut Islam, komunitas yang dibangun atas dasar tawhid adalah ummah. Prinsip ummah mengajarkan suatu komunitas yang utuh di bawah pengaturan kehendak Allah, bukan pengaturan individual atau kemauan manusia.

Tugas pemerintahan dalam konteks ini adalah mengatur komunitas dengan menjalankan ajaran-ajaran Tuhan dalam berbagai sektor, seperti politik, ekonomi, kehidupan sosial dan lainnya. Nasionalitas dan perbedaan budaya serta ras dan etnik boleh jadi ada dan diperhatikan. Namun, dominasi yang didasarkan pada nasionalisme tidak diterima. Konsep ummah ini tidak mengenal perbedaan ras, etnik maupun perbedaan budaya, dengan kata lain memperkenalkan derajat kesamaan individual sesama anggota komunitas dan yang membedakan mereka adalah derajat ketakwaannya.

Dalam kerangka politik, spiritual dan etik, tabligh hendaknya berperan dalam memelihara dan mempersiapkan kesatuan komunitas. Tabligh dengan level sosial dan individualnya menjadi dasar dan suatu yang vital dalam memfungsikan komunitas. Dengan itu akan terbina suatu hubungan integral yang harmonis antara Tuhan, individu dan masyarakat.

*Keempat* adalah prinsip takwa. Takwa adalah satu konsep ideal muslim. Terkadang takwa juga diterjemahkan sebagai *piety* (suatu sikap religius sehingga

dorongan tindakan dalam kehidupan sehari-hari didasarkan pada kekuatan untuk menjalankan dan kepercayaan agama) yang secara umum di kalangan muslim didefinisikan sebagai menjalankan perintah Allah dan menjauhi larangannya.

Prinsip ini menjiwai seluruh individu muslim dalam melakukan sesuatu tindakan. Jadi, tindakan dilakukan atas dasar pelaksanaan agama (keridlaan Allah) bukan dasar. Kepentingan atau keuntungan material, semua tindakan didasarkan pada *frame work* etis Islam baik dalam dataran individual maupun dalam dataran sosial.

Dalam Islam komunikasi adalah sarana pembentukan suatu komunitas. Komunitas bisa terbentuk karena dasarnya adalah kesamaan tawhid, bukan karena sekelompok kecil orang yang memiliki keinginan yang sama, tapi komunitas ini bisa terbentuk lebih luas lagi.<sup>28</sup>

Mowlana mensinyalir trend studi media yang dikembangkan sejak tahun 1990an adalah peran media sebagai forum pembentuk komunitas. Namun baginya studi media dan budaya harus bersifat holistik dan interdisipliner hingga berlawanan dengan spesialisasi dan pembagian sebagaimana pendekatan yang terjadi dalam ilmu sosial.

Media tidak akan bisa membuat komunitas, walaupun sangat berperan, komunitas terbentuk jika sekelompok masyarakat berkumpul bersama dan saling berkomunikasi, saat mereka bertindak bersama, media dalam hal ini memberi kontribusi dalam mengorganisir, memobilisasi, kristalisasi dan legitimasi.

Media juga berperan sebagai edukator, sumber informasi serta memberi advokasi untuk suatu kebijakan atau ideologi serta menjadi forum untuk transfer budaya. Fungsi ini bukanlah fungsi pembentukan komunitas, tapi hanya menolong komunitas untuk

---

<sup>28</sup>Mowlana, *Global...*, h. 113-125.

melakukan sesuatu, memperkuat integrasi dan identitas, dan memfasilitasi komunikasi antara anggota, komunitasnya sendiri telah lama exist sebelum ada media dan berbagai pengaruhnya.<sup>29</sup>

Apa yang diajukan Mowlana di atas merupakan lompatan menarik dalam kajian komunikasi terutama bagi dunia Islam. Namun ia belum membahas media secara lebih spesifik. Mengenai kajian media Mowlana mengemukakan kasus Iran dengan konstitusi dan konsepsi kebebasan pers menurut Republik Islam Iran.

Model yang diajukan Mowlana mendapatkan tanggapan hebat dari Golam Khiyabani. Ia memandang teori yang diajukan Mowlana tersebut sebagai a historis, selain dia juga mempertanyakan kenapa cuma dua paradigma yang disoroti oleh Mowlana. Kenapa cuma *information society paradigm* dan *Islamic community paradigm*, kenapa tidak yang lainnya juga?<sup>30</sup>

Selain Mowlana, kajian tentang media juga diajukan oleh Dilnawaz Siddiqui. Di sini ia menyoroti produksi berita menurut Islam dengan membandingkan produksi pemberitaan menurut Barat. Dalam hal ini, Siddiqui melihat perbandingan antara produksi berita Islam dan Barat dari sudut filosofis berdasarkan pada kepercayaan Islam dan Barat, kemudian dari sudut psikoattitudinal antara Islam dan Barat, dan terakhir dari segi behavioral atau proses dan orientasi. Dengan tiga sudut analisis ini, Siddiqui membeberkan betapa jauhnya perbedaan antara motif produksi berita dalam pandangan

---

<sup>29</sup> Mowlana, *Global...*, h. 93.

<sup>30</sup> Gholam Khiyabani, "De-westernizing media theory, or reverse Orientalism 'Islamic Communication' as Theorized by Hamid Mowlana," *Media Culture and Society*, e-jurnal, 2003, vol.25:415-422.

Islam dan motif produksi berita dalam pandangan Barat yang disebutnya sebagai tradisional.<sup>31</sup>

Gagasan tentang komunikasi Islam di Indonesia terlihat juga dengan adanya tulisan-tulisan bertemakan hal tersebut seperti dalam tulisan Jalaluddin Rakhmat, yang mencoba merumuskan prinsip komunikasi Islam dengan mengedepankan kata “*qawl*” dan “*al-bayan*,” Andi Faisal Bakti,<sup>32</sup> serta dalam kumpulan tulisan A. Muis. Sedangkan studi media dapat ditemukan apa yang dilakukan Eryanto, dengan bukunya *Analisis Framing* dan *Analisis Wacana*. Di sini ia mengemukakan bagaimana sebuah institusi media mengemas suatu berita atau informasi, menurut analisis ini, institusi media memiliki “keinginan” terhadap berita yang disebarkannya. Keinginan tersebut bukan terletak pada kemauan wartawan atau jurnalis, tapi terletak pada *frame* yang digariskan institusi media.

Berdasarkan telaah atas apa yang diungkapkan tersebut, tergambarlah potret kajian komunikasi dan media dalam konteks Islam. Hamid Mowlana dan A. Muis misalkan melihat perlunya pembangunan suatu sistem komunikasi Islam sebagai alternatif. Sedangkan Dilnawaz Siddiqui menyoroti masalah pemberitaan, sebagaimana juga Eryanto dan Burhan Bungin dan Wahyu Wibowo mencoba menyoroti aspek *framing* dan *forming* media. Sedangkan Bakti melihat pentingnya studi dakwah menggunakan ilmu komunikasi dalam analisis empiris yang dipilih.

---

<sup>31</sup> Dilnawaz Siddiqui, “A Comparative Analysis of the Islamic and the Western Models Of News Production And Ethics of Dissemination” a Proposal for the 2000 Annual Convention of the International Association of Media and Communication Research, (Singapore, Nanyang Technical University, July 16-20,2000), <http://www.islamist.org>.

<sup>32</sup> Andi Faisal Bakti, “Islam and Nation Formation: From Communitarian to Organizational Communications, Communication and Culture in Indonesia: Old Order and New Order Perspectives on the Human Quality and Performance Effectiveness,” In Senyo Adjibolosoo (ed.). *Portraits of Behavior and Performance: Human factor in action*, (New York: University Press of America, 2001) h. 197.

Maka yang dibutuhkan adalah elaborasi dari berbagai aspek media dan komunikasi tersebut sebagai suatu yang padu dalam konsep Islam. Maka apa yang akan dilakukan dalam kajian ini adalah membuat suatu model komunikasi Islam beserta kaitannya dengan media massa secara holistik. Hal pertama yang akan dilakukan adalah konstruksi teoritis komunikasi Islam kemudian dikembangkan dengan konstruksi teoritis tentang media massa Islam. Paradigma yang dipakai dalam pembahasan ini adalah paradigma Islam dalam arti suatu tradisi ilmiah yang dikembangkan di dunia Islam, dengan penggunaan dalil *naqli* dan *aqli*, serta memperhatikan konsensus dan pendapat ulama dengan memperhatikan rasionalitas dan pengalaman (*reason and experience*).

#### **H. Sistematika Pembahasan**

Adapun sistematika penulisannya sebagaimana layaknya penulisan ilmiah dimulai dengan BAB I Pendahuluan. Di sini akan membahas latar belakang masalah, pokok bahasan kemudian dilanjutkan dengan pembahasan kerangka teori serta sistematika pembahasan. Dengan adanya pendahuluan ini diharapkan dapat memberikan panduan kepada pembaca dalam menelaah tulisan ini. Kemudian, pada BAB II akan membahas Potret Komunikasi Barat, mulai Sejarah Kajian Komunikasi, Lipman Sebagai Bapak Komunikasi Barat, Harold Lasswell, Edward Bernays, Jacques Ellul, kemudian Perkembangan Teoritis; Teori Komunikasi, Teori Informasi, Teori Pembangunan, dan Teori Etik (Wisdom). Kemudian sebagai ilustrasi diungkap juga Potret Media Komunikasi Massa; Media Komunikasi Massa dan Macam Media Komunikasi. Di akhir bab ini dikemukakan Karakteristik Komunikasi Barat.

Pada BAB III penulis melakukan pembahasan mengenai Kritik Sarjana Muslim terhadap teori Komunikasi Barat, serta diikuti berbagai kritik terhadap kritikan merka.

Bab IV akan berisikan pembahasan tentang pengertian Islam, lalu term komunikasi baik menurut al-Qur'an, al-Sunnah maupun komentar para ulama serta akan mendiskusikan pertemuan antara dakwah dan komunikasi. Terakhir akan dibahas juga perbandingan komunikasi Barat dan Islam sebagai kritik terhadap komunikasi Barat, dan Pada BAB V akan dikemukakan kesimpulan dan saran.

mtatataufik.id

## **BAB II**

### **POTRET KOMUNIKASI BARAT**

#### **A. Sejarah Kajian Komunikasi**

- 5. Lipman Sebagai Bapak Komunikasi Barat**
- 6. Harold Lasswell**
- 7. Edward Bernays**
- 8. Jacques Ellul**

#### **B. Perkembangan Teoritis**

- 1. Teori Komunikasi**
- 2. Teori Informasi**
- 3. Teori Pembangunan**
- 4. Teori Etik (Wisdom)**

#### **C. Potret Media Komunikasi Massa**

- 1. Media Komunikasi Massa**
- 2. Macam Media Komunikasi**

#### **D. Karakteristik Komunikasi Barat**

## BAB II POTRET KOMUNIKASI BARAT

### A. Sejarah Kajian Komunikasi Barat

Riset komunikasi pada masa perang dunia I dan II terfokus pada pengaruh propaganda. Pertanyaan yang hendak dijawab oleh para peneliti adalah: Bagaimana komunikasi bisa dipakai untuk merubah tingkah laku? (*how can communication be utilized to create behavioral changes?*).<sup>33</sup> Berdasarkan pada dugaan bahwa pemerintah untuk bisa berfungsi secara efisien, harus bisa membangun kerja sama dan melakukan koordinasi dengan rakyatnya. Melalui propaganda, pemerintah bisa mencapai tujuan tersebut. Bahkan bisa juga mengembangkan kemampuan individual mereka serta kesadaran yang berguna bagi kehidupan mereka.

#### 1. Walter Lippmann (1889-1974)

Walter Lippmann disebut sebagai bapak komunikasi, lahir pada tahun 1889. Ia banyak memanfaatkan waktu mudanya dengan melakukan perjalanan, melukis dan main musik, serta keliling Eropa. Hobi utamanya adalah membaca, ia termasuk kalangan ekonomi yang mapan. Di Harvard, Lippmann sangat dipengaruhi oleh pemikir-pemikir ilmu sosial seperti George Santayana, William James, dan Graham Wallas ia juga dipengaruhi oleh pemikiran Karl Marx, terutama tentang media massa; bahwa media masa dikuasai oleh kelompok elit yang menentukan informasi apa, sebatas apa, serta point-point apa yang bisa dan

---

<sup>33</sup> Wikibooks contributors, *Communication Theory*, © Copyright 2004–2006, This book is published by Wikibooks contributors. h, 21.

boleh diakses publik. Sedangkan pengaruh Sigmund Freud, terutama dalam memahami publik.<sup>34</sup>

*Public Opinion* (1922) merupakan karya Lippmann yang paling terkenal, dalam buku tersebut Lippmann menerangkan teorinya tentang pembentukan opini publik. Memulai tulisannya ia menggambarkan situasi tahun 1914, saat beberapa orang Jerman, Prancis dan Inggris yang tinggal di pulau terpencil, mereka tidak memiliki akses terhadap media, kecuali surat yang datang setiap enam bulan yang mengingatkan mereka tentang situasi dalam dunia nyata. Lippman menjelaskan bahwa mereka hidup dalam suasana damai di pulau, memperlakukan satu sama lainnya sebagai teman, pada saat sedang terjadi perang, dan mereka adalah musuh. Anekdote tersebut dipakai Lippmann untuk mengembangkan idenya tentang "*The World Outside and the Pictures in Our Heads*".<sup>35</sup> Dia menjelaskan jalan bahwa opini individual kita bisa berbeda dari apa yang diekspresikan di dunia luar (*outside world*).

Dari pernyataan tersebut Lippmann mengembangkan gagasan tentang propaganda, dengan menyatakan bahwa untuk membuat propaganda yang baik harus ada suatu *penghalang* antara publik dan suatu kejadian "*In order to conduct propaganda, there must be some barrier between the public and the event.*"<sup>36</sup> Dengan separasi seperti ini ada kemampuan media untuk memanipulasi suatu kejadian atau menyajikan informasi yang terbatas kepada publik. Informasi

---

<sup>34</sup> Edward Bernays, *Propaganda*. (New York: Horace Liveright, Inc.1928), h. 52.

<sup>35</sup> W. Lippmann, *Public opinion* (New York: The Free Press 1922).h, 23.

<sup>36</sup> Lippmann, *Public*....h, 28.

tersebut boleh jadi tidak sesuai dengan persepsi publik terhadap kejadian tersebut. Melalui pernyataan ini Lippmann memperkenalkan konsep komunikasi massa yang sangat populer; *gatekeeping and agenda-setting*, dengan menunjukkan kekuatan media untuk membatasi akses publik terhadap informasi. Di sini terlihat bagaimana individu menggunakan alat sebagai stereotipe untuk membangun opini mereka.

”Dengan menyimpan secara bersamaan opini publik kita, kita tidak hanya harus menggambarkan sejumlah *space* lebih dari yang bisa melihat kita dengan mata kita, serta lebih dari apa yang bisa kita rasakan dari waktu ke waktu, tapi kita harus menjelaskan dan menilai berbagai masyarakat, banyak tindakan (*actions*) serta banyak hal yang tidak bisa kita hitung, atau yang bisa dibayangkan secara terang dan jelas...kita harus mengambil beberapa sampel dan menjadikannya sebagai typical.”<sup>37</sup>

Mengomentari hal ini Rogers melihat dengan cara itu Lippmann menunjukkan pada kita bahwa publik berada pada posisi stereotipe mereka sampai media menyajikan informasi yang terbatas untuk merubah persepsi mereka terhadap suatu kejadian. *Pseudoenvironment* (semi lingkungan) yang dikomunikasikan kepada kita oleh media adalah hasil dari keputusan tinggi *gatekeeping* (penjaga gawang) dalam proses berita.<sup>38</sup> Kemudian untuk menyelangi curahan informasi yang dibatasi oleh isi (*content*) media yang telah dipresentasikan kepada publik, Lippmann mengajukan ide tentang *agenda-setting*, sebagai penegasan (*recognizes*) bahwa media merupakan penghubung (*link*) antara persepsi individual terhadap dunia dan dunia yang benar-benar nyata.

---

<sup>37</sup> Lippmann, *Public....*, h. 95.

<sup>38</sup> Rogers, E.M. *A history of communication study: a biographical approach*. (New York: The Free Press. 1994).h. 237.

*Phantom Public* (1925) buku ini difokuskan pada pembahasan tentang karakter publik, melalui karyanya ini Lippmann ingin menunjukkan bahwa publik tidak mampu untuk memiliki pengetahuan terhadap lingkungan mereka, kemudian untuk menunjukkan kegalalan mereka serta mensupport dengan sungguh-sungguh agar mereka mengetahui posisinya. Lippmann menyatakan bahwa manusia secara individual tidak memiliki opini dalam *public affairs*....Saya tidak dapat membayangkan bagaimana mereka bisa tahu, sementara dia tidak punya alasan yang kuat untuk berfikir, sebagaimana dikatakan para mistikus demokrat, bahwa menyatukan individual dengan pengetahuan yang nol dalam masyarakat yang massif bisa mengakibatkan pengaturan kekuatan yang kontinyu dalam affair publik.<sup>39</sup>

## 2. Harold Lasswell (1902-1978)

Harold Lasswell seorang ahli yang paling banyak melakukan riset tentang propaganda. Dengan fokus perhatian pada propaganda, ia melakukan analisis kuantitatif dan kualitatif, berusaha memahami isi (*content*) propaganda dan mengungkap efek dari propaganda terhadap masyarakat *audience*. Lasswell menjelaskan bahwa *content analysis* harus mengitung frekwensi penggunaan suatu simbol yang dipakai dalam *a message*, susunan simbol yang mencoba mempengaruhi opini oudiens, serta intensitas penggunaan simbol. Dengan

---

<sup>39</sup> W. Lippmann, *The phantom public*. (New York: Harcourt, Brace and Company, Inc.1925), h, 39.

memahami isi pesan, Lasswell hendak mencapai pemahamannya terhadap *arus pengaruh yang mengalir dari kontrol menuju isi serta dari isi menuju audiens*.<sup>40</sup>

Metode analisis isi (*content analysis*) tersebut sangat kuat dipegang Lasswell hingga ia mendefinisikan komunikasi dengan ungkapan: "*Who says what in which channel to whom and with what effects*."<sup>41</sup> Secara esensial kata "says what" dalam definisi tersebut menunjukkan analisis isi (*content analysis*) yang memang dilakukan Lasswell dalam menguji isi propaganda selama Perang Dunia kesatu dan kedua. Kesimpulannya bahwa propaganda harus menyebar luas keseluruh aspek kehidupan warga masyarakat supaya bisa fektif. Menurutnya semakin luas warga masyarakat yang dijangkau oleh propaganda tersebut, usaha-usaha dalam perang akan lebih efektif.<sup>42</sup>

Sisi lain Lasswell juga tertarik dengan kajian bagaimana propaganda bisa menggambarkan opini publik. Ini erat hubungannya dengan pemahaman terhadap efek media, ia tertarik juga untuk mengkaji efek media dalam membuat opini publik dalam masyarakat demokratis. Menurutnya pemerintahan demokratis bertindak mengikuti opini publik, dan opini publik bertindak secara terbuka mengikuti pemerintah. Mengefektifkan hubungan ini merupakan eksistensi propaganda. Kesiapan propaganda terletak pada "*General suspiciousness* (keraguan dan ketidakpercayaan masal) yang diatur untuk menghadapi (melawan) semua sumber informasi. Warga masyarakat boleh jadi merayu dirinya

---

<sup>40</sup> Lasswell, H.D. "Describing the Contents of Communication" dalam B.L. Smith, H.D. Lasswell, and R.D. Casey (Eds.), *Propaganda, Communication, and Public Opinion*, (Princeton, New Jersey: Princeton University Press.1946), h, 74.

<sup>41</sup> H. D. Lasswell, *The Structure and Function of Communication in Society*. Dalam L. Bryson (Ed.), *The Communication of Ideas*, ( New York: Harper & Co. 1953), h, 84.

<sup>42</sup> H.D. Lasswell, *Propaganda Technique in the World War*. (New York: Peter Smith. 1938),h, 76.

sendiri bahwa untuk mendapatkan kebenaran berita tentang affair publik adalah tidak mustahil.”<sup>43</sup>

### 3. Edward Bernays (1891-1995)

Dalam waktu yang sama Lippmann dan Lasswell mencoba menghubungkan opini publik dan propaganda, Edward Bernays menguji *public relations*, propaganda, dan *public opinion*. Bagi Bernays propaganda didefinisikan sebagai suatu upaya konsisten yang dilakukan dengan sungguh-sungguh untuk membuat suatu *event* (kejadian) untuk mempengaruhi hubungan publik terhadap suatu perusahaan atau suatu ide tertentu atau group tertentu.<sup>44</sup> Menurutya propaganda selain bisa memiliki efek yang baik bagi publik, bisa juga menghancurkan publik. Propaganda bisa membantu individu untuk memutuskan apa yang harus dipikirkan atau merubah opini individual, tapi bisa juga memberi efek yang baik bagi pendayagunaan masyarakat secara keseluruhan. Hal itu diungkapkan dalam pernyataannya: “Kita mengatur pikiran yang tumbuh pada kita, persaan yang kita bentuk, ide yang kita sarankan, secara luas oleh orang-orang yang kita tak pernah mendengarnya....seluruh manusia harus menyatu dengan keadaan ini jika mereka hidup bersama sebagai masyarakat yang bertujuan dengan tanpa masalah.”<sup>45</sup>

Berdasarkan pada ide bahwa opini publik bisa dirubah, bahwa berbagai arahan tersebut diperlukan bagi sebagian masyarakat, Bernays melanjutkan pekerjaannya dalam bidang *public relations*. Baginya *public relation* adalah

---

<sup>43</sup> Lasswell, *Democracy Through*....,h, 40.,

<sup>44</sup> E.L. Bernays, *Propaganda*.( New York: Horace Liveright, Inc.1928), h,25.

<sup>45</sup> Bernays, *Propaganda*,h, 9.

berbagai usaha dengan informasi, persuasi, dan penyesuaian untuk menggerakkan serta mendorong publik terhadap suatu tindakan, suatu tujuan, suatu pergerakan atau institusi."<sup>46</sup> Bernays juga membuat *framework* untuk memahami publik serta mengembangkan kampanye *public relation*. Kunci keberhasilan kampanye hubungan masyarakat (*public relation*) terletak pada penyesuaian antara kampanye dengan *attitudes* dari berbagai group dalam masyarakat, menghimpun informasi untuk efektivitas penyampaian ide, dan akhirnya memanfaatkan persuasi untuk mempengaruhi opini publik dengan pengorganisasian yang terus menerus. Temuan-temuan Bernays tersebut merupakan langkah maju dalam teori komunikasi massa. Ada pergeseran dari pola presentasi "*hit-or-miss propaganda*," bergerak menuju usaha-usaha pemahaman publik, pentingnya *attention-generating* (penekanan dan penggerakkan) propaganda dalam mempengaruhi opini publik.<sup>47</sup> Dalam meraih persetujuan Bernays katakan: "*Engineering* membutuhkan *planning*. Membuat *planning* yang cermat lebih dari segalanya, dan inilah yang membedakan antara *public relations* modern dengan prinsip lama *hit or miss publicity and propaganda*."<sup>48</sup>

Lebih lanjut teori Bernays berbeda pandangan dengan Lippmann dalam formasi opini publik, bagi Lippmann *the public as being easily manipulated*, sedang bagi Bernays "*The public is not an amorphous mass which can be molded at will or dictated to*."<sup>49</sup> Masyarakat tidak begitu saja bisa didikte, yang harus

---

<sup>46</sup> E.L. Bernays, *The Engineering of Consent*. (Norman, Oklahoma: University of Oklahoma. 1955).h.3.

<sup>47</sup> Bernays, *The Engineering*....,h, 22.

<sup>48</sup> Bernays, *The Engineering*....,h,22.

diusahakan adalah mencari apa yang bisa menjalin kerjasama (*partnership*) saling membutuhkan, apa maka harus diperkenalkan, tujuannya apa, serta apa sasaran dan manfaatnya bagi publik, hingga publik bisa memahami dan mau menerima.<sup>50</sup> Bernays berusaha mengelaborasi ide tersebut dalam karyanya *Public Relations*. Bernays lebih menyajikan *public realition* sebagai alat untuk mengombinasikan ide publik dengan ide *persuader*, dari pada berusaha memanipulasi publik melalui propaganda. “seorang *public relations* yang berorientasi tujuan dapat membantu *client*-nya untuk menyesuaikan diri dengan situasi kontemporer, dengan kata lain membantu publik untuk menyesuaikan dengan situasi kontemporer.”<sup>51</sup> Walaupun Bernays mengakui adanya kekuata publik, tapi masih juga mengakui bahwa memanipulasi publik itu masih mungkin.

#### 4. Jacques Ellul (1912 – 1994)

Teori Jacques Ellul (1912-1994) tentang propaganda berbeda dengan teori pembentukan opini publik. Bagi Ellul, propaganda adalah merupakan teknik yang dibutuhkan oleh publik dan oleh pelaku propaganda. Ellul mendefinisikan propaganda sebagai "serentetan metode yang dipakai oleh group yang terorganisir yang hendak mengajak partisipasi aktif atau partisipasi pasif dari individu dan massa dalam gerakkannya, yang secara psikologis disatukan dengan manipulasi psikologologis serta digabungkan dalam suatu sistem.”<sup>52</sup> Berlawnnanan dengan teori lain, Ellul mencoba melihat propaganda sebagai suatu yang perlu, tapi semuanya

---

<sup>49</sup> Bernays, *Propaganda*, h, 66.

<sup>50</sup> Bernays, *Propaganda*, h, 66.

<sup>51</sup> E.L Bernays, *Public Relations*. (Norman, Oklahoma: University of Oklahoma Press, 1952), h, 9.

<sup>52</sup> J. Ellul, *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*, ( New York: Alfred A. Knopf, Inc, 1965), h, 61.

harus meliputi seluruh aktivitas. Propaganda bukan suatu yang harus dipresentasikan kepada publik dalam satu macam saja, namun harus menjadi bagian yang konsisten dari seluruh aspek kehidupan publik. Ellul mengkategorikan propaganda sebagai bentuk dari teknik yang dimiliki manusia. Bahwa teknik tersebut menguji keseluruhan teknik dengan manusia itu sendiri sebagai obyek dari teknik tersebut.<sup>53</sup> Dalam skenario ini manusia sebagai obyek, yang sedang dan terus-menerus diekspos kepada, dan ditekan oleh, berbagai macam presentasi propaganda. Selanjutnya Ellul katakan bahwa “Teknik telah mengajari *organizers* bagaimana mendorong (memberi kekuatan) mereka pada permaian.... propaganda yang intensif dapat menghancurkan fakultas penilaian (bahkan rasa) yang dimiliki warga masyarakat.”<sup>54</sup>

Empat tokoh teori propaganda ini telah menuntun perhatian terhadap kenyataan bahwa bahwa publik bisa dipengaruhi oleh media. Semuanya dapat membantu usaha-usaha memahami pengaruh media terhadap publik, seperti karya D.M. White (1950), Kurt Lewin (1951), McComb dan Shaw (1972), Iyengar dan Kinder (1982), semuanya mengembangkan upaya pemahaman media secara lebih komprehensif, sehingga dewasa ini publik memahami berbagai fungsi media; agenda-setting, gatekeeping, dan priming, serta memahami juga berbagai teknik dan efek potensial yang bisa didapat pada audiensnya. Empat teori di atas juga digunakan sangat baik sekali dalam mengembangkan model-model komunikasi massa, seperti *direct effect* dan *limited effect model*.

---

<sup>53</sup> J. Ellul, *The Technological Society*. (New York: Vintage Books, 1964), h, 22

<sup>54</sup> J. Ellul, *The Technological Society*. h, 276.

Sejak awal kemunculannya kajian komunikasi di Barat merupakan refleksi dari kondisi sosial pada masa itu. Pada saat perang dunia pertama dan kedua, penggunaan media radio sebagai alat propaganda sudah menyebar, demikian juga penggunaan pamflet dan media komunikasi lainnya seperti buku dan koran. Sejak tahun 1906 revolusi informasi memasuki tahap ke enam (6) dengan diawalinya penyiaran radio pertama oleh Reginald Fessenden. Siaran-siaran tersebut mulai memperdengarkan musik, pembacaan Bibel serta kegiatan Natal. Pada tahun yang sama juga percetakan "offset" pertama diperkenalkan secara simultan di Nutley, New Jersey oleh Ira A. Rubel dan di Niles, Ohio oleh A. F. Harris. Setahun berikutnya 1907 Lee De Forest menjadi DJ pertama ketika memulai penyiaran radio secara reguler.<sup>55</sup>

Pada kondisi dan situasi seperti itulah Lippmann mengkaji berbagai propaganda yang dilakukan pemerintah untuk mengomunikasikan tujuan-tujuannya terhadap rakyatnya. Jadi dari sejak dini kajian komunikasi yang diletakkan dasarnya oleh Lippmann merupakan kajian komunikasi massa, serta terlihat hubungannya dengan pola pembangunan opini publik oleh pemerintah dengan menggunakan media massa. Dengan asumsi bahwa cara pandang yang berbeda disebabkan oleh bedanya informasi yang diterima. Sehingga sampai pada kesimpulan bahwa publik bisa dimanipulasi oleh media, perlu pengaturan isi media serta membatasi akses informasi oleh publik supaya publik bisa dikuasai, selanjutnya ditambahkan perlunya perlawanan terhadap informasi yang tidak sejalan dengan memanfaatkan keraguan.

---

<sup>55</sup> Nathan: Projects: A History of Communications 35,000 BC - 1998 AD, <http://www.nathan.com/projects/current/comtimeline.html>. Terlampir.

Bernays, melihat perlunya kesesuaian antara sikap masyarakat sasaran dengan isi propaganda, serta tidak mendikte dan harus menciptakan suasana saling membutuhkan. Ellul menambahkan pandangan bahwa propaganda adalah teknik yang dimiliki manusia dan manusia itu sendiri menjadi obyeknya. Semuanya melihat bahwa propaganda harus bisa menyebar keseluruh aspek kehidupan manusia. Dari sini terlihat bahwa kajian komunikasi pada awalnya merupakan kajian komunikasi massa, jadi kata komunikasi lebih mengandung makna komunikasi masa.

Tabel berikut ini menggambarkan kemunculan kajian komunikasi dengan motif dan tujuan pengkajiannya, serta beberapa kesimpulan yang dihasilkan:

Tabel 1  
Kemunculan Kajian Komunikasi

| <b>Tokoh</b>           | <b>Tahun</b> | <b>Alasan</b>                                         | <b>Teori</b>                                                                                            |
|------------------------|--------------|-------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Walter Lippmann        | 1922,1925    | Situasi perang dan penguasaan publik oleh pemerintah. | Propaganda; opini publik, agenda setting, publik bisa dimanipulasi.                                     |
| Harold Lasswell        | 1946         | -                                                     | Isi pesan, dan efek pesan terhadap audiens, <i>hit or miss propaganda</i>                               |
| Edward Bernays         | 1928         | -                                                     | <i>Partnership relation</i> , publik tidak didikte, penyesuaian situasi publik dan kondisi kontemporer. |
| Jacques Ellul          | 1968         | Pembangunan ekonomi pasca perang, pembangunan negara  | Propaganda teknik mengajak dan menyeru pada gerakan tertentu.                                           |
| Kelompok teori         |              |                                                       | Propaganda dan komunikasi massa                                                                         |
| Tujuan studi dan motif |              |                                                       | Politik, penguasaan publik oleh pemerintah.                                                             |

## B. Perkembangan Teoritis

### 1. Teori Komunikasi

Secara etimologis komunikasi berasal dari bahasa Latin *communicatio* berasal dari *communis* yang berarti sama. Jadi komunikasi berlangsung jika antara orang yang terlibat komunikasi terjadi kesamaan mengenai sesuatu yang dikomunikasikan.<sup>56</sup> Secara terminologis Onong Uchyana memberikan pengertian komunikasi sebagai proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain.<sup>57</sup> J. Baran dkk. memberikan pengertian sebagai berikut; komunikasi adalah proses membagi makna (*sharing of meaning*).<sup>58</sup>

Komunikasi memang term yang berat untuk didefinisikan, kebanyakan definisi lebih merupakan ungkapan dari para penulis dari pada apa yang mereka lakukan terhadap kondisi alami komunikasi (*nature of communication*). Seperti terlihat dalam perbedaan pengertian yang diajukan dalam memahami *message*, seorang ahli mesin (*Engineer*) Claude Shannon dengan pendekatan *scientific* menyatakan “*Communication is the transmission and reception of information.*”<sup>59</sup> Jadi komunikasi merupakan pengiriman dan penerimaan informasi. I. A. Richards dari perspektif humanistik mendefinisikan komunikasi: “*Communication is the generation of meaning.*” Komunikasi adalah penggerakkan makna. Lawrence Frey, Carl Botan, Paul Friedman, dan Gary Kreps, mendefinisikan komunikasi

---

<sup>56</sup> Efendi, Onong Uchyana, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya 2002) Cet, V. h. 3.

<sup>57</sup> Efendi, *Dinamika...*, h. 4.

<sup>58</sup> Baran J. Stanley, Jerilyn S. McIntyre, Timothy P. Meyer, *Self Symbols and Society: An Introduction To Mass Communication*, (London: Addison-Wesley Publishing Company, Inc, 1984), h.19.

<sup>59</sup> Em Griffin, From the Third Edition of *A First Look at Communication Theory*, 1997, McGraw-Hill, Inc. This text-only version of the article appears on the World Wide Web site [www.afirstlook.com](http://www.afirstlook.com).

yang dapat mengungkapkan esensi proses: *Communication is the management of messages for the purpose of creating meaning*. Pengertian ini memberikan pemahaman bahwa komunikasi merupakan aktivitas intensional, memperlihatkan kesetaraan antara *messages* dan *meanings* serta membukakan pintu untuk melakukan studi atas kedua sisi (*messages* dan *meanings*) tersebut.<sup>60</sup>

Sebelum mengajukan pandangannya tentang pengertian komunikasi, Lee Thayer menyebutkan 4 (empat) definisi komunikasi yang dikenal pada masanya: *Pertama*, komunikasi adalah suatu proses tukar-menukar pemahaman antara dua orang atau lebih. *Kedua*, komunikasi juga diartikan sebagai tukar-menukar ide dengan makna yang efektif serta saling membutuhkan. *Ketiga*, komunikasi adalah tukar menukar pikiran, opini atau informasi dengan ungkapan, tulisan atau tanda (*signs*). *Keempat*, komunikasi juga disebut sebagai upaya pengaturan stimuli lingkungan untuk menghasilkan suatu perbuatan yang dikehendaki dalam suatu organisme.<sup>61</sup>

Pengertian komunikasi sebagaimana diungkapkan di atas menunjuk pada komunikasi interpersonal, walaupun terkadang komunikasi bisa juga intrapersonal, yaitu saat kita berbicara pada diri kita sendiri. Mengkritisi berbagai pengertian komunikasi di atas, Lee Thayer memberikan komentar bahwa komunikasi dengan pengertian tersebut; yakni *tukar menukar pemahaman* dan *tukar menukar ide*, secara implisit membutuhkan adanya intensi (bertujuan) dan

---

<sup>60</sup> Em Griffin, From the Third Edition of *A First Look at Communication Theor*,

<sup>61</sup> Thayer, Lee, *Communication and Communication System: In Organisation, Management, and Interpersonal Relations*, (Homewood, Illinois: Richard D. Irwin.Inc,1968) cet.I, h. 12.

kesadaran, dengan kata lain sangat bersifat rasional, dan belum mencerminkan adanya tukar menukar *feeling*, belum lagi masalah ekspresi.

Pertanyaannya, apakah ekspresi juga bisa saling tukar menukar? Apakah namanya jika komunikasi terjadi secara nonmutual bahkan terjadi peralihan? Kalau komunikasi diartikan sebagai proses pertukaran opini atau pemikiran dengan menggunakan ungkapan, bagaimana jika ungkapan tersebut tidak terdengar? Apakah terjadi juga komunikasi?

Demikian juga dengan pengertian yang menyatakan sebagai proses pengaturan stimuli lingkungan (*arrangement of environmental stimuli*) bagaimana dengan stimuli yang tidak diatur sebelumnya yang bisa muncul saat berkomunikasi? Baginya komunikasi adalah proses yang sangat krusial yang dapat dan bahkan menentukan kondisi, operasional dan interrelasi berbagai sistem kehidupan. Esensi dari proses menjadi manusia adalah *communicating-to and being communicated-with*.<sup>62</sup> Di sini komunikasi dipandang suatu proses *dinamis* yang sangat berarti bagi *eksistensi, pertumbuhan dan perubahan* semua perilaku sistem kehidupan.

Dari sisi ini Thayer ingin mengubah pandangan tentang komunikasi yang serba kaku menjadi suatu proses *dinamis*, dan merupakan kebutuhan manusia sehingga bisa maju dan berkembang. Bagi dia komunikasi selalu berorientasi pada perubahan, berbeda dengan budaya yang menurutnya cenderung statis.

Berdasarkan pada pengertian di atas serta komentar Thayer atas berbagai pengertian tadi, maka komunikasi bisa diartikan proses membagi ide, informasi,

---

<sup>62</sup>Thayer, *Communication...*, h. 15-17.

dan pesan dengan orang lain pada tempat dan waktu tertentu. Komunikasi termasuk juga tulisan dan perkataan juga komunikasi nonverbal seperti ekspresi muka, bahasa badan, komunikasi visual dengan gambar atau lukisan, fotografi, video, film, serta komunikasi elektronik, seperti telephone, e-mail, televisi kabel atau siaran satelit. Komunikasi adalah bagian vital bagi kehidupan manusia. Selain itu, komunikasi juga penting bagi bisnis, pendidikan dan berbagai situasi saat masyarakat saling bertemu satu sama lainnya.<sup>63</sup>

Sampai di sini bisa dilihat bahwa komunikasi merupakan salah satu *skill* yang harus dimiliki oleh seseorang untuk mengarungi kehidupannya. Kemudian dari sudut tujuan kegiatan, komunikasi itu mengandung tujuan karena seseorang mengomunikasikan sesuatu mesti ada tujuannya. Bila dipandang prosesnya, yang terjadi dalam komunikasi adalah tukar menukar pemahaman, opini, ide, serta pesan (bisa berupa permintaan atau larangan, atau hanya sekedar informasi) adapun sarananya bisa berupa bahasa verbal atau nonverbal. Hal itu bisa melalui medium tulisan, ucapan, ekspresi wajah, atau isyarat lainnya.

Bila dilihat dari prosesnya secara makro, komunikasi merupakan kegiatan dinamis, sejalan dengan dinamika untuk mencapai suatu perubahan. Adapun dilihat dari latar belakang pelaku komunikasi --baik komunikan maupun komunikator--, banyak komponen yang terkait dan memengaruhi proses komunikasi, seperti budaya, pendidikan, lingkungan, motivasi, keyakinan dan lainnya. Dari sudut fungsinya, *komunikasi bisa berfungsi informasi, instruksi, memengaruhi dan persuasi, serta integrasi.*

---

<sup>63</sup>Leah A.Lievrouw "Comunication", *Microsoft® Encarta® Reference Library 2003*. © 1993-2002 Microsoft Corporation. All rights reserved.

Namun dalam konteks pembahasan ini, penulis mengartikan komunikasi sebagai kegiatan interaksi sesama manusia yang berisikan pernyataan-pernyataan dan sikap bertujuan untuk melakukan pemaknaan dan perubahan tingkah laku dengan gaya dan cara yang dinamis sesuai dengan latar belakang masing-masing, serta sarana yang tersedia.

Dari beberapa pengertian tadi, nampaklah bahwa komunikasi dipandang sebagai *proses* tukar menukar ide antara dua orang atau lebih untuk mencapai suatu makna. Jadi dalam komunikasi secara sederhana memiliki lima komponen, yaitu sumber, pesan, penerima, saluran dan *feedback*.

Namun pada pembahasan sekitar proses ini menjadi begitu kompleks sehingga komunikasi disebutnya sebagai suatu proses makro (*macroprocess*) yang terdiri dari beberapa proses mikro (*microprocess*). Adapun yang dimaksud subproses atau mikroproses adalah kegiatan seperti pengiriman pesan yang berarti menerjemahkan ide pada sistem simbol, sebagaimana juga menerima pesan yang berarti memberi makna pada pesan.

Untuk menyederhanakan pengertian proses komunikasi ini bisa dilihat pada poin-poin yang ada. *Pertama* sender atau katakanlah sumber yang sering juga disebut originator, ia memiliki berbagai macam dimensi, latar belakang pendidikan, kecerdasan, lingkungan tempat ia tinggal, keluarga dan budaya serta keyakinan yang dianutnya. Semua ini memengaruhi pada cara bagaimana ia mengomunikasikan apa yang ada dalam pikirannya kepada orang lain.

*Kedua* adalah pesan, ini berhubungan dengan isi pesan yang disampaikan, saluran yang dipakai dalam penyampaian pesan, kata-kata (simbol) yang

digunakan, cara penuturan, intonasi dan lain sebagainya. *Ketiga* adalah penerima yang juga memiliki dimensi sebagaimana yang dimiliki sender, seperti budaya, pendidikan, keyakinan dan seterusnya.

Permasalahan dikatakan kompleks ketika terjadi *kesalahpahaman* dalam menginterpretasikan pesan yang disampaikan oleh *sender*. Hal itu bisa terjadi karena komponen-komponen tadi berpeluang untuk menjadi penyebab kesalahpahaman.

Sebagai contoh, orang dewasa sangat sulit untuk bisa menebak makna yang ingin disampaikan seorang anak kecil yang baru belajar berbicara. Mungkin makna itu sudah akrab dengan orang dewasa, tapi faktor suara dan pengucapan menjadi penyebab kesulitan itu terjadi. Sebaliknya, kejelasan suara serta isyarat lebih mempermudah anak untuk bisa memahami makna yang dikehendaki orang tuanya.

Berbagai komponen yang mengitari pembahasan mengenai originator, pesan, serta penerima ini kemudian disebut sebagai makro proses karena banyaknya komponen yang terlibat dalam proses komunikasi. Sedangkan komponen yang mengitari bagian-bagian tadi secara terpisah disebut mikro proses.

Berbagai model proses komunikasi yang diajukan oleh para ahli menggunakan beberapa istilah sebagai berikut, dimulai dari yang paling sederhana sampai pada yang paling rumit. *Pertama* model linear terdiri dari *source - message - receiver*, untuk sampainya *message* ke *receiver* ada *channel*, lalu dari *receiver* ada *feedback*. A menyampaikan pesan kepada B, A adalah

*Source*, dan yang disampaikan itu disebut *Message*, sedangkan saluran yang digunakan disebut *Channel*, B sendiri disebut *Receiver*, kalau B memberikan tanggapan atas apa yang disampaikan A maka disebut *Feedback*.<sup>64</sup> Model komunikasi sederhana ini merupakan pengembangan dari S-R seperti diperkenalkan oleh John C. Zacharis dan Coleman C. Bender.<sup>65</sup>

Model ini sangat sederhana, namun ketika dalam praktik komunikasi ternyata sering dijumpai ada penerimaan pesan yang tidak seragam. Hal itu karena satu sama lain berbeda dalam memberikan makna pada pesan tersebut, sehingga banyak melahirkan berbagai model komunikasi lainnya.

Model *kedua* lebih luas lagi. Dalam istilah Baran, model ini disebut dengan model *circular*. Adapun istilah yang digunakan oleh Schramm adalah *Encoder-Interpreter-Decoder-Message-Encoder-Interpreter-Decoder*.<sup>66</sup>

Mengambil contoh di atas menurut model kedua, A memiliki *Encoder-Interpreter* dan *Decoder*, demikian juga B. *Message* menurut model ini dimiliki oleh A ketika menyampaikan sesuatu sesuai dengan interpretasinya, lalu diterima oleh *Decoder* B sesuai interpretasinya, lalu B mengirimkan *Message* ke A yang diterima oleh *Decoder*-nya dan dipahami oleh interpreternya.

Model *ketiga* menggambarkan komunikasi linear versi Shanon dan Weaver yang bekerja secara mekanik bermula dari *Source-Encoder-Message-Decoder-Destination*- kemudian *Feedback*.<sup>67</sup> *Source* A melalui *Encoder* B

---

<sup>64</sup>Baran, *Self*...,h.16.

<sup>65</sup>Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosda Karya,2001) Cet. II, h, 133.

<sup>66</sup>Mulyana, *Ilmu Komunikasi*..., h, 141. Baran *Self*...,h.16.

mengirim pesan diterima oleh *Decoder* D sehingga sampai pada tujuan (sasaran), lalu sasaran memberikan *feedback* ke A. Model ini sangat mekanistik dan antara B dan D bisa melahirkan *noise*. Ketiga model tersebut mencoba menjelaskan banyaknya komponen yang terlibat dalam proses komunikasi.

## 2. Teori Informasi

Secara tradisional komunikasi masih dipandang sebagai lahan ilmu interdisipliner, komunikasi interpersonal misalnya senantiasa dihubungkan pada studi-studi tentang bahasa (*language*), kognisi sosial, dan psikologi sosial. Priode sampai tahun 1960an, bisa dikatakan sebagai riset pertama dengan menggunakan label *interpersonal communication* (komunikasi interpersonal) walau belum begitu berarti, tapi Heath and Bryant (2000) menjadikannya tahun 1960 sebagai masa kemunculan komunikasi interpersonal. Karena sejak tahun itu para sarjana mengambil komunikasi sebagai tema sentral karena mereka hendak menjadikan studi komunikasi sebagai hal yang penting serta merupakan aspek yang unik dari tingkah laku manusia.<sup>68</sup>

Penelitian yang bertemakan komunikasi interpersonal berfokus pada persuasi (*persuasion*), pengaruh sosial (*social influence*), serta proses yang terjadi pada kelompok kecil (*small group processes*). Serta eksplorasi teori berkisar antara peranan belajar (*role of learning*), kesenjangan antar perkataan dan perbuatan (*dissonance*), keseimbangan (*balance*), penilaian sosial (*social judgment*), dan reaksi atau oposisi (*reactance*). Kurt Lewin, sebagai salah satu

---

<sup>67</sup>Baran, *Self...*, h, 17

<sup>68</sup> R.L. Heath, & J. Bryant, ( *Human Communication Theory and Research*. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates., 2000), h, 59.

pendiri psikologi sosial, banyak mempengaruhi peneliti komunikasi interpersonal awal seperti Festinger, Heider, Kelley, dan Hovland.

Sejak tahun 1970an, peneliti mulai tertarik dengan penelitian di bidang interaksi sosial, pengembangan relasional (*relational development*), serta kontrol relasi (*relational control*). Pendekatan kognitif (*cognitive approaches*) Hewes, Planalp, Roloff, dan Berger menjadi populer dalam riset-riset tentang perilaku sosial dan adaptasi komunikasi (*behavioral and communicative adaptation*) oleh Giles, Burgoon, dan Patterson. Menurut Berger: “berbagai teori tersebut membantu mengarahkan agenda riset komunikasi interpersonal selama dua dekade.”<sup>69</sup>

Kemudian *interpersonal communication* (komunikasi interpersonal) memfokuskan riset terhadap komunikasi dua arah (*dyadic communication*); komunikasi hadap-hadapan (*face-to-face interaction*), atau komunikasi dalam fungsinya sebagai pembina hubungan (*communication as a function of developing relationships*). Riset dalam bidang ini berkisar pada pemeliharaan, pembinaan, dan penyebab keretakan hubungan (*dissolution of relationships*). Ini memperlihatkan bahwa komunikasi interpersonal dimotivasi oleh reduksi ketidakmenentuan (*uncertainty reduction*).<sup>70</sup> Maka sejak diperkenalkan UTR (*uncertainty reduction theory*) teori ketidakmenentuan tahun 1970 an, teori

---

<sup>69</sup> Berger, C.R. “Interpersonal communication: Theoretical perspectives, future prospects.” *Journal of Communication*, (2005). 55, 415-447

<sup>70</sup> Berger, C.R., & Calabrese, R.J. “Some Explorations in Initial Interaction and Beyond: Toward a Developmental Theory of Interpersonal Communication.” *Human Communication Research*, (1975). 1, 99-112.

tersbeut menjadi medan studi utama yang memberi kontribusi pada pengembangan komunikasi secara keseluruhan.

Uncertainty Reduction Theory (URT) diidentifikasi sebagai bangunan penting yang dibutuhkan ilmu komunikasi konsepsinya secara original harus diketahui. Bagaimana konsep originalnya, bagaimana definisi dan bagaimana studi yang dilakukan? Salah satu cara untuk mengetahui konsep *uncertainty* (ketidak menentuan) dengan menyelusuri *framework* teoritis dari teori informasi yang diajukan Shannon and Weaver (1949). Bagi Shannon dan Weaver, *uncertainty* eksis pada situasi saat sejumlah alternatif dan kemungkinan dari suatu kejadian relatif sejajar. Shannon and Weaver menghubungkan pandangan ini (*view of uncertainty*) dengan kegiatan transmisi pesan (*messages*), namun pemahaman ini memberi kontribusi juga terhadap pengembangan URT.<sup>71</sup>

Konsep teori informasi tersebut kemudian diadopsi oleh Berger dan Calabrese (1975) serta Heider's (1958) dalam riset tentang atribut (*attribution*). Berger dan Calabrese (1975) menggunakan URT dalam merumuskan komunikasi interpersonal, dengan mendefinisikan *uncertainty* sebagai “sejumlah alternatif yang bisa terjadi antara orang yang terlibat interaksi.”<sup>72</sup> Level besar dari ketidak menentuan (*uncertainty*) yang ada pada suatu situasi, level yang lebih rendah serta harapan (*chance*) individual bisa memprediksi tingkah laku dan apa yang akan terjadi (*occurrences*). Selama interaksi seseorang tidak hanya dihadapkan pada

---

<sup>71</sup> Wikibooks contributors, *Communication Theory*, h, 13.

<sup>72</sup> Charles.R Berger,. “Interpersonal communication: Theoretical perspectives, future prospects.” *Journal of Communication*, (2005). 55, 415-447.

<sup>72</sup> Charles.R Berger,., & Calabrese, R.J. (1975). Some explorations in initial interaction and beyond: Toward a developmental theory of interpersonal communication. *Human Communication Research*, 1, 99-112.

problem untuk memprediksi perilaku saat ini (*present*) dan masa lalu, tapi juga menjelaskan mengapa sang partner (*partners*) bisa memiliki atau mempercayai apa yang mereka lakukan.

Berger dan Bradac (1982) mendefinisikan *uncertainty* dengan menyoroti betapa kompleksnya proses tersebut: “*Uncertainty, then, can stem from the large number of alternative things that a stranger can believe or potentially say*”<sup>73</sup> bahwa ketidakmenentuan bisa menghentikan sejumlah alternatif yang bisa dipercaya oleh orang lain (asing) atau berpotensi untuk dikatakan. Tapi dengan komunikasi ketidakmenentuan itu bisa direduksi dengan kemampuan individual dalam mengomunikasikan fikirannya sehingga bisa membina kelangsungan relasi dengan baik. Komunikasi dalam hal ini dipandang sebagai “kendaraan” untuk memformulasikan berbagai prediksi dan eksplanasi.<sup>74</sup>

Perkembangan selanjutnya dalam teori informasi adalah teori sosial sistemnya Niklas Luhman. Bagi Luhman bahwa sosial sistem muncul dari komunikasi antara sistem psikis *psychic systems (minds)*, dan tidak bisa dipahami sebagai suatu sistem yang terpisah dari sistem tindakan “*acting*” individual. Dan teori kedua, bahwa teori tindakan (*action theory*) tidak bisa dibedakan antara aksi dan pengalaman. Bagi Luhmann, informasi dipilih bukan oleh aktor semata, maka informasi harus dipandang sebagai pengalaman (*experience*), bukan sebagai aksi (*action*).

---

<sup>73</sup> C.R. Berger & Bradac, J.J. *Language and Social Knowledge*. (London: Edward Arnold Publishers Ltd. 1982), h.7.

<sup>74</sup> Berger, C.R., & Calabrese, R.J. (1975). “Some Explorations....”. *Human Communication Research*, 1, h.101.

Pernyataan Luhmann tentang sistem: "sistem itu ada dalam suatu eksistensi sehingga berikutnya bisa dibuat suatu gambar yang mengitari antara serentetan komunikasi dan konteks komunikasi atau disebut lingkungan sistem. Suatu sistem selalu tidak lebih kompleks dari lingkungannya, jika sistem tidak bisa mereduksi kompleksitas suatu lingkungan, maka sistem tersebut tidak berfungsi apa-apa. Suatu sistem akan secara selektif mendefinisikan dirinya, dengan cara membuat dan memelihara sisi-sisi antara diri (sistem) tersebut dengan lingkungannya." Mengapa individu tidak bisa menjadi komponen dari sosial sistem? Karena sosial sistem mencakup komunikasi, kemudian melahirkan komunikasi, bukan masyarakat.<sup>75</sup>

Bagi Luhmann komunikasi merupakan suatu yang dikoordinir secara selektif, komunikasi hanya akan ada jika ego bergumam untuk menyampaikan pernyataannya berdasar pada informasi yang terucapkan."<sup>76</sup> Komunikasi tidaklah merupakan "action" yang dilakukan oleh "actor" tapi merupakan seleksi yang dilakukan oleh sistem. "Seleksi" inilah yang menjadi hasil dari komunikasi. Sistem sosial mendorong lahirnya komunikasi sebagaimana lingkungan alam mendorong karakteristik biologik.

Term seleksi yang diajukan Luhmann merupakan sintesis dari tiga seleksi yang terpisah: seleksi informasi (*the selection of information*), seleksi bentuk (*the selection of a form*), dan seleksi pemahaman (*the selection of an understanding*). Mengikuti teori informasi Shannon dan Weaver (1949), Luhmann

---

<sup>75</sup> Niklas Luhmann, "Wikipedia: Die freie Enzyklopädie. Retrieved 27 October 2005, from [http://de.wikipedia.org/wiki/Niklas\\_Luhmann](http://de.wikipedia.org/wiki/Niklas_Luhmann).

<sup>76</sup> Niklas, Luhmann, *Social Systems* (J. Bednarz, Jr. with D. Baecker, Trans.). Stanford: Stanford University Press 1995). h, 154.

mengidentifikasi informasi sebagai seleksi dari serentetan kemungkinan “*repertoire of possibilities*.”<sup>77</sup> Seleksi bentuk komunikasi adalah bagaimana suatu pesan dikomunikasikan, sedangkan seleksi pemahaman menunjuk pada apa yang harus dipahami tentang pesan tersebut. Hasil dari proses seleksi ini melahirkan pembentukan makna (*creation of meaning*), yang merupakan medium bagi komunikasi dalam sosial sistem.<sup>78</sup>

Informasi merupakan elemen dasar komunikasi, serta salah satu dari empat fungsi komunikasi yang dikenal. Keempat fungsi tersebut yaitu fungsi instruksi dan komando, fungsi memengaruhi dan persuasif, fungsi integrasi dan fungsi informasi.<sup>79</sup>

Berbagai keputusan yang diambil manusia dalam menentukan langkah kehidupannya bersandar pada informasi yang dimilikinya baik tentang dirinya, tentang lingkungan sekelilingnya, maupun tentang orang lain yang berhubungan dengannya. Informasi tentang gizi dan vitamin misalkan, membuat seseorang memilih makanan yang bergizi dan bervitamin, demikian juga informasi tentang banjir atau kemacetan lalu lintas, menuntun pengguna jalan untuk memilih apakah akan tetap pada jalur macet atau menghindari dengan menggunakan alternatif lain. Dari sudut ini bisa dilihat betapa informasi bisa memengaruhi tindakan seseorang.

*Information* secara umum berarti pengetahuan (*knowledge*); pengetahuan tentang sesuatu atau tentang seseorang. Bisa juga berarti sekumpulan fakta atau

---

<sup>77</sup> Luhmann, *Social Systems*, h, 140.

<sup>78</sup> Luhmann, *Social Systems*, h, 140.

<sup>79</sup> Thayer, *Communication...*,h, 187.

data tentang sesuatu subjek; menjadikan fakta dikenal atau diketahui.<sup>80</sup> Dalam penggunaan populer terma *information* digunakan untuk menunjukan fakta dan opini yang disajikan atau diterima selama kursus. Seseorang bisa mendapat informasi secara langsung dari sesama, dari mass media, atau dari berbagai fenomena yang berada di sekelilingnya dan bisa diamati.<sup>81</sup>

Informasi berhubungan dengan pesan dikirim atau diterima, dan berhubungan juga dengan makna yang diterima, ketika *message* (pesan) yang diterima tidak memberi makna baru, karena pesan tersebut sudah diketahui sebelumnya, orang akan mengatakan tidak ada informasi. Informasi juga berhubungan dengan muatan pesan yang dibawa, jika muatan pesan yang dibawa secara acak, atau pesan tidak memiliki nilai bagi penerima, maka sama dengan pesan tersebut tidak ada atau tidak ada informasi yang diterima.<sup>82</sup>

Karena karakternya sebagai pengetahuan, informasi merupakan daya dan memiliki nilai, serta menjadi semacam kekayaan yang bisa dimiliki atau tidak dimiliki seseorang. Maka ada orang yang disebut kaya informasi, dan ada juga yang disebut miskin informasi.<sup>83</sup> Hal ini karena distribusi informasi sering tidak merata, dan pemerataannya memerlukan perjuangan yang serius.

Teori kesenjangan informasi (*information gap*) banyak memotivasi pelaku media massa untuk menyajikan informasi dan memperjuangkannya sebagai

---

<sup>80</sup> "Information", Microsoft® Encarta® Reference Library 2003.

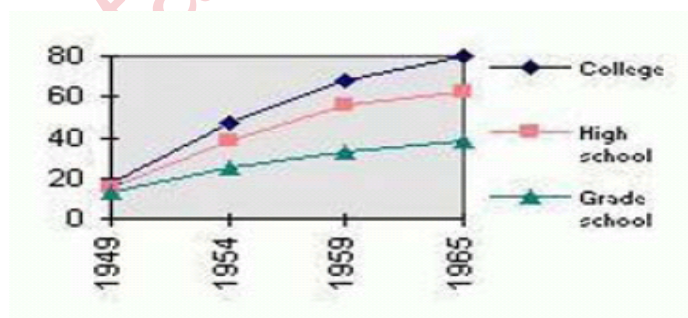
<sup>81</sup> "Information", *Encyclopedia Britannica*.

<sup>82</sup> Loose, Robert, M. "A Discipline Independent Definition of Information, *J. of the American Society for Information Science*, 48 (3) 1997, h.254-269.

<sup>83</sup> Warner J. *Communication...*, h.293.

tindakan pembangunan. Di Indonesia, para praktisi media misalnya menjadikan pemerataan informasi sebagai alasan pendirian institusi media, demikian juga halnya dengan kebebasan pers juga dinisbahkan pada hipotesis kesenjangan informasi.<sup>84</sup>

Sejak tahun 1970an Tichenor, Donohue dan Olien, mengumumkan hasil surveynya pada 1965. Dalam hasil surveynya bahwa orang yang memiliki status sosioekonomi lebih tinggi akan lebih cepat mendapat informasi dari pada yang berstatus rendah, maka gap pengetahuan antara keduanya akan semakin meningkat bukan menurun, "...segments of the population with higher socioeconomic status tend to acquire information at a faster rate than the lower status segments so that the gap in knowledge between these segments tends to increase rather than decrease."<sup>85</sup> Hipotesis kemudian memimpin pola pembangunan dunia dengan mengemukakan isu K-gap (*knowledge gap*) yang melatarbelakangi usaha pembangunan berbagai negara.



Sumber: Tichenor, Donohue and Olien, 1970.

<sup>84</sup> Pandjaitan, Hince, "Tinjauan dan Kritisi Aspek Hukum Dan Frekwensi Tentang Kebijakan Penyiaran Nasional dan Implikasinya", makalah Seminar Nasional Broadcasting, ARSSI Yogyakarta, 17 Juni 200.

<sup>85</sup> Tichenor, P.J., Donohue, G.A. and Olien, C.N. "Mass media flow and differential growth in knowledge." *Public Opinion Quarterly*, 34:159-170.1970.

Hans-Dieter Evers dari Center for Development Research dari Universitas Bonn Jerman melihat bahwa K-gap bukan fenomena natural, tapi dibuat oleh mereka yang berpengetahuan tinggi dan oleh organisasi. Menurutnya masalah tersebut bisa didiskusikan melalui isu hak asasi manusia dan etik (*development ethics and human rights issues*) hak untuk mendapat pendidikan dan mendapat informasi harus benar-benar aman. Selain itu dapat dilihat bahwa gap pengetahuan merupakan *a precondition* untuk melakukan pembangunan dan inovasi. Adanya standarisasi pengetahuan atau total komersialisasi pengetahuan bisa menjadi *counter productive* bagi pembangunan.<sup>86</sup>

**Tbael 2**  
**Communication Theory**

| <b>Theory /Model</b>    | <b>Strategy</b>                      | <b>Determinant Factor</b>               |
|-------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------------|
| <i>S-M-C-R</i>          | <i>One-way</i>                       | <i>Source is all-powerfull</i>          |
| <i>S-M-C-R-E</i>        | <i>One-way</i>                       | <i>Source is all-powerfull</i>          |
| <i>Convergence</i>      | <i>Two-way</i>                       | <i>Interction but source is crucial</i> |
| <i>Active reception</i> | <i>Receiver construc the meaning</i> | <i>Source can removed</i>               |

*Sumber, Bakti, (2004). h, 39*

Tabel di atas memperlihatkan teori komunikasi yang banyak dipakai dan relatif mewarnai kajian komunikasi. Terlihat babgaiman secara original komunikasi merupakan kajian komunikasi massa, dengan komunikasi satu arah (*one-way*), serta yang paling menentukan dalam komunikasi tersebut adalah *source*. Baru pada tahun 1968 an Lee Tahyer mengarahkan pandangan kmunikasi sebagai suatu proses secara keseluruhan bagi manusia, sehingga ia berkesimpulan

<sup>86</sup> Hans-Dieter Evers, "Knowledge Society and the Knowledge Gap," *International Conference: Globalisation, Culture and Inequalities*, 19-21 August 2002,Universiti Kebangsaan Malaysia

bahwa pesan yang sampai pada penerima adalah sebagai data belaka, sedangkan “makna” dari pesan tersebut merupakan “rekaan” dari penerima, yang terakumulasi dari berbagai faktor; situasi, keilmuan, budaya, dan meta komunikasi lainnya.

Em Griffin (1997) memberikan gambaran perkembangan teoritis dalam komunikasi sebagaimana bisa terlihat dari tabel berikut:

Tabel 3  
Perkembangan teoritis Komunikasi Barat

| Periode                                                            | Perkembangan Perhatian                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>The Early Years (1900–1950):<br/>The Rise Of Rhetoric</b>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pada awal 1900 an, <i>college speech teachers</i> masih menyatu dengan jurusan bahasa Inggris, penampilan oral. Ceramah.</li> <li>• National Council of Teachers of English in 1914 and formed the National Association of Academic Teachers of Public Speaking.</li> <li>• 1935 more than 200 American college and university catalogues listed a separate department of speech.</li> <li>• 1925 essay Herbert Wichelns dari Cornell University yang membangun rhetorical criticism sebagai aktivitas teoritikal pada lapangan ini (<i>speech</i>), ia mencoba menganalisa <i>public address</i>, Karya Wichelns mengukuhkan kategori logika Aristotle; <i>emotional, and ethical appeals as the standard way to evaluate persuasive discourse</i>.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Communication and Social Science (1930–1960): Media Effects</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Awal PD II, few scholars referred to their study as “communication research.” Mulai studi sintifik tentang media <i>media effects</i> dan masuk dalam jurusan <i>sociology, psychology, political science, and journalism</i>. Karena Rhetoricians mengabaikan teknologi baru media massa seperti film, radio, dan televis. Karena mereka menganggap media tersebut lebih bersifat <i>entertainment</i>.</li> <li>• Perang membutuhkan <i>effective ways to inform, influence, and inspire maximum citizen support for the war effort</i>, mengarahkan ahli ilmu sosial berusaha menemukan bagaimana pesan-pesan siaran mempengaruhi para pirsawan.</li> <li>• 1963 , <i>The Science of Human Communication</i>, Wilbur Schramm, Director of the Stanford Institute for Communication Research, yang dianggap sebagai <i>as the “founding fathers” of communication research</i>. Menggunakan pendekatan behavioral science untuk melihat effects pesan-pesan persuasif terhadap <i>mass audiences</i>.</li> <li>• Political scientist Harold Lasswell menganalisa isi <i>content</i> propaganda Nazi propaganda, untuk mengetahui mengapa bisa berpengaruh besar pada para pendengarnya.</li> <li>• Kurt Lewin was a social psychologist karena latar belakang otoritarian Leadership ia tertarik untuk menyelidiki <i>prejudice</i> dan bagaimana groups mempengaruhi <i>influence</i> keputusan anggota individual.</li> <li>• Sociologist Paul Lazarsfeld mendirikan <i>Bureau of Applied Social Research</i> di Columbia University '</li> <li>• University of Chicago social scientist Bernard Berelson</li> </ul> |

|                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                           | mendeklarasikan bahwa riset komunikasi sudah “ <i>withering away</i> .”                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>The Empirical Revolution (1950–1970): Theory In A Test Tube</b>                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diperkenalkan istilah <i>media-effects</i> dalam <i>communication research</i> untuk membedakannya dari <i>historical-critical textual analysis of rhetoricians</i>.</li> <li>• 1950 group peneliti komunikasi mendirikan International Communication Association (ICA)</li> <li>• David Berlo, menulis buku komunikasi 1960s, yang menyederhanakan model komunikasi: Source-Message-Channel-Receiver. SMCR menjadi standard untuk melihat proses komunikasi.</li> <li>• Kaum <i>empiricists</i> tetap menggunakan psikologi dan sosiologi dalam lapangan komunikasi.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>The Turbulent Sixties (1960–1970): A Launching Pad For Interpersonal Communication</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mulai fokus terhadap <i>communication ethics</i>, mulai dari berbicara kebenaran kepada partner (<i>telling the truth to loyalty to your communication partner</i>). Apa yang diucapkan menjadi nomor dua dibanding dengan bagaimana cara penyampaian dan apa pengaruhnya terhadap orang lain. <i>Relationships</i> lebih penting dari pada isi pesan (<i>message content</i>).</li> <li>• Konsentrasi jurusan komunikasi berubah; <i>Interpersonal and media communication were hot</i>.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>The New Rhetorics (1965–1980)<br/>The Hunt For A Universal Model (1970–1980)</b>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1965 isu kategori Aristotle; <i>logos</i>, <i>pathos</i>, dan <i>ethos</i> dimunculkan untuk menganalisa hubungan antara <i>message arguments</i>.</li> <li>• English professor Marshall McLuhan <i>captured public attention with his claim that the content of television was almost irrelevant “The medium is the message,”</i></li> <li>• Sampai 1970 an ahli komunikasi AS belum menggabungkan antara komunikasi dan budaya (<i>communication and culture</i>). Sedangkan di Inggris, Prancis Italia dan Jerman sudah menggunakan <i>Marxist analysis</i> dalam melihat peran media terhadap pembentukan nilai-nilai sosial.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Ferment in the Field (1980–Present)</b>                                                | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Increasing interest in interpretive research—especially cultural studies and feminist critiques that seek to unmask and redress power imbalances.</li> <li>2. More studies using ethnographic methods. For example, media analysts are now paying less attention to the content of television messages and focusing more on how the messages are interpreted by individual viewers.</li> <li>3. Attempts to penetrate the “black box” of the mind by modeling the mental structures and cognitive processes that guide communication behavior.</li> <li>4. Interpersonal scholarship converging on the study of personal relationships. Persuasion and group behavior headed the agenda in the 1960s and 1970s; today the focus is on romance, friendship, and family.</li> <li>5. Wildly diverse interests and research agendas within the field of communication. Once hailed as a strength because it guaranteed success at the registrar’s desk, this pluralism now strikes many as evidence that there is no discipline within the discipline.</li> </ol> <p><i>Fragmentation</i> has replaced <i>ferment</i> as a label for communication studies in the 1990s. Lack of cohesion within the field makes it difficult for those outside the field to understand the nature of communication study.</p> |

### 3. Change and Development

*Social change* dalam ilmu sosial menggambarkan suatu karakteristik general dari masyarakat: perubahan (*change*) kebiasaan (*customs*) dan norma

(*norms*) dalam perspektif ilmu sosial, terjadi karena berbagai usaha kreatif manusia yang diterapkan dalam kehidupannya, termasuk perubahan lingkungan yang memaksa manusia untuk beradaptasi.

Struktur sosial (*social structure*) dan perubahan sosial (*social change*) merupakan titik pusat perhatian teoritikal dan konsepsional dalam ilmu-ilmu sosial. Di satu sisi kehidupan sosial itu bersifat permanen, kontinyu, dan berulang-ulang, sedangkan di sisi lain bersifat dinamis, dan bisa berubah. Kedua pendekatan tersebut saling berhubungan satu sama lainnya. Karena proses perubahan itu sendiri bersifat regular dan saling berhubungan, selain perubahan sosial juga terstruktur.<sup>87</sup>

Sejak sekitar 1965 teori ilmu sosial telah bergeser dari struktural (*structure*) kepada perubahan (*change*). Dalam berbagai level, perubahan menjadi fokus perhatian ilmu-ilmu sosial; teori transformasi (*transformations*) yang berhubungan dengan dinamika kehidupan sehari-hari masyarakat, dan teori perkembangan serta pembangunan (*development*) yang berhubungan dengan kehidupan masyarakat luas.<sup>88</sup> Berbagai perubahan tersebut merupakan hasil dari proses belajar (*learning*) yang dilakukan oleh individu sebagai anggota masyarakat.

Perhatian terhadap pembangunan kembali pasca perang dunia II bagi negara-negara jajahan melahirkan berbagai kajian teori pembangunan, Modernisasi misalkan sebagai upaya untuk membangun dunia ketiga dengan memanfaatkan media massa sebagai alat untuk mentransfer “kemajuan” yang

---

<sup>87</sup> “Social Stucture,” *Encyclopedia Britannica*.

<sup>88</sup> “Social Change,” *Encyclopedia Britannica*.

telah dicapai Barat terhadap negara-negara yang mereka sebut negara-negara kurang maju (LDC). Modernisasi telah melalui tiga pase, pase pertama muncul tahun 1950 dan 1960 an. Perhatian utamanya untuk menerangkan penyebaran (*diffusion*) gaya hidup Barat, inovasi teknologi, serta tipe-tipe komunikasi individualis (sangat selektif, diarahkan hanya pada orang tertentu) sebagai superioritas perilaku sekuler, materialis dan budaya individual Barat serta motivasi individual untuk mencapai keberhasilan.<sup>89</sup>

Teori pertama melahirkan tiga varian antara lain: Pertama berkisar pengembangan ekonomi dalam hal ini mass media mempromosikan difusi global berbagai teknik dan inovasi sosial yang esensial dalam modernisasi.<sup>90</sup> Kedua pembangunan dalam bidang pendidikan (baca tulis) *Literacy* dan pembangunan budaya (*cultural development*): mass media bisa mengajari masyarakat untuk membaca berbagai teknik dan skill esensial lainnya. Sehingga mereka bisa mengharapkan kemodernan dan cara pikir modern. Ketiga pengembangan identitas nasional; dalam hal ini mass media bisa mensuport identitas kebangsaan (nasionalitas) bagi negara-negara baru, serta mensuport tata cara demokrasi dalam berbagai kebijakannya termasuk pemilihan umum.<sup>91</sup>

Berbagai teori ini telah banyak didiskreditkan karena terlalu pro-Barat.

Pase kedua modernisasi lebih merupakan teori kritik yang berkembang pada tahun 1970 dan 1980 an. Teori-teori pase ini tidak mensuport tapi mekritisi

---

<sup>89</sup> Lihat, Lerner, D. *The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East*. (Glencoe ILL.: The Free Press.1958), W Schramm, *Mass Media and National Development, The role of information in developing countries*. (Urbana: University of Illinois Press.1964).

<sup>90</sup> Lihat E.R Rogers, *The Diffusion of Innovations*. (Glencoe, ILL: The Free Press.1962)

<sup>91</sup> D. McQuail, *McQuail's Mass Communication Theory*, (London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.2000). h, 84.

pengaruh modernisasi Barat. Dari sini muncul pandangan bahwa yang terjadi adalah penjajahan kultur dan ekonomi serta dominasi Barat. Teori yang berkembang dalam fase ini adalah *media dependency theory*. Negara –negara kurang maju diasumsikan bergantung kepada mass media terutama dunia Barat.

Fase ketiga muncul pada tahun 1990 an yang disebut *post modernity*. Teori ini mencoba bersikap netral, tidak begitu memfavoritkan atau melawan modernisasi Barat, tapi mencoba mengangkat kontradiksi dalam proses modernisasi serta menjelaskan konsekuensi modernitas bagi individu dalam masyarakat kontemporer. Giddens menunjukkan bahwa masyarakat modern bisa dikarakteristik dengan melihat waktu *time-space*, jarak, mekanisme tempat tinggal yang tidak solid. Sedangkan masyarakat tradisional berbasis interaksi langsung (*direct interaction*) antara anggota masyarakatnya satu sama lain relatif tertutup. Masyarakat modern lebih berkelana, melintasi batas waktu dan area dengan menggunakan media masa dan media interaktif.<sup>92</sup>

Secara singkat gambaran perkembangan dan pertautan antara teori –teori komunikasi dengan teori informasi dan pembangunan bisa dilihat dalam tabel yang dibuat Bakti berikut:

Tabel 4  
**Development Theory**

| Theory /model        | Strategy                      | Determinant Factor                    |
|----------------------|-------------------------------|---------------------------------------|
| <i>Modernization</i> | <i>Top-down</i>               | <i>Support economic development</i>   |
| <i>Dependency</i>    | <i>Critique of domination</i> | <i>Support economic depevelopment</i> |

---

<sup>92</sup> Giddens, A *The Consequences of Modernity*. (Stanford : Stanford University Press, Oxford: Basil Blackwell, Cambridge: Polity Press. 1991). Giddens, A. *Modernity and Self-Identity; Self and Society in the Late Modern Age*. (Cambridge: Polity Press.1991b). Anthony Giddens, *The Third Way*, Cambridge: Polity Press, 2000.

|                        |                                      |                                                        |
|------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| <i>Multiplicity</i>    | <i>Participatory (self-reliance)</i> | <i>Economic development and other social factor</i>    |
| <i>Activereception</i> | <i>Negotiation amongsequals</i>      | <i>Quality of life and emancipation of individuals</i> |

Sumber, Bakti, (2004).h,39

**Tabel 5**  
**Development-Communication Theory**

| <b>Theory/Model</b>            | <b>Strategy</b>                                       | <b>Determinant Factor</b>                                            |
|--------------------------------|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| <i>Diffusion of innovation</i> | <i>Transfer of technology</i>                         | <i>Receiver is passive</i>                                           |
| <i>Social marketing</i>        | <i>Ideas, processes, practices through mass media</i> | <i>Receiver is passive</i>                                           |
| <i>Participatory</i>           | <i>Empowerment to act on their own behalf</i>         | <i>Dynamic iinteractions between S-R (hrough oagents of change)</i>  |
| <i>Activereception</i>         | <i>Promotion of individuals</i>                       | <i>Meaning is negotiated for emancipation, freedom and democracy</i> |

Sumber, Bakti (2004), h,39

#### 4. Teori Etik (Wisdom)

Secara etimologis, *wisdom* berarti *good sense*: pengetahuan dan pengalaman yang dibutuhkan untuk membuat suatu keputusan atau penilaian yang berdasarkan pada kehendak baik. Bisa juga berarti *accumulated learning*: akumulasi pengetahuan tentang kehidupan atau tentang suatu dimensi aktivitas yang didapat dari pengalaman. Arti lain dari *wisdom* adalah *opinion widely held*: suatu opini yang diterima oleh hampir semua orang.<sup>93</sup>

Dalam literatur Barat banyak digunakan *wisdom* dengan pengertian pengetahuan yang berangkat dari pengalaman semacam *kata-kata mutiara* (Indonesia) atau *hikmah* (dalam bahasa Arab). Sigmund Freud misalnya menggunakan kata *proverbial wisdom*<sup>94</sup> untuk maksud kata-kata hikmah yang ada

<sup>93</sup>“Wisdom,” Microsoft® Encarta® Reference Library 2003. ©

<sup>94</sup> Sigmund Freud, Interpretation Of Dreams, e-book [www.Abika.com](http://www.Abika.com), h 30

pada kitab suci maupun dari para tokoh, *bitter worldly wisdom*,<sup>95</sup> pelajaran dari pengalaman pahit. Dalam kajian sosial, *wisdom* lebih mengarah pada pengetahuan yang beredar dimasyarakat tentang cara hidup mereka. Seperti ungkapan *popular wisdom* yang menurut Hartmann merupakan dasar berbagai program TV, karena baginya tidak ada “yang baru” dari program TV selain memperkuat atau diperkuat oleh *popular wisdom*.<sup>96</sup>

Selanjutnya kata *wisdom* jika dilihat medan maknanya berkaitan erat dengan *religion (proverbial)*, *moral* dan *ethic, social, experience, knowledge*, dan *behavior*; semuanya secara singkat bisa memberikan pengertian “kebajikan dan manfaat” dalam kaitannya dengan kehidupan sosial (prilaku sosial) dan individu. Tubb menghubungkan etika dan komunikasi sebagai berikut; “etika merupakan studi tentang sifat umum moral dan pilihan-pilihan moral spesifik yang harus dibuat orang. Kata “pilihan” menyangkut pilihan komunikasi, sehingga dengan memeriksa dan lebih menyadari nilai-nilai kita sendiri, kita menjadi lebih bertanggung jawab atas konsekuensi tindakan kita.”<sup>97</sup> Dalam hal ini prinsip dasar yang menjadi masalahnya adalah penghormatan terhadap orang lain.<sup>98</sup>

Pengkajian etika komunikasi Barat dihubungkan dengan prinsip-prinsip etik yang dikembangkan seperti: *Ethical egoism* Epicurus yang menyatakan bahwa; hidup yang baik adalah mendapatkan kebahagiaan sebanyak mungkin. “I

---

<sup>95</sup> Freud, *Interpretation....*,h,69

<sup>96</sup>Hartman et al (1974) dalam Bo Petersson, “Combating Uncertainty, Combating The Global: Scapegoating, Xenophobia And The National Local Nexus” [http://www.gmu.edu/academic/ijps/vol8\\_1/Petersson.htm](http://www.gmu.edu/academic/ijps/vol8_1/Petersson.htm)

<sup>97</sup> Stewart L.Tubbs & Sylvia Moss, *Human Communication*, edisi Indonesia oleh Dedy Mulyana, & Gembirasari, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001) Cet, III, h, 268.

<sup>98</sup> Norman E.Bowie, *Making Ethical Decisions*, (New York: McGraw-Hill, 1985),h, 167.

*spit on the noble and its idle admirers when it contains no element of pleasure.*"<sup>99</sup>

*Utilitarianism*, walau mendahulukan kebahagiaan pribadi, namun ada perhatian terhadap orang lain, orang yang ada disekitar sebagai penonton harus dipertimbangkan sebelum seseorang bertindak; secara lengkap semangat dari *the ethics of utility*. Adalah "*To do as you would be done by,*" and "*to love your neighbor as yourself,*" yang kemudian dijadikan dasar ideal bagi moralitas *utilitarian*.<sup>100</sup> *Categorical imperative*: Kejujuran dan kebenaran dalam suatu pernyataan tidak bisa diabaikan dalam *formal duty* dari seseorang kepada orang lain, bagaimanapun juga kebaikan bisa berarti kejelekan bagi dirinya atau bagi orang lain.<sup>101</sup> W. D. Ross membuat *six basic duties* berikut:

- 1) *Fidelity-to do no harm to others* (Loyalitas dan tidak menyakiti orang lain)
- 2) *Reparation-to make amends to those we have hurt* (memperbaiki kesalahan dengan tidak membalas kejelekan dengan kejelekan).
- 3) *Gratitude-to repay those who have helped us* (membalas kebaikan dengan kebaikan).
- 4) *Justice-to treat people as well as they deserve* (Adil, memperlakukan orang lain sesuai dengan kebaikan mereka).
- 5) *Beneficence-to help others when we can* (bersikap baik, selalu menolong orang lain selama bisa).

---

<sup>99</sup> J. M. Rist, *Epicurus: An Introduction*, (Cambridge, Eng., 1972), h, 124.

<sup>100</sup> John Stuart Mill, "Utilitarianism," in *Utilitarianism, Liberty, Representative Government*, H. B. Acon (ed.), (New York: Dutton, 1972), h. 16.

<sup>101</sup> Immanuel Kant, "On a Supposed Right to Lie from Altruistic Motives, " in *Critique of Practical Reason and Other Writings in Moral Philosophy*, Lewis White Beck (trans. and ed.), (Chicago: University of, Chicago, 1964), h, 346.

- 6) *Self-improvement-to better oneself* (Selalu mengembangkan diri ke arah yang lebih baik)<sup>102</sup>

Teori Ross ini dikenal dengan *self-evident duties*, selanjutnya berbagai teori etika bisa dikembangkan dengan berbagai pertanyaan; bagaimana seseorang melakukan sesuatu yang disukai tapi tidak adil, apa yang bisa dilakukan jika ada suatu tindakan yang tidak disukai tapi perbuatan itu adil, apa itu kebaikan (*good*), apa itu kebenaran (*right*), apa itu bermoral (*virtuous*)?

Mungkin satu dari pelanggaran-pelanggaran paling nyata terhadap etika adalah berbohong. Menyelewengkan kebenaran sedemikian lazim sehingga suatu survei menemukan bahwa 75 % subjeknya percaya bahwa ada kekurangjujuran pada pemerintahan dibandingkan dengan satu dekade lalu.<sup>103</sup> Dalam studinya tentang berbohong, Sissela Bok mendefinisikan suatu kebohongan sebagai “suatu pesan yang sengaja menipu dalam bentuk suatu pernyataan”; ia menekankan niat seseorang untuk menipu atau menyesatkan lewat komunikasi verbal.<sup>104</sup> Paul Ekman, juga menghubungkan berbohong dengan niat pembohong baik untuk menyembunyikan dengan “membuang informasi yang benar” atau memalsukan, “menyajikan informasi palsu seolah-olah informasi itu benar.”<sup>105</sup>

P. Lippard dalam hasil studinya mengenai penipuan menunjukkan bahwa orang mengemukakan lima alasan untuk berbohong: untuk melindungi atau memperoleh sumber daya material (uang, pekerjaan atau apartemen); untuk

---

<sup>102</sup> W. D. Ross tahun 1930 dia menerbitkan karyanya *The Right and the Good*.

<sup>103</sup> Gray, Paul, “Lies, lies, lies” *Time*, 5 Oktober 1992, h,32-48.

<sup>104</sup> Bok Sissela, *Lying: Moral Choice in Public and Private Life*, (New York: Vintage 1989)

<sup>105</sup> Ekman, Paul, *Telling Lies*, (New York: Norton 1985).

mengurangi atau meningkatkan afiliasi mereka dengan orang lain; untuk melindungi diri mereka sendiri dengan menghindari penyingkapan diri atau meningkatkan atau melindungi citra diri mereka; untuk menghindari konflik; untuk melindungi orang lain.<sup>106</sup>

Penting untuk diutarakan dalam *information society* jelas adalah masalah informasi itu sendiri. Kebanyakan pemikiran tentang masyarakat informasi masa depan dibangun atas sejumlah mitos populer. Seperti: banyak informasi lebih bagus dari pada kurangnya informasi; banyak informasi banyak memberikan pengetahuan dan pemahaman (*knowledge and understanding*); keterbukaan arus informasi memberi kontribusi terhadap penghentian konflik, banyak informasi berarti mengurangi ketidak menentuan dan memberi banyak pilihan; jika masyarakat diberi informasi dengan tepat mereka akan bertindak tepat dan sesuai dengan yang dikehendaki; banyaknya informasi sejajar dengan besarnya *power* dan pada saat yang sama masyarakat akan memiliki informasi satu sama lainnya, mereka akan memahami satu sama lain dan semakin tipis terjadinya konflik. Asumsi tersebut semuanya sangat atraktif, tapi tidak satupun yang dapat dikatakan benar. Asumsi yang paling populer adalah klaim bahwa informasi sama dengan *power*. Informasi menjadi sumber kekuasaan hanya terjadi jika jika semua infrastruktur yang diperlukan untuk memproduksi informasi, memproses dan menyimpan serta transportasi didapat dengan mudah, dan jika masyarakat

---

<sup>106</sup> Stewart L. Tubbs & Sylvia Moss, *Human Communication*, edisi Indonesia oleh Dedy Mulyana, & Gembirasari, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), cet. III, h, 273-274. "Maid in Manhattan" adalah sebuah film yang mencoba mengungkapkan kebohongan, Ty (Tyler Posey) dalam dialognya dengan C. Marshall mengatakan bahwa kalau tidak ada bohong tidak akan ada senat dan presiden, sebuah ungkapan kritis anak usia sepuluh tahunan terhadap situasi politik (ditayangkan Indosiar 3 feb 2006, 22.00).

memiliki skill untuk melaksanakan informasi tersebut dalam praktek sosial (*social practice*) dan berpartisipasi dalam *social networks* yang memungkinkan informasi tersebut bisa digunakan untuk suatu kepentingan.

Asumsi bahwa masyarakat tidak akan bisa memiliki prosedur kekuasaan karena mereka kurang informasi dan diabaikan, bagaimanapun terlalu berlebihan, sebab banyak anggota masyarakat mengetahui secara pasti kekeliruan dan ketidakadilan, dan mereka memiliki informasi tentang pelanggaran atas norma mereka, tapi mereka tidak melakukan gerakan apapun, dan pengetahuan mereka tidak menjadi sumber kekuatan (*source of power*), karena mereka tidak memiliki material dan strategi untuk melakukan protes.

Usulan bahwa pada saat masyarakat memiliki informasi satu sama lain, mereka akan mengetahui dan memahami satu sama lain, serta mengurangi konflik, bagaimanapun konflik yang mematikan tidak selamanya disebabkan kesenjangan informasi. Dalam kenyataannya bisa saja terjadi karena informasi yang cukup yang membuat mereka saling beroposisi.

Kebanyakan asumsi tentang peran serta efek informasi dan pengetahuan (*role and effects of information and knowledge*) berdasar pada ketidakjelasan model efek. Informasi dan pengetahuan dikonsepsikan sebagai variabel kunci dalam proses sosial dan bergantung pada bagaimana mereka memanipulasi *social effects* tertentu yang akan disetujui. Penelitian ilmu sosial telah memperlihatkan bahwa informasi dan pengetahuan tidak terbagi secara merata dalam model linear sederhana model S-R (*stimulus/response models*) yang ditawarkan, hubungan

sebab akibat (*causal relations*) antara informasi/pengetahuan dan input serta *social outputs*.

Cees J. Hamelink, mengajukan enam pertanyaan moral (*moral challenge*): Pertama; apakah masyarakat terbuka untuk mempertanyakan pertanyaan kunci (*key questions*) dari sosiologi klasik *vis-à-vis* kemunculan masyarakat informasi (*information societies*)? Kedua apakah lalu masyarakat harus mengadopsi pendekatan realistik tentang apa yang bisa dilakukan informasi bersamaan dengan penerimaan penuh terhadap kepentingnya produksi dan suplay informasi. Ketiga, supaya realistis tentang pengembangan moral yang disebabkan oleh kemajuan di bidang sains dan teknologi, untuk menghilangkan resiko teknologi secara serius serta meletakkan apa yang seharusnya pada tempatnya. Keempat, jadi dunia tidak memerlukan ‘*information/knowledge societies*’ tapi ‘*communication societies*. Kelima, jadi diperlukan belajar seni dialog. Keenam, mengusulkan bahwa masyarakat internasional mengadopsi dan mengodifikasi hak-hak untuk mengomunikasikan (*human right to communicate*).<sup>107</sup>

### C. Media Komunikasi Massa

Setelah memahami yang dimaksud dengan komunikasi, selanjutnya dihubungkan dengan massa, massa adalah terjemahan dari *mass* (Inggris) yang berarti kumpulan dari individu atau sejumlah khalayak luas namun tidak bisa dipastikan jumlahnya.<sup>108</sup> Maka komunikasi massa adalah komunikasi yang diarahkan kepada

---

<sup>107</sup> Cees J. Hamelink, ‘Moral challenges in the information society,’ Presentation given at the seminar on ‘Virtual ethics in Europe — Challenges for Christian communicators’, organised by the European Regional Association of WACC. It took place 1 March 2002, in Geneva, Switzerland.

<sup>108</sup> “Mass”, *Encarta Dictionary Tools*.

khalayak luas yang tidak terbatas. Charles Atkin mendefinisikan komunikasi massa sebagai proses komunikasi bermedia antara sumber institusional dengan audiens yang beragam dan menyebar luas melalui alat mekanik.<sup>109</sup>

Onong Uchyana memberikan definisi komunikasi massa sebagai komunikasi yang menggunakan media massa modern. Dan media massa ini adalah surat kabar, film, radio dan televisi.<sup>110</sup> Menurutnya pengertian inilah yang dimaksud komunikasi massa dalam Ilmu Komunikasi.<sup>111</sup> Karenanya tidak heran jika pembahasan tentang komunikasi massa selalu melibatkan media massa sebagai objek penelitian, dari situ kemudian dikaji karakteristik komunikasi massa, karakteristik media serta model-model komunikasi massa.

Model pertama apa yang diajukan oleh Bruce Westley dan Malcolm MacLean (1976). Mereka menggambarkan proses komunikasi massa sebagai berikut: Banyak kejadian pada suatu waktu katakanlah Xs, kemudian komunikator A memilih kejadian yang menarik baginya untuk disampaikan kepada distributor agen B, untuk disampaikan kepada audiens C. maka mengalirlah feedback dari C ke B dan A juga dari B ke A. namun dalam hal ini B tidak semata menjadi agen, karena ia juga mengontrol sendiri berbagai kejadian tadi dan menyampaikannya ke C. Dalam prakteknya proses seperti ini bisa dilihat dari cara peliputan media massa sebagai agen (B), dalam melaporkan kejadian selain ia mewawancarai komunikator (A) ia

---

<sup>109</sup> Cassandra L. Book ed, *Human Communication: Principles, Contexts, and Skills*, (New York. St.Martin's Press, 1980), h. 197.

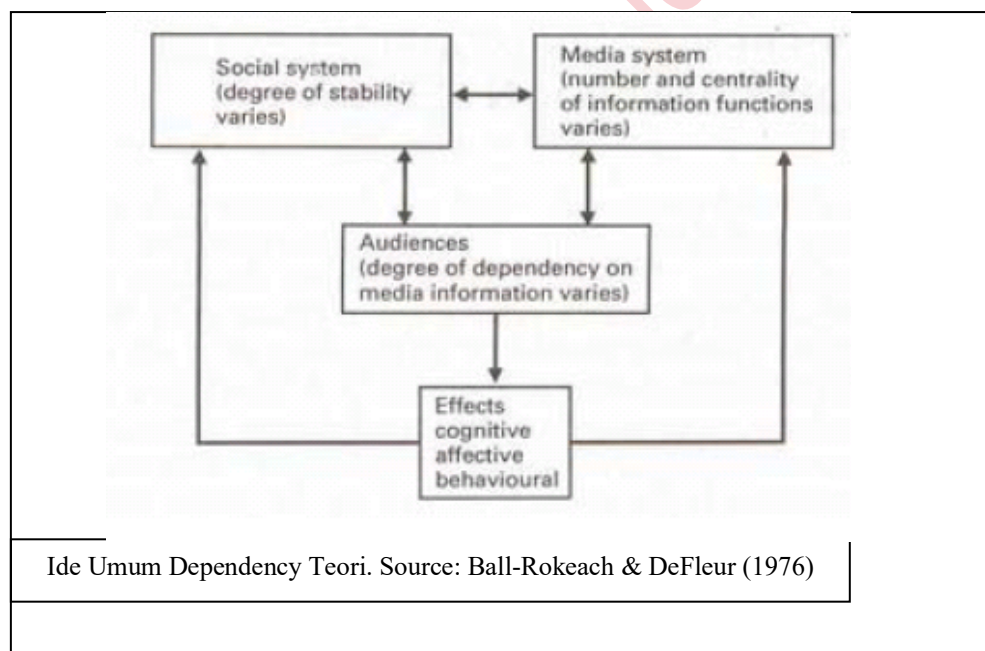
<sup>110</sup> Efendi, *Dinamika*..., h. 50.

<sup>111</sup> Efendi, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*, bandung: (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2000), Cet XIV, h. 20.

juga melihat sendiri kejadian yang sebenarnya dan mencari apa yang tidak disampaikan oleh komunikator untuk dilaporkan kepada audiensnya.<sup>112</sup>

Model kedua adalah model Defleur (1970) yang disebut model sosial sitem (disebut juga Dependency Teori), model ini menggambarkan berbagai komponen dalam sosial sitem dan hubungan antara berbagai komponen tadi serta peran masing-masing komponen dalam mengoperasikan sistem sosial. Dari model ini nampak bagaimana media massa beroperasi, ia tidaklah diam, ternyata ia bisa memengaruhi dan juga dipengaruhi oleh komponen lainnya.<sup>113</sup>

Figure 3



Cara kerja model ini adalah: Produksi dan distribusi media, ia dikelilingi oleh lima (5) komponen; Pemerinatah; Asosiasi Sukarelawan; Periklanan serta Lembaga Riset Pemasaran dan Ratting; Group penekan dan kritikus serta pendidik; Audiens.

<sup>112</sup> Severin & James W.Tankard.Jr. *Communication, Theories...*h. 68

<sup>113</sup> Ball-Rokeach, S.J., & DeFleur, M.L. (1976). A dependency model or mass-media effects. *Communication Research*, 3, 3-21.

Kelima komponen tersebut semuanya memberikan masukan kepada produsen media, selain antar sesama komponen juga saling memberikan masukan dan pengaruh. Akibatnya message yang dihantarkan merupakan hasil "olahan" atas berbagai kemungkinan yang bisa terjadi berdasarkan masukan berbagai komponen tersebut.<sup>114</sup> Kasus "Tabloid Monitor" pada era orde baru nampaknya lebih mampu menjelaskan hal ini. Saat Nabi Muhammad SAW menduduki posisi ke 11 dalam polling orang paling favorit, ternyata mengakibatkan pembredelan tabloid tersebut serta pemenjaraan pemimpin redaksinya. Artinya berbagai pertimbangan harus dilakukan oleh media dalam menyampaikan message kepada audiens, yaitu kelima komponen tadi.<sup>115</sup>

Kedua model komunikasi masa ini memberikan gambaran apa saja komponen-komponen yang ada dalam komunikasi massa, model pertama memberikan arahan komponen-komponen yang ada dalam proses komunikasi massa, yang kedua menambah satu point lagi komponen yaitu bahwa media juga aktif menyelidiki, sedangkan yang terakhir menggambarkan semua komponen yang terlibat secara luas yang dapat memengaruhi komunikasi massa, jadi bukan saja "siapa," "apa," "kepada siapa," "pakai media apa," dan "efeknya apa," namun lebih luas diajukan juga pertanyaan mengapa? Siapa yang memengaruhi? Bagaimana memakai sesuatu?

---

<sup>114</sup> Sejalan dengan teori Represi Aktif, L.Thayer (1968), R. J Revault (1980), Bakti (2004).

<sup>115</sup> Contoh yang paling hangat adalah kasus "ngebor" Inul Daratista di SCTV. Saat audiens bicara, para krtikus bicara dan lembaga periklanan bicara, hal tersebut memaksa pihak SCTV mengubah program "goyang maut" walau tidak jauh berbeda formatnya dengan program "sang bintang". Di sini nampaklah pertarungan antara berbagai kepentingan dalam media pada sebuah sosial sistem. Lebih jelsanya baca Bungin, Burhan, *Porno Media Kontrukasi Sosial Tehnologi Telematika & Perayaan Seks di Media Massa*, (Bogor: Kencana, 2003), cet, I.

Ada ciri khas dari komunikasi massa selain bermedia ia juga bericirkan sebagai tabel berikut:

Tabel 6

| <b>Komunikasi Massa<sup>116</sup></b> |                                                                                                |
|---------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Source                                | Institusional, biasanya merupakan organisasi yang besar,                                       |
| Content                               | Impersonal, terstruktur, dikirim secara simultan sampai pada banyak khalayak                   |
| Receivers                             | Luas, heterogen, sedikit sekali kontak individual, sedikit pengorganisasian atau kepemimpinan. |
| Feedback                              | Sangat sedikit, jika ada juga bersifat tidak langsung, dan lamban.                             |

## 1. Media Komunikasi Massa

Media secara bahasa adalah bentuk jamak dari kata “medium” yang berasal dari bahasa Latin berarti “middle” tengah atau penengah.<sup>117</sup> Dalam *Encarta Dictionary* ditulis: n (plural me·dia or me·di·ums) 2. *means of mass communication: one of the means of mass communication such as television, radio, or newspapers.*<sup>118</sup> Pengertian yang sama juga diungkap dalam kamus seperti *Oxford Advanced Learner's Dictionary* karya A.S Hornby; n the ~ (usu with sing v) *mass communications, eg television, radio, the press.*<sup>119</sup> Pengertian di atas menunjuk pada

<sup>116</sup> Baran J. Stanley, Jerilyn S. McIntyre, Timothy P. Meyer, *Self Symbols And Society: An Introduction To Mass Communication*, (London: Addison-Wesley Publishing Company, Inc, 1984), h,25.

<sup>117</sup> Gill Branston dan Roy Stafford, *The Media Student's Book, third edition*, (London: Routledge, 2003), cet. ke-1, h, 9.

<sup>118</sup> Microsoft® Encarta® Reference Library 2003. © 1993-2002 Microsoft Corporation. All rights reserved.

<sup>119</sup> Hornby, AS, *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*, (Oxford University Press, 1980), h, 528.

benda-benda yang dapat menyampaikan dan pesan yang senantiasa dipakai dalam komunikasi massa. Atau katakanlah sebagai hardware komunikasi seperti diungkap Thayer.<sup>120</sup>

Walaupun penjelasan tentang komunikasi massa selalu berakhir dengan pemberian contoh berbagai macam media kontemporer, yang biasa dilihat seperti TV, Radio, Buku dan lainnya, namun bisa dilihat secara umum bahwa media komunikasi massa merupakan suatu medium yang menghantarkan suatu pesan (data dan informasi) kepada khalayak luas. Jika dilihat dari sudut ini ditambah lagi dengan sudut bahwa pelakunya (*sender* atau *source*) adalah institusi, maka bisa dikemukakan bahwa media komunikasi bisa juga berupa lembaga-lembaga pengajaran maupun lembaga penyebaran keagamaan seperti lembaga dakwah. Dalam konteks ini maka mesjid dengan majlis ta'lim dan aktivitas komunikasinya bisa dipandang sebagai media komunikasi massa, demikian juga gereja, sekolah atau panggung pertunjukkan theater sekalipun. Media seperti ini bisa dikategorikan pada media tradisional. Adapun media lain seperti print media (media cetak) seperti buku, majalah, koran bisa disebut sebagai media modern konvensional, sedangkan media elektronik seperti Radio, TV, Komputer, Telephone Mobil, bisa dikelompokkan pada media modern.<sup>121</sup>

Tidak banyaknya pembahasan mengenai media komunikasi tradisional seperti terungkap di atas bukan berarti bahwa media tersebut absen dari menjalankan tugasnya. Maraknya berbagai kelompok kajian yang kemudian berubah menjadi

---

<sup>120</sup> Lee Thayer, *Communication...*, h.261.

<sup>121</sup> Bakti Andi Faisal, dari diskusi-diskusi komunikasi II Program Doktor UIN Jakarta. Juga dalam "Daarut Tauhiid: New Approach to Dakwah for Peace in Indonesia," *Dakwah Jurnal kajian Dakwah dan Komunikasi*, Volume VIII, No.1, Juni 2006. h.17.

institusi menunjukkan bahwa “media” tradisional tersebut tetap aktif dan bahkan terus berkembang. Berkenaan dengan media komunikasi modern, sedikitnya ada enam (6) media yang dapat dikelompokkan ke dalam media di atas: media cetak antara lain surat kabar, majalah dan buku, serta media elektronik antara lain; televisi, radio dan film.

## **2. Macam Media Komunikasi Massa**

### **a. Buku**

Buku dapat didefinisikan sebagai sejumlah pesan tertulis yang memungkinkan memuat banyak pesan serta memiliki arti bagi masyarakat luas direncanakan untuk pengetahuan publik tentang sesuatu serta direkam dalam bahan yang tidak mudah rusak dan mudah dibawa. Tujuan utamanya adalah memberi penerangan, menyajikan dan menjelaskan, serta mengabadikan sesuatu dan memindahkan pengetahuan dan informasi di tengah masyarakat dengan memperhatikan kemudahan dan penampilan.<sup>122</sup>

Sejak 3000 SM buku sudah mulai dikenal oleh peradaban manusia seperti peradaban Summeria, Babilonia, Asiria dan peradaban Hittit yang pada waktu itu masih dibuat dari bahan tanah liat. Sementara peradaban Mesir kuno sudah lebih maju dengan menggunakan papyrus yang berupa gulungan untuk mempermudah penyimpanan. Buku di peradaban Cina Kuno sudah menjadi media pembelajaran walau tidak lebih awal dari bangsa Mesir, di Cina buku dibuat dari kayu dan serpihan bambu. Pada 175 M, naskah *Confucian* mulai dilukis di batu-batu. *Lampblack ink* (tinta dari hasil pembakaran lampu

---

<sup>122</sup>”Book,” *Encyclopedia Britannica*.

berwarna hitam seperti tinta photo copy) mulai diperkenalkan di Cina pada 400 M. cetakan dari balokan kayu mulai pada abad ke 16.<sup>123</sup>

Abad pertengahan banyak meninggalkan manuskrip-manuskrip dalam bentuk buku dari kulit binatang, dan sejak abad 15 manuskrip dari kertas sudah mulai menyebar buku yang dicetak pada masa itu disebut *incunabula*.. Manuskrip tersebut menjadi model pertama penerbitan buku yang merupakan efek dari kebangkitan humanisme dan perhatian terhadap berbagai bahasa pada abad 14-15 M.<sup>124</sup> *Revolution in thought and scholarship* tersebut berlangsung terus hingga abad 16.

Sejalan Abad 17 M dan 18 buku demikian menarik dan dikenal di Barat dan semakin besar perannya sebagai bacaan publik.<sup>125</sup> Penyebab popularitas buku tersebut karena banyaknya tulisan tentang wanita, serta disain yang makin maju. Ilustrasi dalam percetakan baru muncul pada abad 18 akhir sangat penting artinya sebab menjadi basis pengembangan cetakan offset.<sup>126</sup>

Berbagai perkembangan buku dari masa-kemasa sangatlah luas baik dari segi *form*, *content* dan *provisi* pembuatannya, namun bisa diidentifikasi bahwa buku memiliki karakter sebagai berikut: Pertama, buku kebanyakan didisain untuk menyajikan, sebagai instrument komunikasi. Kedua bahwa

---

<sup>123</sup>“Book,” *Encyclopedia Britannica*.

<sup>124</sup>Asa Briggs & Peter Burke, *Sejarah Sosial Media*, terjemah A. Rahman Zainuddin, (Jakarta:Yayasan Obor Indonesia,2006) Cet-Ke 1, h. 40.

<sup>125</sup> Briggs, *Sejarah Sosial*...h, 27.

<sup>126</sup> “Book,” *Encyclopedia Britannica*

buku memakai tulisan atau sistem lainnya atau visual simbol untuk mentransfer makna. Dan ketiga gambaran paling membedakan adalah buku merupakan publikasi yang bisa disentuh dan menyebar.<sup>127</sup>

William Morris (1888), seorang yang mengembangkan mesin cetak secara pribadi pada akhir abad 19 sangat membantu perkembangan perbukuan, pada abad 20 buku sangat berperan dalam memelihara norma budaya dan pengetahuan apalagi dengan perkembangan media penyebarannya (*media for dissemination*). Setelah PD II buku mulai dikembangkan dengan memasukan ilustrasi berwarna, terutama buku bacaan anak-anak dan buku pegangan sekolah serta berkembang berbagai bentuk yang didukung oleh perkembangan teknologi percetakan yang bisa mencetak dengan cepat.

---

<sup>127</sup>“Publication History”, *Encyclopedia Britannica*.

Prinsip kemudahan dan ketersediaan bahan memungkinkan buku semakin berkembang dari masa ke masa, contoh perkembangan buku bisa dilihat dari *encyclopedia*, yang pada awalnya bernama *World Book*, pertama kali diterbitkan di Chicago Amerika Serikat pada tahun 1917 dan terus



direvisi setiap tahun sejak tahun 1925 dan mulai tahun 1995 *World Book* bisa didapat dalam versi CD-ROM.<sup>128</sup>

Perkembangan tulisan dan kodifikasi kitab suci bisa dikatakan sebagai titik awal tradisi penulisan buku pada suatu masyarakat atau kelompok, pada tahun 1579 an misalnya penterjemahan Injil di Eropa merupakan kegiatan yang dilekaukan di berbagai negara.<sup>129</sup> Demikian hal nya dengan tradisi perbukuan di dunia Islam. Tradisi awal dimulai dengan kodifikasi al-Qur'an pada masa Ustman Ibnu Afan (644-656.M) yang diawali dengan pengumpulan

<sup>128</sup> "Book," *Encyclopedia Encyclopaedia Encyclopaedia Britanica*.

<sup>129</sup> Briggs, *Sejarah Sosial*....,h, 41.

teks-teks Qur'an pada masa Abu Bakar tahun 12 H (633.M).<sup>130</sup> Kemudian mushaf Utsmani tersebut mengalami perkembangan percetakan dengan menggunakan mesin cetak pertama kali terbit di Fenicia sekita tahun 1530 an, di Homburg 1693 M dan pada tahun 1787 M Saint Petersbourg di Rusia, Teheran 1828 M, Tibriz, 1833 M dan Leipzig 1839 M. Kemudian dicetak di Cairo pada tahun 1923 dengan perbaikan artistik dan khat pada masa Sa'id 'Ali dengan terlebih dahulu diteliti oleh syaikh-syaikh al-Azhar.<sup>131</sup>

Perkembangan penulisan buku selanjutnya pada masa tabi'in seperti Sofyan Ibn 'Aibanah, Waki' Ibn al-Jarâh, Abdu al-Razâq, namun buku mereka tidak sampai pada kita selain apa yang dinukil dari mereka oleh mufasir pada masa 'Abâsiah seperti Ibn Jarîr al-Thabari (839-923 M).<sup>132</sup> Selaian tafsir tahabari juga menulis sejarah Islam *Tarikh al-Rusul wa al-Muluk*. Jejaknya diikuti oleh Ibn Atsîr 630 H (1160-1233.M) yang menulis *Al-Kâmil fî al-Târîkh*. dalam bidang tasfir diikuti oleh al-Tsa'labi 427 H, al-Wâhidi 468 H.<sup>133</sup>

Perkembangan Buku pada masa ini diwarnai dengan meteri kebahasaan (*ilmu al-Lughah*) ilmu tafsir, hadits dan sejarah serta belakangan muncul ilmu fiqih, lalu klasifikasi hadits dan syarah-syarah atas berbagai kitab

---

<sup>130</sup> 'Subhi al-Shâlih, *Mabâhits fî 'Ulûmi al-Qur'an*, (Beirut: Dâru al-'Ilmi li al-Malâ'yîn, 1988) Cet 17.h84-85.

<sup>131</sup> al-Shâlih, *Mabâhits fî....*, h.99-100.

<sup>132</sup> Ahmad Amin, Fajru al-Islâm, (Cairo: Syirkah Thabâ'ah al-Faniyah al-Mutahidah 1975), cet-11, h.206.

<sup>133</sup> Al-Iskandari, *Al-Wasîth....*h.226-233.

yang telah ada sampai akhirnya muncul masa kebangkitan mesir; ditandai oleh Muhammad Abduh dan kawan-kawan pada akhir abad 19 dan awal abad 20.

Pada abad 21 buku-buku karya klasik dan buku-buku baru masuk pada era digital, buku yang tadinya memakai bahan kertas kini disimpan dalam kepingan CD dengan format microsof serta pormat Pdf yang merupakan perkembangan teknologi komputer sehingga buku menjadi *paperless* dan *electronic book*. Selain melalui komputer buku juga bisa dibaca dan disimpan melalui hand phone. Maka dapat dikatakan pase abad 21 adalah pase komputerisasi buku baru maupun klasik.

Perkembangan buku juga dibarengi dengan perkembangan Library, kini dengan mudah kita bisa mengunjungi perpustakaan digital yang disajikan berbagai layanan web site. Kitab-kitab klasik keislaman misalnya bisa diakses di [www. al-eman.com](http://www.al-eman.com), [www.saaaid.net](http://www.saaaid.net) seksi al-maktabah al-Islâmiyah secara cuma-cuma dan bisa dicopy.

Selanjutnya produktivitas penulisan buku dan penerbitan buku menjadi ukuran kemajuan suatu negara. Ikapi Jawa Barat misalnya dengan bangga melaporkan jumlah buku yang sampai dengan Agustus 2006 tercatat ada 165 perusahaan penerbitan buku, di kota Bandung sebanyak 140 penerbit, kabupaten Bandung 9 penerbit, Bogor 6, Sumedang 1, Garut 1 dan anggota baru IKAPI sebanyak 8 penerbit. Dan pada tahun ini (2006) mereka menerbitkan 1.000 judul buku (30% dari seluruh terbitan di Indoensia) dengan

materi 35% buku agama, 20 % buku umum, 25% buku perguruan tinggi, dan selebihnya buku pelajaran SD/SMP/SMA.<sup>134</sup>

Mengamati perkembangan buku di atas, terlihat bahwa pada masa awal buku hanya berkisar pada hal-hal yang penting dan berisikan *pengetahuan, dengan pendidikan sebagai tujuan utamanya*; kitab suci serta ajaran yang dinilai bermanfaat bagi masyarakat. Baru pada akhir abad 19 sudah mulai banyak buku-buku yang tidak lagi mendidik sebagaimana tujuan awalnya. Hal tersebut dengan mulai masuknya karya seni dalam buku dan masuknya *image* gambar sebagai lustrasi pada buku.

Namun demikian segi efektifitas buku dalam menyebarluaskan pengetahuan, opini dan fikiran secara trans nasional dan trans generasi tidak diragukan lagi. Bagaimana suatu gagasan Karl Marx, dan terakhir Jürgen Habermas bisa mewarnai pembangunan di berbagai negara termasuk Indoensia. Bagaimana juga ajaran Ikhwanul Muslimin bisa menyebar ke berbagai dunia Islam, tokoh-tokoh revolusi Iran seperti Ali Shariati, Khomeini serta Murtadho Muthahhari demikian akrab dengan mahasiswa, sebagaimana mereka akrab juga dengan Max Weber dan Durkheim.

Karenanya dalam konteks komunikasi Islam, produksi buku menjadi pilihan guna penyebarluasan *dakwah ila Allah (Call to Allah)* dan Amar ma'ruf nahi munkar (*Change*). Lembaga –lembaga penerbitan serta penulisan buku menjadi pilihan yang harus digalakan, sebab buku lebih memiliki “wibawa” dibanding penerbitan lainnya di mata pembacanya. Di kalangan muslim Indonesia masih banyak yang beranggapan bahwa pengetahuan itu

---

<sup>134</sup> Diberitakan “Kompas”, 29 Agustus 2006.

dari “kitab” bukan dari majalah atau koran. Dengan demikian “wibawa” buku tersebut bisa dimanfaatkan untuk berbagai upaya perubahan dan pembangunan.

Satu hal yang merupakan optimisme keislaman abad 21 dengan maraknya *e-book* dan *microsoft book*, dengan menyebarnya berbagai program buku digital dan sangat gencar diproduksi oleh berbagai web site Islam, penyebaran ajaran Islam akan lebih mudah karena kemudahan akses terhadap berbagai literatur Islam baik modern maupun klasik. Kitab-kitab klasik (*Kutub al-Turats*) yang kalau berbentuk kertas bisa berjilid-jilid dengan harga cukup mahal, dengan adanya e-book yang disajikan secara gratis dan bisa *download* dalam hitungan menit atau jam bisa dipindah ke komputer pemakainya. Maka dalam waktu dua puluh tahun ke depan bisa dipastikan bahwa pembaca khazanah keislaman akan lebih banyak dan berakibat pada tatan kehidupan dan keislaman. Ini akan berbeda dengan ilmu-ilmu lain yang lebih banyak meminta bayaran untuk mengakses Jurnal dan Perpustakaan.

#### **b. Surat Kabar**

Dasar kelahiran surat kabar modern (*modern newspaper*) adalah *Acta diurna* ("*daily acts*") yang merupakan pengumuman dan laporan berbagai kegiatan politik serta kejadian di masyarakat pada masa Romawi klasik. Pada abad pertengahan, manuskrip *newsletters* dari kelompok perusahaan keluarga Fugger di Augsburg juga disebut-sebut sebagai cikal persuratkabaran.<sup>135</sup>

Pada tahun 1500an di Inggris muncul penerbitan *news book or news pamphlet* dengan memilih satu topik berita seperti peperangan (*a battle*),

---

<sup>135</sup> “News Paper,” *Encyclopedia Encyclopaedia Britanica*.

bencana (*disaster*), atau berbagai kegiatan masyarakat (kenduri) (*public celebration*). Misalnya *eyewitness account of the English victory over the Scots at the Battle of Flodden* (1513) semacam laporan pandangan dari peperangan.

Pada dua dekade awal abad 17 penerbitan secara berkala mulai muncul di German, Italy, dan Netherlands. Dalam Bahasa Belanda "*corantos*" ("*currents of news*") yang merupakan serentetan berita berbagai kejadian baik dari dalam maupun luar negeri, menjadi sumber berita yang diterjemahkan ke bahasa Inggris dan Prancis, terbit di Amsterdam sekitar tahun 1620. Surat Kabar sederhana *Rudimentary newspapers* mulai muncul di beberapa Negara di Eropa pada abad 17 M, serta lembaran berita yang hanya ditulis dalam satu muka halaman kertas mulai diterbitkan di Jepang pada masa Tokugawa (1603-1867). Koran pertama berbahasa Inggris *corantos* muncul di London pada 1621. Surat kabar harian pertama *The Daily Courant* muncul di Inggris (1702-35) tidak sampai tahun 1771 penjelasan resmi serta berbagai kegiatan Parlemen mulai dijadikan berita oleh para jurnalis.<sup>136</sup>

The Times, yang menjadi model kualitas serta memimpin inovasi mekanik didirikan oleh John Walter pada 1785, Observer didirikan pada 1791. Selama masa perang (1618-1648) persuratkabaran mundur ke belakang, serta penyensoran terhadap isi surat kabar (*censorship content*) menjadi lumrah di Eropa.

Swedia negara pertama yang mengatur undang-undang untuk melindungi kebebasan pers pada tahun 1766. di Prancis *Journal de Paris*

---

<sup>136</sup> "News paper," *Encyclopedia Encyclopaedia Britanica*.

merupakan koran harian pertama mulai 1771, dan *Journal des Débats* (1789), yang terus terbit hingga perang dunia II, yang diterbitkan untuk melaporkan aktivitas nasional, pada masa revolusi sangat tebal, lalu setelah revolusi menurun secara tajam.<sup>137</sup>

Surat kabar pertama di US adalah *Public Occurrences* yang bersifat domestic dan bersifat internasional (Boston, September 1690), pernah dilarang terbit oleh gubernur kolonial setelah satu kali penerbitan. Pada tahun 1704 *Boston News-letter* mulai publikasi sebagai mingguan yang dikirim oleh petugas post. *Boston Gazette* (1719) diterbitkan oleh James Franklin, saudara Benjamin Franklin's. Koran independent pertama di koloni Inggris tersebut mengikuti apa yang telah dibuat oleh James Franklin's *New-England Courant* (1721).

Kebebasan pers mulai populer sejak kasus pemilikan tanah *landmark case* pada 1735 saat John Peter Zenger, penerbit New York City newspaper dihukum secara tidak adil oleh pengadilan berdasarkan peraturan pers *libel* karena ia mempertahankan kritik politiknya yang berdasarkan pakta.

Kebebasan pers di US kembali diamankan dengan amandement pertama terhadap konstitusi US (1791). Kebanyakan pers dalam masa republik baru tersebut dikembangkan secara besar-besaran oleh partisan perjuangan politik antara Federalists dan Jeffersonian Republicans. Sirkulasi ribuan lembar mulai menyeluruh pada abad 19, pengembangan sirkulasi semakin baik didukung oleh kemajuan teknologi serta teknik pengetikan (*typesetting*),

---

<sup>137</sup> "News paper," *Encyclopedia Encyclopædia Britanica*.

percetakan (*high-speed printing*), serta kemajuan komunikasi (*telegraph and telephone*), dan transportasi (*railway*).

Di US Benjamin Day mengukuhkan *Sun in New York City* (1833) sebagai Koran yang sukses. Dua tahun kemudian James Gordon Bennett memulai *New York Herald*. Dia mencoba mempertajam susunan jurnalisme modern, termasuk memperluas cakupan korannya dengan memberi penekanan pada hiburan *entertainment*.<sup>138</sup> Horace Greeley, yang berjuang untuk menegakkan hak-hak wanita *women's rights* dan menentang perbudakan mendirikan Koran independent *New York Tribune* (1841).<sup>139</sup> Sepuluh tahun kemudian Koran independent lain yang muncul adalah *The New York Times*, sampai pertengahan abad 19 tercatat ada 400 koran harian serta 3,000 koran mingguan di the United States. Hingga pada 1848 dibuatlah organisasi penerbit (asosiasi penerbit) oleh para pengusaha penerbitan New York. Pada tahun 1858 di London Paul J. Reuter mulai membuka layanan luar negeri bagi pers.<sup>140</sup>

Kompetisi antara Joseph Pulitzer, yang memiliki dunia sejak 1883, dengan William Randolph Hearst (*Journal*, 1895) berakibat pada kelahiran berita sensasional dan tidak lagi berisafat alami, yang dikenal dengan

---

<sup>138</sup> Briggs, *Sejarah Sosial*....h.236.

<sup>139</sup> Briggs, *Sejarah Sosial*....h.236. "News Paper" *Encyclopedia Britannica*.

<sup>140</sup> Briggs, *Sejarah Sosial*....h.236.

jurnalisme kuning *yellow journalism*, serta reaksi terhadapnya akhir tahun 1890an.<sup>141</sup>

Di Eropa Timur berbagai surat kabar menjadi organ utama dalam pembentukan opini politik dan literatur opini lainnya. Pada tahun 1896 Alfred Harmsworth (Lord Northcliffe) meluncurkan *London Daily Mail* sebagai surat kabar nasional. Dijual dengan harga murah demi memperbanyak sirkulasi. Sebuah loncatan yang kemudian menjadi dasar bagi terwujudnya income dari periklanan. Ia juga memperkenalkan tabloid pertama *Daily Mirror*, 1903 . Tabloid pertama di US adalah *New York Daily News* (1919), dimulai oleh Joseph Medill Patterson dan menampilkan sex dan *sensationalism*. Baru pada abad 20, jumlah surat kabar di Amerika 2,000 harian dan 14,000 mingguan.<sup>142</sup>

Selama antara 1920 an sampai '30an kompetisi dalam bidang sirkulasi terus berlanjut, sehingga melahirkan usaha kontrol di Amerika misalnya lembaga kontrol atas media didirikan oleh Edward W. Scripps tahun 1890an.

Ketidakpuasan karena Koran yang sudah mapan melahirkan gerakan bawah tanah dalam dunia pers, serta upaya membuat pers alternatif terutama pada paro kedua abad 20 "*underground*" or *alternative press*. The Village Voice di New York City mulai terbit 1955. pers alternatif tersebut kadang bersifat lantang dan nyaring serta berisikan berita kesuksesan atau pujian terhadap seseorang, gigih mencari pendekatan yang *fresh*. Seperti

---

<sup>141</sup> "News paper" *Encyclopedia Britannica*.

<sup>142</sup> Briggs, *Sejarah Sosial*....h.253-255.

mengangkat isu-isu keagamaan, isu etnik, dan hal-hal yang sesuai kepentingan mereka.<sup>143</sup>

Asia memiliki sekitar 2,500 harian, pada akhir abad 20. di Eropa 2,600. di Amerika Utara sekitar 2,200. Amerika selatan sekitar 760, serta Afrika sekitar 160. kebanyakan berita didistribusikan secara internasional oleh empat *agencies* yang semuanya di negara Barat: *Reuters*, *the Associated Press*, *United Press International*, dan *Agence France-Presse*.<sup>144</sup>

Banyak corak dan ragam surat kabar yang diterbitkan sesuai dengan “cita-cita” para pendirinya, serta persaingan dan pendekatan ekonomi media. Mungkin orang yang paling “berdosa” dalam dunia Pers adalah Joseph Pulitzer (New York World, 1883) yang pertama kali meluncurkan konsep *sensasionalisme* dalam pemberitaan; gosip, sex, ilustrasi dan berbagai adegan serta promosi, dikenal dengan jurnalisme kuning (*yellow journalism*,) yang diikuti oleh William Randolph Hearst (*Journal*, 1895) di Indoensia dikenal dengan istilah “koran merah” Jurnalisme kuning tersebut ditolak oleh *Time* dengan slogannya “*All the News That’s Fit To Print*” yang bisa mengangkat citra media tersebut hingga bisa memimpin jurnalisme yang menurut J. Baran *responsible*.<sup>145</sup>

Kalau dilihat dari pergeseran peran media cetak, yang pada awalnya sangat politik dan berhubungan dengan kekuasaan, kemudian patriotisme dan karena kemudahan dan perkembangan teknologi, urbanisasi dan persaingan

---

<sup>143</sup> “News paper” *Encyclopedia Britannica*.

<sup>144</sup> “News Paper,” *Encyclopedia Britannica*.

<sup>145</sup> J. Baran, *Self...*, h. 59.

untuk mendapatkan *readers* yang luas, akhirnya para praktisi jurnalistik menyodorkan “selera” kepada pembacanya itulah yang dianut oleh “koran merah.”

### c. Majalah

Majalah kadang disebut juga penerbitan priodik adalah secetakan sejumlah kumpulan teks; esay, artikel, cerita dan puisi, kadang berisi ilustrasi, serta diproduksi secara regular antara waktu tertentu selain surat kabar. Akar dari majalah modern adalah penerbitan pamphlet, almanac dan buku yang secara bertahap terbit dalam rentangan waktu yang teratur. Majalah pada awal kemunculannya mengumpulkan sejumlah bahan yang didisain secara sesius tentang suatu minat tertentu. Majalah paling awal adalah penerbitan di Jerman *Erbauliche Monaths-Unterredungen* berupa diskusi pengajaran moral bulanan, terbit secara preodik sejak 1663 sampai 1668. Selanjutnya berbagai jurnal muncul di Prancis, Inggris, dan Italy, dan pada sekitar 1670an mulai muncul majalah yang lebih megah dan bersifat hiburan, dimulai dengan *Le Mercure Galant* (1672; kemudian berubah nama menjadi *Mercure de France*) di Prancis pada awal abad 18, Joseph Addison dan Richard Steele meluncurkan *The Tatler* (1709-11; terbit tiga kali seminggu) serta *The Spectator* (1711-12, 1714; terbit setiap hari).

Berbagai penerbitan majalah yang lebih terspesialisasi mulai muncul di akhir abad 18 dengan berbagai lapangan *intellectual interest*, seperti archaeology, botany, atau philosophy. Di awal abad 19 mulai teridentifikasi sasaran audiens, dan mulai muncul tipe (format) baru dari majalah yang

bersifat menghibur dan bisa dinikmati oleh keluarga (*family enjoyment*), format ini kebanyakan *mingguan popular* dan *mingguan wanita*, *keagamaan* dan *laporan misinonari*, majalah *full ilustrasi* serta majalah *mingguan anak*.<sup>146</sup>

Pertumbuhan majalah tersebut sesuai dengan minat publik dalam berbagai bidang sosial dan kehidupan politik di kalangan kelas bawah dan menengah yang sudah mulai suka membaca.<sup>147</sup>

Keuntungan penerbitan majalah di akhir abad 19 dan abad 20 datang dari berbagai pengembangan tehnik, termasuk harga kertas yang murah, serta ditemukannya mesin pres *rotary* serta pendapatan dari periklanan sebagai pemberi dukungan dari segi financial. Perkembangan lain adalah mulai melebarnya topik bahasan serta ilustrasi terlebih dengan foto warna serta keberanian pihak pengelola majalah dalam memberikan kritik dan popularitas majalah membuat pasar majalah semakin luas, ditambah lagi dengan pengembangan majalah wanita.<sup>148</sup>

Secara demografis ---luasnya jangkauan pembaca dari sisi usia, income, interest dan selera—majalah sangat diburu oleh periklanan. Karena segment pasarnya jelas dan lebih memungkinkan pemasangan iklan sesuai dengan *market segmnets* suatu majalah *small groups...special interests*.<sup>149</sup>

Jika produk yang akan dipasarkan adalah produk bernuansa syariah, maka majalah-majalah Islam yang menjadi sasarannya; *Majalah Gontor*,

---

<sup>146</sup> J.Baran, Self...,h.58.

<sup>147</sup> J.Baran, Self...,h.58.

<sup>148</sup> J.Baran, Self...,h.57.

<sup>149</sup> Jeffrey Schank, *Understanding Mass Media* (Illinois: National Textbook Company,1977),h,175.

*Panji Masyarakat*, jika hubungannya dengan bisnis maka majalah *Swa*, *Tempo*, menjadi sasaran, majalah *Hai* dan *Aneka yess* mungkin akan berisi iklan untuk remaja. Artinya bahwa walau persaingan media demikian ketat, namun majalah tetap bisa hidup bahkan masih memungkinkan untuk berkembang.

Di tengah persaingan ketat antara media elektronik dan media cetak di Indonesia sejak tahun 1990an, tidak berarti bahwa media cetak tidak bisa eksis, bahkan semakin memungkinkan terjadinya perkembangan yang semakin marak.<sup>150</sup> Hal ini telah terbukti di Jepang. Dari 70 juta seluruh oplah surat kabar, 98 persennya berupa pelanggan tetap dan surat kabar masih menguasai porsi terbesar di belanja iklan (80 persen). Di Jerman lebih dari 60 persen keputusan untuk membeli sesuatu masih dirangsang oleh iklan koran. Sedangkan di Amerika koran masih dianggap sebagai media iklan terbesar karena masih meraih lebih dari 61 persen pembaca dewasa di hari biasa dan 70 persen pada hari minggu.<sup>151</sup>

Menurut data PPPI (Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia), tahun 1991 total belanja iklan Rp 831 milyar dengan pembagian koran Rp 360 milyar (43,1 persen), majalah Rp 91 milyar (10,9 persen) dan televisi Rp 212 milyar (25,4 persen). Pada tahun 1995 angkanya melonjak untuk televisi menjadi Rp 1.503 milyar (48,3 persen), koran Rp 1.012 milyar (32,5 persen) dan majalah Rp 205 milyar (6,6 persen). Ini menunjukkan bahwa masih ada

---

<sup>150</sup> Lebih-lebih dengan larangan anti monopolipers pasca reformasi.

<sup>151</sup> Budi Santoso, "Tantangan Media Cetak di Tengah Maraknya Media Elektronik", *Kompas Onlinem*, Senin, 19 Februari 1996.

kemungkinan pengembangan dari sudut ekonomi yang memicu lajunya produksi media cetak.<sup>152</sup>

Hanya saja seperti yang disarankan Budi Santoso, media cetak harus mencari modifikasi-modifikasi dalam isi dan penyajian koran atau majalah agar tetap memikat pembacanya yang kini sudah mempunyai alternatif baru yakni televisi. Dalam banyak hal sebenarnya media televisi juga bisa menjadi partner yang saling melengkapi dengan media cetak. Misalnya seseorang yang mendengar berita dari TV (yang tentu lebih aktual dan cepat) akan mencari media cetak untuk memperoleh penjelasan yang lebih mendalam, *background* peristiwanya dan sebagainya. “Surat kabar atau majalah memang harus mencari format penyajian baru agar tidak sekadar mengulang pemberitaan di televisi atau media elektronik pada umumnya.”<sup>153</sup> Demikian saran Budi Santoso ---Pemimpin Umum Harian Suara Merdeka dan Ketua Umum Serikat Grafika Pers (SGP). Selain meningkatkan kualitas isi dan pelayanan dengan memanfaatkan teknologi yang ada, media cetak perlu melengkapi diri dengan database yang akan bisa menjadi sumber data bagi ulasan atau analisis atas suatu permasalahan yang sedang berkembang.

Pada abad 18 pers di dunia Arab masih merupakan alat yang digunakan oleh kedutaan Turki Utsmani dalam mengukuhkan otoritasnya.<sup>154</sup> Banyak jurnalis yang muncul karena terinspirasi oleh liberalisme Eropa harus

---

<sup>152</sup> Santoso, "Tantangan Media...." *Kompas Online* Senin, 19 Februari 1996.

<sup>153</sup> Santoso, "Tantangan Media...." *Kompas Online* Senin, 19 Februari 1996.

<sup>154</sup> Said Essoulami, "The press in the Arab world: 100 years of suppressed freedom," <http://www.al-bab.com/media/introduction.htm>.

berhadapan dengan penjara Imperium Turki. Baru pada masa pemerintahan Khedive Ismail (1863-1897), Salim dan Bishara Takla, mendirikan *Al-Ahram* di Cairo.<sup>155</sup> Pada tahun 1909 di Mesir terdapat 144 surat kabar, di Cairo sebanyak 90 penerbitan dan di Iskandaria sebanyak 45 penerbitan.

Menggambarkan kondisi pers Arab sejak tahun 1908-1948, Said Essoulami<sup>156</sup> menulis:

*“The Palestinian press which appeared in 1908 and went on to be strangled by the Turks, was not able to appear on the scene again after the First World War. Its major concern was British colonial policy and especially the Zionist movement which took root in Palestine and which went on to benefit from the Balfour Declaration which designated Palestine as the Jewish homeland. Colonial censorship of the local press was more restrictive, especially during the two world wars. From 1945 onwards, the press became the privileged instrument in the fight for national independence. The nationalists, who were often journalists by profession, suffered all forms of brutal treatment at the hands of the colonial authorities: prison, torture and exile. Their newspapers were suspended or banned. The Arab press, especially in Palestine, was not only bent to the colonial yoke, but also went on to confront the creation of Israel in 1948.”*<sup>157</sup>

---

<sup>155</sup> Essoulami, “The press in....” <http://www.al-bab.com/media/introduction.htm>.

<sup>156</sup> Said Essoulami, Executive Director of the Centre for Media Freedom in the Middle East and North Africa (CMF MENA).

<sup>157</sup> Essoulami, “The press in....” <http://www.al-bab.com/media/introduction.htm>.

**Figure 4**  
**Karikatur Pers Arab oleh: Michel Cambon, sumber [www.bab.com/media](http://www.bab.com/media)**



Baru setelah negara-negara Timur Tengah menjadi kaya karena minyaknya seperti Saudi Arabia, Iraq dan Libya mulai investasi besar-besaran dalam dunia pers; untuk mendukung kekuasaan mereka serta mengabungkan diri mereka dengan para penulis ternama di dunia Arab. Iraq dan Libya mendirikan *reviews*, Saudi Arabian mendirikan beberapa surat kabar harian (*dailies*).<sup>158</sup>

Adapun perkembangan media massa Islam Indonesia seperti digambarkan oleh Alia Swastika sebagai bagian dari pers pribumi yang bertujuan menyebarkan semangat kebangsaan dan cita-cita kemerdekaan, awalnya tampak sebagai media “partisan”, karena kecenderungan untuk menyebarkan ideologi kelompok penerbitnya. Media yang tercatat sebagai pers Islam pertama adalah majalah *Al Munir* (1911), terbit di Padang, dan

---

<sup>158</sup> Essoulami, “The press in....” <http://www.al-bab.com/media/introduction.htm>

dikelola oleh para ulama muda Sumatra Barat. Setelahnya, kebanyakan pers Islam muncul sebagai bagian dari organisasi Islam, misalnya Sarekat Islam (SI) Surakarta menerbitkan *Sarotama*, SI Semarang menerbitkan *Sinar Hindia*, SI Banjarmasin menerbitkan *Persatoean*, SI Surabaya menerbitkan *Al Djihad*, Persatuan Islam menerbitkan *Pembela Islam*. Selainewartakan ajaran Islam *Pembela Islam* bersama *Medan Moeslimin* bersikap keras menentang Pemerintah Kolonial. Biasanya, mereka menggunakan dalil-dalil Islam sebagai dasar untuk menunjuk kejahatan yang dilakukan Pemerintah Kolonial. Namun pada saat yang sama, penulis seperti Haji Misbach, menggunakan media yang sama untuk memperkenalkan gagasan nasionalisme yang lebih sosialis, bahkan komunis.<sup>159</sup>

Bila dilihat dari kontennya nampak ada kesamaan antara pers Islam Indonesia awal dengan pers di dunia Arab, seperti penolakan terhadap kolonialisme, penolakan Zionis dan sokongannya terhadap nasionalisme.

Untuk menopang kelangsungan hidupnya, seperti halnya majalah-majalah lain, majalah Islam menerima pemasangan iklan dari perusahaan besar. *Majalah Adil*, yang terbit untuk menyuarakan aspirasi Muhammadiyah misalnya, menerima iklan dari sebuah perusahaan rokok. Setelah proklamasi kemerdekaan, jumlah pers Islam mulai surut. Terbitan-terbitan yang dapat bertahan hidup pada masa ini mulai lebih banyak menggali lagi persoalan syari'at Islam. Beberapa majalah yang masih terbit pada masa itu adalah *Adil*, *Kiblat*, *Al Muslimun*, dan *Suara Muhammadiyah*.

---

<sup>159</sup> Swastika, "Media Massa...." <http://www.kunci.or.id/teks/13media.htm>

Pada 1959, di saat pers Islam masih menjadi pers partisan, Hamka bersama beberapa tokoh Islam lainnya menerbitkan sebuah majalah Islam yang tidak bernaung di bawah organisasi Islam tertentu, *Panji Masyarakat* (*Panjimas*). Senada dengan situasi sosial-politik yang riuh pada masa-masa itu, kebanyakan artikel yang diterbitkan oleh *Panjimas* bernada tajam dan kritis terhadap penguasa.<sup>160</sup>

Pers Islam pada akhir 1980-an, menunjukkan gejala kuatnya artikel-artikel teoritis dan akademis. Perdebatan intelektual muncul di media semacam jurnal *UlumulQur'an* atau *Media Dakwah*, juga di harian *Republika* pada awal 1990-an. Selain berpartisipasi dalam pers-pers Islam besar, beberapa kelompok anak muda mulai membangun media mereka sendiri, misalnya *Hidayatullah*, *Sabili*, dan *Ummi*. Sementara saat itu, kelompok penerbit besar juga sudah mulai melihat umat Islam sebagai pasar potensial. Kelompok penerbit majalah *Kartini* misalnya, pada 1986 menerbitkan majalah *Amanah* dengan sasaran pembaca keluarga Islam. *Amanah* mengawali era pers Islam yang ringan, populer dan meriah, dengan orientasi bisnis yang kuat. Hanya sepertiga dari isi majalah *Amanah* yang menurunkan artikel ajaran Islam, sementara sisanya merupakan artikel populer.

Untuk segmen remaja, kelompok *Ummi* juga menerbitkan *Annida* yang memuat kisah-kisah Islami. Selain dimaksudkan sebagai bentuk lain dari dakwah, kisah-kisah Islami juga dipandang mampu menyuguhkan kepada remaja realitas yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari seorang muslim.

---

<sup>160</sup> Djunaidi, 1995, dalam Swastika, "Media Massa...." <http://www.kunci.or.id/teks/13media.htm>

Strategi ini justru mencuatkan nama *Annida* di kalangan remaja Islam, meskipun popularitas majalah remaja seperti *Hai* dan *Gadis* masih tak tergoyahkan. Seperti halnya majalah remaja lain, *Annida* juga tampil khas remaja: ceria, semarak dan bahasanya ringan. Selain tiras penjualannya yang tinggi, pendapatan *Annida* juga banyak ditopang oleh iklan-iklan dari perusahaan-perusahaan yang segmentasinya remaja muslim seperti iklan kosmetik, butik busana muslim, kaset kelompok nasyid, dan sebagainya.

Semakin mudahnya izin untuk mendirikan penerbitan setelah 1998 juga menjadi faktor penting yang menyebabkan muncul semakin banyak majalah islami. Sebagian besar dari majalah Islam populer membidik perempuan dan remaja, karena secara psikologis perempuan lebih banyak waktu luang untuk membaca bacaan ringan, sebut saja majalah *Nikah*, *Noor*, *Karima*, *El-Fata*, *Puteri*, *Muslimah*, *Permata*, dan lainnya.

#### **d. Radio**

Penemuan Radio Wave oleh J.C Maxwell 1873 ilmuwan Inggris dan dikembangkan oleh Hertz dari Jerman hingga akhirnya dikembangkan kemudian oleh percobaan-percobaan yang dilakukan Marconi sejak 1894 dan tahun 1899 Marconi diundang ke Amerika untuk mendemonstrasikan wirelessnessnya.<sup>161</sup> Lee De Forest 1906 di Amerika. Program radio pertama yang diketahui di Amerika adalah penyiaran oleh Reginald Aubrey Fessenden dari stasiun percobaannya di Brant Rock, Massachusetts, pada Christmas Eve, 1906. Seleksi musik, pembacaan puisi dan *short talk* merupakan agenda utama

---

<sup>161</sup> Baran, *Self* ...., h, 83-84.

dalam program. Kemudian sejak 1916 David Sarnoff dari *Radio Corporation of America and the National Broadcasting Company* mulai memproduksi *receiver* radio sehingga bisa dimiliki oleh masyarakat luas di rumahnya masing-masing, yang berarti pula mulailah masyarakat manusia dapat menyerap informasi secara luas dari sumber yang jauh; tidak hadap-hadapan.<sup>162</sup> Pada fase ini penyiaran radio sebagai peradaban yang dapat dikatakan modern pada jamannya, setelah komunikasi lain yang sifatnya tidak berlaku umum; karena terbatas penggunaannya oleh kalangan tertentu.

Stasiun radio komersial pertama KDKA didirikan di Pittsburgh, pertama mengudara pada 2 November 1920. Kesuksesan KDKA dalam penyiaran dan program musikal memotivasi yang lainnya untuk membuat stasion radio.<sup>163</sup> Akhir 1921 tercatat ada delapan radio siaran di Amerika. Popularitas radio-radio tersebut memungkinkan terjadinya dukungan finansial untuk operasional penyiaran; pertama memungkinkan keuntungan bagi manufaktur untuk menjual *receiver* radio; kedua kondisi yang diciptakan oleh organisasi penyelenggara siaran berkenaan dengan nilai penyiaran sebagai medium periklanan. Periklanan menjadi penyumbang dana yang cukup berarti bagi penyiaran radio di USA sejak 1921 dan 1922.<sup>164</sup>

Penyiaran secara reguler sebelum radio komersial di Pittsburgh dikumandangkan dari The Hague, mengudara November 1919 sampai 1924. Di Canada penyiaran radio regular pertama dikumandangkan di Montreal

---

<sup>162</sup> "Radiobroadcasting", *Encyclopedia Encyclopaedia Britanica*.

<sup>163</sup> J. Baran. *Sela*...h.82.

<sup>164</sup> "Radiobroadcasting", *Encyclopedia Encyclopaedia Britanica*.

mulai 1920, di Australia bertempat di Melbourne mulai 1921, dan secara resmi mulai di Sydney 1923. di New Zealand beberapa radio kecil mulai beroperasi tahun 1921, walaupun perusahaan radio baru berdiri tahun 1927. Denmark mulai ada radio *amateur* 1921, dan secara resmi tahun 1925. Prancis mulai mengumandangkan siaran reguler dari menara Eiffel 1922, di Soviet terdapat di Moscow dalam tahun yang sama. Pendek kata penyiaran radio berkembang di berbagai negara antara rentangan 1920-1927 sudah sampai ke Bombay dan Calcutta di India<sup>165</sup>.

Di dunia Islam (diwakili oleh dunia Arab) pengenalan teknologi media massa senantiasa mendapat dukungan seperti di Mesir dan negara-negara Arab lainnya. Radio diperkenalkan di Mesir sekitar 1920an yang menyiarkan olahraga amatir. Baru pada sekitar tahun 1950an menjadi media formal. Kemudian radio menjadi sangat populer karena bisa melayani masyarakat Mesir yang mayoritas tidak membaca (*illiterate*). Budaya masyarakat Mesir adalah budaya bicara, *traditionally oral culture*, maka radio menjadi sarana untuk mendapatkan informasi, hiburan dan mencari teman.<sup>166</sup>

Menggambarkan kondisi penggunaan radio di Mesir dan belahan dunia Arab Boyd. D (1999) mengungkapkan; harga radio (*receiver radio*) yang relatif murah memungkinkan mereka untuk bisa mendengarkan radio dalam kehidupan sehari-hari mereka, sambil bekerja di ladang, berjam-jam mereka ditemani radio, demikian juga para ibu rumah tangga sambil mempersiapkan

---

<sup>165</sup> "Radiobroadcasting", *Encyclopedia Britannica*

<sup>166</sup> Rasha A. Abdulla, "An Overview of Media Developments in Egypt: Does the Internet Make a Difference?" *GMJ: Mediterranean Edition* 1(1) Spring 2006.h. 90.

makanan atau mengasuh anak. Terlebih setelah radio didisain sedemikian rupa hingga mudah dibawa kemana-mana, radio semakin *attractive* bagi masyarakat Mesir dan penduku Arab.<sup>167</sup>

Para pemimpin Arab memanfaatkan media komunikasi tersebut (radio) sebagai agen politik mereka, selanin dijadikan juga agen pembangunan sosial dan ekonomi di negara-negara mereka. Kadang-kadang program yang diset untuk pendengar lokal (*domestic audiences*) di dengar juga oleh pendengar di negara tetangga. Seperti radio nasional Mesir yang merupakan radio paling populer dan paling berpengalaman didengar disebagian besar negara-negara Arab, terutama di malam hari. Negara –negara yang memiliki trnasmisi radio yang kuat seperti Mesir, Siria dan Iraq, sampai menjelang 1990an memiliki efek propaganda yang sangat kuta bagi negara-negara lain yang belum berpengalaman seperti Kuwait, Saudi Arabia, Qatar, Jordan, Lebanon, dan United Arab Emirates (UAE) (Boyd, 1977, 1999).

Sejak pertama diperkenalkan di Mesir, secara integral radio telah memberikan pelayanan kepada mesyarakat perkotaan maupun pedesaan, dan dampak radio Mesir dirasakan oleh negara-negara sekitarnya, dan menuurut Bold, radio Mesir selalu paling populer di dunia Arab.

Sampai pada tahun 1934 radio di Mesir masih diselenggarakan secara amatir, lalu pada masa kolonial radio Mesir sejak tahun 1934 (masa penjajahan Inggris) disiarkan sebagai radio resmi yang penyelenggaraannya dipegang oleh Marconi Company UK. Setelah Mesir merdeka tahun 1952,

---

<sup>167</sup> Abdulla, “An Overview of Media....” *GMJ: Mediterranean Edition* 1(1) Spring 2006.h. 90.

radioa dinasionalisasikan. Kemudian pemerintah Mesir menjadikan sebagai sarana potensial untuk pembangunan Mesir dan menjadikan radio tersebut terdepan di dunia Arab. Programnya difokuskan pada hiburan dan pesan-pesan pembangunan yang secara tidak langsung terekspor ke negara-negara Arab lainnya.<sup>168</sup>

Gamel Abd Nasser (1918-1970) presiden Mesir (1954-1970) juga memanfaatkan radio sebagai sarana propaganda politiknya. Melalui station radio seperti *Voice of the Arabs (Sawt al-Arab Radio)*, Nasser menyiarkan pesan-pesan revolusioner pan-Arab kepada belahan dunia Arab lainnya yang masih dijajah oleh Inggris dan Prancis, ada tiga musuh utama yang dibuat Nasser dalam propagandanya; kolonialisme, Zionisme dan reaksi Arab. Selanjutnya Nasser menjadikan station radio sebagai strategi untuk membantu negara-negara Arab dalam mencapai kemerdekaannya.<sup>169</sup> Negara-negara yang merdeka atau revolusi yang terjadi di negara-negara Arab seperti protest terhadap deportasi Sultan Maroko oleh Prancis (1953), kudeta di Iraq (1958), Yaman (September 1962) Arab Saudi (Raja Saud dan putera Mahkota Faisal) juga sempat merasa dijadikan target setelah Imam Yaman, karena *Voice of the Arabs* menyebutnya sebagai *Enemy of God*, sehingga sebagai kekuatan pengimbang Arab Saudi memperluas jaringan penyiaran radionya.<sup>170</sup>

---

<sup>168</sup> Abdulla, "An Overview of Media...." *GMJ: Mediterranean Edition* 1(1) Spring 2006.h. 90.

<sup>169</sup> Mesir juga merupakan negara pertama yang mengakui kemerdekaan RI 1945.

<sup>170</sup> Laura M. James. "Whose Voice? Nasser, the Arabs, and 'Sawt al-Arab' Radio," *TBS* 16, 2006, <http://www.tbsjournal.com/James.html>.

Dengan demikian radio membantu Mesir untuk bisa berbicara ke dunia Arab dan kemudian Mesir tampil sebagai pemimpin politik dan kultur dunia Arab. Pertanyaannya suara siapa yang disiarkan *Voice of Arab*? Apakah suara Naseer, suara masyarakat Arab atau suara siapa? Laura M. James menyimpulkan suaranya Amad al-Said (sebagai presenter dan general manajernya); “*Sawt al-Arab could no longer be the Voice of the Arab people, nor even the Voice of Nasser. It was no more than the mellifluous, discredited voice of Ahmed al-Said.*”<sup>171</sup>

Setelah perjanjian damai antara Sadat’s 1979 dan Israel, saat negara – negara Arab membaikot Mesir, radio dijadikan sebagai senjata “serangan balik” terhadap negara-negara Arab tersebut (Boyd, 1977, 1999; ITU, 2001). Saat ini program siaran luar negeri *Radio Cairo* disiarkan keberbagai belahan dunia dengan lebih dari 38 bahasa. Sedangkan jumlah pesawat penerima radio di Mesir lebih 25 juta million<sup>172</sup>

Beberapa radio ternama yang ditemui dewasa ini seperti NBC didirikan sejak tahun 1926 dan merupakan perusahaan penyiaran radio pertama di AS pada 1943 sebagian network NBC dijual dan menjadi ABC (American Broadcasting Company). Sedangkan BBC (British Broadcasting Company) didirikan 18 Oktober 1922. Pada umumnya penyiaran radio

---

<sup>171</sup> Laura M. James. “Whose Voice? Nasser,...” *TBS 16*, 2006, <http://www.tbsjournal.com/James.html>.

<sup>172</sup> Abdulla, “An Overview of Media....” *GMJ: Mediterranean Edition* 1(1) Spring 2006.h. 90.

berisikan *berita, informasi, konser, materi pendidikan, pidato dan laporan cuaca serta hiburan teater*.<sup>173</sup>

Pada tahun 1994 Radio di USA menuai hasil periklanan yang cukup lumayan, naik dari tahun 1993 11%. Format berita dan talk show *The news/talk format* terus menjadi populer dan mengangkat citra radio, pertengahan tahun 1994 mencapai lebih dari 900 stations yang memungkinkan *Listeners* bisa menyimak kehidupan personal seperti *advice* kesehatan, keuangan, dan sex atau menyimak komentar atas topik-topik politik. President Clinton's sempat frustrasi karena berbagai kritikan yang dilontarkan dari *conservative radio talk-show*.<sup>174</sup>

Dalam wawancara yang disiarkan radio *KMOX* (AM) St. Louis, Mo, ia merasa terganggu oleh "*unremitting drumbeat of negativism and cynicism*." Siaran informal yang dicancang oleh enam radio *underground* dapat melahirkan kerusuhan dan kekerasan di Taiwan. Walaupun kenyamanan dalam monopoli penyiaran merupakan bagian dari liberalisasi politik bagi suatu negara, namun mahalanya biaya operasional radio membuat hanya sebagian orang kaya saja yang memiliki radio.<sup>175</sup>

Di negara berbasis Buda seperti Thailand memberi kesempatan bagi gereja Roma Katolik untuk mengudara di program TV setiap hari Minggu di *Channel 9*, bergantian dengan program agama Protestan. *Islamic program*

---

<sup>173</sup> J. Baran, *Selaf...* h.89-91. Briggs, *Sejarah Sosial...* h. 265-280.

<sup>174</sup> Ramona Monettes Flores; Harry A. Jessell; Lawrence B. Taishoff, *from Year in Review 1994 Radio*, 1994-2001 *Encyclopædia Britannica*.

<sup>175</sup> Ramona Monettes Flores; Harry A. Jessell; Lawrence B. Taishoff, *from Year in Review 1994 Radio*, 1994-2001 *Encyclopædia Britannica*.

diudarakan setiap hari Jum'at, sedangkan sisanya setiap hari diisi oleh program agama Buda. *Islamic missionary programs* disiarkan dari Brunei-based radio station yang diatur oleh Malaysia, Brunei, dan Indonesia, demikian menurut laporan dari *Year in Review 1994* tentang radio. Kontras dengan *Radio Tanger* yang dimiliki oleh *Interior Minister* Francis Charles Pasqua didisain untuk menandingi propaganda *extremist Islamic*. Di Philippines, Kids Radio, bekerjasama dengan *City Lite 88.3 FM* and *DWSS-AM Stereo*, mulai menyusun program untuk anak-anak dengan mengambil format AAHS di USA<sup>176</sup>.

Walrus Research 21, dalam reportnya menyimpulkan bahwa peminat *public radio*<sup>177</sup> dari segi level pendidikan menunjukkan bahwa pendengar berpendidikan tinggi (PT) 79-80 %, sedangkan tamatan SMA mencapai 69-73%. Artinya bahwa tamatan pendidikan tinggi lebih memilih “public radio yang memiliki nilai”.<sup>178</sup> Ini juga berarti bahwa radio masih tetap exist siap menghadapi pesaing-pesaing media lainnya. Ada beberapa kelebihan yang dimiliki radio; bisa mencapai massa yang tak terbatas, portable artinya mudah dibawa kemana-mana, bisa didengar sambil melaksanakan kegiatan karena tidak menghajatkan perhatian indra visual (mata) serta memiliki *loyal listeners* yang tinggi.

---

<sup>176</sup> Ramona, *from Year in Review 1994 Radio*, 1994-2001.

<sup>177</sup> Bedakan *Public radio* dari *commercial radio*.

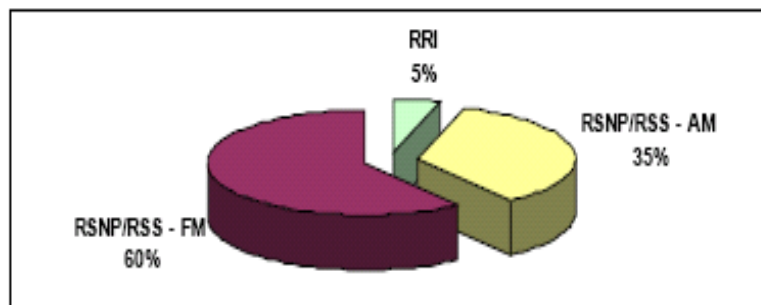
<sup>178</sup> Bailey, George A. *Mega Trends: The Public Radio Tracking Study, Special Report*. The Public Radio Tracking Study, August 2004.

Selain itu perkembangan radio juga sejalan dengan perkembangan media komunikasi lainnya, tidak semata menggunakan receivers konvensional radio, tapi juga dikembangkan dengan receiver Mobile Phone, PC, serta e-Radio dan satellite radio. Sebagai contoh kasus di Indonesia sejak era reformasi bermunculan beratus-ratus radio komersial terutama sejak pemerintahan Habibie.

Sampai tahun 1997/1998 di Indonesia tercatat 878 radio siaran swasta non pemerintah yang komersial, dengan rincian 511 berfrekuensi AM dan 367 berfrekuensi FM. Setelah era reformasi dimulai, demikian tulis Hince Pandjaitan dalam makalahnya “Tinjauan dan Kritis Aspek Hukum Dan Frekuensi Tentang Kebijakan Penyiaran Nasional dan Implikasinya”<sup>179</sup> sampai dengan tanggal 5 Maret 1999 sudah mencapai 915 buah dengan komposisi 502 berfrekuensi AM dan 413 berfrekuensi FM. Posisi ini berubah pada tanggal 27 Mei 1999 menjadi 930. Dan pada akhir masa jabatan Habibie (14 Oktober 1999) jumlah radio siaran di Indonesia sudah menembus angka 1070 buah dan RRI 1997/1998 memiliki 53 unit kerja dan hanya 19 buah yang menyelenggarakan siaran selama 24 jam per hari.

---

<sup>179</sup>Pandjaitan, Hince, “Tinjauan dan Kritis Aspek Hukum Dan Frekuensi Tentang Kebijakan Penyiaran Nasional dan Implikasinya”, makalah Seminar Nasional Broadcasting, ARSSI Yogyakarta, 17 Juni 200.



Sumber : Menkominfo

Jumlah stasiun radio di Indonesia, pada tahun 2002 mencapai 1188 stasiun radio, 95% berupa radio siaran swasta / non-pemerintah dan 5% radio pemerintah atau RRI. Sekitar 37% dari radio swasta beroperasi pada frekuensi AM dan sisanya 73% pada frekuensi FM. RRI yang berdiri sejak tahun 1945, memiliki 56 stasiun di seluruh propinsi di Indonesia, yang meliputi stasiun cabang Utama, Madya, Muda, Pratama dan cabang Khusus<sup>180</sup>

Di Kabupaten Kuningan misalnya pada masa Orba tercatat hanya ada empat radio siaran swasta dengan frekwensi AM. Setelah reformasi sejak 1999 jumlahnya menjadi dua belas dengan peningkatan frekwensi ke FM. Demikian juga yang terjadi di wilayah kabupaten lain seperti Cirebon dan Indramayu. Ini menunjukkan bahwa minat pendirian radio masih cukup tinggi. Sementara di kota-kota besar seperti Jakarta dan Bandung meningkatkan layanan siarnya dengan menggunakan teknologi satelit dan e-radio<sup>181</sup> dengan tetap memelihara penyiaran konvensional.

Radio-radio yang muncul sejak era reformasi (tahun 1998) pada umumnya berindikasikan keislaman, karena para owners radio adalah mereka yang tidak bisa mendirikan radio di masa Orba karena mapannya monopoli

<sup>180</sup> Indikator Teknologi Informasi dan Komunikasi, Tahun 2005, h,54.

<sup>181</sup> Lihat daftar radio on-line pada almpiran.

para pemain lama di bidang radio. Beberapa nama seperti al-Multazam Jakarta utara, Al-Mabrur Klaten, Nur Haddad Sulu, Madinatussalam, Al-Kawakib Makasar, Swara Risalah Cirebon, Duta Muslim Kuningan, Laa Tanza Sukabumi, MQ Fm Bandung, semua nampak ingin menunjukkan identitas keislamannya, kecuali *As Syafiiyah* Jakarta dan *At-Thaririyah* Jakarta *Madinah* Bandung merupakan pemain lama. Analisis ini baru dilihat dari segi nama-nama radio, sedangkan dari segi isi (*ontent*) dan program bisa dikatakan mayoritas radio-radio di Indonesia memiliki format yang sama; mengawali pagi hari dengan program siaran Kuliah Subuh, renungan menjelang magrib, serta ada *break* pada setiap program dengan menyajikan pembacaan *nash* ayat al-Qur'an atau hadits disertai terjemahannya, adzan setiap waktu shalat tiba, serta dialog keislaman (acara keluarga atau konsultasi keagamaan). Bahkan banyak beberapa da'i yang kemudian populer karena rajin mengisi ceramah agama di radio, sebut saja KH .Kosim Nurseha (radio *Kayu Manis* Jakarta), Jujun Junaedi (Radio *Madinah* Bandung) serta pengasuh pesantren As-Syafiiyah dan At Thahiriyah Jakarta.

Dari sini terlihat baik radio-radio yang beridentitaskan muslim maupun radio umum—entah karena cita-cita *owners* atau karena pertimbangan pasar dan audiens—senantiasa menyisipkan pesan-pesan keislaman. Hal ini terjadi juga di negara-negara dunia Islam lainnya seperti Mesir yang menjadikan *culture* dan pendidikan sebagai isu utama berbagai tayangan dan siarannya. Radio Saudi Arabia memiliki format yang hampir sama, hanya saja agak berbeda ketika menyajikan pembacaan ayat Qur'an dengan porsi yang lebih

luas, selainnya berisi berita dan *book review* (belum di temukan dalam program radio atau TV di Indonesia) yang membahas dan menghadirkan penulis buku-buku baru untuk diwawancarai sehingga buku baru tersebut bisa diketahui abstraksnya, serta kisah-kisah perjuangan Islam pada masa lampau. Dari sini nampak pemanfaatan media di dunia Islam diarahkan pada manfaat pembinaan sosial dan edukasi lebih dominan, setelah pendekatan politik.

Terdisi penyiaran yang dinilai masih berpegang budaya lokal (religiusitas, edukasi dan dominasi laki-laki; tidak ada presenter wanita) mungkin di Saudi Arabia, karena di negara-negara Arab lainnya seperti Kuwait, Libanon, Syria, apalagi Mesir, berbagai tayangan musik Barat sudah menghiasi berbagai station radio FM negara tersebut. Dari Kuwait misalnya kita bisa mendengarkan dan *merequest* lagu-lagu Barat selain lagu-lagu Arab modern, seperti dari Mega FM. berbagai Joke dan celotehan penyiaranya juga bisa diakses, dengan tidak ada pemisahan gender dari presenternya sama halnya dengan Indonesia.

#### e. Televisi

Televisi adalah system elektronik untuk memancarkan gambar bergerak *moving images* dan suara kepada *receivers*. Sejak tahun 1930 mulai penyiaran TV menemani radio, dan secara aktif siaran TV dimulai 1947.

Menyertai berbagai perkembangan komponen teknis di negara-negara seperti Inggris, Eropa, Uni Soviet dan Amerika Serikat televisi sampai dinilai sangat memungkinkan 1931. Pada tahun ini penelitian yang dibuat di Inggris oleh Isaac Shoenberg, seorang yang berpengalaman dalam urusan transmissi

radio di Uni Soviet, ditugaskan melakukan pengembangan penyiaran televisi *television-broadcast system based on a camera tube known as the Emitron* dengan receiver-nya. Standard Shoenberg's tersebut kemudian diadopsi oleh BBC yang diluncurkan pertama kali di London 1936.<sup>182</sup>

Perkembangan televisi di Amerika agak terlambat, baru pada April 30, 1939, pada acara pembukaan *New York World's Fair*, didemonstrasikan kepada publik oleh National Broadcasting Company, yang mengumumkan bahwa mereka siap untuk mengudara seminggu dua jam. The Columbia Broadcasting System (CBS) baru mulai tahun 1939 dan 1940. Pertengahan tahun 1940 terdapat 23 television stations di Amerika karena situasi perang – PD. II-- berbagai pengembangan elektronik hampir terhenti. Penyiaran TV dengan sponsor baru dimulai tahun 1941, dan stasiun TV lainnya mulai tumbang satu persatu karena situasi perang. Hanya tersisa enam stasiun yang beroperasi dan melayani sekitar 10,000 set TV receiver. Pada tahun 1946, setelah perang usai pertumbuhan industri broadcast mulai bangkit lagi, sampai tahun 1949 telah dipakai sekitar 1,000,000 receivers digunakan; ada 10,000,000 merk pada tahun 1951, dan 50,000,000 merk dicapai delapan tahun kemudian.<sup>183</sup>

Di Inggris BBC's *television service* dari tahun Juni 1946 sampai 1949 tercatat ada 126,567 *television licenses*, dan hingga 1950 tsekitar

---

<sup>182</sup> From broadcasting “Television broadcasting Early developments,” *Encyclopædia Britannica*

<sup>183</sup> From broadcasting “Television ....,” *Encyclopædia Britannica*

343,882, setara dengan proporsi 1,000,000 di USA. Adapun di negara lain belum memulai penyiaran televisi sampai tahun 1950an.<sup>184</sup>

Di dunia Islam sejak pertama kali diperkenalkan di Mesir tahun 1960, pemerintah mensubsidi penyediaan pesawat TV supaya rakyat dengan ekonomi rendah bisa menyaksikan acara TV, (D.Boyd, 1999). Kebanyakan negara-negara Arab bergegas untuk memanfaatkan TV sebagai langkah pembangunan mereka. Bahkan di negara-negara kaya teluk (*rich Gulf States*), sampai tahun 1980an penggunaan layar lebar dengan proyektor sudah menyebar, dan sekarang TV merupakan bagian integral dari kehidupan masyarakat Arab, kepemilikan TV di seluruh negara Arab sudah sampai melebihi 90%. Negara kaya seperti Saudi Arabia dan United Arab Emirates kepemilikan TV di atas 99%, 50% memiliki lebih dari satu pesawat TV (N. Sakr, 2001).

Pemerintah Mesir di bawah Naseer paling cepat merespon teknologi TV untuk memposisikan Mesir sebagai pioner di bidang politik dan kebudayaan di dunia Arab. Dengan pengalaman di bidang radio dan TV dari Mesir dikumandangkan budaya, informasi tentang negaranya serta negara-negara internasional. Akhir tahun 1996, kepemilikan TV di Mesir mencapai di atas 93%, dengan jumlah lebih dari 15 juta pesawat TV dengan memungkinkan akses sampai 98% di pedesaan dan 90% di perkotaan (Douglas Boyd, 1999; ITU, 2001).

Pemerintah Mesir mendukung pengembangan komunikasi dengan memproduksi program-program pendidikan dan pembangunan serta

---

<sup>184</sup>From broadcasting "Television....", *Encyclopædia Britannica*.

kebudayaan. Karena masyarakat Mesir adalah masyarakat dengan “budaya bicara” serta tingkat buta huruf yang tinggi, untuk mengomunikasikan berbagai pesan, dikembangkan produksi drama dan program dengan pesan yang dapat memberikan manfaat bagi pemerintah dan audiens Arab. Jadi pembangunan dan pendidikan melalui hiburan menjadi bagian dari tontonan di Mesir dan dunia Arab (Abdulla, 2004; Boyd, 1977, 1999; Diase, 1993).

Audiens baik di Mesir maupun di belahan dunia Arab lainnya menjadikan TV sebagai sumber informasi dan hiburan nomor satu, dan menurut Diase (1993) bahwa audiensnya juga mencari suatu yang bersifat pendidikan dari serial drama dan opera sabun (*serials and soap operas*) yang ditayangkan TV Mesir yang memiliki audiens terbanyak di seluruh dunia Arab.<sup>185</sup> Tema-tema pendidikan tersebut muncul dalam rangka handle situasi sosial dan keluarga yang mendukung perkembangan drama, selain drama juga dijadikan sarana untuk mempromosikan berbagai isu *prosocial* hingga drama menjadi program utama di TV Mesir (Abdulla, 2003, 2004).<sup>186</sup>

Bagi dunia Arab Cairo, dikenal sebagai “*Hollywood of the Middle East*” Karena banyaknya radio, TV serta produksi film yang berpengalaman di dunia Arab. Berbagai program TV, drama dan film banyak diekspor ke belahan dunia Arab sehingga menjadi isi (*content*) utama tayangan saluran TV Arab lainnya (Center for Development Communication, 1989; Harris, 1993).

Bahkan secara berlebihan dinyatakan bahwa penyanyi Um Kalthoum. Yang

---

<sup>185</sup> Diase, M. (1993) “Serials are mostly entertainment, but Egyptians like to learn from them.” Makalah disajikan di International Communication Association, Washington, DC.

<sup>186</sup> Abdulla, “An Overview of Media....” *GMJ: Mediterranean Edition* 1(1) Spring 2006.h. 90

dikenal ratu penyanyi Arab (*the Diva of Arabic song and the star of the Orient*), reputasinya mampu menyatukan dan menciptakan kebersamaan negara Arab terutama pada saat perang melawan Israel 1967.(Danielson, 1991, 1997).<sup>187</sup>

Pada awal 1990an, teknologi DBS (*direct broadcast satellite*) mulai dikenalkan di Mesir. Negara negara Arab melaunching ARABSAT, tahun 1985. Tahun 1998, Mesir meluncurkan satelinnya NILESAT 101, dan tahun 2000 Mesir membuat chanel satelit pertama di Arab dan tahun 1990 diluncurkan *Egyptian Satellite Channel* (ESC) (Abdulla, 2003, 2005a).<sup>188</sup>

Setelah perang teluk sampai dengan invasi Iraq atas Kuwait, media di Timur Tengah memasuki babak baru, setelah negara-negara teluk melihat kenyataan bahwa CNN dengan skala internasional memiliki posisi strategik pada situasi konflik, beberapa negara terutama Saudi Arabia, menginvestasikan dananya untuk pembangunan saluran TV di Eropa. Seperti MBC (*Middle East Broadcasting Centre*), ORBIT dan ART, yang memiliki hubungan bisnis dengan *Broadcasting Company International* (LBCI) Libanon dan menyuarakan Kristen, Selain itu beberapa stasiun TV Libanon: *Future TV* menyuarakan muslim Suni, *National Broadcasting Network* (NBN) menyuarakan Syiah dan didukung parlemen, Al Manar, merupakan organ partai Hizbullah dan muslim Syiah, New Television (NTV), pada mulanya milik partai Komunis dan kini milik oposisi, *Tele Liban*, yang dimenej dari

---

<sup>187</sup> Abdulla, "An Overview of Media...." *GMJ: Mediterranean Edition* 1(1) Spring 2006.h. 90

<sup>188</sup> Abdulla, "An Overview of Media...." *GMJ: Mediterranean Edition* 1(1) Spring 2006.h. 90

luar negeri dan disuport pemerintah Libanon.<sup>189</sup> Kegiatan pembangunan TV tersebut kemudian diikuti oleh pembangunan saluran-saluran TV nasional di negara-negara Arab. Namun dari TV tersebut hanya *Al-Jazeera* (1998), yang dibiayai pemerintah Qatar yang berani melanggar “politik tabu” dan menyajikan program-program dengan ide-ide “terbuka” sehingga diisolasi oleh organisasi penyiaran TV dunia Arab ASBU (Arab States Broadcasting Union) karena melanggar "*code of honor of the Arab media*" (kode etik media Arab).<sup>190</sup>

Nampaknya di dunia Arab ada kubu yang sama kuat dalam melihat media massa, Said Essoulami, berjuang untuk mewujudkan kebebasan pers di dunia Arab, dan kubu yang mempertahankan kode etik dan lokalisasi media seperti nampak dalam tulisan Abdel Bari Atwan.<sup>191</sup> Atwan mengkritisi TV Arab dengan menyebutkan bahwa langit Arab telah diisi oleh tiga program TV: pertama tayangan musik *immoral* yang dihiasi dengan tarian telanjang. Kedua berisikan sepak bola dan berbagai kompetisi dari manca negara. Ketiga *Channel* yang berisikan tayangan Islami yang hanya memfokuskan pada Islam moderat. Anehnya, menurut Atwan, tanyang (baik yang *immoral* maupun yang Islami) tersebut dibiayai dan didukung oleh orang yang sama.<sup>192</sup>

---

<sup>189</sup> Nabil Dajani, "The Re-feudalization of the Public Sphere: Lebanese Television News Coverage and the Lebanese Political Process," *TBS* 16, 2006 <http://www.tbsjournal.com/Dajani.html>

<sup>190</sup> Essoulami, "The press in..." <http://www.al-bab.com/media/introduction.htm>. Naomi Sakr, "Optical Illusions: Television and Censorship in the Arab World," <http://www.tbsjournal.com/Archives/Fall00/sakr1.htm> 11/03/2007 No. 5, Fall/Winter 2000

<sup>191</sup> Pimpinan Redaksi *Al Quds Al Arabi* salah satu surat kabar harian Pan-Arab yang berpengaruh bermarkas di London.

<sup>192</sup> Abdel Bari Atwan, "View from an Arab Newsroom: Terrorizing the Arab Media," *TBS* 16, <http://www.tbsjournal.com/Atwan.html> 11/03/2007

Sementara di Indonesia TV masuk pada tahun 1962 diresmikan oleh Presiden Sukarno pada tanggal 24 Agustus 1962 di Jakarta. TVRI merupakan televisi pertama di Indonesia dengan jam siar 30-60 menit perhari, jumlah receiver TV di Jakarta waktu itu mencapai 10.000 buah. Pada tahun 1969 jumlah receiver TV di Jakarta mencapai 65.000 buah dan hingga Maret 1972 mencapai 212.580 buah. Perkembangan pertelevisian di Indonesia mengalami kemajuan setelah deregulasi pertelevisian sejak 24 Agustus 1990. beberapa stasiun TV swasta bermunculan dimulai oleh RCTI, SCTV, TPI, AN-TV disusul Indosiar tahun 1994. Perkembangan tersebut lebih marak lagi setelah pelarangan monopoli tahun 1999.

Untuk Indonesia dengan penduduk kurang lebih 200 juta jiwa dewasa ini masih membutuhkan 10.000 radio lokal dan 1000 TV lokal. Karena menurut Hinc Pandjaitan masyarakat Indonesia masih banyak yang *lack of informations* baik dari sisi geografis maupun dari sisi *content*. Hal ini dimaksudkan untuk membangun *civil society* yang kuat.<sup>193</sup>

Stasiun televisi Indonesia pada tahun 2002 berjumlah 63 stasiun televisi yang meliputi 16% TV swasta, 48% TV berlangganan dan 36% TV pemerintah atau TVRI.

TVRI yang berdiri sejak tahun 1962, memiliki 23 stasiun hampir di seluruh propinsi Indonesia, 61% merupakan stasiun penyiaran dan sisanya 39% merupakan stasiun produksi. TV swasta yang berjumlah 10 stasiun, seluruhnya berdomisili di Jakarta. Media penyiaran TV berlangganan berupa

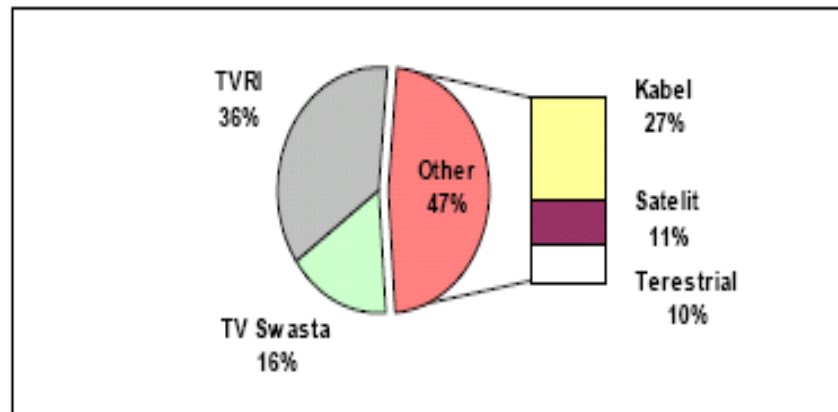
---

<sup>193</sup> Pandjaitan, "Tinjauan dan Kritisi...."

kabel, terestrial dan satelit. Umumnya TV berlangganan ini tidak hanya menyiarkan TV nasional saja, tetapi juga menyiarkan TV dari manca negara.<sup>194</sup>

Figur 6

Media Penyiaran Televisi Indonesia tahun 2002



Sumber : Menkominfo

Banyak study dilakukan para peneliti komunikasi tentang TV dan hubungannya dengan keluarga, kekuasaan serta budaya. Morley misalnya pada tahun 1986 melakukan penelitian tentang penerimaan media TV oleh masyarakat *study of TV audiences*. Dalam tulisannya *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*, bahwa *patriarchal power* mendominasi pemilihan program siaran TV. Dari peyelidikan terhadap karyawan di London, ia menyimpulkan bahwa keputusan memilih program siaran di tangan “ayah”, jika tidak ada ayah, akan diambil alih oleh “anak laki-laki”, yang menarik jika suami tidak bekerja (pengangguran) dan sang istri bekerja, maka akan terjadi penyerahan *remote control* kepada istri, ini

<sup>194</sup> Indikator Teknologi Informasi dan Komunikasi, Tahun 2005, h,54.

mungkin dikarenakan suami punya kesempatan yang luas untuk menonton melalui Video pada waktu lain, atau karena definisi konvensional tentang pria sebagai '*breadwinner*' yang bertugas memberi makan keluarga. Secara struktural prinsip pemilihan *Channel* program siaran TV di banyak keluarga adalah “gender”.<sup>195</sup>

Jauh sebelum studi yang dilakukan David Morley (1986), Leo Bogart (1958) telah melakukan penelitian tentang penggunaan TV oleh masyarakat. Ia mengungkapkan tiga level penggunaan media:

- 1) *The tavern stage*, televisi sebagai pandangan menarik bagi publik, saat masyarakat meninggalkan rumah mereka untuk menuju suatu area dan melihat TV.
- 2) *The pioneer stage*, saat TV mulai “menjinak”, namun masih mahal dan hanya bisa dibeli oleh orang kaya; maka masyarakat menjadi fokus aktivitas sosial yang berkembang sementara masyarakat lain melihatnya melalui media baru.
- 3) *The mature phase*, saat televisi diterima secara langsung, ia selalu dilihat dalam *family* dan menjadi poin yang sangat diperhatikan oleh aktivitas keluarga.

L. Bogart juga mengisyaratkan adanya level ke empat, saat TV digunakan lebih individualistik. Saat ini sudah berada dalam *stage* keempat saat multi-TV sudah demikian menyebar, saat menonton TV sudah sangat individual. Selain itu juga pertanyaan sekitar *apa yang dilakukan orang saat nonton TV?* Dijawab oleh hasil penelitian Peter Collett's & Roger Lamb's

---

<sup>195</sup> <http://www.uky.edu>. introduction to mass media effects, Mass Media: effects.

dalam laporannya: *Watching People Watching Television*, 1986 yang menyatakan bahwa masyarakat berjam-jam menghabiskan waktunya untuk nonton TV, saat menghentikan semua aktivitasnya serta menyalakan TV maka semua kegiatannya pasti dihentikan.<sup>196</sup>

Hasil penelitian tersebut didukung oleh peneliti lain seperti Robert T. Bower (1973), yang menunjukkan bahwa norma masyarakat dalam menentukan dan mengontrol pemilihan *Channel*: laki-laki mendominasi wanita, yang tua mendominasi yang muda dst. Namun bukan tidak umum jika orang tua membiasakannya untuk mengikuti kemauan anak. Hasil Studi James T. Lull (1982) juga memperlihatkan bahwa ayah dua kali lipat lebih menghendaki untuk mengontrol program TV dari pada istrinya: ayah menentukan pilihan *Channel* 36%, memindahkan tanpa bertanya dahulu kepada anggota keluarga lain 90%, anak-anak memindahkan *Channel* 30%, memindahkan tanpa konsultasi 93%, ibu menentukan pilihan 15%.<sup>197</sup>

Pola-pola nonton TV juga menjadi kajian para peneliti media, mereka memiliki karakteristik individual atau kelompok dalam menggunakan medium. Sedikitnya ada dua pola menonton dalam keluarga; pertama disebut *socio-oriented family groups*, saat orang tua selalu memberi nasihat kepada anaknya untuk memelihara kondisi keharmonisan dalam hubungan personalnya dan menghindari tingkah laku yang kontroversial (kebanyakan dari kelompok keluarga karyawan), kelompok ini menjadikan TV sebagai sumber untuk mencapai kesuksesan tertentu yang dicanangkan keluarga;

---

<sup>196</sup> <http://www.uky.edu>. introduction to mass media effects, Mass Media: effects

<sup>197</sup> <http://www.uky.edu>. introduction to mass media effects, Mass Media: effects

*concept-oriented family groups*, saat anak-anak diminta untuk mengekspresikan ide dan perasaannya, walau kadang kontroversial sekalipun, dan agar mau bersaing dengan ide-ide orang lain (kebanyakan dari keluarga menengah), bagi kelompok ini TV tidak dijadikan sumber kehidupan sosialnya.

*Concept-orientation*, memiliki karakter sebagai berikut: jarang nonton TV, sangat sensitif dalam proses memilih program, sangat selektif, kurang berminat untuk menonton program yang tidak dipilih sendiri, tidak merasa TV sebagai hiburan keluarga, lebih merasa puas dengan “cara” menentukan pilihan program atau *Channel* di rumah. Sedangkan *Socio-orientation* memiliki karakter: kurang sensitif dalam proses pemilihan program, kurang selektif, banyak memberi argumen (komentar) saat memilih program.<sup>198</sup>

Gaya menonton TV juga berbeda-beda, kebanyakan perempuan menonton TV sambil melakukan pekerjaan ringan, sejalan yang dilaporkan hasil studi BBC (1984), yang menunjukkan bahwa sekitar 55% orang dewasa menonton TV sambil melaksanakan pekerjaan lain, dan studi lain menunjukkan 64%.<sup>199</sup>

Dari sudut perencanaan nonton TV, biasanya perempuan lebih hafal tentang jadwal program favorit mereka, sementara pria hanya tahu jadwal tayangan jika ia telah membacanya di koran. Frekwensi menonton, perempuan tidak pernah menonton TV secara penuh seluruh program TV, mereka kebanyakan hanya sebagai sambilan *bitty* sambil mengerjakan pekerjaan

---

<sup>198</sup> <http://www.uky.edu>. introduction to mass media effects, Mass Media: effects.

<sup>199</sup> <http://www.uky.edu>. introduction to mass media effects, Mass Media: effects.

ringan, namun ada juga program yang sangat mereka sukai seperti drama TV (sinetron Ind) *soap operas*, yang didisain untuk bisa dilihat dan ditinggalkan. Laki-laki lebih menyukai program faktual, sedangkan perempuan program fiksional.

Media massa pada umumnya di dunia Islam (dunia Arab) dimonopoli oleh pemerintah, demikian juga di negara-negara berkembang seperti malaysia, Ghana, Nigeria --termasuk Indonesia hingga menjelang akhir Orde Baru-- dikuasai dan dikontrol oleh pemerintah.<sup>200</sup> Keberhasilan Voice of Arab Radio di Mesir dalam menggaet audiens terbanyak di dunia Arab, lebih merupakan usaha-usaha propaganda politik dan pan-Arabisme dari pada menyuarakan pan-Islamisme. Voice of Arab dalam hal ini memanfaatkan kesatuan Arab di bidang spiritual dan bahasa untuk disatukan dalam wadah Arabisme.<sup>201</sup>

Dunia Islam menghadapi banyak problem dengan maraknya media TV dan berbagai drama yang ditayangkan, serta produk film yang dipilih, berbagai “*taboo*” masih merupakan hal-hal yang memaksa para penulis skenario dan prudusen lebih berhati-hati. Kebebasan ekspresi dan berbicara yang sering diperjuangkan oleh para pelaku media, dihadapkan dengan kontrol sosial yang kuat di bidang kebudayaan yang berbasis keislaman. Tayangan –tayangan Ramadhan yang sering menceritakan kisah keluarga dalam serial dramanya (*musalsal* Arab) tidak jarang menghadapi kritikan dari

---

<sup>200</sup> Jeffres, *Mass media...*,h,54

<sup>201</sup> Laura, “Whose Voice?...”

audiens, bahkan bisa sampai pada penghentian tayangan. Maka drama televisi harus tidak melewati *red line* yang diterjemahkan dari kritikan para politisi, nilai-nilai agama serta nilai-nilai moral dan kepribadian bangsa (*national heritage*).<sup>202</sup>

Beberapa *red line* yang dianggap tabu ditayangkan pada umumnya berhubungan dengan penggunaan alkohol, prostitusi, hubungan intim suami istri, perkawinan lintas agama, politik, pakaian mini, sex atau dorongan kearah sex, serta pelecehan ajaran Islam; ajaran Islam yang dihubungkan dengan perilaku tak bermoral. Kondisi ini digambarkan oleh Marlin Dick (2006) sebagai berikut.

*“When the Syrian production of Behind Bars (Khalf al-Qudban) premiered during Ramadan 2005, one might have expected some fuss because the 30-episode series contained the following elements: high-class prostitutes with no regrets about their profession; lots of alcohol consumption with no downside; Islamic teachings parroted by unimaginative believers or unscrupulous “bad guys, rape, masturbation, dope-smoking petty thieves portrayed as sympathetic or charismatic protagonist, and a Christian boy-loves-Muslim girl romance.”*<sup>203</sup>

Berhubungan dengan sensor politik, pada pertengahan tahun 1990 an, rumah produksi *Khan al-Harir* mengisahkan kondisi agitasi di Aleppo tahun 1950an ditolak oleh Saudi Arabia karena pihak kerajaan tidak menghendaki adanya tayangan yang mengisahkan tokoh Presiden Mesir Gamal ‘Abd al-Nasir.<sup>204</sup>

---

<sup>202</sup> Marlin Dick, “The Thin Red Lines: Censorship, Controversy, and the Case of the Syrian Soap Opera Behind Bars,” *TBS*.16.2006<http://www.tbsjournal.com/Dick.html>..

<sup>203</sup> Marlin Dick, “The Thin Red Lines....” *TBS*.16.2006.

Untuk kasus Indonesia, tayangan mistik dan pornography menuai protes besar di tahun 2005 sampai sekarang. Kasus Sinetron BCG (Buruan Cium Gue) yang diprotes massa serta melejitnya *Titipan Ilahi*<sup>204</sup> (mendapat MUI Award tayangan Ramadhan) dan *Kiamat Sudah Dekat* yang banyak mendapatkan Piala Citra, menunjukkan kuatnya kontrol audiens terhadap media TV. Walaupun kontrol publik di Indonesia selalu kalah cepat karena sering tidak peduli terhadap polling yang dilakukan media. Seperti maraknya berbagai cerita misteri (horor) di TV sebenarnya diawali dengan polling, SCTV misalkan pernah mengadakan polling yang ditayangkan di layar kaca: Jika nonton di rumah menjadi pilihan anda, film-film apa yang paling anda suka; *horor, drama, action*? Barangkali maraknya tayangan horor dilandasi atas “selera” yang dihasilkan dari polling di atas, yang kemudian diprotes oleh khalayak, sehingga terkesan ironi; resepsi aktif penonton terhadap tayangan TV dilihat dari sudut ini belum begitu membudaya di Indonesia; baru pada fase protes bukan memberikan jalan keluar.

#### f. Film

Film, atau *movie* adalah serentetan (*series*) photograph dalam film, yang diproyeksikan kepada layar silih berganti secara teratur dengan menggunakan cahaya, karena fenomena *optical* nampak seperti terlihat

---

<sup>204</sup> Marlin Dick, “The Thin Red Lines....” *TBS*.16.2006.

<sup>205</sup> Penulis pernah meluruskan dialog dan cerita sinetron ini, karena dinilai melecehkan ajaran Islam, terutama dalam masalah perkawinan, serta pernyataan “balas dendam” tokoh yang tidak beralasan, dan dialog-dialog yang ditawarkan penulis ternyata direspon oleh pihak Multi Vision, ini berarti partisipasi aktif penonton dalam mengarahkan ide cerita mendapat tempat (*public sphere?*).

sungguh-sungguh dan ini memberikan ilusi aktual, bergerak terus menerus tanpa henti.<sup>206</sup>

Gambar bergerak *motion picture* dipandang sebagai sarana efektif *effective medium* dalam mengomunikasikan drama terutama rekreasi emosi masa yang telah lewat.

Karakteristik esensial dari film (gambar gerak) antara lain suara pembukaan *introduction of sound* yang sekarang menjadi sangat variatif sesuai dengan wilayah negara masing masing dengan narasi yang sangat bervariasi pula. Banyak faktor yang bisa langsung berhubungan antara pengalaman film dengan *mind*. Ada semacam hipnotis yang membuat orang menunggu dan memperhatikan ilusi berbagai gerak dan sedikit sekali penolakan terhadapnya. Bisa menghadirkan kenyataan *a strong sense of being present*; karena gambar dalam film selalu menggunakan bahasa kekinian. Juga ada suasana alamiah yang kongkrit *the concrete nature of film*; karena selalu menampilkan masyarakat atau benda secara aktual . dan yang tak kalah pentingnya adalah dalam film *idealismenya* bisa terlihat saat semua yang ditayangkan mendominasi penonton.<sup>207</sup>

Kegelapan ruangan juga memusatkan perhatian penonton sehingga penonton seakan meninggalkan dunia keseharian dan masyarakat serta objek yang ada di sekelilingnya serta hanyut dengan dunia yang disajikan film. Realitas yang dibuat oleh film terutama pada pertengahan abad 20 bisa

---

<sup>206</sup> "Histori of Motion Picture," *Encyclopedia Encyclopaedia Britanica*.

<sup>207</sup> "Histori of Motion Picture," *Encyclopedia Encyclopaedia Britanica*.

diciptakan dengan penggunaan *brownish lighting, filters*, dan *props*, bisa menghadirkan suasana masa lampau. Kadang *storytelling* juga termasuk sarana untuk memanipulasi realitas aktual sehingga memberi efek terhadap realitas buatan menjadi realitas nyata.<sup>208</sup>

Film pada awalnya tanpa suara disebut *silent feature*: 1910-27 sebelum perang dunia I. Di Amerika mulai muncul pada awal 1907, ketika Adolph Zukor<sup>209</sup> mendistribusikan *Pathé's three-reel Passion Play*, gedung film pertama didirikan di Broadway district of Manhattan pada tahun 1914. yang dikenal dengan sebutan "*dream palaces*" karena interiornya yang mewah dan fantastik. Hingga tahun 1916 di Amerika terdapat lebih dari 21,000 tempat pemutaran gambar bergerak (film).<sup>210</sup>

Beberapa perusahaan perfilman yang dikenal sekarang ternyata memiliki umur yang sangat tua; *Goldwyn Picture Corporation*, didirikan 1916 oleh Samuel Goldfish (belakangan menjadi Goldwyn) *Metro Picture Corporation and Louis B. Mayer Pictures*, didirikan Louis B. Mayer pada 1915 dan 1917, *the Fox Film Corporation* (kemudian jadi 20th Century-Fox, 1935), didirikan William Fox in 1915. *Warner Bros. Pictures, Inc.*, didirikan oleh Harry, Albert, Samuel, dan Jack Warner tahun 1923; *Columbia Pictures, Inc.*, didirikan 1924 oleh Harry dan Jack Cohn. Organisasi tersebut kemudian menjadi pendukung serta pengontrol *studio sistem* Hollywood, yang

---

<sup>208</sup> "Histori of Motion Picture," *Encyclopedia Britannica*.

<sup>209</sup> Lihat Baran, *Self...* h.72, Braigs, "Sejarah Sosial...", h.209.

<sup>210</sup> "Histori of Motion Picture," *Encyclopedia Britannica*.

sejak tahun 1920an –bahkan sampai sekarang-- diisukan sebagai mass media bagi tata cara kehidupan bangsa Amerika dan menjadi penyebar budaya Amerika ke seluruh dunia.<sup>211</sup> Yang berarti seperti diungkap *the All Steet Journal* (March 26,1993) *Hollywood* telah melebar menjadi *Hollyworld*.<sup>212</sup>

Lebih dari setengah abad film-film Mesir siaran radio serta serial televisinya,<sup>213</sup> Film-film Arab, seperti diungkap kritikus Film Mariam Rosen, merupakan produk dan ekspresi dari perjuangan panjang dari adanya kontrol *image* yang tak pernah tuntas, guna dijadikan kekuatan untuk mendefinisikan identitas. Identitas tersebut merupakan akar dari berbagai budaya antar wilayah, bukan saja antara Eropa dan Kulit Hitam Afrika, antara Atlantik dan Teluk Arabia, tapi juga antara kota, pedesaan dan padang pasir.....antara kolonial masa silam dan kemerdekaan masa kini.<sup>214</sup> Popularitas film-film Mesir di dunia Arab karena produksi film di Mesir muncul hampir bersamaan dengan Hollywood. Sekitar 1917 di Mesir tercatat 80 gedung bioskop, apalagi setelah 1925an berkat dorongan investasi perbangkan. *Leila* disebut-sebut sebagai film pertama Mesir, yang dibuat oleh Stephan Rosti (1927). Film

---

<sup>211</sup> “History of motion picture.” *Encyclopedia Britannica*.

<sup>212</sup> Kuswandi, Wawan, *Komunikasi Massa sebuah analisis media televisi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1996) h, 35.

<sup>213</sup> Jon B. Alterman, “Transnational Media and Social Change in the Arab World,” *TBS* 2, 1999 <http://www.tbsjournal.com/Archives/Spring99/Articles/Alterman/alterman.html>

<sup>214</sup> <http://www.al-bab.com/arab/cinema/cinema.htm#Videos>

tersebut berisikan *a story of love*, dengan bintang Aziza Amir, yang menjadi bintang populer di dunia Arab.<sup>215</sup>



### THE GRAND VOYAGE

Feature, Morocco/France, 2004, 108 min., 35mm  
Ismaël Ferroukhi

Sampai pada tahun 1930an film Mesir belum memakai intro, baru setelah perusahaan rekaman *Odeon* dan *Baidaphone* mengadakan kontrak dengan produser film Abbas Fadhil Ibrahim untuk memasukan para penyanyi mereka dalam film seperti 'Umm Kalthoum, Mohamed Abd el Wahab, Leila Mourad sampai tahun 1940an.<sup>216</sup> Saat perang Israel film-film Mesir mengisahkan peperangan, di antaranya *God Is With Us* karya Ahmed Badrakhan (1956). Naguib Mahfouz pada tahun 1971 memproduksi *The Dawn Of Islam*, yang sangat populer di dunia Arab, yang kemudian di Iraq dibuat *El Qadisiyya* (1981).

Film-film di Palestina menggambarkan perjuangan dan peperangan kemudian lebih banyak bersifat ekspresi kultural seperti puisi karya Mahmoud Darwish, Samih el Qasim, the Syrian, Adonis, or the songs of

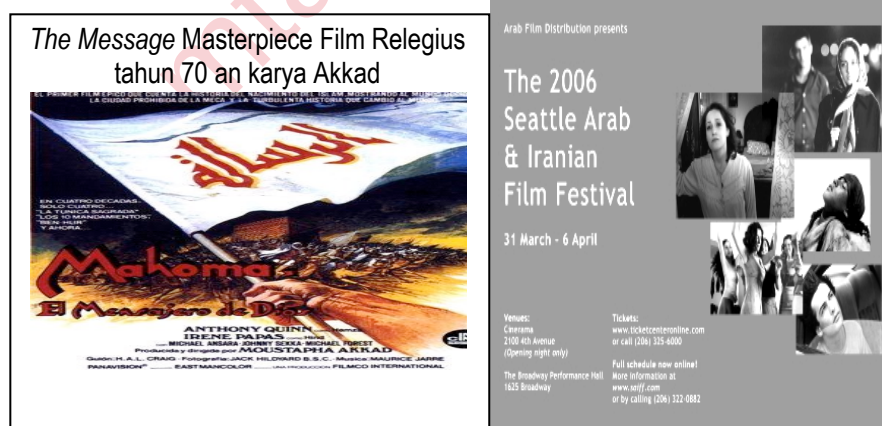
---

<sup>215</sup> "Arab cinema: the early years", issued by *Channel Four television* to accompany a season of Arab films shown on British TV in the late 1980s. <http://www.al-bab.com/arab/cinema/film1.htm>

<sup>216</sup> <http://www.al-bab.com/arab/cinema/film1.htm> 15/03/2007

Cheikh Imam (Mesir) dan Fairuz. Tewfiq Saleh' memproduksi *The Cheated* (1971) dan Borhane Alaouie' dengan karyanya *Kafir Kassem* (1974), keduanya merupakan produks penting yang dibuat Syria. *Cheated* merupakan adaptasi dari novel penulis Palestina Ghassan Kanafani, *Men under the Sun*.<sup>217</sup>

Arab Muslim di dunia film memiliki Moustapha Akkad (1930-2005) kelahiran Alepo Syria, Master dari UCLA tersebut kemudian menjadi konsultan Hollywood dalam film tentang Nigeria, kemudian ia bekerja sebagai produser di CBS. Tahun 1976 ia memproduksi sekaligus mensutradarai *Mohammad, Messenger of God* (yang dirilis menjadi *The Message* tahun 1977), yang dibintangi Anthony Quinn dan Irene Papas. Akkad menghadapi penolakan dari Hollywood untuk membuat film *origins of Islam* sehingga ia keluar dari Amerika, kemudian jadi populer dengan film *Halloween* (1978). Tahun 1980 ia membuat proyek film besar, *Lion of the Desert*, dengan bintang yang sama; Quinn dan Irene Papas.<sup>218</sup>



<sup>217</sup> <http://www.al-bab.com/arab/cinema/film1.htm> 15/03/2007

<sup>218</sup> 7th Annual Seattle Arab & Iranian Film Festival, <http://www.saiff.com/festivaltribute2.php>

Hingga awal abad 21 sekarang ini produk film Hollywood, Bollywood dan Hongkong masih menguasai dunia, contoh kasus Indonesia jarang sekali ditemukan pemutaran film –selain film produk lokal-- di luar ketiga negara produser film tersebut; Amerika Serikat, India, dan Hongkong. Saat Shah Rukh Khan menyelenggarakan *liveshow* di Jakarta ia mengatakan bahwa ia bekerja keras di studio (Bollywood) untuk memperkenalkan budaya India kepada dunia (mentransfer?) dengan karakteristik film India yang sangat lengkap formulanya: Ada cinta, kekerasan, kesedihan dan kegembiraan, serta nyanyian, dan biasanya *happy ending*.<sup>219</sup>

Di Indonesi perfilman mencapai masa puncaknya pada tahun 1989-1990, dengan jumlah sampai 219 judul film. Film pertama produk Indonesia adalah Darah dan Do'a (*The Long March*) karya Usmar Ismail (1950) diproduksi Perfini.<sup>220</sup> Film-film keagamaan banyak dihasilkan oleh Imam Tontowi, Khairul Umam, dan akhir-akhir ini Dedy Mizwar, judul-judul seperti *Titian Rambut dibelah Tujuh* yang dibintangi El-Manik, Al-Kautsar, kemudian film-film legenda yang mengisahkan wali songo juga bisa dilihat sebagai genre keagamaan.

Bagi dunia Islam termasuk Indonesia, yang harus diutamakan adalah *self censorship*; otoritas di dunia Islam merupakan akumulasi dari berbagai parameter yang bisa diidentifikasi oleh para pemakainya, fungsinya dapat mewujudkan *self-censorship* ... walau tanpa ada peraturan hukum yang kaku, sensor pribadi tersebut sudah tertanam walau tanpa ada hukum tertulis, dan

---

<sup>219</sup> Shah Rukh Khan, *liveshow* di Jakarta.

<sup>220</sup> Suwardi, Harun, *Kiritik Sosial Dalam Film Komedi*, (Jakarta: FFTV-IKJ Press, 2006), h.9.

agama adalah sumber utama *self censorship*. Hal ini berlaku bukan saja untuk para suntracara atau penulis skenario, tapi juga untuk penontonnya.<sup>221</sup>

Adalah suatu kenyataan bahwa media penyiaran elektronik; televisi dan radio—film dewasa ini termasuk di dalamnya karena menjadi sub program media TV--suatu yang sangat berbeda dengan media cetak. Penyiaran merupakan media pandang dengar yang aktif dan memiliki kekuatan besar. Audiensnya sangat besar dan dapat terbangun menjadi sebuah *listener power*, heterogen tanpa mengenal batasan fisik, dan anonim tanpa mengenal strata.<sup>222</sup> Penyelenggaraannya mahal dan membutuhkan pengorganisasian yang profesional. *Content* berupa informasi yang hendak disampaikan ke pendengarnya bersifat *local content*, sangat cepat dan memiliki tingkat penetrasi yang sangat tajam. Lain halnya dengan media cetak baik buku maupun surat kabar serta majalah, walaupun memiliki kelebihan seperti bisa di-filekan, dapat diakses saat dibutuhkan, permanen dan informasi yang disajikan lebih luas dan mendalam, namun hanya bisa diakses oleh sebagian kecil masyarakat; karena harus membeli dan bisa membaca serta merasa perlu informasi.<sup>223</sup>

---

<sup>221</sup> Abdou B dalam “Arab cinema....” <http://www.al-bab.com/arab/cinema/film4.htm>

<sup>222</sup> Wawan, *Komunikasi Massa...*,h,23.

<sup>223</sup> Wawan, *Komunikasi Massa...*,h.24.

#### D. Karakteristik Komunikasi Barat

Berbagai teori komunikasi memperlihatkan karakteristik kajian komunikasi yang dikembangkan di dunia Barat; dari tujuan kajian, obyek perhatian, komunikator, isi pesan, komunikan (audiens), media, serta efeknya.

##### 1. Tujuan Kajian

- a. Membina hubungan antara pemerintah dan publik
- b. Membangun demokrasi sejalan dengan publik opini yang alami bahwa publik memiliki fungsi maka perlu metode kualitatif yang berbdeda dari eksekutif.<sup>224</sup>
- c. Membangun tehnik mobilisasi massa (Ellul 1964)
- d. Pemanfaatan media massa.
- e. Memahami publik secara mendalam. (Lasswell 1946)
- f. Memahami komunikasi antara manusia (1960)
- g. Sistem Sosial dalam Komunikasi (1995)
- h. Memahami komunikasi secara keseluruhan (1968)

##### 2. Obyek Kajian

- a. Komunikator
- b. Isi pesan
- c. Sasaran
- d. Media
- e. Efek
- f. Etika (1985)

##### 3. Kesimpulan

---

<sup>224</sup> Lippmann, *Phantom*, h, 197.

- a. Manipulasi publik (sasaran)
  - b. Teknik memanipulasi (1964)
  - c. Kekuatan publik (1928)
  - d. Patnership (1952)
  - e. Pengendalian situasi komunikasi
  - f. Reduksi ketidak menentuan (1949)
  - g. Komunikasi interpersonal (1960)
  - h. Komunikasi suatu proses makro dan mikro (1968)
  - i. Ketidak merataan informasi (1970)
4. Dasar-dasar
- a. Politik, ilmu sosial, psikologi, linguistik.
  - b. Marxixt, Pragmatis, Freudian serta aliran pemikiran lainnya.
5. Komunikasi; Pesan dikonstruksi oleh Penerima

Konsep dasar komunikasi adalah SMR, *Source–Message–Receiver*. Demikian itu tanpa memperhitungkan bagaimana *receiver* menerima pesan dan memahaminya. Apakah sesuai dengan yang diharapkan sumber pesan atau tidak.

Kemudian hal itu dikembangkan dengan banyak penjelasan oleh para ahli. Laswell misalnya, menggunakan suatu teori "*Who says What to Whom through which Channel with what Effect?*"<sup>225</sup> Namun dalam hal ini Laswell hanya sampai pada effect. Sedangkan Lee Thayer yang kemudian memberikan peran penting penerima, sehingga model pertanyaannya menjadi:

- a. *Who says...*
- b. *(or does not say)...*
- c. *What...*

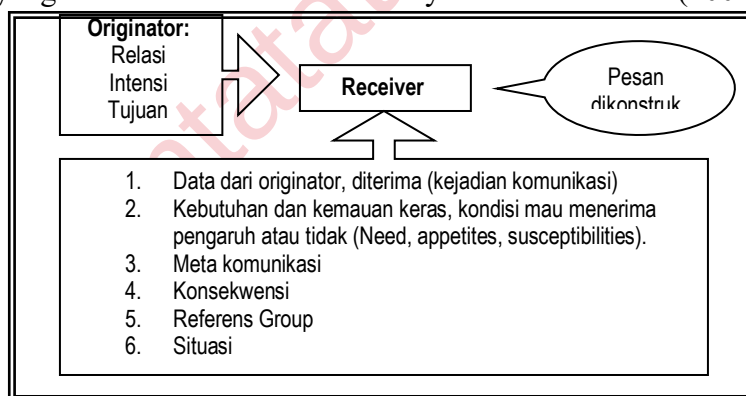
---

<sup>225</sup> Baran, *Self, Symbol...*, h.21.

- d. *To whom...*
- e. *When...*
- f. *In what manner...*
- g. *Under what circumstance...*
- h. *With what effect...*<sup>226</sup>

Urutan ini tidak mesti dilihat sebagai langkah-langkah yang berjarak, karena komunikasi bukan hanya satu event semata tapi memiliki fungsi yang sangat besar. Namun untuk menganalisis proses komunikasi deretan tersebut bisa dipakai. Dengan menambah poin b (*or does not say*), poin e (*when*) dan poin f (*in what manner*) dan poin g (*under what circumstance*) pada deretan pertanyaan Laswell, Thayer hendak mengatakan keyakinannya bahwa dalam komunikasi “pesan” dikonstruksi oleh receiver dengan melihat lingkungan; situasi, latar belakang pengetahuan dan pendidikan serta meta komunikasi dan referensi group dan lain-lain.

Figure 7  
Proses Pembentukan Pesan oleh Receiver  
yang diambil dari Model Lee Thayer dan Andi Bakti (2004)



## 6. *Power* dan Efek Media

Saat perang dunia pertama ada semacam konsensus di kalangan para penulis baik yang berhaluan kiri maupun kanan bahwa media memiliki kekuatan yang besar dalam memengaruhi dan merayu masyarakat.

<sup>226</sup> Thayer, *Communication....*, h,124.

Berdasarkan pemahaman tersebut maka produksi media mendapat perhatian yang sangat besar untuk menciptakan kalangan pembaca, pendengar, maupun penonton yang dibangun atas “keyakinan terhadap peran media” tadi serta didukung oleh penggunaan teknologi baru seperti mesin cetak, radio dan film.

Usaha tersebut juga didukung oleh pandangan sosiologis tentang masyarakat urban yang dinilai tidak mengakar, teralienasi dan tidak stabil, ditambah lagi dengan dugaan bahwa masyarakat urban relatif tidak memiliki semangat untuk membentengi diri jika dibanding dengan masyarakat rural yang masih dibingkai oleh karakteristik dan tradisi nilai yang mereka anut.

Walaupun nampak lucu,<sup>227</sup> ada dugaan bahwa *mass media* telah mampu mem-*brainwash* (mencuci otak) masyarakat selama PD I dan mampu membangkitkan fasisme di Eropa.<sup>228</sup> Dalam hal ini media dipandang sebagai “*word bullets*” biasa juga disebut jarum suntik (*hypodermic*) yang dicurahkan pada benak masyarakat sebagai “korban” yang pasif.

Media massa sering disebut-sebut sebagai kekuatan keempat (4) setelah kekuatan legislatif, eksekutif dan yudikatif. Kekuatan keempat bertugas untuk memperhatikan ketiga kekuatan yang memerintah suatu negara. Gagasan ini

---

<sup>227</sup> Lucu ketika dihubungkan dengan konsep komunikasi dinamis yang ditawarkan Thayer bahwa *Message* dibentuk oleh receiver berdasarkan statement yang diterima dari originator, dipengaruhi oleh lingkungan, pengetahuan, meta komunikasi, situasi, pendidikan, status sosial, group referensi dll yang mengitari receiver, termasuk keinginan, dan antipati sehingga melahirkan “pesan” yang diterima (“Gets”) seperti skema pada figure 1.

<sup>228</sup> Gurevitch, *Culture...*, h, 11.

dicuatkan oleh Jürgen Habermas (1996) yang mengusulkan harus ada ruang publik yang bisa mengontrol pemerintah (*the 'public sphere'*).<sup>229</sup>

Keberadaan media yang diharapkan menjadi kekuatan keempat setelah legislatif, eksekutif dan yudikatif atau dalam kata lain sebagai alat kontrol pemerintah, sampai saat ini sudah dipraktekkan oleh beberapa media cetak maupun elektronik. Sehingga keberadaan media-media tersebut disegani bahkan ditakuti oleh pemerintah, tidak jarang aparat pemerintah harus berhati-hati ketika memberikan pernyataan pers di depan sejumlah jurnalis media. Hal ini tidak lepas dari sifat media yang dapat diakses secara langsung oleh masyarakat. Seringkali pemberitaan suatu media dapat memengaruhi kebijakan pemerintah, atau lebih parah dari hal tersebut media sering memancing konflik di dalam masyarakat.<sup>230</sup>

Tidak hanya itu, keberadaan media pun banyak memengaruhi pola dan struktur kebudayaan di masyarakat. Tom Gormly dalam hasil studinya tentang efek media menyebutkan bahwa media sangat berpengaruh dalam kehidupan masyarakat, baik yang bersifat langsung seperti perilaku kekerasan terhadap anak-anak, maupun tidak langsung seperti perubahan sikap sosial seseorang. Menurut Gormly, banyak dari remaja di kawasan Amerika Utara yang berubah perilakunya menjadi anti sosial setelah keseringan menyaksikan tayangan televisi.<sup>231</sup>

Efek media mulai banyak diteliti setelah kemunculan media TV, J. Murray (1997) misalnya mempertanyakan efek kekerasan (*violence*) televisi dengan merujuk

---

<sup>229</sup>Stefan Szczelkun, *Doctoral Research, School of Communications, Royal College of Art*, June 2002,Converted to website with minor modifications July 2003 <http://www.stefan-szczelkun.org.uk/index2.htm>.

<sup>230</sup> Sensor pemberitaan “Sara” pada masa ORBA nampaknya berdasarkan pada asumsi ini.

<sup>231</sup>Tom Gormley, “Ruinaton once again’- Cases in the study of media effects,” <http://www.theory.org.uk/>

pada penelitian Leonard Eron, yang menyatakan bahwa penayangan kekerasan yang berulang-ulang di TV adalah salah satu penyebab perilaku agresif (*aggressive behaviour*) (Eron, 1992: 1).<sup>232</sup>

Pada tahun 1933, J.G. Blumer dan Hauser menyimpulkan bahwa film menimbulkan sikap dan memberikan informasi berbagai teknik yang kondusif untuk berbagai tindak pelanggaran hukum dan kriminal (C.Newbold, 1995). Maka pertanyaannya, apakah kebebasan masyarakat dalam memiliki perangkat TV, layar sinema serta media cetak aman dari efek media? Kenyataannya tidak, jawab McLuhan (McLuhan and Fiore, 1967)<sup>233</sup>

Di Indonesia saja, terdapat banyak kasus kriminalitas yang terjadi karena sipelaku termotivasi oleh beberapa tayangan kriminal di televisi atau karena beberapa gambar-gambar porno di media cetak. Kasus *SmackDown* tahun 2006 misalnya, berakhir dengan penghentian tayangannya di Lativi atas permintaan berbagai pihak termasuk DRPD Bandung karena pemukulan yang dilakukan oleh anak di bawah umur terhadap teman bermainnya setelah menyaksikan adegan kekerasan yang ditayangkan TV.<sup>234</sup>

Besarnya pengaruh media terhadap masyarakat, merupakan kekuatan tersendiri bagi media, sutau kekuatan tersebut tidak dimiliki oleh *pressure group* yang lain. Sehingga banyak dari kalangan politisi yang memanfaatkan media, dalam

---

<sup>232</sup> Muray, J, 'Impact of Televised Violence,' <http://www.ksu.edu/humec/inmpact.htm>.

<sup>233</sup> Tom Gormley, "Ruinution....," <http://www.theory.org.uk/>

<sup>234</sup> "Dengan SmackDown Bocah Bergadai Nyawa" *Republikaonline*, Rabu 22 Nopember 2006.

mencapai target politik mereka, baik itu dalam bentuk kampanye program maupun dalam meredam isu negatif yang menyangkut politisi tersebut

Alhasil efek media selain memiliki efek negatif, namun banyak juga sisi positif yang bisa dimanfaatkan; politisi, industri, pergerakan, dan institusi dan kelompok minoritas.<sup>235</sup> Bin Laden misalnya kerap kali menggunakan *Al-Jazeera* untuk komunikasi dengan dunia. Demikian juga Susilo Bambang Yudoyono (SBY) mengawali popularitasnya dengan memasang iklan “kebersamaan dan kebutuhan rakyat” saat ia masih menjadi Menkopolkam pada masa Megawati --yang sempat menuai kritik dari Megawati dan suaminya sebagai curi start.<sup>236</sup> Komunikasi persuasif yang dilakukan dengan iklan-iklan kampanye berikutnya semakin melambungkan nama SBY seperti perkataan “persiden keren,” “bersama kita bisa” serta kemunculannya dalam *reality show* AFI Indoesiari 2004 dapat mengantarkan SBY menjadi persiden.

Sadar komunikasi juga dilakukan oleh pendukung PKS yang aktif mencuatkan nama Hidayat Nurwahid dalam berbagai polling yang dilakukan media pada tahun 2004 lalu. Nama Hidayat Nur Wahid senantiasa berada pada rangking. Sebagaimana kunjungan G.W. Bush ke Indonesia 21 september 2006 secara politis bisa dikatakan gagal, selain banyak menuai kritikan, *Liputan 6* bershasil mewawancara anak SD kelas VI Tera Mistyvani, ketika ditanya apa yang diketahui tentang Bush, Tera menjawab, “katanya sih teroris nomor satu di dunia.”<sup>237</sup>Ini berarti bahwa komunikasi

---

<sup>235</sup> G.Blumer “The Political Effect of Mass Communication” dalam Michael Gurevitch, *Culture.....*,h.236.

<sup>236</sup> Analisis Berita “Rivalitas Jurkam Mentri” Suara Merdeka, Senin, 08 Maret 2004.

<sup>237</sup>“Bush di Mata Anak Indonesia,”*Liputan 6 SCTV*, 21/11/2006.14:39

Bush sebagai teroris no 1(satu) di dunia telah berhasil dikomunikasikan (disebarkan) dengan baik di Indonesia.

Melihat berbagai akibat buruk sebagai dampak dari media, maka gagasan F.Capra tentang perlunya restrukturisasi informasi harus mulai dipertimbangkan; “Hak masyarakat terhadap media massa akan menjadi suatu aspek penting bagi perubahan sosial dewasa ini. Sekali kita berhasil mengklaim kembali media massa kita, maka kita akan dapat memutuskan kebutuhan apa yang perlu dikomunikasikan dan bagaimana menggunakan media massa secara efektif, untuk membangun masa depan kita.”<sup>238</sup>

Dalam konteks ini ada beberapa pandangan yang beredar seperti terlihat dalam tabel berikut:

Tabel 7  
Aliran Kajian Media

| No | Aliran                             | Pandangan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----|------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | <i>Orthodox &amp; New Orthodox</i> | Sejak tahun 1940-an sampai 1960-an muncul suatu aliran “orthodox” yang menilai bahwa kekuatan mass media sangatlah terbatas, seperti yang diungkapkan Klapper (1960) “ <i>mass communications</i> ”, <i>he concludes, “ordinary do not serve as a necessary and sufficient cause of audiences effect.”</i> <sup>239</sup> Jadi bukan masyarakat yang dimanipulasi media tapi sebaliknya justru audienslah yang memanipulasi dan membantah media. Audiens tidaklah passive seperti keyakinan sebelumnya, mereka bisa memilih mana yang dikehendaki dan bisa justru menjadikan pengaruh yang mereka terima dari media sebagai bahan untuk merespon media. |

<sup>238</sup> Capra, *Titik Balik...*, h.591-592.

<sup>239</sup> Gurevitch, *Culture...*, h, 12.

|   |                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---|---------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2 | <i>New Look</i>                       | Pandangan ini diistilahkan oleh Jay Blumler, muncul tahun 1960-70an, suatu pandangan yang merupakan reaksi atas tradisi <i>new orthodox</i> yang dikemukakan Klapper sebelumnya. Pertanyaan seperti apakah tidak ada peran <i>persuasive</i> media saat ada atensi audiens, ketika informasi melahirkan sikap yang berkembang, ketika sumber media benar-benar prestisius, sangat dipercayai, dan sangat disukai, saat terciptanya monopoli pengondisian?. <sup>240</sup>                                         |
| 3 | <i>Marxist</i>                        | Teori media bagi <i>Marxist</i> berlandaskan pada teorinya tentang kelas pada masyarakat serta pengumpulan antara borjuis dan proletar. Mengkritik paham yang menyatakan kekuatan media sangatlah terbatas, kalangan <i>Marxist</i> pada tahun 70-an mengungkapkan bahwa media sudah menjadi agen ideologi yang berperan sebagai pemelihara dominasi kelas. Sebagaimana juga mereka berpendapat bahwa media memiliki kekuatan <i>strategic</i> dalam memperkuat <i>system</i> sosial yang dominan. <sup>241</sup> |
| 4 | <i>Liberalist</i><br><i>Prularist</i> | Tradisi <i>Liberalist-Pluralist</i> mencoba melihat kekuatan media dengan menyodorkan riset empiris dengan perhatian utamanya pada investigasi empirik, karenanya walaupun mengakui adanya “kekuatan” media sebagai reaksi atas pandangan klasik, namun aliran ini dinilai a-teoritis. Untuk itu James Curran mencoba membelanya dengan mengatakan teorinya dibangun atas teori-teori ilmu sosial, hanya saja tidak diformulasikan.                                                                               |

#### 7. Kontrol, Penampilan dan Praktik Media

Fred S. Siebert (1956) mengemukakan empat teori pers (media massa). Teori-teori tersebut antara lain *authoritarian*, *libertarian*, *social responsibility*, dan *Soviet communist* yang semuanya dibedakan karena tujuan, kontrol dan kepemilikan.<sup>242</sup> Melalui pendekatan ini, media dilihat dari sudut tujuan penyelenggaraannya, kepemilikannya kemudian dihubungkan dengan analisis filosofis dan analisis rasionalisasi politik berakibat pada konsekwensi perbedaan operasional media massa.

#### 8. Institusi Media Massa

<sup>240</sup> Gurevitch, *Culture...*, h.13.

<sup>241</sup> Gurevitch, *Culture...*, h. 14.

<sup>242</sup> Jonathan Beker, “Lessons from Russia A Neo-Authoritarian Media System,” *European Journal of Communication* Copyright © 2004 SAGE Publications (London, Thousand Oaks, CA and New Delhi) [www.sagepublications.com](http://www.sagepublications.com), Vol 19(2): 139–163. [10.1177/0267323104042908] *Journal Communication*, vol 19, 2004.

Selanjutnya dari sudut institusi, studi tentang institusi media dimulai oleh Inasmuch sebagai kelanjutan dari studi tentang efek media. Namun yang lebih mendorong lagi “studi atas institusi media” adalah adanya perkembangan *theory* di luar *theory* riset media.

James Curran dan kawan-kawan melihat ada tiga sumber yang berbeda dari studi institusi media. *Pertama*, perkembangan studi sosiologis yang semakin meluas dan merambah kepada “organisasi formal dan tingkah lakunya” sebagai kajian studi. *Kedua*, semakin merebaknya pengaruh teori Marxist yang menentang teori pluralis berkenaan dengan model kekuatan dalam masyarakat yang akhirnya melirik juga peran media dalam masyarakat hingga menjadikan struktur dan organisasi media sebagai objek kajian. *Ketiga*, perkembangan peran media dalam politik menuntun untuk diadakannya studi terhadap hubungan institusi media dengan intitusi politik.

Dalam berbagai aspek yang berbeda dapat diformulasikan ada empat perhatian pokok dalam kajian tentang institusi media; *institutional structures and role relationship, the political economy of media institutions, professional ideologies and work practices, interaction of media institutions with the socio-political environment*.<sup>243</sup>

Tabel 8  
Kajian Institusi Media

| Pokok Kajian/pendekatan                               | Pandangan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Institutional structures and role relationship</i> | Organisasi lain yang memiliki atribut dan karakteristik tertentu yang di dalamnya mencakup: struktur hirarkis, divisi buruh internal, tujuan institusi, kebijakan spesifik dalam praktek institusional dan organisasional, hubungan superior-subordinate dalam relationship. Pendekatan ini melihat produk media akan menjadi <i>outcome</i> bagi hubungan antara seluruh anggota organisasi media |

<sup>243</sup> Gurevitch, *Culture...*, h, 16-17.

|                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>The political economy of media institutions</i>                            | Yang berlaku adalah teori <i>Marxist</i> , maka isi media sangat ditentukan oleh pandangan ekonomi dari organisasi media, semua isi, pesan dan produk media merupakan cermin dari kemauan iklan dan kemauan <i>audience</i> (product audience-maximizing product). Walaupun media tersebut dikontrol oleh <i>dominant political power</i> atau negara.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <i>Professional ideologies and work practices</i>                             | Profesional dalam media adalah ethos ideologi yang membuat karyawan mau bekerja sehingga media memiliki nilai <i>objectivity, impartiality and fairness</i> . <i>Professionalism</i> dalam media juga harus mencerminkan kebebasan berekspresi dan dengan berdasarkan pada hak publik untuk mengetahui <i>the public right to know</i> . Maka <i>professionalism</i> harus mendapatkan otonominya. Pihak <i>Marxist</i> beranggapan bahwa profesional bergantung pada ideologi dominan, dan sangat ditentukan oleh kultur dominan. Kalau <i>Pluralist</i> melihat otonomi profesi media, maka sebaliknya menurut <i>Marxist</i> tidak sepenuhnya otonom, karena ditentukan oleh ideologi dan budaya yang dominan |
| <i>Interaction of media institutions with the socio-political environment</i> | <i>Pluralist</i> melihat bahwa antara keduanya ada saling ketergantungan. Sedangkan <i>Marxists</i> , otonomi institusi media sangatlah kecil, karena terkunci oleh struktur kekuasaan dan institusi dominan dalam masyarakat, maka yang disampaikan oleh media adalah <i>viewpoint</i> dari institusi dominan.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

Studi media berikutnya berkembang dengan trend baru sesuai dengan trend ilmu-ilmu sosial, seperti berikut:

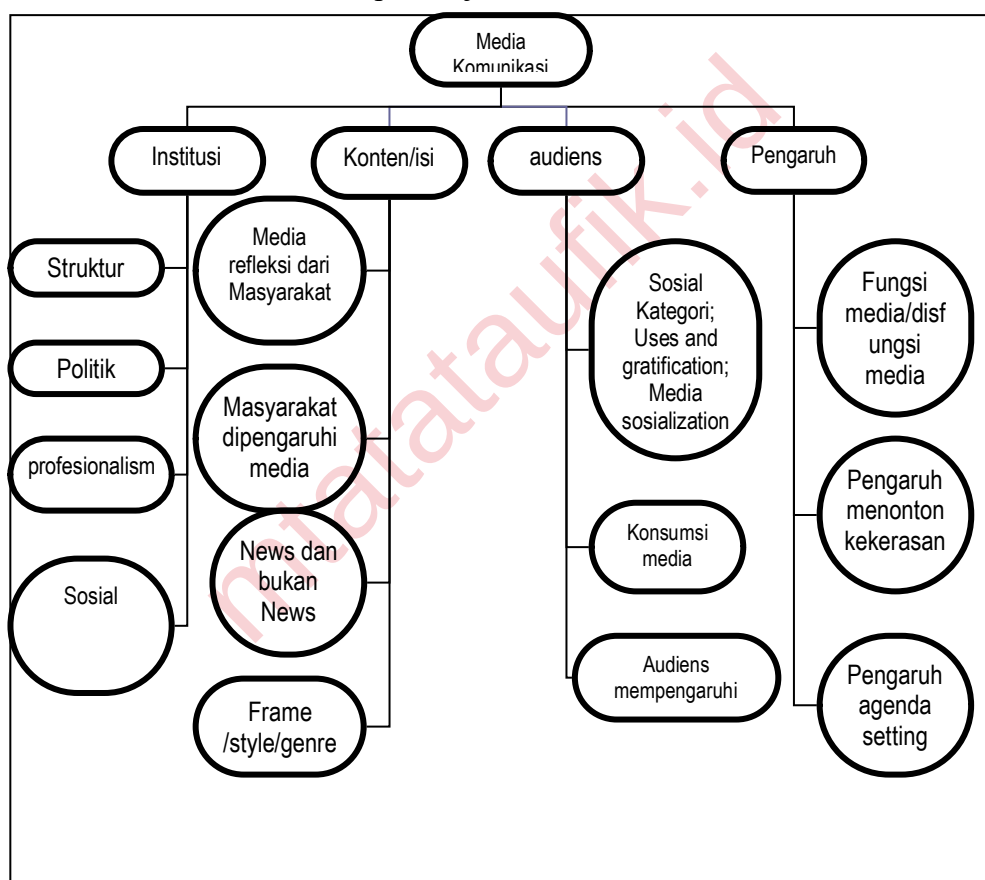
Tabel 9  
Trend Sosiologis Kajian Media

| Pendekatan    | Tohoh                                                    | Pandangan                                                                                                                                                                                                                                                 |
|---------------|----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| structuralist | Levi-Strauss,<br>Louis Althusser,<br>Jacques Lacan       | lebih memperhatikan aspek otonomi dan artikulasi media                                                                                                                                                                                                    |
| Culturalist   | Raymond<br>Williams,<br>E.P.Thompson,<br>Richard Hoggart | lebih memperhatikan aspek "pengalaman" sebagai memiliki posisi otentik dan humanist sebagai penciptanya. Jadi pengalamanlah yang menentukan isi media dan manusia berperan membuatnya. Dengan kata lain media adalah refleksi dari budaya dan pengalaman. |

Kalau dicermati semua pandangan tersebut saling melengkapi satu sama lainnya, terutama dalam dunia praktis. Para praktisi media, owner dan institusi,

kemudian pandangan ekonomi institusi media, di satu sisi, sikap *audience* sebagai sasaran media, di sisi lain semuanya mencerminkan pewujudan konseptualisasi media dari berbagai teori –marxist-liberalist-pluralist—di atas. Ini berarti sudah nampak ada penggabungan antara keduanya. Dengan kata lain, mempertentangkan kedua kutub pendekatan tadi hanya terjadi dalam dataran teoritis, tidak pada dataran praktis.

Figure 8  
Aspek Kajian Media<sup>244</sup>



<sup>244</sup> Warner J Severin, & James W. Tankard.Jr. *Communication Theories Origins, Methods & Uses in the Mass Media*, edisi bahasa Indonesia terj. Sugeng Hariyanto, Teori Komunikasi Sejarah, Metode & Terapan di dalam Media Massa. Edisi kelima, (Jakarta: Prenada Media, 2005) Cet-ke 1, h, 481-484.

### **BAB III**

## **KRITIK SARJANA MUSLIM TERHADAP TEORI KOMUNIKASI BARAT**

**C. Kritik Sarjana Muslim Terhadap Komunikasi Barat**

**D. Kritik Terhadap Kritik Sarjana Muslim**

mtatataufik.id

### BAB III

## KRITIK SARJANA MUSLIM TERHADAP TEORI KOMUNIKASI BARAT

Setelah mendalami teori komunikasi Barat, para sarjana komunikasi muslim biasanya memberikan respon dengan dua pola; memanfaatkan teori-teori tersebut untuk menjelaskan komunikasi di negara-negara muslim, atau berusaha mengkritisi berbagai kelemahan berbagai teori tersebut untuk kemudian mengontruksi komunikasi Islam yang ditawarkan kepada dunia sebagai alternatif. Bentuk respon lain yang mereka lakukan adalah dengan mengkritisi berbagai situasi komunikasi di negara kelahiran mereka atau negara-negara Islam. Selain mereka juga membuat berbagai riset dan sudi di tempat mereka tinggal melalui pembentukan berbagai asosiasi sarjana muslim atau bergabung dengan asosiasi riset yang telah ada.

Beberapa sarjana komunikasi muslim yang gencar melakukan pembahasan komunikasi Islam dihadapkan dengan komunikasi Barat adalah; Hamid Mowlana, asal Iran dan tinggal di Amerika. Dilnawaz A.Siddiqui, asal India tinggal di Amerika wafat 3 Agustus 2006 yang lalu. Majid Tehranian, yang juga dari Iran dan tinggal di Amerika. Untuk Indonesia, siapa yang tidak kenal Jalaluddin Rakhmat, penulis produktif yang rajin mengkritisi berbagai persoalan sosial keagamaan di Indonesia. Andi Muis yang mantan aktifis jurnalistik tahun 1950an juga mencoba membahasakan komunikasi Islam. Andi Faisal Bakti, dosen Fak Dakwah UIN Jakarta juga mencoba mengkritisi aktifitas dakwah sebagai aktivitas komunikasi. Ia melihat dakwah dalam khazanah Islam merupakan komunikasi Islam. Muhammad A. Siddiqui, profesor *journalism and public relations* pada Western Illinois University, Macomb, Illinois; serta *Vice-President*, American Islamic College, Chicago, USA. Juga melihat sisi moral dalam jurnalisme dari perspektif

Islam.<sup>245</sup> Serta banyak lagi tokoh-tokoh komunikasi lain baik secara nasional maupun internasional yang kalau dicermati ternyata memiliki semangat dan geliat yang sama dalam membangun komunikasi Islam. Nama-nama seperti Dedy Mulyana, Aslam Abdullah, Sayeed al Seini, S. Abdullah Schleifer, Mahmut Mutman dan ahli lainnya yang tidak mungkin bisa ditampilkan di sini satu per satu, namun demikian tidak berarti mereka bisa dilupakan begitu saja.

#### **A. Kritik Sarjana Muslim Terhadap Teori Komunikasi Barat**

##### **1. Hamid Mowlana**

Hamid Mowlana adalah Profesor International Relation dan founding director of the International Communication Program School of International Service, American University Washington, DC. Menyandang Ph.D dari Northwestern University, Evanston, Illinois, 1963. President International Association for Mass Communication Research (IAMCR).

Konsep komunikasi Islam menurutnya adalah *tabligh* --ia mengembangkan dari konsep *tabligh* Ibnu Khaldun-- atau propaganda, informasi menurut istilah Bakti. Dasar pemikiran komunikasi berarti bersumber pada *tabligh* dan pemikiran etik yang merupakan sarana untuk membentuk komunitas.

Konsep *tabligh* tersebut bersandar pada beberapa hal. *Pertama*, teori tawhid. Konsep komunikasi menurut teori tawhid adalah untuk menghancurkan berhala, menghancurkan kemusyrikan dan untuk membangun ummah menuju masa depan. Jadi yang terpenting bagi fungsi *tabligh* adalah untuk menghancurkan mitos.

---

<sup>245</sup> Mohammad A. Siddiqi, "Ethics and responsibility in journalism: An Islamic perspective,"

*Kedua*, doktrin tanggungjawab sosial yang terwujud dalam amar ma'ruf nahi mungkar. Dalam Islam, setiap individu bertanggungjawab untuk membimbing saudaranya, menganjurkan kebaikan dan mencegah kemungkaran. Prinsip ini berlaku juga bagi institusi komunikasi sosial seperti pers, radio, televisi, film sebagaimana berlaku bagi seluruh warga dari komunitas muslim.

*Ketiga*, konsep komunitas atau ummah. Menurut Islam, komunitas yang dibangun atas dasar tawhid adalah ummah. Prinsip ummah mengajarkan suatu komunitas yang utuh di bawah pengaturan kehendak Allah, bukan pengaturan individual atau kemauan manusia.

Tugas pemerintahan dalam konteks ini adalah mengatur komunitas dengan menjalankan ajaran-ajaran Tuhan dalam berbagai sektor, seperti politik, ekonomi, kehidupan sosial dan lainnya. Nasionalitas dan perbedaan budaya serta ras dan etnik boleh jadi ada dan diperhatikan. Namun, dominasi yang didasarkan pada nasionalisme tidak diterima. Konsep ummah ini tidak mengenal perbedaan ras, etnik maupun perbedaan budaya, dengan kata lain memperkenalkan derajat kesamaan individual sesama anggota komunitas dan yang membedakan mereka adalah derajat ketakwaannya.

Dalam kerangka politik, spiritual dan etik, tabligh hendaknya berperan dalam memelihara dan mempersiapkan kesatuan komunitas. Tabligh dengan level sosial dan individualnya menjadi dasar dan suatu yang vital dalam memfungsikan komunitas. Dengan itu akan terbina suatu hubungan integral yang harmonis antara Tuhan, individu dan masyarakat.

*Keempat* adalah prinsip takwa. Takwa adalah satu konsep ideal muslim. Terkadang takwa juga diterjemahkan sebagai *piety* (suatu sikap religius sehingga dorongan tindakan dalam kehidupan sehari-hari didasarkan pada kekuatan untuk menjalankan dan kepercayaan agama) yang secara umum di kalangan muslim didefinisikan sebagai menjalankan perintah Allah dan menjauhi larangannya.

Prinsip ini menjiwai seluruh individu muslim dalam melakukan sesuatu tindakan. Jadi, tindakan dilakukan atas dasar pelaksanaan agama (keridhaan Allah) bukan dasar. Kepentingan atau keuntungan material, semua tindakan didasarkan pada *frame work* etis Islam baik dalam dataran individual maupun dalam dataran sosial.

Dalam Islam komunikasi adalah sarana pembentukan suatu komunitas. Komunitas bisa terbentuk karena dasarnya adalah kesamaan tawhid, bukan karena sekelompok kecil orang yang memiliki keinginan yang sama, tapi komunitas ini bisa terbentuk lebih luas lagi.<sup>246</sup>

Mowlana mensinyalir trend studi media yang dikembangkan sejak tahun 1990an adalah peran media sebagai forum pembentuk komunitas. Namun baginya studi media dan budaya harus bersifat holistik dan interdisipliner hingga berlawanan dengan spesialisasi dan pembagian sebagaimana pendekatan yang terjadi dalam ilmu sosial.

Media tidak akan bisa membuat komunitas, walaupun sangat berperan, komunitas terbentuk jika sekelompok masyarakat berkumpul bersama dan saling

---

<sup>246</sup>Mowlana, *Global...*, h. 113-125.

berkomunikasi, saat mereka bertindak bersama, media dalam hal ini memberi kontribusi dalam mengorganisir, memobilisasi, kristalisasi dan legitimasi.

Media juga berperan sebagai edukator, sumber informasi serta memberi advokasi untuk suatu kebijakan atau ideologi serta menjadi forum untuk transfer budaya. Fungsi ini bukanlah fungsi pembentukan komunitas, tapi hanya menolong komunitas untuk melakukan sesuatu, memperkuat integrasi dan identitas, dan memfasilitasi komunikasi antara anggota, komunitasnya sendiri telah lama exist sebelum ada media dan berbagai pengaruhnya.<sup>247</sup>

Figure 9  
Paradigma Komunitas Versi Hamid Mowlana



Apa yang diajukan Mowlana di atas merupakan lompatan menarik dalam kajian komunikasi terutama bagi dunia Islam. Namun ia belum membahas media secara lebih spesifik. Mengenai kajian media Mowlana mengemukakan kasus Iran dengan konstitusi dan konsepsi kebebasan pers menurut Republik Islam Iran.

<sup>247</sup> Mowlana, *Global...*, h. 93.

Media massa bagi muslim mempunyai fungsi ritual (*ritualistic function*). Mesjid misalnya sejak dahulu memiliki fungsi ritual,<sup>248</sup> yang bisa dikembangkan juga dengan media lain. Pada surat kabar, majalah atau pamflet dan spanduk seringkali terbaca undangan-undangan kegiatan ritual pengumuman khatib Jum'at, 'Idul Fitri atau 'Idul Adha, layanan qurban dan aqiqah atau kegiatan ritual lainnya.

Selain fungsi ritual media juga berperan sebagai edukator bagi masyarakat, sebagai sumber informasi, advokasi politik atau ideologi serta sebagai forum untuk menyiarkan budaya. Media juga memberi kontribusi atas terorganisirnya komunitas muslim, mobilisasi serta proses kristalisasi dan legitimasi yang terjadi di masyarakat.<sup>249</sup>

Berikut ini jawaban Hamid Mowlana menjawab pertanyaan penulis tentang konsep media dalam pandangan Islam:

*Thank you for your kind note and I'm very happy to know of your research project dealing with Islamic media and communication. Let me say at the outset that communication has been a foundation for Islamic religion and culture and although during the early and Medieval periods Mass Media in current conditions did not exist but the Islamic civilization used the existing communication channels on a societal level. I consider the modern Mass Media in many ways only alternative channels of communication and not the main media of communications in Islamic societies and culture. I say this because I believe, and research shows this, that a good majority of Islamic population around the world they receive their daily diet of information of all kinds through their interpersonal and traditional channels of communication. I do not deny that such modern media as television is a main source of news and information but I take a broader view of information communication than the simple messages we receive from the media. This was definitely the case in the Islamic Revolution of Iran and it continues to be prevalent in almost all Islamic societies the problem is that unfortunately, communication scholars in*

---

<sup>248</sup> Mowlana, *Global...*, h,93.

<sup>249</sup> Mowlana, *Global...*, h,93.

*Islamic countries have not paid sufficient attention to the input/output of traditional channels and the total diet of information that individuals receive on a daily basis.*<sup>250</sup>

Sedangkan yang berhubungan dengan kebebasan pers Hamid Mowlana

menyatakan dalam suratnya yang ditujukan pada penulis:

“Saya merasa ragu atas janji-janji media massa dalam konteks Islam dan budaya, selama media massa bersifat monolog dan kurang memperhatikan dialog, hal ini tidak akan sejalan bila dihubungkan dengan persepsi Islam. Tapi saya berkeyakinan bahwa negara-negara Islam, bersama masyarakatnya akan mencoba membangun ranah informasi dan komunikasi dengan versi mereka. Sejalan dengan pengembangan yang dilakukan oleh para professional dan masyarakat akademisnya dalam lapangan kajian komunikasi, riset, pendidikan serta perjuangan-perjuangan jurnalistik lainnya<sup>251</sup>

## 2. Dilnawaz A.Siddiqui

Dilnawaz Siddiqui adalah profesor komunikasi dan pendiri Association of Muslim Social Scientists (AMSS), wafat 3 Agustus 2006. mendapat gelar CAS dan Ph.D. dari Syracuse University, Syracuse, New York; Postgraduate Dip. Ed. dari London University, London, UK; dan MA, B.Ed dari Aligarh Muslim University, Aligarh, India.

Ia memiliki banyak karya tulis termasuk artikel dan buku, serta *technical reports*. Menjadi editorial boards pada *the American Society for Training and Development's (ASTD) T & D Journal*, *East-West Review*, *American Journal of Islamic Social Sciences (AJISS)* dan *American Communication Journal of the International Communication Association*. Banyak mendapat penghargaan baik selama menjadi mahasiswa maupun setelah berkarir sebagai pengajar; termasuk

---

<sup>250</sup> Mowlana, Wawancara via e-mail, 10/16/2004.

<sup>251</sup> Surat Hamid Mowlana menjawab surat penulis tanggal (10/16/2004) tertanggal 08/03/2005.

medali Saifi Burhanuddin Gold Medal dalam bidang *literary criticism*, mendapat honoris causa award dari Russian Academy for the Humanities.

Dilnawaz Siddiqui, lebih menyoroti produksi berita menurut Islam dengan membandingkan produksi pemberitaan menurut Barat. Dalam hal ini, Siddiqui melihat perbandingan antara produksi berita Islam dan Barat dari sudut filosofis berdasarkan pada kepercayaan Islam dan Barat, kemudian dari sudut psikoattitudinal antara Islam dan Barat, dan terakhir dari segi behavioral atau proses dan orientasi. Dengan tiga sudut analisis ini, Siddiqui membeberkan betapa jauhnya perbedaan antara motif produksi berita dalam pandangan Islam dan motif produksi berita dalam pandangan Barat yang disebutnya sebagai tradisional.

Dilnawaz A.Siddiqui menggaris bawahi produksi pemberitaan (news) antara Islam dan Barat dengan membuat komparasi antara news Islam dengan Barat<sup>252</sup> sebagai berikut:

Tabel 10  
**Tabular Comparison between the Attributes of the Islamic and the Traditional Western News Production Systems<sup>253</sup>**

| <b>Islamic Beliefs<br/>(Philosophical Foundations)</b>                      | <b>Traditional Western Beliefs<br/>(Philosophical Foundations)</b>                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Penekanan pada moralitas dalam kerangka Islam                            | 1. Penekanan pada legalitas: secular/amoral perspective, selama berabad abad profesi komunikasi tertuang dalam kode etik. Lip service to ethical code. |
| 2. Komitmen pada kebenaran.                                                 | 2. Dikontrol oleh Retorika Yunani-Romawi,                                                                                                              |
| 3. Menjunjung tinggi nilai-nilai keadilan dan inovatif dalam keluasan nilai | 3. Tidak memiliki nilai yang pasti, (except self-interest and profit-orientation), tidak ada nilai suci (absolute relativism /constructivism)          |
| 4. Akuntabilitas personal dan metafisik                                     | 4. Image creation and protection:                                                                                                                      |

<sup>252</sup> Dilnawaz Siddiqui, "A Comparative..."

<sup>253</sup> Dilnawaz Siddiqui, "A Comparative..." a Proposal for the 2000 Annual Convention of the International Association of Media and Communication Research, (Singapore, Nanyang Technical University, July 16-20,2000), <http://www.islamist.org>.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5. Jujur dan terintegrasi, keras menentang rumor.<br>6. Rasional<br>7. Fakta, Informasi dan Pengetahuan untuk kebijakan<br>8. Gigih mewujudkan keadilan/moral.<br>9. Modesty disesuaikan hudud Allah<br>10. Memiliki keberanian moral.<br>11. Menolak pemberitaan ide,prilaku dan sikap saitani: personal responsibility of news people<br>12. Menghindari gibah, dan berita bohong | bertanggungjawab hanya sebatas pada level korporasi.<br>5. Propaganda perusahaan; alatnya rumors dan pemberitaan berlebihan dalam kompetisi perusahaan.<br>6. Emosional<br>7. Fakta, pengetahuan dan informasi sebagai untuk dijual: devaluation of wisdom<br>8. Gigih dalam merayu audience untuk membeli produk :audience on sale for advertisers<br>9. Sensually explicit (cool to sexy)<br>10. Economic survival<br>11. Graphic details of sex and violence(voyeurism) as part of commercial art;consumerism promoted at all costs<br>12. Stereotyping and demonizing of real,perceived and manufactured rivals as strategies for political economy |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Tabel 11

**Tabular Comparison between the Attributes of the Islamic and the Traditional Western News Production Systems<sup>254</sup>**

| <b>Islam:<br/>Psycho-attitudinal</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <b>Traditional Western:<br/>Psycho-attitudinal</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Menghargai akutabilitas personal sampai level metafisik<br>2. Sejalan dengan konsensus interorganisasional /sejalan dengan aturan dan bimbingan hududullah.<br>3. Collective/cooperative attitude<br>4. Discussion-oriented to rationally prove the supremacy of truth /tawhidi perspective<br>5. Mencari kebenaran yang padu dengan memperhatikan generasi masa depan.<br>6. Sensitif terhadap dan peduli terhadap kriminal, agar bisa dihindari. | 1. Individualism and arrogance<br>2. Konflik antara organisasi dan tujuan personal sering terjadi, pesan tidak jelas sumbernya, brainwashing.<br>3. Confrontational attitudes at all levels<br>4. Propagation of capitalist values and system by all means<br>5. Pada umumnya memiliki standar rendah:paparazzi (mencari photo skandal) untuk mencari berita sensasional.<br>6. Tidak peduli terhadap kriminal, untuk mendapat berita buruk. |

<sup>254</sup>Dilnawaz Siddiqui, "A Comparative..." a Proposal for the 2000 Annual Convention of the International Association of Media and Communication Research, (Singapore, Nanyang Technical University, July 16-20,2000), <http://www.islamist.org>.

Tabel 12

**Tabular Comparison between the Attributes of the Islamic and the Traditional Western News Production Systems<sup>255</sup>**

| <b>Islamic Behavioral/Process-oriented</b>                                | <b>Traditional Western Behavioral/Process-oriented</b>                                                     |
|---------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. mencari kebenaran sebagai kebenaran, kesalahan sebagai kesalahan       | 1. Distorsi realitas                                                                                       |
| 2. Watchdog role /Muhasabah                                               | 2. Aturan perusahaan                                                                                       |
| 3. Fokus pada berita positif                                              | 3. "If it bleeds, it leads" rule/ berita negatif                                                           |
| 4. Apa adanya/ ramah, berdisiplin                                         | 4. Infotainment (attention/retention)                                                                      |
| 5. Menekankan pada moral dan disiplin serta stabil                        | 5. Inovatif dan promosi konsumerisme                                                                       |
| 6. News as text/ Berita sebagai teks                                      | 6. News as only context or pretext, berita hanya konteks, berita sebenarnya pada iklan.                    |
| 7. Inform to improve or to reform                                         | 7. Menyebarkan informasi sampai pada level paling bawah sebagai pasar terbesar ( <i>biggest market</i> )   |
| 8. Bahasa lembut sebagai bagian dari i'tikad baik dan semangat kedamaian. | 8. Aggressive and extreme behavior, bahasa bersifat agresif, menyanjung kerasan, untuk mendapat kekuasaan. |

Melalui tiga tabel di atas nampak konsep berita (*news*) dalam Islam yang ditawarkan Siddiqui, dari segi filosofis berita menurut Islam memberikan tekanan pada moralitas dengan *framework* Islam memiliki komitmen terhadap kebenaran, keadilan, memiliki akuntabilitas metafisik, jujur dan padu, rational, fakta dan informasi serta pengetahuan diusahakan untuk mencapai kebijakan (kearifan), menghindari publikasi ide, sikap dan aktivitas a moral.

Dari segi *Psycho-attitudinal* sangat mempertimbangkan tercapainya sikap akuntabilitas metafisik secara personal, menyajikan dan menyuarakan hudud

<sup>255</sup>Dilnawaz Siddiqui, "A Comparative..." a Proposal for the 2000 Annual Convention of the International Association of Media and Communication Research, (Singapore, Nanyang Technical University, July 16-20,2000), <http://www.islamist.org>.

Allah secara harmonis, bersikap kolektif, berorientasi pada diskusi kebenaran, senantiasa mencari *standard* kebenaran yang tinggi dan terintegrasi untuk generasi mendatang, tidak senang melihat perkara kriminal serta berusaha tidak menampilkannya.

Dari segi proses, pers Islam membenarkan yang benar dan menyalahkan yang salah, bersifat *muhâsabah*, fokus pada berita positif, menekankan pada tradisi dan norma yang berlaku, berita sebagai teks, memberi informasi untuk usaha perbaikan dan pembinaan, ungkapan-ungkapannya halus; sebagai wujud dari akhlak mulia, kedamaian dan keadilan.

### 3. Majid Tehranian

Majid Tehranian direktur Toda Institute for Global Peace and Policy Research, Gagasan-gagasannya tentang media Islam kemudian dikembangkan kepada gagasan pewujudan media untuk perdamaian, suatu yang tak terfikirkan oleh ahli-ahli komunikasi Barat justru dipelopori oleh Majid Teheranian misalnya.<sup>256</sup> Kemunculan *Aljazeera* yang menyertai *channel* lain dalam resolusi damai maupun konflik terutama di Asia Timur, merupakan jawaban atas kebutuhan informasi masyarakat dunia Arab. Media merupakan praktisi bagi terwujudnya jurnalisme damai (*peace journalism*), dalam jangka pendek, plurasisasi media bisa saja meningkatkan konflik bagi kompetisi nasionalisme, namun dalam jangka panjang bisa juga melahirkan konsekwensi untuk saling memahami dengan beberapa alasan:

---

<sup>256</sup> Majid Teheranian, "Peace Journalism in West Asia," *GMJ: Mediterranean Edition* 1(1) Spring 2006, Bahkan diskusi-diskusi IPRA (International Peace Research Association) juga menghadirkan Majid Teheranian sebagai pembicara tema Peace Journalism yang diselenggarakan komisinya.

Pertama, adanya pluralisasi media membuat pemerintah semakin sulit untuk berbohong. Kedua, khalayak yang berfikir (terdidik) bisa memenuhi dirinya dengan *channels* yang beragam fakta dan opini yang disajikan. Ketiga, besarnya akses terhadap *multi-national channels* dapat diharapkan kemajuan dalam memahami konflik lebih etnosentrik *ethnocentric views of conflict*. Keempat, hal itu bisa menghasilkan pemahaman orang lain “*the other*” sedikit lebih akurat dan simpatik. Jika semuanya berjalan lancar, pluralisasi media menjadi *a blessing in disguise*. Secara jangka pendek mengintensifkan konflik, namun secara jangka panjang ia akan membuka jalan untuk saling memahami (*mutual understanding*) sehingga bisa mewujudkan negosiasi terhadap konflik.<sup>257</sup>

Di era global, *macromedia*; media dengan dampak dan akses global, bisa menyelusuri batas wilayah serta memperpendek jarak antar negara maupun individu sehingga tidak ada lagi batasan teritorial budaya maupun batasan komunikasi. Sedangkan *micromedia*; media dengan dampak dan akses lokal, walau kadang kecil sekali perannya, bisa mengembangkan pengetahuan komunitas dari teritorial dengan berbagai bahasa, agama, etnik, hingga media bisa menghalangi terjadinya klaim kebenaran oleh satu komunitas dengan komunitas lainnya, maka terbukalah jalan untuk negosiasi global dalam etika komunikasi transnational.<sup>258</sup>

Selain itu Tehranian mengajukan beberapa proposisi tesis tiga di antaranya sebagai berikut:

---

<sup>257</sup> Majid Tehranian, “Peace Journalism in West Asia”, *GMJ: Mediterranean Edition* 1(1) Spring 2006

<sup>258</sup> Majid Teheranian, *Global Communication And World Politics, Domination, Development, and Discourse*, (Colorado: Lynne Rienner Publishers, Inc. 1999), h, 161.

- Bahwa *dominasi* merupakan fakta sejarah yang secara bertahap berkembang menjadi sedikitnya tiga sistem imperial dunia: agraria, industri dan informasi.
- Imperialisme informasi memiliki karakteristik yang dikontrol oleh industri pengetahuan dan kanal informasi. Termasuk ilmu pengetahuan (*science*), teknologi, pendidikan, patent, copyright, data, ide, dan image. Sebagai perlawanan terhadap imperialisme ini, difokuskan pada berbagai arena dengan jalan menjembatani *gap* antara negara maju dan negara kurang maju.
- Transisi historis dari modern ke masyarakat modern memiliki konsekuensi empat proses evolusi (revolusi) fundamental; pembangunan, demokrasi, komunikasi dan kontrol.<sup>259</sup>

#### 4. Jalaluddin Rakhmat

Dalam kumpulan artikelnya Jalaluddin Rakhmat menyoroti masalah pengaruh iklan terhadap perubahan gaya hidup dan penyelesaian masalah-masalah pribadi, yang ia sebut sebagai khutbah agama televisi.<sup>260</sup> Teknik pemberitaan juga tak luput dari kritikan Jalal, ia seakan ingin membedah “apa” di balik berita, dengan mengungkap kasus-kasus videopolitik serta beberapa pentahapan pembuatan berita dengan jukukan tangan-tangan usil (sampai ada empat tangan yang dinilainya usil).<sup>261</sup> Sedangkan gagasan komunikasi yang beradab ditawarkan Jalal melalui perbaikan cara pandang hubungan antara komunikator dan

---

<sup>259</sup>Majid Tehranian, *Global Communication and World Politics, Domination, Development, And Discourse*, (Colorado:Lynne Rienner Publisher,1999), h, 5-6.

<sup>260</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Islam Aktual*, (Bandung: Mizan, 1991) Cet.I. h, 53.

<sup>261</sup> Jalaluddin, *Islam Aktual*, h, 61.

komunikasikan dengan pola hubungan kesetaraan “Aku-anda” (komunikator dengan komunikan) bukan hubungan “aku-obyek” sehingga komunikasi dianggap obyek yang bisa dimanipulasi.<sup>262</sup>

Kritiknya terhadap informasi nampak dalam ungkapan bahwa informasi yang kita terima tidak pernah netral, informasi selalu merupakan perumusan realitas dari perspektif tertentu, maka Jalal mengusulkan perlunya pengembangan kemampuan khlayak dalam; menerima; menyimpan; mengolah dan menyampaikan informasi.<sup>263</sup>

Sedangkan gagasan komunikasi menurut al-Qur'an Jalal memulainya dengan mengutip QS.55:1-4.

*Yang Mahakasih.*

*Mengajarkan al-Qur'an.*

*Mencipta insan.*

*Mengajarkannya Al-Bayan. (QS.55:1-4).*

Dalam konteks ini *al-bayan* diartikan kemampuan berkomunikasi. Menurut Jalal selain kata *al-bayan* kata kunci (*key Concept*) untuk komunikasi yang banyak disebut dalam al-Qur'an adalah *al-qawl*. Dengan memperhatikan kata “*al-qawl*” kita dapat menyimpulkan enam prinsip komunikasi: *qawlan sadidan*, (QS.4:9. 33:70), *qawlan balighan* (QS 4:63), *qawlan maysuran* (QS 17:28). *qawlan layyinan* (QS.20:44), *qawlan kariman* (QS 17:23), *qawlan ma'rufan* (QS.4:5).<sup>264</sup>

---

<sup>262</sup> Jalaluddin, *Islam Aktual*, h, 63.

<sup>263</sup> Jalaluddin, *Islam Aktual*, h, 74-75.

<sup>264</sup> Jalaluddin, *Islam Aktual*, h, 77-87.

*Qawlan sadidan*; berarti sesuai kriteria kebenaran, tidak bohong, dan menghindari bahaya bohong. *Qawlan Balighan*; berarti komunikasi efektif, kesesuaian antara pembicaraan (isi) dengan sifat khalayak, dapat menyentuh hati dan otak sekaligus, sesuai dengan ethos (kredibilitas komunikator) dan logos (pendekatan rasional).<sup>265</sup>

Berkenaan dengan media masa Islam Jalal mengemukakan: QS 49:7. sebagai konsep investigasi reportase, serta semangat profesionalisme jurnalistik yang baik, selain niatan baik bagi para pengelolanya. Menurutnya media massa Islam dewasa ini belum berbobot, hal itu karena wawasan yang sempit, sehingga media yang awalnya bertujuan baik, dalam perjalanan berubah menjadi *Yellow paper* yang diberi sarung dan peci. <sup>266</sup> Selain itu Jalal menyoroti media yang sementara ini ada, lebih merupakan media orang besar, tidak ada media untuk orang kecil yang menampung dan memberitakan problema sosial mereka.<sup>267</sup>

##### 5. A. Muis

Andi Abdul Muis, doktor komunikasi dari Universitas Hasanuddin (1982). Selain menjadi guru besar komunikasi pada almamaternya, ia termasuk anggota Asian Mass Communication Research and Information Center (AMIC). Menurutnya Komunikasi teokrasi semua komunikasi yang didasarkan pada kitab suci,<sup>268</sup> Model komunikasi Islam bagi A. Muis sama dengan Barat hanya pada sisi

---

<sup>265</sup> Jalaluddin, *Islam Aktual*, h, 77-78

<sup>266</sup> Jalaluddin, *Islam Aktual*, h, 90

<sup>267</sup> Jalaluddin, *Islam Aktual*, h, 93.

<sup>268</sup> A.Muis, *Komunikasi Islami*, (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2001) Cet I, h, 80-81.

landasan filosofisnya (teoritis) berbeda; al-Qur'an dan Hadits. Perbedaan tersebut berimplikasi pada perbedaan lain yaitu kedalaman etika komunikasi.<sup>269</sup>

Dan komunikasi Islam baginya adalah proses penyampaian pesan antara manusia yang didasarkan pada ajaran Islam. Pengertian itu menunjukkan bahwa komunikasi Islami adalah cara berkomunikasi yang bersifat Islami. Dengan kata lain komunikasi Islami adalah implementasi dari komunikasi Islam.<sup>270</sup>

Melalui ungkapan ini seakan A. Muis ingin mengatakan bahwa komunikasi Barat kurang peduli terhadap etika komunikasi. Kurangnya perhatian terhadap etika komunikasi menurutnya sebagai dampak dari landasan komunikasi Barat yang berdasar pada filsafat yang dianutnya.

Bagi Muis pesan dalam komunikasi Islam (komunikasi teokrasi) pesannya bersumber dari al-Qur'an dan hadits. Tentu pesan itu bersifat imperatif dan wajib hukumnya karena merupakan pesan *kebenaran* berdasarkan firman Allah dan hadits Nabi SW. Pesan tidak boleh merupakan sensasi, kebohongan, kefasikan, pelintiran kata-kata dan kebohongan publik. Dalam konteks ini komunikator dipandang sebagai saluran pesan yang menyampaikan firman Tuhan dan hadits Nabi.<sup>271</sup>

Berkenaan dengan realitas dan media massa, Muis melihat bahwa media massalah yang membuat realitas buatan, bukan realitas yang menciptakan adegan-adegan.<sup>272</sup> Jelasnya, media massa yang menciptakan realitas sosial dengan jalan

---

<sup>269</sup> A.Muis, *Komunikasi Islami*, h, 66.

<sup>270</sup> A.Muis, *Komunikasi Islami*, h, 66.

<sup>271</sup> A.Muis, *Komunikasi Islami*, h, 70

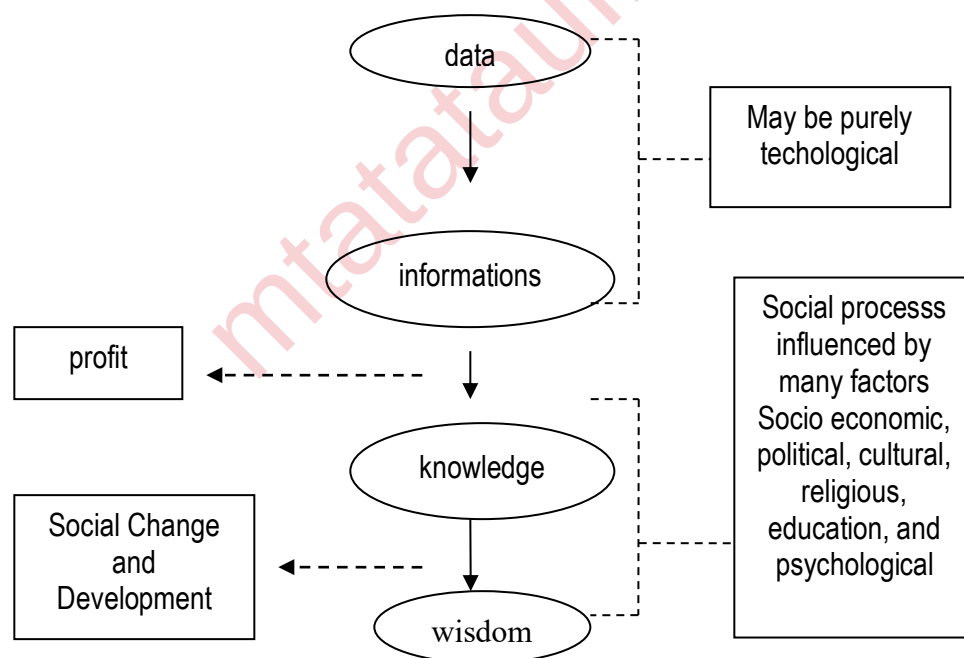
<sup>272</sup> A.Muis, *Komunikasi Islami*, h, 11.

mempengaruhi perilaku warga masyarakat. Lalu pada gilirannya media massa dipengaruhi oleh nilai-nilai budaya tersebut.<sup>273</sup>

#### 6. Andi Faisal Bakti

Sementara Andi Faisal Bakti lebih menyoroti sisi transformasi ide dalam melihat proses komunikasi. Namun sisi religiusitasnya nampak 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'tazilah.

Figure 10  
*Communication Process of Idea Transformation*<sup>274</sup>



<sup>273</sup> A.Muis, *Komunikasi Islami*, h, 10.

<sup>274</sup> Andi Bakti Faisal, *Communication Process of Idea Transformation*, bahan presentasi, perkuliahan Komunikasi II Program doktor UIN Jakarta, slide 3.

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

Bakti hendak menjelaskan bahwa data berada pada titik originator (Thayer), kemudian ditransfer melalui media (atau tidak) sehingga menjadi informasi. Informasi tersebut ketika diterima oleh *receiver* bisa menjadi pengetahuan (setelah makna dikonstruksi oleh penerima) yang akhirnya menjadi *wisdom* bagi *receiver*.

Dalam proses transformasi dari informasi menjadi knowledge bisa terjadi ada profit (bagi institusi produksi informasi apapun bentuknya) sebagaimana juga dari *knowledge* ke *wisdom* bisa terjadi proses perubahan sosial dan kemajuan. Adapun proses ini bisa terpengaruh banyak faktor seperti sosio ekonomi, budaya, agama, pendidikan dan faktor-faktor psikologis.

Namun hal terpenting yang ingin dikemukakan nampaknya proses dinamik dari komunikasi yang cenderung meninggalkan budaya (sesuatu yang sudah mapan) dan menuju pada proses penciptaan sesuatu yang baru. Dengan begitu, arahnya menjadi bagaikan anak panah ( $\rightarrow\rightarrow\rightarrow$ ) yang berjalan secara kontinyu menuju suatu titik (*wisdom*) pada derajat tertentu, dengan mengikuti lingkaran motivasi.

## 7. Muhammad A. Siddiqi

Muhammad A Siddiqi mencoba merumuskan bagaimana mengoperasionalkan arahan-arahan moral dari al-Qur'an dan sunnah serta berbagai isu dan problem dalam *code of ethics* yang bisa diaplikasikan. Menurutnya mass media lebih merupakan kegiatan praktis dari pada sebuah abstrak filosofis. Bagaimanapun berita (*news*) dan hiburan (*entertainment*) keduanya dikomunikasikan dan ditekankan, keduanya berdasarkan pada sejumlah kepercayaan (*beliefs*) dan sistem nilai (*value system*). Pondasi *epistemological* dan *ethical* pelaksanaan praktek media berakar pada idiologi dan filosofi Barat. Motif utama yang berada dibelakang semua struktur mass media, praktek dan prosesnya berdasarkan pada *sales values* serta diatur oleh mekanisme pasar (*market mechanism*). Kode etik media serta mekanisme *watchdog* sering kali diabaikan oleh praktisi media karena kontradiksi dengan kebiasaan masyarakat serta menghambat kemulyaan personal. Menurutnya kondisi tersebut tidak saja berlaku di negara-negara Barat, tapi juga di negara-negara muslim.<sup>275</sup>

Bentuk etik media berkisar pada kebenaran, tanggungjawab, kebebasan, dan regulasi pers (*rights, responsibilities, freedom, and regulation of the press*) yang diperdebatkan sejak abad 15 dan 16 M di Eropa. Perdebatan berkisar pada dua pokok persoalan: *professional ethics* yang berhubungan dengan training para

---

<sup>275</sup> Mohammad A. Siddiqi, "Ethics and responsibility in journalism: An Islamic perspective," [www.wacc.org.uk/wacc/publication/media.1999](http://www.wacc.org.uk/wacc/publication/media.1999).

professional media; dan *normative philosophical theories of public communication* yang berhubungan dengan obligasi.<sup>276</sup>

Berkenaan dengan teori informasi, menurutnya bermunculannya teknologi informasi baru, semakin memperkuat fungsi media, dan pada waktu yang bersamaan juga memaksa para akademisi media untuk melihat kembali, serta mendefinisikan ulang parameter etik bagi jurnalis dan praktisi media. Teknologi baru media tersebut di satu sisi, semakin membuat proses komunikasi demokratis dengan memberikan harapan pada individu untuk bisa saling berkomunikasi, di sisi lain mengembangkan kesempatan untuk orang kaya dan para elite (*the rich and elite*) untuk memonopoli informasi dan memanipulasi serta mengontrol berbagai kehendak orang lain yang tidak sesuai atau berlawanan dengan kehendak mereka.<sup>277</sup>

## **B. Kritik Terhadap Kritik Sarjana Muslim**

Nampaknya para sarjana komunikasi muslim sepakat bahwa perbedaan antara komunikasi Barat dan komunikasi Islam terletak pada sisi filosofis dan sisi etikanya. Namun pandangan para sarjana komunikasi Islam ketika mencoba merumuskan komunikasi Islam, menunjukkan variasi titik awal dari kajian mereka. Selain variasi pada tataran penentuan konsepsi awal sebagai pijakan, perbedaan juga nampak pada fokus kajian. Sarjana muslim pada umumnya mengkritisi komunikasi Barat dari sudut efek media (*media effects model*).

---

<sup>276</sup> Mohammad A. Siddiqi, "Ethics and responsibility in journalism: An Islamic perspective,"

<sup>277</sup> Mohammad A. Siddiqi, "Ethics and responsibility in journalism: An Islamic perspective,"

Ketika dihubungkan dengan landasan filosofis, maka perhatian para sarjana terfokus pada upaya pengungkapan landasan dari al-Qur'an dan al-Sunnah, kemudian diinterpretasi berdasarkan realitas (teori) komunikasi yang ada terutama komunikasi massa dan media massa. Dilnawaz A Siddiqui, Muhammad A Sidiqi, Jalaluddin Rakhmat, dan A. Muis memperlihatkan –seperti yang terlihat di atas-- kegigihannya dalam upaya ini. Demikian juga dalam hal informasi, informasi dipandang sebagai bentuk imperialisme Barat, berisikan manipulasi, rekayasa dan berorientasi pasar. Sehingga produksi informasi menjadi fokus perhatian.

Sejalan dengan Daniel Chandler menuliskan bagaimana suatu program berita berusaha menghadirkan apakah realitas benar-benar objektif? Ia mengutip apa yang disampaikan John Fiske:

*'News, of course, can never give a full, accurate objective picture of reality nor should it attempt to, for such an enterprise can only serve to increase its authority and decrease people's opportunity to "argue" with it, to negotiate with it. In a progressive democracy, news should stress its discursive constructedness, should nominate all its voices... and should open its text to invite more producerly reading relations'.<sup>278</sup>*

Artinya bahwa berita tidak bisa menyajikan gambaran penuh tentang realitas yang sebenarnya melalui gambar yang objektif dan akurat, atau ada kehendak untuk memperhatikan suatu realitas secara utuh, bahkan beberapa perusahaan hanya bisa mengembangkan otoritasnya serta memperkecil kesempatan bagi masyarakat untuk ikut menyalurkan idenya (menanggapinya) atau bernegosiasi untuk menerimanya. Ia lebih memberikan penekanan pada ekspansi yang terkonstruksi, semua suara (*voices*) maupun texts diformulasikan untuk mengundang “bacaan” relasi para produser.

---

<sup>278</sup>Daniel Chandler, Notes on the Construction of Reality in TV News Programmes, <http://www.aber.ac.uk/media/>.

Kesepakatan lain yang terlihat pada pandangan sarjana komunikasi muslim terletak pada gagasan perlunya kajian komunikasi sebagai kajian holistik, dengan melibatkan berbagai disiplin ilmu. Pese fragmentasi kajian komunikasi yang merupakan ciri kajian tahun 1990 an relatif ditolak oleh para sarjana muslim seperti Hamid Mowlana, Muhammad A. Siddiqi dan Majid Tehranian.

Model yang diajukan Mowlana mendapatkan tanggapan hebat dari Gholam Khiyabani. Ia memandang teori yang diajukan Mowlana tersebut sebagai a historis, selain dia juga mempertanyakan kenapa cuma dua paradigma yang disoroti oleh Mowlana. Kenapa cuma *information society paradigm* dan *Islamic community paradigm*, kenapa tidak yang lainnya juga?<sup>279</sup>

Dalam konteks kultur, catatan yang diajukan Gholam Khiyabany terhadap “*alternative model*” yang ditawarkan Mowlana; *culture* hanya sebatas ekstensi dari Negara, serta agama sebagai pemberi advis bagi *community*, tindakan politik dan partisipasi politik. Dalam pandangan model esensialis ini, lanjut Khiyabany, kultur dan komunitas bisa direduksi menjadi satu, tidak berubah dan entitas a historis, dan ‘Islam’ dipandang sebagai satu-satunya *signifier* bagi domain kultur dan komunikasi. Maka ada kenikmatan tersendiri bahwa dalam analisis Mowlana, tidak diungkap adanya kemungkinan konflik interest, struktur kekuasaan, kebenaran yang seharusnya diberi interpretasi dan berbagai kemungkinan divisi internal yang terdapat dalam ‘*Muslim society*’. Pandangan tentang media, kultur dan masyarakat seperti ini, menurutnya saat sekarang sedang mendapat serangan dari gerakan demokratisasi di Iran (pemilu 1997) serta *debate* tentang *civil society* (ditambah lagi berbagai gerakan

---

<sup>279</sup>Gholam Khiyabani, “De-westernizing media theory, or reverse Orientalism 'Islamic Communication' as Theorized by Hamid Mowlana,” *Media Culture and Society*, e-jurnal, 2003, vol.25:415-422.

serupa yang muncul di Asia).<sup>280</sup> Tabel di bawah ini daftar pertanyaan yang diajukan Khiabany terhadap Islamic Paradigm Hamid Mowlana saat dihubungkan dengan teori media.

Tabel 13

## Information society vs Islamic society

|                               | <b>Information society</b>            | <b>Islamic community</b> |
|-------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|
| 1. Economic system            | Capitalism                            | ?                        |
| 2. Motive of media            | Profit                                | Propagation/mobilization |
| 3. Sources of funding         | Advertising                           | State                    |
| 4. Organizational structure   | Hierarchical                          | ?                        |
| 5. Professional practices     | Centralized/produced by professionals | ?                        |
| 6. Relationship with audience | Consumer                              | Guidance                 |
| 7. Model of control           | Owner/bureaucracy                     | ?                        |

Selain itu menurut hemat penulis pemilihan istilah komunikasi dengan kata *tablîgh* kurang tepat. Komunikasi bagi Mowlana ketika dihubungkan dengan Islam sebagaimana yang digagasnya mengandung arti kata *tablîgh* yang berarti menyampaikan. Tujuannya tiada lain untuk membuat suatu komunitas sebagaimana yang diharapkan, yaitu komunitas muslim.

Padahal ada perbedaan antara penggunaan kata dakwah dan *tablîgh*. Secara mudah saja bisa dibedakan antara menyampaikan dengan menyeru. Kata menyampaikan lebih berarti menyampaikan sesuatu yang dimiliki oleh seseorang

<sup>280</sup> Khiabany, "De-Westernizing media theory, or reverse Orientalism: 'Islamic communication' as theorized by Hamid Mowlana," *Media, Culture & Society* 25(3).

kepada orang lain. Apakah orang lain tersebut akan menerima atau menolaknya, tidak menjadi perhatian. Sementara kata dakwah berorientasi pada hasil, mengajak dan menyeru lebih bermakna harus kena sasaran; mencapai target.

Dalam penggunaan ini, Al-Qur'an memakai kata dakwah dalam bentuk perintah untuk mengajak sehingga menghasilkan. Sedangkan kata tabligh dipakai untuk arti menyampaikan sesuatu yang diterima dari luar (dirinya, seperti wahyu) untuk disampaikan kepada sasaran. Jika tidak diterima, hal itu bukan lagi urusan sang penyampai, karena tugasnya hanya menyampaikan.

Sedangkan dalam pengertian dakwah sebagaimana yang dimaksud dalam wacana keislaman, mencakup pengertian kedua kata tersebut. Dakwah berarti mengajak untuk bergabung dan masuk pada kelompok dengan pemahaman dan pengertian serta pengamalan yang sama, sekaligus juga ada kegiatan menyampaikan sesuatu yang didapat dari unsur luar (wahyu Tuhan) kepada kelompoknya maupun kepada sasaran di luar kelompoknya.<sup>281</sup>

Majid Tehranian berkenaan dengan konsep pembangunan dan tesis imperialisme budaya serta imperialisme informasi juga dikritik oleh Asa Briggs dan Peter Burke sebagai suatu tindakan menggelikan. Menurut Briggs, bahwa tuntutan akan “kedaulatan budaya” yang pada awalnya digunakan oleh Herbert Schiller (1976) dengan istilah “dominasi budaya” bersifat membatasi, hingga deklarasi senada pernah terjadi pada sidang umum UNESCO ke 17 tahun 1972, walau

---

<sup>281</sup> M.Tata Taufik, “Dakwah Sebagai Genre Media,” *Menara Tebuireng*, ISSN: 1829-801X, Vol.3.No.1. Tahun 3, September 2006. h,43-51.

didukung oleh 55 negara tapi 7 negara absen, termasuk AS dan Uni Soviet. Karena AS melihatnya sebagai upaya pembatasan.<sup>282</sup>

Pandangannya tentang pluralisme media bisa menimbulkan keterbukaan, serta dapat membuka jalan untuk saling memahami di kalangan masyarakat audiens maupun antara pemerintah dan rakyatnya, atau lebih luas lagi antara satu bangsa dengan bangsa lain, walau nampak mengindikasikan hal positif, namun bisa mengakibatkan “kehancuran” bagi kemanusiaan ketika etika jurnalis sangat dikuasai oleh kecenderungan pasar. Bagaimana pluralisme media bisa menghindari *yellow paper*, dan bagaimana hubungannya dengan dominasi dan imperalisme informasi seperti yang digagas?

Jalaluddin Rakhmat sebagaimana sarjana komunikasi muslim lainnya seperti Ibnu Hamad,<sup>283</sup> dan Andi Muis, dalam konteks informasi dan media lebih merupakan penggunaan (aplikasi) dari terori Barat dalam menilai informasi maupun isi media. Seperti apakah media membentuk realitas atau sebaliknya media merupakan cermin dari realitas, baik Jalal maupun Ibnu Hamad sama-sama menggaris bawahi fungsi ritual media, terutama TV.

Sedangkan Bakti mencoba melihat komunikasi sebagai proses makro, dengan mengajukan model transformasi ide, dari bagan yang disajikan memperlihatkan unsur ekonomi informasi ketika disebut bisa melahirkan profit. Selain itu rentangan antara informasi menuju pengetahuan, yang merupakan pewujudan dari proses sosial, dengan berbagai faktor, untuk bisa sampai pada level *wisdom* atau katakanlah

---

<sup>282</sup> Briggs, Sejarah Sosial...,h, 315.

<sup>283</sup> Ibnu Hamad, "Norma Agama Menjadi Acuan Menonton", wawancara Republika Online Jumat, 04 Juli 2003. <http://www.republika.co.id>

keberadaban menurut istilah Jalal, termasuk perubahan sosial berada di antara pengetahuan dan wisdom, sebenarnya baru mencerminkan tataran ideal, jika dihubungkan dengan pluralisme media ala Tehranian. Pertanyaan masih bisa diajukan apakah wisdom bisa dicapai jika *bad news* lebih dominan dari *good news* misalnya? Selain kata profit juga bisa dimanfaatkan untuk membuat produksi informasi menjadi bebas nilai, bagaimana wisdom bisa terlahir dari kondisi bebas nilai? Padahal wisdom sendiri adalah nilai. Mestinya wisdom melingkari seluruh dari bagan yang ada, bukan sebagai tujuan akhir.

Permasalahan lain yang bisa diajukan kenyataan bahwa para sarjana muslim belum membangun teori komunikasi Islam yang utuh. Beberapa hasil pemikiran yang ada baru berupa respon terhadap berbagai dampak komunikasi Barat, kemudian solusi yang ditawarkan dalam kontek Islam baru semacam *pengantar* untuk terwujudnya komunikasi Islam.

## **BAB IV**

### **KONSEP ISLAM TENTANG KOMUNIKASI**

- A. Term Komunikasi Dalam Al-Qur'an**
- B. Term Komunikasi Dalam al-Sunnah**
- C. Pendapat Ulama Tentang Komunikasi**
- D. Antara Dakwah dan Komunikasi**
- E. Perbandingan Antara Teori Komunikasi Barat dan Islam.**

## BAB IV

### KONSEP ISLAM TENTANG KOMUNIKASI: Kritik Terhadap Komunikasi Barat

Batasan apakah itu Islam kalau merujuk kepada judul-judul buku yang bertuliskan Islam hampir sulit dijumpai. Satu-satunya jalan untuk mengetahui batasan Islam adalah dengan merujuk kepada istilah yang dikemukakan oleh hadits dan buku akidah serta kamus dari sudut bahasa.

Secara bahasa *Islâm* berarti *inqiyâd* (patuh), *Islâm* dari *syarî'ah* berarti menunjukkan ketundukkan dan perilaku syariah serta senantiasa melakukan apa yang dibawa oleh Nabi SAW, sehingga dengan keislaman itu darahnya dijaga dan hal-hal yang dibenci dihindari.

و الإسلام و الإستسلام : الانقياد، و الإسلام من الشريعة: إظهار الخضوع وإظهار الشريعة والتزام ما أتى به  
النبي ص م ، وبذلك يحقن الدم ويستنه فيع المكروه<sup>284</sup>.

Ahmad Amîn memberikan pandangan lain, bahwa Islam adalah *al-salâm al-musâlamah* (damai), lawan katanya *al-harbu wal al-khishâm*. Artinya Islam berarti damai dan tidak mengajarkan kekerasan yang menyebabkan terjadinya peperangan dan pertengkaran.<sup>285</sup> Untuk itu Ahmad Amîn merujuk pada firman Allah SWT QS.25:63.

وعباد الرحمن الذين يمشون على الأرض هونا وإذا خاطبهم الجاهلون قالوا سلاما

---

<sup>284</sup> Ibnu Manzûr Jamâlu al-Dîn Muhammad Ibn al-Mukram, *lisân al-Arab*, Jilid 12, (Beirut: Dâr al-Fikri, 1990) cet I, h, 293.

<sup>285</sup> Ahmad Amîn, *Fajru al-Islâm*, (Beirut: Dâr al-Maktab, 1975) cet 11, h, 69.

“Dan hamba-hamba Tuhan yang Maha Penyayang itu (ialah) orang-orang yang berjalan di atas bumi dengan rendah hati dan apabila orang-orang jahil menyapa mereka, mereka mengucapkan kata-kata (yang mengandung) keselamatan.” (QS.25:63).

Bagi Amîn, kata *jâhilûn* pada ayat di atas bukan lawan kata dari *'ilm* sehingga berarti kebodohan, tapi lawan kata dari *al-ghadlab*, *al-suffah* dan *al-anafah* yang berarti amarah yang bisa memicu peperangan atau pertengkaran.<sup>286</sup>

Sejalan dengan pengertian yang diajukan Ahmad Amîn di atas, penulis memahami hadits Rasul SAW:

أَفْشُوا السَّلَامَ وَأَطْعَمُوا الطَّعَامَ وَصَلُّوا الْأَرْحَامَ وَصَلُّوا بِاللَّيْلِ وَالنَّاسَ نِيَامَ تَدْخُلُوا الْجَنَّةَ بِسَلَامٍ

Terjemahnya harus berarti “Wahai sekalian manusia, sebarkanlah perdamaian (*salâm*) --tidak sebatas pengertian ucapkanlah salam-- berilah makan, sambungkanlah tali kasih sayang (*shilatu al-rahimi*), shalatlah malam hari saat semua orang tidur, niscaya engkau akan masuk surga dengan damai (Riwayat Ibn Mâjah bab Makanan).

Hadits di atas bisa dipahami sebagai norma sosial yang diajarkan Rasul SAW bila dilaksanakan bisa mendapatkan kebahagiaan bagi pelakunya. Norma sosial tersebut tercermin dalam sikap mewujudkan perdamaian di manapun seorang muslim berada, sikap suka memberi dan sikap menghubungkan tali silaturrahim, yang dipungkas dengan kegiatan pribadi; sholat malam. Empat perilaku tersebut bisa mendatangkan kebahagiaan dan berakibat pada Surga. Dengan kata lain semuanya merupakan jembatan bagi seseorang untuk masuk surga idaman.<sup>287</sup>

<sup>286</sup> Ahmad Amîn, *Fajru...*, h.69.

<sup>287</sup> M.Tata Taufik, ”Langkah-langkah Menuju Surga” *Gema MUI* Edisi XVI, Jum’at 26 Rabiul Tsani 1427 H / 23 Juni 2006 M.

Sikap yang pertama adalah menyebar kedamaian, “kata salam” di sini penulis lihat bukan sekedar ucapan salam sebagaimana layaknya yang dilakukan seseorang jika saling bertemu, tapi ia lebih dalam lagi memberi makna pada ucapan “salam” yang senantiasa kita sampaikan. Anjuran untuk menyebarkan salam lebih luas maknanya ketika dihubungkan dengan kondisi sosial masyarakat, ini mengandung arti bahwa setiap pribadi muslim bertanggungjawab atas “suasana damai” di tempat ia tinggal, di tempat ia bekerja dan di tempat manapun.

Dalam perspektif ini keberadaan muslim harus bisa menciptakan suasana damai dan pelopor terselenggaranya kedamaian. Sehingga apa yang diucapkan oleh setiap muslim ketika bertemu dan bertegur sapa menjadi kenyataan dan mewarnai kehidupan kesehariannya. Dengan demikian maka ucapan “assalamu’alaikum” selain mengandung do’a perdamaian bagi siapa saja yang ditemui, juga mengandung arti bahwa saya “bertemu kamu dengan membawa semangat perdamaian,” atau “aku datang dengan membawa kedamaian bagimu.”<sup>288</sup>

Tsa’labi menyingkat dengan kata: *al-islâm bi al-lisân, wa-l- îmân bil qalbi*. Ketika seseorang disebut muslim maka menurut Abu Bakar Muhammad Ibn Basyâr memiliki dua arti: pertama berarti orang yang menyerah dengan ikhlas kepada perintah Allah, dan kedua berarti orang yang ikhlas beribadah kepada Allah.<sup>289</sup>

Menurut hadits yang diriwayatkan ‘Umar ra berikut:

وعن عمر -رضي الله عنه- أيضا قال: بينما نحن جلوس عند رسول الله -صلى الله عليه وسلم-

<sup>288</sup>M.Tata, “Langkah....” Gema MUI Edisi XVI.

<sup>289</sup> Dikutip dari *Ibnu Manzûr, lisân al-Arab* Jilid 12, cet I, h, 293.

ذات يوم، إذ طلع علينا رجل شديد بياض الثياب، شديد سواد الشعر، لا يرى عليه أثر السفر، ولا يعرفه منا أحد حتى جلس إلى النبي -صلى الله عليه وسلم- فأسند ركبتيه إلى ركبتيه، ووضع كفيه على فخذيه. فقال: يا محمد أخبرني عن الإسلام، قال: الإسلام أن تشهد أن لا إله إلا الله وأن محمدا رسول الله، وتقيم الصلاة، وتؤتي الزكاة، وتصوم رمضان، وتحج البيت إن استطعت إليه سبيلا. قال: صدقت، فعجبنا له يسأله ويصدقه! فقال: فأخبرني عن الإيمان، قال: أن تؤمن بالله، وملائكته، وكتبه، ورسله، واليوم الآخر، وتؤمن بالقدر خيره وشره. قال: صدقت. قال: فأخبرني عن الإحسان، قال: أن تعبد الله كأنك تراه، فإن لم تكن تراه فإنه يراك. قال: فأخبرني عن الساعة، قال: ما المسئول عنها بأعلم من السائل. قال: فأخبرني عن أماراتها، قال: أن تلد الأمة ربتها، وأن ترى الحفاة العراة العالة رعاء الشاة يتطاولون في البنيان. ثم انطلق فلبث مليا، ثم قال: يا عمر أتدري من السائل؟ قلت: الله ورسوله أعلم، قال: هذا جبريل أتاكم يعلمكم دينكم رواه مسلم.<sup>290</sup>

“Dari ‘Umar ra juga ia berkata: saat kami duduk bersama Rasul SAW pada suatu hari, tiba-tiba datang seseorang memakai pakaian putih, berambut hitam pekat, tidak nampak bekas perjalanan dari dirinya, tak seorangpun diantara kita yang mengenalnya, sampai ia duduk di hadapan Nabi berhadap-hadapan dan meletakkan tangannya di atas kedua pahanya lalu berkata: Hai Muhammad, ajari aku tentang Islam! Rasul menjawab: Islam adalah engkau bersaksi bahwa tidak ada tuhan selain Allah dan bersaksi bahwa Muhammad Rasul Allah, engkau mendirikan shalat, mengeluarkan zakat, berpuasa di bulan Ramadhan, berhaji ke baitullah jika engkau bisa melakukan perjalanannya. Lalu orang itu berkata: engkau benar, maka kami heran karena orang itu bertanya dan membenarkan Nabi.

Lalu orang itu berkata lagi: Ajari aku tentang Iman! Nabi menjawab: Engkau beriman kepada Allah, para malaikat-Nya, kitab-kitab-Nya, Rasul-Rasul-Nya dan beriman kepada hari akhir, serta beriman kepada qadar baik maupun qadar buruk. Orang itu berkata: Engkau benar!

Lalu orang itu bertanya tentang Ihsan: Nabi menjawab: Engkau menyembah Allah seakan engkau melihat-Nya, dan jika engkau tidak mampu melihatnya sesungguhnya Ia melihatmu. Lalu orang itu berkata lagi: Ajari aku tentang hari kiamat! Nabi menjawab: Yang bertanya lebih tahu dari yang ditanya. Lalu bertanya lagi: ajari aku tanda-tandanya! Nabi menjawab: Jika seorang budak perempuan melahirkan tuannya, jika engkau melihat orang-orang miskin meninggalkan pekerjaan aslinya –seperti mengembala kambing—dan memburu kemewahan dunia dengan membangun rumah-rumah yang indah. Kemudian orang itu pergi. Lalu Nabi bertanya kepada ‘Umar, apakah engkau tahu siapa

<sup>290</sup> Syarhu matan arbai'n al-nawahiyah, hadits ke 2, e-book.

yang bertanya? ‘Umar menjawab: Allah dan Rasulnya lebih tahu. Nabi berkata: Itulah Jibril mengajarkan agama kepada kalian” (HR.Muslim).

Dari hadits di atas nampak bahwa ada tiga komponen dasar dalam agama Islam yang satu sama lainnya saling berhubungan: Iman, Islam dan Ihsan. Iman berhubungan dengan kepercayaan kepada Allah serta berbagai berita yang diberitakan Allah baik berupa berita tentang kerasulan, malaikat, kitab-kitab terdahulu, serta berita tentang hari akhir dan qadar (ketentuan/ukuran) baik atau buruk yang dialami manusia. Sedangkan Islam lebih merupakan serentetan “kegiatan” yang didasari atas kesaksian (iman); dibuktikan dengan pelaksanaan kegiatan ibadah seperti shalat, puasa, zakat, serta haji. Ketiga adalah Ihsan, yang berarti kesungguhan dan kesempurnaan perilaku serta kesadaran akan adanya Allah yang melihat perilaku setiap orang (*syu’ûr bi-l-murâqabah*).

Mencakup pengertian Islam dari hadits di atas adalah apa yang ditulis Sayyid Sabiq: “Islam adalah agama Allah yang diwahyukan kepada Nabi Muhammad SAW, dan ia adalah agama yang berintikan keimanan dan perbuatan. Keimanan merupakan akidah dan pokok yang di atasnya berdiri syariat Islam. Kemudian dari pokok itu keluarlah cabang-cabangnya. Perbuatan itu merupakan syariat dan cabang-cabang yang dianggap sebagai buah yang keluar dari keimanan serta akidah itu.”<sup>291</sup>

Sampai di sini tergambar bahwa Islam merupakan sebutan untuk agama yang dibawa oleh Nabi Muhammad SAW serta merupakan syariah (kaidah peribadahan serta tingkahlaku peri kehidupan) dibangun atas kepercayaan kepada Allah SWT. serta berita-berita lain yang dibawa oleh Rasul melalui pewahyuan. Sebutan Islam ini telah diperkenalkan oleh Ibrahim AS sebelumnya.

---

<sup>291</sup> Sayid Sabiq, *Aqidah Islam*, terj, Moh, Abdil Rathomy, (Bandung: Diponegoro, 1985), cet VI, h, 15.

وَجَاهِدُوا فِي اللَّهِ حَقَّ جِهَادِهِ هُوَ اجْتَبَاكُمْ وَمَا جَعَلَ عَلَيْكُمْ فِي الدِّينِ مِنْ حَرَجٍ مِلَّةَ  
 أَبِيكُمْ إِبْرَاهِيمَ هُوَ سَمَّاكُمُ الْمُسْلِمِينَ مِنْ قَبْلُ وَفِي هَذَا لِيَكُونَ الرَّسُولُ شَهِيدًا عَلَيْكُمْ وَتَكُونُوا  
 شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ فَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَاعْتَصِمُوا بِاللَّهِ هُوَ مَوْلَاكُمْ فَنِعْمَ الْمَوْلَى وَنِعْمَ  
 النَّصِيرُ

Dan berjihadlah kamu pada jalan Allah dengan jihad yang sebenar-benarnya. Dia telah memilih kamu dan Dia sekali-kali tidak menjadikan untuk kamu dalam agama suatu kesempitan. (Ikutilah) agama orang tuamu Ibrahim. Dia (Allah) telah menamai kamu sekalian orang-orang muslim dari dahulu, dan (begitu pula) dalam (Al Quran) ini, supaya Rasul itu menjadi saksi atas dirimu dan supaya kamu semua menjadi saksi atas segenap manusia, maka dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat dan berpeganglah kamu pada tali Allah. Dia adalah Pelindungmu, maka Dialah sebaik-baik Pelindung dan sebaik-baik Penolong. (QS. 22:78)

Pengertian ini mengandung arti bahwa berbagai tingkahlaku, karsa serta pemikiran seorang muslim yang berdasarkan pada tuntunan syariat Islam dan dasar keimanan merupakan wujud dari keislaman dan keimanan yang bisa dinisbahkan kepada Islam.<sup>292</sup> Hanya saja ada pemilahan tindakan apakah ia merupakan tindakan yang baik atau mengada-ada. "...Sebaik baik hadits adalah kitab Allah dan sebaik-baik petunjuk adalah petunjuk Rasulullah SAW dan sejelek-jelek perkara adalah perkara yang diada-adakan..." Demikian potongan hadits yang diriwayatkan Jâbir.<sup>293</sup>

Mengenai motivasi berkarya dan berkarsa dalam pembentukan tradisi Islami misalkan tercermin dalam ungkapan " barang siapa yang membuat tradisi baik, maka baginya pahala kebaikan dan pahala orang yang melakukan tradisi tersebut, begitu

<sup>292</sup>Dalam kaitan ini ada penyaringan dengan sebutan bid'ah, mengada-ada dalam hal ritual keagamaan yang tidak bersumber pada sunnah Rasul SAW..

وعن أم المؤمنين أم عبد الله عائشة -رضي الله عنها- قالت: قال رسول الله -صلى الله عليه وسلم-: من أحدث في أمرنا هذا ما ليس منه فهو

رد رواه البخاري ومسلم

<sup>293</sup>Hadits Riwayat Muslim, *Bulûghu al-Marâm*, h,98 .

sebaliknya barang siapa yang membuat tradisi tidak baik, maka baginya dosa dan dosa yang mengikutinya...”<sup>294</sup>

Berbagai “kelonggaran” dalam berkarsa dan berkarya yang diajarkan Islam menuntut seorang muslim untuk menggunakan nalarnya dalam bertindak. Dengan kata lain memiliki logika tindakan Islam. Logika adalah untuk menyusun sistematika dari sederetan kalimat dan konsekuensinya dalam berpikir deduktif.<sup>295</sup> Langkah-langkah yang perlu diperhatikan adalah mengidentifikasi karakter dari berbagai pernyataan (kalimat) yang memiliki konsekuensi logis, berbagai premis diajukan untuk mendukung pernyataan lain, yang kemudian disebut argumen, yang membantu menuju pada kongklusi (kesimpulan). Jika argumennya benar maka disebut valid.

Tindakan berarti melakukan sesuatu, melakukan sesuatu karena, atau melakukan sesuatu untuk tujuan tertentu. Jadi suatu perbuatan yang dilakukan karena alasan-alasan tertentu, atau perbuatan sengaja dilakukan untuk mencapai taraf atau tahapan tertentu. Selain tindakan juga bisa diartikan perbuatan yang dilakukan atas nama seseorang, bisa juga berarti tindakan karena termotivasi sesuatu.<sup>296</sup>

Pernyataan Rasulullah SAW mengomentari isu hijrahnya seseorang karena motivasi individual sangatlah erat dengan paradigma tindakan Islam: “sesungguhnya setiap perbuatan itu memiliki motivasi dan niat tertentu, barang siapa yang niat dan motivasi hijrahnya karena Allah dan Rasul-Nya maka ia berhijrah kepada Allah dan Rasul-Nya dan barang siapa yang hijrahnya karena dunia atau karena perempuan, maka

---

<sup>294</sup> Ibnu Mâjah, *Sunanu Ibn Mâjah*, Kitab al-Muqadimah, bab, man sana sunatan hasanatan aw sayyiatan, hadits no 203.

<sup>295</sup> Deduktif: Bermula dari yang umum menuju yang khusus, *from the general to the specific*.

<sup>296</sup> Bedakan *Act on, act for, act on behalf of, act from*. Lihat A.S. Horn, *Oxford Advanced...*,

ia hanya mendapatkan apa yang diniatkannya” (HR. Bukhari dan Muslim). Motivasi tindakan ini barangkali yang membuat keleluasaan bertindak bagi seorang muslim selama tujuannya untuk menjunjung tinggi agama Allah.

وعن أمير المؤمنين أبي حفص عمر بن الخطاب -رضي الله عنه- قال: سمعت رسول الله -صلى الله عليه وسلم- يقول: إنما الأعمال بالنيات، وإنما لكل امرئ ما نوى، فمن كانت هجرته إلى الله ورسوله فهجرته إلى الله ورسوله، ومن كانت هجرته لدنيا يصيبها أو امرأة ينكحها فهجرته إلى ما هاجر إليه .

Dalam tulisannya *Mantik Profetik: Sirah Sepanjang Masa* A. Luqman Vichaksana mengisyaratkan bahwa maksud logika tindakan adalah gaya bertindak atau paradigma bernalar dan bertindak.<sup>297</sup> Jadi dasar bertindak (logika tindakan) bagi muslim menurutnya adalah iman dan nalar.

Ketika dihubungkan dengan “Keislaman,” maka paradigma (kerangka) tindakan yang dipakai adalah kerangka keislaman. Jadi seorang muslim bertindak harus berdasarkan pada kaidah-kaidah umum yang bersifat universal. Untuk kemudian dihubungkan dengan partial-partial yang lebih khusus (menterjemahkan kaidah-kaidah umum yang Islam pada realitas sosial maupun individual). Kaidah-kaidah tentang *keadilan, kejujuran, kesederhanaan, keberanian, etos kerja, amanah, kritis* (prinsip *tawâshaw bilhaq* dan *tawâshaw bi shabr*), *amar ma'ruf dan nahi mungkar*, misalkan semuanya merupakan kaidah umum yang bisa dijadikan dasar bagi upaya-upaya perjuangan untuk mewujudkan keadilan, kampanye kejujuran, anti korupsi dan seterusnya.<sup>298</sup>

Apa yang bisa dijadikan objek tindakan? Pertanyaan ini bisa dijawab dengan melihat realitas. Kenyataan yang dihadapi manusia senantiasa menjadi stimuli untuk

<sup>297</sup> A. Luqman Vichaksana, *Mantik Profetik: Sirah Sepanjang Masa*, [www.Islamalternatif.com](http://www.Islamalternatif.com), 17 April 2006.

<sup>298</sup> M.Tata Taufik, ”Logika (Tindakan) Islami,” *Tsaqafah*, Vol.3.No.1. 1427.H

bertindak (sebagai respons). Karena kehidupan bagaikan gugusan antara stimuli dan respon.

Berbagai temuan di dalam kehidupan sosial maupun individual tersebut merupakan rangsangan untuk bertindak. Realitas sosial apa saja bisa dijadikan sebagai objek tindakan; keadilan sosial, keadilan ekonomi, patalogi sosial, pemerataan pendidikan dan lain-lain semuanya bisa dijadikan objek tindakan. Hakekat keberadaan seseorang akan terlihat dalam posisi dan perannya dalam suatu kehidupan sosial tertentu --bahasa haditsnya: “Sebaik-baik manusia adalah yang berguna bagi manusia lain.” Hadits hasan riwayat al-Qadhâ’i.<sup>299</sup>

Selain temuan dalam realitas sosial, ada juga temuan dalam realitas yang bersifat individual. Realitas sosial akan melahirkan tindakan yang bersifat sosial juga, sebagaimana realitas individual akan melahirkan tindakan individual.

Objek tersebut akan sangat ditentukan oleh kepekaan dan kepedulian terhadap realitas, hal ini erat sekali hubungannya dengan kemampuan berfikir kreatif; mengubah yang lama menjadi nampak baru atau mencipta suatu yang baru. Suatu realitas bisa saja sangat berarti bagi seseorang atau bagi kelompok tertentu, namun dinilai tidak berarti bagi individu/ kelompok lain. Yang membedakan “berarti atau tidaknya” suatu realitas adalah karena derajat perhatian dan kepekaan yang berbeda, interest dan latar belakang pengetahuan yang berbeda. Maka semakin peka dan tanggap seseorang terhadap apa yang ada di sekelilingnya, akan semakin mampu dia merumuskan logika tindakan apa yang bisa dilakukan; dalam arti yang sederhana –mampu bertindak cepat.<sup>300</sup>

---

<sup>299</sup> Al-Suyûti, Jalâlu al-Dîn ‘Abdurrahmân Ibn Abî Bakr, *Al-Jâmi’ al-Shagîr fî ‘Ahâdîsi Al-Basyîr Al-Nadzîr*, (Bandung: PT. Al-Maraif, Tanpa Tahun) Cet.ke-I, Jilid II, h,9.

<sup>300</sup>Kecepatan bertindak merupakan hasil dari proses berfikir yang cepat.

Dalam kerangka berfikir logik dan positif tersebut kemudian para ulama menjalankan anjuran sunnah seperti tersebut di atas berusaha memegang teguh dua pusaka yang diwarisi dari Rasul SAW; Al-Qur'an dan Hidayah Rasul SAW yang kemudian disebut Sunnah. Seruan kembali kepada Al-Qur'an dan al-Sunnah senantiasa muncul ketika muslim menghadapi suatu agenda besar; kebangkitan, peradaban, dan pemurnian yang kadang juga melahirkan pro-kontra. Jamaluddin Al Afghani (1838-1897) pada tahun 1870an dengan Muhammad Abduh (1849-1905) mengumandangkan pan-Islamisme yang sangat berarti bagi gerak dan geliat keislaman di abad 19. Robert D. Lee (2000) mengumpulkan berbagai karakter gerakan pemurnian Islam mulai dari Iqbal (1877-1938) di India, 'Ali Shari'ati, yang sejak tahun 1960an tulisan-tulisannya sangat berpengaruh di Iran maupun luar Iran. Sayyid Qutub seorang tokoh pergerakan di Mesir yang paling bisa –karena semangat perjuangan dan pengetahuannya—membahasakan Al-Qur'an sehingga pemikirannya sangat laku di kalangan mahasiswa termasuk di Indonesia hingga Muhammad Arkoun yang mencoba menawarkan metodologi pemahaman Al-Qur'an dengan pendekatan hermeneutik yang menghebohkan di tahun 1990an. Kegerahan intelektual di Dunia Islam ditambah lagi dengan kemunculan Nasr Hamid Abu Zaid yang melanjutkan penawaran metodologis penafsiran dari Arkoun.<sup>301</sup>

Al-Qur'an adalah kitab yang diturunkan Allah kepada Nabi Muhammad SAW dan menjadi kitab suci ummat Islam. Ia merupakan rujukan pertama ummat Islam setelah Nabi wafat, kemudian rujukan kedua diduduki oleh *al-sunnah*, lalu diikuti oleh pendapat para ulama. Secara bahasa: Al-Qur'an bentuk *mashdar*<sup>302</sup> dari *qara'a*, sama dengan

---

<sup>301</sup> Robert D. Lee, *Mencari Islam Autentik dari nalar Puitis Islam Hingga Nalar Kritis Arkoun*, terjemah Ahmad Baiquni, (Bandung: Mizan, 2000) Cet. I. h. 71-195.

<sup>302</sup> Asal kata dalam tata bahasa Arab bagi sebagian ahli nahwu.

*qirâ'ah* (QS.75:17-18). Secara istilah para ulama sepakat dengan pengertian: Kalam Allah yang dapat melemahkan lawan (*al-Mu'jiz*) diturunkan kepada Nabi Muhammad SAW melalui Jibril ditulis dalam mushaf dan sampai kepada kita dengan riwayat yang mutawatir, serta membacanya dinilai ibadah, dimulai dari surat al-Fâtihah dan diakhiri surat al-Nâs.<sup>303</sup>

Rasul SAW menyipati Al-Qur'an sebagaimana yang diriwayatkan Tirmidzi berikut:

“Kitab Allah di dalamnya terdapat berita orang-orang sebelum kamu, dan berita apa-apa yang akan terjadi nanti, hukum tentang apa-apa yang terjadi di antara kamu sekalian, ia merupakan rincian ketentuan dan bukan permainan. Barang siapa meninggalkannya karena keangkuhan maka Allah akan menghancurkannya, dan barang siapa mencari petunjuk (hidayah) selain daripadanya, maka Allah akan menyesatkannya, ia adalah tali Allah yang kuat, ia juga peringatan yang sangat bijak, ia adalah jalan yang lurus, berasamanya keinginan (nafsu/ego) tidak akan tergelincir, bersamanya tidak akan ada ucapan yang rancu, ulama tidak akan pernah merasa puas untuk mempelajarinya, dan tidak akan bosan karena seringnya mengulang-ngulang bacaannya, keajaibannya tidak akan pernah habis, ialah kitab yang apabila mendengarnya Jin tidak akan berhenti sampai berkata: ‘Sesungguhnya kami mendengar Al-Qur'an yang penuh keajaiban, menunjuki kejalan yang benar maka kami beriman kepadanya...’ barang siapa berbicara dengan mendasarkan padanya pasti benar, barang siapa menjalankannya pasti diberi pahala, dan barang siapa menghukumi dengannya pasti adil, dan barang siapa menyeru kepadanya pasti akan ditunjuki ke jalan yang benar.”<sup>304</sup>

Adapun *sunnah* secara bahasa berarti *sîrah* atau prilaku apakah prilaku baik maupun buruk. Secara istilah berbeda-beda menurut pandangan para ulama sesuai dengan spesialisasi dan tujuan ilmu yang mereka geluti. Menurut para *muhadits* yang dimaksud *sunnah* adalah segala sesuatu yang dihubungkan dengan Rasul SAW baik dari perkataan, perbuatan atau persetujuan, atau sifat jasmani maupun sifat prilaku (*khuluq*) ataupun

---

<sup>303</sup> Al-Shâbûni, Muhammad ‘Ali, *al-Tibyân fi ‘Ulûm al-Qur’ân*, (Jakarta: Dinamika Berkah Utama, 1985) cet.I. h,8.

<sup>304</sup> Al-Shâbûni, *al-Tibyân fi....*, h,8.

perjalanan hidupnya apakah sebelum kenabian atau sesudah kenabian. Sunnah dalam pengertian ini *synonym* hadits.<sup>305</sup>

Al-Qur'an adalah dasar dari syari'ah karena ia merupakan kalam Allah yang diturunkan kepada Rasul SAW yang berkewajiban untuk menyampaikannya kepada ummat manusia. Selain Al-Qur'an, yang datang dari Nabi SAW ialah hadits atau sunnah. Al-Qur'an adalah wahyu yang dibacakan (*al-wahyu al-mathluw*) dan membacanya merupakan ibadah sedangkan hadits adalah wahyu yang tidak dibacakan (*al-wahyu ghair al-mathluw*) serta membacanya tidak dikategorikan ibadah.<sup>306</sup> Maka keduanya menjadi sumber tasyr'i yang saling berhubungan dan tidak bisa dipisahkan. Seorang tidak akan bisa memahami syari'at kecuali dengan merujuk kepada keduanya secara bersamaan.

Selanjutnya para ahli hukum Islam menjadikan *i'jma* dan *qiyâs* sebagai sumber berikutnya menurut Fazlur Rahman, hubungan timbal balik antara keempat prinsip ini sangat membingungkan dan sulit untuk menjelaskannya.<sup>307</sup> Kalau dibahasakan secara sosiologis bisa dikatakan bahwa sumber syariah itu adalah Al-Qur'an dan al-Sunnah serta pendapat ulama --sebagai pemegang otoritas keagamaan--tentang suatu permasalahan dengan memedomani kedua sumber utama tadi. Adapun *i'jma* dan *qiyâs* adalah metodologi yang dipakai para ulama dalam mengambil *istimbâth*.

Dari sudut penafsiran Al-Qur'an bisa dilihat "letak" pendapat ulama dalam memahami Al-Qur'an kepada halayak. Adanya klasifikasi tafsir kepada *bi al-ma'tsûr* dan *bi al-ra'yi*<sup>308</sup> (tafsir dengan riwayat dan tafsir dengan pendapat akal mufasirnya)

---

<sup>305</sup> Muhammad 'Ajâj al-Khathîb, *U'Shûlu al-hadîth, 'ulûmuhu wa mushthalahuhu*, (Dâr al-Fikr, 1989), h, 18-19.

<sup>306</sup> Al-Khathîb, *U'Shûlu al-hadîth*..., h,34.

<sup>307</sup> Fazlur Rahman, *Islam*, terjemah Ahsin Muhammad,(Bandung: Pustaka, 1997) Cet.III, h,90.

menunjukkan adanya pendapat ulama (komunikator keagamaan) yang bisa dijadikan pegangan bagi pengamalan syari'at; pola perilaku yang diberikan Tuhan untuk menjadi tuntunan bagi manusia.

Term Islam --dengan demikian-- mencakup berbagai keterangan yang diambil dari Al-Qur'an dan al-Sunnah serta pendapat para ulama muslim dalam menyikapi berbagai persoalan dan perubahan sosial Islam. Pendapat para ulama bisa dipandang atau dinisbahkan ke Islam sebab apa yang dilakukannya dinilai usaha (ijtihad) untuk membahasakan kedua sumber syari'ah tersebut dalam kehidupan sosial sekaligus sebagai bukti keislaman dan kepeduliannya terhadap masalah-masalah ummat Islam.

### C. Term Komunikasi Dalam Al-Qur'an

Mencari term "media" (*i'lām*) dalam Al-Qur'an secara lafdzi tidak akan pernah ditemukan, tapi tidak berarti kajian komunikasi terhadap Al-Qur'an menjadi tindakan mengada-ada atau bahkan suatu hal yang mustahil. Sebab Al-Qur'an sendiri merupakan salah satu bentuk komunikasi religius antara manusia dengan Tuhan.

Berbicara konsep Islam tentang media berarti menelusuri konsep komunikasi dalam Al-Qur'an, al-Sunnah dan pandangan ulama sebagai komentator kedua sumber Islam tersebut. Hal itu bisa ditelusuri melalui ungkapan-ungkapan seperti: *yad'ū, qul, ta'āruf, tawāshau*, yang mencerminkan komunikasi sebagai proses. Selain kata *yad'ū*-yang dari situ juga dikemukakan konsep *dakwah*-- memberikan arti *komunikasi* dalam perspektif Islam. Sementara dari sudut tujuan maupun yang mengarah kepada konten dapat ditemukan kata-kata seperti; *hikmah, maw'izhah, mujādalah hasanah*,

---

<sup>308</sup>Walaupun sebagai upaya penyaringan dibedakan juga antara *tafsîr bi al-ra'yi* yang diterima dari yang tidak diterima.

*ya'murūna bil ma'rūf wa yanhauna 'ani-l-munkar, qūlū li al-nāsi husna, qaulan sadīdan* dll. Dari sudut efek misalkan terungkap kata *yastami'ūna al-qaula wa yattabi'ūna a'hsanahu, wamā 'alaika illa al-balâgh* dan seterusnya.

Adapun indikasi penggunaan media misalkan kisah Nabi Sulaiman A.S dengan Hudhud serta surat yang dikirimnya QS.27:106. Penggunaan surat sebagai -- media kisah ini-- jika dihubungkan dengan firman Allah QS.8:60 Arahannya menjadi jelas bahwa penggunaan media menjadi memungkinkan menurut kerangka Islam.

وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَمِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ تُرْهِبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ وَأَخْرِينَ مِنْ دُونِهِمْ لَا تَعْلَمُوهُمْ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يُوَفَّ إِلَيْكُمْ وَأَنْتُمْ لَا تُظْلَمُونَ.

"Dan siapkanlah untuk menghadapi mereka kekuatan apa saja yang kamu sanggupi dan dari kuda-kuda yang ditambat untuk berperang (yang dengan persiapan itu) kamu menggentarkan musuh Allah, musuhmu dan orang-orang selain mereka yang kamu tidak mengetahuinya; sedang Allah mengetahuinya. Apa saja yang kamu nafkahkan pada jalan Allah niscaya akan dibalas dengan cukup kepadamu dan kamu tidak akan dianiaya (dirugikan)" (QS.8:60).

Seperti yang diungkap sifat Al-Qur'an sebagaimana yang digambarkan Nabi SAW di muka, bahwa kandungan Al-Qur'an terdiri atas berita orang-orang sebelum kamu, dan 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 juga ketentuan hukum kemasyarakatan.

Secara skematik pada Bab I telah penulis gambarkan bahwa konsep komunikasi meliputi *"Who says...or gets...What...Why...To or from whom...When...In what manner...Under what circumstance...Why...with what channel...and Why... what*

*effect*” sebagai pengembangan dari Laswell dan Thayer (Figure 2.h.13). Maka dalam menelusuri term-term media (*channel*) dalam pembangahan ini akan dilakukan dengan memedomani kerangka teoritis tersebut.

### 1. Wahyu (*Massage*) Sebagai Komunikasi Teologis

Keyakinan akan kebenaran Al-Qur'an sebagai wahyu dari Allah kepada Nabi Muhammad SAW bukan kewajiban yang harus diyakini oleh ummat manusia saja --terutama muslim, tapi lebih dari itu Nabi sendiri juga harus meyakini bahwa apa yang dibawanya itu adalah benar-benar dari Tuhan yang diturunkan kepadanya untuk disampaikan kepada manusia lain. Kepercayaan Rasul tersebut diungkap dalam QS.2:285.

أَمَّنَ الرَّسُولُ بِمَا أُنْزِلَ إِلَيْهِ مِنْ رَبِّهِ وَالْمُؤْمِنُونَ كُلٌّ آمَنَ بِاللَّهِ وَمَلَائِكَتِهِ وَكُتُبِهِ وَرُسُلِهِ لَا نُفَرِّقُ  
بَيْنَ أَحَدٍ مِنْ رُسُلِهِ وَقَالُوا سَمِعْنَا وَأَطَعْنَا غُفْرَانَكَ رَبَّنَا وَإِلَيْكَ الْمَصِيرُ

“Rasul telah beriman kepada Al-Qur'an yang diturunkan kepadanya dari Tuhannya, demikian pula orang-orang yang beriman. Semuanya beriman kepada Allah, malaikat-malaikat-Nya, kitab-kitab-Nya dan Rasul-Rasul-Nya. (Mereka mengatakan): "Kami tidak membeda-bedakan antara seseorangpun (dengan yang lain) dari Rasul-Rasul-Nya", dan mereka mengatakan: "Kami dengar dan kami taat." (Mereka berdu'a): "Ampunilah kami ya Tuhan kami dan kepada Engkaulah tempat kembali."

Keberadaan Al-Qur'an sebagai wujud komunikasi teologis antara Tuhan dengan makhluk-Nya ditegaskan juga dalam QS.4: 166 yang menyatakan bahwa Allah dan para malaikat menjadi saksi atas kebenaran bahwa ia wahyu dari Tuhan:

لَكِنِ اللَّهُ يَشْهَدُ بِمَا أُنْزِلَ إِلَيْكَ أَنْزَلَهُ بِعِلْمِهِ وَالْمَلَائِكَةُ يَشْهَدُونَ وَكَفَى بِاللَّهِ شَهِيدًا

“(Mereka tidak mau mengakui yang diturunkan kepadamu itu), tetapi Allah mengakui Al-Quran yang diturunkan-Nya kepadamu. Allah menurunkannya dengan ilmu-Nya; dan malaikat-malaikat pun menjadi saksi (pula). Cukuplah Allah yang mengakuinya.” (QS.4: 166).

Penegasan-penegasan seperti ini perlu diberikan oleh Al-Qur’an sebab berbagai “penolakan” yang dihadapi oleh Rasul dalam menyampaikan wahyu tersebut demikian kuat, berbagai tekanan --secara manusiawi-- bisa mengakibatkan pertanyaan-pertanyaan batin dalam diri Nabi sendiri, apakah yang dibawanya itu benar wahyu? Kalau ia apakah wahyu itu dari Tuhan? Kalau memang dari Tuhan mengapa mereka tidak mau percaya? Mengapa mereka menganggapnya “kebohongan” dan seterusnya.

Pada berbagai kalimat ujaran yang berupa wahyu itu --kemudian menjadi-- teks dapat terlihat pola komunikasi yang terus menerus selama hayat Rasul SAW dengan Tuhannya. Bermula dari perintah membaca,<sup>309</sup> kemudian turunnya wahyu setelah berhenti sejenak<sup>310</sup> sampai pada akhir turunnya wahyu beberapa hari menjelang wafatnya.<sup>311</sup> Selain itu berbagai bentuk kalimat teks Al-Qur’an seperti penggunaan kata perintah *Qul* (katakanalah), kata tanya *A’lam?* (apakah kamu belum tahu?) *araa’ita?* (bagaimana pendapatmu?) menunjuk pada komunikasi timbal balik antara Tuhan dengan Nabi. Banyak bentuk kalimat-kalimat lain yang menggunakan *shighah i’stifham* (kalimat tanya) dan juga kalimat berita yang mencerminkan praktek komunikasi seperti bentuk kalimat

---

<sup>309</sup> QS 96:1

<sup>310</sup> QS.93:3

<sup>311</sup> QS.2:281

berita *yas 'alûnaka* mengindikasikan “sifat responsif” Tuhan terhadap persoalan yang dihadapi Rasul-Nya.

Jibril sebagai *channel* komunikasi teologis, Tuhan mengomunikasikan pesan-pesan Ilahiyahnya kepada manusia (Nabi) melalui Jibril. Dalam posisi ini Jibril berperan sebagai channel yang menghubungkan antara *originator* (Tuhan) dengan *receiver* (Nabi). Teori cara turunnya wahyu yang dikemukakan para ulama menggambarkan ada dua cara: melalui perantara Jibril, dan tanpa perantara; kalam Allah langsung, dan melalui mimpi yang jadi kenyataan. Kemudian proses penurunannya melalui beberapa tahapan dari Tuhan ke *Lauhilmahfûdz*, secara utuh sekaligus, hanya Allah yang tahu. Kemudian dari *Lauhilmahfûdz* ke *Baitul 'Izah* di langit bumi dalam satu malam di bulan Ramadhan (Lailatul Qadar?). Dari langit bumi ke dunia (hati Nabi SAW) berangsur-angsur 23 tahun.<sup>312</sup>

Penemuan elektro magnetik (radio wave) oleh J.C Maxwell 1873 ilmuwan Inggris dan dikembangkan oleh Hertz dari Jerman membuat perubahan besar di bidang sarana komunikasi, saat manusia satu sama lainnya bisa saling berkomunikasi tanpa berhadap-hadapan, melalui radio, telephone, televisi dan lainnya mempermudah pemahaman atas terori *wahyu* dan pewayhuan.

Penemuan teknologi tersebut menunjukkan kemampuan manusia berkomunikasi dua arah dan seringkali temannya tidak mendengar adanya praktek komunikasi tersebut. Maka tidak terlalu sulit untuk memahami wahyu sebagai komunikasi Ilahiyah, saat Tuhan memilih sekian dari hamba-Nya karena kebersihan diri dan fitrahnya untuk siap menerima pancaran Tuhan serta wahyu

---

<sup>312</sup>Al-Shâbuni, *Al-Tibyân*...,h, 32-34. Manâ` al-Qathân, *Mabâhits fî Ulûmi al-Qur'ân*, (Mansyûrât al-'Ashri al-Hadîts, tanpa tahun) h, 34-38.

dan kemampuan berhubungan dengan Zat Yang Maha Tinggi, berisikan pesan-pesan yang dibutuhkan ummat manusia guna memperbaiki sistem kehidupan dan akhlaknya.<sup>313</sup>

Akhir abad 20 dan awal abad 21 pemahaman komunikasi teologis ini menjadi lebih bisa dipahami dengan mengasumsikan bahwa *Baitul 'Izzah* di langit dianalogkan dengan *satellite* komunikasi yang mengelilingi Bumi, berguna untuk memotret dan mentransmit data (mengirim signal elektrik), dipancarkan ke berbagai receiver yang menerima sesuai permintaan *request*. Bandingkan teori komunikasi ini dengan teori penurunan wahyu dari *Baitul 'Izzah* ke bumi selama 23 tahun secara berangsur-angsur sesuai kebutuhan dan harapan Rasul SAW Saat menghadapi realitas, Rasul SAW berharap dan ber'doa, kemudian harapan itu memancar ke langit, dari langit –karena ada *request* turunlah pesan (informasi) yang diterima oleh Nabi SAW yang karena kedudukan dan kesiapannya memiliki kemampuan *me-receive* informasi Ilahiyah tersebut untuk kemudian dikomunikasikan kepada manusia lain dalam hal ini berfungsi semacam *service provider* yang juga akan menerima berbagai request dari peserta komunikasi yang mengaksesnya.

Pendekatan mekanis ini bisa menjelaskan proses pewahyuan (bagi Nabi) atau proses ilham bagi manusia biasa, dengan asumsi bahwa Jibril (sebagai pengawal wahyu) tidak pensiun<sup>314</sup> dari tugasnya sampai sekarang, ia akan mengirimkan *ilham* kepada manusia sesuai permintaan. Sebagai ilustrasi kata

---

<sup>313</sup> Manâ' al-Qathân, *Mabâhith fi ....*, h,31.

<sup>314</sup>Pada tahun 1980an Emha Ainun Najib melempar wacana ini sehingga ia dicekal di Jawa Tengah karena pendapatnya itu.

*i'hdina al-shirâth al-mustaqîm* dari surat al-Fâtiḥah yang senantiasa dibaca pada setiap shalat minimal 17 kali per hari analog dengan *request* yang selalu dikirimkan oleh setiap muslim, dan *hidâyah* yang diminta itu kemudian diilhamkan kepada pemintanya oleh Jibril sehingga bagi yang aktif melakukan shalat –dengan serius dan benar serta tidak terganggu oleh *noise* – akan mendapatkan ide-ide segar dan i'tikad kebaikan yang memungkinkannya selalu menyeru kepada kebaikan dan menjaga diri dari tindakan kemungkaran.

Sebagaimana halnya dengan komunikasi interpersonal antara sesama manusia, dibutuhkan juga beberapa syarat pencapaiannya, seperti kebersihan penerima, tidak adanya *noise*<sup>315</sup> dan tersedianya energi (listrik) yang dibutuhkan demikian juga komunikasi Ilahiyah. Teori kebersihan jiwa<sup>316</sup> yang akan melahirkan kedekatan (memperpendek jarak) sehingga berhasil komunikasi tanpa *noise*, *noise* adalah pengganggu komunikasi yang dalam bahasa komunikasi teologisnya disebut *waswasatu al-Syaitan*. kerjanya setan adalah *make noise* dengan mencoba mencuri informasi dari Tuhan atau memberi informasi palsu:

لَا يَسْمَعُونَ إِلَى الْمَلَأِ الْأَعْلَى وَيُقَذَّفُونَ مِنْ كُلِّ جَانِبٍ

“setan-setan itu tidak dapat mendengarkan (pembicaraan) para malaikat dan mereka dilempari dari segala penjuru” (QS.37:8).

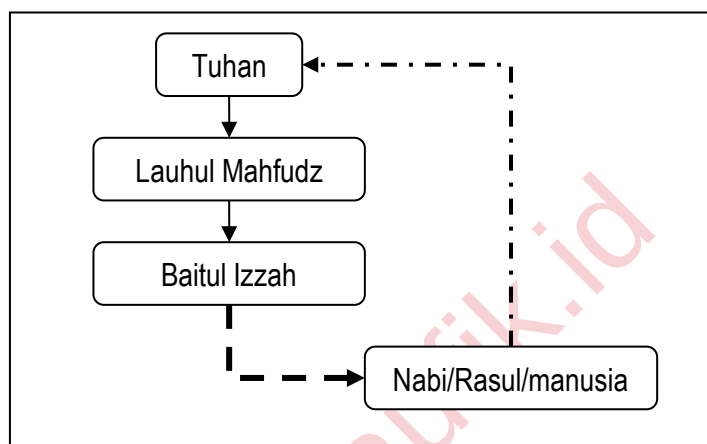
وَلَقَدْ جَعَلْنَا فِي السَّمَاءِ بُرُوجًا وَزَيَّنَّاهَا لِلنَّاظِرِينَ وَحَفِظْنَاهَا مِنْ كُلِّ شَيْطَانٍ رَجِيمٍ إِلَّا مَنْ  
اسْتَرَقَّ السَّمْعَ فَاتَّبَعَهُ شِهَابٌ مُبِينٌ

<sup>315</sup>Noise: a sound, especially one that is loud or unpleasant or that causes disturbance, or irregular fluctuations that accompany a transmitted electrical signal but are not part of it and tend to obscure it, *The NEW OXFORD Dictionary of ENGLISH*.

<sup>316</sup> Banyak dikemukakan oleh para filsuf muslim seperti Ibn Sina (980 -1037), Al-kindi (870), ar-Razi (865- 923) serta teori-teori kedekatan sufistik.

“kecuali syaitan yang mencuri-curi (berita) yang dapat didengar (dari malaikat) lalu dia dikejar oleh semburan api yang terang.” (QS.15:18).

Figure 11  
Proses Pewahyuan



Keterangan:

- =Penurunan Langsung
- → =Permintaan Sesuai Kebutuhan ,
- → =Pewahyuan sesuai

## 2. Jibril Sebagai Medium Komunikasi Tuhan-Manusia

Sejalan dengan pengertian konsep pewahyuan di atas bisa dilihat Jibril sebagai medium yang menghubungkan antara Tuhan dengan para Rasul-Nya. Dalam konteks Al-Qur'an ia menghantarkan wahyu (*massage*) dari Baitul I'zah ke Nabi SAW selama hayatnya --setelah pengangkatan sebagai Rasul hingga wafat.

Pengertian Jibril sebagai medium ini bisa dibenarkan jika dilihat bahwa ia bukan dari jenis manusia, seperti gunung, air, angin dan makhluk Allah lainnya yang sering juga disebut malaikat, malaikat gunung, malaikat laut dan lainnya, dengan ciri-ciri bahwa mereka para malaikat itu senantiasa bertasbih dan selalu patuh menaati perintah Allah;

إِنَّ الَّذِينَ عِنْدَ رَبِّكَ لَا يَسْتَكْبِرُونَ عَنْ عِبَادَتِهِ وَيُسَبِّحُونَهُ وَلَهُ يَسْجُدُونَ

“Sesungguhnya malaikat-malaikat yang ada di sisi Tuhanmu tidaklah merasa enggan menyembah Allah dan mereka mentasbihkan-Nya dan hanya kepada-Nya-lah mereka bersujud”(QS.7:206).

وَلَهُ مَنْ فِي السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَمَنْ عِنْدَهُ لَا يَسْتَكْبِرُونَ عَنْ عِبَادَتِهِ وَلَا يَسْتَحْسِرُونَ

“Dan kepunyaan-Nyalah segala yang di langit dan di bumi. Dan malaikat-malaikat yang di sisi-Nya, mereka tiada mempunyai rasa angkuh untuk menyembah-Nya dan tiada (pula) merasa letih” (QS.21:19).

Karena ia tidak sejenis dengan manusia maka dia bisa dikelompokkan pada media; bisa juga malaikat<sup>317</sup> --makhluk cahaya yang bisa menjelma dan sangat halus dan bisa bergerak dengan cepat--dibandingkan dengan sinar laser<sup>318</sup> yang bisa mentransfer data, suara, serta *image*.

### 3. Bahasa Sebagai Media Komunikasi Verbal

Bahasa adalah alat komunikasi antar manusia, W.J.S. Poerwadarminta mengartikan bahasa sebagai sistem dari pada lambang, tanda yang berupa

<sup>317</sup> Sabiq, *Aqidah...*,h,176.

<sup>318</sup> Laser, noun a device that generates an intense beam of coherent monochromatic light (or other electromagnetic radiation) by stimulated emission of photons from excited atoms or molecules. Lasers are used in drilling and cutting, alignment and guidance, and in surgery; the optical properties are exploited in holography, reading bar codes, and in recording and playing compact discs.

sembarang bunyi. Selanjutnya ia terangkan *bunyi bahasa* yang dipakai orang untuk melahirkan pikiran dan perasaan.<sup>319</sup> Selain itu Gorys Keraf memberikan pengertian bahasa sebagai berikut: bahasa adalah alat komunikasi antara anggota masyarakat berupa simbol bunyi yang dihasilkan oleh alat ucap manusia<sup>320</sup>. Bahasa adalah kemampuan lisan yang mirip dengan kegiatan produksi, yakni kemampuan lisan dalam mengungkapkan suatu makna yang dimaksud dengan segala keindahannya. Demikian tulis Ibnu Khaldun.<sup>321</sup> Dalam *Encyclopedia Britanica* dituliskan bahwa bahasa adalah “*a system of conventional spoken or written symbols by means of which human beings, as members of a social group and participants in its culture, communicate.*” Bahasa merupakan sistem simbol baik berupa ucapan maupun tulisan yang dipakai oleh manusia --sebagai anggota kelompok sosial dan pelaku budaya-- untuk berkomunikasi.

Selanjutnya banyak definisi yang diajukan seperti Henry Sweet, seorang ahli bahasa Inggris, menyatakan: “*Language is the expression of ideas by means of speech-sounds combined into words. Words are combined into sentences, this combination answering to that of ideas into thoughts.*” Bahasa adalah ekspresi ide yang dituangkan dalam bunyi dan kata. Kata dikombinasikan dalam kalimat, kombinasi tersebut menerjemahkan ide dalam suatu pemikiran.

---

<sup>319</sup> Poerwadarminta W.J.S. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PN. Balai Pustaka. 1984) h, 75. Sejalan dengan ini semua pembahasan bahasa memberikan definisi bahwa bahasa adalah rentetan lafadz yang dipakai pemakainya untuk mengungkapkan maksud dan pikirannya. Seperti Mustofa al-Ghalayiniy dalam *Jāmiu Ad-Durūs Al-‘Arabiyah*, h, 9. Ahmad al-Iskandariy dan Musthafa Inaniy, dalam *Al-Wasīf*.

<sup>320</sup> Gorys Keraf. *Komposisi*, (Ende: Nusa Indah, 1984), Cet. VII., h, 1.

<sup>321</sup> ‘Abdurrahmān Ibnu Khaldūn, *Tārikhl Al-Allāmh Ibnu Khaldūn, Al-Muqaddimah*, Jilid I. (Beirut: Dāru Al-Kitāb Al-Lubnāniy, 1979), Cet. II. h, 81.

Linguis Amerika Bernard Bloch dan George L. Trager menyusun definisi sebagai berikut: "*A language is a system of arbitrary vocal symbols by means of which a social group cooperates.*"<sup>322</sup>Bahasa adalah sistem arbitari (kesepakatan) dari simbol bunyi yang dipakai oleh kelompok sosial tertentu.

Bahasa dari sudut medianya memiliki dua bentuk yaitu bahasa lisan dan tulisan, yang paling awal dari kedua bentuk ini adalah bahasa lisan. Bahkan bahasa yang dijadikan objek bahasan linguistik adalah bahasa yang menghubungkan isi pikiran manusia dengan bunyi yang dihasilkannya (ucapan). Yaitu bahasa yang menghasilkan serta menerima bunyi hingga terjadi proses ujaran. Sedangkan bahasa tulisan adalah bahasa yang berbeda yang bertujuan untuk melukiskan bahasa yang terucap (ujaran) dengan cara yang terlihat, bisa disebut visualisasi ujaran. Jadi tulisan merupakan penemuan baru setelah penemuan bahasa lisan. Simbol huruf adalah nomor dua dibanding dengan simbol bunyi yang terucap. Maka tulisan tak ubahnya sebagai *simbol dari simbol* Demikian Tegas Edward Sapir.<sup>323</sup>

Yang dimaksud bahasa lisan adalah ujaran berupa leretan bunyi yang diucapkan oleh manusia sebagai alat komunikasi antara pembicara/penutur dengan pendengar.<sup>324</sup>Jadi bahasa yang dihasilkan dengan menggunakan alat ucap dengan fonem sebagai unsur dasarnya. Sedangkan yang dimaksud dengan bahasa tulisan adalah bunyi bahasa yang dilambangkan dalam tulisan berupa leretan

---

<sup>322</sup> "Language", *Encyclopædia Britannica*.

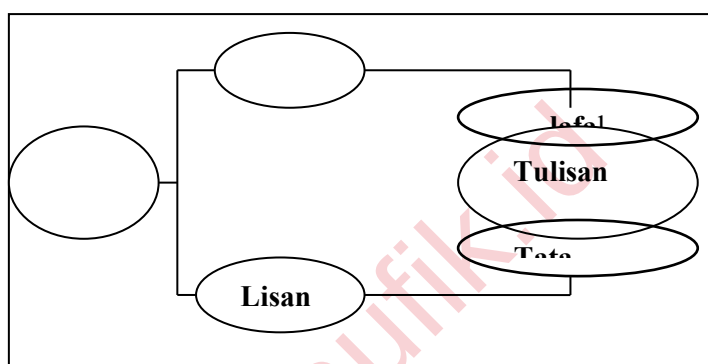
<sup>323</sup> Mahmūd As-Sa 'rān, *Ilmu Al-Lughah*, (Beirut: Dāru Al-Nahdah Al-'Arabiyah), h,55.

<sup>324</sup> Abdullah Ambary, *Intisari Tata Bahasa Indonesia*, (Bandung:Djatnika) h, 8.

huruf sebagai alat komunikasi antara penulis, pengarang dengan pembaca.<sup>325</sup> Atau bahasa yang dihasilkan dengan memanfaatkan tulisan dengan huruf sebagai unsur dasarnya.

Sebagai ilustrasi berikut ini bagan ragam bahasa Lisan dan Tulisan yang dibuat Sugono:

Figure 12  
Ragam Bahasa



Pada bagan di atas terlihat bahwa bahasa ragam lisan mencakup aspek lafal, tata bahasa (bentuk kata dan susunan kalimat) dan kosa kata. lafal merupakan pembeda ragam bahasa lisan dari tulis. Kalau dalam ragam bahasa lisan kita berurusan dengan lafal dalam bahasa tulis kita berurusan dengan tata cara penulisan. Selain itu aspek tata bahasa dalam kedua ragam bahasa itu memiliki ciri yang berbeda.<sup>326</sup>

Ada beberapa hal yang sangat menentukan dalam penggunaan ragam bahasa lisan maupun tulisan, dalam bahasa lisan penutur (pembicara) bisa dibantu dengan dramatisasi seperti gerak tangan, air muka, tinggi-rendah suara atau

<sup>325</sup> Ambary, Intisari...,h,8.

<sup>326</sup> Sugono Dendy, *Berbahasa Indonesia Dengan Benar*, Jakarta: Puspaswara, Cet. VI. 1999, h, 14-15.

tekanan untuk memberikan pemahaman atau arti kepada lawan bicaranya, sedangkan dalam bahasa tulisan hal tersebut tidak bisa dilambangkan, oleh karenanya diperlukan kelengkapan unsur tata bahasa, baik bentuk kata maupun susunan kalimat, kebenaran kaidah ejaan, ketepatan pilihan kata dan punctuation sangat membantu menanamkan arti bagi pembacanya.

Maka bahasa dapat diartikan sebagai alat (media) untuk mengungkapkan tujuan dan pikiran seseorang kepada orang lain yang ada di sekelilingnya baik berupa simbol bunyi dalam bentuk ujaran maupun berupa simbol huruf dalam bentuk tulisan.<sup>327</sup> Prinsip bahasa sebagai media komunikasi nampak digambarkan Al-Qur'an saat Musa AS diutus untuk menghadap Fir'aun, ia meminta kepada Tuhan agar ditemani oleh Harun as yang memiliki kecakapan berbicara melebihi dirinya.

وَأَخِي هَارُونُ هُوَ أَفْصَحُ مِنِّي لِسَانًا فَأَرْسَلْهُ مَعِيَ رِدْءًا يُصَدِّقُنِي إِنِّي أَخَافُ أَنْ يُكَذِّبُونِ

“Dan saudaraku Harun dia lebih fasih lidahnya daripadaku, maka utuslah dia bersamaku sebagai pembantuku untuk membenarkan (perkataan) ku; sesungguhnya aku khawatir mereka akan mendustakanku" (QS.28:34).

Selain itu Al-Qur'an juga memperhatikan pemilihan penggunaan kosa kata, sering kali ada pernyataan koreksi dari Al-Qur'an atas penggunaan kata-kata seperti kata راعنا yang dilarang dipakai sebagai gantinya memakai kata أَنْظَرْنَا : Hai orang yang beriman, janganlah kamu katakan (kepada Muhammad) “Râ'inâ”,

---

<sup>327</sup> Schrank Jeffrey, *Understanding Mass Media*, (Illinois: National Textbook Company, 1977) h.1.

tetapi katakanlah “*Undzur nâ*” dan “dengarlah”. Dan bagi orang-orang kafir siksaan yang pedih (QS.2:104).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَقُولُوا رَاعِنَا وَقُولُوا انظُرْنَا وَاسْمَعُوا وَلِلْكَافِرِينَ عَذَابٌ أَلِيمٌ

#### 4. Al-Qur'an Sebagai Media Komunikasi

Berkenaan dengan ini Mohammed Arkoun melihat --secara linguistik-- Al-Qur'ân adalah sebuah korpus terbatas dan terbuka pada *berbagai ujaran* dalam bahasa Arab, sepanjang kami hanya mempunyai akses terbatas pada naskah yang secara tertulis dibakukan setelah abad IV-X. Jadi, keseluruhan *naskah* yang dibakukan ini telah diolah layaknya sebuah *karya*. Selanjutnya ia tuliskan ....Dengan menyatakan Al-Qur'ân adalah sejumlah *ujaran*, maka kami menaruh perhatian kembali terhadap fakta bahwa Al-Qur'ân sudah dan tetap merupakan suatu tuturan (*parole*) sebelum ada sebuah naskah tertulis. Meski demikian, status linguistik tuturan yang disampaikan Nabi ini, tidak sama dengan tuturan orang beriman yang mengulanginya dalam sebuah bentuk fonetis dan grafis yang dihimpun secara ketat.<sup>328</sup> Apa yang diungkapkan Arkoun dengan bahasa yang berani, sebenarnya hanya ingin menyampaikan bahwa Al-Qur'ân itu sebuah ujaran, atau merupakan bahasa lisan, yang secara linguistik statusnya tidak sama antara ujaran itu ketika disampaikan oleh Nabi SAW dengan ketika ia ditulis atau diujarkan ulang oleh para pengikutnya.

---

<sup>328</sup> Mohammed Arkoun, *Kajian Kontemporer Al-Qur'an*, terjemah Hidayatullah, (Bandung: Pustaka, 1988) Cet-Ke- I, h, 93-95.

Sejalan dengan definisi Al-Qur'an di atas serta komentar tentang Al-Qur'an yang dikemukakan Arkoun, semakin jelaslah kedudukan bahasa Al-Qur'an sebagai bahasa lisan; ujaran.

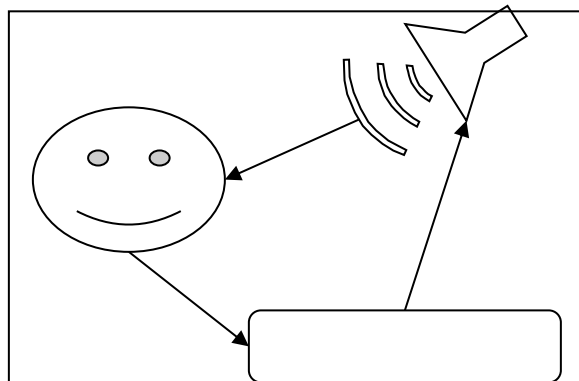
Pernyataan di atas ketika dihubungkan dengan kenyataan bahwa Al-Qur'an yang berbentuk *mushaf* dan ada dihadapan kita saat ini agak membingungkan, karena dalam kenyataannya ia berbentuk teks tertulis. Namun hal ini tidak terlalu menyulitkan kalau dipahami bahwa naskah tersebut adalah simbol dari sebuah ujaran, dengan kata lain bahwa naskah Al-Qur'an yang ada dewasa ini adalah *sejumlah ujaran yang dibukukan*. Dan status tulisan tersebut hanya merupakan simbol untuk membantu agar *ujaran* tersebut tidak hilang.

Gambar di bawah ini (figure 16) memperlihatkan bagaimana seorang mukmin ketika berhadapan dengan Al-Qur'an; ketika ia membaca naskah Al-Qur'an, lalu apa yang dibacanya itu berbunyi, dan bunyi yang merupakan ujaran tersebut adalah Kalam Allah SWT, lalu kembali kepada telinga pembacanya. Gambar tersebut sejalan dengan ungkapan: *من أراد أن يكلمه الله فليقرأ القرآن!* Barang siapa yang ingin agar Allah berbicara kepadanya hendaknya ia baca Al-Qur'ān!<sup>329</sup>

---

<sup>329</sup>Imam Nawâwi msialnya mengatakan tentang tadabur al-Qur'an: Yang wajib bagi pembaca al-Qur'an untuk merasakan dalam jiwanya bahwa ia sedang berdialog dengan Allah SWT. Lihat '*Kaifa Takûnu Muhibbullah?*' <http://rwafee.com/vb/archive/index.php/t-2007.html>, lihat juga, Hamâm 'Abdu al-Ma'bûd, "*Kaifa Tatstatsmir 'Asyru al-Awâkhir Îmânan*". [http://www.islamonline.net/Arabic/In\\_Depth/BackToAllah/Articles/2004/11/01a.SHTML](http://www.islamonline.net/Arabic/In_Depth/BackToAllah/Articles/2004/11/01a.SHTML).

Figure 13  
Letak Al-Qur'an



Selanjutnya Al-Qur'ān (*mushaf*) bisa dilihat sebagai wacana: Bahasa adalah alat komunikasi yang merupakan rentetan kalimat yang saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya hingga membuahkan arti. Karenanya dalam melihat suatu naskah tidak lagi dipandang sebagai suatu bahasa dalam bentuk struktur, frase ataupun kata, tapi dilihatnya sebagai susunan kalimat yang saling berkaitan yang menghubungkan satu proposisi dengan proposisi lainnya yang membentuk satu kesatuan yang dinamakan wacana.<sup>330</sup> Jadi yang dimaksud wacana adalah sekelompok kalimat yang saling bertautan dan merupakan satu kesatuan.

Wacana bisa berbentuk lisan maupun tulis, wacana lisan sering dijumpai dalam bentuk ceramah, pidato, tanya jawab dan lain-lain. Sedangkan wacana tulis mencerminkan interaksi antara penulis dengan pembacanya biasanya menjadi sarana komunikasi antara para ilmuwan, sastrawan, sahabat ataupun dua orang dekat. Dalam wacana lisan penyapa ialah pembicara dan pesapa ialah pendengar,

---

<sup>330</sup>Hasan Alwi dkk, *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*, edisi ke III, (Jakarta: Balai Pustaka, 2000), h.419.

sedangkan dalam wacana tulisan, penyapa ialah penulis dan pesapa ialah pembaca.<sup>331</sup>

Setiap wacana memiliki konteks yang terdiri atas berbagai unsur, seperti situasi, pembicara, pendengar, waktu, tempat, adegan, topik, peristiwa, bentuk amanat, kode, dan sarana.<sup>332</sup> Konteks wacana ini sangatlah berperan dalam menyampaikan “pesan” atau isi wacana tersebut, termasuk juga memengaruhi pemilihan ragam bahasa serta pemilihan kata-kata yang dijadikan simbol untuk menyampaikan pesan tadi. Unsur seperti adegan sangat memengaruhi intonasi kalimat yang diujarkan, demikian juga unsur topik dan peristiwa.

Selanjutnya konsep wacana ketika dihubungkan dengan naskah Al-Qur'an, maka berarti semua unsur konteks wacana tersebut pasti ada dan memengaruhi, bahkan berperan dalam menentukan makna pesan Qur'ani. Alih-alih potongan kalimat pendek (ayat) tidaklah selamanya berperan dalam menyampaikan pesan. Karena seringkali kalimat berikutnya menerangkan atau merinci bahkan bisa juga menjawab pernyataan pada kalimat pertama. Karenanya dalam menyikapi naskah Al-Qur'an hendaknya dipandang sebagai wacana, bukan suatu yang terpisah dan berdiri sendiri. Tidak juga dipandang sebagai suatu yang terlepas dari konteks wacana dengan segala unsurnya.

Berkenaan dengan hal ini, Arkoun menulis sebagai berikut: Al-Qur'an adalah sebuah korpus homogen dan bukan sebuah korpus percontohan yang diangkat secara semena-mena dengan kaidah-kaidah dan pengusutan yang

---

<sup>331</sup> Hasan Alwi, *Tata Bahasa....*, h.421.

<sup>332</sup> Bentuk amanat dapat berupa surat, esai, pemberitahuan dll, Kode ialah ragam bahasa yang dipakai, baku tak baku dll. Sarana, sarana komunikasi; pembicaraan tatap muka, radio televisi, tulisan dll.

direncanakan sebelumnya. Semua ujaran yang dikandungnya dihasilkan dalam suatu *situasi wacana* yang sama. Perlu dicermati bahwa yang dimaksud *situasi wacana* adalah sejumlah keadaan dalam lingkungan tempat suatu tindak pengujaran (baik secara tertulis maupun secara lisan) terjadi.<sup>333</sup>

Apabila melihat pernyataan-pernyataan di atas nampaklah bahwa bahasa Al-Qur'an pada dasarnya adalah bahasa ujaran yang disajikan (dipelihara) dalam tulisan, kemudian ketika menyikapi naskah Al-Qur'an yang ada, haruslah dipandang sebagai wacana dengan segala unsurnya.

Selanjutnya apabila dilihat dari segi yang lebih luas, berbagai bentuk bahasa dalam pengungkapan bisa dilihat sangatlah menyeluruh dalam arti mencakup berbagai ragam bahasa; dari sudut topik, didapatkan bahwa bahasa Al-Qur'an ada yang menyangkut perdagangan, perundangan (hukum) bahasa interaksi sosial sehari-hari, bahasa teknik dialog, pendidikan dll. Semuanya dapat dilihat dalam wacana serta mencermati susunannya. Bagaimana Al-Qur'an mengomunikasikan pesannya ketika berkenaan dengan hukum, tata cara serta metode pendidikan, bagaimana juga ketika berkenaan dengan situasi perang cerita masa silam, mengkisahkan suatu kejadian dll, yang semuanya menjadi "trend" pembahasan tersendiri dalam *ulumul qur'an* kontemporer maupun kajian Al-Qur'an dari sudut lingustik dan stilitika Al-Qur'an.

## 5. Kitab Suci dan Shahifah

---

<sup>333</sup> Arkoun, *Kajian*....,h, 93.

Bisa dilihat dalam Al-Qur'an pernyataan tentang *al-Kitab* dan *Shahifah* yang berisi ajaran para Nabi terdahulu. Penggunaan kata tersebut menunjuk pada bentuk media yang ada pada waktu itu yaitu Kitab-kitab dan Shahifah.

وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ مُصَدِّقًا لِمَا بَيْنَ يَدَيْهِ مِنَ الْكِتَابِ وَمُهَيْمِنًا عَلَيْهِ فَاحْكُم بَيْنَهُمْ بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ عَمَّا جَاءَكَ مِنَ الْحَقِّ لِكُلِّ جَعَلْنَا مِنْكُمْ شِرْعَةً وَمِنْهَاجًا وَلَوْ شَاءَ اللَّهُ لَجَعَلَكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَلَكِنْ لِنَبْلُوَكُمْ فِي مَا آتَاكُمْ فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ إِلَى اللَّهِ مَرْجِعُكُمْ جَمِيعًا فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ فِيهِ تَخْتَلِفُونَ

“Dan Kami telah turunkan kepadamu Al Quran dengan membawa kebenaran, membenarkan apa yang sebelumnya, yaitu kitab-kitab (yang diturunkan sebelumnya) dan batu ujian terhadap kitab-kitab yang lain itu; maka putuskanlah perkara mereka menurut apa yang Allah turunkan dan janganlah kamu mengikuti hawa nafsu mereka dengan meninggalkan kebenaran yang telah datang kepadamu. Untuk tiap-tiap umat diantara kamu, Kami berikan aturan dan jalan yang terang. Sekiranya Allah menghendaki, niscaya kamu dijadikan-Nya satu umat (saja), tetapi Allah hendak menguji kamu terhadap pemberian-Nya kepadamu, maka berlomba-lombalah berbuat kebajikan. Hanya kepada Allah-lah kembali kamu semuanya, lalu diberitahukan-Nya kepadamu apa yang telah kamu perselisihkan itu.” (QS. 5:48)

Pernyataan ayat surat 5 ayat 48 tersebut memberi informasi pada kita bahwa ada tradisi penghimpunan ajaran atau aturan yang diterima oleh para Nabi dalam bentuk tulisan. Ayat ini juga ditegaskan dalam ayat lain:

إِنَّ هَذَا لَفِي الصُّحُفِ الْأُولَى . صُحُفِ إِبْرَاهِيمَ وَمُوسَى .

“Sesungguhnya ini benar-benar terdapat dalam kitab-kitab yang dahulu, (yaitu) Kitab-kitab Ibrahim dan Musa” (QS.87:18-19).

إِنَّ هَذَا الْقُرْآنَ يَفُصُّ عَلَى بَنِي إِسْرَائِيلَ أَكْثَرَ الَّذِي هُمْ فِيهِ يَخْتَلِفُونَ.

“Sesungguhnya Al-Qur’an ini menjelaskan kepada Bani Israil sebahagian besar dari (perkara-perkara) yang mereka berselisih tentangnya (QS.27:76).

## 6. Surat Sebagai Media Komunikasi

Komunikasi antara raja-raja pada masa dahulu menggunakan surat sebagai media, untuk mengantarkannya mereka menggunakan kurir, atau burung merpati. Kisah Nabi Sulaiman AS dengan jelas menerangkan proses komunikasi antara dirinya dengan Ratu Bilqis:

اَذْهَبْ بِكِتَابِي هَذَا فَاَلْقِهْ اِلَيْهِمْ ثُمَّ تَوَلَّ عَنْهُمْ فَاَنْظُرْ مَاذَا يَرْجِعُونَ.

“Pergilah dengan (membawa) suratku ini, lalu jatuhkan kepada mereka, kemudian berpalinglah dari mereka, lalu perhatikanlah apa yang mereka bicarakan". (QS.27:28).

## 7. Qul ( قل ) sebagai term Komunikasi Massa

Siapa yang pernah melihat pola penggunaan kata dalam berbagai spanduk kampanye anti narkoba akan terbaca peringatan berbunyi: “Katakan tidak pada narkoba!” atau dalam bahasa Inggris: “*Say no to drugs.*” Pada saat membaca tulisan tersebut mereka yang mengenal Al-Qur’an akan segera mengorelasikan antara slogan kampanye tersebut dengan firman Allah misalnya: قل هو الله أحد atau ayat-ayat lain yang senada.

Yang menarik adalah ada kesepakatan penggunaan kalimat perintah dalam menuntun dan memeringati seseorang baik dalam bahasa Inggris, Arab maupun bahasa Indonesia, yang mana memengaruhi yang mana itu bukan persoalan, tapi yang menjadi pertanyaan adalah apakah pola kalimat perintah seperti itu memiliki kekuatan penetapan makna dalam diri sasaran? Sehingga ada semacam kesepakatan dalam penggunaan pola kalimat tersebut untuk berkampanye. Kalau dilihat dari segi kalimat instruktif nampaknya tergambar ada “kekuasaan” di sana. Kata perintah menunjukkan bukan saja ajakan kepada sesama yang derajatnya sama, tapi merupakan tuntutan dari komunikator yang posisinya jauh berada di atas komunikan. Sehingga secara struktural tergambar adanya hirarki kekuasaan. Bahwa yang memerintah lebih berkuasa dari yang diperintah.

Dari sudut ajakan bila komunikasi dipandang sebagai komunikasi antara sesama teman, maka bisa berarti menggali potensi dalam diri komunikan untuk mengatakan sesuai dengan apa yang dibaca, ini mengandung pengertian bahwa bila “pernyataan” tersebut telah berani dikatakan oleh diri komunikan akan mampu membentengi dirinya dari melakukan sebagaimana apa yang dilarang atau menjalankan sebagaimana apa yang diperintahkan. Nampaknya ada rahasia psikologis dalam pemilihan kalimat tersebut dan secara komunikasi mencerminkan komunikasi tingkat tinggi.

Kalau dalam susunan Al-Qur'an penggunaan kata “qul” ( قل ) oleh para mufasir sering diartikan sebagai ungkapan arahan atau bimbingan (*taujiḥ*), arahan pertama kepada Rasul SAW lalu berikutnya arahan kepada seluruh kaum

muslimin.<sup>334</sup> Yakni arahan dari Allah SWT agar Nabi –termasuk seluruh Mu'minin) mengatakan sebagaimana yang diperintahkan seperti:

قل أعوذ برب الفلق!<sup>336</sup> dan lainnya. قل أعوذ برب الناس!<sup>335</sup>

Dua ayat tersebut merupakan ayat permohonan perlindungan (المعوذتين) yang ditafsirkan sebagai cara memohon perlindungan kepada Allah dengan sifat-sifat yang tercantum dalam kelanjutan dari kedua surat al-Falaq dan al-Nâs, karena manusia senantiasa ada yang selalu mengikutinya (Jin atau Setan), maka sebagai permohonan hendaknya kepada Zat yang lebih tinggi lagi yang digambarkan dengan sifat-sifat kekuasaan-Nya—sebelum Islam tidak ada orang yang mohon perlindungan dengan ungkapan selenkap seperti pada dua surat tersebut.<sup>337</sup>

#### 8. Komunikasi Dialogis: Istifhâm

Banyak ditemukan kalimat tanya atau istifhâm (*interrogative*) dalam Al-Qur'an, yang intinya mencerminkan komunikasi dua arah (dialog). Lapadz هل, أ dalam susunan ayat-ayat Al-Qur'an sering mengandung arti tawaran atau ajakan atau juga memang kalimat interogatif murni.

هل ننبئكم بالأخسرين أعمالاً؟<sup>338</sup> رأييت الذي يكذب بالدين؟<sup>339</sup>

<sup>334</sup> Sayyid Qutub, *FîDilâl al-Qur'ân*, (Beirut: Dâru al-Syurûq, 1988) Cet-Ke 15, Jilid VI, h, 4006.

<sup>335</sup> QS.114:1.

<sup>336</sup> QS.113:1.

<sup>337</sup> Ibnu Katsîr, *Tafsîr....*, Jilid 5.h.794.

<sup>338</sup> QS.18:103.

<sup>339</sup> QS.108:1.

Melalui kalimat dengan pola istifhâm tersebut Al-Qur'an berdialog dengan manusia dan dengan Nabi SAW mengarahkan pandangan, mengajak untuk memikirkan dan memperhatikan sesuatu serta mengajak untuk melihat ni'mat Allah SWT.<sup>340</sup>

Komunikasi dialogis merupakan konsep komunikasi yang harus dijunjung tinggi, ia lebih bernurani, memanusiawi dan, Hamid Mowlana misalnya kurang mendukung media massa (pers) dalam konteks dakwah, baginya pers hanya dapat membantu dakwah, dengan alasan secara historis, Islam dikomunikasikan dengan dengan media-media tradisional seperti mesjid dan majlis ta'lim. Hal serupa juga diakui Muhammad Siddiqi dan Bakti. Bahkan mengkritisi konsep masyarakat informasi Mowlana mengajukan masyarakat Islami, sementara Cees J. Hamelink mengajukan *communication society* karena menurutnya yang diperlukan adalah masyarakat komunikasi bukan masyarakat informasi.<sup>341</sup>

## 9. Insyirâh al-Shadr Sebagai Psikologi Komunikasi

Dalam perilaku komunikasi ada Source-Message-Channel-Receiver dan Feedback (SMCRF) kesadaran akan komponen komunikasi tersebut ternyata disadari betul oleh Musa AS saat hendak menghadapi Fir'aun. Kesadaran akan perlunya kelapangan dada (kesiapan mental dan ketenangan) untuk mencapai komunikasi dengan baik, lalu perlunya kemudahan urusan dalam pelaksanaan tugas mengomunikasikan pesan, kesadaran akan perlunya kelancaran lidah (sebagai media komunikasi verbal) dan tercapainya komunikasi yang baik;

---

<sup>340</sup> Fathullah Wasîm, *Asâlib al-Tarbiyah wa al-Da'wah wa al-Taujîh min Khilâl Sûratu Ibrâhîm*, E-Book, h, 23-26.

<sup>341</sup> Cees J. Hamelink, 'Moral challenges in....'

dengan dipahaminya semua pesan dengan baik oleh penerima (pendengarnya) nampak tersurat dalam du'a yang dipanjatkan Musa AS: “Musa Berkata: ‘Wahai Tuhanku, lapangkanlah dadaku, mudahkanlah urusanku, hilangkanlah kekeluan lidahku supaya mereka memahami perkataanku” (QS.20:25-28).

قَالَ رَبِّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي وَيَسِّرْ لِي أَمْرِي وَاحْلُلْ عُقْدَةً مِنْ لِسَانِي يَفْقَهُوا قَوْلِي

Permintaan Musa AS tersebut karena ia telah diutus untuk melakukan pekerjaan besar, mengomunikasikan pesan kepada komunikan seorang penguasa yang tidak melihat adanya tuhan selain dirinya, serta memiliki kekuasaan yang besar, memiliki tentara yang banyak, setelah Musa AS meninggalkannya, kini ia harus kembali lagi menghadap dan menyeru kepada Allah SWT, demikian komentar Ibnu Katsir mengawali penafsiran ayat tersebut.<sup>342</sup>

Musa mengetahui kalau Fir'aun tidak akan beriman, makanya berdua seakan berkata: “Oh Tuhanku, kenapa engkau menyuruhku untuk menyerunya padahal Engkau telah menjadikannya untuk tidak beriman, lalu Allah SWT tetap menyuruhnya agar pergi menyeru Fir'aun, maka Musa berdu'a dengan mengucapkan ayat di atas.<sup>343</sup>

Untuk mampu menyampaikan pesan dengan baik diperlukan kesiapan psikologis, kesiapan bahan, kemampuan mengendalikan diri, percaya diri merupakan serentetan kesiapan mental yang harus dipersiapkan. Orang yang memiliki emosi positif karena percaya diri dan citra diri yang tinggi akan bisa mengembangkan kemampuannya menerima informasi dan memiliki fleksibilitas

---

<sup>342</sup> Ibnu Katsîr, *Tafsîr*...., Jilid 4.h.11.

<sup>343</sup> Qurtubi, *Tafsîr*...., Jilid 11.h.1725.

dalam proses mentalnya yang bersandar pada kehendak untuk mengetahui dan kehendak untuk belajar.<sup>344</sup> Dengan singkat Musa menyebutnya kelapangan dada; kebersihan niat, kekuatan tekad, dan terbebas dari kebutuhan dan kepentingan yang menyesatkan.

Guna mencapai komunikasi politik- religiusnya, kalau disampaikan pada abad 21 sekarang ini yang penuh dengan kemudahan-kemudahan teknologi media komunikasi mungkin Musa akan menyampaikannya dengan menggunakan LCD Proyektor yang dapat membantu sistematika penyampaian pesan dan pemusat perhatian komunikan sehingga penyajian menjadi menarik dan perhatian penerima terfokus, serta sandaran pada kepiawaian lisan bisa sedikit dimanipulasi dengan bantuan teknologi tersebut. Dari sini nampak bahwa ayat-ayat Al-Qur'an sangat dinamis dan bisa tetap berbunyi setiap saat, karena hukum (bukan sekedar hukum fiqih) yang ditawarkannya sangat empiris.

#### 10. **Ihsan (*serious-minded*) Sebagai Komunikasi Simpatik**

##### **a. Konten Pesan:**

Komunikasi merupakan bentuk awal dari interaksi sosial, adanya kontak sosial dan hubungan-hubungan sosial yang terbentuk demikian luas dan banyak memberikan manfaat bagi kehidupan manusia berawal dari terjalannya komunikasi. Kehidupan bersama bisa terwujud karena adanya komunikasi yang baik dan mampu menciptakan kedamaian dan kemaslahatan bersama. Dalam konteks ini Islam membimbing pemeluknya supaya bisa berkomunikasi baik antara sesamanya (kelompok muslim) maupun lintas

---

<sup>344</sup> Britanica, *Op. Cit.* "emotion" Explanation of the functions of emotion experiences.

kelompok (dengan kelompok non muslim). Perhatian terhadap komunikasi tersebut menunjukkan posisi Islam sebagai agama yang menjadi petunjuk bukan saja dalam kegiatan ritual dan peribadahan, melainkan ia merupakan pedoman bagi pembentukan suatu kehidupan masyarakat ideal. Sebuah bangunan masyarakat yang anggotanya saling menghormati, saling menghargai menuju kemaslahatan bersama.

Perhatian Islam terhadap komunikasi tersebut bisa dilihat dalam Al-Qur'an, berkenaan dengan *apa* (isi atau materi komunikasi) yang harus diucapkan ketika berkomunikasi dengan sesama manusia, dalam ayat 53 Surat ke 17 (al-Isra) diungkapkan sebagai berikut:

وَقُلْ لِعِبَادِي يَقُولُوا الَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ الشَّيْطَانَ يَنْزِعُ بَيْنَهُمْ إِنَّ الشَّيْطَانَ كَانَ لِلْإِنْسَانِ

عَدُوًّا مُّبِينًا

“Katakanlah kepada hamba-hamba-Ku supaya mereka berkata sesuatu yang terbaik, karena setan akan membelokkan (isi pesan tersebut) di antara mereka, karena setan adalah musuh yang nyata bagi manusia.” (QS.17:53).

Kalau diperhatikan ayat di atas memberikan tuntunan agar kaum muslim memerhatikan materi pembicaraannya dengan atribut “terbaik.” Kata materi tersebut bisa dipahami dari kata *yaqûlû al-Lâtî Hiya 'Ahsan* ( يَقُولُوا الَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ). Penggunaan kata *al-Lâtî* di situ menunjukkan sesuatu yang disampaikan atau materi ucapan. Melalui ayat di atas Al-Qur'an mengajarkan bahwa untuk berkomunikasi seseorang hendaknya memilih materi yang

terbaik. Pembahasan di sini akan difokuskan pada atribut ‘*ahsân*’ dan kata bentukannya dilihat dari sudut pandang komunikasi.

Menafsirkan ayat tersebut Ibnu Katsîr menyatakan bahwa Allah menyuruh Rasul dan hamba-Nya agar menganjurkan kepada hamba-hamba Allah yang beriman untuk berkata dalam perbincangan dan komunikasi mereka perkataan yang terbaik, kalimat yang sejuk (*thayyib*), karena kalau mereka tidak berlaku demikian, setan akan “memelintir” perkataan tersebut sehingga mengakibatkan perbuatan yang buruk, pertikaian, bahkan pembunuhan.<sup>345</sup>

Muhammad ‘Utsmân ‘Abdullah al-Marghani dalam tafsirnya *Tâju al-Tafâsîr* mengomentari ayat tersebut dengan memberikan penjelasan tambahan sebagai berikut: dan katakanlah kepada hamba-hambaku yang beriman supaya mengatakan kalimat (perkataan) yang terbaik terhadap orang-orang yang mendustakan (hari akhir) dan jangan mengatakan perkataan yang membuat marah dan permusuhan. Karena setan akan menyebarkan pertentangan dan perselisihan (perbuatan buruk) antara mereka, dan setan adalah musuh yang nyata bagi manusia.<sup>346</sup>

Sayyid Qutub menjelaskan ayat tersebut: Kemudian pembicaraan (ayat) berpindah dari masalah orang-orang kafir dan pendusta hari akhir pada ummat mu’min, supaya Rasul SAW menganjurkan mereka untuk berbicara dengan *kalimat thayyibah* dan bertutur kata dengan perkataan yang baik.

---

<sup>345</sup><http://quran.al-islam.com/Tafseer/DispTafsser.asp?l=arb&taf=KATHEER&nType=1&nSora=17&nAya=53>.

<sup>346</sup> Muhammad Utsmân ‘Abdullah al-Marghani, *Tâju al-Tafâsîr*, (Dâr al-Fikr Tanpa tahun), Jilid, 1, h, 254.

وَقُلْ لِعِبَادِي يَقُولُوا الَّتِي هِيَ أَحْسَنُ katakanlah kepada hambaku untuk mengatakan perkataan yang terbaik, ayat ini berlaku umum, dalam berbagai kesempatan dan situasi supaya mereka (kaum mu'min) memilih perkataan yang terbaik untuk disampaikan, dengan demikian mereka telah menghindari setan agar tidak menghancurkan persaudaraan dan kasih sayang antara mereka. Karena setan menyebarkan permusuhan /perselisihan di antara saudara dengan kalimat yang buruk yang dilontarkan serta dengan jawaban buruk yang muncul sesudahnya. Sehingga udara kasih dan persaudaraan dan kesepakatan bercampur dengan udara pertentangan dan permusuhan, sedangkan kalimat yang baik mengobati luka hati, menyirami keringnya hati serta menyatukannya dalam cinta mulia. Setan akan memungut ketergelinciran lidah dan mulut seseorang dan menjadikannya alat untuk menyebarkan permusuhan dan pertikaian antara sesama saudara, dan perkataan yang baik menghindari semuanya itu, dan menjaga persaudaraan aman dari berbagai perpecahan dan pertikaian.<sup>347</sup>

Dalam penjelasannya global tentang ayat ini Musthafâ al-Marâghi menuliskan bahwa Allah SWT menyuruh Rasul-Nya untuk menganjurkan mu'minin agar menghadapi/membantah orang-orang yang bertentangan dengan mereka (orang kafir) dan berdebat dengan mereka dengan lemah lembut, jangan menggunakan perkataan yang membuat mereka marah,

---

<sup>347</sup>Sayyid Qutub, *Fî Zilâli al-Qur'ân*, (Beirut: Dâr al – Syarûq, 1986) Cet. 12, Jilid V, h, 2234.

menghina atau mencela mereka, karena perkataan yang baik akan menarik hati dan memuaskan hati mereka.<sup>348</sup>

Ayat ini diturunkan saat ‘Umar Ibn al-Khathâb dihina oleh seseorang lalu ‘Umar mengejeknya dan hendak membunuhnya, hingga hampir terjadi perkelahian, maka turunlah ayat tersebut.. Selanjutnya menurut al-Marâghi Allah menjelaskan perintah di atas dengan firman-Nya, karena setan akan merusakkan hubungan antara mu’min dan musyrik dengan menyebarkan permusuhan di antara mereka, sehingga berubahlah keadaan dari pertentangan mulut menjadi pertentangan tindakan sehingga menyebarlah pertikaian dan permusuhan. Menurut al-Marâghi alasan mengapa setan melakukan hal tersebut karena antara manusia dan setan ada permusuhan yang terus menerus.<sup>349</sup> Menurutnya bahwa ayat sesudahnya adalah penjelasan dari kata *al-‘Ahsan*, yang mengandung pengertian bahwa orang mu’min tidak sepatasnya menghina orang kafir, atau memvonisnya sebagai ahli neraka, karena hal tersebut menyebabkan kemarahan dan kegundahan dalam hati.<sup>350</sup>

Al-Qurtubi, menjelaskan ayat ini dengan lebih rinci lagi, ia menjelaskan bahwa ayat ini turun ketika ‘Umar bin al-Khathâb dihina oleh seseorang, lalu ia balik menghina dan akan membunuhnya, hingga hampir mengakibatkan keributan, riwayat mengenai ini disebutkan oleh al-Tsa’labi, al-Mâwardi, dan Ibnu ‘Athiyah al-Wâhidi. Menurut al-Kalabi, bahwa ayat

---

58. <sup>348</sup>Ahmad Musthafâ al-Marâghi, *Tafsîr al-Marâghi*, (Dâr al-Fikr, 1974), Cet III, Jilid, 5, Juz, 15 h,

<sup>349</sup>Al-Marâghi, *Tafsîr*..., Jilid 5, h, 59.

<sup>350</sup>Al-Marâghi, *Tafsîr*..., Jilid 5, h, 60.

tersebut turun ketika orang mu'min memita izin kepada Rasul untuk memerangi mereka: Izinkanlah kami ya Rasulullah untuk memerangi mereka, mereka terlalu lama menyakiti kami, maka Rasul menjawab, Aku belum diperintah untuk berperang, maka turunlah ayat tersebut.<sup>351</sup>

Dalam hal ini al-Qurthubi menyebutkan beberapa pendapat; bahwa makna ayat tersebut: “katakanlah kepada hambaku yang menyatakan bahwa Aku (Allah) adalah pencipta mereka namun mereka menyembah berhala, supaya mereka mengatakan kalimat yang baik, yakni kalimat tauhid dan pengakuan atas keNabian.” Pendapat lain: maknanya adalah “katakanlah kepada hamba-Ku yang beriman jika mereka berdebat dengan orang kafir tentang tauhid, supaya menggunakan kata-kata yang paling baik, seperti yang dimaksud QS.6:108”. Sedangkan menurut al-Hasan, “artinya jika bertemu orang kafir hendaknya mengucapkan, “semoga Allah menunjuki kalian!”, “semoga Allah mengasihi kalian!” dan ini terjadi sebelum turunnya kewajiban jihad.<sup>352</sup>

Menurut pendapat lain, “katakanlah kepada mereka supaya memerintahkan apa yang diperintahkan Allah dan melarang apa yang dilarang Allah, dan (etika) ayat ini berlaku umum baik terhadap kafir maupun mu'min, berarti katakanlah bagi seluruh manusia. Sebagian kelompok ada yang mengartikan: bahwa dalam ayat ini Allah SWT menyuruh kaum mu'min terutama di kalangan sesama mu'min, agar berperilaku baik, dan bertutur kata

---

<sup>351</sup> 'Abi 'Abdillah al-Qurthubiy, *Al Jâmi' li 'Ahkâmi al-Qur'ân*, TT, Jilid.X, h, 276-277.

<sup>352</sup> Al-Qurthubiy, *Al Jâmi'...*, X, h, 277.

yang santun, serta menjauhkan berbagai kerusakan dan permusuhan yang disebabkan oleh setan, sebagaimana yang dianjurkan Rasul SAW, “jadilah hamba Allah yang bersaudara!”, al-Qurthubi menilai ini pendapat yang tepat, dan ayat tersebut menjadi ayat yang *muhkamah*.<sup>353</sup>

Sedangkan kata *nazagha* diartikan: menyebarkan permusuhan, merusak dan memotivasi untuk berbuat jahat. *Nazagha baynanâ* berarti 'afsada, merusak, menurut al-Yazîdi, dan pendapat lain berarti *al-'Igrâ'*; menghasut untuk berbuat jahat.<sup>354</sup>

Ada beberapa kata kunci yang bisa diinventarisir dari penafsiran terhadap ayat di atas dalam topik isi pembicaraan (materi komunikasi): 1. Kalimah Thayyibah. 2. Kata-kata yang terbaik '*ahsan*. 3. Memilih kata-kata yang tidak membuat marah, berisi hinaan dan cacian. 4. Memerintahkan apa yang diperintah Allah dan melarang apa yang dilarang Allah.

1) *Kalimah thayyibah*: Dilihat dari beberapa pendapat di atas, nampaknya ada kekayaan makna yang bisa dihimpun dari pengertian '*ahsan*, seperti Ibnu Katsîr dan sayyid Qutub menggunakan kata *kalimah thayyibah* namun tidak menunjuk pada pengertian *kalimah thayyibah* sebagaimana dalam Al-Qur'an secara jelas diungkapkan QS.14:24-25 sebagai berikut.

ألم تر كيف ضرب الله مثلا كلمة طيبة كشجرة طيبة أصلها ثابت وفرعها في السماء. تؤتي كل حين

بإذن ربها و يضرب الله الأمثال للناس لعلهم يتذكرون.

<sup>353</sup> Al-Qurthubiy, *Al Jâmi'*....,X,h.277.

<sup>354</sup> Al-Qurthubiy, *Al Jâmi'*....X,h.277.

Tidakkah kamu perhatikan bagaimana Allah telah membuat perumpamaan kalimat yang baik<sup>355</sup> seperti pohon yang baik, akarnya teguh dan cabangnya (menjulang) ke langit, pohon itu memberikan buahnya pada setiap musim dengan seizin Tuhannya. Allah membuat perumpamaan-perumpamaan itu untuk manusia supaya mereka selalu ingat. (QS. 14:24-25)

*Kalimah Thayyibah* dalam ayat ini diartikan iman yang tertanam di dalam hati setiap muslim, demikian menurut pengertian Al-Marâghi,<sup>356</sup> Al-Marghani memaknai *kalimah thayyibah* adalah kalimat tauhid; *Lâ ilâha illa Allah*.<sup>357</sup> Pengertian '*aḥsan* sebagaimana dikandung ayat 25-26 surat 14 ini sesuai dengan salah satu pendapat yang diungkapkan oleh Al-Qurthubi yang menyatakan *kalimah tawhîd*. Sedangkan Sayid Qutub lebih memberikan penekanan pada kata *thayyibah* dalam arti secara bahasa demikian juga Ibnu Katsîr.

Secara bahasa kata *thayyib* berasal dari *thâba*, artinya: enak, manis, baik, indah (*ladza*, *ḥalâ*, *hasuna*, *jâda*), dan arti lainnya ketika dihubungkan dengan kata *nafs* (jiwa) berarti, lapang dada atau jiwa, dihubungkan dengan kata *khathar* (bahaya), berarti menenangkan dan menjadikan aman.<sup>358</sup> Pengertian secara etimologis ini memberikan pemahaman kata *thayyib* dengan medan makna antara lain: perkataan yang enak, manis, indah, menenangkan jiwa, kata-kata yang dapat membebaskan dari bahaya dan bisa menimbulkan rasa aman dan

---

<sup>355</sup> Termasuk dalam kalimat yang baik ialah kalimat tauhid, segala ucapan yang menyeru kepada kebajikan dan mencegah dari kemungkaran serta perbuatan yang baik.

<sup>356</sup> Al-Marâghi, *Tafsîr*..., Jilid 5 h, 148.

<sup>357</sup> Al-Marghani, *Tâj*..., h, 232.

<sup>358</sup> Al-Munjid, h, 476

ketenangan. Maka kata *aḥsan* dalam komunikasi berkonotasi makna-makna tersebut; *good, sweet, nice* dan *better*.

Melihat pemakaian *aḥsan* dengan pengertian etimologis tadi, jika digabung dengan pengertian yang mengonotasikan dengan *kalimah tawhîd*, maka akan tersusun suatu pengertian bahwa *aḥsan* mencakup suatu perkataan yang berhulu pada *kalimah tawhid* dan berimplikasi pada simbol bunyi (verbal) yang terartikulasikan dengan *baik, indah, menyenangkan, tidak membahayakan* bagi komunikator dan *tidak menyakitkan* bagi komunikan.

- 2) Kata-kata yang terbaik, *Aḥsan*: Al-Marghani memilih untuk menambahkan kalimat: *dan jangan mengatakan perkataan yang membuat marah dan permusuhan*, setelah kata *Aḥsan*. Sedangkan al-Marâghi menghubungkan kata *Aḥsan* dalam ayat ini dengan ayat QS.16:125 dan QS.29:46. dalam penafsirannya kata *Ahsan* pada ayat tersebut berarti; *dengan berlemah-lembut dalam berbicara kepada mereka*,<sup>359</sup> Dan kata bentukan dari *Aḥsan*, dalam bentuk *mashdar* yaitu *iḥsân*, diartikan *muqâbalatu al-khair bi aktsar minhu*, artinya membalas kebaikan dengan lebih banyak dari kebaikan yang ia terima.<sup>360</sup>

Secara etimologi *Aḥsan* merupakan kata bentukan dari *ḥasana* yang berarti indah, baik, dalam bentuk kata superlatif *Aḥsan* dari kata *aḥsana* berarti yang terindah, terbaik. Kata *aḥsana* sendiri artinya

<sup>359</sup> Al-Marâghi, *Tafîr...*, Jilid, 5, Juz 15, h.161.

<sup>360</sup> Al-Marâghi, *Tafîr...*, Jilid, 5, h. 129, ketika menafsirkan ayat 90 surat 16.

melakukan perbuatan baik, atau lawan dari kata *asâ'a* yang berarti berbuat jahat, perbuatan buruk.<sup>361</sup> Jadi dapat dilihat bahwa penafsiran ini memberikan pengertian kata *Ahsan*, adalah jawaban yang terbaik dari ungkapan sebelumnya yang diterima oleh lawan bicara. Di sini menggambarkan arahan semacam kaidah bagi muslim untuk selalu memberikan atau menjawab yang lebih baik bila mendapat perkataan yang menyakitkan sekalipun. Dan penekanan 'ihsân itu lebih utama jika dilakukan terhadap mereka yang berbuat tidak baik.<sup>362</sup>

إنما الإحسان أن تحسن إلى من أساء إليك ليس الإحسان أن تحسن إلى من أحسن إليك

- 3) Memilih kata-kata yang tidak melahirkan kemarahan, tidak berisi cacian dan hinaan: Ini menunjukkan sebab akibat, tidak boleh menjawab perkataan atau pernyataan orang lain dengan kalimat yang menyakitkan, atau yang dapat menimbulkan amarah, berisi cacian atau hinaan, sehingga mengakibatkan keributan (*al-fitnah*). Jadi kata *Ahsan* harus terbebas dari apa-apa yang menyebabkan komunikasi tidak berkenan, baik ucapan maupun tekanan ucapan tersebut (intonasi). Di sini ada proses memilih kata-kata dalam menjawab atau berkomunikasi.
- 4) Memerintahkan apa yang diperintah Allah dan melarang apa yang dilarang Allah: dalam pengertian ini kata *Ahsan* harus bermuatan perintah berbuat baik dan larangan untuk meninggalkan perbuatan yang dilarang Allah SWT. Jadi perkataan yang keluar dari mulut seorang muslim senantiasa

---

<sup>361</sup> Al-Munjid, h, 132.

<sup>362</sup> Al-Marâghi, Al-Marâghi, *Tafîr...*, Jilid, 5h, 132.

berisikan (berisi semangat) *al-amru bi al-ma'rûf wa al-nahyu 'an al-munkar*.

Pembahasan di atas memperlihatkan suatu gambaran yang sangat baik dari segi isi atau materi komunikasi dalam pandangan Islam. Yakni harus tetap ada *pemilihan* perkataan atau kalimat-kalimat yang pas, tidak mengandung hinaan serta bisa menyenangkan bahkan memuaskan lawan bicara. Dengan singkat bahwa materi ucapan yang terlontar dari komunikator (originator muslim) hendaknya tepat sasaran, bertujuan, dan beretika. Suatu gambaran yang mencerminkan derajat luhur dan bisa melahirkan kepercayaan lingkungannya akan kebenaran pesan dan kebaikan yang akan ditimbulkan dari efek komunikasi bersama seorang muslim.

#### b. Sasaran Komunikasi

Sedangkan dalam topik sasaran komunikasi dari penafsiran para mufassir di atas bisa disebutkan kelompok sasaran berikut: 1. Komunikasi dilakukan antara sesama muslim dan menjadi norma komunikasi antara sesama *ingroup muslim*. 2. Komunikasi antara muslim dan non muslim (lintas kelompok atau antar budaya). 3. Komunikasi berlaku umum baik intra maupun extra kelompok.

- 1) Komunikasi dilakukan antara sesama muslim dan menjadi norma komunikasi antara sesama *ingroup muslim*. Dalam interaksi sosial selalu ada norma<sup>363</sup> yang merupakan kesepakatan yang berlaku secara universal maupun secara lokal regional. Melalui ayat di atas, terutama jika dihubungkan dengan sosio historis turunnya ayat tersebut nampak

---

<sup>363</sup> Norma adalah suatu aturan, implisit, maupun eksplisit mengenai perilaku.

proses peletakkan norma yang menjadi karakter bagi setiap muslim. ‘Umar seorang sosok pemberani dan bersikap tegas, mendapat perlakuan yang kurang menyenangkan, sebagai manusia, dengan bekal keberanian dan ketegasan yang dimilikinya –bukan gertak sambal-- tentu ia akan menjawab dengan perlakuan serupa, bahkan sesuai tradisi Arab jahiliyah yang sangat menjunjung tinggi harga diri dan nama baik (*al-‘irdl* dan *al-murû‘ah*), keadaan tersebut bisa mengakibatkan perkelahian dan berakhir dengan pembunuhan, namun Al-Qur’an berkata lain, di sinilah letak proses penanaman norma Islam dalam berkomunikasi. Jika dihina, jangan balik menghina tapi hendaknya dijawab oleh pernyataan yang lebih baik, dan tidak menimbulkan pertentangan dan melahirkan amarah.

Walaupun ayat ini secara historis mencerminkan hubungan antara dua kelompok yang berbeda –muslim dan non muslim—namun sebagian mufassir seperti Sayyid Qutub dan Ibnu Katsîr lebih melihat denotasi (makna *zhâhir*) ayat tersebut, artinya kata *‘ibâdî* diberi atribut mu’min. Sayyid Qutub menambahkan dengan kerangka ukhuwah (persaudaraan) dalam kerangka internal mu’min.

- 2) Komunikasi antara muslim dan non muslim (lintas kelompok atau antar budaya): Ini terlihat dari penafsiran al-Marâghi, al-Marghani, al-Hasan dan lainnya seperti pendapat yang dikutip al-Qurthubi. Artinya bahwa kaum muslimin jika berkomunikasi dengan orang kafir atau musyrik hendaknya menggunakan pernyataan, dalil dan materi yang

lebih baik dari apa yang mereka terima dari lawan bicaranya. Etika ini berlaku bagi komunikasi antara kelompok dengan budaya (termasuk idiologi) yang berbeda. Di sini memberikan gambaran bahwa komunikasi adalah sangat penting dan mencerminkan karakter kemusliman seseorang, maka bila berhadapan dengan non muslim, pelihara karakter tersebut sehingga kelompok muslim menjadi kelompok simpatik. Nampaknya penambahan riwayat turunya ayat ini (kasus ‘Umar RA) menjadi penguat pendapat ini, terlebih jika digabung dengan surat 29 ayat 46 seperti yang dilakukan al-Marâghi.

- 3) Komunikasi berlaku umum baik intra maupun extra kelompok seperti halnya dengan al-Qurthubi yang menilai lebih tepat pendapat yang menyatakan bahwa ayat tersebut menjadi norma komunikasi secara umum. Kaum mu'min jika berkomunikasi dengan siapapun —baik muslim maupun non muslim—tidak menjadi kompor pemanas yang bisa mengakibatkan pertentangan, tetapi harus menjadi penyejuk yang bisa menebarkan kedamaian dan kemaslahatan bersama sesama umat manusia. Sesuai dengan misi ajaran Islam sebagai penyebar kedamaian dan kemaslahatan.

Kategori kebaikan komunikasi tersebut banyak dijelaskan dalam Al-Qur'an, misalnya perkataan yang baik dan pemberian maaf lebih baik dari *shadaqah* yang dibarengi dengan perkataan yang menyakitkan. Dalam ayat lain disebut juga perkataan yang benar (*qawlan sadîdan*), perkataan tentang

kebenaran yang sesungguhnya (*qawlu al-haq, qawlan layyinan, qawlan karîman, dan qawlan ma'rûfan*).

Dari ayat di atas dapat dipahami bahwa sistem nilai dalam Islam terutama yang berkenaan dengan interaksi sosial lebih berorientasi pada pencapaian “kedamaian” dan “kerukunan” antara sesama manusia, tanpa melihat latar belakang ras atau agama. Perlakuan baik bersifat universal dan berlaku umum.

Komunikasi sebagai salah satu bentuk interaksi sosial merupakan modal terciptanya sebuah interaksi yang lebih lanjut menjadi titik perhatian Islam. Sosio-historis turunnya ayat QS.17:53 di atas merupakan pelajaran yang sangat besar bagi kemanusiaan dan bagi kaum muslimin. Karena secara naluri manusia biasanya cenderung “menolak”, “menentang” dan “menyerang” sesuatu yang datang dari pihak yang disebut “lawan”. Semangat mempertahankan diri yang dimiliki manusia bisa melahirkan sikap agresif, terutama kepada sesuatu yang baru dan belum dikenalnya, juga terhadap *outsider*, sikap ini akan melahirkan persepsi negatif atas apa yang ada dihadapannya. Menanggulangi hal tersebut Islam memberikan tuntunan rinci yang dimulai dari tata cara komunikasi dan penuturan kata. Hal tersebut tidak saja menjadi norma komunikasi semata, tapi lebih jauh akan mengangkat derajat dan harga diri pemeluknya sehingga menimbulkan simpati. Simpati<sup>364</sup> tersebut merupakan modal dasar dari aktivitas dakwah Islam dalam menyebarkan ajarannya.

---

<sup>364</sup> *Sympathy*, dalam pengertian; *agreement with or approval of an opinion or aim; a favourable attitude*:: persetujuan atau penerimaan.

## 11. Qawlan Sadīdan Sebagai Kejujuran Komunikasi

Pepatah Melayu mengatakan: “Sekali lancung ke ujian seumur hidup orang tak percaya.” Maksudnya jika seseorang telah ketahuan berbuat curang, orang tidak akan mempercayainya lagi.

Berkenaan dengan kejujuran komunikasi Al-Qur'an mengungkapkan berbagai konteks komunikasi yang memang secara kondisional merupakan wilayah rawan penyimpangan komunikasi, ada dua pernyataan (ayat) yang berbicara tentang kebenaran isi komunikasi, yaitu QS.4:9 dan QS. 33:70. Kata *qaulan sadīdan* seperti pada ayat (QS.4:9) diungkapkan dalam konteks pemeliharaan anak yatim dan hartanya, kalimat *qaulan sadīdan* dipakai untuk menutup pernyataan tentang kekhawatiran akan keturunan yang bisa membuahkan perbuatan tidak jujur, karena orientasi pada keturunan mereka, sehingga bisa melakukan apa saja, termasuk memakan harta anak yatim, di sini Al-Qur'an menyarankan agar jika ada orang (miskin) yang sangat mengkhawatirkan nasib keturunan (anak-anaknya) sepeninggalnya, hendaknya ia takut kepada Allah, dan bertakwa serta berkata benar *qaulan sadīdan*.

Berkata benar di sini maksudnya tidak usah melakukan kebohongan hanya untuk mengakali harta anak yatim hanya karena terlalu khawatir akan kesejahteraan keturunannya, tapi harus lebih takut kepada Allah dan untuk itu ia harus takwa dan berkata jujur, dalam arti memberikan pernyataan yang benar. Sedangkan dalam QS.33:70, dilihat dari tema rentetan ayat sebelum dan sesudahnya membicarakan mengenai larangan untuk tidak mengatakan

tuduhan yang bukan-bukan terhadap Rasul (Seperti kaum Musa AS) pada ayat QS.33: 69, dan taqwa serta *perkataan yang benar* sebagai syarat mendapatkan perbaikan amal perbuatan dan ampunan dosa, kemudian dipungkas dengan pernyataan barang siapa menaati Allah dan Rasul-Nya maka ia telah mendapat kemenangan yang besar (keberuntungan) QS.33:71.

**a. Konteks Material:**

Berkata benar dalam ayat 9 surat ke 4 (al-Nisâ') berbunyi sebagai berikut:

وَلِيَحْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا

قَوْلًا سَدِيدًا

“Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan di belakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar.”<sup>365</sup>

Pertanyaan yang bisa diajukan dari terhadap terjemahan di atas adalah: apa yang dimaksud kalimat *orang-orang yang seandainya meninggalkan di belakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka*

<sup>365</sup> Dewan Penterjemah, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (1971), h,116. Terjemahan ayat ini belum bisa memberikan makna pesan yang dikandung secara utuh. Di Indonesia pada sejak digulirkannya program Keluarga Berencana, ayat ini menjadi pembenaran (dalil) dari suksesnya program tersebut dan terus berlaku sampai sekarang seperti yang sering di dengar dari para penceramah agama.

*khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka?* Menjawab pertanyaan ini tentunya akan lebih arif jika dilakukan dengan jalan menghimpun berbagai informasi yang banyak dikandung dalam berbagai buku-buku tafsir.<sup>366</sup>

Al-Thabari meriwayatkan beberapa pendapat tentang tafsiran ayat ini: pertama, hendaklah takut orang-orang yang menghadiri seseorang yang mau meninggal (mendekati ajalnya) dan hendak memberi wasiat berkenaan dengan hartanya supaya “dianjurkan” agar membedakan harta mana yang akan diwasiatkan kepada kerabat yang bukan ahli waris (tidak mendapat hak waris) dan mana harta untuk dibagikan kepada anaknya (anak pemberi wasiat). Jangan sampai semua hartanya habis diwasiatkan dan anaknya ditinggalkan dalam keadaan lemah dan miskin. Sebagaimana jika ia menjadi pemberi wasiat, ia akan bangga jika orang-orang yang menghadiri pemberian wasiat tersebut menyarankan agar dia menyisakan hartanya untuk anaknya, sehingga anaknya tersebut tidak menjadi beban bagi orang lain. Pendapat ini diungkap oleh Ibn ‘Abbâs dari ‘Ali Ibn ‘Abi Thal<sup>h</sup>ah.

Kedua pendapat Qatâdah dari Mu’amar: Jika kamu menghadiri orang yang mau memberi wasiat suruhlah dia sesuai dengan apa yang kamu suruh terhadap dirimu sendiri yang bisa mendekatkan dirimu kepada Allah, dalam hal itu, hendaknya kamu khawatir sebagaimana

---

<sup>366</sup> Setelah melihat penafsiran ayat ini dari para mufasir awal, akan lebih bermakna terjemahan tersebut bisa diberi penjelasan tambahan (catatan kaki) sehingga jelas makna yang dikandungnya, atau bisa saja terjemahannya berbunyi: hendaklah orang-orang yang menghadiri orang yang akan meninggal itu takut atas perbuatan orang-orang terhadap anaknya jika ia tinggalkan dalam keadaan lemah (masih kecil) sehingga mengkhawatirkan mereka, oleh karena itu ia harus bertaqwa kepada Allah dan berkata benar, sehingga ia meluruskan proses pembagian harta warisan dengan sebenar-benarnya.

kekhawatiranmu atas anak-anakmu yang lemah jika kamu meninggalkan mereka (karena kamu mati). Maka bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar (sebenarnya harus dilakukan oleh seseorang saat memberi wasiat), jika orang tersebut menyimpang.

Ketiga Pendapat yang menyatakan bahwa ayat tersebut adalah seseorang yang meninggal dunia dan ia memiliki anak masih kecil-kecil dan lemah, sehingga khawatir karena keadaannya itu, dan ia takut yang memelihara anaknya tidak ada berbuat baik pada mereka, ia berkata; jika ia memelihara keturunannya yang lemah dan yatim, hendaknya ia berbuat baik padanya, jangan memakan hartanya dengan berlebihan, takut nanti anak yatim itu dewasa, hendaklah ia bertaqwa kepada Allah dan berkata benar. Pendapat ini dinisbahkan kepada Ibn 'Abbâs dari Muhammad Ibn Sa'di.

Sedangkan kalimat *وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا* , secara sepakat diberi makna perkataan yang benar dan adil -- *هُوَ الْعَدْلُ وَالصَّوَابُ* – maksudnya kebenaran hukum Allah tentang memelihara anak yatim dan tentang tata cara pembagian harta warisan dan wasiat supaya tidak melupakan anak dan keturunan.<sup>367</sup>

Permasalahan yang dikandung ayat ini adalah permasalahan yang berhubungan dengan materi, jangan sampai seorang muslim menghabiskan hartanya untuk kepentingan dirinya (melalui) shadaqah

---

<sup>367</sup> Al-Thabari, *Tafsîr al-Thabari*, <http://quran.al-islam.com/Tafseer/DispTafsseer.asp?l=arb&taf=TABARY&nType=1&nSora=4&nAya=9>.

terhadap fakir miskin dan wasiat terhadap kerabat, sementara anak keturunannya dilupakan. Kewajiban yang hadir dalam pembagian harta ini (wasiat) ini hendaklah meluruskan si sakit dan jangan sampai dipengaruhi oleh kerabatnya untuk membagi habis hartanya dengan jalan wasiat bagi mereka.<sup>368</sup>

Jalálu al-Dîn al-Suyûti dalam tafsirnya menuliskan sebagai berikut:

"وَلْيَحْشَ أَيُّ لِيَحْفَ عَلَى الْيَتَامَى "الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا" أَيُّ قَارِبُوا أَنْ يَتَرَكَوْا "مِنْ حَلْفِهِمْ" أَيُّ بَعْدَ مَوْتِهِمْ "ذُرِّيَّةَ ضِعَافًا" أَوْلَادًا صِغَارًا "خَافُوا عَلَيْهِمْ" الضَّيَّاع "فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ" فِي أَمْرِ الْيَتَامَى وَلْيَأْتُوا إِلَيْهِ مَا يُجِبُونَ أَنْ يُفْعَلَ بِذُرِّيَّتِهِمْ مِنْ بَعْدِهِمْ "وَلْيَقُولُوا" لِمَنْ حَضَرَتْهُ الْوَفَاةُ "قَوْلًا سَدِيدًا" صَوَابًا بِأَنْ يَأْمُرُوهُ أَنْ يَتَصَدَّقَ بِدُونِ ثُلْثِهِ وَيَدَعَ الْبَاقِي لَوَرَثَتِهِ وَلَا يَتَرَكَهُمْ غَالَةً<sup>369</sup>

Secara bebas teks tersebut berarti: Hendaknya mereka khawatir terhadap anak yatim yang akan mereka tinggalkan setelah mereka mati, anak-anak kecil yang mereka khawatirkan akan kehilangan mereka, maka hendaknya mereka bertakwa kepada Allah berkenaan dengan anak yatim tersebut, dan hendaknya memperlakukan mereka sebagaimana mereka ingin orang lain memperlakukan terhadap anak-anak mereka sepeninggal mereka nanti, dan kepada mereka yang mau meninggal (orang sakit yang mendekati ajal) dan katakanlah kepada orang yang mau meninggal itu perkataan yang benar, seperti supaya mereka bershadaqoh tidak melebihi

<sup>368</sup> Al-Qurthubi, *Al-Jâmi, Li Ahkâm al-Qur'ân*, <http://quran.al-islam.com/Tafseer/DispTafsseer.asp?nType=1&bm=&nSeg=0&l=arb&nSora=4&nAya=9&taf=KORTOBY&tashkeel=0>

<sup>369</sup> Jalálu al-Dîn, al-Suyûthi, *Tafsîr Jalâlain*, <http://quran.al-islam.com/Tafseer/DispTafsseer.asp?nType=1&bm=&nSeg=0&l=arb&nSora=4&nAya=9&taf=GALALEEN&tashkeel=0>

1/3 hartanya sebagai jatah waris bagi anak-anaknya, serta jangan sampai meninggalkan mereka dalam keadaan menjadi beban bagi yang lain.

Kalau diperhatikan pendapat yang beredar sekitar ayat di atas, bisa dikelompokkan pada dua (2) sentral permasalahan. Pertama bahwa ayat itu berkenaan dengan tugas yang hadir saat orang menemui ajalnya agar tidak menghabiskan hartanya untuk shadaqah atau wasiat. Pendapat kedua menggabungkan antara pendapat pertama dengan kerangka pemeliharaan anak yatim, artinya jika memelihara anak yatim hendaknya seorang mu'min berfikir juga perlakuan apa yang ia inginkan jika anak-anaknya (yang masih kecil) ditinggalkannya nanti oleh pemeliharanya. Dengan alasan itu ia harus bertaqwa dan menunjukkan kebenaran. Ini terlihat dari salah satu pendapat Ibnu 'Abbās yang dikutip Ibnu Katsîr<sup>370</sup> Maupun Thabari, serta pendapat Jalâlu al-Dîn al-Suyûthi di atas.<sup>371</sup>

Sedangkan mengenai *qawlan sadîdan*, semuanya sepakat berarti: benar atau lurus dan jujur, serta adil, tidak ada rekayasa atau penyimpangan informasi.<sup>372</sup> Gambaran *kebenaran (right)*, *kejujuran (honesty)*, *keadilan (just)* dan *perkataan lurus (straight word)*, dalam ayat di atas menunjukkan konteks pembicaraan yang berhubungan dengan materi, kekhawatiran dan keturunan. Jika ditinjau secara psikologis permasalahan ini merupakan kebutuhan manusia, kebutuhan akan rasa

---

<sup>370</sup> Ibnu Katsîr, *Tafsîr Ibnu Katsîr*, <http://quran.al-islam.com/Tafseer/DispTafsser.asp?nType=1&bm=&nSeg=0&l=arb&nSora=4&nAya=9&taf=KATHEER&tashkeel=0>.

<sup>371</sup> Muhammad 'Utsmân 'Abdullah al-Marghayni, *Tâju al-Tafâsîr*, (Dâr al-Fikr Tanpa tahun), Jilid, 1, h, 85.

<sup>372</sup> Al-Thabari, Ibnu Katsîr, Jalâlu al-Dîn, Al-Qurthubi. <http://quran.al-islam.com/Tafseer>

aman, akan harta dan akan keturunan yang semuanya sangat potensial untuk membuat orang berlaku “tidak adil” (*unjust*) atau “menyimpang”.

Mungkin satu dari pelanggaran-pelanggaran paling nyata terhadap etika adalah berbohong. Menyelewengkan kebenaran sedemikian lazim sehingga suatu survei menemukan bahwa 75 % subjeknya percaya bahwa ada kekurangjujuran pada pemerintahan dibandingkan dengan satu dekade lalu.<sup>373</sup> Dalam studinya tentang berbohong, filosof Sissela Bok mendefinisikan suatu kebohongan sebagai “suatu pesan yang sengaja menipu dalam bentuk suatu pernyataan”; ia menekankan niat seseorang untuk menipu atau menyesatkan lewat komunikasi verbal.<sup>374</sup> Paul Ekman, juga menghubungkan berbohong dengan niat pembohong baik untuk menyembunyikan dengan “membuang informasi yang benar” atau memalsukan, “menyajikan informasi palsu seolah-olah informasi itu benar.”<sup>375</sup>

P.Lippard dalam hasil studinya mengenai penipuan menunjukkan bahwa orang mengemukakan lima alasan untuk berbohong: untuk melindungi atau memperoleh sumber daya material (uang, pekerjaan atau apartemen); untuk mengurangi atau meningkatkan afiliasi mereka dengan orang lain; untuk melindungi diri mereka sendiri dengan menghindari

---

<sup>373</sup> Gray, Paul, “Lies, lies, lies” *Time*, 5 Oktober 1992, h,32-48.

<sup>374</sup> Bok Sissela, *Lying: Moral Choice in Public and Private Life*, (New York: Vintage 1989)

<sup>375</sup> Ekman, Paul, *Telling Lies*, (New York: Norton 1985).

penyingkapan diri atau meningkatkan atau melindungi citra diri mereka; untuk menghindari konflik; untuk melindungi orang lain.<sup>376</sup>

Nampaknya perintah ajaran untuk berkata benar, memberikan informasi yang sebenarnya dan jujur tersebut sengaja diungkap Al-Qur'an dalam konteks komunikasi yang sangat "rawan" penyimpangan, yaitu saat pembagian harta dan saat berhubungan dengan amanah pemeliharaan harta anak yatim --penulis gabungkan dua versi pengertian penafsiran di atas-- kedua konteks tersebut sangat berhubungan dengan kondisi psikologis yakni; kehendak untuk melindungi orang lain, katakanlah memihak para kerabat misalkan sehingga menyarankan agar semua harta si penderita sakit dihabiskan untuk dirinya sendiri dengan jalan shadaqah, yang kemudian dihadapkan pada semangat untuk melindungi anaknya sendiri bagaimana? Jadi perlindungan dihadapkan dengan semangat perlindungan juga. Perasaan rasa takut dihadapkan dengan rasa takut sebagai argumen pembandingan, semuanya dimaksudkan agar tercipta kejujuran, dan tercetus kebenaran.

Kedua seperti terlihat dari pernyataan Lippard yang pertama bahwa kebanyakan orang berbohong karena alasan untuk mendapatkan sumber daya material, artinya untuk kepentingan materi. Maka jauh-jauh Islam memberi *warning* agar hal itu tidak terjadi dengan mengingatkan agar

---

<sup>376</sup> Stewart L. Tubbs & Sylvia Moss, *Human Communication*, edisi Indonesia oleh Dedy Mulyana, & Gembirasari, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), cet. III, h, 273-274. "Maid in Manhathan" adalah sebuah film yang mencoba mengungkapkan kebohongan, Ty (Tyler Posey) dalam dialognya dengan C. Marshall mengatakan bahwa kalau tidak ada bohong tidak akan ada senat dan presiden, sebuah ungkapan kritis anak usia sepuluh tahunan terhadap situasi politik (ditayangkan Indosiar 3 feb 2006, 22.00).

bertaqwa dan berkata benar dalam hal urusan materi dan cara mendapatkannya. Suatu pernyataan yang sangat tepat secara psikologis menerapkan “ajaran” kejujuran komunikasi dalam konteksnya yang paling berpeluang untuk terjadi penyimpangan dengan argumentasi mengajak melihat diri, bagaimana jika hal itu terjadi pada diri masing-masing pelaku? Oleh karena itu jangan memanipulasi data, sampaikan apa adanya, sampaikan pernyataan yang benar.

Yang menarik untuk disimak, dalam konteks ini adalah susunan perintah *qawlan sadīdan* disimpan setelah perjalanan panjang mengenai detail menghadapi orang yang akan meninggal dunia dalam konteks “wasiat tentang harta” yang ternyata dewasa ini ternyata banyak ditemui kasus perebutan harta oleh yang tidak berhak dengan bersenjatakan “surat wasiat”.<sup>377</sup> Walaupun demikian tidak berarti “kejujuran komunikasi” hanya sebatas pada konteks di atas, namun ia merupakan kaidah yang berlaku umum. *Qawlan sadīdan* berlaku pada semua konteks komunikasi baik yang berhubungan dengan material maupun immaterial. Lebih jauh lagi bahwa *qawlan sadīdan* berusaha menjelaskan adanya usaha pelurusan terhadap hal yang menyimpang. Artinya dengan konteks seperti yang mendasari pemahaman ayat ini Islam mengajarkan konteks tersulit dari komunikasi yaitu mewujudkan tradisi “pelurusan” atas penyimpangan yang terjadi.

#### **b. Konteks Ketaatan (Konseptual immaterial)**

---

<sup>377</sup> Kalau sinetron merupakan penggambaran realitas sosial, ternyata sinetron yang mengangkat kehidupan para pengusaha selalu bertemakan usaha perebutan harta antara yang tidak berhak dengan yang berhak dengan menggunakan surat wasiat: Titipan Ilahi, Tersanjung dll.

Selain berkenaan dengan tema pemeliharaan anak yatim dan pembagian harta warisan atau wasiat, kalimat *qawlan sadidan* juga diperintahkan dalam konteks yang berbeda, seperti terdapat dalam QS.33:70, *qawlan sadidan* di sini dipakai dalam konteks perilaku terhadap Rasul Allah, pada ayat sebelumnya QS.33:69, disebutkan terlebih dahulu larangan untuk berperilaku sebagaimana yang dilakukan kaum Nabi Musa terhadap Nabi Musa as. “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu menjadi seperti orang-orang yang menyakiti Musa; maka Allah membersihkannya dari tuduhan-tuduhan yang mereka katakan. Dan adalah dia seorang yang mempunyai kedudukan terhormat di sisi Allah.” Lalu disambung dengan ayat 70: “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar,” yang menurut ayat berikutnya 71, bahwa ketaqwaan dan perkataan yang benar itu merupakan persyaratan untuk mendapat perbaikan amal perbuatan keseharian dan ampunan dari Allah serta kemenangan. “Niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. Dan barang siapa menaati Allah dan Rasul-Nya, maka sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar”. Pemahaman dari *dzâhir* ayat saja telah bisa mencerminkan makna ungkapan tersebut.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar” (QS.33:70).

Menjelaskan ayat ini Ibnu Katsîr menyatakan: Allah SWT menyuruh hamba-Nya yang beriman agar bertakwa kepada-Nya dengan jalan beribadah kepada-Nya dengan ibadah seakan ia melihat-Nya, serta supaya mengatakan perkataan yang benar tanpa ada penyimpangan.<sup>378</sup> Sedangkan Al-Thabari menuliskan: Hai orang yang mempercayai Allah dan Rasul-Nya, bertakwalah kepada Allah jangan sampai menentang-Nya (mendurhakai-Nya) sehingga kamu sekalian mendapat hukuman karenanya, dan berkatalah tentang Rasul dan tentang orang-orang mu'min perkataan yang memiliki tujuan dan perkataan yang haq (benar), bukan perkataan yang tidak dibenarkan dan perkataan yang bâthil. Selanjutnya Al-Thabari memberikan pengertian kata *sadîd* dengan memuat riwayat dari para mufasir seperti Mujâhid, mengartikan dengan *sadâdan* (sangat benar). Al-Kalbi mengartikan dengan *shidqan* (jujur), Qatâdah mengartikannya *'adlan*, adil dalam perkataan dan perbuatan, dan *sadâd* berarti *shidq*. Dan menurut 'Ikrimah tentang وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا berarti katakanlah kalimat *lâ 'ilâha 'illa Allah*.<sup>379</sup> Jalâlu al-Dîn, mengartikan kata *sadîdan* dengan arti *shawâban* (benar dan tepat).<sup>380</sup>

Berkenaan dengan makna *sadîdan* (*straightforward*), nampaknya tidak jauh berbeda dengan pemberian makna pada ayat sebelumnya QS.4:9 hanya saja dari sudut konteks (*lawâhiq dan sawâbiq al-kalâm*) menyatakan bahwa

---

<sup>378</sup> Ibnu Katsîr, *Op.Cit.* <http://quran.al-islam.com/Tafseer/DispTafsser.asp?nType=1&bm=&nSeg=0&l=arb&nSora=33&nAya=70&taf=KATHEER&tashkeel=0>

<sup>379</sup> Al-Thabari, <http://quran.al-islam.com/Tafseer/DispTafsser.asp?nType=1&bm=&nSeg=0&l=arb&nSora=33&nAya=70&taf=TABARY&tashkeel=0>

<sup>380</sup> Jalâlu al-Dîn, <http://quran.al-islam.com/Tafseer/DispTafsser.asp?nType=1&bm=&nSeg=0&l=arb&nSora=33&nAya=70&taf=GALALEEN&tashkeel=0>

pembicaraan yang benar itu -- tanpa ada penyimpangan, jujur, benar, tepat, adil, dan bersih dari dorongan “kepentingan” pribadi maupun golongan— merupakan suatu kontent yang harus keluar dari mulut seorang mu’min baik terhadap Rasul SAW, maupun terhadap sesama mu’min. Melalui kejujuran komunikasi ini akan tercipta suatu “kebenaran” dalam konteks interaksi sosial dengan cara “orang-orang yang berkata benar itu” akan diberi kemampuan untuk berbuat perbuatan yang baik (amal shaleh) dengan jalan ia diberi petunjuk untuk melakukan hal-hal yang baik dan direstui (terjemahan dari *waffaqa*) oleh Allah untuk senantiasa berbuat baik. Serta akan diampuni segala dosanya yang lalu dan diberi ilham untuk bertaubat bagi dosa-dosa yang belum terjadi (*mustaqbal*).<sup>381</sup> Ini merupakan jaminan, bahwa kemaslahatan kehidupan sosial muslim akan terwujud jika setiap individu bisa berkata benar atau jika tercipta kejujuran komunikasi antara sesama muslim.

## 12. Al-Ma’rûf Sebagai Komunikasi Bernurani

Ayat-ayat Al-Qur’an yang berisikan perintah maupun anjuran, selalu berisikan cara penyampaian (*qawlan ma’rûfan*) perkataan yang lemah lembut dan baik, ini terlihat dalam anjuran tentang pembagian harta kepada kerabat dan anak yatim, diakhiri dengan kalimat *qûlû qawlan ma’rûfan* (QS.4:8). Kalimat tersebut merupakan penutup dari tata cara memberi sesuatu kepada orang lain, artinya jangan sampai diakhiri dengan kata-kata yang menyakitkan

---

<sup>381</sup> Ibnu Katsîr, <http://quran.al-islam.com/Tafseer/DispTafsseer.asp?nType=1&bm=&nSeg=0&l=arb&nSora=33&nAya=71&taf=KATHEER&tashkeel=0>

perasaan penerimanya. Jadi kata *qawlan ma'rûfan* lebih merupakan ungkapan yang berhubungan dengan perasaan komunikan.

وَإِذَا حَضَرَ الْقِسْمَةَ أُولُو الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينُ فَارْزُقُوهُمْ مِنْهُ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا

“Dan apabila sewaktu pembagian itu hadir kerabat, anak yatim dan orang miskin, maka berilah mereka dari harta itu (sekedarnya) dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik (ma'rûf)” (QS.4:8).

Pada surat 2 ayat 263 disebutkan kata *ma'ruf* lebih baik dari sedekah yang diiringi perkataan yang menyakitkan.

قَوْلٌ مَعْرُوفٌ وَمَغْفِرَةٌ خَيْرٌ مِنْ صَدَقَةٍ يَتْبَعُهَا أذى

“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.”(QS.2:263).

Para mufasir mengartikan kata *معروف* dengan; “semua perkataan baik dan perbuatan baik serta perlakuan baik di hadapan orang tersebut atau di belakangnya”; “semua kebaikan”; “suatu kebaikan yang dikenal oleh syariah maupun akal”; “lawan dari kata mungkar”<sup>382</sup>.

وقال ابن الأثير في النهاية- في غريب الحديث:.

(عرف) قد تكرر ذكر -المعروف- في الحديث، وهو اسم جامع لكل ما عرف من طاعة الله والتقرب إليه والإحسان إلى الناس، وكل ما ندب إليه الشرع، ونهى عنه، من المحببات

<sup>382</sup> Lihat Tafsir Ibn Sa'di, Jilid I,h, 194-195. Jilid II, h, 77, Jilid III,h,65-66, Tafsir Bagwi, Jilid II,h,580, Jilid IV,h,249.

والمقبيحات، وهو من الصفات الغالبة، أي أمر معروف بين الناس، إذا رأوه لا ينكرونه،  
والمعروف النصفة وحسن الصحبة مع الأهل وغيرهم من الناس، والمنكر ضد ذلك جميعه اهـ<sup>383</sup>.

Maka pengertian *ma'rûf* sebagaimana keterangan di atas lebih menuju pada norma sosial yang berlaku di masyarakat (baik-buruk, sopan-tak sopan, menyenangkan atau menyakitkan). Jadi *qawlan ma'rûfan* berarti kata-kata yang menyenangkan dan tidak berlawanan dengan tata sopan santun serta tidak menyakiti komunikan (*mukhâthab*).

Selain kata *ma'rûf* (*good maner*), masih ada kata lain lagi yang digunakan Al-Qur'an untuk menyifati ucapan atau perkataan seperti *qawlan layyinan* (*gentle word*), *husnan* (*kindly*), *balighan* (*effektive*), *maysûrâ* (*simplicity*):

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لِّنَا لَعَلَّه يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى

“maka kalian berdua bicaralah kepadanya dengan lemah lembut mudah-mudahan dia ingat atau takut..”(QS.20:44).

وَقُولُوا لِلنَّاسِ حَسَنًا

“Dan berbicaralah kepada manusia dengan baik...” (QS.2.83).

وَعَظَّمْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا

“Dan nasihatilah mereka, serta sampaikanlah kepada mereka, pada jiwa mereka, perkataan yang mengena...”(QS.4:63).

<sup>383</sup> Ibnu al-Atsîr, *Al-Nihâyah fi Gharîb al-Hadîts*, Jilid III.h,216.

وَأَمَّا تُعْرِضَنَّ عَنْهُمْ ابْتِغَاءَ رَحْمَةٍ مِنْ رَبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا مَيْسُورًا

“Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang pantas”. (QS.17:28).

Semua penyifatan perkataan dari ayat-ayat menunjukkan komunikasi dengan memperhatikan nurani dan perasaan komunikan sesuai dengan norma yang berlaku di masyarakat tempat komunikasi berjalan.

### 13. News Menurut Al-Qur'an

Al-Qur'an menyebutkan "Hai orang yang beriman, jika seorang fasik membawa berita kepadamu, selidiki dahulu kebenarannya, jangan-jangan kamu salah sasaran memerangi/memusuhi orang karena berita yang dibawanya, kemudian kamu menyesal." (QS.49:6)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Ayat ini menunjukkan bagaimana sumber berita harus dilihat derajat kesalehannya, sebagaimana juga motivasi pemberitaan harus dilihat, untuk apa suatu informasi disampaikan, untuk kebaikan atau untuk menciptakan kerusuhan, konstruktif atau destruktif? Sebagaimana diungkap ayat berikut: "Orang yang menghendaki kejahatan menyebar di kalangan orang mu'min

akan mendapatkan siksa yang pedih di dunia dan akhirat, Allah maha mengetahui dan kamu sekalian tidak." (QS.24: 19).

إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ

Ayat 6 surat al-Hujrat di atas mencerminkan suatu sisi komunikasi Islam, ia berkaitan dengan nara sumber, sikap pendengar (penerima berita), dan akibat kesalahan informasi. Ini berkaitan erat dengan teknis dan etis pemberitaan yang menjadi kajian komunikasi massa. Selanjutnya ayat 19 surat Al-Nur, sangat erat dengan motif dari suatu tindakan terutama berkaitan dengan informasi dan penyebaran informasi. Apa tujuan informasi, bagaimana dampaknya, kemudian bagaimana akuntabilitas metafisik dari pelaku media massa? Ini juga mencerminkan bagaimana berita yang bersifat sensasional dalam pandangan Islam, termasuk *infotainment* yang berisikan gossip dan isu. Kasus *hadits ifki* (QS.24:14-16) bisa dikategorikan sebagai berita sensasional. Sayyid Qutub menafsirkan surat 114 (al-Nâs) bahwa *yuwaswis fî shudûri al- al-Nâs min al- Jinati wa al-Nâs*, berarti berita –berita atau tayangan sensasional –yang membukakan pada hal-hal yang tidak baik.<sup>384</sup>

#### 14. *Zaigh* sebagai *Nois* Komunikasi

Ada banyak penggunaan kata *zaigh* seperti dalam ayat 53 dari surat 17 di muka telah dibahas bagaimana *ihsân* dalam komunikasi, pada ayat itu tertera kata *yanzaghu* yang berarti permasalahan yang muncul dalam proses

<sup>384</sup> Qutb, *Fi Zilâl....* Jilid VI, h,4011.

komunikasi sehingga pesan disalah pahami, karena perbuatan syetan. Dalam konteks ini zaig bisa dilihat sebagai nois yang menghambat tersampainya pesan secara baik dan benar. Para mufasir mengartikan *nazagha*: menyebarkan permusuhan, merusak dan memotivasi untuk berbuat jahat. *Nazagha baynanâ* berarti 'afsada, merusak, menurut al-Yazîdi, dan pendapat lain berarti *al-Igrâ*'; menghasut untuk berbuat jahat.<sup>385</sup>

#### D. Term Komunikasi Dalam al-Sunnah

##### 1. Media Komunikasi

Berkenaan dengan pemakaian media komunikasi dalam al-Sunnah Muhammad 'Ajâj al-Khatîb menyatakan bahwa Rasul SAW Menggunakan berbagai cara dan metode komunikasi dan penyampaian pesan (tabligh) yang ada pada masa itu, maka ia mengirimkan delegasi, melayangkan surat dan mengarahkan para pemimpin dan para qadli.<sup>386</sup> Dari ungkapan ini bisa dipahami bahwa dalam tradisi Arab waktu itu media komunikasi berupa *surat* dan *delegasi* yang menyampaikan pesan, sebagaimana di bahas di muka bahwa surat menurut Al-Qur'an juga merupakan media komunikasi.

Kisah ini nampaknya harus tidak dilewatkan ketika berbicara media yang dipakai Rasul SAW dalam rangka mendidik para sahabat Rasul SAW. Suka memanfaatkan gambar di tanah sebagai alat bantu komunikasinya. Hadits yang diriwayatkan Abdullah berikut mengisahkan bagaimana Nabi melukis di tanah untuk menerangkan posisi manusia-ajal- dan cita-citanya:

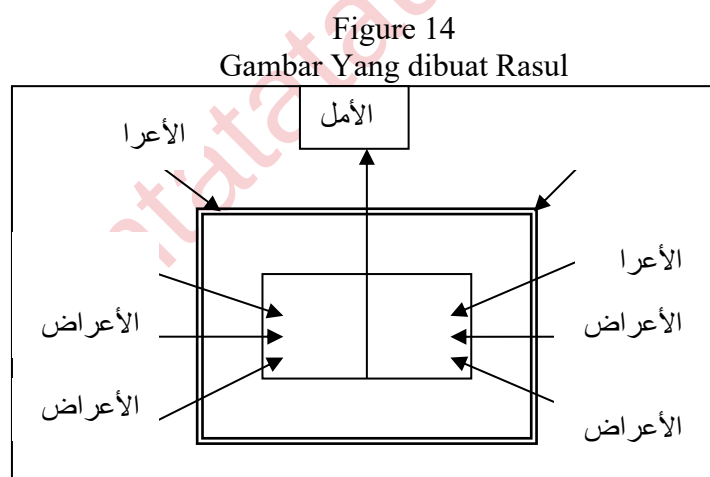
---

<sup>385</sup> Al-Qurtubi, *Al-Jâmi*....

<sup>386</sup> 'Ajâj, Muhammad, al-Khatîb, *'Ushûl al-Hadîts*, (Beirut:Dâr al-Fikri, 1789), h, 54.

وعن ابن مسعود رضي الله عنه أيضاً قال: خط النبي ص م خطأ مربعاً، وخط خطأ في الوسط خارجاً منه . وخط خططا صغاراً إلى هذا الذي في الوسط من جانبه الذي في الوسط، وقال: ((هذا الإنسان، وهذا أجله محيط به – أو قد أحاط به – وهذا الذي هو خارج أمله، وهذه الخطوط الصغار الأعراض، فإن أخطأه هذا نحشه هذا، وإن أخطأه هذا نحشه هذا.

Nabi SAW. Menggambar segi empat, lalu membuat garis di tengahnya yang keluar dari segi empat itu, lalu membuat garis kecil-kecil menuju pada kotak segi empat tersebut dari pinggir-pinggirnya seraya berkata: “Ini manusia, ini ajal mengelilinginya, dan yang di luar ini adalah cita-citanya, dan garis-garis kecil ini merupakan berbagai kemungkinan yang bisa mengenai manusia (*al-A’Râdl*), jika yang ini salah maka yang lain akan mempengaruhinya, dan jika yang lain salah maka yang lain akan mempengaruhinya (HR.Bukhari).<sup>387</sup>



Gambar di atas visualisasi dari diagram yang dibuat Rasul SAW di tanah saat menerangkan manusia, ajal dan nasibnya, oleh Ahmad Muhammad Al-‘Alîmi, dan banyak versi gambar yang dibuat oleh para ulama mengenai

<sup>387</sup> Al-‘Alîmi, Ahmad, Muhammad, *Tharâiqu al-Nabiy SAW fi Ta’lîmi ‘Ashâbihi Ridlwânallahi ‘Alaihim*, (Beirut: Dâr Ibn Hajm, 2001) Cet.ke-I,h, 130-131.

visualisasi dari hadits di atas, seperti versi Ibn Hajar, Badruddin al-‘Ainy, dan ulama lain.

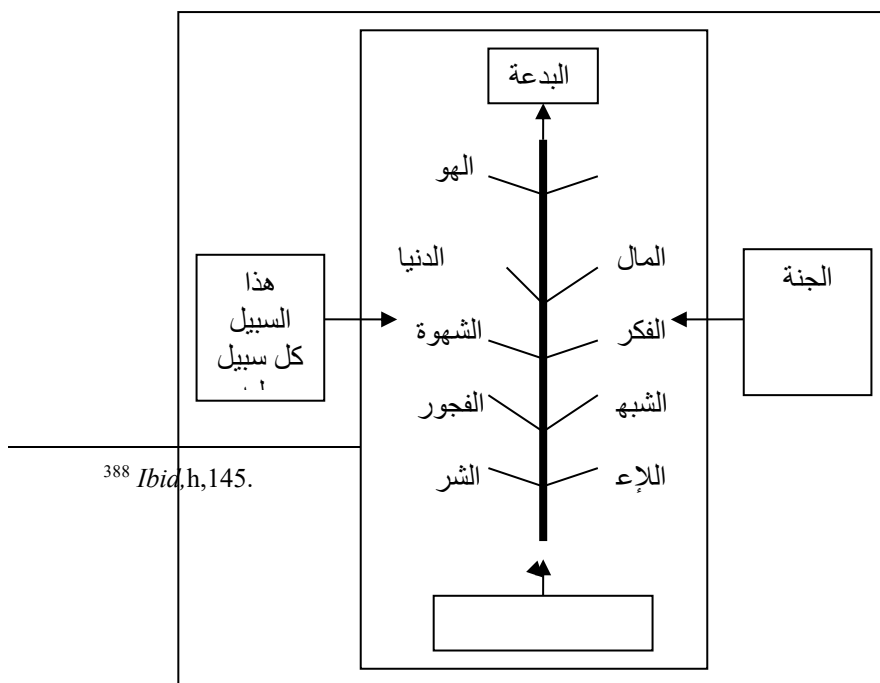
Selain diagram yang dibuat dalam rangka menerangkan “manusia” Rasul juga pernah menggambar dalam rangka menerangkan “al-Shirâth al-Mustaqîm” sebagaimana hadits Abdullah Ibn Mas’ûd.<sup>388</sup>

عن عبد الله بن مسعود رضي الله عنه قال: خط لنا رسول الله ص م خطا ثم قال: "هذا سبيل الله" ثم خط خطوطا عن يمينه وعن شماله، ثم قال: "هذه سبل متفرقة على كل سبيل منها شيطان يدعو إليه" ثم قرأ "وأن هذا صراطي مستقيما فاتبعوه و لا تتبعوا السبل فتفرق بكم عن سبيله" (أخرجه أحمد)

Dari Ibn Mas’ûd, ia berkata: Rasulullah SAW menggambarkan kepada kita suatu garis, lalu berkata: “Ini adalah jalan Allah,” lalu menggaris lagi sebelah kiri dan kanannya beberapa garis lalu berkata: “Ini adalah bermacam jalan yang setiap jalan tersebut ada Saitan yang memanggil-manggil (manusia) agar mengikuti jalan tersebut,” lalu Rasul SAW membaca ayat “Ini adalah jalanku yang lurus, maka ikutilah! Dan jangan mengikuti berbagai jalan sehingga kalian meninggalkan jalan Allah”. (HR.Ahhamd).

Hadits tersebut dibuatkan diagramnya oleh Ahmad Muhammad Al-‘Alîmi sebagai berikut:

Figure 15  
Bagan Shirâth al-Mustaqîm dari Hadits Abdullah Ibn Ma’sûd



## 2. *Two Step Flow of Communication*

Lebih banyak lagi hal-hal yang menyangkut komunikasi dari Rasul SAW adalah yang berkenaan dengan tata cara, isi pesan, dan beberapa sikap. Seperti cara Rasul SAW. Dalam menyampaikan pesan kepada khalayak – dalam komunikasi massa—ia selalu mengakhiri pesannya dengan ungkapan:

ليبلغ الشاهد الغائب رب مبلغ أوع من سامع. رواه البخاري<sup>389</sup>

“Yang hadir supaya menyampaikan kepada yang tidak hadir, karena seringkali yang menerima (dari tangan kedua) lebih menyadari dari pada yang mendengar langsung”.

Pernyataan tersebut hampir senada dengan teori komunikasi *Two Step Flow of Communication* (Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson, Hazel Gaudet sejak 1944) Artinya diakui penyebaran pesan melalui langkah dari audiens kepada yang lainnya, dan sejalan juga dengan firman Allah: “Tidak sepatutnya bagi mukminin itu pergi semuanya (ke medan perang). Mengapa tidak pergi dari tiap-tiap golongan di antara mereka beberapa orang untuk memperdalam pengetahuan mereka tentang agama dan untuk memberi peringatan kepada kaumnya apabila mereka telah kembali kepadanya, supaya mereka itu dapat menjaga dirinya.” (QS.9:122).

## 3. Komunikasi Positif dan Dinamik

---

<sup>389</sup> al-Khatib, *Ushul...*,59

عن أبي هريرة - رضي الله عنه - قال: قال رسول الله - صلى الله عليه وسلم -: لا تحاسدوا، ولا تناجشوا، ولا تباغضوا، ولا تدابروا، ولا يبيع بعضكم على بيع بعض، وكونوا عباد الله إخوانا، المسلم أخو المسلم، لا يظلمه، ولا يخذله، ولا يكذبه، ولا يحقره، التقوى ها هنا، ويشير إلى صدره ثلاث مرات، بحسب امرئ من الشر أن يحقر أخاه المسلم، كل المسلم على المسلم حرام دمه وماله وعرضه رواه مسلم

Rasul SAW bersabda, “Janganlah (kamu sekalian) saling *menghasud*, (*spite*) jangan saling *menghalangi* (menjegal kemajuan atau usaha orang lain, menipu dan saling mengakali *fraud dealing*) jangan saling *membenci*(*hateful*), jangan saling memutuskan (saling membelakangi,) dan *janganlah menjual yang sedang dijual oleh temannya* (menyerobot orang yang sedang bertransaksi, *fraud dealing*) dan jadilah hamba Allah yang saling bersaudara, seorang muslim adalah saudaranya sesama muslim: ia tidak *menganiayanya* (*injustice*), tidak *megacuhkannya* (*attentive*) (mencuekannya?), tidak *membohongkannya* (*menuduh orang berbohong, suspicious, backbite*) dan *menghinanya*(*insult*). Takqwa itu di sini (kata Rasul SAW sambil menunjuk dadanya tiga kali) cukuplah seseorang dinilai sebagai orang yang tidak baik jika ia menghina temannya sesama muslim, haram bagi setiap muslim darah, harta dan harga diri sesama muslim.

Dalam hadits di atas Rasul SAW melarang (larangan di sini berarti pengharaman) ummatnya untuk:

- a. Tahasud; maksud hasad adalah usaha mengingkari ni'mat yang diberikan Allah kepada seseorang, atau memiliki keyakinan bahwa seseorang tidak pantas mendapatkan ni'mat atau anugrah atau derajat yang dia dapati,

sehingga di hatinya tertanam rasa untuk mengingkari ni'mat tersebut dan mencemooh serta mengajak orang untuk mengingkarinya—demikian menurut keterangan Imam Nawawi. Kalau dibahasakan menurut bahasa kita sekarang, hasad bias diartikan sebagai suatu sikap tidak suka atas keberhasilan orang lain, atau bisa juga disebut iri. Sikap ini diharamkan oleh Rasul SAW dan harus di jauhi oleh semua komponen masyarakat muslim. Adapun sikap sebaliknya seorang muslim harus bahagia atas keberhasilan dan kebahagiaan orang lain.

- b. Tanajus; artinya usaha menghalangi sesuatu (menjegal) suatu dengan tipu daya dan berbagai upaya merintangi sesuatu. Kalau disederhanakan berarti usaha tipu- menipu atau akal –mengakali serta tindakan curang dalam berbagai dimensi pergaulan (kegiatan sosial).
- c. Saling membenci; diharamkan juga sesama muslim untuk saling membenci. Termasuk di dalamnya perkataan dan perbuatan yang bisa melahirkan kebencian kepada orang lain (sesama) seperti tindakan provokasi dan hujat menghujat. Artinya semua perbuatan maupun perkataan yang menyebabkan permusuhan dan saling membenci diharamkan oleh agama, sebaliknya semua perbuatan dan perkataan harus mengarah pada kasih sayang dan persatuan serta saling sayang menyayangi.
- d. Tadabur; artinya secara bahasa saling membelakangi, dalam pergaulan berarti memutuskan silaturrahim. Diharamkan bagi muslim untuk berusaha memutus silaturrahim baik dengan ucapan maupun tindakan.

- e. Menyerobot transaksi jual-beli yang sedang berlaku, seperti dengan memberikan penawaran yang lebih tinggi atau lebih murah dengan maksud supaya menjual/membeli kepadanya dan membatalkan jual beli dengan yang lainnya.
- f. Tidak menzalimi (menganiaya); dzalim artinya meletakkan suatu bukan pada tempat semestinya atau hak yang sebenarnya. Perbuatan zalim bisa saja terjadi pada harta, pada nama baik, pada jiwa/jasad. Seperti ghibah (membicarakan kejelekan orang lain) adalah tindakan zalim yang berhubungan dengan nama baik seseorang.
- g. Khadzal; maksudnya adalah mengacuhkan atau membiarkan sesama muslim yang membutuhkan pertolongan, bahasa sekarang cuek atau tidak peduli. Karena muslim adalah penolong bagi muslim lain

وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ

- h. Jangan menuduhnya berbohong; maksud hadits di atas menurut Nawawi, bahwa **ولا يكذب** berarti mengatakan “kamu bohong” jika seseorang memberi kabar berita. Karena bagi seorang muslim tidak mungkin memiliki sifat pendusta, maka jika ada yang memberi berita kepada kita jangan langsung dicap “bohong” sebelum ada bukti kebohongannya.
- i. Tidak menghina; diharamkan seorang muslim menghina temannya muslim, apakah karena keturunannya, kebodohnya, karena daerahnya atau karena alasan apapun. Karena Islam datang justru untuk mengangkat derajat manusia dan tidak menghinakannya.

Term-term seperti tahasud, tanajus, menuduh bohong jika seseorang membawa berita atau menyampaikan suatu pesan, adalah term yang mencerminkan proses komunikasi.

Di antara sabda Rasul SAW masih betemakan komunikasi dalam hal perkataan baik adalah:

عن أبي هريرة -رضي الله عنه- قال: قال رسول الله -صلى الله عليه وسلم: من كان يؤمن بالله واليوم الآخر فليقل خيرا أو ليصمت ، ومن كان يؤمن بالله واليوم الآخر

فليكرم جاره ، ومن كان يؤمن بالله واليوم الآخر فليكرم ضيفه رواه البخاري ومسلم

“Barangsiapa beriman kepada Allah dan hari akhir, hendaknya *ia berkata baik* atau *diam*, barang siapa beriman kepada Allah dan hari akhir hendaknya *ia menghormati tetangganya*, barang siapa beriman kepada Allah dan hari akhir, hendaknya *ia menghormati tamunya*.” (HR. Muslim).<sup>390</sup>

#### 4. Tradisi Penulisan Informasi:

Selanjutnya tradisi penulisan pada masa Rasul SAW tidak sebatas pada pengiriman surat semata, kegiatan seperti penulisan wahyu yang ditulis oleh tim penulis wahyu seperti Ubay Bin Ka’ab, Muadz Ibn Jabal, Zaid Ibn Tsâbit dan ‘Abu Zaid bisa dicatat sebagai kegiatan redaksional dari media mushaf Al-Qu’ran. Selain tim resmi para sahabat juga sebagian besar memiliki catatan ayat-ayat Al-Qur’an yang mereka bukukan sendiri serta memiliki mushaf tersendiri.<sup>391</sup>

---

<sup>390</sup> Omran Salim, *Syarhu al-Matan al-Nawawiyah*, e-book, 2002, hadits ke 15.

Tradisi kedua adalah tradisi penulisan hadits yang dilakukan oleh para sahabat saat mereka mendapatkannya dari Rasul SAW walau pada awalnya Rasul melarang menuliskan hadits-haditsnya --karena khawatir tercampur antara Al-Qur'an dan Al-Hadits-- namun akhirnya mengizinkan dengan sabdanya: “Ikatlah ilmu dengan tulisan!”<sup>392</sup>

## 5. Konsep al-Bayan: Keterangan Bisa Menjadi Sihir (Magnitude)

Penjelasan atau keterangan bisa sangat memukau dan nampak sebagai sihir, karena keindahan bahasa atau kehalusan penyajian sehingga seakan mewakili apa yang dikehendaki oleh lawan bicara misalnya, sehingga lawan bicara seakan tersihir dan mengikuti apa yang dikehendaki oleh pembicara. Hal ini terjadi --dan digeluti-- di era modern ini oleh praktisi periklanan (*advertising*). Berkenaan dengan konteks ini Rasul SAW bersabda:

إن من البيان لسحرا. رواه أحمد, البخاري, أبو داود, الترمذی.<sup>393</sup>

“Sebagian dari keterangan atau penjelasan itu mengandung sihir” (HR.Ahmad, Bukhari, Abu Dawud, Tirmidzi).

Para ahli berbeda pendapat mengenai ini hadits ini, apakah sihir dalam pengertian sebenarnya, sehingga berarti ejekan (الذم) atau berarti pujian (المدح) menurut Abu Hâtim, di sini Rasul SAW menjelaskan bahwa “penjelasan” sama dengan sihir; bisa membuat orang tertarik, sebagaimana orang yang piawai dalam

---

<sup>391</sup> Al-Shâbuni, *Tibyân*....,h,52-53.

<sup>392</sup> Al-Shâlih, Shubhi, *Ūlûmu al-Hadîts wa Musthalahu*h,(Beirut: Dâru al-‘Ilmi lil Malâ’îyîn, 1988) Cet.Ke-XVII, h,20-21.

<sup>393</sup> Al-Suyûti, *Al-Jâmi*.....Jilid I,h,99.

berbicara bagaikan penyihir membuat orang terbuai dengan pembicaraannya. Berarti memuji orang yang fasih dalam bicara, ini pendapat Jumhur ulama, sedangkan yang menyatakan bahwa ia merupakan *dzam*, pendapat sebagian Malikiyah.<sup>394</sup>

## 6. Hadits-hadits Nahyi Munkar: Komunikasi Pembangunan

Kata nahi mungkar bukan suatu yang asing, bahkan sering menjadi program pada suatu kegiatan tujuan organisasi tertentu, ada baiknya kita mengenal istilah tersebut secara lebih dekat.

Nahyi Munkar (*change and development*), terdiri dari dua suku kata *nahyi* dan *munkar*, kata *nahyi* secara bahasa berarti al-Jazr dan al-man'u<sup>395</sup> yang secara Indonesia berarti peringatan atau larangan. Sedangkan kata *al-munkar* berasal dari kata *nakara* dan *ankara* berarti *jahala* yang berarti bodoh, atau *sha'aba* yang berarti sulit, bisa juga berarti *al-fithnatu wa al-dahâu'* yang artinya perbuatan yang sangat buruk. Sedangkan kata *almunkar* sendiri oleh penulis *al-munjid* diartikan sesuatu yang tidak diridloi Allah baik perkataan maupun perbuatan, lawan katanya adalah *al-ma'rûf*.

Dari pengertian bahasa di atas dapat dipahami bahwa nahyi mungkar berarti suatu tindakan mencegah atau melarang sesuatu perbuatan yang tidak dikehendaki Allah.

---

<sup>394</sup> Ibnu Katsîr, *Tafsîr*...., Jilid I.h.44.

<sup>395</sup> Al-Munjjid h, 836.

Berkenaan dengan pengertian ini Ibnu Taimia menyatakan: mungkar adalah semua yang dilarang oleh Allah dan Rasul-Nya, kemungkaran yang paling besar adalah syirik, yaitu menjadikan sesuatu sebagai yang sebanding dengan Allah.<sup>396</sup>

Dengan panduan pengertian nahyi mungkar sebagaimana tersebut di atas maka penulis mencoba memberikan batasan pembahasan tema ini sebagaimana yang dimaksud dari pengertian nahyi munkar itu sendiri sebagai suatu kegiatan atau tindakan, bukan nahyi munkar sebagai materi kegiatannya.

Setidaknya ditemukan empat hadits tentang *Nahyi Mungkar* yaitu.

Hadits Abi Said al-Khudry dan hadits Usamah:

Pertama, Hadits Abi Sai'd al-Khudriyy RA:

حَدِيثُ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ : عَنْ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ إِيَّاكُمْ وَالْجُلُوسَ فِي الطُّرُقَاتِ قَالُوا يَا رَسُولَ اللَّهِ مَا لَنَا بُدٌّ مِنْ مَجَالِسِنَا نَتَحَدَّثُ فِيهَا قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَإِذَا أَبَيْتُمْ إِلَّا الْمَجْلِسَ فَأَعْطُوا الطَّرِيقَ حَقَّهُ قَالُوا وَمَا حَقُّهُ قَالَ غَضُّ الْبَصَرِ وَكَفُّ الْأَذَى وَرَدُّ السَّلَامِ وَالْأَمْرُ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّهْيُ عَنِ الْمُنْكَرِ

“dari Nabi SAW bersabda: ‘Janganlah kalian duduk-duduk di pinggir jalan!’ Mereka menjawab, “kami hanya duduk sambil berbincang-bincang”, kalau kalian hanya duduk sambil berbincang-bincang, maka berikanlah hak yang dimiliki jalan tersebut! Mereka bertanya apa hak yang dimiliki jalan itu? Lalu beliau menjawab: “hak jalan adalah; Menahan pandangan, menghindarkan sesuatu yang merugikan, menjawab salam, serta amar ma’ruf dan nahyi munkar.”<sup>397</sup>

Kedua, Hadits Usamah Ibnu ZaidRA, ia berkata;

<sup>396</sup> Ibnu Taimia, *Al-‘Amru Bi al- Ma’rûf wa Nahyi a’n al- Munkar*, (Beirut: Dâr Al-Kitâb Al-Jadîd,1984) Cet.Ke VI,h, 16.

<sup>397</sup> Diriwayatkan Bukhari, Kitâb : al-Madzâlîm wal Ghashby, Hadits No, 2285, Muslim, Kitâb; Al-libâs wal zinah, Hadits, No,3960, Abu Dâwud, Kitâb: Adab, Hadits No, 4181, Ibnu Hambal, Juz III, h, 36,47,61.

□ حَدِيثُ أُسَامَةَ بْنِ زَيْدٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ يُؤْتَى بِالرَّجُلِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ فَيُلْقَى فِي النَّارِ فَتَنْدَلِقُ أَقْتَابُ بَطْنِهِ فَيَدُورُ بِهَا كَمَا يَدُورُ □ الْحِمَارُ بِالرَّحَى فَيَجْتَمِعُ إِلَيْهِ أَهْلُ النَّارِ فَيَقُولُونَ يَا فُلَانُ مَا لَكَ أَلَمْ تَكُنْ تَأْمُرُ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَى عَنِ الْمُنْكَرِ فَيَقُولُ بَلَى قَدْ كُنْتُ أَمُرُ بِالْمَعْرُوفِ وَلَا آتِيهِ وَأَنْهَى عَنِ الْمُنْكَرِ وَآتِيهِ

“saya mendengar Rasulullah SAW bersabda;’pada hari kiamat seorang dibawa ke neraka, lalu keluar usus dari dalam perutnya ia berputar-putar bagaikan keledai dalam kandang, maka penduduk neraka berkumpul mengitarinya seraya bertanya; bukankah kamu dahulu suka menyuruh kebaikan dan mencegah kemunkaran?”  
“Ya, jawabnya, aku suka menyuruh kebaikan namun aku tidak pernah melaksanakannya, dan kau juga suka mencegah kemunkaran, namun aku sendiri melakukannya.”<sup>398</sup>

Keempat hadits Abi Said berikut :

حَدِيثُ حَدِيقَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : كُنَّا عِنْدَ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ فَقَالَ أَيُّكُمْ سَمِعَ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَذْكُرُ الْفِتْنَ فَقَالَ قَوْمٌ نَحْنُ سَمِعْنَاهُ فَقَالَ لَعَلَّكُمْ تَعْنُونَ فِتْنَةَ الرَّجُلِ فِي أَهْلِهِ وَجَارِهِ قَالُوا أَجَلٌ قَالَ تِلْكَ تُكْفِرُهَا الصَّلَاةُ وَالصِّيَامُ وَالصَّدَقَةُ وَلَكِنْ أَيُّكُمْ سَمِعَ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَذْكُرُ الْفِتْنَ الَّتِي تَمُوجُ مَوْجَ الْبَحْرِ قَالَ حَدِيقَةُ فَأَسْكَتَ الْقَوْمُ فَقُلْتُ أَنَا قَالَ أَنْتَ لِلَّهِ أَبُوكَ قَالَ حَدِيقَةُ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ تُعْرَضُ الْفِتْنُ عَلَى الْقُلُوبِ كَالْخَصِيرِ عُودًا عُودًا فَأَيُّ قَلْبٍ أَشْرَبَهَا نُكِتَ فِيهِ نُكْتَةٌ سَوْدَاءُ وَأَيُّ قَلْبٍ أَنْكَرَهَا نُكِتَ فِيهِ نُكْتَةٌ بَيْضَاءُ حَتَّى تَصِيرَ عَلَى قَلْبَيْنِ عَلَى أَبْيَضَ مِثْلِ الصَّفَا فَلَا تَضُرُّهُ فِتْنَةٌ مَا دَامَتْ السَّمَاوَاتُ وَالْأَرْضُ وَالْآخِرُ أَسْوَدُ مُرْبَادًّا كَالْكُوزِ مُجَحِّيًا لَا يَعْرِفُ مَعْرُوفًا وَلَا يُنْكِرُ مُنْكَرًا إِلَّا مَا أُشْرِبَ مِنْ هَوَاهُ

<sup>398</sup> Diriwayatkan Bukhari, dalam *shahih*nya Kitâb; Bad’u al-Khalqi, Hadits No, 3027, Kitâb; Fitan, Hadits No, 6569, Muslim, dalam *shahih*nya Kitâb; Al-Zuhdu wa al-raqâiq, Hadits No, 5305, Ahmad Ibnu Hambal, dalam *musnad*nya, Juz V.

“Suatu saat kami bersama UmarRA, Umar bertanya:”Siapa di antara kamu yang mendengar Rasul SAW berbicara tentang fitan? Kami, jawab sekelompok orang lalu berkata “semoga kamu memperhatikan tentang fitnah seseorang dalam keluarga dan tetangganya” mereka mengatakan terus, “hal itu bisa dihapus dengan shalat puasa dan sedekah,” Tapi kata Umar, siapa yang mendengar Rasul SAW menyebutkan fitan yang bergelombang bagaikan gelombang ombak lautan? Hudzaifah mengatakan, para kaum tidak ada yang menjawab, lalu aku katakan “saya” kamu kata Umar? Demi bapakmu! Khuzaifah mengatakan: “Aku mendengar Rasul SAW bersabda: fitnah dihindarkan dalam hati bagaikan tikar yang dianyam sehelai-demi sehelai, hati yang menerimanya maka akan diletakkan satu titik hitam, dan hati yang menolaknya akan diletakkan padanya satu titik putih, sehingga hamparan itu dalam dua hati jadilah hati yang putih bening nan licin, tidak akan terkena fitnah,selama langit dan bumi masih ada, dan hati lainnya hitam pekat bagaikan karat tidak mengetahui yang ma’ruf dan tidak dapat mencegah kemungkaran, melainkan akan mengikuti keinginannya belaka.”<sup>399</sup>

Keempat hadits Abi Sai’dRA:

حَدِيثُ أَبِي سَعِيدٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ : عَنْ طَارِقِ بْنِ شَهَابٍ قَالَ أَوَّلُ مَنْ بَدَأَ بِالْخُطْبَةِ يَوْمَ الْعِيدِ قَبْلَ الصَّلَاةِ مَرْوَانُ فَقَامَ إِلَيْهِ رَجُلٌ فَقَالَ الصَّلَاةُ قَبْلَ الْخُطْبَةِ فَقَالَ قَدْ تَرَكْتُ مَا هُنَالِكَ فَقَالَ أَبُو سَعِيدٍ أَمَّا هَذَا فَقَدْ قَضَى مَا عَلَيْهِ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيَعِزِّهِ يَدِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ وَذَلِكَ أَضْعَفُ الْإِيمَانِ

dari Thâriq Ibn Syihâb berkata; “Orang yang pertama kali melakukan khutbah hari raya sebelum shalat adalah Marwan, maka seorang lelaki berdiri dan berkata; “shalat itu sebelum khutbah” Kata Marwan, hal itu sudah berlalu” Maka Abu said berkata: “hal ini berarti berlakunya apa yang kudengar dari Rasul SAW: “barangsiapa yang melihat kemungkaran, maka rubahlah dengan tangannya, jika tidak bisa dengan lisannya, dan jika tidak bisa rubahlah dengan hatinya, dan merubah dengan hati itu selemah-lemahnya iman.”<sup>400</sup>

<sup>399</sup> Hadits ini diriwayatkan Bukhâri; Kitab; Mawâqitishalât, Hadits No, 494, Kitâb :Zakât, Hadits No, 1345, Kitâb : Shaum, H,No,1762, Kitab:Manakib,3321, Kitab;Fitan, H,No, 6567,Muslim, Kitab Iman, Hadits No, 207. Tirmidzi, Kitab: Fitan, H.No, 2184,Ibnu Mâjah, Kitâb ;Fitan, Hadits, No, 3945, Ahmad Ibnu Hambal, Juz V, h, 386,401,405.

<sup>400</sup> Diriwayatkan Bukhâri, Kitâb; Jum’at Hadits No, 903, Muslim Kitâb;îmân, Hadits No, 70,

Adapun derajat hadits yang dinukil di atas adalah hadits yang dinyatakan *shahîh* oleh para muhadits terbukti dengan periwayatan hadits tersebut dalam kitab *shahîh* mereka; Bukhari dan Muslim, sejalan dengan pernyataan al-Suyûthiy dalam *al-Jâmi al-Shagîr* untuk hadits Usâmah dan Abi Saî'd.

Hadits pertama berisikan larangan duduk-duduk di pinggir jalan, atau lebih tepatnya dipandang sebagai kaidah duduk di pinggir jalan (nongrong); 1) menahan pandangan 2) menghindari hal-hal yang merugikan 3) menjawab salam 4) Menyuruh pada kebaikan dan mencegah kemunkaran.

Hadits kedua mengisyaratkan makna kaidah amar ma'ruf dan nahyi mungkar; seorang penganjur kebenaran harus melaksanakan apa yang dianjurkannya demikian juga pencegah kemunkaran harus mencegah dirinya dari perbuatan yang dicegahnya itu.

Hadits ketiga menggambarkan tentang proses fitnah (godaan) yang menimpa hati manusia; ketika godaan datang pada hati manusia ia akan membentuk semacam karat, lalu terus bertambah hingga batin manusia seakan ada dua macam, hati yang putih tidak akan pernah terkena fitnah, sedangkan jika hati yang hitam berkuasa maka tidak akan lagi mampu mencegah kemungkaran ataupun menyuruh kebaikan, yang diikuti hanyalah keinginan.

Hadits keempat tentang tata cara mencegah kemunkaran, sekaligus menjelaskan tanggungjawab muslim untuk mencegah kemunkaran. Dimulai dengan menyebutkan tangan, lisan, dan qalbu.

---

Tirmidzi Kitâb: Fitân, Hadits, No, 2098, Nasâi', Kitâb; îman Hadits No,4922,4923, Abu Dâwud, Kitâb; Shalât, Hadits No, 963, Kitâb Malâhîm, Hadits No, 3777, Ibnu Maajah, Kitâb; Shalât Hadits No, 1265, Kitâb Fitân, Hadits No, 4003, Ibnu Hanbal, Juz III, h, 10,20,49,52,54,56,92.

Dari keempat hadits di atas nampak tergambar suatu konsep yang jelas tentang nahyi munkar, seperti digambarkan hadits pertama, Rasulullah SAW Membolehkan duduk-duduk di pinggir jalan, namun duduk di pinggir jalan (nongkrong?) tersebut harus diwarnai dengan sikap dan tanggungjawab sebagai muslim, menjaga mata, tidak menyulitkan orang, menjawab salam, dan senantiasa mengemban misi amar ma'ruf dan nahyi munkar.

Secara kontekstual dapat dipahami secara umum bahwa masyarakat manapun menilai kegiatan duduk-duduk itu tidaklah positif, namun banyak disukai orang banyak, menyikapi permasalahan ini Rasul SAW memberi “muatan” kegiatan duduk-duduk itu dengan muatan nilai-nilai luhur pribadi muslim. Seakan beliau mengatakan asalkan memiliki misi mulia silahkan saja.

Berkaitan dengan pesan pada hadits pertama, Rasul SAW mengingatkan bahwa kegiatan amar ma'ruf dan nahyi munkar harus ditujukan terlebih dahulu kepada diri pelaku untuk senantiasa menjaga dirinya jangan sampai melakukan apa yang dilarang atau sebaliknya meninggalkan apa yang dia anjurkan.

Karena kemampuan seseorang untuk mencegah dirinya dari kemunkaran itu hanya bisa dilakukan jika “hati yang suci” lebih dominan, dan hal itu hanya bisa dicapai jika seseorang senantiasa melakukan yang ma'ruf dan meninggalkan yang munkar.

Kemudian jika seseorang melakukan tindakan nahyi munkar harus dilihat juga kemampuan yang dimiliki, sasaran yang dituju dengan segala sosio emosional, kultural dan historis yang mengitari sasaran tersebut. Ada sasaran yang pantas “diubah” dengan tangan, lisan, ada juga yang cukup didoakan,

apakah karena kemampuan pelaku pencegah kemunkaran yang terbatas atau karena melihat kemaslahatan yang lebih luas.

Sampai di sini penulis baru melihat hadits-hadits tersebut sebagai suatu kesatuan konsep; satu hadits saling menerangkan dan melengkapi hadits yang lain. Keempat hadits tersebut bisa dianalisis lebih jauh lagi, dan ini akan lebih menarik, misalkan dari sudut pemilihan kosa kata, penyusunan pesan dengan melihat sasaran, atau bahkan dari segi metodologi penyampaian pesan yang dilakukan Rasul SAW.

Dari sudut pemilihan kata bisa dilihat bagaimana Rasul SAW, menggunakan kata *yughayir* menurut hemat penulis pemilihan kata tersebut tidaklah sembarangan, kata merubah berarti berhadapan langsung dengan aktivitas yang sedang terjadi serta mengharapkan perubahan saat itu, semacam usaha atau tindakan pelurusan satu perbuatan yang sedang terjadi. Hal ini sesuai dengan periwayatan yang termaktub dalam sanad hadits tersebut, bahwa suatu saat Marwan melakukan khutbah Id sebelum shalat, kemudian berdiri seseorang dan meluruskannya dengan mengatakan khutbahnya setelah shalat, saat itulah Abu Saaid menyebutkan hadits di atas.

Sedangkan analisis atas cara penyampaian bisa dilakukan pada hadits, Abu Said dan Usâmah. Semuanya mencerminkan metodologi Rasul dalam menyampaikan pesan sekaligus cara nahyi munkar yang menyejukkan. Bisa dilihat dalam kasus duduk-duduk, Rasul SAW merubah duduk-duduk tanpa makna dengan duduk-duduk sarat makna, itulah tagyîr bi lisân. Hadits tentang neraka juga hadits tentang hati mencerminkan tindakan prefentif dan persuasif.

## E. Pendapat Ulama Tentang Komunikasi

### 1. Menyelusuri Tradisi Pesan dan Media

Para ulama muslim sejak masa Shahâbat sampai Tâbi'n menyadari pentingnya penulisan ilmu –terutama Al-Qur'an dan al-Hadîts-- pase Shahâbat ditandai dengan kodifikasi Al-Qur'an yang diawali dengan pengumpulan pada masa Abu Bakar RA dan penulisan secara resmi pada masa Utsman RA.<sup>401</sup>

Ali Ibn Abi ThalibRA berkata:

الناس أعداء ما جهلوا<sup>402</sup>

إياك أن تذكر من الكلام ما كان مضحكا وإن حكيت ذلك عن غيرك<sup>403</sup>

Manusia menjadi musuh atas apa yang tidak ia ketahui, inilah kaidah informasi yang ditawarkan Ali betapa pentingnya informasi supaya tidak memusuhi apa yang tidak seharusnya dimusuhi. Dalam kesempatan lain AliRA juga menasihati: “Hindarilah mengucapkan kata-kata lucu, walaupun kamu menceritakannya dari teman kamu.” Melalui ungkapan ini nampaknya Ali hendak menghindari “lawak” yang kadang bisa mengakibatkan dampak yang kurang baik.

Umar Ibn Al-Khatâb juga memiliki pernyataan yang berhubungan dengan tindakan “menutupi aib” diri sendiri yang bisa dihubungkan dengan kaidah *news* dalam Islam. Jaid Ibn ‘Aslam meriwayatkan aku mendengar

---

<sup>401</sup> Al-Shâbuni, *Tibyâ*..., h, 52-61.

<sup>402</sup> Muhammad Al-Bagir, , *Mutiara Nahjul Balaghah*, (Bandung: Mizan, 1993) Cet.Ke-II,h, 159.

<sup>403</sup> Al-Bagir, , *Mutiara*. h, 129.

Umar berkata: “Wahai sekalian manusia, aku takut akan kebencian yang menyelimuti kita semua, maka mintalah ridla Tuhanmu, dan tahanlah (amarah dan kebencian) serta berpeganglah pada perintah Allah, bertaubatlah kepadanya, dan *berbicaralah* yang baik!”<sup>404</sup> Riwayat lain dari Muhammad Ibn Syihâb bahwa Umar berkata:

“Jangan memperhatikan sesuatu yang tidak bermanfaat bagimu, jauhilah musuhmu, dan hati-hatilah terhadap temanmu kecuali yang *terpercaya*, karena orang yang terpercaya dari suatu kaum tidak ada bandingannya, janganlah kamu menemani pendosa, karena ia akan mengajari kamu berbuat dosa, janganlah kamu menyebarkan rahasiamu kepadanya (pembuat dosa), dan berkonsultasilah terhadap orang yang takut kepada Allah.”<sup>405</sup>

Seorang dengan posisi penguasa seperti Umar menyarankan agar berbicara (mengomunikasikan) hal-hal yang baik, selanjutnya sekitar proses komunikasi ia juga menyarankan agar memilih teman yang terpercaya (al-‘amîn) sekaligus menerangkan derajatnya dalam pergaulan -- tidak ada tandingnya, kemudian kaidah komunikasi berikutnya adalah memilih teman berkomunikasi; jangan dengan pendosa, karena ia akan mengajari berbuat dosa, berkomunikasi dengan mereka yang takut kepada Allah saja, serta menjaga rahasia. Dalam banyak kesempatan Umar sangat menekankan pada pemeliharaan rahasia (informasi), terutama yang berkenaan dengan aib seseorang.

Sisi lain tradisi penggunaan *bahasa yang baik* juga dilanjutkan oleh para ulama muslim, kisah ‘Umar Bin Abdul Aziz yang sering mengkritik para

---

<sup>404</sup> Muhammad Ahmad, ‘Âsyûr, *khutabu ‘Amîri al-Mu‘minîn ‘Umar Ibn al-Khathâb wa Washâyâhu*, (Dâru al-‘I’tishâm), h, 89.

<sup>405</sup> Ahmad, ‘Âsyûr, *khutabu...*, h, 125.

seniman yang menggunakan kata-kata kurang sopan atau kurang pas dan tidak mencerminkan misi yang jelas merupakan bukti pelaksanaan tradisi tersebut, seperti kritiknya terhadap seseorang yang mengatakan: *تحت ابطك* dan menyuruh menggantinya dengan ungkapan *تحت يدك* kritikan lainnya pada seseorang yang menulis surat dengan menggunakan kata *وكان مسلما من أب لم يسلم*

‘Umar bertanya bagaimana jika hal itu dikatakan kepada kaum al-Muhâjirin dan al-Anshâr? Itu berbahaya, karena akan mencakup orang tua Rasul SAW! Jawab penulis, kamu sudah menjadikannya sebagai perumpamaan, maka kamu tidak boleh menulis apapun di hadapanku, kata ‘Umar.<sup>406</sup>

Di sini nampak bahwa ‘Umar mencoba membuat suatu tradisi baru baik dalam seni syair (sastra) maupun komunikasi serta kesenian tradisional lainnya seperti izinnya untuk rebana. Ia sangat tanggap terhadap permasalahan –permasalahan yang ada disekitarnya sampai dalam bahasa pun ia perhatikan. Nampaknya ‘Umar melihat bahwa perbaikan tidak saja dalam aspek perilaku semata, tapi juga dalam aspek penuturan dan bahasa. Artinya ia melakukan kontrol terhadap penggunaan bahasa serta kontennya (pers masa klasik?) terutama syair dan tradisi tulis- menulis.

Suatu contoh tradisi pengecaman terhadap Ali Ibn Abi Thalib yang biasa dilakukan dalam khutbah Jum’at dihapuskan dan diganti dengan ucapan: *Ina Allaha ya’ muru bil A’dli wal Ihsân.....*

فقال: يا بني إن الذين حولنا لو يعلمون من علي ما نعلم تفروا عنا إلى أولاده.

---

<sup>406</sup>Abdul Aziz Sayyidu al-Ahl, *Al-Khalifah al-Zâhid ‘Umar Ibn ‘Abd Al-‘Aziz*, (Beirut: Daar Ilmi Lil Malâîyîn, 1973) Cet. Ke-7, h, 192.

فلما ولي الخلافة لم يكن عنده من الرغبة في الدين ما يرتكب هذا الأمر العظيم لأجلها

فترك ذلك وكتب بتركه وقرأ عوضه: {إن الله يأمر بالعدل والإحسان وإيتاء ذي القربى}.

“Hai anakku, seandainya mereka yang hidup sekitar kita mengetahui Ali sebagaimana kita tahu, mereka niscaya akan berpaling dari kita dan akan lari menuju anak-anaknya (Ali). Maka ketika ia menjadi khalifah, ia tidak menyukai di dunia ini ada suatu dosa yang disebabkan oleh hal besar ini (mengecam Ali), oleh karenanya ia meninggalkan tradisi tersebut dan mengintruksikan untuk meninggalkan tradisi itu (kepada para pembantunya) serta menggantinya dengan membaca surat al-Nahl ayat 90.”<sup>407</sup>

Tradisi tersebut hidup sampai sekarang (bahkan nampak seakan akan menjadi rukun khutbah bagi para khatib).

## 2. Pendapat Ulama Kontemporer

Taufiq Yusuf mencoba menghubungkan antara dakwah dengan komunikasi, menurutnya bahwa ilmu komunikasi dewasa ini telah mencapai kemajuan besar dalam studi dan analisis terhadap berbagai dimensi manusia dan kehidupannya.<sup>408</sup> Dimensi kejiwaan, minat dan kecenderungan manusia, tradisi dan kebiasaan yang berlaku, pemikiran dan sarana-sarana yang bermanfaat untuk menekankan pengaruh komunikasi terhadap diri manusia. Selain itu studi atas media dan sarana komunikasi telah menghasilkan berbagai media komunikasi baru yang bisa menyertai kehidupan manusia

<sup>407</sup>Ibn Al-Atsīr, *Al-Kāmil fī al-Tārīkh*, Jilid III, e-book, <http://www.al-eman.com/Islamlib/viewchp.asp?BID=174&CID=77#s5>.

<sup>408</sup> Al-Wâ'i, *Al-Da'wah 'Ila Allah...*, h.427-431.

baik dalam tidur maupun terjaga, laksana udara dan air yang dibutuhkan kehidupan manusia.

Berbagai studi juga telah dilakukan untuk mengetahui dampak dari pengaruh komunikasi terhadap kelompok kecil, kelompok profesi dan kelompok buruh misalnya yang ada pada masyarakat. Dengan studi tersebut memungkinkan dibuatkan suatu format (gaya) tertentu yang sesuai dengan minat dan kebutuhan bagi berbagai kelompok masyarakat yang berbeda dengan cara dan gaya komunikasi yang sesuai dengan pandangan dan pemikiran hidup mereka. Berbagai studi tersebut telah melahirkan aliran politik aliran pemikiran serta aliran ekonomi tertentu di era sekarang ini. Namun sangat disayangkan hasil studi tersebut belum dimanfaatkan untuk melakukan studi dalam bidang dakwah Islam yang memungkinkan melahirkan berbagai pendekatan dakwah Islamiyah.

Menurut penglihatannya hubungan antara ilmu komunikasi dan dakwah Islam seakan-akan tidak ada bahkan terputus. Sampai ia berkesimpulan bahwa: “sebagian orang dewasa ini berjalan berlawanan dengan ilmu komunikasi dan ilmu sosial lainnya.” Artinya mereka melakukan dakwah dengan cara-cara yang menyalahi kaidah-kaidah komunikasi serta tidak mengindahkan aspek-aspek kepekaan (perasaan) dan kecenderungan serta kondisi individual dan sosial masyarakatnya. Padahal ajaran Islam banyak memiliki dasar-dasar pengetahuan yang sangat berharga di bidang ini dan banyak dimanfaatkan oleh non muslim di seluruh dunia.<sup>409</sup>

---

<sup>409</sup> Yusuf, al-Wâ'i, *Al-Da'wah 'Ila Allah...*, h.427-431.

‘Âdil al-Shîfi seorang profeseor dari fakultas komunikasi Univ. Cairo pada tahun 1985 menilai bahwa kajian tentang media sangat diperlukan, walaupun medan kajian ini –penyiaran Islam—masih dipandang baru di dunia Islam.<sup>410</sup> Sedangkan Yahya Basuni Musthafa melihat perlunya perhatian terhadap media massa sebagai sarana dakwah merupakan pewujudan dari totalitas keislaman seseorang, maka diperlukan upaya Islamisasi media dan penyiaran, untuk kegiatan ini ia mempedomani QS.6:162: “Katakanlah bahwa shalatku, ibadahku, hidup dan matiku, hanyalah untuk Allah semata...” Bagi Yahya, komunikasi ialah seni yang secara professional dikembangkan oleh berbagai lembaga dan fakultas di universitas serta bisa mengakibatkan berbagai serangan, maka komunikasi Islam juga hendaknya memerangi zaman (kekinian) dengan menggunakan berbagai senjata komunikasi yang ada, bahkan mengembangkan dan meningkatkan seni dakwah.<sup>411</sup>

Yusuf Qardawi, ulama Qatar yang sangat vokal dan rajin merespon berbagai tantangan zaman dengan fatwa-fatwanya sangat gigih mempergunakan berbagai media komunikasi mulai dari buku hingga internet. Bahkan ia menyajikan layanan *website* atas namanya sendiri, sebagaimana juga para pendukung Abdullah Bin Baz dari Saudi Arabia menyediakan layanan *web site* atas namanya.

Qardawi memberikan banyak fatwa sehubungan dengan media modern yang melanda Ummat Islam. Ia misalnya membolehkan film (menonton atau

---

<sup>410</sup> Basuni Musthafa, Yahya, *Al- 'Idzâ' ah al-Islâmiyah*, (Iskandariah: Dâru al-ma'rifah al-Jâmi'iyah, 1985) h, 8.

<sup>411</sup> Basuni Musthafa, *Al- 'Idzâ' ah...*, h.130.

memproduksi) dengan syarat-syarat tertentu,<sup>412</sup> membolehkan pemutaran film maupun penggunaan komputer di Mesjid,<sup>413</sup> bekerja untuk grafik serta bekerja di dunia periklanan dan media massa.<sup>414</sup> Dalam kesempatan lain ia juga menjawab pertanyaan ketua Bulan Sabit Merah Qatar tentang penyebaran foto-foto kekejaman yang diderita Ummat Islam, menurutnya boleh karena merupakan senjata buat kita namun tidak boleh berulang-ulang.<sup>415</sup>

Kalau komunikasi massa Islam itu ingin sukses dalam menjalankan tugasnya, maka ada beberapa catatan *syar'i* yang berkenaan dengan aktivitas komunikasi, audiens atau kelompok sasaran, demikian redaktur *Islamonline.net* mengantarkan fatwa Yusuf Qardawi berkenaan dengan aktivitas komunikasi Islam. Berkenaan dengan kegiatan komunikasi, maka seorang yang berkecimpung dalam aktivitas tersebut harus jujur, memahami arti pentingnya bahasa dan pesan yang akan disampaikan serta profesional. Sedangkan dari sudut audiens, ia harus selektif dan jujur terhadap dirinya sendiri serta keluarganya, tidak menerima berbagai pesan yang bertolak belakang dengan nuraninya, bahkan harus menghindari berbagai “pesan” yang bisa menghancurkan akhlak dan tingkahlaku diri dan keluarganya, serta bisa merusak kehidupan duniawi dan agamanya.

---

<sup>412</sup> Qardawi, *Al-Aflâm al-Sînimaiah fi al-Mizân al-Fiqhi*, <http://www.qaradawi.net/site/topics/printArticle.asp>

<sup>413</sup> Yusuf Qardawi, *Ilhâqu Dauri al-Sînmiâ fi al-Masjid*, <http://www.qaradawi.net/site/topics/printArticle.asp>

<sup>414</sup> Yusuf Qardawi, *Al-Dlawâbith al-Syar'i lil 'Amal all'lâmi*, <http://www.qaradawi.net/site/topics/printArticle.asp>

<sup>415</sup> Yusuf Qardawi, *Nasyru Shuwari al-Ma'âsi al-Muslimîn*, <http://www.qaradawi.net/site/topics/printArticle.asp>

Berikut ini kutipan fatwa Yusuf Qardawi tentang komunikasi massa dan periklanan

أما المعلم لا بد أن يكون إنساناً مثقفاً حفيظاً عليمًا أو قوياً أميناً، قادراً على أن يوصل هذه الرسالة ويعرف أمانة الكلمة ومسئوليتها ... نستطيع أن نخلص من هذا الأمر أنه يُشترط فيمن يعمل في مجال الإعلام أن تُطبَّق عليه القاعدة التي تُطبَّق على أي وظيفة (إن خير من استأجرت القوي الأمين) و لا تكفي فقط الكفاءة المهنية وإنما أيضاً ينبغي توافر الأمانة والالتزام الخلقي .

أما المعلم وهو المستقبل الذي يستقبل الرسالة الإعلامية.. فلا بد أن يكون واعياً بحيث يميّز ما يصلح له وما لا يصلح و يكون عنده رقابة ذاتية، والواجب في الحقيقة أن تتدخل الدولة أيضاً لتعمل هذه الرقابة ، وإذا لم يحدث هذا فالمستقبل هو الذي ينبغي عليه أن يقول هذا لا يليق وهذا يليق... "فكلكم راع وكلكم مسؤول عن رعيته".

أما المعلم به فهذه المادة التي ينبغي أن تشتمل على الخبر الصادق، فالكذب وترويج الأكاذيب لا يجوز والمفروض أن نتحرى الصدق، وليس فقط الصدق في الخبر ، فهناك أخبار مهمة تأخذ لمحة ولا تُكرَّر وأخبار لا قيمة لها تأخذ مساحة كبيرة وتُكرَّر عدة مرات وتُخدَم بتقارير ونحو ذلك... فعملية الخبر وأخذه من مصادره الأصلية ما استطعنا، يعني تحري الدقة في الخبر وإعطائه ما يناسبه، بحيث تخدم الأخبار والبرامج الأخرى رسالتنا نحن وليست رسالة غيرنا.<sup>416</sup>

Teks tersebut secara bebas berarti:

Ada tiga ketentuan dalam komunikasi yang harus diperhatikan; ketentuan untuk pelaku media ( للمُعَلِّم ) untuk audiens ( للمُعَلَّم ) serta untuk materi yang disajikan ( للمُعَلَّم به ) serta chanel yang dipakainya ( للأداة ) seperti bahasa.

Dari segi pelaku maka ia harus seorang yang ahli dalam bidangnya, profesional serta memiliki kejujuran yang tinggi, bisa menyampaikan “pesan” yang harus disampaikan dengan amanah dan bertanggungjawab. Serta memiliki bukan saja kemampuan dan

<sup>416</sup> Yusuf Qardawi, *Al-Dlawâbith al-Syrari 'yah lil A'mal al-I'lami*, [http://www.qaradawi.net/site/topics/printArticle.asp?cu\\_no=2&item\\_no=3778&version=1&template\\_id=232&parent\\_id=17](http://www.qaradawi.net/site/topics/printArticle.asp?cu_no=2&item_no=3778&version=1&template_id=232&parent_id=17)

kecakapan profesi tapi juga memiliki komitmen terhadap akhlak. Sedangkan audiens, sebagai kelompok sasaran pesan-pesan komunikasi, ia harus memiliki kesadaran sehingga bisa memilah mana yang perlu dan mana yang tidak perlu baginya, artinya ia juga harus mengontrol pesan media dengan serius. Merekalah yang bisa menentukan suatu pesan itu layak atau tidak layak, jika pemerintah tidak ikut campur dalam mengontrolnya.

Adapun dari sudut materi pesan, hendaknya dilakukan dengan jujur dan tidak boleh mengekspose kebohongan, bukan saja jujur dalam pemberitaan, tapi jangan hanyut dengan pemberitaan yang tidak bernilai dengan pengulangan yang berlebihan. Dan diusahakan mengambil berita dari sumbernya yang asli, tidak bersandar pada perwakilan berita orang lain. Sehingga pesan yang disampaikan itu mutlak pesan dari kita bukan dari agen berita lain.

Dari sini dapat dikatakan bahwa periklanan dalam konsep Islam harus senantiasa melihat primer skunder dari suatu produk, menggunakan bahasa yang baik serta menyoroti sisi baik dari produk tersebut, kebenaran informasi produk dan kegunaannya bagi masyarakat secara jujur, termasuk informasi tentang komposisinya. Tidak mengeksploitasi kecantikan wanita maupun ketampanan pria dengan memanipulasi serta rekayasa kepribadian atau rekayasa budaya serta rekayasa lainnya,<sup>417</sup> harus bersifat konstruktif dan tetap berpegang pada kaidah *amar ma'ruf nahi mungkar*. Kontruksi realitas bisa saja dilakukan dengan bentuk mengangkat realitas yang ada di masyarakat dan dinilai tidak sesuai dengan kaidah norma yang seharusnya, lalu melalui “pesan” iklan diperbaiki dengan menghadirkan realitas buatan yang sejalan dengan kenyataan ideal menurut kaidah norma agama.

`Aa'id Abdullah al-Qarnee dalam artikelnya *Five Premises, Five Means and Five Results of the Islamic Propagation*, menyatakan bahwa dakwah memiliki lima pengertian antara lain:

---

<sup>417</sup> Wibowo. *Sihir Iklan*, h.216.

*First: the individual method; that is, to invite the person individually if the matter pertains to him specifically. Second: public or mass propagation such as in lectures or exhortations that benefit the generality of people. Third: private lessons to students each in his specialty. This is the task of the scholars who specialize in their disciplines. Forth: propagation through writing, correspondence and authorship with guidance and benefit for those who are called. Fifth: propagation using modern means of communication to advance the cause of truth.*<sup>418</sup>

Jadi menurut al-Qarnee, dakwah dalam pengertian kontemporer memiliki lima pengertian: pertama, metode individual, artinya untuk menyeru secara perorangan jika materi dakwah relevan secara spesifik bagi yang bersangkutan. Kedua berarti berdakwah secara publik, seperti dalam berbagai perkuliahan atau presentasi melalui lisan maupun tulisan tentang sesuatu yang berarti bagi masyarakat. Ketiga, pelajaran private bagi para siswa atau mahasiswa, ini adalah tugas para akademisi dan para dosen sesuai dengan disiplin ilmu mereka. Keempat, dakwah melalui tulisan, korepondensi, mengarang (menulis) sesuatu yang bermanfaat bagi sasaran dakwah. Kelima; dakwah menggunakan pengertian modern komunikasi untuk memotivasi berbagai tindakan kebenaran.

Selain al-Qarnee, `Abdul `Aziz ibn Baz dalam artikelnya *Using Media for Giving Da`wah*, menyatakan:

*The use of media has become one of the most successful and beneficial means of communication in this age. This is due to its popularity and it being a weapon with two edges. If the media, such as radio, newspapers and television, are used for giving da`wah, and for guiding people to Allaah and what the Prophet Muhammad has brought, then this is a great thing which can benefit the Ummah*

---

<sup>418</sup> `Aa'id Abdullah al-Qarnee, *Five Premises, Five Means and Five Results of the Islamic Propagation* <http://www.islaam.com/Print.aspx?id=503> 28/10/2006.

*wherever they are, by the permission of Allaah. This can also benefit the non-Muslims in helping them to understand Islaam and comprehend it, learn about its merits and know that it is the path to success in this world and in the Hereafter. It is obligatory for the daa'ees, as well as for the Muslim rulers to contribute in giving da'wah in every way they can, through the use of radio, newspaper, television and in speeches giving in gatherings on Jum'ah (Friday) as well as on other days. They should also use other means which enable the people to hear the truth, in all the languages used by the people, so that da'wah and advice can reach them wherever they are in the world, in their own languages.*<sup>419</sup>

Media diibaratkan oleh Abdul 'Aziz ibn Baz bagaikan senjata yang memiliki dua sisi ketajaman, jika media seperti radio, TV dipakai untuk dakwah, dan untuk membimbing masyarakat ke jalan Allah, akan sangat bermanfaat bagi ummat di manapun mereka berada, media juga bisa bermanfaat bagi non muslim untuk membantu mereka dalam memahami Islam. Dan tugas para dai serta para "rulers" muslim untuk memberi kontribusi bagi dakwah dalam berbagai cara yang mereka bisa, melalui radio, surat-kabar, khutbah Jum'at dan media lainnya yang memungkinkan masyarakat bisa mendengar kebenaran.

## **F. Antara Dakwah dan Komunikasi**

### **1. Dakwah sebagai Komunikasi Islam**

Dalam term Islam ditemukan beberapa istilah yang erat dengan term –term ilmu Komunikasi. Di antara term tersebut adalah *dakwah*, *tabligh*, *amar ma'ruf nahi munkar*, dan *akhlak*. Berbagai term tersebut kerap kali muncul

---

<sup>419</sup> Abdul 'Aziz ibn Baz, *Using Media for Giving Da'wah*, <http://islaam.com//Article.aspx?id=287>

dalam pembicaraan komunikasi Islam yang dikemukakan Hamid Mowlana,<sup>420</sup> Bakti,<sup>421</sup> Dilnawaz Siddiqui.<sup>422</sup> Dalam kajian klasik Islam kata *amar ma'ruf nahi munkar* memiliki bab tersendiri, sebagaimana Ahmad Ibn Muhammad Ibn Hârûn al-Khilâlî (311 H), al-Nawâwî (676 H) dalam *Riyâdu al-Shâlihîn*,<sup>423</sup> dan Ibnu Taimiyah (728 H) dalam risalahnya tentang *amar ma'ruf nahi munkar*.

Dalam kajian komunikasi Islam, Bakti mencoba menghubungkan antara dakwah dengan komunikasi. Menurutnya, komunikasi dalam pandangan Islam adalah dakwah; *in Islam, communication is rendered by da'wah, which is an effort to convince people to behave according to their own comprehension of Islamic teachings*.<sup>424</sup> Namun dalam hal ini Bakti masih menggunakan kata dakwah dan tabligh secara bergantian.<sup>425</sup> Belum memberikan pemisahan secara jelas antara keduanya.

*Information* yang diajukan oleh Bakti lebih mengarah pada *raw input* data yang bisa juga berarti ajaran Islam sebagai materi dakwah. Jadi sejumlah ajaran yang dipahami oleh seorang muslim merupakan *raw input* data (informasi). Sedangkan kata *tabligh* diartikan *transform* ketika mengartikan kata kerja perintah *balligh*, “...in Islamic communication (da'wah), it is the

---

<sup>420</sup>Mowlana, *Global...*, h., 113-125

<sup>421</sup>Bakti, *Communication...*, h, 93.

<sup>422</sup>Dilnawaz Siddiqui, “A Comparative...”

<sup>423</sup> Abu Zakariya Yahya Ibn Syaraf al-Nawâwî, *Riyâdu al-Shâlihîn min Kalâmi Sayyidi al-Mursalîn*, (Jeddah, Dâru al-Qiblah Liltsaqâfah al-Islâmiyah, 1990) Cet.I. h, 111.

<sup>424</sup> Bakti, *Communication...*, h, 83.

<sup>425</sup> Bakti, *Communication...*, h, 85.

*responsibility of every Muslim to “transform” the teaching of Islam (of the Prophet as data), to acquire them or not,...*”<sup>426</sup>

Selanjutnya Bakti mengislamkan istilah-istilah komunikasi model Thayer. *Reference group* ia artikan dengan konsep *ummah, learning and change* dihubungkan dengan *thalabul ilmi faridhah ‘ala kulli muslim*, dan QS. 38: 11. Tentang motivasi yang digagas Thayer, bahwa seseorang tidak bisa dengan langsung memotivasi seseorang pada suatu orientasi tertentu, Bakti memberikan jawaban dengan menghubungkannya dengan QS. 88: 21-22.

Di sana diungkapkan bahwa tugas (nabi) hanyalah memberi peringatan (motivasi) dan tidak bisa menguasai (pikiran mereka).<sup>427</sup> Selanjutnya *relationship* dihubungkan dengan *habl, appetitite and intention* dengan *mauidzah hasanah*.<sup>428</sup> *Rules* diberi catatan kaki *hukum* dan konsep *role* dengan keterangan tambahan *la’ban*.<sup>429</sup> *Language* dihubungkan dengan kalimat *al-lisân* atau *al-asmâ’*.<sup>430</sup>

Dari sudut bahasa kata dakwah berarti menyeru atau memanggil, mengajak orang lain supaya mengikuti, bergabung, memahami untuk memiliki suatu tindakan dan tujuan yang sama yang diharapkan oleh penyerunya. Hampir mirip dengan pengertian komunikasi dalam istilah ilmu komunikasi yang ingin menciptakan suatu pemahaman yang sama antara

<sup>426</sup> Bakti, *Communication...*, h, 87.

<sup>427</sup> Bakti, *Communication...*, h, 93.

<sup>428</sup> Bakti, *Communication...*, h, 94.

<sup>429</sup> Bakti, *Communication...*, h, 94.

<sup>430</sup> Bakti, *Communication...*, h, 84.

komunikasikan dan komunikator melalui proses, seperti penyampaian pesan baik verbal maupun non verbal.

Dalam dunia Islam sendiri belum ada kesepakatan penggunaan kata dakwah ketika diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris. Misalnya ada yang terjemahan *call to Allah*, ketika menerjemahkan ada Bahkan الدعوة إلى الله<sup>431</sup>. yang tidak menerjemahkannya sama sekali.<sup>432</sup> Ada juga yang menggunakan kata *propagation*<sup>433</sup> padahal kata *propagation* dalam komunikasi modern berkonotasi negatif (mungkin karena pengaruh penggunaan oleh Hitler serta dalam istilah politik) dan cenderung menghalalkan segala cara.

Perbedaan propaganda dengan komunikasi terletak pada hasil dari propaganda lebih mendahulukan kepentingan (keuntungan) bagi pelakunya tanpa mempedulikan sasaran apakah beruntung atau tidak. Dalam istilah propaganda Roger Brown (1958)<sup>434</sup> sasaran cenderung menjadi korban. Laswell (1937) mendefinisikan propaganda sebagai teknik memengaruhi tindakan manusia dengan memanipulasi representasi (penyajian). Representasi bisa berbentuk lisan, tulisan, gambar atau musik.<sup>435</sup> Jadi kata *propaganda* memiliki medan makna negatif dan kurang mewakili makna dakwah sebagai konsep yang dipahami kaum muslimin.

---

<sup>431</sup> Misalnya dalam situs *islamweb.net*.

<sup>432</sup> Seperti redaksi *islaam.com* saat menterjemahkan artikel Bin Baz berikut: "Using Media for Giving da'wah."

<sup>433</sup> Seperti dipakai dalam menterjemahkan artikel Al-Qarnee berikut "Five Premises, Five Means and Five Results of the Islamic, Propagation", oleh tim *islaam.com*.

<sup>434</sup> Warner J.A. Severin & James W. Tankard Jr. *Communication, Theories, Origins, Methods, & Uses in the Mass Media*, dialihbahasakan Sugeng Haryanto. (Jakarta: Kencana, 2005) Cet. I. h. 128.

<sup>435</sup> Warner J. *Communication...*, h.128.

Sementara itu, Hamid Mowlana menyebut istilah komunikasi dengan kata *tablîgh*. Komunikasi bagi Mowlana ketika dihubungkan dengan Islam sebagaimana yang digagasnya mengandung arti kata *tablîgh* yang berarti menyampaikan. Tujuannya tiada lain untuk membuat suatu komunitas sebagaimana yang diharapkan, yaitu komunitas muslim.

Ada perbedaan antara penggunaan kata dakwah dan *tablîgh*. Secara mudah saja bisa dibedakan antara menyampaikan dengan menyeru. Kata menyampaikan lebih berarti menyampaikan sesuatu yang dimiliki oleh seseorang kepada orang lain. Apakah orang lain tersebut akan menerima atau menolaknya, tidak menjadi perhatian. Sementara kata dakwah berorientasi pada hasil, mengajak dan menyeru lebih bermakna harus kena sasaran; mencapai target.

Dalam penggunaan ini, Al-Qur'an memakai kata dakwah dalam bentuk perintah untuk mengajak sehingga menghasilkan. Sedangkan kata *tablîgh* dipakai untuk arti menyampaikan sesuatu yang diterima dari luar (dirinya, seperti wahyu) untuk disampaikan kepada sasaran. Jika tidak diterima, hal itu bukan lagi urusan sang penyampai, karena tugasnya hanya menyampaikan.

Sedangkan dalam pengertian dakwah sebagaimana yang dimaksud dalam wacana keislaman, mencakup pengertian kedua kata tersebut. Dakwah berarti mengajak untuk bergabung dan masuk pada kelompok dengan pemahaman dan pengertian serta pengamalan yang sama, sekaligus juga ada

kegiatan menyampaikan sesuatu yang didapat dari unsur luar (wahyu Tuhan) kepada kelompoknya maupun kepada sasaran di luar kelompoknya.<sup>436</sup>

Tujuan dakwah sebagaimana diketahui adalah untuk menyampaikan risalah Allah kepada umat manusia, sesuai dengan firman Allah SWT, “Wahai Rasul sampaikanlah apa yang diturunkan kepadamu dari Tuhanmu.” (QS.5: 67).

Penunjangnya adalah kalimat (kata-kata) baik lisan (yang diucapkan) maupun tulisan (tertulis). Diisyaratkan dalam Al-Qur'an, “Janganlah kamu gerakkan lidahmu untuk membaca Al-Qur'an karena ingin cepat-cepat (menguasainya); karena atas tanggungan Kami untuk mengumpulkannya di dadamu dan membuatmu pandai membacanya. Apabila Kami telah selesai membacakannya, ikutilah bacaannya, kemudian atas tanggungan Kami untuk menjelaskannya.” (QS. 75: 16-19). Serta firman Allah: “Dan telah kami tuliskan untuk Musa (Taurat) pada *lauh-lauh* segala sesuatu sebagai nasihat (pelajaran) dan penjelasan atas segala sesuatu.” (QS. 7: 145).

Sampai kini --seperti yang diakui Taufiq Yusuf al-Wâ'i, Guru Besar Jurusan Aqidah dan Dakwah Fak Syariah dan Dirâsat al-Islâmiyah Kuwait University-- perkataan (ucapan maupun tulisan) merupakan dasar dari tablîgh (penyampaian pesan maupun ajaran) bahkan semakin berkembang cara penyajian dan gayanya. Ungkapan-ungkapan (kalimat) tersebut berupa ucapan, tulisan, penekanan intonasi dan penyajian dalam bentuk gambaran,

---

<sup>436</sup> M.Tata Taufik, “Dakwah Sebagai Genre Media,” *Menara Tebuireng*, ISSN: 1829-801X, Vol.3.No.1. Tahun 3, September 2006. h,43-51.

lantunan suara adalah merupakan pangkal utama dalam tablîgh dan dakwah, sekaligus juga merupakan media komunikasi menurut istilah sekarang.<sup>437</sup>

Secara sederhana tujuan dan sasaran dakwah adalah manusia, demikian juga tujuan dan sasaran komunikasi. Karena itu, dakwah dan komunikasi memiliki sasaran dan tujuan yang sama dari segi media (sarana) dan dari segi target sasaran. Maksud hubungan dakwah dan komunikasi di sini adalah dakwah dan komunikasi sebagai suatu ilmu dan tehnik, serta dakwah Islamiyah sebagai tindakan amar ma'ruf dan nahi munkar serta penyampaian pesan dan nasihat serta penyampaian risalah Islamiyah.<sup>438</sup>

Upaya penghubungan antara dakwah dan komunikasi dilakukan juga oleh para penulis Arab muslim, dalam artikelnya, Jaafer S. Idrees menyatakan;

“Komunikasi massa dalam praktiknya dimulai sejak turunnya wahyu kepada Nabi Muhammad SAW dan terus menyebar dan berkembang sampai sekarang. Pada waktu yang akan datang akan lebih maju dan berkembang lagi serta membuat dunia makin kecil dan saling berhubungan. Siapa yang bisa mengetahui semuanya selain Allah SWT? Bagi muslim terjalinnya hubungan antara sesama ummat manusia melalui sarana komunikasi modern tidak dipahami sebatas aspek dari pola kehidupan modern semata. Ia berhubungan dengan esensi keimanan yang merupakan kekuatan masa depan bagi kebenaran absolut dari wahyu yang diturunkan kepada Nabi SAW.”<sup>439</sup>

Sampai di sini semakin memperkuat pengertian kata dakwah (dalam Islam) sebagai sinonim dari komunikasi (ilmu komunikasi Barat). Apa yang dipakai oleh Mowlana dengan istilah tablîgh kurang tepat untuk arti komunikasi karena perbedaan karakteristik tablîgh dan dakwah di atas.

---

<sup>437</sup> Taufiq Yusuf al-Wâ'i, *Al-Da'wah 'Ila Allah, al-risaalah –alwasiilah—al-hadp*, (Daar al-Yaqîn, Jâmi'ah Kuwait, tanpa tahun) h. 427-431.

<sup>438</sup> *Taufiq, Al-Da'wah...., h. 431*

<sup>439</sup> Jaafer S. Idrees, "Dakwah & Modern Communication," *Al-Jumuah*, Vol. 12 Issue SUNDAY :25/08/2002, [www.islamweb.net](http://www.islamweb.net).

Selanjutnya beberapa prinsip komunikasi bisa terlihat dari firman Allah SWT.

اذْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

“Serulah ke jalan Tuhanmu dengan bijak, nasehat baik, dan berdebat yang argumentatif, Tuhanmu Maha Mengetahui siapa yang tersesat dari jalannya dan siapa yang mendapat petunjuk.” (QS.16:125).

Bila melihat bunyi ayat di atas nampak metodologi yang ditawarkan Al-Qur'an dalam komunikasi persuasif; baik yang bersifat inter-personal maupun komunikasi massa. Hikmah misalnya mengandung arti, “mencapai kebenaran dengan ilmu dan akal.” Pengertian lain, hikmah adalah mengetahui suatu yang terbaik dengan pengetahuan yang paling baik. Meletakkan sesuatu pada tempatnya. Ketepatan ucapan dan perbuatan secara bersamaan. Ibnu Katsir menafsirkan kata *hakim*, dengan keterangannya hakim dalam perbuatan dan ucapan hingga dapat meletakkan sesuatu pada tempatnya.<sup>440</sup> Ini sejalan dengan prinsip komunikasi guna tercapainya pesan dengan baik dan dipahami oleh receiver.

Selanjutnya metode mawizhah yang secara etimologis pembentukan dari kata *wa'adza-ya'idzu-wa'dzan* dan *idzatan*, yang berarti menasihati dan mengingatkan akibat suatu perbuatan, berarti juga menyuruh untuk mentaati dan memberi wasiat agar taat. *Al-hasanah* lawan dari *sayyiat*, maka dapat dipahami bahwa mauidzah dapat berupa kebaikan dapat juga berupa

---

<sup>440</sup> M.Tata Taufik, *Manajemen Dakwah Di Era Global, Sebuah Pendekatan Metodologi*, (Jakarta: Amisco,2003). Cet. Ke I, h,29.

kejahatan, hal itu tergantung pada isi yang disampaikan seseorang dalam memberikan nasihat dan anjuran, juga tergantung pada metode yang dipakai pemberi nasihat.

Kata *mauidzah hasanah* dalam istilah dakwah berarti sinonim dari nasihat, dan nasihat memiliki format yang banyak. Di antaranya, perkataan yang jelas, dengan lemah lembut, isyarat lembut atau halus yang dapat dipahami; *ta'râd*, *kinâyah* dan *tauriyah*, (semuanya berarti cara menjelaskan dengan indah dan gaya bahasa yang menyenangkan); cerita, khutbah yang mengesankan, anekdot; mengingatkan akan nikmat dengan respon yang diharapkan adalah syukur; *reward dan punishment*; persuatif dan prenentif; janji akan kemenangan; tabah & sabar.

Begitu juga dengan metode *mujâdalah* yang diajarkan ayat di atas ternyata sejalan dengan tehnik berdebat dalam ilmu komunikasi yang banyak dibahas oleh para praktisi komunikasi dengan buku-buku populernya.<sup>441</sup>

## 2. Tablîgh Sebagai Informasi

Informasi merupakan elemen dasar komunikasi, serta salah satu dari empat fungsi komunikasi yang dikenal. Keempat fungsi tersebut yaitu fungsi instruksi dan komando, fungsi memengaruhi dan persuasif, fungsi integrasi dan fungsi informasi.<sup>442</sup>

Berbagai keputusan yang diambil manusia dalam menentukan langkah kehidupannya bersandar pada informasi yang dimilikinya baik tentang dirinya,

---

<sup>441</sup>Lihat Fisher, Roger, William Ury, Bruce Patton, *Getting to Yes*, terjemah Daniel Haryono, Gloria Situmorang, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2000), Cet-ke I.

<sup>442</sup> Thayer, *Communication...*, h, 187.

tentang lingkungan sekelilingnya, maupun tentang orang lain yang berhubungan dengannya. Informasi tentang giji dan vitamin misalkan, membuat seseorang memilih makanan yang bergiji dan bervitamin, demikian juga informasi tentang banjir atau kemacetan lalu lintas, menuntun pengguna jalan untuk memilih apakah akan tetap pada jalur macet atau menghindari dengan menggunakan alternatif lain. Dari sudut ini bisa dilihat betapa informasi bisa memengaruhi tindakan seseorang.

*Information* secara umum berarti pengetahuan (*knowledge*); pengetahuan tentang sesuatu atau tentang seseorang. Bisa juga berarti sekumpulan fakta atau data tentang sesuatu subjek; menjadikan fakta dikenal atau diketahui.<sup>443</sup> Dalam penggunaan populer terma *information* digunakan untuk menunjukan fakta dan opini yang disajikan atau diterima selama kursus. Seseorang bisa mendapat informasi secara langsung dari sesama, dari mass media, atau dari berbagai fenomena yang berada di sekelilingnya dan bisa diamati.<sup>444</sup>

Informasi berhubungan dengan pesan dikirim atau diterima, dan berhubungan juga dengan makna yang diterima, ketika *message* (pesan) yang diterima tidak memberi makna baru, karena pesan tersebut sudah diketahui sebelumnya, orang akan mengatakan tidak ada informasi. Informasi juga berhubungan dengan muatan pesan yang dibawa, jika muatan pesan yang dibawa secara acak, atau pesan tidak memiliki nilai bagi penerima, maka sama dengan pesan tersebut tidak ada atau tidak ada informasi yang diterima.<sup>445</sup>

---

<sup>443</sup> "Information", Microsoft® Encarta® Reference Library 2003.

<sup>444</sup> "Information", *Encyclopedia Britannica*.

Karena karakternya sebagai pengetahuan, informasi merupakan daya dan memiliki nilai, serta menjadi semacam kekayaan yang bisa dimiliki atau tidak dimiliki seseorang. Maka ada orang yang disebut kaya informasi, dan ada juga yang disebut miskin informasi.<sup>446</sup> Hal ini karena distribusi informasi sering tidak merata, dan pemerataannya memerlukan perjuangan yang serius.

Teori kesenjangan informasi (*information gap*) banyak memotivasi pelaku media massa untuk menyajikan informasi dan memperjuangkannya sebagai tindakan pembangunan. Di Indonesia, para praktisi media misalnya menjadikan pemerataan informasi sebagai alasan pendirian institusi media, demikian juga halnya dengan kebebasan pers juga dinisbahkan pada hipotesis kesenjangan informasi.<sup>447</sup>

Sejak tahun 1970an Tichenor, Donohue dan Olien, mengumumkan hasil surveynya pada 1965. Dalam hasil surveynya bahwa orang yang memiliki status sosioekonomi lebih tinggi akan lebih cepat mendapat informasi dari pada yang berstatus rendah, maka gap pengetahuan antara keduanya akan semakin meningkat bukan menurun, "*...segments of the population with higher socioeconomic status tend to acquire information at a faster rate than the lower status segments so that the gap in knowledge between these*

---

<sup>445</sup> Loose, Robert, M. "A Discipline Independent Definition of Information, *J. of the American Society for Information Science*, 48 (3) 1997, h.254-269.

<sup>446</sup> Warner J. *Communication...*, h.293.

<sup>447</sup> Pandjaitan, Hinca, "Tinjauan dan Kritisi Aspek Hukum Dan Frekwensi Tentang Kebijakan Penyiaran Nasional dan Implikasinya", makalah Seminar Nasional Broadcasting, ARSSI Yogyakarta, 17 Juni 200.

*segments tends to increase rather than decrease.*"<sup>448</sup> Hipotesis kemudian memimpin pola pembangunan dunia dengan mengemukakan isu K-gap (*knowledge gap*) yang melatarbelakangi usaha pembangunan berbagai negara.

Hans-Dieter Evers dari Center for Development Research dari Universitas Bonn Jerman melihat bahwa K-gap bukan fenomena natural, tapi dibuat oleh mereka yang berpengetahuan tinggi dan oleh organisasi. Menurutnya masalah tersebut bisa didiskusikan melalui isu hak asasi manusia dan etik (*development ethics and human rights issues*) hak untuk mendapat pendidikan dan mendapat informasi harus benar-benar aman. Selain itu dapat dilihat bahwa gap pengetahuan merupakan *a precondition* untuk melakukan pembangunan dan inovasi. Adanya standarisasi pengetahuan atau total komersialisasi pengetahuan bisa menjadi *counter productive* bagi pembangunan.<sup>449</sup>

Bila melihat pengertian informasi dan K-gap di atas dengan tujuan dakwah Rasul SAW sebagaimana pada QS. 5: 67 di atas. Untuk menyampaikan (informasi) yang datang dari Tuhan, maka jelas ada kesamaan antara istilah *tabligh* dan informasi. Informasi suatu yang disampaikan dalam komunikasi, adapun *tabligh* sesuatu yang disampaikan dalam dakwah. Atau kalau dipandang sebagai proses, maka komunikasi berarti proses penyampaian dan

---

<sup>448</sup> Tichenor, P.J., Donohue, G.A. and Olien, C.N. "*Mass media flow and differential growth in knowledge.*" *Public Opinion Quarterly*, 34:159-170.1970.

<sup>449</sup> Hans-Dieter Evers, "Knowledge Society and the Knowledge Gap," *International Conference: Globalisation, Culture and Inequalities*, 19-21 August 2002, Universiti Kebangsaan Malaysia

penerimaan pesan, demikian juga tablîgh sebagai proses penyampaian *balâgh* dari Tuhan kepada manusia.

Mengacu kepada makna di atas, kata *بلاغ* digunakan di beberapa ayat Al Quran, di antaranya dalam surat Ibrahim, “(Al Quran) ini adalah *penjelasan* (informasi) yang sempurna bagi manusia, dan supaya mereka diberi peringatan dengan-Nya, dan supaya mereka mengetahui bahwasanya Dia adalah Tuhan Yang Maha Esa dan agar orang-orang yang berakal mengambil pelajaran.” (QS. 14: 52). Selain itu, terdapat pula dalam surat 21 ayat 106, “Sesungguhnya (apa yang disebutkan) dalam (surat) ini, benar-benar menjadi *peringatan* (informasi) bagi kaum yang menyembah (Allah).”

Al-Qurthuby menafsirkan kata *هذا بلاغ للناس* dengan pengertian *تبليغ وعظة* penyampaian informasi dan nasehat.<sup>450</sup> Sedangkan kata yang sama dalam surat 21:106 al-Qurthuby tidak memberikan penafsiran. Penjelasan ini mengandung arti bahwa kata *tablîgh* dan *balâgh* berarti informasi. Penggunaan kata *بلاغ* dalam al-Qur’an ada 15 kali dan semuanya didahului dengan huruf *إلا* sehingga artinya selalu: kecuali menyampaikan, menyampaikan sesuatu yang sifatnya imaterial tentu informasi.

Dalam bahasa Arab kontemporer *balâgh* diartikan dengan berbagai variasi makna, di antaranya dengan arti bisa deklarasi seperti dalam kalimat berikut:<sup>451</sup>

بلاغ من وزارة المالية حول تسديد السلف الممنوحة من قبل إدارات الجهات العامة...

<sup>450</sup> Abî ‘Abdillah al-Qurthubiy, *Al Jâmi’ li ‘Ahkâmi al-Qur’ân*, Jilid.IX, h, 1453.

<sup>451</sup> <http://www.syrianfinance.org/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=528&catid=2&newlang=ara>

Bisa juga berarti informasi seperti dalam kalimat berikut:

بلاغ إلى طلبة السنة الأولى ماجستير علوم الإعلام والاتصال<sup>452</sup>

Informasi atau pengumuman bagi mahasiswa semester satu Magister Ilmu Informasi dan komunikasi. Dalam teks ini terlihat penggunaan kata الإعلام dengan arti informasi, dan pengumuman dengan kata بلاغ karena dalam bahasa Arab masih simpang siur pemilihan kata, seperti kata الإعلام kadang dipakai untuk terjemahan informasi, seperti dalam kalimat وزارة الإعلام berarti departemen informasi. Kata الإعلام kadang dipakai untuk terjemah kata media.

Dalam konteks K-gap atau *information gap*, nampaknya ada pengertian baku dalam istilah sosial bahwa komunikasi diartikan pengetahuan. Hal ini jika dihubungkan dengan konsep keislaman, bisa ditarik suatu benang merah antara peristiwa kenabian dengan perintah Allah SWT untuk menyampaikan informasi yang didapat dari Allah kepada manusia seperti termaktub dalam QS. 5: 65.

Demikian pula dalam anjuran Rasulullah SAW kepada sahabat yang menghadiri majelisnya agar menyampaikan informasi yang didapat kepada yang tidak hadir. Hal ini menunjukkan bahwa Nabi Muhammad SAW sangat memperhatikan informasi guna menghindari *information gap* (kesenjangan informasi) di kalangan para pengikutnya.

---

<sup>452</sup> <http://www.ipsi.rnu.tn/ar/actualite.asp?id=280>

ليبلغ الشاهد الغائب رب مبلغ أوع من سامع. رواه البخاري<sup>453</sup>

“Yang hadir supaya menyampaikan kepada yang tidak hadir, karena seringkali yang menerima (informasi tidak langsung) lebih menyadari dari pada yang mendengar langsung” (HR.Bukhari).

Informasi jika diartikan *knowledge*, bisa berarti bahwa informasi menurut konsep Islam adalah ajaran Islam itu sendiri. Untuk memahami ini bisa dilakukan analisa semiotik paradigmatic terhadap istilah *jahiliyah* untuk sebutan bangsa Arab pra Islam. Jahiliyah lawan katanya adalah Islam, sedangkan secara bahasa *jahil* berarti bodoh, maka masa jahiliyah berarti lawannya adalah masa “berpengetahuan.” Dari sisi sosio historis inilah maka lawan dari jahiliyah adalah Islam. Dalam konteks ini, maka dapat dikatakan bahwa Islam berarti pengetahuan.

Lebih dari itu, konsep pengetahuan dalam Islam bukan hanya sekedar tahu (*knowing*) tapi pengamalan (*practice*). Jadi tugas manusia terhadap pengetahuan adalah mempraktikannya; bentuk praktiknya dapat melakukan “muatan” informasi yang baik dan meninggalkan yang tidak baik sebagaimana diungkap dalam berbagai penafsiran QS.39:9.

قل هل يستوي الذين يعلمون والذين لا يعلمون

Al-Qurthuby menyebutkan bahwa maksud يعلمون adalah mengetahui dan mengamalkannya, sedangkan yang mengetahui dan tidak

---

<sup>453</sup> Al-Khatib, *Ushul*, h. 54.

mengamalkannya dianggap tidak mengetahui.<sup>454</sup> Hal serupa juga diyakini oleh Al-Zamakhshary dalam *al-Kasyâf*.<sup>455</sup>

Nampaknya titik perbedaan konsep informasi Barat dan Islam terletak pada sisi *practice*. Menurut Islam, indikator pengetahuan adalah pengamalan. Seseorang dikatakan berpengetahuan jika ia mengamalkan kebaikan yang ia ketahui, dan meninggalkan kejahatan yang ia ketahui. Sedangkan konsep Barat pengetahuan hanya sebatas pada *knowing*. Seseorang dikatakan *wellinformed*, belum berarti baik juga pada dataran praktisnya. Dengan kata lain, bagi Islam informasi “harus” melahirkan tindakan atau diamalkan. Sedangkan bagi Barat, informasi “bisa” melahirkan tindakan.

### 3. Amar Ma'ruf Nahi Munkar sebagai Change and Development

Nahi Munkar, terdiri dari dua suku kata *nahi* dan *munkar*, kata *nahi* secara bahasa berarti al-Jazr dan al-man'u<sup>456</sup> yang secara Indonesia berarti peringatan atau larangan. Sedangkan kata *al-munkar* berasal dari kata *nakara* dan *ankara* berarti *jahala* yang berarti bodoh, atau *sha'aba* yang berarti sulit, bisa juga berarti *al-fithnatu wa al-dahâu'* yang artinya perbuatan yang sangat buruk. Sedangkan kata *almunkar* sendiri oleh penulis *al-munjid* diartikan

---

<sup>454</sup> al-Qurthubiy, *Al Jâmi'*..., Jilid XV, h.2365.

<sup>455</sup> Abu al-Qâsim Mahmûd Ibn 'Umar al-Zamakhshary, *Al-Kasyâf*, <http://www.al-eman.com/Islamlib/viewchp.asp?BID=244&CID=85>

<sup>456</sup> Al-Munjjid h, 836.

sesuatu yang tidak diridloi Allah baik perkataan maupun perbuatan, lawan katanya adalah *al-ma'rûf*.

Dari pengertian bahasa di atas dapat dipahami bahwa nahi munkar berarti suatu tindakan mencegah atau melarang sesuatu perbuatan yang tidak dikehendaki Allah. Berkenaan dengan pengertian ini Ibnu Taimiyah menyatakan: munkar adalah semua yang dilarang oleh Allah dan Rasul-Nya, kemunkaran yang paling besar adalah syirik, yaitu menjadikan sesuatu sebagai yang sebanding dengan Allah.<sup>457</sup>

Di sini nampak bahwa yang dimaksud nahi munkar itu sendiri sebagai suatu kegiatan atau tindakan, bukan nahi munkar sebagai materi kegiatannya. Riwayat berikut ini mengilustrasikan bagaimana praktik pelaksanaan nahi munkar pada masa awal Islam.

حَدَّثَنَا أَبُو بَكْرِ بْنُ أَبِي شَيْبَةَ، حَدَّثَنَا وَكِيعٌ، عَنْ سُفْيَانَ، ح وَحَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ الْمُثَنَّى، حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ جَعْفَرٍ، حَدَّثَنَا شُعْبَةُ، كِلَاهُمَا عَنْ قَيْسِ بْنِ مُسْلِمٍ، عَنْ طَارِقِ بْنِ شِهَابٍ، - وَهَذَا حَدِيثُ أَبِي بَكْرٍ - قَالَ أَوَّلُ مَنْ بَدَأَ بِالْخُطْبَةِ يَوْمَ الْعِيدِ قَبْلَ الصَّلَاةِ مَرْوَانُ فَقَامَ إِلَيْهِ رَجُلٌ فَقَالَ الصَّلَاةُ قَبْلَ الْخُطْبَةِ . فَقَالَ قَدْ تَرَكْتَ مَا هُنَالِكَ . فَقَالَ أَبُو سَعِيدٍ أَمَّا هَذَا فَقَدْ قَضَى مَا عَلَيْهِ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ " مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيُعِزَّهُ بِيَدِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ وَذَلِكَ أَضْعَفُ الْإِيمَانِ "

*"dari Thâriq Ibn Syihâb berkata; "Orang yang pertama kali melakukan khutbah hari raya sebelum shalat adalah Marwan, maka seorang lelaki berdiri dan berkata; "shalat itu sebelum khutbah" Kata Marwan, hal itu*

<sup>457</sup> Ibnu Taimiyah, *Al- 'Amru Bi al- Ma 'rûf wa Nahi a `n al- Munkar*, (Beirut: Dâr Al-Kitâb Al-Jadid, 1984) Cet. Ke VI, h, 16.

*sudah berlalu” Maka Abu said berkata: “hal ini berarti berlakunya apa layang kudengar dari Rasul SAW: “barangsiapa yang melihat kemunkaran, maka rubahlah dengan tangannya, jika tidak bisa dengan lisannya, dan jika tidak bisa rubahlah dengan hatinya, dan mengubah dengan hati itu selemah-lemahnya iman.”<sup>458</sup>*

Adapun derajat hadits yang dinukil di atas adalah hadits yang dinyatakan *shahîh* oleh para muhadits terbukti dengan periwayatan hadits tersebut dalam kitab *shahîh* mereka; Bukhari dan Muslim, sejalan dengan pernyataan al-Susûthiy dalam *al-Jâmi al-Shagîr* untuk hadits Usâmah dan Abi Saî’d.

Hadits tentang tata cara mencegah kemunkaran, sekaligus menjelaskan tanggungjawab muslim untuk mencegah kemunkaran. Dimulai dengan menyebutkan tangan, lisan, dan qalbu.

Jika seseorang melakukan tindakan nahi munkar harus dilihat juga kemampuan yang dimiliki, sasaran yang dituju dengan segala sosio emosional, kultural dan historis yang mengitari sasaran tersebut. Ada sasaran yang pantas “dirubah” dengan tangan, lisan, ada juga yang cukup didoakan, apakah karena kemampuan pelaku pencegah kemunkaran yang terbatas atau karena melihat kemaslahatan yang lebih luas.

Dari sudut pemilihan kata bisa dilihat bagaimana Rasul SAW menggunakan kata *yughayyir* menurut hemat penulis pemilihan kata tersebut tidaklah sembarangan, kata mengubah berarti berhadapan langsung dengan aktivitas yang sedang terjadi serta mengharapkan

---

<sup>458</sup> Diriwayatkan Bukhâri, Kitâb; Jum’at Hadits No, 903, Muslim Kitâb;îmân, Hadits No, 70, Tirmidzi Kitâb: Fitân, Hadits, No, 2098, Nasâi’, Kitâb; îman Hadits No,4922,4923, Abu Dâwud, Kitâb; Shalât, Hadits No, 963, Kitab Malâhîm, Hadits No, 3777, Ibnu Maajah, Kitâb; Shalât Hadits No, 1265, Kitâb Fitân, Hadits No, 4003, Ibnu Hanbal, Juz III, h, 10,20,49,52,54,56,92.

perubahan saat itu, semacam usaha atau tindakan pelurusan satu perbuatan yang sedang terjadi. Hal ini sesuai dengan periwayatan yang termaktub dalam sanad hadits tersebut, bahwa suatu saat Marwan melakukan khutbah Id sebelum shalat, kemudian berdiri seseorang dan meluruskannya dengan mengatakan khutbahnya setelah shalat, saat itulah Abu Saa'id menyebutkan hadits di atas.

Dalam al-Qur'an kata يُغَيِّرُ ditemukan dalam QS.8:53 misalkan saat menjelaskan bahwa Allah akan mengubah suatu ni'mat yang diberikan kepada suatu kaum jika kaum tersebut berusaha mengubahnya sendiri:

"ذَلِكَ بِأَنَّ اللَّهَ لَمْ يَكُ مُغَيِّرًا نِعْمَةً أَنْعَمَهَا عَلَى قَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَأَنَّ اللَّهَ سَمِيعٌ عَلِيمٌ"

"Hal itu karena Allah tidak akan mengubah ni'mat yang diberikan pada suatu kaum, sehingga kaum tersebut mengubahnya, dan Allah maha mendengar." QS.8:53.

Kata tersebut dengan nada yang sama ditemukan dalam QS.13:11.

"لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ"

"Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merobah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merobah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia." QS.13:11.

Menerangkan kata يُغَيِّرُ tersebut Ibn Katsîr menyebutkan suatu perubahan yang disebabkan oleh suatu dosa yang diperbuat oleh suatu

kaum (*society*<sup>459</sup>). Sedangkan untuk ayat QS.13:11. Ibnu Katsîr meriwayatkan suatu pernyataan yang dinisbahkan ke Ali ra berikut:

عن عمير بن عبد الملك قال: خطبنا علي بن أبي طالب على منبر الكوفة قال: كنت إذا أمسكت عن رسول الله صلى الله عليه وسلم ابتدأني, وإذا سألته عن الخبر أنبأني, وإنه حدثني عن ربه عز وجل قال: «قال الرب: وعزتي وجلالي وارتفاعي فوق عرشي, ما من قرية ولا أهل بيت كانوا على ما كرهت من معصيتي ثم تحولوا عنها إلى ما أحببت من طاعتي, إلا تحولت لهم عما يكرهون من عذابي إلى ما يحبون من رحمتي», وهذا غريب, وفي إسناده من لا أعرفه

“dari ‘Umar Ibn Abd Malik, ia berkata: suatu saat Ali Ibn Abi Thalib berkhotbah di atas mimbar; “jika aku diam, Rasul SAW memuali pembicaraan, jika aku bertanya tentang suatu berita, Rasul segera mengabariku, dan ia mengungkapkan kepadaku dari Tuhannya: “Tuhan berfirman: demi kemuliaan-Ku, demi ketinggian-Ku, dan kedudukan-Ku di atas Arsy-Ku; tidak ada satu desapun atau satu keluargapun yang pada awalnya berada dalam kemaksiatan yang Aku benci, lalu mereka mengubahnya dengan meninggalkan kemaksiatan dan menggantinya dengan keta’atan yang Aku sukai, kecuali aku akan mengubah adzab yang mereka benci dan menggantinya dengan rahmat yang mereka sukai. Ini cerita gharib dan ada sanad yang tidak aku kenal, demikian Ibnu Katsîr menutup keterangan hadits tersebut.”<sup>460</sup>

Seperti yang dapat dilihat dari pernyataan kedua ayat di atas (QS.8:53 dan QS.13:11) bahwa kata “perubahan” dalam Islam senantiasa dihubungkan dengan kaum atau kelompok (*community*) yang menjelaskan perilaku sosial suatu masyarakat. Bagaikan sebuah teori sosial bahwa perubahan akan terjadi jika ada gerak berubah (kreatif) yang dilakukan oleh anggota kelompok tersebut. Yang dimisalkan dalam konteks ayat di atas adalah perubahan dari kondisi aman dan mapan --*salvation* menurut

<sup>459</sup> Menurut istilah Emile Durkheim (1858-1917), Andrew Roberts, “Lectures on the history of Social Science from ancient Greece to the 20th century,” A Middlesex University resource, <http://www.mdx.ac.uk/WWW/STUDY/lecshe.htm>.

<sup>460</sup> Ibnu Katsî, *Tafsîr al-Qur’ân al-Adzîm*, [www.ahlalhdeth.com](http://www.ahlalhdeth.com). Juz II, h, 729. Juz III. h,307.

istilah Max Weber--menuju pada kondisi tidak menentu dan kacau, menurut Qur'an keadaan tersebut disebabkan oleh pergeseran perilaku dari perilaku monotheis menuju pada perilaku atheis atau politheis atau penolakan terhadap ajaran Tuhan, seperti yang terjadi pada kerajaan Mesir di bawah kekuasaan Fir'aun yang bergerak dari kejayaan menuju pada kehancuran seperti yang dijelaskan dalam ayat 54 dari surat 8 tersebut.

*Social change* dalam ilmu sosial menggambarkan suatu karakteristik general dari masyarakat: perubahan (*change*) kebiasaan (*customs*) dan norma (*norms*) dalam perspektif ilmu sosial, terjadi karena berbagai usaha kreatif manusia yang diterapkan dalam kehidupannya, termasuk perubahan lingkungan yang memaksa manusia untuk beradaptasi.

Struktur sosial (*social structure*) dan perubahan sosial (*social change*) merupakan titik pusat perhatian teoritikal dan konsepsional dalam ilmu-ilmu sosial. Di satu sisi kehidupan sosial itu bersifat permanen, kontinyu, dan berulang-ualang, sedangkan di sisi lain bersifat dinamis, dan bisa berubah. Kedua pendekatan tersebut saling berhubungan satu sama lainnya. Karena proses perubahan itu sendiri bersifat regular dan saling berhubungan, selain perubahan sosial juga terstruktur.<sup>461</sup>

Sejak sekitar 1965 teori ilmu sosial telah bergeser dari struktural (*structure*) kepada perubahan (*change*). Dalam berbagai level, perubahan menjadi fokus perhatian ilmu-ilmu sosial; teori transformasi

---

<sup>461</sup> "Social Stucture," *Encyclopedia Britannica*.

(*trnasformations*) yang berhubungan dengan dinamika kehidupan sehari-hari masyarakat, dan terori perkembangan serta pembangunan (*development*) yang berhubungan dengan kehidupan masyarakat luas.<sup>462</sup> Berbagai perubahan tersebut merupakan hasil dari proses belajar (*learning*) yang dilakukan oleh individu sebagai anggota masyarakat.

Jika demikian ayat di atas dalam perspektif ilmu sosial menunjukkan prasarat perubahan yang bisa terjadi jika ada “kehendak” untuk berubah. Kehendak untuk berubah dalam hal ini berarti “proses belajar” (*learning*), “sikap terbuka” dan mau menerima “sesuatu” yang baru (informasi baru dalam konteks Fir’aun adalah ayat-ayat yang dibawa Musa AS). Jadi azab yang diartikan oleh para mufasir sebagai suatu gambaran perubahan dari ni’mat karena perbuatan dosa, mengindikasikan arti “dosa” di situ adalah sikap penolakan atas informasi baru, dosa terbesar dalam konteks ini sikap statis dan mempertahankan tradisi, tidak mau menerima perubahan, dnal ayat dengan kata lain meninggalkan proses belajar; belajar mengenal ayat (tanda /*sign*) Tuhan. Kesalahan persepsi tentang *sign* tersebut berakibat pada kesalahan dalam mengambil kesimpulan dan generaliasi atas fenomena-fenomena alam dan lingkungan. Seperti kekeliruan Fir’aun dalam konsep “kekuasaan”<sup>463</sup> yang berarti “ketuhanan” kemudian berimplikasi pada kebijakan politik

---

<sup>462</sup> “Social Change,” *Encyclopedia Britannica*.

<sup>463</sup> Lihat Bertrand Russell, *Kekuasaan Sebuah Analisis Sosial Baru*, terjemah, Hasan Basari, (Jakarta:Yayasan Obor Indonesia 1988), h, 3.

sosialnya; keputusan untuk membunuh orang yang menyatakan “Tuhan itu hanya Allah” QS.40:26-28.<sup>464</sup>

Dalam Islam perubahan (*change*) dan belajar (*learning*) selain dikenal dengan kewajiban mencari ilmu bagi setiap individu muslim seperti yang dijelaskan Bakti saat menghubungkan istilah sosial dengan Islam di atas, para intelektual muslim menghubungkannya juga dengan *tindakan amar ma'ruf nahi munkar*, bahkan seperti yang diungkap Hidayat Nurwahid, bahwa istilah *dakwah* dalam literatur Islam baru dikenal belakangan (sekitar abad XIV H), untuk aspek kajian dakwah pada literatur klasik Islam berada pada ranah kajian amar ma'ruf nahi munkar, menurutnya buku pertama tentang dakwah adalah *Risâlah al-Amaru bi al-Ma'rûf wa al-Nahi 'an al-Munkar* yang ditulis oleh Abu Bakar Ahmad Ibn Muhammad Ibn Hârûn al-Khilâlî (311.H) Ibnu Taimiyah (728 H) dan Abi Zakaria Yahya Ibn Syaraf al-Nawâwy (676 H).<sup>465</sup>

Dalam konteks ini Islam menggambarkan kondisi sosial masyarakat muslim ideal dengan bentuk pujian sebagai berikut;

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ  
أَمَرَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ.

“Kamu sekalian adalah ummat terbaik yang dikirim kepada (*species*) manusia; menyuruh kepada kebaikan dan mencegah kejahatan, beriman kepada Allah, andaikan Ahlu al-Kitab beriman lebih baik bagi mereka, di

<sup>464</sup> ‘Abdu-l-Hamîd al-Bilâlî, *Fiqhu al-Dakwah fî Inkâri al-Munkar*, (Kuwait: Dâru al-Dakwah, 1986), cet I, h, 84-88.

<sup>465</sup> Hidayat Nur Wahid, Diskusi Studi Naskah Dakwah, PPS UIN Jakarta, 10/09/2002.

antara mereka ada yang beriman dan kebanyakan mereka adalah fasik.”  
(QS.3:110).

Ibnu Abâs, Mujâhid, ‘Athiyah al-‘Aufi, ‘Iqrimah, dan ‘Athâ, dan Rabi’ ibn Anas mengartikan كُنتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ dengan manusia paling baik bagi manusia lainnya, artinya mereka merupakan ummat terbaik dan manusia paling bermanfaat bagi manusia lainnya, sehingga dihubungkan dengan kalimat berikutnya تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ (kamu sekalian menyuruh kepada kebaikan dan mencegah kemunkaran serta beriman kepada Allah).<sup>466</sup> Kemudian sebagai penjelasan sebaik-baik ummat Ibnu Katsîr meriwayatkan hadits dari Imam Ahmad berikut:

عن درة بنت أبي لهب قالت: قام رجل إلى النبي صلى الله عليه وسلم وهو على المنبر , فقال: يا رسول الله أي الناس خير ؟ قال " خير الناس أقرؤهم وأتقاهم لله , وأمرهم بالمعروف , ونهواهم عن المنكر , وأوصلهم للرحم " ورواه أحمد في مسنده

“Dari Durrarh Binti Abi Lahab: Seorang berdiri sat Nabi SAW di atas mimbar, lalu berkata: Wahai Rasulullah, seperti apakah gambaran manusia yang baik itu? Rasul SAW menjawab: Manusia terbaik adalah yang paling baik bacaannya (penulis lebih cenderung mengartikan paling baik bacaannya dan paling banyak membaca) dan paling takwa kepada Allah dan paling banyak menyuruh pada kebaikan serta paling rajin mencegah kemunkaran dan paling suka menyambung kasih sayang (silaturahmi).(HR Ahmad dalam Musnadnya).<sup>467</sup>

<sup>466</sup> Ibn Katsîr, *Tafsîr*..., Jilid I, h,618.

<sup>467</sup> Ibn Katsîr, *Tafsîr*..., Jilid I, h,618

Blueprint masyarakat Islam sebagaimana digambarkan di atas adalah masyarakat yang selalu melakukan perubahan (*change*) kearah yang lebih baik (positif) dan mencegah berbagai perbuatan negatif, beriman dan kepada Allah. Ini merupakan kerangka bangunan masyarakat muslim (*mulim society*) yang senantiasa berada pada proses menjadi sempurna dengan melakukan perubahan dan pembinaan terus menerus, pemilihan kalimat *present* dan *future* (*fi'lu al-mudhâri'* dan *mustaqbal*) mengindikasikan kontinuitas dan proses sebagai salah satu ciri gerak sosial (*social action*) suatu gerak yang dilakukan oleh individu, dan bisa memengaruhi perilaku sosial anggota lainnya.<sup>468</sup>

Sedangkan pada surat yang sama ayat 104, lebih bersifat anjuran tugas kelompok; jadi selain kondisi umum sosial ummat Islam, ada juga agen perubahan (*agent of change*) dari sebagian anggota masyarakat yang memelihara laju dan arah perubahan serta perkembangan masyarakatnya.

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ.

“Hendaknya di antara kamu ada sekelompok yang berugas menyeru kepada kebaikan, menyuruh perbuatan baik dan mencegah perbuatan buruk, dan mereka itulah kelompok yang beruntung” (QS.3:104).

Dan pada ayat 114 digambarkan juga kondisi ideal masyarakat muslim:

---

<sup>468</sup> MAX WEBER: “Basic Terms (The Fundamental Concepts of Sociology)”, *Sociological Theory*, <http://ssr1.uchicago.edu/PRELIMS/Theory/weber.html> 27/02/2007

يُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُسَارِعُونَ فِي الْخَيْرَاتِ وَأُولَئِكَ مِنَ الصَّالِحِينَ.

“Mereka beriman kepada Allah dan hari akhir, menyuruh kepada kebaikan dan mencegah kemunkaran, serta mereka bergegas dalam berbuat baik, mereka itulah orang yang shaleh” (QS.3:114).

Deskripsi sifat masyarakat muslim juga disebutkan dalam surat 9:71 dan 112

وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَيُطِيعُونَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ أُولَئِكَ سَيَرْحَمُهُمُ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ.

“Dan orang-orang yang beriman, lelaki dan perempuan, sebahagian mereka (adalah) menjadi penolong bagi sebahagian yang lain. Mereka menyuruh (mengerjakan) yang ma'ruf, mencegah dari yang munkar, mendirikan shalat, menunaikan zakat dan mereka taat pada Allah dan Rasul-Nya. Mereka itu akan diberi rahmat oleh Allah; sesungguhnya Allah Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana” (QS.9:71).

التَّائِبُونَ الْعَابِدُونَ الْحَامِدُونَ السَّائِحُونَ الرَّاكِعُونَ السَّاجِدُونَ الْآمِرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّاهُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَالْحَافِظُونَ لِحُدُودِ اللَّهِ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ

“Mereka itu adalah orang-orang yang bertaubat, yang beribadat, yang memuji, yang melawat, yang ruku', yang sujud, yang menyuruh berbuat ma'ruf dan mencegah berbuat munkar dan yang memelihara hukum-hukum Allah. Dan gembirakanlah orang-orang mukmin itu” (QS.9:112).

Beberapa ayat di atas berbeda dengan amar ma'ruf dalam konteks al-Hajj (QS.22:41)

الَّذِينَ إِنْ مَكَّنَّاهُمْ فِي الْأَرْضِ أَقَامُوا الصَّلَاةَ وَآتَوُا الزَّكَاةَ وَأَمَرُوا بِالْمَعْرُوفِ وَهَوَّأُوا عَنِ الْمُنْكَرِ  
وَلِلَّهِ عَاقِبَةُ الْأُمُورِ

“(yaitu) orang-orang yang jika Kami teguhkan kedudukan mereka di muka bumi niscaya mereka mendirikan sembahyang, menunaikan zakat, menyuruh berbuat ma'ruf dan mencegah dari perbuatan yang munkar; dan kepada Allah-lah kembali segala urusan” (QS.22:41).

Ayat ini lebih merupakan teori kesuksesan, artinya jika sudah sukses seorang muslim hendaknya melakukan peribadahan dengan menjalankan berbagai kewajiban syariaah serta kewajiban sosial dalam rangka menjadi ‘individu’ yang terbaik dan bermanfaat bagi individu lainnya dalam kelompok masyarakatnya maupun dalam kelompok kemanusiaan secara makro. Jadi bagi muslim setelah sukses memenuhi kebutuhan individualnya jangan lupa terhadap tugas agama dan aktivitas sosial.

Dikaitkan dengan pendidikan keluarga, tugas keluarga Islam mengajarkan seperti digambarkan QS.31:17 berikut.

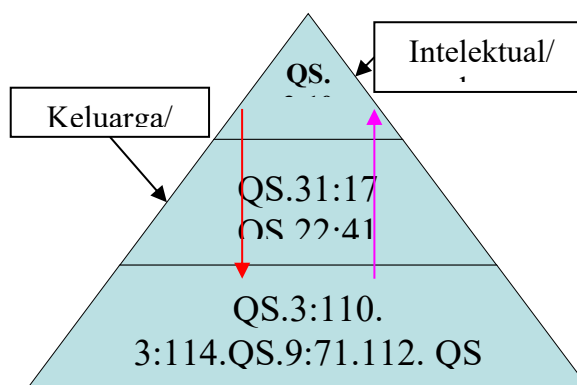
يَا بُنَيَّ أَقِمِ الصَّلَاةَ وَأْمُرْ بِالْمَعْرُوفِ وَانْهَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَاصْبِرْ عَلَىٰ مَا أَصَابَكَ إِنَّ ذَٰلِكَ مِنْ عَزَمِ الْأُمُورِ

“Hai anakku, dirikanlah shalat dan suruhlah (manusia) mengerjakan yang baik dan cegahlah (mereka) dari perbuatan yang munkar dan bersabarlah terhadap apa yang menimpa kamu. Sesungguhnya yang demikian itu termasuk hal-hal yang diwajibkan (oleh Allah)” (QS.31:17).

Kalau ayat-ayat yang bertemakan amar ma'ruf dan nahi munkar di atas digambarkan sebagai piramida seperti yang ditawarkan Ali Syariati

maka akan terlihat bangunan sosial masyarakat muslim yang mencerminkan tugas dan fungsi setiap level masyarakat.

Figure 16  
Krucut Masyarakat Muslim, adaptasi dari  
Ali Shariati, *A Glance at Tomorrow's History*<sup>469</sup>



Menurut Shariati dalam kerucut tersebut ada gerak menurun dan menaik, gerak menurun artinya intelektual menjalankan tugasnya sehingga masyarakat secara umum tercerahkan, gerak menaik artinya masyarakat karena peradaban yang bergerak menjadi menanjak naik menduduki level intelektual, sehingga jumlah pada lapisan bawah menjadi berkurang, seakan tak ada jarak antara intelektual dan rakyat pada umumnya (masyarakat awam). Hal ini terjadi karena kaum intelektual menjalankan tugasnya, dan masyarakat juga mengembangkan dirinya.

Melalui paparan di atas terlihat hubungan erat antara *change* dan *development* dalam ilmu sosial dengan *amar ma'ruf nahi munkar* dalam

<sup>469</sup>Ali Shariati, *A Glance at Tomorrow's History*, [www.shariati.com](http://www.shariati.com). "Sekilas Sejarah Masa Depan" dalam kumpulan karya Ali Syariati yang berjudul *Peranan Cendekiawan Muslim*, dikumpulkan dan diterjemhakan oleh Ahmad Fanani, (Yogyakarta: Shalahuddin Press, 1985) cet.I.h.144-145.

konsep Islam, sekaligus memperlihatkan bahwa konsep amar ma'ruf nahi munkar mewakili istilah *change* dan *development* yang dikembangkan Barat. Dalam teori pembangunan misalnya bahwa *human resources* merupakan kekuatan pengendali (*driving force*) dan penentu berbagai perkembangan dan pembangunan,<sup>470</sup> demikian juga terlihat dari arahan ayat-ayat di atas bahwa peran masing-masing individu, dikaitkan dengan level dan fungsinya dalam tatanan sosial (struktur sosial) senantiasa harus melakukan tindakan amar ma'ruf dan nahi munkar.

Termasuk dalam pergeseran gerak peradaban, perubahan akhir-akhir ini menunjukkan bahwa “sumberdaya manusia” sebagai aspek pilihan pembangaunan menjadi pengganti pola pemabanunan sosial masa silam – menurut Fritjof Capra—yang menjadikan pembangunan industri sebagai aspek kajian dan pengembangan. Semboyan “*think globally act locally*,” merupakan arahan baru dalam konteks perubahan peradaban yang melahirkan berbagai definisi baru; seperti definisi negara maju dan tdak maju yang sementara ini dijadikan *pilot project* pembangunan mulai dikritisi dengan berbagai definisi lokal yang menolak pengelompokan tersebut.<sup>471</sup>

#### 4. Akhlak (Hasanah) Sebagai Wisdom/ Etik

---

<sup>470</sup> Garry Jacobs, Robert Macfarlane and N.Asokan, *Comprehensive Theory of Social Development*, (Stone Hause Drive: International Center for Peace and Development, 1997), e-book [www.icpd.org](http://www.icpd.org). development theory.

<sup>471</sup> Capra, Fritjof, *The Turning Point, Science, Society and The Rising Culture*, terjemah Indonesia oleh M.Thoyibi, *Titik Balik Peradaban, Sains, Masyarakat dan Kebangkitan Kebudayaan*, (Yogyakarta: Yayasan Bentang Budaya, 1999). Cet.III.h.603-606.

Secara etimologis, *wisdom* berarti *good sense*: pengetahuan dan pengalaman yang dibutuhkan untuk membuat suatu keputusan atau penilaian yang berdasarkan pada kehendak baik. Bisa juga berarti *accumulated learning*: akumulasi pengetahuan tentang kehidupan atau tentang suatu dimensi aktivitas yang didapat dari pengalaman. Arti lain dari *wisdom* adalah *opinion widely held*: suatu opini yang diterima oleh hampir semua orang.<sup>472</sup>

Dalam literatur Barat banyak digunakan *wisdom* dengan pengertian pengetahuan yang berangkat dari pengalaman semacam *kata-kata mutiara* (Indonesia) atau *hikmah* (dalam bahasa Arab). Sigmund Freud misalnya menggunakan kata *proverbial wisdom*<sup>473</sup> untuk maksud kata-kata hikmah yang ada pada kitab suci maupun dari para tokoh, *bitter worldly wisdom*,<sup>474</sup> pelajaran dari pengalaman pahit. Dalam kajian sosial, *wisdom* lebih mengarah pada pengetahuan yang beredar dimasyarakat tentang cara hidup mereka. Seperti ungkapan *popular wisdom* yang menurut Hartmann merupakan dasar berbagai program TV, karena baginya tidak ada “yang baru” dari program TV selain memperkuat atau diperkuat oleh *popular wisdom*.<sup>475</sup>

Selanjutnya kata *wisdom* jika dilihat medan maknanya berkaitan erat dengan *religion (proverbial)*, *moral* dan *ethic, social, experience, knowledge*,

---

<sup>472</sup>“Wisdom,” *Microsoft® Encarta® Reference Library* 2003. ©

<sup>473</sup> Sigmund Freud, *Interpretation Of Dreams*, e-book [www.Abika.com](http://www.Abika.com), h 30

<sup>474</sup> Freud, *Interpretation....*,h,69

<sup>475</sup>Hartman et al (1974) dalam Bo Petersson, “Combating Uncertainty, Combating The Global: Scapegoating, Xenophobia And The National Local Nexus” [http://www.gmu.edu/academic/ijps/vol8\\_1/Petersson.htm](http://www.gmu.edu/academic/ijps/vol8_1/Petersson.htm)

dan *behavior*; semuanya secara singkat bisa memberikan pengertian “kebajikan dan manfaat” dalam kaitannya dengan kehidupan sosial (prilaku sosial) dan individu.

Dalam tradisi literal Arab, *wisdom* merupakan terjemah dari kata *al-hikmah*, seperti ayat QS 16:125 diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris sebagai berikut. “*Call thou [all mankind] unto thy Sustainer’s path with wisdom and goodly exhortation, and argue with them in the most kindly manner.*” (QS.16:125).<sup>476</sup>

Sedangkan istilah akhlak dalam khazanah ke-Islaman bermula dari QS.68:4. وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ, yang diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris; “*sublime moral excellences.*” Para mufasir mengartikan خلق dengan *dîn* (دين) demikian menurut Mujâhid, Dlahâk, Abu Malik, al-Sa’di, al-Rabî‘, Ibn Anas dan Ibn Zaid. Sedangkan ‘Âthiyah mengartikannya dengan *a’dab* (أدب).<sup>477</sup>

Ibnu Mandzûr mengartikan kata *khuluq* خلق, di atas dengan; *dîn wa al-thab‘u wa al-sajiyah*; agama, sifat alami (pembawaan), kemudian memberikan penjelasan bahwa sebenarnya penggunaan *khuluq* itu untuk menggambarkan manusia yang memiliki gambaran *bâthin* dan *zhâhir*; dengan berbagai sifat yang dimilikinya seperti sifat baik dan buruk, berhak mendapat ganjaran dan hukuman, arti pada penggambaran bathin lebih dominan ketimbang yang berhubungan dengan yang zahir. Selanjutnya Ibn Mandzûr menyebutkan

<sup>476</sup><http://islaam.com//Article.aspx?id=503>.

<sup>477</sup> Ibnu Katsîr, *Tafsîr*....Jilid V.h,519-520.

beberapa hadits Nabi yang berkenaan dengan *khuluq* yang jamaknya adalah *akhlâq*.<sup>478</sup>

Sedangkan kata *dîn* (دين) diartikan Islam; al-Jazâ' (pahala), al-Hisâb (perhitungan), al-Thâ'ah (ketaatan), al-Âdah wa al-Sy'anu (tradisi dan kondisi), al-Qahru (kekuasaan), agama yang dianut seseorang, al-Hâl (keadaan/kondisi).<sup>479</sup> Melihat karakter penggunaan kata baik kata *khuluq* maupun *dîn* menunjukkan bahwa keduanya memiliki “medan makna” yang erat dan saling berhubungan; *tradisi, kondisi, sesuatu yang dianut*, menunjukkan tingkah laku (*behavior*) baik intrinsik (*intrinsic*) maupun ekstrinsik (*extrinsic*) serta berhubungan dengan pengalaman. Sebagaimana ungkapan Rasul SAW yang masyhur;

"إنما بعثت لأتمم مصالح الأخلاق" (رواه البخارى فى الأدب و البيهقى فى شعب الإيمان)<sup>480</sup>

“Aku diutus hanya untuk menyempurnakan akhlak-akhlak yang bermaslahat” (HR.Bukhari pada bab Adab dan Baihaqi pada bab Sya’bu al-Îmân).

Hadits di atas mengandung pengertian bahwa “akhlak” atau perilaku baik memang sudah ada dan sebagian berlaku dikalangan masyarakat manusia, dan kedatangan Nabi SAW adalah dalam rangka penyempurnaan “tradisi” yang sudah berlaku tersebut sehingga hal-hal yang tadinya belum tercakup, karena

<sup>478</sup> Jamâlu al-Dîn Muhammad Ibn Mukram, Ibn Mandzûr, *Lisân al- 'Arab*, (Beirut: Dâr al-Fikr 1990) Cet.I.Jilid X,h,87.

<sup>479</sup> Ibn Mandzûr, *Lisân*, Jilid XIII,h 169-171

<sup>480</sup> Jalâlu al-Dîn ‘Abdu al-Rahmân Abi Bakar al-Suyûthiy, *Al-Jâmi’ al-Shagîr fî ‘Ahâdîsi al-Basyîr wa al-Nadzîr*, (Bandung: al-Mar’arif) h,103. Namun yang populer di Indonesia مكارم الأخلاق

memang belum dibutuhkan apakah karena kehidupan masa itu belum kompleks atau karena peradaban manusia serta kemampuan intelektualnya masih belum sampai pada “titik” kebutuhan pengetahuan atau akhlak sebagaimana saat Nabi SAW diutus.

Bila hadits tadi dipahami demikian, maka pengertian akhlak sebagai tradisi baik, atau perilaku sosial yang berlaku berdasarkan pengetahuan yang bersumber pada pengalaman, serta kata-kata bijak yang terlontar dari para pemuka suatu masyarakat, mendekati istilah *wisdom* dalam tradisi sosial Barat. Dan ungkapan *Hikmah* dalam bahasa Arab juga mengandung arti tindakan bijak; suatu tindakan dalam menghadapi atau menyikapi sesuatu dengan mempertimbangkan pengalaman sehingga tindakan tersebut menjadi sesuai dengan kondisi serta kebutuhan sasaran. Dalam istilah sastra Arab *hikmah* diberi pengertian; perkataan populer dan mengandung hukum (kaidah atau teori) yang benar dan bisa diterima (akal),<sup>481</sup> hikmah juga diberi pengertian; menegakkan sesuatu yang terbaik dengan ilmu yang terbaik, menerapkan kebenaran dengan ilmu dan akal,<sup>482</sup> maka *hikmah* dalam konteks ini sinonim dengan kata-kata mutiara (Indonesia) dan *proverbial wisdom* dalam bahasa Inggris.

Sampai di sini permasalahan sekitar terma-terma komunikasi Islam telah dapat diselesaikan, dengan tegas bisa dikatakan bahwa terma *dakwah* dalam Islam berarti *komunikasi* dalam kajian ilmu sosial. Demikian juga *tablîgh*

---

<sup>481</sup> Ahmad al-Iskandariy dan Musthafa ‘Inâniy, *Al-Washîth fî al-Adab al-‘Arabiyy wa Târîkhihi*, (Cairo: Al-Ma ‘ârif, 1925) Cet.V.h.14-15.

<sup>482</sup> Sa’id Ibn ‘Ali Ibn Wahab al-Qahtani, *Al-Hikmah Fi al-Dakwah ilâ Allah Ta’âla*, e-book, www.saaaid.net. h.14-15.

diartikan *informasi*, *amar-ma'ruf nahi munkar* diartikan perubahan (*change*) dan pembangunan (*development*), sedangkan kata akhlak dikenal dengan wisdom dalam ilmu komunikasi atau ilmu-ilmu sosial.

Tabel 14  
Istilah Komunikasi Dalam Islam Dan Ilmu Komunikasi

| No | Islam                   | Komunikasi                |
|----|-------------------------|---------------------------|
| 1  | Dakwah                  | Komunikasi                |
| 2  | Tablîgh                 | Informasi                 |
| 3  | Amar ma'ruf nahi munkar | Perubahan dan pembangunan |
| 4  | Akhlak Hasanah /etik    | Wisdom                    |

Ketegasan istilah ini sangat penting dilakukan karena berhubungan dengan penyajian konsepsi Islam, terutama tentang komunikasi, kemudian menghilangkan kesan bahwa tidak ada kajian komunikasi dalam Islam. Selain dapat mengarahkan berbagai ranah komunikasi Islam.

Tabel 15  
Perbandingan Dimensi Komunikasi & Dakwah

|                                                                            | Dakwah                                                                                                                                                                                                             | Komunikasi                                                                                                                                                                                       |
|----------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tujuan                                                                     | Menyebarkan Tauhid/ajaran<br>Amar ma'ruf nahi munkar;<br>tagyîr                                                                                                                                                    | Perubahan sikap<br>Perubahan pendapat<br>Perubahan perilaku<br>Perubahan sosial                                                                                                                  |
| Fungsi                                                                     | Tablîgh<br>Tarbiyah/ta'lim/ta'dîb<br>Tasliyah<br>Ta'tsîr                                                                                                                                                           | Inform<br>Educate<br>Entertain<br>influence                                                                                                                                                      |
| Komponen:<br>• Komunikator<br>• Pesan<br>• Media<br>• Komunikasi<br>• Efek | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Setiap individu</li> <li>• Ajaran Islam/informasi</li> <li>• Any available</li> <li>• Individu/khalayak/kelompok</li> <li>• Iman/takwa,akhlak, ketaatan/change</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Individu</li> <li>• Knowledge/informasi</li> <li>• Any available</li> <li>• Individu/khalayak/kelompok</li> <li>• Apa saja/any/change/wisdom</li> </ul> |

Melalui tabel di atas tergambar kesamaan dan perbedaan antara komunikasi dan dakwah, sehingga dakwah bisa dipahami sebagai bentuk komunikasi Islam. Perbedaan hanya nampak pada ranah tujuan dan efek yang diharapkan hal tersebut karena bagi Islam, setiap individu komunikator ‘berkewajiban’ sebagai penyebar ajaran atau pelaku amar’m’a’ruf dan nahi munkar (*agent of change*). QS.103:3.

Sampai di sini terlihat bahwa dalam komunikasi ada perkembangan yang signifikan bermula dari bagaimana komunikasi dilihat sebagai proses sederhana S-M-R, kemudian S-M-C-R, S-M-C-R-F, hingga berkembang pada level yang sangat kompleks, tidak sebatas pada *source* dan *feedback*, tapi lebih mencerminkan proses yang ada di balik berputarnya jarum jam yang merupakan hasil dari hubungan berbagai piranti saling terkait satu sama lainnya.

Kompleksitas tersebut dicoba diuraikan Thayer yang melihat komunikasi sebagai proses dinamis. Pengembangan berikutnya ketika dihubungkan dengan komunikasi Islam, Bakti (2004) mencoba menggunakan pendekatan Thayer tersebut dalam melihat komunikasi Islam, menurutnya pemahaman Thayer terhadap komunikasi dekat dengan komunikasi Islam.<sup>483</sup> Menggambarkan pendirian Bakti dalam melihat komunikasi. Bakti, Mowlana dan Siddiqui mencoba mendiskusikan komunikasi Islam dengan berbagai pendekatan yang satu sama lainnya saling melengkapi. Kesan pendekatan holistik dari ketiganya kentara ketika masing-masing mengungkapkan kata *tablîgh*, *tawhid* dan *wisdom* atau *responsibility*.

---

<sup>483</sup> Bakti, Andi Faisal, *Communication And Family Planning In Islam In Indonesia: South Sulawesi Muslim Perceptions of a Global Development Program*, (Jakarta: INIS, 2004), h, 80-81.

Perbedaan yang kentara dari ketiganya terletak pada masalah fokus studi, Bakti misalnya melihat komunikasi sebagai proses yang berjalan (makro proses), Mowlana melihat pergeseran komunikasi di era global, serta Siddiqui fokus pada News dalam kerangka Islam.

Sementara dalam kitab-kitab klasik, pembahasan komunikasi (akhlak berbicara dan amar ma'ruf nahi mungkar, lihat h.45) sering dimasukkan dalam bab *Tarhīb min Masāwi' al-Akhlāq* dan *Targīb Fī Makārim al-Akhlāq*, seperti Ibn Hajar al-'Asqalāni dalam *Bulūgh al-Marām*,<sup>484</sup> Abi Zakariya Yahya Ibn Syaraf al-Nawāwi, dalam *Riyādu al-Shālīhīn*, banyak dimuat dalam *kitāb al-Umūr al-Manhiy 'Anha*.<sup>485</sup>

Pada buku-buku yang ditulis pada masa modern (tahun 1960an) seperti Muhammad Sa'id Ramadlān Al-Bayūthi dalam *Fiqhu al-Sīrah*, membahas masalah dakwah; kewajiban mempersiapkan berbagai sarana untuk berdakwah bagi kaum muslimin, seperti menguasai bahasa kelompok sasaran, memahami norma dan hukum serta keyakinan mereka, dan dakwah yang pertama harus dilakukan menurutnya adalah pembinaan ke dalam umat Islam terlebih dahulu, kesimpulan ini diambil dari kisah Nabi SAW yang mengirimkan suratnya kepada para raja dengan mengutus utusan yang menguasai bahasa kaum (sasarannya).<sup>486</sup>

Dalam al-Qur'an Digital versi 2.1 terbitan tahun 2004 dari <http://www.alquran-digital.com>, pembahasan mengenai ayat-ayat bertemakan komunikasi

---

<sup>484</sup> Ibn Hajar al-'Asqalāni, *Bulūgh al-Marām*, (Jeddah: Al-Haramain, Tanpa Tahun), Cet.ke-III, 33-341.

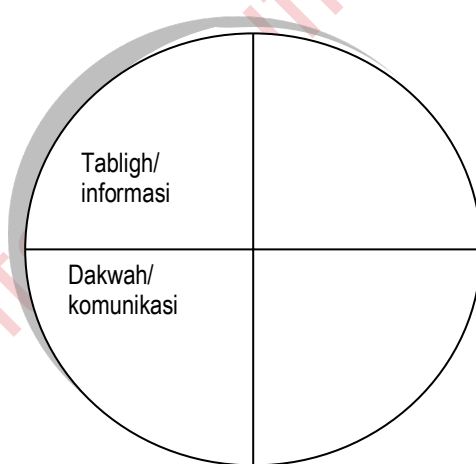
<sup>485</sup> Abi Zakariya Yahya Ibn Syaraf al-Nawāwi, *Riyādu al-Shālīhīn*, (Jeddah, Dār al-Qiblah Litsaqāfah al-Islāmiyah, 1990), Cet. Ke-I, h, 532-583.

<sup>486</sup> Muhammad Sa'id Ramadlān, Al-Bayūthi, *Fiqhu al-Sīrah*, (Dār al-Fikri: 1990), Cet.Ke-VIII, h, 346.

diklasifikasikan pada bab Adab dan Akhlâq, dan sub bab etika dan hak-hak umum, etika berbicara.<sup>487</sup>

Dengan demikian pembahasan komunikasi Islam sejak awal lebih merupakan bahasan akhlak dan adab dari pada pembahasan komunikasi. Sedangkan tema dakwah pada tradisi ilmiah Islam sampai abad IX H (Ibnu Taimiyah) menjadi pembahasan *Amar Ma'ruf Nahi Mungkar*, dan tabligh. Baik dakwah maupun tabligh memiliki makna komunikasi dengan konteks yang berbeda. Lain halnya dengan propaganda dalam tradisi barat lebih merupakan pelayanan terhadap kepentingan negara, namun dalam tradisi Islam komunikasi merupakan pembentukan komunitas masyarakat.<sup>488</sup>

Figure 17  
Domain Komunikasi Islam



Ada perbedaan sedikit antara penggunaan kedua kata: dakwah dan tabligh sebagai mana telah dibahas terdahulu (h,45-53). Ada perbedaan antara kata menyampaikan dengan menyeru, kata “menyampaikan” lebih berarti menyampaikan sesuatu yang dimiliki oleh seseorang kepada orang lain, apakah orang lain tersebut nanti menerima

<sup>487</sup> Al-Qur'an Digital versi 2.1 tahun 2004 <http://www.alquran-digital.com>.

<sup>488</sup> Mowlana, *Global....*,h,149.

atau menolaknya, tidak menjadi perhatian. Sementara kata dakwah berorientasi pada hasil, “mengajak” dan “menyeru” lebih bermakna harus kena sasaran, mencapai target serta “penyeru” memiliki keyakinan atas kebenaran yang dia serukan, sehingga sasaran bisa mengikuti sesuai dengan apa yang diyakini oleh penyeru.

Kedua kata tersebut merupakan bagian dari komunikasi; dakwah berarti komunikasi sebagai kegiatan interaksi sesama manusia yang berisikan pernyataan-pernyataan dan sikap bertujuan untuk mencapai *pengertian* dan *perubahan tingkah laku* dengan gaya dan cara yang dinamis sesuai dengan latar belakang masing-masing pelaku serta sarana yang tersedia. Adapun tabligh berarti kegiatan menyampaikan informasi (data) kepada *receiver* oleh *originator*, sedangkan “pemahaman makna” terlepas dari penyampaian tersebut, karena ia merupakan “kebebasan” *receiver* untuk memberikan makna terhadap data atau informasi yang diterima bisa dikatakan sejalan dengan teori Thayer.

Jadi kalau kata dakwah ada kegigihan usaha untuk mencapai pemahaman dan perubahan tingkahlaku (*change*), sedangkan kata tabligh, lebih moderat serta bekonotasi *two step flow*-nya Elihu Katz dan Paul [Lazarsfeld](http://www.uky.edu/ArtsSciences/Classics/Effect.html),<sup>489</sup> [seperti terlihat dari hadits berikut:](#)

....ليبلغ الشاهد الغائب رب مبلغ أوع من سامع. رواه البخاري

Oleh karenanya baik tabligh maupun dakwah memiliki tempat sendiri dalam komunikasi Islam. Sebagaimana dilukiskan dalam figure 18 di atas, komunikasi Islam—dalam tradisi ilmiah Islam-- memiliki sedikitnya empat domain; dakwah, tabligh, amar ma'ruf nahi mungkar dan akhlak.

<sup>489</sup> <http://www.uky.edu/ArtsSciences/Classics/Effect.html>.

Setelah diselusuri sebagaimana pada pembahasan tentang term-term media dalam Islam, nampak terlihat bahwa pembahasan komunikasi Islam ternyata memiliki medan yang sangat berbeda dengan pembahasan komunikasi pada umumnya. Baik dikemukakan di sini bahwa indikasi komunikasi massa dan media dalam Islam secara historis bisa dikelompokkan seperti pada tabel di bawah ini:

Tabel 16  
Pola Komunikasi Islam

| Pola               | Originator/<br>Source              | Sasaran/<br>audiens                                       | Media                                                                | Message                                    | Target                                     |
|--------------------|------------------------------------|-----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------------------|
| Teologis           | Tuhan                              | Nabi/Rasul/<br>Manusia                                    | Jibril                                                               | Syariah                                    | Keselamatan<br>manusia                     |
| Teologis           | Manusia                            | Tuhan                                                     | Do'a dan Shalat                                                      | Permintaan<br>dan<br>pengakuan             | Penerimaan<br>Tuhan                        |
| Propetik           | Nabi/Rasul                         | Manusia<br>umum/khusus                                    | Mesjid, kelompok ,<br>Qur'an, hadits,<br>media lain yang<br>sezaman  | Syariah:<br>rincian<br>aturan<br>kehidupan | Pengenalan<br>dan<br>pengamalan<br>syariah |
| Otoritatif         | Ulama,<br>komunikator<br>keagamaan | Manusia pada<br>umumnya, muslim                           | Sekolah, Masjid,<br>Berbagai media<br>yang sezaman                   | Al-Qur'an,<br>Sunnah,<br>Interpretasi      | Pengenalan,<br>pengamalan<br>syariah       |
| Individu<br>muslim | Seluruh<br>anggota<br>masyarakat   | Sesama anggota<br>masyarakat /<br>manusia pada<br>umumnya | Bahasa,<br>lisan tulisan, buku,<br>dan media lainnya<br>yang sezaman | Al-Qur'an,<br>Sunnah,<br>Interpretasi      | Nasehat,<br>kritik,<br>kebersamaan         |

Jadi komunikasi dalam Islam terdiri dari makro proses yang menyangkut Tuhan dan makhluk, kemudian komunikasi propetik yaitu komunikasi yang dilakukan oleh para Nabi dan Rasul, serta para pemegang otoritas keagamaan yang terdiri atas para ulama, guru agama dan kelompok yang dianggap berkompeten, serta komunikasi yang dijalin antara sesama anggota komunitas muslim. Walaupun demikian setiap komunikasi yang dijalin senantiasa mengedepankan pesan *Syariah* sebagai konten utamanya.

## G. Perbandingan Antara Komunikasi Islam dan Barat

Pertanyaan selanjutnya apakah komunikasi Islam memiliki ciri tersendiri yang membedakannya dengan komunikasi Barat? Beberapa pembahasan di muka memperlihatkan bahwa komunikasi Islam dan Barat memiliki banyak kesamaan dan perbedaan. Baghakan secara jelas menurut Andi Muis, perbedaan hanya terletak pada landasan filosofis dan etik saja. Namun kalau dikaji secara lebih mendalam lagi ternyata perbedaan itu tidak sesederhana seperti yang digambarkan Muis. Karena berhubungan dengan selain landasan ontologis dan etik, juga berhubungan dengan konsep sosial yang dianut masyarakat muslim.

Untuk melihat perbedaan tersebut bisa dilihat dari sisi filosofis dan etik, sisi historis dan sisi sosial komunikasi, masalah-masalah lain seperti sisi tujuan dan psikologis, serta produksi pengawasan. Masalah otoritas komunikator dan masalah praktik komunikasi juga perlu mendapat perhatian. Bahkan Muhammd A. Siddiqi menyatakan bahwa kajian komunikasi sebenarnya lebih merupakan masalah-masalah praktik komunikasi dari pada masalah filosofis.<sup>490</sup>

Pada pendahuluan penulis mengembangkan kerangka komunikasi yang dibuat oleh Lasswell yang kemudian dikembangkan oleh Lee Thayer sebagai berikut: *Who says...or gets...What...Why...To or from whom...When...In what manner...Under what circumstance...Why...with what channel...and Why... what effec.* Dengan memedomani pertanyaan tersebut akan terlihat aspek-aspek komunikasi sebagaimana yang diharapkan.

---

<sup>490</sup> Mohammad A. Siddiqi, "Ethics and responsibility in journalism: An Islamic perspective,"

Tabel 17

Perbandingan komunikasi Islam dan Barat Pola Pengembangan Lasswell

| Aspek Komunikasi        | Islam                                                                                           | Barat                                                                         |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| Who                     | Otoritatif, Tuhan, Jibril, Manusia, anggota masyarakat ada zaig di sisni berarti dari setan/jin | Otoritatif pada awalnya Dikembangkan dengan hak mendapat informasi            |
| Says or get what        | Wahyu, hadits, interpretasi ulama, ajaran Islam.                                                | Apa saja, medium is message, politik, dll                                     |
| Why                     | Tawhid<br>Ibadah, termasuk talabul ilmi<br>Muamalah/interkasi sosial                            | Power, stabilitas sosial, UCT. <i>Knowledge Gap</i> , profit                  |
| To or from whom         | Tuhan-malaikat<br>Tuhan –manusia<br>Manusia-Tuhan<br>Manusia –manusia<br>Diri -diri             | Manusia –manusia                                                              |
| When                    | Ada pemilahan waktu dan acara,                                                                  | Ada pemilahan waktu dan acara                                                 |
| Why                     | Tugas, amar ma'ruf nahi mungkar                                                                 | Profit, material atau imaterial; power, politik, pelayanan                    |
| In what manner          | Disesuaikan dengan situasi                                                                      | Disesuaikan dengan situasi                                                    |
| Under what circumstance | Disesuaikan                                                                                     | Disesuaikan                                                                   |
| Which what channel      | Semua media yang mungkin                                                                        | Semua media yang mungkin                                                      |
| Why                     | Nasihat menasihati, amar ma'ruf nahi mungkar.                                                   | Profit, kemanusiaan, human right. Kepuasan, selera.                           |
| What effect             | Baldah Thayyibah, keberadaban: saling berkomunikasi untuk menasehati dan peduli                 | Kemakmuran ekonomi, kesetaraan, modernisasi, industrialisasi, difusi inovasi. |

Selanjutnya dari pola 5 W 1 H (What? Who? Where? When?Why?How?)

dapat disusun tabel berikut:

Tabel 18

Perbandingan Komunikasi Islam dan Barat Pola 5 W 1 H  
Pendekatan Ontologis

| Dimensi Komunikasi | Islam                                                                                              | Barat                                                                         |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| What               | Amar ma'ruf nahi mungkar, akhlak, dakwah, tabligh,                                                 | S-R, SMCR, SMCRF, Circular, Aktif Reception                                   |
| Why?               | Pengamalan ajaran agama                                                                            | Berbagai alasan, terutama politik, ekonomi, dan kebahagiaan                   |
| Who?               | Setiap individu; Nabi, Ulama, anggota masyarakat.                                                  | Penguasa, masyarakat, sesama anggota masyarakat.                              |
| Where?             | Berbagai tempat                                                                                    | Berbagai tempat/ menyeluruh                                                   |
| When?              | Berbagai kesempatan                                                                                | Berbagai kesempatan                                                           |
| How?               | Simpatik, dialogis, isi pesan terbaik, jujur, dinamis, persuasif, preventif, intensif, apa adanya. | Berbagai cara, isi pesan; selera, manipulasi, persuasif, preventif, intensif, |

Tabel 19

Perbandingan Komunikasi Islam dan Barat dari Segi Historis kajian

| Barat/Islam  | Tokoh                                                                                          | Alasan                                                                                                     | Teori                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Barat</b> | Walter Lippmann 1922,1925<br>Harold Lasswell 1946<br>Edward Bernays 1928<br>Jacques Ellul 1968 | Situasi perang dan penguasaan publik oleh pemerintah. Pembangunan ekonomi pasca perang, pembangunan negara | Propaganda; opini publik, agenda setting, publik bisa dimanipulasi. Isi pesan, dan efek pesan terhadap audiens, <i>hit or miss propaganda Partnership relation</i> , publik tidak didikte, penyesuaian situasi publik dan kondisi kontemporer. Propaganda tehnik mengajak dan menyeru pada gerakan tertentu. |
| <b>Islam</b> | Ahmad Ibn Muhammad Ibn Hârûn al-Khilâlî                                                        | Perbaikan kondisi sosial/hubungan penguasa dan                                                             | <i>Riyâdu al-Shâlihîn</i> , <sup>491</sup> 12 kaidah amar ma'ruf nahi mungkar.                                                                                                                                                                                                                               |

<sup>491</sup> Abu Zakariya Yahya Ibn Syaraf al-Nawâwi, *Riyâdu al-Shâlihîn min Kalâmi Sayyidi al-Mursalîn*, (Jeddah, Dâru al-Qiblah Liltsaqâfah al-Islâmiyah, 1990) Cet.I. h, 111.

|              |                                                      |                                          |                               |
|--------------|------------------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------|
|              | (311 H), al-Nawâwi (676 H) dan Ibnu Taimiyah (728 H) | pemerintah. Pembinaan mental masyarakat. |                               |
| <b>Barat</b> |                                                      | Kelompok teori                           | Propaganda, human relations   |
| <b>Islam</b> |                                                      | Kelompok teori                           | Teknik dan etik.interpersonal |
| <b>Barat</b> |                                                      | Obyek kajian                             | Isi propaganda/ kom massa     |
| <b>Islam</b> |                                                      | Obyek kajian                             | Teks Qur'an dan Hadits        |

Tabel 20

## Perbandingan Arah Komunikasi Islam dan Barat

| <b>Kom Barat</b>                                                                             |                                                                                              |                                                                                                                                                     |                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Landasan →</b>                                                                            | <b>Pendekatan →</b>                                                                          | <b>Hasil dominan →</b>                                                                                                                              | <b>Akibat →</b>                                                                                                     |
| Filsafat Barat: George Santayana, William James, dan Graham Wallas, Karl Marx, Sigmund Freud | Sosiologis, psikologis, retorik, etik sebagai akibat dari dampak komunikasi media masa.      | Komunikasi Massa , masyarakat sebagai obyek, lalu patner, teori informasi, pembangunan dan perubahan, etika komunikasi (muncul belakangan) Bok 1989 | Produksi informasi /ilmu pengetahuan. Information society Menjual informasi, ekonomi; web selalu minta berlangganan |
| <b>Kom Islam</b>                                                                             |                                                                                              |                                                                                                                                                     |                                                                                                                     |
| Teks Qur'an dan Hadits, pendapat ulama                                                       | Normatif/etik, (sebagai cita-cita) sosiologis, psikologis                                    | Amar ma'ruf nahi Mungkar, akhlak, dakwah, etika komunikasi, teknik komunikasi, teori informasi, fiqih tagyîr munkar                                 | Penyebaran informasi ibadah, informasi murah, communication society , web Arab Islam Gratis                         |
| <b>Kom Barat</b>                                                                             |                                                                                              |                                                                                                                                                     |                                                                                                                     |
| <b>Perkembangan</b>                                                                          | <b>Kondisi Kontemporer</b>                                                                   | <b>Next</b>                                                                                                                                         | <b>Next</b>                                                                                                         |
| Kajian komunikasi terspesialisasi                                                            | Perebutan antara efek dan etik, kontrol dan kebebasan, lebih populer, berhasil secara global | Perlu pengembangan pendekatan etik, kode etik, dan sensor informasi (baik-buruk), dengan menitik                                                    | ?                                                                                                                   |

|                                                                                              |                                                                                                                                                              |                                                                                                             |   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
|                                                                                              |                                                                                                                                                              | beratkan pada kepentingan umum dan kaidah kepercayaan umum reorientasi tujuan, Regulasi media secara global |   |
| <b>Kom Islam</b>                                                                             |                                                                                                                                                              |                                                                                                             |   |
| Dari etik menuju sosiologik, cenderung holistik, keterpaduan antara empat domain komunikasi. | Kontrol dominan, perjuangan kebebasan sebagai akibat dari adopsi teori Barat, belum dikonstruksi / belum populer, berhasil secara lokal, belum secara global | Perlu bangunan teoritis dan kajian intensif, sosialisai komunikasi Islam                                    | ? |

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

- A. KESIMPULAN
- B. SARAN

mtatataufik.id

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. KESIMPULAN

Bahwa Islam memiliki sitem komunikasi tersendiri yang berbeda dari komunikasi Barat. Terbukti dengan banyaknya ayat-ayat Al-Qur'an serta hadits nabi SAW. Dan para ulama sejak awal memperhatikan komunikasi dan terus berkembang hingga kini. Bermula dari kajian akhlak, lalu amar ma'ruf nahi mungkar dan diikuti oleh kajian dakwah pada abad 19 M.

Komunikasi Islam memiliki beberapa pola; pola teologis; pola propetik; otoritatif; dan pola individual antara sesama muslim. Pola teologis mencerminkan pola komunikasi Tuhan-manusia, manusia-Tuhan, pola propetik Nabi-umat, umat-Nabi; Pola individual antara sesama individu (*interpersonal communication*) muslim sebagai masyarakat.

Dakwah, tabligh, amar ma'ruf nahi mungkar serta akhlak adalah suatu konsep komunikasi Islam yang mencerminkan konsep komunikasi, perubahan dan pembangunan serta etik (wisdom), dalam Islam keempat prinsip tersebut harus padu dan tidak terpisahkan. Dengan kata lain terma komunikasi dalam konteks kajian Islam berarti dakwah, serta informasi berarti tabligh, dan *change and development* berarti amar'ma'ruf nahi mungkar, serta *wisdom* atau *ethic* berarti akhlak.

Perbedaan antara komunikasi Islam dan Barat terletak pada landasan filosofis, landasan etik, tujuan awal kajian komunikasi, titik pijak (fokus perhatian) kajian, yang berimplikasi pada tataran praktik, terutama aplikasi dalam media massa.

Isi (pesan) komunikasi dalam Islam harus merupakan penjabaran dari domain komunikasi massa Islam; *dakwah, tabligh, amar ma'ruf nahi mungkar dan akhlak*, yang disajikan dalam berbagai program maupun rubrik media, dengan tetap memelihara komunikasi yang simpatik, jujur, jelas dan ihsan terbebas dari *noise (zaigh)* dengan prinsip kalimat *thayyibah* akan melahirkan hasil yang baik, begitu juga sebaliknya.

Secara singkat *Who*, bisa dijawab dengan komunikasi Ilahiyah, propetik dan otoritatif (ulama) serta komunikasi interpersonal. Dalam konteks media, berarti nara sumber dan *owner*-nya adalah muslim atau lembaga dakwah. *Says... what*; bisa dipahami sebagai isi pesan yang disampaikan berupa ajaran Islam. Sedangkan *gets...What*..bisa dilihat sikap dan perilaku yang diakibatkan oleh komunikasi atau pemaknaan atas pesan yang diterima; di sinilah letak pengertian *perbedaan* itu rahmat untuk konteks komunikasi internal muslim, dan sikap-sikap seperti Abu Jahal (penolakan), 'Umar Ibn al-Khattab (penerimaan setelah pemahaman), Abû Bakar (penerimaan) serta Abû Sofyân (penerimaan setelah penolakan yang panjang) disebabkan “*gets*” atas makna pesan yang berbeda.

*Why...* bisa dipandang sebagai motivasi, dalam hal ini motivasi *lillahi ta'ala, ishlah, tauhid*, dan *ta'dib*. *To or from whom*...berarti semua yang terlibat dengan kerangka dakwah (komunikasi Islam). *When...* banyak kesempatan yang biasa dilakukan termasuk berbagai isu sosial dan perkembangan budaya dan kemodernan, *In what*

*manner...Under what circumstance...* semuanya dalam kondisi yang memungkinkan dengan prinsip dakwah qur'ani, *Why...* berkenaan dengan motivasi muslim dalam bertindak, *with what channel...* semua media yang ada dan bersifat men-zaman, *and Why...* dengan alasan pemilihan yang jelas, *what effect* efek yang diharapkan adalah *community building* demi tercapainya *wisdom* dalam masyarakat.

## B. SARAN

Pengkajian komunikasi Islam harus senantiasa dikembangkan, karena masih banyak yang harus digali lagi dari kedua sumber Islam; Al-Qur'an dan Al-Hadits dengan pendekatan ilmu-ilmu sosial dalam hal ini ilmu komunikasi. Seperti pembahasan tentang *qawlan tsaqilan* misalnya bisa dikaji secara mendalam demikian juga konteks-konteks komunikasi lainnya yang dihubungkan dengan *balaghâh* yang merupakan kajian linguistik Arab. Selain penelitian berikutnya juga bisa membahas masalah-masalah pers dan jurnalistik di dunia Islam, terutama menyangkut *power* dan kontrol bila dilihat dari komunikasi Islam. Kajian lain bisa dihubungkan dengan *fashion*, bagaimana komunikasi Islam melihat model pakaian, termasuk di dalamnya berbagai “pesan” yang dikomunikasikan (*fashion as communication*). Kaum muslimin harus lebih memperhatikan media komunikasi (media massa) sejalan dengan berbagai kemajuan dan bermunculannya media komunikasi. Pemanfaatan media tersebut harus diorganisir oleh lembaga-lembaga dakwah Islam, dibuat semudah dan semurah mungkin untuk akses terhadapnya. Selain membuat media sendiri, memperbanyak *content* media umum dengan *content* Islami juga harus tetap dilakukan sebagai lahan dakwah/ komunikasi Islam.

Semoga apa yang penulis lakukan ini bisa bermanfaat dan dapat membangkitkan minat kajian komunikasi Islam. Mengingat perkembangan teknologi di bidang komunikasi ini sangat cepat serta menuntut berbagai pemikiran dan respon atas kemajuan-kemajuan tersebut.

mtatataufik.id



## BIODTA PENULIS

**Nama** : M. Tata Taufik  
**Tempat Tanggal Lahir**: Kuningan 4 Desember 1966  
**Pekerjaan** : Direktur TMI, Pimpinan Pondok Modern al-Ikhlah 1990-  
                   : Sekarang  
                   : Komisaris Utama PT. Radio Duta Muslim Kuningan 2000-  
                   : Sekarang  
                   : Staf Pengajar IAILM Tasikmalaya 2003-sekarang  
**Alamat** : Kampus Pondok Modern al-Ikhlah Ciawilor Ciawigebang  
                   : Kuningan Jawa Barat.

## Riwayat Keluarga

Status : Nikah, 20 September 1990  
 Ayah : H. Apandi SpdI.  
 Ibu : Hj. Khaeriyah  
 Istri : Dra. Iis Mulyati  
 Anak :  
       1. Baitsah Hasanah (Ita)  
       2. Muhsin Arafat (Aa)  
       3. Aisyah Shalihah (Ucu)  
       4. Imam Mutaqin  
       5. Ali Basyar  
       6. Zakiyah (Kiki)  
       7. Putri Harum  
       8. Khairunnisa (Ratu)  
       9. Rasyiidah (Oci)

## Riwayat Pendidikan :

1. MI. al-Ikhlah Ciawilor Kuningan 1979
2. KMI Pondok Modern Daarussalaam Gontor 1985
3. IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Fak. Tarbiyah / B. Arab 1992
4. IAIN SGD Bandung Program Pasca Sarjana. 2001
5. UIN Syarif Hidayatullah Jkt, Program Doktor 2002-2007.

## Pengalaman Organisasi:

1. Ketua Kosma B. Arab F.Tarbiyah IAIN Syahid Jkt.1987-1988
2. Departemen Penerbitan SEMA F. Tabiyah 1988-1989
3. Perintis dan Pemred Majalah Bahasa Arab al-Nasyaath, Kosma B. Arab IAIN Syahid Jkt. 1988
4. Pemred Majalah Gema Tarbiyah Fak Tarbiyah IAIN Jkt. 1989
5. Pengurus Puskoppan Pesantren Jawa Barat. 1999-2006

6. Ketua II Forum Komunikasi Pondok Pesantren Kab Kuningan 2003-sekarang.
7. Pengurus MUI Kec Ciawigebang 2005-sekarang.
8. Pemred Buletin Gema MUI, 2005-sekarang
9. Korda Jawa Barat II Forum Ukhuwah Pesantren Alumni Gontor 2006-sekarang
10. Bidang Pengawasan Pendidikan Badan Musyawarah Perguruan Swasta (BMPS) Cabang Kuningan 2006-sekarang.

#### **Pelatihan:**

1. Kursus Mahir Dasar Pramuka (KMD) 1983.
2. Pers dan Jurnalistik, BPKM IAIN Jakarta, 1986.
3. Saresehan Ulama Jawa Barat, 1993.
4. Majamen Koperasi, 1995.
5. Manajemen Koperasi, 1998.
6. Program Studi Pustaka, 2005.
7. Workshop Kemualiminan, 2003. 2005.
8. Saresehan Nasional Pimpinan Pondok Pesantren Muadalah, PD Pontren Depag RI, Ciawi Bogor 18 April 2007.
9. Saresehan Nasional Pimpinan Pondok Pesantren, 50 th UIN Jakarta, 22-23 Juni 2007.

#### **Prestasi:**

1. Penghargaan Mahasiswa Terbaik Jurusan Bahasa Arab 1992
2. Penghargaan Peserta Terbaik Temu Wicara Ulama & Umara Jawa Barat. 1993
3. Nara sumber pada berbagai kegiatan seperti Adu Konsep Calon Bupati Kuningan 2004, berbagai pelatihan dan seminar.

#### **Karya Tulis yang tidak diterbitkan:**

1. *Ta'lim al-Lughah al-Arabiyah ka- Amaliyati Takwin al-Dzauq* Skripsi S1 IAIN Jakarta , 1992
2. *Bahasa Terjemah Al-Qur'an Departemen Agama* (Telaah terhadap Karakteristik Terjemahan "Al-Qur'an dan Terjemahnya" Departemen Agama) Tesis S2 IAIN SGD Bnadung, 2001
3. *Peran Santri Dalam Pembangunan Daerah*, Makalah pada seminar santri Kab Kunigan 29 April 2005
4. *Khutbah Jum'at Sebagai Pendidikan Orang Dewasa*, makalah pada saresehan DKM & Khotib MUI Kec Ciawigebang, 5 Maret 2006.
5. *MODEL PENGEMBANGAN PEMBELAJARAN BAHASA ARAB/INGGRIS DI PESANTREN*, makalah pada Pelatihan Pembelajaran Bahasa Arab dan Inggris di Pesantren, Depag Pusat Jakarta , 30 Juni 2006.
6. *Mahasiswa dan Perubahan*, makalah pada Dialog HMI Cabang Kuningan dengan Wabup Kuningan, 1 Juli 2006.
7. *Tarjamatu al-Qur'an wa Isyâliyatih al-Lughâwiyah*, makalah pada Seminar Internasional Bahsa dan penafsiran Al-Qur'an, UNJ, 7-9 September 2006.
8. *Media dalam Perspektif Islam*, Makalah diskusi P2KM, Fak Dakwah UIN Jakarta, 15 Desember 2006.
9. *Tehnik Penulisan Karya Ilmiah*, Makalah pada "Pelatihan Penulisan Karya Ilmiah Bagi Guru MI dan SD," Kuningan, 24 Februari 2007.

10. *Perlunya Pemanfaatan Media (Beletin) dalam Pembinaan Masyarakat*, Saresehan Ulama MUI Kab Kuningan, 5 Mei 2007.
11. *Analisis Kebutuhan Madrasah*, makalah pada pelatihan MBM kerjasama Lapis dengan PKP2I, Kuningan, 30 Mei 2007.
12. *Mengomunikasikan Ajaran Islam Sebagai Inspirasi Prilaku Hidup Sehat*, makalah pada “Seminar Nasional tentang penguatan peran Ulama-Santri dalam penanggulangan HIV AIDS dan Penyalahgunaan Narkoba,” Kuningan, 14 Juni 2007.

### **Karya Tulis Yang diterbitkan:**

#### **Buku:**

1. *Islam Versus Yahudi*, terjemah karya Sayyid Qutub, Pustaka al-Ikhlash.
2. *Terjemah Dari teori Ke Praktek*, Pustaka Al-Ikhlash 2003
3. *Tehnik Menanggulangi Stress*, Terjemah Karya Shalih Al-Munajjid, Pustaka Al- Ikhlash, 2003
4. *Manajemen Dakwah Era Global:pendekatan metodologis*, Jakarta:Amisco Publisher 2003
5. *Rekontruksi Pesantren Masa Depan (Dari Tradisional- Modern- Hingga Post Modern)* Jakarta:PT Listafariska Putra, 2004
6. *Etiket dalam Islam*, Pustaka Al-Ikhlash, 2005
7. *Pendidikan Agama Bernuansa Kesehatan*, Jakarta: Depag, LAPIS. or id 2007,

#### **Artikel:**

1. “Strategi Dakwah Santri Urban di Era Global,” *Mihrab*, No 2/Th.I/2003, h.24-33.
2. “Logika (Tindakan) Islami,” *Tsaqafah*, Vol.3.No.1. 1427.H
3. “*Dakwah Sebagai Genre Media*,” *Menara Tebuireng*, ISSN: 1829-801X, Vol.3.No.1. Tahun 3, September 2006. h,43-51.
4. Dan aktif menulis berbagai artikel yang menyebar di berbagai Harian Umum, Jurnal dan Majalah baik lokal maupun nasional sejak tahun 1987.

## DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an 6.50 & al-Hadis, versi Inonesia , CD-ROM

Abu Zaid, Nash Hamid, *Teks Otoritas Kebenaran*, terjemah Sunarwoto Dema, Yogyakarta: LKIS, cet, I, 2003.

Abu al-Qâsim Mahmûd Ibn 'Umar al-Zamakhshary, *Al-Kasyâf*, <http://www.al-eman.com/Islamlib/viewchp.asp?BID=244&CID=85>

'Abî 'Abdillah al-Qurthubiy, *Al Jâmi' li 'Ahkâmi al-Qur'ân*, TT, Jilid.X,

'Abdurrahmân Ibnu Khaldûn, *Tārikhl Al-Allāmh Ibnu Khaldûn, Al-Muqaddimah*, Jilid I, Beirut: Dāru Al-Kitāb Al-Lubnāniy, 1979, Cet. II. h, 81.

Abdullah Ambary, *Intisari Tata Bahasa Indonesia*, Bandung:Djatnika.

Abdul Aziz Sayyidu al-Ahl, *Al-Khalīfah al-Zāhid 'Umar Ibn 'Abd Al-'Aziz*”,Beirut: Daar Ilmi Lil Malāyîn, Cet. Ke-7,1973.

'Aa'id Abdullah al-Qarnee, *Five Premises, Five Means and Five Results of the Islamic Propagation* <http://www.islaam.com/Print.aspx?id=503> 28/10/2006.

Abdul 'Aziz ibn Baz, *Using Media for Giving Da'wah*, <http://islaam.com//Article.aspx?id=287>

Adli Bin Haji Yaacob, *Sastra Islam Dan Al-Qur'an: Analisis Terhadap Perkembangan Konsep dan Teori Sastera Islam Modern Oleh Beberapa Sasterawan Melayu di Malaysia*. Seminar Internasional Al-Qur'an bahasa dan Penasfrannya, UNJ Jakarta, 7-9 September 2006.

Adhy Trisnanto, AM,” Berpikir Global, Bertindak Lokal,” *Suara Merdeka*,Jumat, 01 April 2005.

Adelman, Irma, and Cynthia Taft Morris, *Society, Politics and Economic Development-A Quantitative Approach*, Hopkins Press,1967.

-----,”Development History and its Implications for Development Theory: An Editorial,” <http://are.berkeley.edu/~adelman/WORLDEV.html>

Al-'Alîmi, Ahmad, Muhammad, *Tharâiqu al-Nabiy SAW fî Ta'lîmi 'Ashâbihi Ridlwânallahi 'Alaihim*, Beirut: Dâr Ibn Hajm, Cet.ke-I, 2001

Al-Anshari,Fauzan, Kritik Hermeneutika Al-Quran,KLIPING 19/03/2002, <http://islamlib.com/ id/index.php?page=article&id=272>.

- Abul Fat'h al-Bayanuni, Muhammad, "TV as a Means of Da'wah,"  
[WWW.ISLAMWEB.NET](http://WWW.ISLAMWEB.NET)  
 -----, "Acting as a Means of Da'wah" <http://www.islamweb.net/ver2/Archive/>  
 Annual Seattle Arab & Iranian Film Festival 7th, <http://www.saiff.com/films.php>
- Ahmad, Muhammad, 'Âsyûr, *khutabu 'Amîri al-Mu'minîn 'Umar Ibn al-Khathâb wa Washâyâhu*, Dâru al-'I'tishâm.
- Amin, Hussein, "Arab Women and Satellite Broadcasting," *TBS*, No. 6, Spring /Summer 2001
- Amirudin, "Media dalam Pendidikan Budi Pekerti" *Suara Merdeka*, Sabtu, 02 Oktober 2004.
- Aida Hasan, "The Arab World in Our Living Rooms," March 5, 2001, [http://www.suite101.com/print\\_article.cfm/arab\\_culture\\_and\\_identity/62790](http://www.suite101.com/print_article.cfm/arab_culture_and_identity/62790)
- Arkoun Muhammad, *Kajian Kontemporer al-Qur'an*, terjemah Hidayatullah, Bandung, Pustaka, Cet. I, 1998.
- , *Pemikiran Arab*, Terjemah Yudian W. Asmin, Yogyakarta, LPMI & Pustaka Pelajar, Cet. I. 1996.
- , *Membongkar Wacana Hegemonik dalam Islam dan post Modernisme*, terjemah, Surabaya, Al-Fikr, Cet. I. 1999.
- Analisis Berita "Rivalitas Jurkam Mentri" *Suara Merdeka*, Senin, 08 Maret 2004.
- Antariksa, *Cyberculture*, <http://www.kunci.or.id/esai/nws/02/cyberculture.html>
- As'ad Sungguh, Penyunting, *Ejaan Yang Disempurnakan*, Jakarta: Bumi Aksara, Cet. I, 1998.
- Assegaf, Dja'far, H, *Jurnalistik Masa Kini*, Jakarta: Bumi Aksara, Cet, I, 1998.
- Atwan, Abdel Bari, "View from an Arab Newsroom: Terrorizing the Arab Media," *TBS* 16, <http://www.tbsjournal.com/Atwan.html>
- Bailey, George A. *Mega Trends: The Public Radio Tracking Study, Special Report*. The Public Radio Tracking Study, August 2004.
- Bakti, Andi Faisal, *Islam and Nation Formation: From Communitarian to Organizational Communications*. Jakarta: Logos, 2000. ISBN 979-626-097-2.
- , *Communication And Family Planning In Islam In Indonesia: South Sulawesi Muslim Perceptions of a Global Development Program*, Jakarta: INIS, 2004.

- , (ed.) *Good Governance: A workable solution for Indonesia?* Jakarta, Montreal: ICMI and Logos, 2000. ISBN 979-626-090-5.
- , (ed.) *Good Governance and Conflict Resolution in Indonesia: From Authoritarian Government to Civil Society.* Jakarta, Montreal: Logos, 2000. ISBN 979-626-089-1.
- , "Communication Parallels in the Influence of Religious Values in the Development of Japan and Indonesia." *Review of Human Factor Studies*, Vol. 6, No. 1 (June 2000): 1-32.
- , "Rebel rises from the dead: Sulawesians believe that Qahhar, their rebel hero, has risen again." *Inside Indonesia*, Nov. 2001, Australia.
- , "Newsflow and civil society during the crises within the Malay world." <http://phuakl.tripod.com/pssm/conference/andi.htm>. Institute of Postgraduate Studies and Research, University of Malaya, Kuala Lumpur, August 2-4, 1999.
- , "Major Conflicts in Indonesia. How can communication contribute to a solution?" *Review of Human Factor Studies*, volume 6, No. 2 (December 2000): 33-56.
- , "Pitfalls experienced by past governments: From the perspective of communication and development." In *Virtual Conference on Good Governance: A workable solution for Indonesia*. <http://www.geocities.com/CapeCanaveral/Hall/4493/> Montreal April 15-May 5, 1999.
- , and Marc Lanteigne. "Eye of the Storm: the 1998 Asia Pacific Roundtable." *Canadian Consortium for Asia Pacific Security (CANCAPS) Bulletin*, No. 18 (August 1998): 12-14.
- , "Participatory Communication and Local Conventional Networks: Using local traditional networks for community development." In *Virtual Conference Hall on Participatory Communication: one approach to sustainable development*. <http://www.panasia.org.sg/conf>. Singapore Nov. 10-29 1997.
- , "Press Portrayal of Civil Society in Southeast Asia," in William Nielson (ed.), *Communities in Southeast Asia. Part VI (Governance and Civil Society)*, pp 428-453. Victoria, Canada: Centre for Asia-Pacific Initiatives. 2002
- , "Education for Human Quality Appreciation: The kingpin for sustaining development-communication in Indonesia." In Senyo Adjibolosoo (ed.). *Portraits of Behavior and Performance: Human factor in action*. New York: University Press of America, 2001. ISBN paperback: 0-7618-2039-6. ISBN hard cover: 0-7618-2038-8.

- , "Communication and Culture in Indonesia: Old Order and New Order Perspectives on the Human Quality and Performance Effectiveness." In Senyo Adjibolosoo (ed.). *Portraits of Behavior and Performance: Human factor in action*. New York: University Press of America, 2001, ISBN paperback: 0-7618-2039-6. ISBN hard cover: 0-7618-2038-8.
- , "Religious Values and Development: The significance of the Indonesian communication experience." In Senyo Adjibolosoo (ed.). *The Human Factor in Shaping the Course of History and Development*, pp. 197-224. New York: University Press of America, 2000. ISBN 0-7618 1613-5 (cloth:alk.ppr.)
- , "Comprehensive Security and the Issue of Religious and Ethnic Conflicts in Indonesia: Problems of domestic security." In Andi Bakti (ed.), *Good Governance and Conflict Resolution in Indonesia: From Authoritarian Government to Civil Society*. Jakarta, Montreal: Logos, 2000, pp. 1-9.
- , "Understanding How Communication Works: The key to good governance for development in Indonesia." In Andi Bakti (ed.), *Good Governance and Conflict Resolution in Indonesia: From Authoritarian Government to Civil Society*. Jakarta, Montreal: Logos, 2000, pp. 21-35.
- , "Pitfalls of the Past Governments of Indonesia: Good Governance from the perspectives of communication and development." In Andi Bakti (ed.), *Good Governance and Conflict Resolution in Indonesia: From Authoritarian Government to Civil Society*. Jakarta, Montreal: Logos, 2000, pp. 37-50.
- , "Remembering the Regional Revolution in Sulawesi: A Study of the Collective Memories of the 'Long Qahhar 1950-1965' movement." In Mary Zurbuchen, *History and Memory in Indonesian Revolution*. Los Angeles, UCLA, forthcoming.
- , "Religious and Ethnic Conflicts in Indonesia: Pressing and Potentially Destabilizing Comprehensive Domestic Security Issues." In Andi F. Bakti (ed.), *Good Governance in Indonesia: A Workable Solution for Indonesia?* Jakarta, Montreal: Logos, 2000, pp. 181-208.
- , "The Political Thought and Communication of Ibn Khaldun." In *The Dynamics of the Islamic Civilisation*, pp. 233-250. Montreal, Yogyakarta: Titian Ilahi Press, 1997. ISBN No. 979-9019-13-31997.
- , "The Contribution of Islamic Communication in Indonesian National Integration." In H. Asari et al., (ed.), *Islam in Various Perspectives*, pp. 233-247. Yogyakarta: LPMI, 1995. ISBN No. 979-8916-00-X.

Beker, Jonathan, *Lessons from Russia A Neo-Authoritarian Media System*, Electronic Journal Communication, vol 19, 2004.

- Baran J. Stanley, Jerilyn S. McIntyre, Timothy P. Meyer, *Self Symbols And Society: An Introduction To Mass Communication*, London: Addison-Wesley Publishing Company, Inc, 1984.
- Bates, Tony, *Educational Television Programme Structure And Style*, [www.aberc.ac.uk/media](http://www.aberc.ac.uk/media).
- Basuni Musthafa, Yahya, Al-'Idzâ'ah al-Islâmiyah, Iskandariah: Dâru al-ma'rifah al-Jâmi'iyah, 1985.
- Berger Arthur Asa, *Media And Communication Reseach Method: An Introduction To Qualitative And Quantitative Approaches*, Sage Publications. Inc, London, 1933.
- , "Laugh and the World Laughs with You: A Global Perspective on Humor" *GMJ: Mediterranean Edition* 1(1) Spring 2006 126
- Bertrand Russell, *Kekuasaan Sebuah Analisis Sosial Baru*, terjemah, Hasan Basari, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia 1988.
- Berger, C.R. "Interpersonal communication: Theoretical perspectives, future prospects." *Journal of Communication*, 2005.
- , "Some Explorations in Initial Interaction and Beyond: Toward a Developmental Theory of Interpersonal Communication." *Human Communication Research*, 1975.
- , & Bradac, J.J. *Language and Social Knowledge*. London: Edward Arnold Publishers Ltd. 1982.
- Bernays, Edward, *Propaganda*. New York: Horace Liveright, Inc. 1928.
- , *The Engineering of Consent*. Norman, Oklahoma: University of Oklahoma. 1955.
- Bo Petersson, "Combating Uncertainty, Combating The Global: Scapegoating, Xenophobia And The National Local Nexus" [http://www.gmu.edu/academic/ijps/vol8\\_1/Petersson.htm](http://www.gmu.edu/academic/ijps/vol8_1/Petersson.htm)
- Bok Sissela, *Lying: Moral Choiice in Public and Private Life*, New York: Vintage 1989.
- Branston Gill and Roy Stafford, *The Media Student's Book*, Routge New York, Cet, 2003.
- Brig, Asa dan Peter Burke, *Asocial History of the Media*, terjemah bahasa Indonesia A. Rahman Zaenuddin, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2006.

Bungin, Burhan, *Porno Media Kontrukasi Sosial Teknologi Telematika & Perayaan Seks di Media Massa*, jakarta: Kencana, cet, I, 2003.

Budi Santoso, *Tantangan Media Cetak di Tengah Maraknya Media Elektronik*, Kompas Online Senin, 19 Februari 1996.

Burnett, Ron, "The Challenge of Change in Creating Learning Communities"

-----, "Critical Approaches to Culture, Communications +Hypermedia,  
"Postmodern MediaCommunities,<http://www.eciad.ca/~rburnett/Bas.htm>  
14/01/2001

Bush di mata anak Indonesia,<http://liputan6.com/view/3,132837,1,0,1164058642.html>

Cassandra L. Book ed.*Human Communication:Principles, Contexts, and Skills*, New York. St.Martin's Press,1980

Capra, Fritjof, *Titik Balik Peradaban, Sains, Masyarakat dan Kebangkitan Kebudayaan*, Yayasan Bentang Budaya, Yogyakarta, cet. III. 1999.

Craig, Steve, *More (Male) Power: Humor and Gender in Home Improvement*. Annual Convention of the Speech Communication Association, Chicago, November, 1994.

Church, Jeffrey, *Selfish and Moral Politics:David Hume on Stability and Cohesion in the Modern State*, Department of Political Science The University of Notre Dame.

Daniel Chandler, *An Introduction to Genre Theory*, e-book [http://www.aber.ac.uk/media/](http://www.aber.ac.uk/media/http://www.aber.ac.uk/media/)

-----, *Notes on the Construction of Reality in TV News Programmes*, e-book [http://www.aber.ac.uk/media/](http://www.aber.ac.uk/media/http://www.aber.ac.uk/media/)

-----,*Marxist Media Theory*, e-book <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/marxism/marxism.html>

Dervin, Brenda, *Mass Communicating:Changing Conceptions of the Audience, Mass communicating: Changing conception*, Paper presented at the Stanford University Institute for Communications Research, Public Communications Campaign Conference, Asilomar, CA. (1980, October).

"Dengan SmackDown Bocah Bergadai Nyawa" *Republikaonline*, Rabu 22 Nopember 2006.

- Diase, M. (1993) "Serials are mostly entertainment, but Egyptians like to learn from them." Makalah disajikan di International Communication Association, Washington, DC.
- Dick, Marlin, "The Thin Red Lines: Censorship, Controversy, and the Case of the Syrian Soap Opera Behind Bars," *TBS*.16.2006 <http://www.tbsjournal.com/Dick.html>..
- D. McQuail, *McQuail's Mass Communication Theory*, London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.2000.
- Don Heider, Maxwell McCombs, and Paula M. Poindexter, "WHAT THE PUBLIC EXPECTS OF LOCAL NEWS: VIEWS ON PUBLIC AND TRADITIONAL JOURNALISM," *J&MC Quarterly*, Vol. 82, No. 4, Winter 2005, h, 952-967.
- Efendi, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*, bandung: PT. Remaja Rosda Karya, Cet XIV, 2000.
- , *Radio Siaran teori dan Praktek*, Bandung: Mandar Maju, cv, Cet, III, 1991.
- , *Dinamika Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, Cet, V.2002.
- Ellul J, *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*, New York: Alfred A. Knopf, Inc, 1965.
- , *The Technological Society*. New York: Vintage Books, 1964.
- Encyclopedia Britanica 2001, Deluxe Edition* , CD-ROM.
- Eriyanto, *Analisis Wacana*, Yogyakarta, LKIS, Cet, I, 2001.
- , *Analisis Framing*, Yogyakarta, LKIS, Cet, I, 2002.
- Eko Nugroho, *Aspek Kognitif Dalam Desain Situs Berita Harian Di Internet*, Disertasi untuk memperoleh derajat Doktor dalam Ilmu Psikologi pad Universitas Gadjah Mada, 2004.
- Ekman, Paul, *Telling Lies*, New York: Norton 1985.
- Fathullah Wasîm, *Asâlib al-Tarbiyah wa al-Da'wah wa al-Taujîh min Khilâl Sûratu Ibrâhîm*, E-Book.
- Farr, James, Jacob S. Hacker, Nicole Kazee, "The Policy Scientist of Democracy: The Discipline of Harold D. Lasswell," *American Political Science Review*, Issue: November 2006.
- Fazlurrahman, *Islam*, Terjemah Ahsin Mohammad, Bandung, Pustaka, Cet III, 1997.

- , *Membuka Pintu Ijtihad*, Terjemah Anas Mahyudin, Bandung , Pustaka, Cet. III. 1995.
- , *Islam Dan Modernitas*, Terjemah, Ahsin Muhammad, Bandung, Pustaka, Cet. II. 1995.
- , *Tema Pokok Al-Qur'an*, Terjemah, Anas Mahyuddin. Bandung, Pustaka, Cet. I. 1983.
- , *Metode dan Alternatif Neomodernisme Islam*, taufik Adnan Amal, Penyunting, Bandung, Mizan , Cet. V. 1993.
- Fu'ad Jabali, "Islam Klasik dan Kajian Islam di Masa Depan," <http://www.ditperta.net/artikel/fuad01.asp>
- Fisher, Roger, William Ury, Bruce Patton, *Getting to Yes*, terjemah Daniel Haryono, Gloria Situmorang, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, Cet-ke I. 2000,
- Francis A. Beer, G. R. Boynton, "Globalizing Political Action: Building bin Laden and Getting Ready for 9/11." <http://myweb.uiowa.edu/gboynton/binladen>
- Garry Jacobs, Robert Macfarlane and N.Asokan, *Comprehensive Theory of Social Development*, (Stone House Drive: International Center for Peace and Development, 1997), e-book [www.icpd.org](http://www.icpd.org). development theory
- Gauntlett, David 'Ten things wrong with the "effects model"' in *Approaches to Audiences*," edited by Roger Dickinson, Ramaswani Harindranath and Olga Linne (Arnold, 1998). <http://www.theory.org.uk/tenthings.htm>
- Giddens, A, *The Consequences of Modernity*. Stanford : Stanford University Press, Oxford: Basil Blackwell, Cambridge: Polity Press. 1991.
- , *Modernity and Self-Identity; Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press. 1991b.
- Gholam Khiyabani, *De-Westernizing media theory, or reverse Orientalism: 'Islamic communication' as theorized by Hamid Mowlana*, Media, Culture & Society 25(3).
- Gurevitch Michael, Tony Bennett, Janet Woollacot, *Culture Society And The Media*, Methuen And Co. Ltd, London, 1982.
- Griffin, John D. and Patrick Flavin, "Racial Differences in Information, Expectations, and Accountability," A previous version of this paper was presented at the annual meeting of the Midwest Political Science Association, April 7-10, 2005, Palmer House Hilton, Chicago, IL.

Griffin Em, From the Third Edition of A First Look at *Communication Theory*, 1997, McGraw-Hill, Inc. This text-only version of the article appears on the World Wide Web site [www.afirstlook.com](http://www.afirstlook.com).

-----, *The Third Way*, Cambridge: Polity Press, 2000

Gray, Paul, "Lies, lies, lies" *Time*, 5 Oktober 1992, h,32-48.

Hamelink, Cees J, 'Moral challenges in the information society,' Presentation given at the seminar on 'Virtual ethics in Europe — Challenges for Christian communicators', organised by the European Regional Association of WACC. It took place 1 March 2002, in Geneva, Switzerland.

Hornby, A.S, *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*, Oxford University Press.

H.Botan and Maoureen Taylor, *The Role Of Trust in Channel of Strategic, Communication for Building Civil Society*, International Communication Association,©.2005.

Haafidh Zayn-ud-Deen ,Ibn Rajab Al-Hanbalee, *The Difference between Advising and Condemning*, Checking and Notes by Shaikh 'Alee Ibn Hasan 'Abd-ul-Hameed Al-Halabee Translation by abu maryam isma'eel alarcon, Published on-line by [www.al-manhaj.com](http://www.al-manhaj.com).

Hans-Dieter Evers, "Knowledge Society and the Knowledge Gap," *International Conference: Globalisation, Culture and Inequalities*, 19-21 August 2002,Universiti Kebangsaan Malaysia.

Hasan Alwi dkk, *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia,edisi ke III*, Jakarta: Balai Pustaka, 2000.

Heath R.L., & J. Bryant, *Human Communication Theory and Research*. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates.,2000.

Husain Ibn Ahmad, Abi Abdillah al-Zauzani, *Syarhu mu'allaqât al-Sab'i*,Beirut, Dâr al-Jail, Cet.ke-III,1989.

Ho-III Lee, "Cultural Confrontation And Compromise: The Response of Non-Western Societies to Western Political Ideas," [http://www.gmu.edu/academic/ijps/vol6\\_2/Lee.htm](http://www.gmu.edu/academic/ijps/vol6_2/Lee.htm).

Izutsu Toshihiko, *Relasi Tuhan dan Manusia*, terj. Agus Fachri Hesén dkk, Yogyakarta, Tiara Wacana, 1997.

-----, *Konsep-konsep Etika religius dalam Qur'an. Terj.* Terj. Husein dkk, Yogyakarta, Tiawa Wacana, 1993.

*Indikator Teknologi Informasi dan Komunikasi*, Tahun 2005, h,54.

Jaafer S.Idrees, "Dakwah & Modern Communication," *Al-Jumuah*, Vol. 12 Issue SUNDAY :25/08/2002, [www.islamweb.net](http://www.islamweb.net).

Janet Fine, "Indian Television Turning to Globalization," *TBS*, Issue No. 4 Spring 2000

Jennifer Lindsay, "Speaking the Truth: Speech on Television in New Order Indonesia," Asia Research Institute Working Paper Series No. 34. January 2005.

Jualistuti, Nuraini, *Majalah HAI dan 'Boyish Culture'*, 25/09/2006 <http://www.kunci.or.id/teks/08hai.htm>.

-----, "Media Selebritis di Indonesia," [http://kunci.or.id/esai/nws/11/seleb\\_media.htm](http://kunci.or.id/esai/nws/11/seleb_media.htm).

Jon B. Alterman, "Transnational Media and Social Change in the Arab World," *TBS* 2 1999 <http://www.tbsjournal.com/Archives/Spring99/Articles/Alterman/alterman.html>

Jon W. Anderson & Dale F. Eickelman, "Media Convergence and Its Consequences," Reprinted from *Middle East Insight* XIV(2): 59-61, March-April 1999, "Focus on the New Media," <http://www.georgetown.edu/research/arabtech/converges.htm>

Jan Nederveen Pieterse, "Globalization War: War on Terrorism," [http://www.gmu.edu/academic/ijps/vol7\\_2/Pieterse.htm](http://www.gmu.edu/academic/ijps/vol7_2/Pieterse.htm)

Kant, Immanuel "On a Supposed Right to Lie from Altruistic Motives," in *Critique of Practical Reason and Other Writings in Moral Philosophy*, Lewis White Beck (trans. and ed.), Chicago: University of, Chicago, 1964

Keith Jackson dan Phil Charley dan Tom Hagan, *Manage by The Moment, A Handbook for Radio Managers*, Edisi Indonesia diterbitkan oleh UNESCO Jakarta Office. Jl. MH Thamrin 14, PO Box 1273, Jakarta 10002, (e-book).

Kincaid, Lawrence, D & Wilbur Schamm, *Aza-azas Komunikasi Antar Manusia*, Suatu Adaptasi Karya, terjemah Agus Setiadi, Jakarta: LP3ES. 1977.

Kuswandi, Wawan, *Komunikasi Massa sebuah analisis media televisi*, Jakarta, Rineka Cipta, Cet. I, 1996.

Kent J. Crippen, *Analysis of Learning at an Advanced Placement Descriptive Chemistry Web Site*, a dissertation, University of Nebraska, Lincoln, Nebraska 2000

Keraf Gorys, *Komposisi*, Ende: Nusa Indah, Cet. VII. 1984.

Khalid el-Gharib, *The Principles of Da'wah (2/2) The Means of Da'wah*, The Call of Islam, ISSUE 1, VOLUME 9 FEBRUARY/MARCH 2002.

Kluver Randy, "Globalization, Informatization, and Intercultural Communication," <http://www.acjournal.org/holdings/vol3/Iss3/spec1/kluver.htm>

Komunitas Media Indonesia, "Media Dan Pemerintahan: Mencari Jalan Keluar," *Publikasi Seminar* diselenggarakan oleh Komunitas Media Indonesia, Komisi Nasional Indonesia untuk UNESCO dan Departemen Penerangan Republik Indonesia, yang diadakan pada tanggal 23 Maret hingga 24 Maret 1999 di Jakarta, Indonesia. dibantu oleh UNESCO dengan dukungan dana *The Canadian International Development Agency*.

Lasswell, H.D. "Describing the Contents of Communication" dalam B.L. Smith, H.D. Lasswell, and R.D. Casey (Eds.), *Propaganda, Communication, and Public Opinion*, Princeton, New Jersey: Princeton University Press. 1946.

-----, *The Structure and Function of Communication in Society*. Dalam L. Bryson (Ed.), *The Communication of Ideas*, New York: Harper & Co. 1953.

-----, *Propaganda Technique in the World War*. New York: Peter Smith. 1938.

Laura M. James. "Whose Voice? Nasser, the Arabs, and 'Sawt al-Arab' Radio," *TBS* 16, 2006, <http://www.tbsjournal.com/James.html>.

Laurence, Michalak, "Arab in American cinema: From bad to worse, or getting better?," *Social Studies Review*, Fall 2002, Article.

Larry Strelitz, "Where the Global Meets the Local: Media Studies and the Myth of Cultural Homogenization," *TBS*, No. 6, Spring/Summer 2001

Lakshmana Rao, *The practice of mass communication : Some lessons from research*, Prurted in 1972 in the Workshops of the United Nations Educational, Scientific and Culhrral Organization. Piace de Fontenoy, Panis 7e

Leen d'Haenens and Ed Hollander, "EDITORIAL MEDIATING CONFLICT: THE CASE OF INDONESIA Inside and Outside Media Perspectives on the Indonesian Reform Movement" *GAZETTE: THE INTERNATIONAL JOURNAL FOR COMMUNICATION STUDIES* COPYRIGHT © 2002 SAGE PUBLICATIONS LONDON, THOUSAND OAKS & NEW DELHI, VOL 64(2): 107–108.

Leo W. Jeffres, *Mass Media Processes and effects*, Wapeland Press, Inc. Illionis, 1986.

Leon Barkho, "The Arabic Aljazeera Vs Britain's BBC and America's CNN: who does journalism right?",

Leah A.Lievrouw "Comunication", Microsoft® Encarta® Reference Library 2003. © 1993-2002 Microsoft Corporation.

Lerner, D. *The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East*. Glencoe ILL.: The Free Press. 1958.

*Liputan 6 SCTV*, "Bush di Mata Anak Indonesia," *Liputan 6 SCTV*, 21/11/2006.14:39

Lippard, Paula, "Ask Me No Questions, I'll Tell You No Lies," *Western journal of Speech Communication* 52 (Winter 1988),h.91-103.

Lippmann. W. *Public opinion*, New York: The Free Press 1922.

-----, *The phantom public*. New York: Harcourt, Brace and Company, Inc. 1925.

Loose, Robert, M. "A Dicipline Independent Definition of Information, *J.of the American Society for Information Science*, 48 (3) 1997, h.254-269.

Luhmann, Niklas, *Social Systems* (J. Bednarz, Jr. with D. Baecker, Trans.). Stanford: Stanford University Press 1995.

Mahmut Mutman, "An Ethics of Images: The Distant" *GMJ: Mediterranean Edition* 1(1) Spring 2006 101

Malcolm Barnard, Routledge, 2002 *Fashion As Communication*, Reviewed by: Lin Allen and Angie Koponen, *ACJ Review*, Volume 7, Issue 2004

Ma'ruf, Jamhari, "Pendekatan Antropologi dalam Kajian Islam," <http://www.ditpertaiss.net/artikel/jamhari01.asp>

Mill, John Stuart, "Utilitarianism," in *Ufilifarianism, Liberfy, Representative Government*, H. B. Acon (ed.), New York: Dutton, 1972.

Mowlana Hamid, *Global Communication In Transition: The End Of Diversity?* Sage Publication, London - New Delhi, 1996.

Mulyana, Dedy, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: PT, Remaja Rosda Karya, cet, II, 2001.

-----, *Nuansa-Nuansa Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, Cet, II, 2001.

Muis, A, *Komunikasi Islam*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, Cet, I, 2001.

- Muhtadi, Asep Saeful, *Jurnalistik: Pendekatan Teori dan Praktek*, Jakarta: PT Logos Wacana Ilmu, Cet I, 1999.
- , dan Agus Ahmad Safei, *Metode Penelitian Dakwah*, Bandung: Pustaka Setia, cet, I, 2003.
- Muhammad Utsmân ‘Abdullah al-Marghayni, *Tâju al-Tafâsîr*, Dâr al-Fikr Tanpa tahun, Jilid, 1.
- Murray, J, 'Impact of Televised Violence,' <http://www.ksu.edu/humec/inmpact.htm>.
- M. Romli, Asep Syamsul, *Jurnalistik Dakwah Visi dan Misi dakwah Bil Qalam*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, Cet, I, 2003.
- Nabil Dajani, "The Re-feudalization of the Public Sphere: Lebanese Television News Coverage and the Lebanese Political Process," *TBS* 16, 2006 <http://www.tbsjournal.com/Dajani.html>.
- Nathan: Projects: A History of Communications 35,000 BC - 1998 AD, <http://www.nathan.com/projects/current/comtimeline.html>
- Nimmo, Dan, *Komunikasi Politik; Komunikator Pesan dan Media*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, Cet, IV, 2000.
- Norman E. Bowie, *Making Ethical Decisions*, New York: McGraw-Hill, 1985.
- Nuzum, Eric, *On-air Program Promotions Insight Study Final Report*, Revised May 12, 2004, the ARAnet On-Line Library of Public Radio Research.
- Omran Salim, *Syarhu al-Matan al-Nawawiyah*, e-book, 2002.
- Pancaitan, Hince, "Tinjauan dan Kritisi Aspek Hukum Dan Frekwensi Tentang Kebijakan Penyiaran Nasional dan Implikasinya", makalah Seminar Nasional Broadcasting, ARSSI Yogyakarta, 17 Juni 2000.
- Palmer, Richard E, *Hermeneutika Teori Baru Mengenal Interpretasi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, Cet. I, 2003.
- Parera, J.D, *Teori Semantik*, Jakarta: Erlangga, 1990.
- Poerwadarminta W.J.S. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: PN. Balai Pustaka. 1984.
- Poole, Elizabeth, *Media representation and British Muslims*, [www.al-bab.com/ArabMedia](http://www.al-bab.com/ArabMedia).

Pyungho Kim, *New Media, Old Ideas: The Organizing Ideology of Interactive TV*, Journal of Communication Inquiry 25:1 (January 2001): 72-88 © 2001 Sage Publications, Inc.

Rakhmat, Jalaludduin, *Retorika Modern*, Bandung, Rosda Karya, 1992.

-----, *Psikologi Komunikasi*, Bandung Rosda Karya, 1992.

-----, *Islam Aktual*, Bandung: Mizan, 1991

Rao, Y. V Lakshmana, *The practice of mass communication: Some lessons from research, Prurted in 1972 in the Workshops of the United Nations Educational, Scientific and Culhrral Organization. Piace de Fontenoy, Panis*

Revault, Rene Jean, "Down To Earth Communication: From sapace technologies and global ecomomic to petty humans and their parochial cultures" *Canadian Journal of Communication*. 17:531-43.

Rasha A. Abdulla, "An Overview of Media Developments in Egypt: Does the Internet Make a Difference?" *GMJ: Mediterranean Edition* 1(1) Spring 2006.h. 90.

Riaz A. Siddiqui, "Islam's Message and Mass Media" [WWW.ISLAMWEB.NET](http://WWW.ISLAMWEB.NET)

"Rivalitas Jurkam Menteri," Analisis Berita Senin, 8 Maret 2004 *Suara Merdeka*

Rist J. M., *Epicurus: An Introductfon*, Cambridge, Eng., 1972.

Robert D. Lee, *Mencari Islam Autentik dari nalar Puitis Islam Hingga Nalar Kritis Arkoun*, terjemah Ahmad Baiquni, Bandung: Mizan, 2000 Cet.I.

Rogers, E.M. *A history of communication study: a biographical approach*. New York: The Free Press. 1994.

Rogers, E.R, *The Diffusion of Innovations*. Glencoe, ILL: The Free Press. 1962.

Sabiq, Sayid, *Aqidah Islam*, terj, Moh, Abdil Rathomy, Bandung: Diponegoro, 1985.cet VI.

Said Essoulami, *The press in the Arab world: 100 years of suppressed freedom*, <http://www.al-bab.com/media/introduction.htm>.

Sa'id Ibn 'Ali Ibn Wahab al-Qahtani, *Al-Hikmah Fi al-Dakwah ilâ Allah Ta'âla*, e-book, [www. saaaid.net](http://www.saaaid.net).

Sandra L. Nichols, Lewis A. Friedland, Hernando Rojas, Jaeho Cho, and Dhavan V. Shah, "EXAMINING THE EFFECTS OF PUBLIC JOURNALISM ON CIVIL

- SOCIETY FROM 1994 TO 2002: ORGANIZATIONAL FACTORS, PROJECT FEATURES, STORY FRAMES, AND CITIZEN ENGAGEMENT,” *J&MC Quarterly*, Vol. 83, No. 1, Spring 2006.h, 77-100
- Sakr, Naomi, “Optical Illusions: Television and Censorship in the Arab World,” <http://www.tbsjournal.com/Archives/Fall00/sakr1.htm>. 11/03/2007 No.5, Fall, /Winter2000.
- Scchutz, William, *FIR0 Theory of Needs*, e-book.
- Severin, Warner J. & James W. Tankard Jr. *Communication Theories Origins, Methods & Uses in the Mass Media*, edisi bahasa Indonesia terj. Sugeng Hariyanto, Teori Komunikasi Sejarah, Metode & Terapan di dalam Media Massa. Edisi kelima, Jakarta: Prenada Media, Cet. ke-1. 2005.
- Sarah Sullivan "Monitoring the Middle East's Information Revolution," *TBS* No. 5, Fall/Winter2000
- Schrank Jeffrey *Understanding Mass Media*, National Textbook Company U.S.A, 1977.
- Scott L. Bills, “Cyberspace and The Territorial Imperative: Colonization, Identity, and The Evolution of Peace Cultures,” [http://www.gmu.edu/academic/ijps/vol6\\_2](http://www.gmu.edu/academic/ijps/vol6_2).
- Schramm, W, *Mass Media and National Development, The role of information in developing countries*. Urbana: University of Illinois Press. 1964.
- Sean O'Siochru, “Voices 21: A Global Movement for People's Media and Communications in the 21st Century,” *TBS*, Issue No. 2 Spring 1999
- Shah et al. *Communication, Context, and Community, An Exploration of Print, Broadcast, and Internet Influences*, Communication Research, August 2001.
- Shariati, Ali, *A Glance at Tomorrow's History*, [www.shariati.com](http://www.shariati.com).
- \_\_\_\_\_, *Peranan Cendekiawan Muslim*, dikumpulkan dan diterjemhakan oleh Ahmad Fanani, Yogyakarta: Shalahuddin Press, 1985. cet. I.
- \_\_\_\_\_, *Membangun Masa Depan Islam*, terjemah, Rahmani Astuti, Bandung: Mizan, 1989, Cet ke, 2.
- Siddiqui, Dilnawaz, *A Comparative Analysis of the Islamic And The Western Models Of News Production And Ethics Of Dissemination*, a Proposal for the 2000 Annual Convention of the International Association of Media and Communication Research, (Singapore, Nanyang Technical University, July 16-20, 2000).

- Siddiqi, Mohammad A. "Ethics and responsibility in journalism: An Islamic perspective," [www.wacc.org.uk/wacc/publication/media](http://www.wacc.org.uk/wacc/publication/media). 1999.
- Sigmund Freud, *The Interpretation of Dreams*, [www.Abika.com](http://www.Abika.com).
- Simon Pitchforth, "Mike, bikini ... action!," *The Jakarta Post - The Journal of Indonesia Today*, Features - March 04, 2007
- Sinetron Islami Membawa Berkah, Minggu, 24 April 2005 *Republika Online* : <http://www.republika.co.id>
- Sobur, Alex, *Semiotika Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, Cet,I, 2003.
- Stiglitz, Joseph.E., *Globalization And Its Discontents*, New York, Norton ,2002.
- Stewart L. Tubbs & Sylvia Moss, *Human Communication*, edisi Indonesia oleh Dedy Mulyana, & Gembirasari, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, cet, III, , 2001.
- Stefan Szczelkun, Doctoral research, *School of Communications, Royal College of Art*, June 2002, Converted to website with minor modifications July 2003  
<http://www.stefan-szczelkun.org.uk/index2.htm>.
- Strangelove, *Propaganda 101*, 1998, e-book.
- Sudibyo, Agus, *Politik Media dan Pertarungan Wacana*, Yogyakarta, LKIS, Cet I, 2001.
- Suraya, *Peranan Komunikasi Dalam Penyatuan Budaya*, Jurnal Universitas Paramadina, Vol. 3 No. 1, September 2003: 124-135.
- Susan Sachs, "WORLD: European media vs Muslim world Uproar over Danish newspaper's cartoons of Prophet Muhammad disrupts relations between Western media and Islamic countries," *Straits Times* Friday, February 3, 2006, *AsiaMedia*, <http://www.asiamedia.ucla.edu/article.asp?parentid=38359>
- Suwardi, Harun, *Kiritik Sosial Dalam Film Komedi*, Jakarta: FFTV-IKJ Press, 2006
- Swastika, Alia, *Media Massa Islam Indonesia*, <http://www.kunci.or.id/teks/13media.htm>.
- Tanjev Schultz, *Mass media and the concept of interactivity*, Media, Culture & Society, 22 (2).
- Taufik, M. Tata, "Dakwah Sebagai Genre Media," *Menara Tebuireng*, ISSN: 1829-801X, Vol.3.No.1. Tahun 3, September 2006. h,43-51.
- , *Ramadhan, Media & Kita*, Mitra Dialog Sabtu, 23 Oktober 2004.

- , *Manajemen Dakwah di Era Global*, Jakarta: Amisco Publisher, 2003.
- , *Rekontruksi Pesantren Masa Depan (Dari Tradisional- Modern- Hingga Post Modern)* Jakarta:PT Listafariska Putra, 2004.
- , "Strategi Dakwah Santri Urban di Era Global," *Mihrab*, No 2/Th.I/2003, h.24-33.
- , "Logika (Tindakan) Islami," *Tsaqafah*, ISSN: 1411-0334, Vol.3.No.1. 1427.H, h, 190-205.
- , "Langkah-langkah Menuju Surga" *Gema MUI* Edisi XVI, Jum'at 26 Rabiul Tsani 1427 H / 23 Juni 2006 M
- Tehrani, Majid, *Global Communication and World Politics, Domination, Development, And Discourse*, Lynne Rienner Publisher, U.S.A 1999.
- , "Peace Journalism in West Asia," *GMJ: Mediterranean Edition* 1(1) Spring 2006GMJ: Mediterranean Edition 1(1) Spring 2006.
- Thayer, Lee, *Communication And Communication System: In Organitation, Management, And Interpersonal Relations*, Library of Congress Catalog U.S.A, 1968.
- Tom Gormley, "Ruination once again"- Cases in the study of media effects," <http://www.theory.org.uk/>
- Vichaksana A.Luqman, *Mantik Profetik: Sirah Sepanjang Masa*, artikel [www.Islamalternatif.com](http://www.Islamalternatif.com), 17 April 2006.
- Wibowo, Wahyu, *Sihir Iklan*, Jakarta: Gramedia, cet, I, 2003.
- Weber Max, *The Methodology of The Social Sciences*, New York: The Free Press, Cet 20, 1949.
- Wijayananda Jayaweera,Ed. *Media dan Pemerintah: Mencari Jalan Keluar*. Publikasi Seminar yang diselenggarakan oleh Komunitas Media Indonesia, Komisi Nasional Indonesia untuk UNESCO dan Departemen Penerangan Republik Indonesia, didasarkan atas pertimbangan dalam Seminar yang bertema "The Media and the Government in Search of Solutions" yang diadakan pada tanggal 23 Maret hingga 24 Maret 1999 di Jakarta, Indonesia.
- Wikibooks contributors, *Communication Theory*, © Copyright 2004–2006, This book is published by Wikibooks contributors
- Whitaker, Brian, "Call to censor 'immoral' Egyptian film," *Guardian*, Thursday July 6, 2006

-----, "Islam and the British press after September 11" Text of a talk given at a conference on Islam and the media, Central London Mosque, 20 June, 2002.  
<http://www.al-bab.com/media/articles/bw020620.htm>.

Wilcox, Laird, *Propaganda, Persuasion & Deception*, 2005, [www.lairdwilcox.com](http://www.lairdwilcox.com)

Yuliyanto, Muchamad, "Netralitas Media dalam Pilkada" *Suara Merdeka* Senin, 11 April 2005.

Ziauddin Sardar, *Jihad Intelektual*, Surabaya, Risalah Gusti, cet, I, 1998.

### Web Site:

<http://www.cultsock.ndirect.co.uk/MUHome/cshtml/>

<http://www.popcultures.com/>

[www.Abika.com](http://www.Abika.com)

<http://www.aber.ac.uk/media/>

<http://www.alarabiya.net/Articlep.aspx?S=17239>

<http://www.oic-oci.org/english/main/iina.htm>

<http://www.islamicnews.org/english/index.html>

<http://crx.sagepub.com/cgi/reprint/28/4/464.pdf>

<http://gaz.sagepub.com/cgi/reprint/64/2/107.pdf>

<http://jci.sagepub.com/cgi/reprint/25/1/72.pdf>

<http://mcs.sagepub.com/cgi/content/refs/25/3/415>

<http://www.al-eman.com>

<http://www.kunci.org>.

<http://www.rrionline.co.id>

<http://www.bab.com/media>.

<http://www.alquran-digital.com>

<http://www.theory.org.uk>

<http://www.uky.edu/ArtsSciences/Classics/rhetoric.html>

<http://www.unesco.or.id/LOCALRAD/BAHASA/MEDIA/medialaw/medialaw.htm>.

<http://www.tvri.co.id>

<http://www.indosiar.com>

<http://www.prsni.or.id>

<http://www.apfw.org/data/annualconference/2006/english/papers/naomiSakr.pdf>

<http://www.arabmediawatch.com/amw/Articles/Analysis/tabid/75/Default.aspx>

<http://www.qaradawi.net/site/topics/printArticle>.

<http://www.gseis.ucla.edu/courses/ed253a/MCKellner/CSFS.html>

<http://media.isnet.org/islam/Qardhawi/index.html>

<http://www.criticism.com/md/>

<http://quran.al-islam.com/Tafseer/DispTafsser.asp?l=arb&taf=KATHEER&nType=1&nSora=17&nAya=53>.

<http://quran.al-islam.com/Tafseer/DispTafsser.asp?l=arb&taf=TABARY&nType=1&nSora=4&nAya=9>.

<http://quran.al-islam.com/Tafseer/DispTafsser.asp?nType=1&bm=&nSeg=0&l=arb&nSora=4&nAya=9&taf=GALALEEN&tashkeel=0>

Ibn Al-Atsīr, *Al-Kāmil fī al-Tārīkh*, Jilid III, e-book, <http://www.al-eman.com/Islamlib/viewchp.asp?BID=174&CID=77#s5>.

[http://www.isboo.org/pages/ISLAM\\_The\\_Misunderstood\\_Religion.htm](http://www.isboo.org/pages/ISLAM_The_Misunderstood_Religion.htm).

[http://www.media-awareness.ca/english/issues/violence/effects\\_media\\_violence.cfm](http://www.media-awareness.ca/english/issues/violence/effects_media_violence.cfm)

## المراجع العربية:

أبو الفرج عبد الرحمن بن علي بن الجوزي، *المنتظم في التاريخ*، مكتبة الإسلامية شبكة نداء

## الإيمان

أحمد غفران زين العالم، *البلاغة في علم البيان*، كنتور: مكتبة دار السلام  
 أمين ، بكري شيخ، *التعبير الفني في القرآن*، بيروت، دار الشروق، 1985  
 ابن حجر العسقلاني، *بلوغ المرام*، جدة: الحرميين  
 ابن تيمية الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، بيروت: جاز الكتاب الجديد،  
 ابن منظور، جمال الدين محمد ابن مكرم ، *لسان العرب*، المجلد 12 ، بيروت: دار الفكر، الطبعة  
 الأولى ، 1990

ابراهيم مصطفى المشيني ، *مدرسة التفسير في الأندلس* ، بيروت، مؤسسة الرسالة،  
 توفيق يوسفوف الدعوة إلى الله الرسالة الوسيطة الهدف ، دار اليقين  
 جلال الدين السيوطي الشافعي، *الإتقان في علوم القرآن*، دار الفكر، الجزء الثاني  
 \_\_\_\_\_، *الجامع الصغير في أحاديث البشير والنذير*، بندوغ: شركة المعارف  
 حسين ، محمد الذهبي، *الإتجاهات المنحرفة في التفسير*، دار الإعتصام، 1978،  
 \_\_\_\_\_، *التفسير والمفسرون* e-book version [www.saaaid.net](http://www.saaaid.net)  
 خليل القطان مناع، *مباحث في علوم القرآن*، منشورات عصر الحديث  
 سعيد، محمد رمضان البيوطي، *فقه السنة*، دار الفكر 1990  
 السعران محمود، *علم اللغة مقدمة للقارئ العربي*، القاهرة: دار النهضة المصرية، بدون السنة  
 شاكر عبد الحميد، *خطب الرسول*، طربلوس: جروس يرس، الطبعة الأولى، 1995  
 الصابوني، علي محمد ، *التبيان في علم القرآن*، الطبعة الأولى ، جاكوت: ديناميك بركة أوتاما، 1985  
 الصالح، صبحي ، *مباحث في علوم القرآن*، بيروت: دار العلم للملايين ،  
 \_\_\_\_\_، *علوم الحديث و مصطلحه*، بيروت، دار العلم للملايين الطبعة الثامنة عشرة، 1988  
 عائض بن عبدالله القرني، *وقف في فن الدعوة* ، مكتبة صيد الفوائد  
<http://saaaid.net/book/index.php>  
 \_\_\_\_\_، *شخصيات من القرآن الكريم* ، مكتبة صيد الفوائد  
<http://saaaid.net/book/index.php>  
 \_\_\_\_\_، *لا تحزن* ، مكتبة صيد الفوائد  
<http://saaaid.net/book/index.php>  
 عبد الحميد الخلافي، *فقه الدعوة في إنكار المنكر*، الكويت: دار الدعوة  
 عبد التواب رمضان، *فصول في فقه العربية*، القاهرة: مكتبة الخانجي الطبعة الثانية، 1980

- \_\_\_\_\_، *المخل إلى علم اللغة*، القاهرة: مكتبة الخانجي الطبعة الأولى، 1982
- عبد الرحمن العك، *خالد أصول التفسير وقواعده*، بيروت: دار النفائس، 1986
- عبد الفتاح، إبراهيم أحمد، *القاموس القويم للقرآن العظيم*، الجزء الأول، القاهرة، مجموع البحوث
- عبد الواحد وافي علي، *علم اللغة*، القاهرة: مكتبة نهضة مصر، للطبعة الخامسة، 1962
- عبد المجيد العربي، صلاح، *تعليم اللغة الحية بين النظرية والتطبيق*، بيروت: مكتبة اللبنا، الطبعة الأولى، 1981
- عجاج، محمد الخطيب، *أصول الحديث علومه و مصطلحه*، دار الفكر 1989
- عدنان بن محمد آل عرعور، *منهج الدعوة في ضوء الواقع المعاصر*، الطبعة الأولى 1426 هـ - 2005م
- علي الجارم و مصطفى أمين، *البلاغة الواضحة*، القاهرة : دار المعارف ، الطبعة الثانية عشرة، 1957
- عماد الدين أبي الفداء إسماعيل ابن كثير، *البداية والنهاية*، مكتبة الإسلامية شبكة نداء الإيمان
- فتح يكن، *المتساقطون علي طريق الدعوة*، مؤسسة الرسالة
- قطب سيد خصائص التصور الإسلامي ومقوماته، لبنان: دار القرآن الكريم 1978
- \_\_\_\_\_ في *ظلال القرآن*، الطبعة 12، القاهرة : دار اشروق، 1986
- د محمود توفيق *فقه تغير المنكر*، مكتبة صيد الفوائد <http://saaid.net/book/index.php>
- المراغي، مصطفى، *تفسير الماغي*،
- المنجد في اللغة والأعلام*، بيروت: دار المشرق، الطبعة 21، 1986
- الهاشمي، السيد أحمد، *جواهر البلاغة*، بيروت، دار الفكر، 1991
- الإسكندري أحمد و مصطفى عناني، *الوسيط في الأدب العربي وتاريخه*، مصر: مطبعة المعارف، الطبعة الخامسة، 1925
- مونن جورج، *المسائل النظرية في الترجمة*، ترجمة لطيف زيتوني، بيروت: دار المنتخب العربي، الطبعة الأولى، 1994
- خالد بن عثمان السبت الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر (أصوله وضوابطه وآدابه )  
الناشر المنتدى الإسلامي ومجلة البيان

الغلاييني، مصطفى، جامع الدروس العربية، بيروت: المكتبة العصرية، الطبعة الحادية والعشرون، 1987

يوسف محمد الكاندهوي، حياة الصحابة، الجزء الأول، القاهرة: دار الصابوني  
يوسف القرضاوي الأفلام السينمائية في الميزان الفقهي، تاريخ النشر: السبت 7 أكتوبر  
2006

-----، الضوابط الشرعية للعمل الإعلامي تاريخ النشر: السبت 7 أكتوبر 2006

-----، إلحاق دور السينما بالمساجد تاريخ النشر: السبت 7 أكتوبر 2006

يحيى بن موسى الزهراني، الرؤية الإسلامية لوسائل الإعلام، تم النشر بواسطة موقع زاد

المعاد الذي سيفتح قريباً [www.zad almaad.com](http://www.zad almaad.com)

mtatataufik.id