

KOMUNIKASI ISLAM SEBAGAI KOMUNIKASI TIGA DIMENSI

Kun Wazis

Fakultas Dakwah IAIN Jember
kunwazis@gmail.com

Judul : Komunikasi Islam
Penulis : Harjani Hefni
Penerbit : Kencana Prenadamedia Group, Jakarta
Cetakan : 2015
Tebal : xiv, 278 halaman

“*People cannot not communicate*” (manusia tidak bisa tidak berkomunikasi), demikian pakar komunikasi Paul Latzlawick mengungkapkan fenomena komunikasi selalu hadir dimana-mana (*omnie present*) sehingga memunculkan bidang-bidang kajian komunikasi yang “*multi side*”. Hal ini meneguhkan bahwa manusia “tidak hanya” sekadar dipelajari identitasnya sebagai makhluk sosial, tetapi dia memiliki entitas lain sebagai “hamba komunikasi” (*human communication*). Dilihat dari bentuknya, dapat berwujud komunikasi personal (komunikasi interpersonal dan komunikasi intrapersonal), komunikasi grup (komunikasi kelompok besar dan komunikasi kelompok kecil), komunikasi massa (komunikasi media massa cetak, komunikasi media massa elektronik, komunikasi media siber), dan komunikasi budaya. Dipandang dari sifat komunikasinya, bisa berupa komunikasi verbal (komunikasi teks/tulisan dan komunikasi oral/ lisan), komunikasi non verbal (komunikasi gesture dan komunikasi visual), komunikasi tatap muka (*face to face communication*), dan komunikasi bermedia (*mediated communication*).

Tidak berhenti disini, para pakar mengkaji komunikasi dari aspek bidangnya, sehingga memunculkan komunikasi pembangunan, komunikasi politik, komunikasi organisasi, komunikasi sosial, komunikasi internasional, komunikasi antarbudaya, komunikasi bisnis, dan komunikasi tradisional. Se-

cara teknik, ruang lingkup komunikasi dapat menembus bentuk yang berbeda, seperti komunikasi informatif, komunikasi persuasif, komunikasi koersif, komunikasi naratif, komunikasi instruktif. Sedangkan dilihat dari modelnya, muncul komunikasi satu arah, komunikasi dua arah, dan komunikasi banyak arah. Bahkan, kini terus bermunculan kajian komunikasi dengan bidang yang luas, seperti komunikasi kesehatan, komunikasi pariwisata, komunikasi pemerintahan, komunikasi pendidikan, komunikasi lingkungan, komunikasi virtual, komunikasi transendental, komunikasi dakwah, komunikasi Islam, komunikasi profetik, komunikasi pesantren, dan sebagainya.

Penyebaran kajian tersebut tidak lepas dari realitas komunikasi bukan hanya berwujud produksi pengetahuan, namun telah berubah menjadi ilmu yang mandiri karena dapat memenuhi sifat ilmiahnya (objektif, metodis, sistematis, dan universal), tanpa harus lupa kepada akar dasar komunikasi yang berasal dari ilmu-ilmu sosial. Pemahaman mendasar (filsafat) pun terbangun menjadi filsafat ilmu komunikasi yang mampu menjawab hakikat ilmu secara *ontologis* (apa ilmu komunikasi, apa yang dikaji dalam ilmu komunikasi, apa saja objek kajiannya, bagaimana hakikat komunikasi yang menjadi objek kajian tersebut), *epistemologis* (bagaimana proses pengetahuan menjadi ilmu komunikasi, bagaimana metodologi, bagaimana prosedurnya, bagaimana standar logika dan kualifikasi kebenaran dalam konteks ilmu komunikasi), dan *aksiologis* (untuk apa ilmu komunikasi tersebut digunakan, bagaimana relasi antara kaidah-kaidah moral dengan teknik penggunaan pengetahuan dan ilmu komunikasi, bagaimana keterkaitan ilmu komunikasi dengan pilihan nilai-nilai etika, bagaimana keterhubungan operasionalisasi metode ilmiah tersebut dalam rangka memproduksi dan mengungkap teori-teori dan implementasi ilmu komunikasi dengan nilai-nilai moral tersebut).

Fenomena tersebut, menurut Deddy Mulyana dalam artikelnya “*Mau ke Mana Ilmu Komunikasi Kita*” (2011) karena ilmu komunikasi sendiri merupakan suatu konstruksi yang dibuat manusia, seperti tanah liat yang dapat dibentuk apa saja atau air yang dapat memenuhi wadah yang bagaimanapun bentuknya. Bagaimana definisi komunikasi atau modelnya (secara implisit juga unsur-unsurnya), bagaimana bentuk, konteks atau bidang, dan bagaimana cara menelitinya, mata kuliah apa dan konsentrasi atau program studi atau jurusan apa, dapat dan akan terus berubah, selaras dengan perkembangan

peradaban manusia dan kemajuan teknologi komunikasi. Guru besar Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Bandung tersebut menegaskan bahwa dewasa ini terjadi konvergensi berbagai bidang ilmu, bukan hanya antara ilmu-ilmu yang selama ini bersifat sosial, tetapi juga antara ilmu sosial dan ilmu-ilmu yang selama ini dikategorikan ilmu pasti alam (IPA), seperti kedokteran, fisika, dan arsitektur. Maka, muncullah mata kuliah bernama: komunikasi kesehatan, antropologi arsitektur, psikologi agama, dan sosiofisika. Selama satu-dua dekade terakhir ini dan apa lagi pada masa yang akan datang, batasan ilmu akan semakin cair, karena semakin rumitnya kehidupan manusia. Oleh karena itu, tidak selalu jelas garis-garis yang memisahkan disiplin tersebut sebagaimana diilustrasikan, *“seorang arsitek jelas memerlukan pengetahuan psikologi dan antropologi karena idealnya rancangan bangunan yang dibahsilkannya tidak saja harus indah dan kukuh, namun juga selaras dengan suasana kejiwaan dan nilai budaya yang dianut (komunitas) penghuninya. Pun para dokter idealnya memahami nilai-nilai masyarakat yang menjadi pasien mereka, termasuk bagaimana masyarakat mengonseptualisasikan rasa sakit, penyakit dan sebab-sebabnya, berdasarkan budaya lokal”*.

Dinamika ilmu komunikasi tersebut merupakan peluang bagi pakar komunikasi dari beragam disiplin ilmu untuk membahasnya. Kehadiran buku Komunikasi Islam karya Harjani Hefni dapat mengisi “ruang kosong” kajian ilmu komunikasi tersebut dengan perspektif yang khas, yakni Islam. Karya alumnus Fakultas Dakwah dan Ushuluddin, Islamic University of Madinah, Saudi Arabia (S1) ini menawarkan pengembangan bidang kajian komunikasi dengan perspektif Islam. Dalam konteks ilmu pengetahuan, pandangan ilmuwan komunikasi umum (Barat) dan cendekiawan komunikasi Timur (Islam) sejatinya dapat bertemu dapat berelasi pada titik tertentu, seperti meneliti realitas tindakan komunikasi. Titik pertemuan ini, menurut Hefni, dikarenakan secara umum ilmu komunikasi merupakan pengetahuan tentang peristiwa komunikasi yang diperoleh melalui suatu penelitian tentang sistem, proses, dan pengaruhnya yang dapat dilakukan secara rasional dan sistematis, serta kebenarannya dapat diuji dan digeneralisasikan. Ilmu komunikasi dengan karakteristiknya sangat bermanfaat dalam membangun ilmu komunikasi Islam. Banyak hal yang bermanfaat yang telah disumbangkan ilmu komunikasi terutama dalam kajian empiriknya. Karena pertim-

bangan itulah, dalam membangun ilmu komunikasi Islam kita sangat memerlukan ilmu komunikasi umum (hlm. 49-50).

Pandangan Hefni tentang komunikasi Islam dapat menjernihkan dan memposisikan ilmu dalam perspektif *Ilahiyah* (ketuhanan) secara prinsip yang berbeda dengan ilmu-ilmu Barat yang sekularistik. Akan tetapi, sebagai realitas ilmu, kajian-kajian yang berasal dari pemikir liberal sekalipun tidak serta merta ditolak selama tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip ajaran Islam. Dalam konteks ini, pembaca diajak untuk berada dalam ruang “kritis” ketika melihat sebuah ilmu. Dapat dinyatakan bahwa realitas ilmu komunikasi sudah terlebih dahulu “dikuasai” oleh para ilmuwan Barat, baik yang terkait dengan paradigma maupun bangunan teoritiknya. Sebagaimana dinyatakan Deddy Mulyana (2011) bahwa paradigma ilmu komunikasi yang sudah kita kenal sejauh ini, sebagaimana paradigma ilmu-ilmu sosial lainnya, terdiri dari tiga paradigma, yakni paradigma *konstruksionis* (Max Weber), paradigma *kritis* (Karl Marx), dan paradigma klasik atau *objektivis* (Emile Durkheim). Melalui buku ini, Hefni ingin memadukan realitas ilmu komunikasi umum dengan komunikasi yang dibangun atas dasar ajaran Islam. Perpaduan tersebut dinyatakan, “*Ilmu komunikasi pada hakikatnya adalah ilmu tentang mengirim dan menerima pesan, baik dengan lisan, tulisan, maupun dengan anggota tubuh. Manusia patut bersyukur kepada Allah Yang Maha mencipta karena seluruh komponen-komponen pengirim dan penerima pesan disediakan secara gratis dan siap difungsikan sesaat setelah kita dilahirkan bahkan sebelum dilahirkan.*” (hlm. 51).

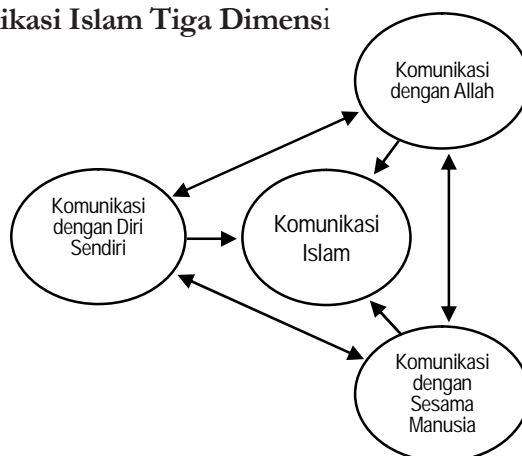
Komunikasi Islam: Sebuah Kajian Tiga Ruang

Hefni menegaskan bahwa ajaran Islam memiliki perspektif yang khas dan unik dalam mengkaji setiap realitas kehidupan, pengetahuan, dan keilmuan, termasuk “makhluk komunikasi” tersebut. Menurut Hefni, komunikasi Islam adalah komunikasi yang dibangun di atas prinsip-prinsip Islam yang memiliki roh kedamaian, keramahan, dan keselamatan. Berdasarkan informasi dari Al-Quran dan As-Sunnah ditemukan bahwa komunikasi Islam adalah komunikasi yang berupaya untuk membangun hubungan dengan diri sendiri, dengan Sang Pencipta, serta dengan sesama untuk menghadirkan kedamaian, keramahan, dan keselamatan buat diri dan lingkungan dengan cara tunduk dengan perintah Allah dan RasulNya. Tindakan apapun dalam ko-

munikasi yang membuat hati seseorang menjadi rusak atau hati orang menjadi sakit atau luka bertentangan dengan roh komunikasi dalam Islam. “Komunikasi Islam dalam buku ini bukan hanya sekedar pemberian label Islam untuk komunikasi,” demikian Hefni menegaskan (hlm. 14).

Berdasarkan makna komunikasi Islam tersebut, objek kajian ilmu komunikasi terdiri dari tiga paket kajian yang tidak bisa dipisahkan antara satu dengan lainnya. Tiga paket kajian itu adalah komunikasi manusia dengan Allah, komunikasi manusia dengan dirinya sendiri, dan komunikasi manusia dengan yang lainnya. Tiga bentuk komunikasi ini merupakan warisan dari ajaran agama secara universal. Tiga bentuk komunikasi tersebut tergambar dalam atsar dari Wahab bin Munabbih yang diriwayatkan oleh Imam Ahmad bin Hambal: “Dari Wahab bin munabbih, beliau berkata: Tertulis dalam hikmah Daud: “Sangat pantas bagi orang yang berakal untuk tidak lalai dari empat waktu dari siangnya: waktu untuk bermunajat kepada Tuhannya, waktu untuk mengevaluasi dirinya, waktu berkumpul dengan teman-teman yang bisa memberikan nasihat dan menunjukkan kekurangannya, dan waktu untuk santai yang halal dan baik,” (hlm. 16). Riwayat tersebut menurut Hefni, menegaskan tiga bentuk komunikasi yang terdapat dalam Islam: Komunikasi manusia dengan Tuhannya, komunikasi dengan dirinya sendiri, dan komunikasi dengan sesama manusia merupakan ajaran universal, bukan identik dengan Islam saja, karena nabi Daud a.s. juga sudah mengajarkan tiga bentuk komunikasi ini. Berdasarkan pandangan Hefni tersebut bisa digambarkan sebagai berikut.

Bagan 1: Komunikasi Islam Tiga Dimensi



Kehadiran Islam dalam “menyikapi” realitas komunikasi karena makna Islam yang universal sehingga dapat menyentuh semua sendi kehidupan. Wajar saja, jika Hefni menawarkan Komunikasi Islam, sebagaimana ilmu-ilmu lain sebelumnya yang dapat dilekatkan antara ilmu umum (saat ini didominasi Barat) dengan Islam, seperti ekonomi Islam, pemerintahan Islam, pendidikan Islam, politik Islam, psikologi Islam, budaya Islam, perbankan Islam, hukum Islam, ideologi Islam, sosiologi Islam, dan sejenisnya. Sebagai salah satu sisi dalam kehidupan manusia, aktivitas komunikasi itu dikatakan akademisi sebagai aktivitas vital dalam kehidupannya. Hefni mengutip kesimpulan pakar komunikasi Indonesia Cangara yang menegaskan bahwa komunikasi adalah sebagai kebutuhan yang sangat fundamental bagi seseorang dalam hidup bermasyarakat. Demikian pula, Schram, kata Hefni, menyatakan bahwa komunikasi dan masyarakat merupakan dua kata kembar yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Tanpa komunikasi tidak mungkin masyarakat terbentuk, sebaliknya tanpa masyarakat, maka manusia tidak mungkin dapat mengembangkan komunikasi. Karena pentingnya komunikasi tersebut, Islam yang mengusung prinsip “kaffah” atau komprehensif dalam ajarannya tidak membiarkan umat yang meyakiniya berkomunikasi tanpa panduan (hlm. 17). Maka Islam harus menjadi tuntunan bagi umatnya dalam berkomunikasi di tengah-tengah kehidupan masyarakat.

Kesempurnaan, keluasan dan keluwesan Islam dalam menghukumi realitas dalam kehidupan manusia tersebut, termasuk kehidupan komunikasi dapat didalami maknanya dari beragam definisi Islam sebagai ajaran paripurna. Hefni memaparkan pandangan Abdul Karim Zaidan dalam kitabnya *Ushul al-Dakwah* (hal. 7-13) yang menjelaskan bahwa: *pertama*, Islam adalah bersyahadat bahwa tiada ilah selain Allah dan Muhammad adalah Rasulullah, mendirikan, shalat, menunaikan zakat, berpuasa Ramadhan, dan menunaikan ibadah haji. Definisi pertama ini memotret Islam dari sisi amalan utama atau lima rukun utama yang tidak boleh ditinggalkan oleh orang yang memeluk agama Islam. Karena pilar utama Islam adalah lima rukun di atas, maka Islam diidentikkan dengan rukun Islam.

Kedua, Islam adalah kerendahan, penyerahan diri, dan ketundukan kepada Allah Robbul Alamin. Ketundukan ini disyaratkan harus dalam bentuk pilihan bukan karena terpaksa, yaitu ketundukan kepada Allah di segala bi-

dang. Definisi yang kedua ini mirip dengan definisi yang diberikan oleh al-Jurjani, yaitu definisi Islam dengan pendekatan bahasa. Ketika kata Islam dihubungkan dengan din yang dibawa Nabi Muhammad SAW dari Allah SWT, maka definisi Islam adalah ketundukan atas dasar sukarela kepada Allah Robbul 'Alamin. Bukti ketundukan itu terwujud pada kepatuhan terhadap syariat Allah yang diwahyukan kepada Nabi Muhammad SAW, sebagaimana arti ketundukan itu dapat ditemukan dalam QS *Ali Imran* (3): 19. Definisi kedua ini memotret Islam dari akar katanya. Definisi ini penting diketahui untuk mengetahui roh dari ajaran Islam yang sebenarnya. Roh Islam adalah ketundukan kepada Allah dan apa yang diperintahkan Allah.

Ketiga, Islam adalah sistem umum dan peraturan lengkap tentang urusan kehidupan, serta panduan meniti kehidupan dan segala konsekuensinya dari penerimaan atau penolakan terhadap ajaran Islam yang dibawa oleh Nabi Muhammad SAW dari Allah SWT. Islam dalam definisi ini dipahami sebagai paket lengkap tentang segala urusan kehidupan dan konsekuensi menolak paket yang ada. Definisi ini menekankan bahwa orang yang menerima Islam secara parsial dan tidak lengkap sebenarnya belum berislam dengan sebenarnya. Definisi Islam seperti ini merupakan hasil dari pemahaman yang mendalam tentang firman Allah surat *al-Baqarah* (2): 208.

Keempat, Islam adalah kumpulan seluruh nilai yang diturunkan Allah kepada Nabi Muhammad SAW untuk disampaikan kepada seluruh manusia, baik hukum akidah, akhlak, ibadah, muamalah, serta berita-berita yang disebutkan dalam Al-Quran dan As-Sunnah. Definisi ini mirip dengan definisi ketiga, tetapi definisi keempat ini menambahkan bahwa Islam tidak hanya menjelaskan tentang aturan kehidupan tetapi juga informasi-informasi atau berita yang diperlukan dalam kehidupan manusia. Definisi ketiga dan keempat tentang Islam bisa dipahami dari firman Allah surat *al-Maidah* (5): 3 dan surat *al-Maidah* (5): 67.

Kelima, Islam adalah jawaban yang benar dan tepat untuk menjawab tiga pertanyaan prinsip yang selalu menyibukkan akal manusia dan selalu muncul dalam pikiran mereka sepanjang masa; dari mana kita berasal, untuk apa kita hadir di muka bumi, dan ke mana tempat kembali. Untuk pertanyaan pertama, dari mana kita berasal, Islam menjawab bahwa manusia berasal dari Allah yang menciptakan manusia dari dua perpaduan utama yaitu

jasad dan ruh. Jasad kita diciptakan dari tanah dan saripati tanah serta roh berasal dari Allah SWT. Dua pertanyaan ini membuat manusia memiliki dua kebutuhan yang harus dipenuhi, kebutuhan jasad dan kebutuhan ruh sebagaimana firman Allah dalam surat *as-Sajadah* (32): 7-9. Tentang pertanyaan kedua, apa tujuan hidup manusia di dunia ini, Islam menjawab bahwa tujuan utama hidup manusia di muka bumi ini adalah untuk beribadah kepada Allah. Karena tujuan utama hidup adalah ibadah, maka seluruh aktivitas manusia tidak boleh keluar dari tujuan utama tersebut sebagaimana firman Allah dalam surat *adz-Dzariyah* (51): 56. Adapun jawaban dari pertanyaan ketiga, kemana kita akan kembali, Islam menjawab bahwa setelah kehidupan dunia ada kehidupan abadi di akhirat, dan manusia akan menempati salah satu dari dua tempat yang disediakan untuk mereka, yaitu surga buat yang beriman dan beramal saleh selama di dunia, dan neraka untuk yang kufur dan melanggar aturan-aturan agama sebagaimana difirmankan Allah dalam surat *al-Jatsiyah* (45): 15.

Keenam, Islam adalah roh yang sebenarnya bagi manusia, cahaya dalam meniti jalan, obat segala penyakit, dan jalan yang lurus yang akan memberikan keselamatan bagi penggunanya. Untuk makna ini dapat dipahami dari firman Allah surat *asy-Syuara* (42): 52-53: “Dan demikianlah Kami wahyukan kepadamu wahyu (Al-Quran) dengan perintah Kami. Sebelumnya kamu tidaklah mengetahui apakah al-Kitab (Al-Quran) dan tidak pula mengetahui apakah iman itu, tetapi Kami menjadikan Al-Quran itu cahaya, yang Kami tunjuki dengan dia siapa saja yang Kami kehendaki di antara hamba-hamba Kami. Dan, sesungguhnya kamu benar-benar memberi petunjuk kepada jalan yang lurus. (yaitu) jalan Allah yang kepunyaan-Nya segala apa yang ada di langit dan apa yang ada di bumi. Ingatlah, bahwa kepada Allahlah kembali semua urusan”.

Setelah menjelaskan tentang definisi Islam, Abdul Karim Zaidan menyatakan bahwa definisi tersebut tidak ada yang salah dan semuanya saling melengkapi. Zaidan memilih definisi pertama untuk makna Islam. Sedangkan Hefni cenderung menangkap makna Islam lewat makna bahasa. Islam menurut bahasa secara umum artinya adalah tunduk, menyerahkan diri kepada Allah, damai, serta selamat. Damai dan selamat adalah tujuan, sedangkan sarannya adalah tunduk dan menyerahkan diri dengan seluruh aturan Allah yang diturunkan kepada Nabi Muhammad SAW dan yang paling po-

kok di antara rukun Islam. Dengan makna bahasa seperti itu, kita bisa menangkap roh dari dinul Islam secara keseluruhan, yaitu kedamaian dan keselamatan. Jalan yang mengantarkan kepada kedamaian dan keselamatan itu adalah ajaran Islam yang tertuang dalam Al-Quran dan As-Sunnah Nabi Muhammad SAW.

Penyematan “Islam” setelah “Komunikasi” oleh Hefni bukanlah tanpa alasan. Alumnus S2 dan S3 Program Studi Dakwah dan Komunikasi di Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta ini ingin menegaskan bahwa realitas apapun di dunia “harus” disikapi secara Islam sebagaimana makna tersebut diatas. Untuk itu, sebelum menyikapi dengan Islam, realitas komunikasi tersebut harus dapat dijelaskan faktanya secara nyata. Dosen Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah IAIN Pontianak ini, memaparkan realitas “arti komunikasi” tersebut, menurut pakar Barat dan Timur yang dipandang dapat merepresentasikan realitas komunikasi. Dalam bahasa Arab, komunikasi sering menggunakan istilah *tawashul* dan *ittishal*. Sebagai contoh, Dr. Halah Abdul ‘Al al-Jamal ketika menulis tentang seni komunikasi dalam Islam diberi judul *Fann al-tawashul fi al-Islam* (Seni Komunikasi dalam Islam). Begitu juga Prof. Dr. Abdul Karim Bakkar ketika menulis komunikasi keluarga, bukunya diberi judul *al-Tawashul al-Usari* (Komunikasi Dakwah). Sedangkan kata *ittishal* di antaranya digunakan oleh Awadh al-Qarni dalam bukunya *Hatta la Takunna Kallan* (Supaya Anda Tidak menjadi Beban Orang Lain) yang ketika mendefinisikan bukunya mengatakan bahwa komunikasi (*ittishal*) adalah melakukan cara yang terbaik dan menggunakan sarana yang terbaik untuk memindahkan informasi, makna, rasa, dan pendapat kepada pihak lain dan memengaruhi pendapat mereka serta meyakinkan mereka dengan apa yang kita inginkan apakah dengan menggunakan bahasa atau dengan yang lainnya (hlm. 3).

Hefni menegaskan bahwa kalau merujuk kepada kata dasar “*washala*” yang artinya sampai, *tawashul* artinya adalah proses yang dilakukan oleh dua pihak untuk saling bertukar informasi sehingga pesan-pesan yang disampaikan dipahami atau sampai kepada dua belah pihak yang berkomunikasi. Jika komunikasi hanya terjadi dari satu arah tidak bisa dikatakan *tawashul*. Adapun kata *ittishal* secara bahasa lebih menekankan pada aspek ketersambungan pesan, tidak harus terjadi komunikasi dua arah. Alumni Madrasah Tsana-

wiyah dan Aliyah Pesantren Ushuluddin Singkawang Kalimantan Barat ini menegaskan, jika salah satu pihak yang menyampaikan pesan dan pesan itu sampai dan bersambung dengan pihak yang dimaksud, maka pada saat itu terjadi komunikasi dalam istilah *ittishal* tersebut. Dr. Halah al-Jamal mengatakan bahwa komunikasi adalah upaya manusia untuk menampilkan hubungan yang terbaik dengan pencipta-Nya, dengan dirinya, dan dengan sesama manusia. Dengan demikian, menurut Halah, komunikasi adalah hubungan terbaik. Definisi ini lebih menekankan pada kualitas komunikasi dan bentuk-bentuk komunikasi. Halah membagi komunikasi dalam tiga bentuk, yaitu: komunikasi dengan Pencipta, komunikasi dengan diri sendiri, dan komunikasi dengan sesama manusia.

Sebagai penguat argumentasi mengenai fakta komunikasi, Hefni mengutip buku *Human Communication Theory* karya Frank E.X. Dance yang merangkum 126 definisi tentang komunikasi yang diberikan oleh beberapa ahli. Banyaknya definisi komunikasi yang disebutkan oleh Frank di atas mengisyaratkan rumitnya merumuskan makna komunikasi secara spesifik dan beragamnya aktivitas yang masuk dalam ruang lingkup komunikasi (hlm. 4). Menurut Hefni, Djuarsa dalam bukunya *Pengantar Komunikasi* selanjutnya menjabarkan tujuh definisi yang dipandang dapat mewakili sudut pandang dan konteks pengertian komunikasi. *Pertama*, komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya (khalayak). *Kedua*, komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka, dan lain-lain. *Ketiga*, komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa. Dengan akibat apa atau hasil apa (*who, says what, in which channel, to whom, with what effect*). *Keempat*, komunikasi adalah suatu proses yang membuat sesuatu dari yang semula dimiliki seseorang (monopoli seseorang) menjadi dimiliki oleh dua orang atau lebih. *Kelima*, komunikasi timbul didorong oleh kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif, mempertahankan atau memperkuat ego. *Keenam*, komunikasi adalah suatu proses yang menghubungkan satu bagian dengan bagian lainnya dalam kehidupan. *Ketujuh*, komu-

nikasi adalah seluruh prosedur melalui mana pikiran seseorang dapat memengaruhi pikiran orang lainnya (hlm. 5).

Empat Sumber Utama Ilmu Komunikasi Islam

Kehadiran ilmu komunikasi Islam bertujuan untuk membimbing kaum muslimin secara khusus dan manusia secara umum membangun komunikasi kepada Pencipta mereka, dengan diri sendiri, serta dengan sesama manusia dengan prinsip-prinsip Islam. Dengan panduan agama, maka komunikasi akan berjalan sesuai dengan alur yang ditentukan oleh Allah. Sebagai sebuah ilmu, komunikasi Islam memiliki empat sumber utama, yaitu 1) Al-Quran; 2) As Sunnah; 3) kitab-kitab sumber dan referensi para ulama Islam; 4) serta ilmu komunikasi umum. Mengenai Al-Quran dan As Sunnah, meskipun tidak terkumpul dalam satu tempat, tetapi bahan baku ilmu komunikasi Islam yang terdapat di banyak tempat dalam Al-Quran dan As-Sunnah sangat memungkinkan untuk memformat ilmu komunikasi Islam secara sistematis, sehingga menjadi ilmu yang mudah dimanfaatkan oleh akademisi dan masyarakat secara umum. Selain Al Quran dan As Sunnah dengan ilmu-ilmu pendukung untuk memahaminya, kitab-kitab para ulama baik yang lama maupun kontemporer juga banyak yang bisa menjadi bahan baku yang bisa diolah untuk membangun komunikasi Islam. Sumber lain yang tidak kalah pentingnya dalam memformat ilmu komunikasi Islam adalah ilmu komunikasi yang telah berkembang cukup lama dan sudah semakin menunjukkan kemapannya. Ilmu komunikasi umum ini sangat membantu upaya untuk memformat ilmu komunikasi Islam karena kaum muslimin diajarkan untuk terbuka menerima kebenaran dari sumber manapun datangnya (hlm. 19-20).

Pertama, Al-Quran. Sebagai sumber yang autentik dan isinya yang mengandung mukjizat, maka Al-Quran adalah kitab yang paling layak untuk menjadi sumber utama ilmu komunikasi Islam dan sangat potensial memberikan kontribusi positif dalam perkembangan ilmu komunikasi secara umum. Hal ini dapat dipahami dari fungsi Al-Quran tersebut. Fungsi Al-Quran sebagai *buda*/ petunjuk sebagaimana ditunjukkan dalam firman Allah (QS. Al-Israa' (17): 9, QS. Al-Baqarah (2): 31-33, QS. Al-A'raaf (7): 172, QS. An-Nisaa' (4): 1, QS. Al Israa' (17): 23-24, QS. An-Nisaa' (4): 36, dan QS. Al-Hujurat (49): 13) secara jelas menunjukkan bagaimana Al-Quran me-

mandu manusia dalam membangun komunikasi dengan Allah Sang Pencipta mereka dan dengan sesama sejak sebelum lahir di muka bumi sampai mereka eksis sebagai manusia. Bahkan kalau penggalian informasi ini dilanjutkan, komunikasi dalam Islam terus berlanjut hingga manusia itu meninggal, pada saat di alam kubur, di mahsyar, bahkan di surga atau di neraka.

Fungsi Al Quran sebagai *Furqan*/ pembeda untuk mempertegas hal-hal yang tidak disepakati oleh manusia, yaitu penentuan mana yang baik dan mana yang buruk. Al-Quran sebagai al-furqan menunjukkan kepada manusia mana yang baik dan mana yang tidak baik, mana yang halal dan mana yang haram (QS. Al-Baqarah (2): 185, QS. al-Bayyinah (98): 5, QS. Ibrahim (14): 24, QS. Qaf (50): 18). Diantara kekhasan Islam dalam Ilmu komunikasi Islam adalah: meyakini bahwa komunikasi adalah bagian daripada ibadah kepada Allah, bukan sekadar untuk kepuasan diri dan menyenangkan orang lain. Seorang muslim harus meniatkan segala perbuatan baiknya untuk ibadah, karena tugas utama keberadaan manusia di muka bumi ini adalah ibadah.

Fungsi Al Quran sebagai *syifa'*/ obat (QS. Yunus (10): 57). Sakit menjelaskan bahwa sakit biasanya disebabkan oleh bertemunya dua faktor pada diri seseorang, yaitu faktor eleahnya kondisi tubuh dan adanya faktor pemicu dari luar dirinya, seperti berubahnya kondisi alam dan menularnya wabah penyakit. Diantaranya faktor luar yang membuat manusia sakit adalah faktor komunikasi. Komunikasi yang tidak baik bisa melukai hati, menyebabkan permusuhan bahkan pertumpahan darah. Adapun perkataan yang indah akan membuat suasana damai, mengobati hati yang luka, dan menjadi penyebab terjalinnya suasana kekerabatan dan persaudaraan yang kokoh.

Fungsi Al Quran sebagai *rahmat* (Qs. ar-Rahman (55): 1-2, QS. al-An'am (6): 12) menunjukkan bentuk kasih sayang Allah kepada hamban-Nya. Komunikasi yang mampu menghubungkan apa yang kita maksud dengan apa yang ditangkap orang lain adalah rahmat besar dari Allah terhadap manusia. Kita tidak dapat membayangkan bagaimana kita hidup dengan nyaman andaikan apa yang kita maksudkan selalu tidak sama dengan apa yang orang lain maksudkan. Ketika kita berbicara cinta ternyata yang dipahami oleh pendengar adalah benci, di saat kita mengungkapkan rasa bahagia ternyata dipahami oleh orang bahwa kita sedang dirundung kemalangan.

Hefni menyebutkan sejumlah ayat-ayat yang terkait dengan komu-

nikasi, diantaranya ayat tentang *hiwar* dan *judal* (QS. al-Mujadaadilah (58): 1), ayat tentang *bayan* (QS. ar-Rahmaan (55): 1-4), ayat tentang *tadzkiir* (QS. al-A'la (87): 9, ayat tentang *tablig* (QS. al-aidah (5): 67), ayat tentang *busyra* (QS. Yunus (10): 62-64), ayat tentang *indzar* (QS. ar-Ra'ad (13): 7), ayat tentang *ta'aruf* (QS. al-Hujurat (49): 13), dan ayat tentang tawashi (QS. al-Baqarah (2): 133). Untuk membantu memahami ayat-ayat komunikasi tersebut, Hefni menyebutkan 13 kitab tafsir yang ditulis para ulama di bidang tafsir dan ulum Al-Quran, diantaranya *Tafsir at-Tabari* (Abu Ja'far Muhammad bin Jarir at-Tabari), *Maalim at-Tanzil* (Abu Muhammad al-Huain bin Mas'ud bin Muhammad al-Farra al-Baghawi), *Tafsir Al-Quran al-Azim* (Ibnu Katsir), *Al-Durr al-Antsur fi al-Tafsir al-Ma'tsur* (al-Suyuti), *Mafatih al-Ghaib* (Fakhruddin al-Razi), *Tafsir Jalalain* (Jalaluddin al-Mahalli dan Jalaluddin as-Suyuti), *Rub al-Ma'ani fi Tafsir Al-Quran al Azim wa as-Sab'il al Matsani* (Syuhabudin Mahmud al-Alusi), *Al-Tafsir al-Munir fi al-Aqidah wa asy-Syariah wa al Manhaj* (Wahbah az-Zuhaili), *Al-Furqan* (A. Hasan), *Tafsir Al-Azhar* (Hamka), *Tafsir An-Nur* (Hasbi Ash-Shiddiqie), *Tafsir Al-Misbah* (Quraish Shihab), dan *Al-Quran dan Tasirnya* (tafsir ini disusun oleh sebuah tim yang dibentuk oleh menteri Agama). Kitab-kitab tafsir tersebut akan membantu kita untuk merujuk sumber asasi dalam ilmu komunikasi Islam, terutama ayat-ayat yang terkait dengan komunikasi antara manusia dengan pencitanya, komunikasi manusia dengan dirinya, dan komunikasi manusia dengan sesama lainnya.

Kedua, As-Sunnah. Disebut juga sebagai panduan teknis melaksanakan panduan umum yang terdapat dalam Al-Quran dimana Allah mengutus Rasulullah SAW (QS. an-Nahl (16): 64). As-Sunnah memiliki dua makna, yaitu *sirah* dan *thariqah* yang berarti jalan kehidupan atau metode yang baik ataupun yang buruk (*Al-Sirah au al-Thariqah, Hasanah am Sayyiah*), dan jalan kehidupan yang lurus dan terpuji (*Al-Thariqah al-mahmudah al-mustaqimah*). Fungsi As-Sunnah adalah sebagai tafsir bagi Al-Quran, mengungkap rahasia yang dikandungnya, dan menjelaskan kehendak Allah SWT dalam perintah-perintah-Nya atau larangan-larangan-Nya. Komunikasi yang dibangun oleh Nabi dengan keluarganya, teman dekatnya, dan dengan seluruh manusia adalah bahan baku yang sangat kaya untuk dikembangkan menjadi kajian ilmu komunikasi dalam Islam. Di antara kitab yang paling sering dijadikan rujukan dalam bidang hadis, diantaranya Shahih al-Bukhari, Shahih Muslim, Su-

nan Abu Dawud, Sunan al-Nasa'i, Sunan Tirmidzi, dan Sunan Ibnu Majah.

Ketiga, kitab-kitab para ulama. Selain Al-Quran dan Hadis, ilmu pengetahuan Islam secara umum dan ilmu tentang akhlak dan adab secara khusus sangat kaya dengan bahan yang bisa dikembangkan untuk memperkaya bangunan ilmu komunikasi Islam. Diantaranya kitab-kitab yang sangat bermanfaat untuk dijadikan sumber dan referensi adalah Kitab Ihya *Ulumuddin* (Imam Abu Hamid al-Ghazali), *Minhaj al-Qashidin* (al-Maqdisi), *Riyadhus Shalihin* (Imam Nawawi), *Afat al-Lisan fi Dhau Al-Quran wa As-Sunnah* (Said bin Ali bin Wahf Al-Qahthani), *Adab al lisan* (Abu Anas Majid al-Nabkani). Kitab-kitab yang ditampilkan Hefni tersebut adalah sedikit dari sekian banyak kitab yang membahas tentang bahan dasar ilmu komunikasi Islam, meskipun sebagian besarnya masih belum fokus kepada komunikasi. Hal ini sekaligus membuka peluang cendekiawan komunikasi muslim untuk membedahnya agar dapat melengkapi kajian Hefni tersebut.

Keempat, ilmu komunikasi. Hefni menyatakan bahwa ilmu komunikasi pada dasarnya mempunyai ciri yang sama dengan pengertian ilmu secara umum. Yang membedakan terletak pada objek kajiannya, di mana perhatian dan telaah difokuskan pada peristiwa-peristiwa komunikasi antar manusia. Hefni menyebut pandangan Berger & Chafee (1987) yang mengungkapkan bahwa Ilmu komunikasi adalah suatu pengamatan terhadap produksi, proses, dan pengaruh dari sistem-sistem tanda atau lambang melalui pengembangan teori-teori yang dapat diuji dan digeneralisasikan dengan tujuan menjelaskan fenomena yang berkaitan dengan produksi, proses, dan pengaruh dari sistem-sistem tanda dan lambang. Pengertian tersebut memberikan tiga pokok pikiran utama: 1) obyek pengamatan yang jadi fokus perhatian dalam ilmu komunikasi adalah produksi, proses, dan pengaruh dari sistem-sistem tanda dan lambang dalam konteks kehidupan manusia; 2) ilmu komunikasi bersifat ilmiah empiris (*scientific*) dalam arti pokok-pokok pikiran dalam ilmu komunikasi (dalam bentuk teori-teori) harus berlaku umum; 3) ilmu komunikasi bertujuan menjelaskan fenomena sosial yang berkaitan dengan produksi, proses, dan pengaruh dari sistem tanda dan lambang (hlm. 49).

Terhadap kehadiran ilmu komunikasi umum ini, Hefni bahkan meyakini bahwa semakin akurat sebuah penelitian tentang ilmu komunikasi, semakin membantu peneliti komunikasi Islam dalam mematangkan ilmu komu-

nikasi Islam, karena kebenaran Islam tidak akan menolak atau bertolak belakang dengan ilmu pengetahuan. Kaidah utama agama Islam dalam memandang ilmu pengetahuan adalah akomodatif, bahkan tidak akan ada penelitian ilmiah yang betul-betul akurat hasilnya bertentangan dengan ajaran Islam.

Konsep Dasar dan Prinsip Komunikasi Islam

Hefni memperkuat pemaknaan komunikasi dalam pandangan Islam dengan menjabarkan pandangan tentang komunikasi Islam sebagai berikut: 1) komunikasi ada sejak manusia ada (QS. as-Sajadah (32): 7-9, QS al-Baqarah (2): 31-33, QS. an-Nisaa (4): 1, QS. al-A'raf (7): 19-22); 2) komunikasi terkait dengan pandangan Islam terhadap manusia; 3) komunikasi adalah kebutuhan dasar hidup manusia; 4) komunikasi adalah wujud kasih sayang Allah terhadap manusia (QS. al-An'am (6): 12, QS. ar-Ruu (30): 22); 5) komunikasi bertujuan saling mengenal antarmanusia buat mewujudkan semangat takwa; 6) komunikasi bertujuan untuk menebar semangat *silm* (kedamaian dan kenyamanan). Tindakan saling merendahkan, memfitnah orang, melakukan adu domba serta berbagai perbuatan negatif lainnya tidak sejalan dengan semangat dasar komunikasi Islam (QS. al-Humazah (104): 1); 7) komunikasi adalah paket. Lisan, gerak tubuh, dan hati merupakan satu paket dimana ketika hati bersedih, lisan normalnya tidak kuasa untuk tidak mengungkapkan rasa, lalu diikuti oleh ata yang berbinar dan akhirnya menangis; 8) komunikasi memiliki efek dunia dan akhirat. Karena muara semua tujuan komunikasi adalah pertukaran pesan dan saling memengaruhi, maka membangun komunikasi yang bertujuan menciptakan suasana yang sehat adalah bagian yang tidak terpisahkan dari Islam (hlm. 53-75).

Menurut Hefni, banyak ditemukan cukup banyak istilah-istilah yang terkait dengan ilmu komunikasi. Menurutnya, tidak ada kata yang betul-betul sama maknanya dalam Al-Quran meskipun dalam bahasa Indonesia diterjemahkan sama. Bahwa semua kata memiliki rohnya masing-masing. Hefni meyakini diversifikasi kata yang digunakan dalam Al-Quran untuk hal-hal yang terkait dengan komunikasi akan membentuk konfigurasi makna yang indah untuk tema besar komunikasi. Setelah mengumpulkan kata-kata yang terkait dengan komunikasi, Hefni mengelompokkan kata-kata tersebut dalam empat kategori yang dapat digambarkan sebagai berikut.

Tabel 1: Kategori Ayat-Ayat Komunikasi Islam

Kategori	Kata-Kata	Makna
Jenis Pesan	<i>Lafadz</i>	Disebut <i>lafadz</i> karena bunyi yang kita keluarkan dari ulut ibarat bunyi atau simbol yang kita lemparkan dari mulut kita. QS. Qaf: 18 lafadz berfungsi memproduksi kata hingga melemparkannya keluar. Bunyi yang terlempar keluar dan bisa dipahami melahirkan kata.
	<i>Qaul</i>	Kata Qoul disebutkan 1.722 kali dalam Al-Quran; 529 kali berbentuk <i>qala</i> , 92 kali berbentuk <i>yaqulun</i> , 332 kali berbentuk <i>qul</i> , 13 kali dalam bentuk <i>qulu</i> , 49 kali berbentuk <i>qila</i> , 52 kali berbentuk <i>al-qaul</i> , 12 kali berbentuk ' <i>qaulubum</i> ' dan bentuk lainnya.
	<i>Kalam</i>	Kalimat dalam bahasa Arab adalah senyawa dari dua unsur, yaitu <i>lafad</i> dan <i>ifadah</i> . Lafad dipahami sebagai pesan paling sederhana yang keluar dari lisan seseorang yang dapat dipahami maknanya. <i>Ifadah</i> artinya mengandung makna. <i>Kalimatullah</i> (QS. at-Taubah (9): 40, QS. al-Anam (6): 115), Kalimat <i>Alladzîna kafaru</i> (QS. Ibrahim (14): 26), kalimatun sawa' (QS. Ali 'Imran (3): 64), kalimat al-Kufr (QS. at-Taubah (9): 74), kalimat al-Taqwa (QS. al-Fath (48): 26), kalimat al-Thayyibah (QS. Ibrahim (14): 24), kalimat al-Khabisah (QS. Ibrahim (14): 26)
Kekuatan Pesan	<i>Naba'</i>	Naba' dalam surah an-Naba (79): 2 berarti berita, tetapi bukan sekadar berita, ia adalah berita besar. Berita disebut dalam QS. al-Anam: 34 & 37, QS. al-Qasash (28): 3, QS. an-Naml (27): 22 & 27, QS. al-Hujurat (49): 6,
	<i>Khabar</i>	Kabar adalah berita yang dipindahkan dari orang lain dan bisa juga bersumber dari diri sendiri dan mengandung dua kemungkinan, benar atau salah. QS. al-Zalzalâh (99): 4, QS. al-Baqarah (2): 180-181.
	<i>Hadis</i>	Hadis berarti bisa kabar dari Allah, berita dari rasul, atau perkataan yang bersumber dari manusia biasa. QS. al-Kahfi: 6, QS. Luqman: 6, QS. az-Zumar: 23, QS. an-Najm: 59, QS. al-Waqiah: 81, QS. al-Qalam: 44, QS. Yusuf: 111, QS. at-Tah-

		rim: 3.
Metode Menyampaikan Pesan	<i>Hiwar</i>	Hiwar secara bahasa berarti pembicaraan yang berlangsung di antara dua orang atau lebih. Bisa bermakna bertukar pikiran dan saling mengoreksi dalam pembicaraan. QS. al-Kahfi (18): 34, 37, 38, 39.
	<i>Jidal</i>	Jidal adalah upaya merajut pendapat-pendapat yang berseberangan seperti merajut benang-benang yang kusut. Asalnya digunakan untuk orang-orang yang berseberangan dengan pendapat yang kita yakini agar kembali sesuai dengan yang sebenarnya. QS. al-mukmin (40): 4 & 5, QS. an-Nahl (16): 125, QS. al-mujadilah (58): 1. Disebut 29 kali dalam Al-Quran.
	<i>Bayan</i>	Bayan berarti menjelaskan tujuan dengan pilihan kata yang tepat. Al-Jurjani mengatakan bahwa bayan artinya menjelaskan maksud kepada orang yang mendengar. QS. ar-Rahman (55): 1-4, QS. an-Nahl (16): 44, QS. an-Nahl (16): 64.
	<i>Tadzkiir</i>	Tadzkiir berasal dari kata dzakara yang berarti mengingat. Ketika bangun katanya menjadi dzakara-tadzkiir artinya berubah menjadi mengingatkan atau memberikan peringatan. QS. al-Anam: 70, QS. al-Rad: 19, QS. Ibrahim: 5, QS. Thaha: 44, QS. Fathir: 37, QS. az-Zumar: 9, QS. Ghafir: 13, QS. al-Dzariyat: 49, QS. al-Naziat: 35, QS. al-A'la: 9 & 10, QS. al-Ghasiyah: 21, dan QS. al-Fajr: 23.
	<i>Tabligh</i>	Dasar kata <i>tablig</i> adalah <i>balagha</i> yang berarti upaya dari seseorang pembicara atau pemberi isyarat untuk menyampaikan pesan atau maksud kepada pendengar atau orang yang diajak berkomunikasi. QS. al-maidah (5): 67.
	<i>Tabsyir</i>	<i>Tabsyir</i> artinya menyampaikan kabar bahagia dan gembira. QS. Fushshilat (41): 30-32, QS. Yunus (10): 62-64, QS. ali-Imran (3): 21, QS. al-Isra' (17): 105.
	<i>Indzar</i>	Indzar secara bahasa berarti menyampaikan pesan dengan cara mengingatkan yang bertujuan untuk menumbuhkan rasa takut dan kehati-hatian, baik untuk diri komunikator maupun komunikan. QS. al-Haqqah (69): 1-12, QS. al-Rad

		(13): 7, QS. Shad (38): 65.
	<i>Ta'aruf</i>	Ta'aruf bermakna saling mengetahui atau saling mengenal tanda-tanda atau ciri-ciri orang lewat nama, cara berbicara, watak dan karakter, dan berbagai aspek lainnya (QS. al-Hujurat (49): 13).
	<i>Tawashi</i>	Tawashi adalah salah satu bentuk komunikasi yang menghubungkan orang-orang yang terdekat dan orang-orang khusus, sehingga terjalin suasana hati yang lebih dekat dan akrab (QS. al-Baqarah (2): 133 & 180)
	<i>Nasihah</i>	Nasihah merupakan salah satu bentuk komunikasi yang berdampak positif buat yang memberikan nasihat maupun yang diberi nasihat.
	<i>Irsyad</i>	Irsyad di dunia modern sudah menjadi disiplin ilmu sendiri disebut ilmu konseling. Dalam dunia konseling, komunikasi tidak bisa dihindari, karena konseling tidak akan bisa menghindari kontak antara konselor dan kilennya.
	<i>Wa'dz atau Mau'idzah</i>	Merupakan jenis komunikasi yang bertujuan untuk melunakkan hati yang mendengarnya. Lunaknya hati terefleksi dari linangan air mata, guncangan dada saat mendengar pesan, dan munculnya tekad untuk berubah.
	<i>Idkhal al-Surur</i>	Membahagiakan orang lain. Banyak cara membahagiakan sesaa, diantaranya dengan mengucapkan selamat atas kesuksesan yang diraih teman, mengucapkan belasungkawa dan turut berduka atas musibah yang menimpa saudara kita, atau menubar senyuman dan wajah ceria saat bertemu, meringankan bebas saudara saat kesusahan, dan lain-lain.
Manfaat Pesan	Hasil penyampaian pesan-pesan berdasarkan metode-metode penyampaian pesan	Secara substansi, ada pesan yang akurat dan ada yang asal-asalan, ada yang benar dan ada yang dusta. Pesan yang dikirim oleh seseorang memiliki pengaruh yang berbeda antara satu dengan yang lain, baik pengaruh positif maupun negatif. Ada pesan yang memiliki kekuatan serta berdampak luas, dan ada pesan yang biasa saja, tidak terlalu berdampak besar, dan kadang-kadang diabaikan oleh pendengar atau pembacanya seperti angin lalu saja.

Sumber: Diolah dari Harjani, blm. 77-154.

Kehidupan ini dipenuhi dengan beragam pesan. Mengenai pesan tersebut, Hefni mengutip pendapat Onong Uchjana Effendy yang memaknai pesan sebagai seperangkat lambang bermakna yang disampaikan komunikator dan pandangan Deddy Mulyana yang menyatakan bahwa pesan adalah seperangkat simbol verbal atau non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, atau maksud sumber (hlm. 79). Menurut Hefni pesan yang dimaksud dalam ilmu komunikasi adalah definisi pesan yang disampaikan oleh Deddy Mulyana, yang oleh Hefni kemudian dibagi menjadi pesan verbal dan non verbal. Hanya saja, untuk pesan non verbal (pesan nonlinguistik yang diisyaratkan oleh anggota tubuh untuk menunjukkan sikap dan penampilan), dalam buku ini, Hefni sengaja tidak membahas dan menjanjikan akan mengupasnya dalam buku khusus karena pesan non verbal membutuhkan kajian yang lebih detail. Sebab, Al-Quran memiliki kekayaan informasi bahasa non verbal. Diantara yang dibahas oleh Al-Quran adalah makna isyarat mata, wajah, tangan, kaki, gerakan tubuh, bibir, kepala dan seterusnya. Bahkan, bisa dikatakan bahwa isyarat tentang pesan non verbal dalam Al-Quran meliputi isyarat dari ujung kepala sampai ujung kaki.

Simbol bahasa verbal adalah kata, baik yang terucap maupun yang tertulis. Hefni mencontohkan pesan dalam bentuk kata (*qaul*), yakni sembilan sifat yang digandeng oleh Allah dengan *Qaul*, yaitu *Qaulan Ma'rufan* (QS. al-Baqarah: 235, QS an-Nisaa': 5, 8, QS. al-Ahzab: 32), *Qaulan Kariman* (QS. al-Israa': 23), *Qaulan Maysuran* (QS. al-Israa': 28), *Qaulan Balighan* (QS an-Nisaa': 63), *Qaulan Layyinan* (QS. Thaha: 44, QS. az-Zukhruf: 51-54), *Qaulan Sadidan* (QS. an-Nisa': 9, QS. al-Ahzab: 33, QS. al-Ahzab: 70-71), *Qaulan Tsaqilan* (QS. al-Muzammil: 5), *Qaulan 'Adziman* (QS. al-Isra: 40), dan *Absanu Qoulan* (QS. Fushshilat: 33) mengisyaratkan bahwa pesan yang diungkapkan lewat simbol kata memiliki kekuatan dahsyat pada diri komunikan dan memiliki efek psikologis bagi mereka.

Berdasarkan penggalian dari istilah komunikasi yang berasal dari sumber utama ilmu komunikasi tersebut, Hefni merumuskan delapan (Hefni menulis tujuh) fungsi komunikasi dalam Islam, yaitu fungsi informasi, fungsi meyakinkan, fungsi mengingatkan, fungsi memotivasi, fungsi sosial, fungsi bimbingan, fungsi kepuasan spiritual, dan fungsi hiburan. Fungsi informasi (QS. as-Sajadah (32): 7-9) diambil dari istilah *naba'* dan *khabar*. Fungsi meya-

kinkan diambil dari metode *hivar* dan *jidat*. Fungsi mengingatkan (QS. al-Baqarah (2): 35) diambil dari metode *tadzkeir* dan *indzar*. Fungsi memotivasi diperoleh dari metode *tabligh* dan *tabsyir*. Fungsi sosial didapat dari metode *ta'aruf*. Fungsi bimbingan dari metode *irsyad* dan *wasiat*. Fungsi kepuasan spiritual dari *man'idah* dan *nasihat*. Fungsi hiburan diambil dari istilah *idkbal al-surur*. Ketujuh fungsi tersebut digambarkan sebagai berikut.

Tabel 2: Istilah dan Fungsi Komunikasi

Istilah komunikasi	Fungsi	Deskripsi
<i>naba'</i> dan <i>khobar</i>	Menginformasikan	Penyebaran informasi adalah dengan menutup rapat informasi yang tidak baik yang terkait dengan orang lain, terutama yang terkait masalah pribadi .
<i>hivar</i> dan <i>jidat</i>	Meyakinkan	Membuat ide, pendapat, gagasan yang kita miliki bisa diterima oleh orang lain dengan hati dan tidak terpaksa.
<i>tadzkeir</i> dan <i>indzar</i>	Mengingatkan	Dakwah agama adalah salah satu cara untuk menginformasikan kepada manusia agar selalu ingat tentang tujuan hidup dan bagaimana mengisi hidup sebenarnya.
<i>tabligh</i> dan <i>tabsyir</i>	Memotivasi	Manusia dalam hidupnya membutuhkan <i>charge</i> karena semangat hidup manusia secara umum tidak stabil. Komunikasi adalah salah satu cara untuk menyuntikkan motivasi kepada orang lain.
<i>ta'aruf</i> .	Sosial	Dengan ta'aruf, hubungan antar manusia menjadi tersambung. Ta'aruf yang baik akan melahirkan keinginan untuk saling membantu sapa ke tingkat saling mengayomi.
<i>irsyad</i> dan <i>wasiat</i>	Bimbingan	Membimbing orang untuk melakukan perbuatan baik dan menangkal untuk berbuat yang negatif. Memperbaiki kondisi mereka yang sudah rusak. Mengarahkan orang menemukan potensi yang mereka miliki. Mengembangkan potensi manusia agar lebih maksimal.
<i>man'idah</i> dan	Kepuasan spiritual	Manusia selalu rindu ingin berkomuni-

<i>nasibat</i>		kasi dengan Allah, terutama saat berada dalam keadaan sulit.
<i>idkbal al-surur</i>	Menghibur	Mengucapkan selamat merupakan upaya menghibur dalam komunikasi antar manusia.

Sumber: Diolah dari Harjani, blm. 156-184

Mengenai prinsip komunikasi Islam, berdasarkan penelitian tentang karakter komunikasi dalam Al-Quran dan As-Sunnah Hefni menemukan 12 prinsip dasar yang melekat pada komunikasi Islam, yaitu prinsip ikhlas (QS. al-Anam (6): 162-163 & 36, QS. al-A'raaf (7): 79 & 204, QS. Nuh (71): 5-7, QS. az-Zumar (39): 17-18), prinsip pahala dan dosa (QS. al-Baqarah (2): 197), prinsip kejujuran, prinsip kebersihan (QS. al-Baqarah (2): 223. QS. ar-Rad: 28), prinsip berkata positif, prinsip paket (hati, lisan, perbuatan. QS. ash-Shaff (61): 2-3), prinsip dua telinga satu mulut (QS. az-Zumar (39): 17-18), prinsip pengawasan (QS. Qaf (50): 16-18), prinsip selektivitas dan validitas (QS. al-Hujurat (49): 6), prinsip saling memengaruhi, prinsip keseimbangan berita, dan prinsip privacy (QS. al-Hujurat (49): 12).

Pertama, prinsip ikhlas dapat dimaknai sebagai pilar dalam komunikasi untuk mendapatkan komunikasi yang berkualitas: mendapatkan pahala, selektif, dan produktif. *Kedua*, prinsip pahala dan dosa menegaskan bahwa setiap pesan atau pernyataan yang keluar itu mengandung konsekuensi pahala atau dosa. Lisan memiliki peran kunci dalam berkomunikasi apakah akan membawa kita kepada kesuksesan atau kehancuran. *Ketiga*, prinsip kejujuran menegaskan bahwa kejujuran dalam menyampaikan pesan adalah prinsip mendasar dalam berkomunikasi Islam, seperti tidak memutarbalikkan fakta dan tidak berdusta. *Keempat*, prinsip kebersihan dalam menyampaikan pesan komunikasi memiliki konsekuensi (dampak) yang baik, seperti pesan yang baik akan mendatangkan kenyamanan psikologis bagi yang menerimanya, sedangkan pesan-pesan sarkastis, jorok, berdarah-darah, pertengkaran, perselingkuhan, adu domba, gosip, umpatan, dan sejenisnya akan berdampak pada keruhnya hati. *Kelima*, prinsip berkata positif dapat dimaknai jika seorang komunikator yang sering mengirim pesan positif kepada komunikan akan menyimpan modal yang banyak untuk berbuat positif. *Keenam*, prinsip

paket (hati, lisan, dan perbuatan) menegaskan bahwa konsistensi antara ketiga hal tersebut menjadi ciri manusia sukses karena hakikatnya Allah tidak menyukai inkonsistensi. *Ketujuh*, prinsip Dua Telinga Satu Mulut berarti tidak semua informasi yang sampai kepada seseorang dipahami secara benar, atau dipahami secara benar tetapi beritanya tidak benar, atau beritanya benar tetapi tidak layak dikonsumsi oleh publik. *Kedelapan*, prinsip pengawasan akan membuat orang merasa diperhatikan dan dipantau. Orang yang selalu merasa dipantau biasanya lebih berhati-hati dalam mengeluarkan statemen. *Kesembilan*, prinsip Saling Memengaruhi merupakan muara semua komunikasi sehingga saling memengaruhi dengan tujuan menciptakan suasana yang sehat adalah bagian tak terpisahkan dari Islam. *Kesepuluh*, prinsip selektivitas dan validitas menegaskan bahwa pribadi yang berkualitas adalah ketika berbicara dengan data dan informasi yang akurat. *Kesebelas*, prinsip keseimbangan berita akan membuat keputusan menjadi akurat karena informasi dan faktanya lengkap dan *multiside* (banyak sumber). *Keduabelas*, prinsip privasi berarti menjaga sebagaimana firman Allah yang melarang orang beriman mencari-cari informasi tentang masalah yang masuk dalam ruang privasi (diolah dari hlm. 225-264)

Pandangan Hefni dalam buku ini dapat menjawab kritik keras Anwar Arifin dalam tulisannya berjudul “*Ilmu Komunikasi: Kini dan Tantangan Masa Depan*” (2011) bahwa kekaguan akademisi Indonesia, khususnya akademisi dalam bidang ilmu komunikasi kepada ilmuwan barat, telah membuat akademisi dan mahasiswa Indonesia selalu merasa “rendah diri” jika tidak mengambil rujukan pada grand theory dari barat. Bahkan dalam pembuatan karya ilmiah sering kali terdapat keengganan mengutip pendapat sesama ilmuwan Indonesia. Padahal, ilmuwan barat yang disebut Arifin semacam Daniel Larner, Everatt M. Rogers, Wilbur Schramm, dan kawan-kawan dari mazhab liberal dan pendukung utama teori modernisasi, telah membuat Indonesia tumbuh dengan banyak masalah dan tantangan. Hal ini, tentu juga menimbulkan sejumlah masalah dan tantangan bagi ilmu komunikasi dan para pendukungnya (akademisi), terutama yang berkaitan dengan komunikasi sosial, bisnis, dan politik.

Guru besar ilmu komunikasi universitas Hasanudin Makasar tersebut juga menegaskan bahwa jika ilmu komunikasi ingin maju dan berkembang

secara kreatif di masa depan, maka kita wajib melakukan reformasi cara berfikir yang tidak terlalu men-“dewa”-kan grand theory dari Barat, dan berusaha secara kritis dan kreatif menghasilkan teori baru yang bersumber dari masyarakat Indonesia sendiri dengan wawasan keindonesiaan (*Indonesiasentris*) dan melepaskan pandangan *Eropasentris* atau *Amerikasentris* sebagaimana yang telah dilakukan dalam historiografi Indonesia. Dengan kata lain, kita harus berani dan mampu mempribumisasikan (pribumisasi) ilmu komunikasi dengan menjauhkan dari sifat ahistoris, agar tidak terlepas dari akar budaya sejarah Indonesia.

Peluang menghadirkan “identitas komunikasi Indonesia” atau “komunikasi Islam” yang ditulis Hefni sebagaimana ditegaskan Arifin tersebut menjadi tantangan ilmuwan komunikasi di negeri nusantara dengan penduduk muslim terbesar di dunia ini. Bahkan, sejatinya, peluang kajian dalam bidang ilmu komunikasi terbuka lebar dan tidak perlu “*ewuh pakewuh*” (rendah diri) dengan ilmuwan Barat. Sebab, para ilmuwan komunikasi Barat pun tidak pernah surut berdialektika dalam mengungkap realitas komunikasi itu sendiri. Sebagaimana digambarkan oleh ilmuwan komunikasi sekaliber Littlejohn & Foss dalam bukunya *Teori Komunikasi* (2014) ketika mengungkapkan sebuah teori, katanya, “*Tidak ada teori yang akan mengungkapkan suatu “kebenaran” atau mampu untuk benar-benar menyampaikan subjek atau penelitiannya. Teori-teori berfungsi sebagai panduan yang membentuk kita memahami, menjelaskan, mengartikan, menilai, dan menyampaikan. Teori-teori merupakan susunan. Teori-teori diciptakan oleh manusia, bukan diturunkan Tuhan*”.

Tentu saja, menjadi tantangan bagi setiap ilmuwan muslim dalam rangka mengungkap pesan-pesan Tuhan (Allah SWT) sebagaimana yang dilakukan oleh Hefni. Hanya saja, sebagai sebuah kajian, diakui oleh Hefni bahwa komunikasi Islam yang ditawarkan masih harus digali lebih mendalam lagi. Pihaknya ingin menegaskan bahwa Islam sangat peduli dengan komunikasi yang menyelamatkan, meskipun secara sistematis sebagai sebuah ilmu belum mapan sebagaimana ilmu komunikasi yang sudah ada. Kata Hefni, “*Kepe-dulian Islam dalam bidang ini tergambar dari banyaknya istilah yang terkait komunikasi. Masing-masing istilah tersebut menjadi modal utama untuk menggali karakteristik ilmu komunikasi Islam*,” (hlm. 15).

