

Wawasan Al-Qur'an tentang Komunikasi Massa (Kajian Tafsir Tematik)

Budi Suhartawan*, Muizzatul Hasanah*, Ahmad Yuda Saputra**, Kardana Tri
Pamungkas***, Yanuar Agung Nugroho****

*Sekolah Tinggi Ilmu Al-Qur'an (STIQ) Ar Rahman Bogor

**Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Al-Qur'an (STIQ) Ar Rahman Bogor

***Mahasiswa Institut Teknologi Indonesia

****Mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta

Email: budi.suhartawan@stiqarrahmangmail.com

Email: muzzeinforever20@gmail.com

Email: Yuda@gmail.com

Email: Kardana.3pamungkas@gmail.com

Email: Yanuarnugroho224@gmail.com

Abstract: The Qur'anic insight on mass communication is communication between one person and another through mass media with the guidance of the Qur'an. The main purpose of this research is to introduce and socialise Qur'anic insights on mass communication through thematic studies of Qur'anic verses. The research method is categorised as a qualitative approach with the type of library research. Based on the data analysis that has been done, it is concluded that the main principles of Quranic Insights on Mass Communication include: Imitating prophetic traits (*siddiq, amanah, tablig* and *fathonah*) with knowledge and understanding, reading and learning before plunging and communicating with the masses, understanding conditions and maintaining local wisdom as long as it does not conflict with sharia, presenting solutions, using soft methods, presenting communication full of wisdom, and finally ensuring that what we convey comes from a clear and accountable source.

Keywords: *Qur'an, Mass Communication, Thematic*

Abstrak: Wawasan Al-Qur'an tentang komunikasi massa adalah komunikasi yang dilakukan seseorang dengan seorang lainnya melalui media massa dengan pedoman Al-Qur'an. Tujuan pokok dari penelitian ini adalah menjelaskan wawasan Al-Qur'an yang berkaitan tentang komunikasi massa melalui Kajian Tematik terhadap ayat-ayat Al-Qur'an. Metode penelitian termasuk katagori pendekatan Kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (*library research*). Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan disimpulkan bahwa prinsip utama Wawasan Al-Quran tentang Komunikasi Massa antara lain: Meniru sifat kenabian (*siddiq, amanah, tablig* dan *fathonah*) dengan ilmu dan kepeahaman, membaca dan belajar sebelum terjun dan berkomunikasi dengan massa, memahami kondisi dan menjaga kearifan lokal selama tidak bertentangan dengan syariat, menghadirkan solusi, menggunakan metode yang lembut, menghadirkan komunikasi yang penuh dengan hikmah (*wisdom*), dan terakhir adalah memastikan apa yang kita sampaikan berasal dari sumber yang jelas dan bisa dipertanggung jawabkan.

Kata kunci: *Al-Qur'an, Komunikasi Masa, Tematik*

Pendahuluan

Politik global di pergantian milenium ditandai oleh dua peristiwa yang berjangkauan jauh. Pertama penyebaran ide-ide demokrasi untuk masyarakat dan kebudayaan yang berada di seluruh dunia. Peristiwa kedua yang menandai politik

dunia pada pergantian milenium adalah penampakan kembali isu-isu etnik dan agama dalam urusan publik. Termasuk dalam komunikasi masa yang sangat terbuka dalam setiap waktu dan pengembangan keadaban (*civility*) yang lebih baik.¹

Bahkan Al-Qur'an mengajarkan banyak hal kepada kita, tidak hanya persoalan yang sifatnya ritual dan akidah, tetapi juga tentang bagaimana membangun logika dalam berargumentasi. Sebagaimana yang kita ketahui bagaimana Al-Qur'an menggunakan bahasa-bahasa halus (*soft language*) dalam berdiplomasi yang seolah-olah menguntungkan lawan, tetapi sebenarnya tajam menghujam logika mereka. Bahkan mengajarkan cara kita berdebat dengan baik dan santun. Kalau kita bandingkan cara kita di media masa dimana yang berdebat seolah-olah dia yang paling benar, tidak logis, sok memiliki sudut pandangan serba tahu (*omniscient point of view*) bahkan saling caci maki antara yang satu dengan yang lain. Padahal dirinya sesungguhnya memiliki sudut pandangan yang terbatas (*limited point of view*). Maka hadirnya Al-Qur'an adalah sarana mencerahkan bagaimana cara mengolah argumentasi yang baik dan benar.²

Dalam Islam, ajaran Nabi Muhammad Saw., mengatakan, kewajiban (agama) terhapus dari tiga manusia: mereka yang gila (hingga sembuh), mereka yang mabuk (hingga sadar), dan mereka yang tidur (hingga bangun). Selama orang masih tidur, seorang tidak terbebani kewajiban apapun. Allah Swt., sendiri telah menyediakan mekanisme pengaturan bangun dan tidurnya manusia, dalam bentuk metabolisme badan kita. Artinya dalam hal komunikasi masa, tidak ada alasan membangunkan orang yang sedang tidur agar sembahyang kecuali ada sebab yang sah menurut agama yang dikenal dengan nama *i'llat*.³

Contoh kongkrit dan nyata dalam hal komunikasi masa adalah ketika seorang Kiai yang mengetuk pintu tiap kamar di pesantrennya untuk membangunkan para santrinya. *I'llat*nya menumbuhkan kebiasaan bangun pagi. Begitupula istri membangunkan suaminya untuk hal yang sama karena memang ada *illat*; bukankah suami adalah teladan bagi anak-anak dan istrinya di lingkungan rumah tangga. Kebiasaan ini kalau tidak dikomunikasikan secara baik dan benar, akan melahirkan kesalahan pemahaman dalam berkomunikasi.⁴

Komunikasi merupakan hal penting yang tidak bisa lepas dari seluruh bidang kehidupan. Tiap orang tentu pernah melakukannya, karena pada hakekatnya manusia adalah makhluk sosial yang selalu bergantung pada manusia lain. Sehingga satu-satunya cara dan alat yang digunakan agar tetap bisa saling berhubungan adalah dengan berkomunikasi satu sama lain, baik itu melalui komunikasi sederhana maupun komunikasi yang tergolong canggih, karena proses penyampaiannya melalui saluran yang disebut media massa.⁵

Berdasarkan hasil analisis kajian terdahulu di atas masih terbatas dalam ruang lingkup yang lebih umum dan kurang mendalam, apalagi yang berkaitan tentang wawasan Al-Qur'an tentang komunikasi massa. Maka secara khusus tulisan ini terfokus menganalisis secara komperhensif bagaimana Al-Qur'an membicarakan tentang komunikasi masa dalam kajian tafsir tematik.

¹ Robert W. Hefner, *Islam Dan Demokratisasi Di Indonesia Civil Islam Edisi Bahasa Indonesia*, Yogyakarta: ISAI, 2001. 15.

² Nadirsyah Hosen, *Tafsir Al-Qur'an Di Medsos Mengkaji Makna dan Rahasia Ayat Suci Pada Era Media Sosial*, Yogyakarta: Bentang Pustaka, 2019. 14-15.

³ Abdurrahman Wahid, *Tuhan Tidak Perlu dibela*, Yogyakarta: Ircisod, 2018. 44-45.

⁴ Abdurrahman Wahid, *Tuhan Tidak Perlu dibela*, Yogyakarta: Ircisod, 2018. 44-45.

⁵ Jamal Mildad, Komunikasi Massa Dalam Perspektif Islam (Kajian Terhadap Al-Qur'an pada Ayat-ayat Tabayyun). *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol 2, No 2 (2016), 1.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan *library research*, di mana dalam pengumpulan bahan dan data penelitian dilakukan melalui penelaahan teks Al-Qur'an, Tafsir, dan referensi lain yang mendukung dan dianggap penting pada penelitian ini. Adapun metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode tematik. Al-Farmawi memperkenalkan bahwa diantara metode terbaik yang harus dipakai dalam kajian tafsir adalah metode tematik.⁶ Adapun metode tafsir tematik bisa dilakukan dengan beberapa langkah nyata. Di antaranya; Menghimpun ayat-ayat yang berkenaan dengan judul, Menelusuri *asbab nuzul*, Meneliti semua kata atau kalimat yang dipakai, terutama kosakata yang menjadi permasalahannya, Mengkaji pemahaman ayat dari para Muffasir, mengajai secara komperhensif dan sesuai kaidah-kaidah tafsir, dan didukung oleh fakta dan argumen-argumen Al-Qur'an, hadis dan fakta-fakta sejarah yang dapat ditemukan.⁷

Deskripsi Seputar Sejarah dan Definisi Komunikasi Masa

Sejarah perkembangan komunikasi massa dapat diuraikan dalam empat tahapan utama, yakni: Era penggunaan isyarat dan lambang. Era ini ditandai dengan interaksi manusia yang sangat sederhana; Era berbicara dan penggunaan bahasa. Era ini berlangsung sekitar 300.000 s.d. 200.000 SM yang merupakan cikal bakal kemampuan manusia dalam berbicara dan berbahasa; Era media tulisan. Era ini berlangsung sekitar 5000 SM.; Era media cetakan. Mesin cetak diciptakan di Cina pada awal abad ke-15. Pada tahun 1455, terjadi penyempurnaan mesin cetak oleh Guttenberg di Jerman. Perkembangan media komunikasi massa dimulai dengan terbitnya surat kabar pertama di Belanda, Inggris dan Prancis (1618-1648). Selanjutnya berkembang pula *yellow journalism* yang bersaing dengan *responsible journalism*. Surat kabar mencapai puncak perkembangan pada sekitar tahun 1890 s.d. 1920. Munculnya komunikasi massa berperan penting dalam menambah bentuk komunikasi tatap muka, bermakna, dan menyebarkan budaya massa baru, terutama pada abad ke-19. Penemuan telepon merupakan suatu pengembangan dari penggunaan elektronik pada komunikasi antarpersona.⁸

Fotografi ditemukan pada abad ke-19 yang pada awalnya digunakan untuk potret keluarga yang dilakukan oleh para seniman. Radio berkembang pada awal abad ke-20 yang pada mulanya dimaksudkan untuk kepentingan militer. Berkembangnya medium televisi semakin menambah kemudahan dan kenyamanan dalam akses informasi dan hiburan bagi masyarakat. Televisi merupakan media yang bersifat audio-visual. Penggunaan media digital (internet) semakin melengkapi kebutuhan manusia akan akses informasi dan hiburan. Internet memiliki kekuatan yang sangat besar untuk menggabungkan berbagai karakter media massa sebelumnya, seperti surat kabar, majalah, radio, dan televisi.⁹

Komunikasi berasal dari bahasa latin *Communicare* yang berarti *to share* (berbagi). Komunikasi diartikan sebagai tata hubungan, aktivitas manusia yang sudah berlangsung sejak zaman pra sejarah dalam rangkaian kegiatan berbagai

⁶ M. Quraish Shihab mengatakan bahwa metode tematik adalah suatu metode yang mengarahkan pandangan kepada satu tema tertentu, lalu mencari pandangan Al-Qur'an tentang tema tersebut dengan jalan menghimpun semua ayat yang membicarakannya, menganalisis, dan memahaminya ayat demi ayat, lalu menghimpunnya dalam bentuk ayat yang bersifat umum dikaitkan dengan yang khusus, dan lain-lainnya. M. Quraish Shihab, *Kaidah Tafsir*, Ciputat: Lentera Hati, 2013, 385

⁷ Nashruddin Baidan, *Metodologi Penafsiran Al-Qur'an*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000, 151.

⁸ Abdul Halik, *Komunikasi Masa*, Makasar: Uin Makasar, 2013. 19.

⁹ Abdul Halik, *Komunikasi Masa*, Makasar: Uin Makasar, 2013. 19.

informasi, keterangan atau pengetahuan di antara sekurang-kurangnya dua orang atau lebih maupun antara dua kelompok manusia.¹⁰

Kesanggupan manusia akan melahirkan perasaan, ketangkasan lidah, berkata dan bersikap yang gembira adalah tanda orang yang mampu menyampaikan pesan komunikasi yang baik dan menarik. Maka tidak heran ketika Nabi Musa diutus untuk menantang Fir'aun dan mendapatkan izin dari Allah untuk menghadap di Bukit Tursina, Nabi Musa memohon agar dilapangkan dadanya, pekerjaannya dimudahkan dan lidahnya dipasihkan. Nabi Musa menyadari kekurangannya dalam berbicara. Bahkan beliau meminta pendamping dalam menghadapi komunikasi dengan masa lewat perantara Nabi Harun yang lebih fasih darinya. Guna bisa menyampaikan pesan ilahi secara baik dan benar kepada masa atau kaumnya.¹¹

Proses penyampaian pesan, pikiran, kehendak dan perasaan kepada orang lain dapat dilakukan secara lisan, tulisan, dengan menggunakan gerak-gerik, anggota tubuh dan mimik. Perumusan pesan-pesan tersebut lebih dimungkinkan dengan menggunakan bahasa dan lambang-lambang lain yang dapat dipahami bersama. Ilmu komunikasi makin berkembang dengan ditemukannya aksara dan mesin cetak pada abad X di Cina dan abad XII di Jepang.¹²

Ilmu komunikasi massa bertambah sempurna dengan penemuan alat *fotografi* oleh *Louis Degnerre* yang dapat mengabadikan berbagai peristiwa dalam bentuk gambar visual tahun 1822. Samuel Morse menemukan *telegrafi* jarak jauh tahun 1844. Alexander Graham Bell menemukan *telephone* yang dapat menghemat waktu dan memperpendek jarak, pada tahun 1876. Paul Niphon telah merintis penggunaan pesawat Televisi sebagai media komunikasi massa tahun 1883. Bahkan dalam era globalisasi yang sedang kita hadapi ini, kecanggihan teknologi akan memacu lebih cepat ilmu komunikasi massa di bidang perkembangan kultur budaya masyarakat. Ilmu komunikasi massa sebagai obyek studi adalah suatu aktivitas kerja yang bertujuan memberikan informasi, instruksi, pendidikan, penerangan dan sebagainya. Menurut Horald Lasswell dalam bukunya *The Structure and Function of Communications in Society*, komunikasi massa paling tidak akan melibatkan lima unsur pokok yaitu komunikator (sumber, pengertian, pesan, media penerima dan efek. Banyak ayat Al-Qur'an yang mengungkapkan beberapa prinsip, metodologi dan teknologi mengenai ilmu komunikasi massa.¹³

Berbagai macam pengertian dari komunikasi masa secara umum kita dapat mengartikan komunikasi massa dapat diartikan dalam dua cara, yakni: Pengertian secara luas. Komunikasi yang pesan-pesannya bersifat umum dan terbuka. Tekanannya pada informasi atau pesan-pesan sebagai gejala sosial. Fokusnya pada orang-orang yang melakukan pembagian informasi dan pengertian secara khusus (teknis). Komunikasi yang pesan-pesannya disampaikan melalui media massa. tekanannya pada media massa sebagai gejala teknik. Fokus kajiannya pada media yang menyebarkan informasi.¹⁴

Maka komunikasi massa dapat disimpulkan sebagai komunikasi yang menggunakan media massa. Media massa adalah merupakan penciri utama yang membedakan antara komunikasi massa dan sistem komunikasi lainnya. Di samping itu, pihak penerima pesan (*meseage*) dalam komunikasi massa (khalayak) merujuk pada sejumlah besar orang yang tidak harus berada dalam lokasi atau tempat yang

¹⁰ Darwish Hude, Dkk. *Cakrawala Ilmu Dalam Al-Qur'an*, Jakarta: Firdaus, 2002, 360-368.

¹¹ Hamka, *Pribadi Hebat*, Depok: Gema Insani, 2014. 52-53.

¹² Darwish Hude, Dkk. *Cakrawala Ilmu Dalam Al-Qur'an*, Jakarta: Firdaus, 2002. 360-368.

¹³ Darwish Hude, Dkk. *Cakrawala Ilmu Dalam Al-Qur'an*, Jakarta: Firdaus, 2002. 360-368.

¹⁴ Abdul Halik, *Komunikasi Masa*, Makasar: Uin Makasar, 2013. 7.

sama. Namun, ikatan yang menyatukan mereka adalah karena sama-sama menikmati pesan yang sama dari media massa dalam waktu yang relatif bersamaan. Komunikasi massa merupakan jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media massa sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

Ciri-Ciri Komunikasi Massa

Proses komunikasi massa lebih bersifat kompleks jika dibandingkan dengan komunikasi lainnya. Pesan-pesan yang terdapat di dalam media massa akan lebih sulit dalam memilih siapa pembuatnya, atau siapa pihak yang bertanggung jawab dalam menangani hal tersebut. Yang menjadi ciri khas dalam komunikasi massa tidak hanya persoalan sulit dalam memilih yang bertanggung jawab dengannya. Komunikasi massa juga memiliki ciri unik komunikasi yang bersifat awam. sesuai dengan namanya, komunikasi massa, yang berarti jenis komunikasi yang dilakukan atau ditujukan kepada masa yang bersifat banyak, masyarakat awam secara luas.¹⁵

Informasi yang disampaikan menggunakan komunikasi massa akan dengan cepat menyebar ke khalayak ramai karena media komunikasi ini sangat mudah ditemukan serta digunakan. Artinya bahwa masyarakat awam bisa dengan cepat untuk menerima informasi yang dipergunakan oleh media komunikasi massa. Selain itu, karakteristik yang lainnya adalah media komunikasi massa bersifat serempak. informasi yang disebarkan ini akan dengan serempak didapat oleh masyarakat umum serta masyarakat luas karena pengirimnya yang hanya dilakukan satu kali menggunakan tujuan utamanya yaitu umum, maka komunikator tak wajib melakukan pengiriman secara berulang, sehingga pesan akan dengan mudah serta cepat tersampaikan dengan serempak.¹⁶

Komunikasi massa bersifat satu arah. karena di antara komunikator serta komunikan tak bertatap muka secara pribadi, maka tidak akan terdapat dialog antara keduanya. Seorang komunikator akan sibuk dengan kegiatan penyampaian pesan yang ia lakukan. sementara seorang komunikan akan sibuk dengan aktivitas ia mendapatkan pesan, dengan begitu komunikasi ini hanya bersifat satu arah. *Feedback* yang tertunda atau secara tidak langsung juga merupakan salah satu karakteristik komunikasi media massa. dalam hal ini penyebab komunikasi mampu tertunda atau secara tidak langsung sebab proses yang dilakukan antara komunikator dengan komunikan tidak bertatap muka secara langsung sehingga dapat terjadi penundaan pada pengiriman pesan.¹⁷

Fungsi Penting Komunikasi Massa

Manusia sebagai makhluk sosial menduduki posisi yang sangat penting dan strategis. Sebab, hanya manusialah satu-satunya makhluk yang diberi karunia bisa berbicara. Dengan kemampuan bicara itulah, memungkinkan manusia membangun hubungan sosialnya dan komunikasi masa.¹⁸ Secara umum, penggunaan komunikasi

¹⁵ Winda Kustiawan, Fikrah Khairani Siregar, Sasi Alwiyah, Rofifah Abiyyah Lubis, Fatma Zuhro Gaja, Nilam Sari Pakpahan, Nurhayati. Komunikasi Massa. *Journal Analytica Islamica*: Vol. 11 No. 1 Januari - Juni 2022.

¹⁶ Winda Kustiawan, Fikrah Khairani Siregar, Sasi Alwiyah, Rofifah Abiyyah Lubis, Fatma Zuhro Gaja, Nilam Sari Pakpahan, Nurhayati. Komunikasi Massa.

¹⁷ Winda Kustiawan, Fikrah Khairani Siregar, Sasi Alwiyah, Rofifah Abiyyah Lubis, Fatma Zuhro Gaja, Nilam Sari Pakpahan, Nurhayati. Komunikasi Massa.

¹⁸ Subur Wijaya. Al-Quran Dan Komunikasi (Etika Komunikasi Dalam Perspektif Al-Qur'an). *Jurnal al-Burhan* Vol. 15 No. 1 tahun 2015. 2.

massa di samping untuk menjalankan fungsi utamanya seperti memberi informasi dan hiburan, juga dimanfaatkan untuk kepentingan-kepentingan khusus, misalnya sebagai media dakwah. Media massa memiliki keunggulan tersendiri dalam penggunaannya sebagai media dakwah. Metode dakwah melalui komunikasi publik (ceramah) secara langsung tidak mampu menjangkau khalayak (umat) secara lebih luas dan efektif. Dengan potensi yang dimilikinya, media massa dapat dimanfaatkan oleh para *da'i* (komunikator) untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah secara luas kepada umat (khalayak). Dewasa ini, Komunikasi massa atau media massa mempunyai peran yang penting pada perkembangan kehidupan masyarakat. Adapun fungsi dari komunikasi masa bagi masyarakat. Antara lain:

Pertama, Pengawasan. Fungsi supervisi komunikasi massa dibagi pada bentuk utama: pertama, *Warning of beware surveillace* (pengawasan peringatan) yaitu fungsi pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang ancaman. Dan kedua, *instrumental surveillance* (pengawasan instrumental) yaitu penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.¹⁹

Kedua, *Interpretation* (Penafsiran). Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, namun juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Tujuan penafsiran media ingin mengajak para pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan serta membahasnya lebih lanjut.

Ketiga, *Linkage* (Pertalian). Media massa bisa menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk *linkadge* (pertalian) berdasarkan kepentingan dan niat yang sama tentang sesuatu. kelompok-kelompok yang mempunyai kepentingan yang sama namun terpisah secara geografis dipertalikan atau dihubungkan media.

Keempat, *Transmission of Values* (Penyebaran Nilai-Nilai). Fungsi ini juga disebut sosialisasi. sosialisasi mengacu pada cara, dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang diperlukan mereka. menggunakan perkataan lain, media mewakili kita menggunakan model peran yang kita amati serta harapkan untuk menirunya.

Kelima, *Entertainment* (Hiburan). Sulit dibantah lagi bahwa di kenyataannya hampir semua media menjalankan fungsi hiburan. Fungsi dari media massa berfungsi sebagai menghibur tiada lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan membaca berita-berita ringan atau melihat tayangan hiburan pada televisi dapat membuat pikiran khalayak menjadi segar kembali.²⁰

Dan Keenam, Kolaborasi dan koordinasi. Kolaborasi dan koordinasi memiliki pengertian yang berbeda. Kalau kolaborasi adalah usaha bersama untuk mencapai tujuan dan kesepahaman. Sedangkan koordinasi adalah proses dalam mengintegrasikan seluruh aktivitas dari berbagai departemen atau bagian dalam

¹⁹ Pengawasan adalah proses dalam menetapkan ukuran kinerja dan pengambilan tindakan yang dapat mendukung pencapaian hasil yang diharapkan sesuai dengan kinerja yang telah ditetapkan. Adapun tujuan dari pengawasan kalau dikaitkan dengan komunikasi massa adalah apa yang diungkapkan oleh Griffin bahwa terdapat empat tujuan dan fungsi pengawasan. Keempat tujuan tersebut adalah adaptasi lingkungan, meminimalkan kegagalan, meminimumkan biaya dan mengantisipasi kompleksitas dari organisasi. Ernie Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Menegemen*, Jakarta: Kencana, 2017. 317.

²⁰ AB. Wardani, *Karakteristik Komunikasi Massa*, dikutip Pada Laman [Http://E-Journal.Uajy.Ac.Id](http://E-Journal.Uajy.Ac.Id). diakses pada Ahad, 8 Maret 2023 pk1. 08.25 WIB.

suatu organisasi massa agar tujuan organisasi termasuk komunikasi masa bisa tercapai secara efektif. Tanpa ada koordinasi dan kolaborasi maka tujuan tidak akan terarah dan cenderung membawa misi masing-masing.²¹

Teori Komunikasi Massa Yang Berkembang

Komunikasi massa dapat dijelaskan dari dua cara pandang, yakni bagaimana orang memproduksi pesan dan menyebarkannya melalui media di satu pihak, dan bagaimana orang-orang mencari serta menggunakan pesan-pesan tersebut di pihak lainnya. Perkembangan media massa sendiri banyak dikaitkan dengan sejumlah faktor yang melingkupinya, misalnya jumlah melek huruf yang semakin besar, perkembangan pesat dalam bidang ekonomi, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, fenomena urbanisasi, dan faktor iklan.²² Adapun teori komunikasi massa menurut para ahli;

Pertama, Teori Jarum Hipodermik (*Hypodermic Needle Theory*). Teori jarum hipodermik juga dikenal dengan sebutan *Magic Bullet* atau *Stimulus Response Theory*. Model ini mempunyai asumsi bahwa komponen-komponen komunikasi (komunikator, pesan, media) amat perkasa dalam mempengaruhi komunikasi. Disebut jarum Hipodermik karena dalam model ini dikesankan seakan-akan komunikasi disuntikkan ke dalam jiwa komunikan, sebagaimana obat disimpan dan disebarkan dalam tubuh sehingga terjadi perubahan dalam system fisik begitupula pesan-pesan persuasive mengubah sistem psikologis. Sedangkan Teori Jarum Suntik, komunikasi politik itu berlangsung dalam sebuah proses seperti ban berjalan yang berputar secara mekanis, dengan unsur-unsur yang jelas, yaitu sumber (*mediator*), pesan (*komunike*), saluran (media), penerima (khalayak) dan umpan balik (efek). Artinya sumber pengirim pesan kepada penerima melalui saluran tentu menimbulkan akibat atau efek.²³

Selain itu, Teori jarum hipodermik atau dikenal juga dengan sebutan teori peluru merupakan salah satu teori komunikasi massa khususnya teori efek media massa yang digagas oleh Harold Lasswell pada tahun 1920-an ketika menulis sebuah buku "propaganda *technique*,"²⁴ semasa perang dunia. Teori jarum hipodermik merupakan salah satu model komunikasi linear yang menitik beratkan pada kekuatan pengaruh media terhadap khalayak.²⁵

Kedua, Teori Pengembangan atau Teori Kultivasi. Teori kultivasi diperkenalkan pertama kali diperkenalkan oleh George Gerbner.²⁶ Dimana Gerbner

²¹ Ernie Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Menegemen*, Jakarta: Kencana, 2017. 158.

²² Abdul Halik, *Komunikasi Masa*, Makasar: UIN Makasar, 2013. 2.

²³ Arifin Anwar. *Komunikasi Politik: Paradigma Teori Aplikasi Strategi Dan Komunikasi Politik Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. 2003. 41.

²⁴ Istilah Propaganda kalau Kita Perhatikan Istilah Ini Yang Ada Dibenak Dan Pikiran Adalah Langsung Mencetak Gambaran Di Benak Orang Sebagai Suatu Tindakan Yang Buruk. Padahal Dalam Terminologi Komunikasi Propaganda: "The Use of A Variety Of Communication Techniques That Create An Emotional Appeal To Accept A Particular Belief Or Opinion, To Adopt A Certain Behavior Or To Perform A Particular Action. There Is Some Disagreement About Whether All Persuasive Communication Is Propagandistic or Whether The Propaganda Label Can Only Be Applied To Dishonest Messages". Dimana Istilah Propaganda Mungkin Sering Kita Dengar Dari Percakapan, Atau Kita Lihat Dan Baca Dari Berbagai Sumber Bahan Bacaan Seperti Buku, Surat Kabar Atau Dokumen Lain. Moeryanto Ginting Munthe. Propaganda Dan Ilmu Komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2 (2), 39-50. <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v2i2>. 191

²⁵ Jalaluddin Rakhmat, Idi Subandy Ibrahim, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016. 144.

²⁶ H. A. Saefuddin dan Antar Venus. Cultivation theory. *Jurnal Mediator*, vol. 8. No. 1. Juni 2007. 83.

memfokuskan penelitiannya terhadap konsepsi mengenai realitas sosial yang dikultivasi dalam khalayak anak-anak dan orang dewasa pada penonton televisi. Teori ini memprediksikan dan menjelaskan formasi dan pembentukan jangka panjang dari persepsi, pemahaman, dan keyakinan mengenai dunia sebagai akibat dari konsumsi pesan-pesan yang disampaikan media massa. Pesan-pesan yang diproduksi secara massal oleh televisi dan kesan-kesan yang ditimbulkan dapat membentuk arus utama dari lingkungan simbolis umum yang dapat mempengaruhi penontonnya.²⁷ Sehingga, pecandu berat televisi akan menganggap bahwa apa yang terjadi di televisi merupakan dunia senyatanya. Padahal, hal itu belum tentu terjadi di dunia nyata. Dengan kata lain, penilaian, opini penonton, persepsi mereka akan digiring supaya sesuai dengan apa yang mereka lihat di televisi.²⁸

Ketiga, Teori Imperialisme Budaya (*Cultur Imperialism Theory*). Dikemukakan oleh Herb Schiller tahun 1973. Teori ini berguna untuk menjelaskan bahwa bangsa Barat mendominasi media di hampir semua bagian di dunia ini sehingga pada gilirannya mempunyai kekuatan pengaruh yang sangat kuat terhadap budaya dunia ketiga (Negara-Negara yang belum dan yang sedang berkembang). Caranya adalah dengan mengganggu dan menetapkan pandangan-pandangan mereka atas kondisi budaya lokal sehingga budaya lokal semakin rusak.²⁹

Keempat, Teori Persamaan Media (*Media Equation Theory*). Teori persamaan media atau yang disebut dengan media *equation theory* ingin menjawab permasalahan kenapa orang-orang secara tidak sadar dan bahkan secara otomatis merespon apa yang dikomunikasikan oleh media, seolah-olah media itu juga manusia. Selain itu, teori yang satu ini juga memperhatikan bahwa media juga dapat diajak berbicara. Media dapat menjadi lawan bicara seseorang seperti dalam komunikasi interpersonal yang melibatkan dua orang dalam situasi tatap muka.

Kelima, Teori Spiral Keheningan (*Spiral Of Silence Theory*). Lahirnya berbagai teori komunikasi tidak terlepas dari kehadiran media massa ditengah-tengah kehidupan masyarakat. Aktifitas media massa ini kemudian menimbulkan berbagai fenomena komunikasi dan selanjutnya para ahli mengamati serta mengkaji fenomena tersebut. Dari pengkajian ini lahirlah berbagai asumsi, model komunikasi sampai teori komunikasi.³⁰

Teori spiral keheningan adalah gejala atau penomena yang melibatkan saluran komunikasi personal melalui media. Media berfungsi sebagai penyebar opini publik yang menghasilkan pendapat pandangan yang dominan.³¹ Dimana teori ini dicetuskan oleh Elizabeth Noelle Neumann ini menganggap bahwa suara minoritas sulit untuk diterima oleh media. Sehingga hal itu menyebabkan kelompok minoritas ini harus menyembunyikan pendapat atau pandangan mereka saat berada di dalam kelompok mayoritas.³²

Keenam, Teori Determinisme Teknologi (*Technological Determinism Theory*). Teori determinisme teknologi ini pertama kali dikemukakan oleh Marshall

²⁷ Abdul Halik, *Komunikasi Masa*, Makasar: UIN Makasar, 2013. 32.

²⁸ Mcquail, Dennis. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika. 2011. 256.

²⁹ Muhammad Qadaruddin Abdullah. *Teori Komunikasi Media Massa*. Dikases Pada Hari Senin Tanggal 16 Januari 2023 Di Jonggol Bogor Jam 11.30 Wib.

³⁰ Yan Hendra. Spiral Of Silence Theory Versus Perkembangan Masyarakat Sebuah Penjelasan Dan Kritik Teori. *Jurnal Simbolika: Research and Learning In Comunication Study*, 5 (2) Oktober 2019,109. ISSN 2442-9198 (Print) ISSN 2442-9996 (Online) DOI: [Http://Dx.Doi.Org/10.31289/Simbollika.V5i2.2859](http://Dx.Doi.Org/10.31289/Simbollika.V5i2.2859).

³¹ Morisan. Teori Spiral of Sailence: Perkembangan Terkini dan Implikasinya Terhadap Studi Media Masa. *Jurnal Mediakom. Volume. 2 Nomor 4 September, 2009*, 72.

³² Morissan. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Jakarta: Kencana, 2013.

McLuhan di tahun 1962. Ide dasar dari teori ini yakni bahwa perubahan yang terjadi di berbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk juga keberadaan manusia itu sendiri. Teknologi membentuk individu terkait bagaimana cara mereka berpikir dan berperilaku dalam masyarakat. Sehingga teknologi tersebut pada akhirnya mengarahkan manusia untuk bergerak lebih maju.³³

Ketujuh, Teori Difusi Inovasi. Artikel berjudul *The Peoples Choice* yang ditulis oleh Paul Lazarfeld, Bernard Barelson, dan H. Gaudet pada tahun 1944 menjadi titik awal munculnya teori difusi-inovasi. Di dalam teori ini dikatakan bahwa komunikator yang mendapatkan pesan dari media massa sangat kuat untuk mempengaruhi orang-orang. Dengan demikian, adanya inovasi (penemuan), lalu disebarkan (*difusi*) melalui media massa akan kuat mempengaruhi massa untuk mengikutinya. Teori ini di awal perkembangannya mendudukan peran pemimpin opini dalam mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. Artinya, media massa mempunyai pengaruh yang kuat dalam menyebarkan penemuan baru. Apalagi jika penemuan baru itu kemudian diteruskan oleh para pemuka masyarakat. Menurut Rogers dan Shoemaker difusi adalah proses dimana penemuan disebarkan kepada masyarakat yang menjadi anggota sistem sosial.³⁴

Munculnya teori difusi inovasi dimulai tahun 1903 oleh seorang sosiolog yang berasal dari Perancis, yakni Gabriel Tarde. Menurut teori difusi inovasi ini, sesuatu yang baru akan menimbulkan keingintahuan masyarakat untuk mengetahuinya. Dimana seseorang yang menemukan hal baru cenderung akan mensosialisasikan dan menyebarkannya. Sehingga, teori ini lebih fokus menemukan hal yang baru, cenderung akan membagikan informasi tersebut kepada orang lain melalui media massa.³⁵

Kedelapan, Teori Penggunaan dan Kepuasan (*Uses and Gratification Theory*). Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz (1974). Teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Pengguna media mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya. Jelasnya, permintaan yang paling baik adalah yang Dia pilihkan untukmu. Allah Maha Mengetahui kebutuhan kita. Maka sepatutnya dikembalikan kepada Allah Swt., adalah apa yang Dia berikan yang berasal dari-Nya.³⁶

Teori penggunaan kepuasan dikemukakan oleh Herbert Blumer ini mengajarkan kepada kita bahwa penggunaan media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media. Guna menghasilkan komunikasi yang terbaik yang sesuai dengan elemen dasar dari teori yang mendukung. Setidaknya ada beberapa elemen dasar yang mendasari pendekatan teori ini: Kebutuhan dasar dalam interaksinya, kombinasi antara intra dan ekstra individu, dan struktur masyarakat, media, menghasilkan percampuran personal individu, dan persepsi solusi, berbagai motif untuk mencari pemenuhan atau penyelesaian persoalan, yang menghasilkan,

³³ Teguh Ratmanto, Determinisme Teknologi Dalam Teknologi Komunikasi Dan Informasi, *Jurnal Mediator Vol. 6. No. 1. Juni 2005*, 44.

³⁴ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2007. 187-188.

³⁵ https://www.google.com/url?sa=T&Rct=J&Q=&Esrc=S&Source=Web&Cd=&Cad=Rja&Uact=8&Ved=2ahukewikrywod_8ahvih7cahqhebmaqfnoecceq&Url=https%3A%2F%2Fwww.Gramedia.Com%2Fliterasi%2Fteori-Difusi-Inovasi%2F&Usg=Aovvaw3sfqukf4g5e6o99fg_Ckc_ Diakses Selasa 24 Januari 2023- Jam 10.53. Wib Di Kampus STIQ Ar Rahman Bogor.

³⁶ Syekh Ahamd Zarruq, *Al-Hikam Ibn Athaillah*, Jakarta: Qalam, 2017. 197.

perbedaan pola konsumsi media dan (perbedaan pola perilaku sekaligus akan mempengaruhi struktur media, politik, kultural, dan ekonomi dalam masyarakat.³⁷

Untuk saat sekarang manusia sudah berkembang baik dalam hal sosial, teknologi dan pendidikan, sehingga individu telah dianggap pintar dalam menentukan pilihan termasuk media. Oleh karena itu teori ini tepat di aplikasikan untuk penelitian tentang komunikasi massa pada zaman sekarang, karena audiens bukanlah individu “pasif” lagi yang hanya menerima mentah-mentah apa yang disampaikan oleh media. Namun audiens sekarang adalah individu “aktif” yang memiliki latar belakang pendidikan yang lebih baik dan memilih dan memilah media yang akan dikonsumsi atau tidak. Kedua, media merupakan bagian dari kehidupan.³⁸

Kesembilan, Teori Pengaturan Agenda (*Agenda Setting Theory*). Teori pengaturan agenda akan menciptakan public awareness atau kesadaran masyarakat dengan menekankan sebuah isu yang dinilai paling penting untuk didengar, dilihat, dibaca, dan dipercaya di media massa. Tokohnya Bernard Cohen, Maxwell Mc. Combs, dan juga Donald Shaw. Teori yang satu ini didasari oleh asumsi para peneliti, yakni bahwa pers dan media tidak merefleksikan kenyataan yang sebenarnya kepada khalayak umum. Istilah agenda-setting diciptakan Mc. Combs dan Shaw untuk menggambarkan fenomena yang telah diketahui dan diteliti dalam konteks kampanye pemilu.³⁹ E.M. Griffin dalam Morissan, menyatakan bahwa McComb dan Donald Shaw meminjam istilah “agenda-setting” dari Bernard Cohen (1963) melalui laporan penelitian tentang media massa. Media massa merupakan istilah yang digunakan sebagai sarana mempublikasikan berita sebagai hasil kerja jurnalistik.⁴⁰

Kesepuluh, Teori Media Kritis (*Media Critical Theory*). Teori kritis memberikan perhatian yang sangat besar pada alat-alat komunikasi dalam masyarakat. Komunikasi merupakan suatu hasil dari tekanan (tension) antara kreativitas individu dalam memberikan kerangka pada pesan dan kendala-kendala sosial terhadap kreativitas tersebut. Hanya jika individu benar-benar bebas untuk megespresikan dirinya dengan kejelasan dan penalaran, maka pembebasan akan terjadi, dan kondisi tersebut tidak akan terwujud sampai munculnya suatu tatan masyarakat yang baru.⁴¹

Bahwa Teori media kritis akarnya berasal dari aliran ilmu-ilmu kritis yang bersumber pada ilmu sosial marxis. Tokohnya antara lain; Karl Marx, Engels (pemikir klasik), George Lukacs, dan lainlain. Media harus terus mengkritisi setiap ketidakadilan di sekitarnya. Hal ini juga berarti, media tidak boleh tunduk pada pemilik modal yang kadang ikut menghegemoni isi medianya. Pemilik modal dalam pandangan teori ini menjadi pihak yang mementingkan pihak status quo. Media

³⁷ Muhammad Qadaruddin Abdullah. *Teori Komunikasi Media Massa*. Dikases Pada Hari Senin Tanggal 16 Januri 2023 Di Jonggol Bogor Jam 11.30 WIB.

³⁸ Humaizi. *Uses And Gratifications Theory*. Medan: USU Press, 2018. 55-56

³⁹ Jika Dikaitan Dengan Teori Pengaturan Earth Hour Malang’s Public Awareness Campaigns Are Related to Efforts to Fight For Environmental Issues To Gain Attention With The Society And Stakeholders. Najamuddin Khairur Rijal & Radityo Widiatmojo. 287 Public Awareness Campaigns Model of Global Civil Society at The Local Level: Case Of Earth Hour Malang. *Global Strategis, Th. 15, No. 2* <https://doi.org/10.20473/Jgs.15.2.2021.287-320>.

⁴⁰ Morissan. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group. 2015. 492.

⁴¹ S. Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi*, Jakarta, Universitas Terbuka, 1994. 393 dan Maria Ulfa Batoebara. Media Kritis, Pemerintah Berang. *Jurnal Network Media Vol: 2 No. 1. Februari 2019* | ISSN: 2569 – 6446.

harus terus mengkritisi dan melawan segala bentuk hegemoni dan kekuasaan yang hanya berada di tangan penguasa.⁴²

Ayat-Ayat Rujukan Seputar Komunikasi Masa

Surat Al-Baqarah/2: 213

Dalam Ayat ini, menjelaskan tentang hakikat satu umat yang harus saling mendukung. Allah Swt., menciptakan mereka sebagai makhluk sosial yang saling berkaitan dan membutuhkan. Mereka sejak dulu hingga kini baru dapat hidup jika saling membantu sebagai satu umat, yakni kelompok yang memiliki persamaan dan keterkaitan. Tentu saja mereka berbeda-beda dalam satu profesi dan kecenderungan. Ini karena kepentingan mereka banyak, dengan perbedaan tersebut, yang ini dapat menyiapkan satu jenis kebutuhan untuk dirinya dan orang lain, dan yang itu menyiapkan jenis kebutuhan untuk dirinya dan orang lain, dan yang itu menyiapkan jenis kebutuhan yang lain untuk dirinya dan orang lain.⁴³ Dalam kaitan dengan komunikasi massa dibutuhkan saling mendukung (*support*) satu sama lain. Untuk melahirkan kebersamaan dalam satu bingkai persatuan umat di tengah bangsa Indonesia yang majemuk ini.

Surat Al-Baqarah/2:263

Buya Hamka ketika menafsirkan Surat Al-Baqarah/2: 236 suatu kata yang patut dan menutup (rahasia) lebih baik daripada bersedekah yang diiringi dengan menyakiti dan Allah adalah Maha Kaya. Bahkan beliau mengilustrasikan dengan satu contoh; Kadang-kadang sedang tidak ada yang dibutuhkan dan akan diberikan. Kadang keadaan diri sendiri dalam keadaan tidak memiliki sesuatu. Tiba-tiba datang seorang meminta kepada kita. Padahal dia sangat membutuhkan uluran tangan kita. Maka tindakan kita adalah mengucapkan ucapan yang manis dan sopan. Agar mereka merasa senang hatinya, walaupun kita tidak memberinya.⁴⁴

Surat Ali Imran/3: 58

ذَلِكَ نَتْلُوهُ عَلَيْكَ مِنَ الْآيَاتِ وَالذِّكْرِ الْحَكِيمِ

Itulah (kisah Isa) yang Kami bacakan kepadamu (Nabi Muhammad) sebagian bukti-bukti (kebenaranmu sebagai rasul) dan peringatan yang penuh hikmah (Al-Qur'an).

Ayat ini diterjemahkan oleh A. Hasan mengartikan dengan; “dengan demikianlah Kami membacakannya kepadamu sebagai suatu tanda dan peringatan yang terpelihara yaitu Qur'an yang mulia.⁴⁵ Sebagai bentuk komunikasi yang paling efektif dalam berinteraksi dengan masyarakat atau masa. Seorang harus memiliki bukti yang kongkrit untuk meyakinkan masa supaya mempercayai apa yang kita komunikasikan. Diperlukan apa yang kita sampaikan itu mengandung nilai hikmah. Karena ajaran yang paling baik dalam Islam adalah harus dengan nilai hikmah (*Qaulun Ma'rufun*).⁴⁶

⁴² Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2011, Cet.4. 165- 202.

⁴³ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an*, Ciputat: Lentera Hati, 2002. 551.

⁴⁴ Buya Hamka, *Tafsir Al-Azhar Juz 3-4*, Jakarta: Pustaka Panjimas, 1986. 43.

⁴⁵ A. Hasan, *Al-Furqan Tafsir Al-Qur'an*, Jakarta: Universitas Al-Azhar Indonesia, 2010. 97.

⁴⁶ *Qaulan ma'rufan* adalah perkataan yang baik, ramah, dan tidak menyinggung perasaan orang yang mendengarnya. Dimana perkataan seorang wanita kepada lawan jenis yang bukan mahram. Seorang wanita yang ingin berbicara dengan lawan jenis hendaknya menggunakan kata-kata yang baik, sopan dan dikenal dalam masyarakat tersebut, tanpa melebih-lebihkan atau melembut-lembutkan seperti ia

Hikmah terbaik dari manusia adalah saling menasehati sebagaimana dalam surat Al-Asr. Dalam cakupan saling manasehati ada tiga alasan. Pertama, agar kau bisa menegakkan hak-hak kehambaanmu dengan penuh kerelaan. Kedua, agar kau bisa menemukan ketenangan dan kenyamanan dalam istilah dalam arti menerima pengaturan yang keras maupun yang mudah, karena nilai hikmah butuh ketegasan dan penuh kelembutan. Dan yang ketiga adalah agar engkau tidak diberi sesuatu yang menyulitkan tetapi kemudian engkau terhalang dari ketenangan dan kedamaian. Dalam hal ini cukuplah tiga alasan itu menjadikan dirimu menjadi manusia yang memiliki daya dalam berkomunikasi masa dengan baik dan benar, tanpa menyakiti siapapun.⁴⁷

Surat Ali-Imran/3:164

Dalam Ayat ini menurut Buya Hamka menjelaskan ayat ini, Allah Swt memberikan karunia yang tiada terperemai betapa mulia karunia itu kepada mereka. “Tatkala Dia bangkitkan seorang rasul dari antara mereka. Dalam hal komunikasi masa ayat ini berbicara tentang bagaimana cara seseorang yang berada di tengah-tengah masa untuk memberikan atau membacakan sebuah kebenaran yang tujuannya adalah saling mengisi, mengajari dan memberikan nasehat. Dengan bimbingan dan pemimpin akan melahirkan kebahagiaan tertinggi di dalam dunia. Kekalahan dalam Perang Uhud bukanlah kekalahan yang besar, namun akan ada perjalanan yang akan ditempuh oleh setiap orang dalam mengelola komunikasi masa harus patuh kepada pemimpin supaya yang dipimpin juga merasakan kebahagiaan.⁴⁸

Surat An-Nisa’/4: 148-149

Dalam terjemahan yang diterbitkan oleh Universitas Islam Indonesia ayat ini dartinikan Allah Swt., tidak senang pada kata-kata buruk, yang diumumkan di depan orang banyak, kecuali oleh orang teraniaya, dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui kalau engkau mengumumkan tindak kebaikan atau merahasiakannya atau kamu memaafkan sesuatu kesalahan Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.⁴⁹

وَرُسُلًا قَدْ قَصَصْنَاهُمْ عَلَيْكَ مِنْ قَبْلُ وَرُسُلًا لَمْ نَقْصُصْهُمْ عَلَيْكَ ۗ وَكَلَّمَ اللَّهُ مُوسَى تَكْوِيمًا

“Ada beberapa rasul yang telah Kami ceritakan (kisah) tentang mereka kepadamu sebelumnya dan ada (pula) beberapa rasul (lain) yang tidak Kami ceritakan (kisah) tentang mereka kepadamu. Allah telah benar-benar berbicara kepada Musa (secara langsung).”

Ayat ini mengajarkan kepada kita bahwa tidak semua yang kita ketahui itu harus kita ceritakan. Karena bisa jadi apa yang kita ceritakan itu tidak pas diketahui oleh orang lain. Sebagaimana dalam hadis yang disebutkan sebaik-baik orang Islam adalah mereka yang mengerjakan kebaikan dan meninggalkan apa yang tidak

berbicara kepada suaminya, sehingga orang yang mendengarnya akan menghargai dan menghormatinya dan tidak mempunyai niat dan maksud yang jahat. Isra wahyuni. *Metode Komunikasi Dalam Al-Qur`An*. Fakultas Ushuluddin Dan Filsafat Universitas Islam Negeri (Uin) Ar-Raniry Darussalam: Banda Aceh 2018 M/ 1439 H. 72.

⁴⁷ Syekh Ahamd Zarruq, *Al-Hikam Ibn Athaillah*, Jakarta: Qalam, 2017. 83.

⁴⁸ Buya Hamka, *Tafsir Al-Azhar Juz 3-4*, Jakarta: Pustaka Panjimas, 1986. 145

⁴⁹ H. Zaini Dahlan, *Qur'an Karim Tejemahan Artinya*, Yogyakarta: Uii Press, 1999. 178.

berguna bagi dirinya.⁵⁰ Itulah seharusnya sikap yang harus diperhatikan oleh manusia saat ini. Di era dimana seseorang bebas mengakses semua lewat media-media yang berkembang. Maka ayat ini harus menjadi renungan bersama untuk kita. Allah Swt., berfirman dalam Surat An-Nisa/4:164 ini bahwa: Banyak rasul yang kami kisahkan kepadamu dan banyak rasul pula yang kami ceritakan kepadamu.⁵¹

Berikut tabel surat dan ayat komunikasi Masa dalam Al-Qur'an:

No	Surat	Ayat
1	Hud	100
2	Ibrahim	4
3	An-Nahl	44 dan 125
4	Al-Ahzab	45 -46 dan 70
5	Saba	28
6	Al-Hujurat	6
7	Nuh	5-9
8	Al-Jin	23
9	Al-A'raf	62, 101, Dan 175
10	Al-Maidah	67 Dan 99
11	Al-Muddatsir/74:1-7 ⁵²	1-7

Korelasi Ayat yang Diklaim sebagai Rujukan Komunikasi Masa

Setidaknya ada tiga surat yang memiliki korelasi dengan surat-surat yang dijadikan rujukan dalam Al-Qur'an tentang komunikasi masa. Diantaranya:

No	Surat	Ayat
1	Al-Baqaroh	42 Dan 174
2	An-Nahl	89
3	Al-Hujurat	2 Dan 13

Dari ketiga surat tersebut penulis ingin menjelaskan satu saja dari surat yang diklaim sebagai rujukan terkait komunikasi masa. Dimana apa yang terdapat dalam Surat Al-Baqarah/2: 42 dan 174. Ath-Thabari meriwayatkan dari Ikrimah dari Ibnu Abbas tentang ayat ini bahwa kedua ayat ini turun sehubungan dengan kaum Yahudi. Ibnu Abbas berkata pemuka Yahudi dan ulama mereka. Mereka dulu mendapatkan berbagai hadiah dan keuntungan dari orang-orang awam, dan berharap Nabi yang turun itu bersal dari kalangan mereka, maka ketika Allah menurunkan Nabi Muhammad mereka merasa resah dan galau karena apabila orang-orang awam mengetahui maka sumber pemasukan/ royalti mereka akan hilang, dari tangan mereka. Inilah yang mereka lakukan untuk menipu masa.⁵³

⁵⁰ Imam Nawawi, *Arbain Nawawi Fii Al Hadist As-Shohih An-Nawawi*, Rembang Jawa Tengah: Ibnu Sholihin, t.th. 12.

⁵¹ H. Zaini Dahlan, *Qur'an Karim Tejemahan Artinya*, Yogyakarta: UII Press, 1999. 182.

⁵² Dalam Ayat ini memberitakan bahwa berita gembira bagi mereka yang memiliki pandangan hati yang jernih setelah sebelumnya bersungguh-sungguh mendekatkan diri kepada Allah Swt., guna mempersiapkan diri melaksanakan tugas dakwah dan diperintahkan untuk memberikan peringatan atau dalam istilah komunikasi masa diperlukan sebuah teknikterbaik dalam berdakwah. Terutama berdakwah kepada keluarga karena lebih sulit mendakwai keluarga dari orang lain. Oleh sebab itu, membersihkan hati, jiwa, usaha, badan dan budi pekerti menjadi sangat penting M. Quraish Shihab, *Tafsir Misbah Pesan, Kesan, Dan Keserasian Al-Qur'an*, Lentera Hati: Ciputat, 2022. 442-462.

⁵³ Wahbah Az-Zuhaili. *Tafsir Munir Jilid 1 Diterjemahkan Oleh Abdul Hayie Al-Kathani Dkk.* Depok: Gema Insani, 2013. 343

Kedua ayat ini, berbicara tentang larangan mencampuradukan antara kebenaran dan kebatilan dan menyembunyikan tentang kerasulan Nabi lewat tanda-tanda kenabian. Karena balasan orang yang mengetahui tidaklah sama balasannya atas yang tidak mengetahui.⁵⁴ Dalam surat dan ayat 2/174; mengantarkan kepada kita bahwa ayat tersebut menyingkap sikap orang Yahudi terhadap Al-Qur'an dan Nabi Muhammad Saw., dalam ayat sebelumnya menjelaskan bahwa mereka mengharamkan sebagian benda yang halal dan menciptakan ajaran baru cara hidup dan menyengsarakan dirinya dengan menyedikitkan makanan. Artinya mereka menyembunyikan apa yang telah diturunkan Allah di dalam kitab-kitab mereka, yaitu tentang ciri-ciri Nabi Muhammad Saw., mereka mengubah dan menyembunyikan ciri asli dan menampakkkan kepalsuan, memperdagangkan agama dan menjadikan sarana mencari rizki dan penghidupan.⁵⁵

Dalam hal komunikasi masa hal seperti ini sering dilakukan oleh para pendeta zaman tersebut. supaya ajaran-ajaran yang sepatutnya muncul dan dimunculkan tidak terlihat oleh masanya. Prinsip Kebenaran adalah tidak salah, lurus dan adil. Sesuatu yang dianggap benar, yaitu harus berdasarkan ukuran dan sumber yang jelas. Kebenaran yang bersumber dari masyarakat atau manusia adalah kebenaran yang bersifat relatif. Karena masyarakat atau manusia dapat berkembang secara dinamis sehingga mengalami perkembangan. Benar menurut manusia adalah kesesuaian antara ucapan dengan perbuatan karena kebenaran mutlak hanya datang dari Allah Swt. Oleh karena itu, kebenaran menurut manusia pun akan beragam. Dalam hal ini mengungkapkan sesuai dengan kriteria kebenaran dan tidak berdusta.⁵⁶

Analisis Wawasan Al-Qur'an Tentang Komunikasi Massa

Risalah yang diterima oleh para Nabi dan Rasul pada hakikatnya merupakan tugas yang diberikan oleh Allah agar mereka menyampaikan dan membimbing umat manusia meniti jalan (*syari'at*) yang baik dan benar serta mencegah dari kesesatan dan kezhaliman. Tujuan utamanya adalah kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan akhirat kelak. Aktivitas yang diperankan oleh para Nabi dan Rasul tersebut tidak ubahnya sebagai komunikator (*muballigh*) yang harus menyampaikan pesan ajaran yang diterima kepada segenap umat manusia. Prinsip dasar seorang Nabi dan Rasul sebagai muballigh bahwa dia adalah seorang yang mempunyai kemampuan intelektual yang cerdas (*fathanah*) yang dapat memahami pesan yang diterima, seorang yang jujur (*siddiq*) dan dapat dipercaya (*amanah*) sehingga benar-benar menyampaikan pesan tersebut dengan tidak dibuat-buat atau diubah (*al-Maidah/5: 67, 99*). Seorang Rasul menjalankan tugas menyampaikan risalah haruslah didasari perintah Allah, dengan jiwa yang tulus dan cara-cara yang bersih serta penuh kesabaran (*al-Muddatstsir/74:1-7*).⁵⁷

Dalam teori pemilihan strategi dalam perusahaan atau dalam kaitan komunikasi masa dituntut untuk selalu melakukan analisis terhadap keadaan internal dan eksternal. Maka penyampai komunikasi masa perlu menentukan strategi yang

⁵⁴ Wahbah Az-Zuhaili. *Tafsir Munir Jilid 1 Diterjemahkan Oleh Abdul Hayie Al-Kathani Dkk.* Depok: Gema Insani, 2013. 113.

⁵⁵ Wahbah Az-Zuhaili. *Tafsir Munir Jilid 1 Diterjemahkan Oleh Abdul Hayie Al-Kathani Dkk.* Depok: Gema Insani, 2013. 343.

⁵⁶ Isra wahyuni. *Metode Komunikasi Dalam Al-Qur'an.* Fakultas Ushuluddin Dan Filsafat Universitas Islam Negeri (Uin) Ar-Raniry Darussalam - Banda Aceh 2018 M/ 1439 H, 72 Dan Rohman, Abd. *Komunikasi dalam Al-Qur'an: Relasi Ilahiyah dan Insaniyah.* Malang: UIN Malang Press, 2007. 110-111.

⁵⁷ Darwish Hude, Dkk. *Cakrawala Ilmu Dalam Al-Qur'an,* Jakarta: Firdaus, 2002. 370.

akan diambil dari berbagai alternatif yang ada. Sebagaimana nabi dan rasul punya daya internal yang berorientasi pada pesan dan bimbingan ilahi. Maka alternatif dasar yang harus digunakan harus berorientasi pada tiga bagian besar, yaitu strategi yang cenderung mengambil resiko, yaitu strategi menyerang atau agresif (*aggressive or offensif strategy*), strategi yang cenderung menghindarkan resiko, yaitu strategi bertahan (*defensive strategy*), serta strategi yang memadukan antara mengambil resiko dan menghindari resiko. Artinya bahwa berada pada posisi ditengah (moderat/wasayhiyah) atau yang disebut sebagai *turn-araound strategy*. Inilah yang dipakai oleh para nabi dan rasul sebagai seorang utusan Allah yang harus menjadi solusi bagi umatnya.⁵⁸

Sebagaimana kita ketahui mula mula wajah islam pada priode nabi Muhammad di Mekkah dan Madinah- menampilkan tiga visi penting aqidah, syariah dan syaisah. Tiga belas tahun pertama visi akidah menjadi sangat kuat karena ingin menyakinkan orang-orang yang baru masuk islam. sedangkan visi syariah baru berdaya secara intensif pada kurun sepuluh tahun. Sedangkan porsi vis politik semakin mantap saat Nabi didaulat menjadi pemimpin oleh masyarakat Madinah dibawah payung piagam Madinah. Maka dalam posisi ini Nabi sebagai pemimpin menggunakan komunikasi massa secara efektif karena yang beliau hadapi adalah komunikan yang sangat memiliki resiko tinggi apabila tidak dimeneg dengan baik dan benar.⁵⁹

Karena, Komunitas manusia yang dihadapi sebagai komunikan yang menjadi obyek ajaran tersebut mempunyai beragam sosio-kultural, adat-istiadat dan bahasa. Dalam hal ini seorang Rasul harus mampu memahami situasi yang dihadapi dan menyampaikan pesan sesuai dengan karakteristik manusia. Kurun waktu yang berbeda, kultur yang beraneka ragam, domisili atau tempat tinggal yang tersebar di seantero jagad raya, karakteristiknya pun berkembang sesuai dengan gerak kemajuan teknologi dan budaya. Kesemuanya dipersatukan pada satu tujuan yang sama. Sebagai contoh yang paling konkrit adalah *sentra Arab ketika shalat*, menghadap kesatu tempat (kiblat) dimana Ka'bah berada. Baik ketika shalat sendirian maupun shalat berjamaah. Keberadaannya di Indonesia maupun di negara-negara lain. Hari ini, sepuluh abad yang lalu maupun berabad-abad mendatang. Filosofi yang terkandung dalam pesan-pesan Al-Qur'an menuju satu tujuan yakni keselamatan dan kebahagiaan yang dikehendaki Allah Swt.⁶⁰

Imam Nawawi menjelaskan ketika kita akan melakukan komunikasi harus menghiasi diri dengan kebaikan-kebaikan yang berlandaskan syariat. Sikap terpuji harus menjadi modal utama. Apabila ingin mendapatkan manfaat dari apa yang dilakukan.⁶¹ Maka Keberhasilan komunikasi sangat ditentukan bagaimana komunikator menerapkan strategi dan metode yang tepat apabila berhadapan dengan komunitas komunikan yang beragam. Al-Qur'an telah mengemukakan faktor yang utama yakni "bahasa" dalam arti yang seluas-luasnya. Kesamaan dalam pemahamannya, strata pengetahuan komunikator dan komunikan, pola pendekatan persuasif yang bisa diterima semua kalangan, berhasil merubah sikap dan tingkah sadar untuk mengamalkannya. Itulah target Nabi dan Rasul, ulama, da'i, penguasa

⁵⁸ Ernie Tisnawati Sule Dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Menegemen*, Jakarta: Kencana, 2017. 317.

⁵⁹ Said Aqil Siraj, *Islam Kebangsaan Fiqih Demokratik Kaum Santri*, Jakarta: Risalah Nu, 2019. 44

⁶⁰ Darwish Hude, Dkk. *Cakrawala Ilmu Dalam Al-Qur'an*, Jakarta: Firdaus, 2002. 370.

⁶¹ Imam Nawawi, *At-Tibyan Adab Pengahapal Al-Qur'an*, Jakarta: al-Qalam, 2014. 31

dan pemegang kebijakan. Karena itu, bisa disampaikan lewat bahasa yang dimengerti oleh umatnya.⁶²

Selanjutnya, untuk menerapkan metode yang tepat dalam komunikasi, termasuk dalam berdakwah, Al-Qur'an memberikan petunjuk, yaitu dengan cara yang bijaksana (*al-hikmah*), nasehat yang baik (*al-mauizhah al-hasanah*) dan berdiskusi yang baik (*mujadalah*). Ketiga cara ini diterapkan sesuai dengan watak dan kemampuan orang, ada yang terbuka mengikuti dakwah dan belum mengetahui hakikat dakwah, dan ada yang mempunyai pendapat sendiri yang berbeda dengan pesan dakwah (An-Nahl/16: 125).⁶³

Prinsip lain yang diungkapkan Al-Qur'an tentang komunikasi atau media massa adalah perlu sikap kritis ketika menerima informasi, teliti sumber informasinya dapat dipercaya atau tidak. Jika sumber informasi tidak jelas harus melakukan *check and recheck* supaya informasinya tepat (Al-Hujurat: 6). Etika utama dalam Al-Qur'an tentang media massa bahwa tidak dibenarkan menyebarluaskan suatu keburukan atau berita yang negatif, kecuali untuk tujuan penegakan hukum. Selain untuk menjaga kehormatan orang lain, tersebarnya keburukan, bisa merusak nilai-nilai kemasyarakatan dan mempengaruhi orang berbuat serupa.⁶⁴

Dalam prinsip komunikasi masa diperlukan sikap kritis dalam menerima informasi. Termasuk menggunakan ucapan yang baik yang dipergunakan guna mempengaruhi masyarakat asal tidak bertentangan dengan nilai-nilai agama. Menurut M. Quraish Shihab *qaulan ma'rūfan* yaitu *ucapan yang dikenal oleh masyarakat*, yakni kalimat-kalimat yang baik yang sesuai dengan kebiasaan dalam masing-masing masyarakat, selama kalimat tersebut tidak bertentangan dengan nilai-nilai Ilahi. Perintah mengucapkan kalimat yang *ma'rūf* mencakup cara *Qaulan ma'rūfan* adalah perkataan yang baik, cara yang digunakan untuk berkomunikasi dengan fakir miskin, anak yatim, lawan jenis dan sesama masyarakat.⁶⁵

Adapun Langkah-Langkah Membangun Komunikasi Masa secara efektif dan berwawasan Al-Qur'an dalam kehidupan yang modern ini, diantaranya; Pertama, kembali melihat pedoman utama yaitu Al-Qur'an sebagai kitab suci yang penuh dengan nasihat-nasihat dan hikmah. Kedua, merujuk kepada pembawa risalah Tuhan yaitu para nabi dan rasul Ketiga, saling menghargai. Kelima, berusaha menteladani para pendahulu dari kalangan rasul dan orang-orang yang kredibel. Ketujuh, masa lalu menjadikan cermin dalam menjalankan kehidupan dan berkomunikasi. Kedelapan, berbicara dengan bahasa kaum. Kesembilan, perbaiki metode. Kesepuluh, komunikasi menjadi kabar gembira bagi pendengar dan masa. Kesebelas, benar dan beretika. Kedua belas, teliti dan pelajari sebelum menyampaikan. Ke tigabelas, terus saling mendokan. Dan keempat belas, keteladanan dari ketulusan zohir dan batin.

Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh konten penafsiran al-Qur'an tematik terkait wawasan Al-Quran tentang komunikasi massa, antara lain: Meniru sifat kenabian dan kerasulan (*siddiq, amanah, tablig dan fathonah*) dengan ilmu dan kepahaman, membaca dan belajar sebelum terjun dan berkomunikasi dengan massa, memahami kondisi dan menjaga kearifan lokal yang berkembang selama tidak

⁶² Darwish Hude, Dkk. *Cakrawala Ilmu Dalam Al-Qur'an*, Jakarta: Firdaus, 2002. 371.

⁶³ Darwish Hude, Dkk. *Cakrawala Ilmu Dalam Al-Qur'an*, Jakarta: Firdaus, 2002. 371.

⁶⁴ Darwish Hude, Dkk. *Cakrawala Ilmu Dalam Al-Qur'an*, Jakarta: Firdaus, 2002. 371.

⁶⁵ M. Quraish shihab *Tafsir al-Misbah*, Volume 2. Tangerang: Lentera Hati, 2007. 262.

bertentangan dengan syariat, menghadirkan solusi bukan polusi, menggunakan metode yang mengayomi karena Islam adalah agama *rahmatan lil alamiin*, menghadirkan komunikasi yang penuh dengan hikmah (*wisdom*) dan memastikan apa yang kita sampaikan berasal dari sumber yang jelas dan bisa dipertanggung jawabkan. Selain itu, tentunya prinsip inilah yang akan melahirkan kenyamanan dan ketentraman ketika berinteraksi dengan masyarakat.

Daftar Pustaka

- A. Hasan. *Al-Furqan Tafsir Al-Qur'an*, Jakarta: Universitas Al-Azhar Indonesia, 2010.
- Rahman, Abd. *Komunikasi Dalam Al-Qur'an: Relasi Ilahiyah Dan Insaniyah*. Malang: UIN Malang Press, 2007.
- Abdullah, Muhammad Qadaruddin. Teori Komunikasi Media Massa. Dikases Pada Hari Senin Tanggal 16 Januari 2023 Di Jonggol Bogor Jam 11.30 WIB.
- Antar Venus, Antar Dan H. A. Saefuddin. Cultivation Theory. *Jurnal Mediator*, Vol. 8. No. 1. Juni 2007.
- Arisanty, Melisa. *Imperialisme Budaya Melalui Perangkulan Budaya Lokal Di Balik Film Java Heat. Ilmu Komunikasi*, Fakultas Humaniora Dan Bisnis, Universitas Pembangunan Jaya.
- Az-Zuhaili, Wahbah. *Tafsir Munir Jilid 1 Diterjemahkan Oleh Abdul Hayic Al-Kathani Dkk*. Depok: Gema Insani, 2013.
- Baidan, Nashruddin. *Metodologi Penafsiran Al-Qur'an*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000.
- Dahlan, Zaini. *Qur'an Karim Dan Terjemahan Artinya*, Yogyakarta: Uii Press Yogyakarta, 2006.
- Dahlan, Zaini. *Qur'an Karim Tejemahan Artinya*, Yogyakarta: Uii Press, 1999.
- Halik, Abdul. *Komunikasi Masa*, Makasar: UIN Makasar, 2013.
- Hamka, Buya. *Tafsir Al-Azhar Juz 3-4*, Jakarta: Pustaka Panjimas, 1986.
- Hamka, *Pribadi Hebat*, Depok: Gema Insani, 2014.
- Hosen, Nadirsyah Dan Ibrahim Hosen. *Ngaji Fikih Pemahaman Tekstual Dengan Aplikasi Yang Kontekstual*, Yogyakarta: Bentang, 2020.
- Hosen, Nadirsyah. *Tafsir Al-Qur'an Di Medsos Mengkaji Makna Dan Rahasia Ayat Suci Pada Era Media Sosial*, Yogyakarta: Bentang Pustaka, 2019.
- Hude, Darwish, Et.Al. *Cakrawala Ilmu Dalam Al-Qur'an*, Jakarta: Firdaus, 2002.
- Ichwan, Muhammad Nur. *Studi Ilmu-Ilmu Al-Qur'an*, Semarang: Team Rasil Media Group, 2008.
- Imam Nawawi, *At-Tibyan Adab Pengahapal Al-Qur'an*, Jakarta: Al-Qalam, 2014.
- Kustiawan, Winda Et.Al. Komunikasi Massa. *Journal Analytica Islamica*: Vol. 11 No. 1 Januari - Juni 2022.
- Mildad, Jamal. *Komunikasi Massa Dalam Perspektif Islam (Kajian Terhadap Al-Qur'an Pada Ayat-Ayat Tabayyun)*. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Teuku Umar.
- Morisan. Teori Spiral Of Sailence: Perkembangan Terkini Dan Implikasinya Terhadap Studi Media Masa. *Jurnal Mediakom. Volume. 2 Nomor 4 September, 2009*.
- Nawawi, Imam. *Arbain Nawawi Fii Al Hadist As-Shohih An-Nawawi*, Rembang Jawa Tengah: Ibnu Sholihin, T.Th.
- Robert W. Hefner, *Islam Dan Demokratisasi Di Indonesia Civil Islam Edisi Bahasa Indonesia*, Yogyakarta: Isai, 2001.

- Saefullah, Kurniawan Dan Ernie Tisnawati Sule. *Pengantar Manajemen*, Jakarta: Kencana, 2017.
- Shihab, M. Quraish. *Kaidah Tafsir*, Ciputat: Lentera Hati, 2013.
- Shihab, M. Quraish. *Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an*, Ciputat: Lentera Hati, 2002.
- Shihab, M. Quraish. *Tafsir Al-Misbah*, Volume 2. Tangerang: Lentera Hati, 2007.
- Siraj, Said Aqil. *Islam Kebangsaan Fiqih Demokratik Kaum Santri*, Jakarta: Risalah Nu, 2019.
- Tomlinson, John. 2002. *The Discourse of Cultural Imperialism*.
- Ulhaq, Ziyad. *Psikologi Qur'ani 30 Tipologi Manusia Dan Rahasia Keperibadiannya*, Jakarta: Qaf, 2018.
- Wahid, Abdurrahman. *Tuhan Tidak Perlu Dibela*, Yogyakarta: Ircisod, 2018.
- Wahyuni, Isra. *Metode Komunikasi Dalam Al-Qur'an*. Fakultas Ushuluddin Dan Filsafat Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Darussalam: Banda Aceh, 2018 M/ 1439.
- Wardani, Ab. *Karakteristik Komunikasi Massa*, Dikutip Pada Laman [Http://E-Journal.Uajy.Ac.Id](http://E-Journal.Uajy.Ac.Id). Diakses Pada Ahad, 8 Maret 2023 Pkl. 08.25 WIB.
- Wijaya, Subur. Al-Quran Dan Komunikasi (Etika Komunikasi Dalam Perspektif Al-Qur'an). *Jurnal Al-Burhan Vol. 15 No. 1 Tahun 2015*.
- Zarkasyi, Hamid Fahmi. *Pluralisme Agama Telaah Kritis Cendekiawan Muslim*, Jakarta: Insists, 2013.
- Zarruq, Syekh Ahamd. *Al-Hikam Ibn Athaillah*, Jakarta: Qalam, 2017.