

PENDIDIKAN ETIKA BUDAYA KOMUNIKASI MELALUI MEDIA SOSIAL BERBASIS AL-QUR'AN

Muhammad Syu'aib Taher¹, Masrap²

Pascasarjana Institut PTIQ Jakarta

Mahasiswa Pascasarjana Institut PTIQ Jakarta

umasrop@yahoo.com

Abstract

Signs of the culture of communication ethics in Al-Qur'an-based social media prioritize the delivery of sentences that contain elements of solidarity, cooperation, equality in the frame of maintaining the unity of the ummah. In the Koran there are also two kinds of meanings of communication culture ethics, namely: the meaning of cultural ethics in a connotative and denotative manner. The connotative is the meaning that arises from social attitudes, personal attitudes, and additional criteria that are applied to Conceptual meanings, while denotative meaning is explicitly meaning in the sense of fairness (reasonable meaning, appropriate meaning as it is).

This article also found a connotative communication model: Da'wah (Inviting, calling for kindness), Nasehah (giving input for good), Hiwar (Dialogue), Jidal (Argument), Bayan (Explaining), Tadzkir (Giving a warning), Tabligh (Delivering), Indzar (loud warning), Ta'aruf (Getting to know each other), Tawashi (Giving each other a message), Maudzoh (Mutual giving advice), Tabsyir (Giving good news), Idzkhol al surur (pleases people). While communication is denotative, namely: Qowlan Kariman (Noble Blessings), Qowlan Layyinan (gentle words), Qowlan sadiidan (right words), Qowlan Maysuran (easy words), Qowlan baliighan (clear words), Qowlan Ma'rufan (good words).

This article has something in common with: Andi Faozi Hadiono (2016) who says that: Humans communicate to resolve matters that are important to their needs. Humans communicate to create, foster good relationships with others. Harold Dwight Lassweel (1978) says that living humans cannot avoid communication activities. Sasa Djuarsa Sanjaya said that living humans really need communication. On the contrary, this Dissertation has a difference with: Rerin Maulida and Suryatno (2016) who explained about Social Media -Social Media, Twitter, Face book, Instagram, Path, Whatsap without connecting social media as one of the media tools dawah. The research method in this article is qualitative research methods and library research. The interpretation method chosen in this dissertation is the method of interpretation of Maudu'i. While the approach used in this study is a humanistic approach.

Keywords : *Educational Ethics; Communication; Media; Qur'an*

Abstrak

Isyarat tentang etika budaya komunikasi di media sosial berbasis Al-Qur'an mengutamakan penyampaian kalimat thayyibah yang mengandung unsur solidaritas, kooperatif, ekualitas dalam bingkai menjaga persatuan ummat. Di dalam al-Quran juga ditemukan dua macam makna etika budaya komunikasi, yaitu: makna etika budaya secara konotatif dan denotatif. Konotatif yaitu makna yang timbul dari sikap sosial, sikap pribadi, dan kriteria tambahan yang di kenakan pada makna Konseptual, sedangkan makna denotatif yaitu makna dalam arti wajar secara eksplisit (makna wajar, makna yang sesuai apa adanya).

Artikel ini juga menemukan model komunikasi secara konotatif : *da'wah* (mengajak, menyeru kebaikan), *nasehah* (memberi masukan untuk kebaikan), *hiwar* (berdialog), *Jidal* (adu argumen), *bayan* (menjelaskan), *tadzkir* (memberi peringatan), *tabligh* (Menyampaikan), *indzar* (peringatan keras), *ta'aruf* (saling mengenal), *tawashi* (saling memberi pesan), *mauidzoh* (saling memberi nasehat), *tabsyir* (memberi kabar gembira), *idzkhol al-surur* (menyenangkan hati orang). Sedangkan komunikasi secara denotatif, yaitu: *qowlan kariman* (Perkataan yang mulia), *qowlan layyinan* (perkataan lemah lembut), *qowlan sadidan* (perkataan yang benar), *qawlan maysuran* (perkataan yang mudah), *qawlan balighan* (perkataan yang jelas), *qowlan ma'rufan* (perkataan yang baik).

Artikel ini memiliki kesamaan dengan: Andi Faozi Hadiono (2016) yang mengatakan bahwa: Manusia berkomunikasi untuk menyelesaikan hal-hal yang penting bagi kebutuhannya. Manusia berkomunikasi untuk menciptakan, memupuk hubungan yang baik dengan orang lain. Harold Dwight Lassweel (1978) mengatakan bahwa manusia hidup tidak bisa terhindar dari kegiatan komunikasi. Sasa Djuarsa Sanjaya mengatakan manusia hidup sangat memerlukan komunikasi. Sebaliknya, artikel ini memiliki perbedaan dengan : Rerin Maulida dan Suryatno (2016) yang menjelaskan tentang Media social - Media Sosial, Twiter, Face book, Instagram, Path, WhatsAp tanpa menghubungkan medsos sebagai salah satu perangkat media da'wah. Metode penelitian dalam disertasi ini adalah metode penelitian *kualitatif* dan *library research*. Metode penafsiran yang dipilih dalam disertasi ini adalah metode tafsir Maudu'i. Sedangkan pendekatan yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan *humanistic*.

Kata Kunci : *Etika Pendidikan; Komunikasi; Media; Al-Qur'an*

A. Pendahuluan

Kehadiran *new media* atau media baru, yakni internet, dipercaya memberikan pengaruh terhadap cara berkomunikasi masyarakat kontemporer di muka bumi. Media baru memungkinkan terjadinya konvergensi, dimana melalui satu media dapat diperoleh beragam tampilan presentasi yang menarik untuk disaksikan. Konvergensi media menggabungkan unsur audio, visual, animasi, dan grafik menjadi satu kesatuan yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan dalam proses komunikasi.¹

Kini masyarakat telah mengenal banyak jenis konten *new media* yang dapat diakses secara *online* seperti situs jejaring sosial atau dikenal sebagai media sosial. Media sosial (Medsos) sendiri merupakan bagian dari *new media* yang terintegrasi dengan internet dan juga paling banyak digunakan serta populer di masyarakat. Selain itu media sosial sebagai medium di internet juga memungkinkan para penggunanya merepresentasikan diri, berekspresi, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan secara sosial secara virtual.² Konten dalam media sosial sendiri merupakan perwakilan dari ekspresi atau kreativitas para penggunanya, dimana dalam media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun.³

Seiring dengan perkembangan medsos, kehausan atas informasi dan komunikasi merasuki manusia di bumi ini. Gejala ini telah menjadi wabah dimanapun. Munculnya fenomena yang dikenal dengan FOMO (*Fear of Missing Out*) atau ketakutan akan kehilangan atau ketinggalan informasi dan komunikasi menjadi gejala baru di kalangan masyarakat di tanah air. Perangkat telepon pintar mereka menemani tidur, mandi, belajar, makan, hingga tidur lagi 24 jam non-stop.

Anak muda tak mau ketinggalan dengan informasi terbaru, update status, membaca status orang lain, memberikan

¹Media baru memiliki ciri utama seperti saling keterhubungan, terakses oleh khalayak individu sebagai penerima atau pengirim pesan; interaktifitas dan kegunaanya yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada, dimana-mana “(delocatedness). Dalam hal ini dapat di baca Denis Mc Quail. Teori Komunikasi Massa, (Jakarta: Salemba Humanika, 2012), hal.34.

²Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosiologi*, (Bandung: Simbiosis, 2017), hal. 11.

³Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosiologi*, (Bandung: Simbiosis, 2017), hal. 31.

komen, mem-follow atau mengikuti kicauan (*twitter*) orang lain, memberikan jempol tanda 'Like' atau bahkan memasang *emoticon* menjadi keseharian mereka. Sedih, susah, gembira, bahagia, campur aduk semua perasaan dikomunikasikan melalui media sosial. "Curhat berjamaah" atau "gosip komunal" sudah menjadi fenomena akrab bagi pengguna jejaring sosial.⁴

Kehadiran perangkat telepon pintar (*smartphone gadget*) dalam keseharian masyarakat kita, membuat seolah menjadi "*paralyzed*" atau lumpuh dengannya. Kita tidak cukup punya satu perangkat, bahkan dua atau tiga atau lebih perangkat telepon pintar di tangan kita. Semuanya berfungsi untuk alat komunikasi dan informasi. Informasi penting, karena informasi membuka mata dan jendela kita kepada dunia luar. Informasi mengomunikasikan hal-hal penting terbaru dan cepat pada kita setiap harinya. Mulai dari harga dollar hingga cabe keriting menjadi berharga dan penting untuk diketahui. Namun, di sisi lain, konsep informasi dan hiburan menjadi tumpang tindih. Paradoks memang. Informasi yang seharusnya berfungsi untuk memberitahu atau mengurangi ketidak-pastian kita, dikemas menjadi hiburan yang menjadi tidak penting.⁵

Medsos sebagai bentuk budaya posmodernisme dicirikan oleh sifatnya yang mengaburkan, bahkan mencampur-baurkan, batas-batas antara realitas dan imajinasi, fakta dan fiksi, produksi dan reproduksi, serta masa lalu, masa kini dan masa depan. Medsos adalah juga silang-sengkarut berbagai hal: moralitas, seni, teknologi, special effect, fantasi, kekerasan, pornografi, nilai-nilai agama, impian, misteri pembunuhan, komedi, tragedi serta bahkan surealisme dalam satu ruang yang sama. Ia dengan demikian bersifat multi-narasi, multi-tema dan diskontinyu.

Media sosial di ranah budaya postmodern, dalam pengertian ini menjadi semacam representasi dunia simulacra dan simulasi dalam terminology Baudrillard, yakni sebuah dunia buatan dimana realitas dibentuk, direkayasa, dan kehilangan segala referensi realitas yang sebenarnya.⁶

⁴Yuliana Rakhmawati, *Hibriditas New Media Komunikasi dan Homogenisasi Budaya*, Jurnal Komunikasi, Vol. X No. 02, September 2016, hal. 118.

⁵Muhamad Ngafifi, *Kemajuan Teknologi dan Pola Hidup Manusia dalam Perspektif Sosial Budaya*, Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi Volume 2, Nomor 1, 2014, hal. 35.

⁶Jean Baudrillard, *Simulacra and Simulation*, (Michigan: University of Michigan Press, 1995), hal. 47.

Awalnya, posmodernisme muncul sebagai kritik terhadap modernism. Mazhab Frankfurt yang dimotori oleh Max Horkheimer, Adorno, dan Jurgen Habermas melakukan kritik terhadap modernisme secara komprehensif dari aspek epistemologi, ontologi dan aksiologi. Sasaran kritik mereka adalah: *Pertama*, pendewasaan terhadap rasio. Modernisme yang muncul pada abad ke 18 sangat mendewakan otoritas akal sebagai kekuatan tunggal yang dapat membimbing menuju kebahagiaan hidup. *Kedua*, Kebenaran tunggal yang bersumber dari rasionalitas universal.

Dengan rasio manusia bisa memperoleh pengetahuan yang tertinggi. *Ketiga*, ilmu pengetahuan dan teknologi adalah prestasi utama modernisme sehingga bisa membawa kemajuan umat manusia. Ilmu pengetahuan dibangun dengan metode penelitian empiris yang tunduk pada hukum sebab akibat. *Keempat*, antroposentrisme, yaitu manusia memiliki otoritas utama dalam peradaban, tidak lagi menghiraukan nilai diluar dirinya.⁷

Pada komunikasi posmodern, masyarakat diposisikan sebagai semata-mata konsumen. Bahwa media sosial semacam facebook, whatsapps, twitter, instagram, Line, Path dan lainnya adalah perusahaan produsen yang menjadi semakin kaya karena meningkatnya para pecandu Medsos. Pada saat yang sama masyarakat pengguna (*users*) merupakan konsumen atau obyek dari berbagai komoditas yang ditawarkan secara massif oleh berbagai perusahaan melalui media sosial. Tak terasa masyarakat membeli barang-barang yang seolah-oleh seperti keputusan sendiri secara otonom, namun sebenarnya didikte oleh berbagai iklan produk yang bersifat merayu dan menggurikan (*seductive*).

Dalam konteks ini Antonio Gramsci menyebut masyarakat konsumen telah terkena hegemoni yang bersifat *seductive* dari penguasa ekonomi.⁸ Bahkan saat ini, mayoritas produk yang berkaitan dengan hajat hidup masyarakat, baik yang primer, sekunder maupun tersier telah dijajakan secara online melalui media sosial. Di titik ini, dampak negative dari medsos sebagai arus besar budaya posmodern adalah tumbuh suburnya

⁷ Hasniati Gani Ali, Islam dan Posmodernisme Serta Implikasinya terhadap Pendidikan Islam, Jurnal Al-Ta'dib, Vol 1, No. 2, 2014, hlm. 42-44.

⁸ Antonio Gramsci, *The Revolution Against "Capital"*, in Q. Hoare (ed), Antoni Gramsci, *Selections From Political Writing (1910-1920)*, (New York: International Publisher), hlm. 34-37.

budaya konsumerisme-hedonistik dan kiblat terhadap gaya hidup masyarakat kapitalis.⁹

Nicolas Carr menyebut hal ini sebagai citra kamufase. Dalam buku *The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains*, Carr mengejutkan publik, karena mengeluarkan teori bahwa kehidupan digital media sosial telah mendangkalkan cara berfikir manusia karena citra-citra kamufase. Orang terbiasa hidup dalam alam yang bukan realitas, tetapi hiperrealitas. Orang bisa mencitrakan dirinya sesuka hati, sehingga citra yang muncul benar-benar positif. Sebagai contoh, tidak sedikit orang tertipu dengan para pemilik akun sosial media yang terlihat begitu bijak, penuh kehormatan, berwibawa dan sebagainya, ternyata itu hanya kamufase.¹⁰

Hemat penulis, langkah penting yang lebih substantif dalam menanggulangi dampak berkepanjangan penggunaan teknologi komunikasi melalui jejaring sosial, adalah dengan menanamkan etika pada budaya komunikasi di media sosial. Etika komunikasi menjadi hal yang sangat mendasar dan prinsipil, karena melalui basis etika inilah generasi bangsa akan terkonstruksi menjadi generasi yang santun. Pada konteks inilah, agama mempunyai peran signifikan dan strategis dalam upaya membangun masyarakat berbudaya dan beretika.

Dalam kaitannya dengan komunikasi sarkastik dan sinis di media sosial pada berbagai komentar diskusi di media sosial, terutama tentang upaya menyudutkan satu pihak oleh pihak lain pada upaya perebutan suatu klaim kebenaran, Al-Quran mengajak manusia ke jalan kebenaran melalui jalan yang penuh budi pekerti (*hikmah*), maupun pada saat berseberangan ide, harus didasarkan pada upaya dialogis yang baik. Sebagaimana termaktub dalam Qs. An Nahl (16) ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَجِدْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

⁹ Muh Hanif, *Studi Media dan Budaya Populer Perspektif Posmodernisme*, Jurnal Komunika, STAIN Purwokerto, Vol.5, No.2, Juli - Desember 2015.

¹⁰Nicolas G Carr, *The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains*, (New York: WW Norton Company, 2010), hal. 12.

Artinya :Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.

Manusia memperoleh pengetahuan dari berbagai sumber dan melalui banyak cara dan jalan, tetapi semua pengetahuan pada akhirnya berasal dari Tuhan.¹¹ Dalam pandangan Al-Qur'an, pengetahuan tentang benda-benda menjadi mungkin karena Tuhan memberikan fasilitas yang dibutuhkan untuk mengetahui. Para ahli filsafat dan ilmuwan muslim berkeyakinan bahwa dalam tindakan berfikir dan mengetahui, akal manusia mendapatkan pencerahan dari Allah swt, Tuhan yang Maha Esa mengetahui sesuatu yang belum diketahui dan akan diketahui dengan lantaran model dan bagaimana memperolehnya.

Dalam perspektif ilmu komunikasi, eksistensi Al-Qur'an sebagai petunjuk dan pedoman hidup bagi manusia merupakan pesan (*massage*) yang Allah sampaikan kepada manusia lewat malaikat Jibril kepada Nabi Muhammad Saw dan umat manusia.

Bila dilihat dari sudut pandang komunikasi seperti yang dijelaskan Harold Lasswel¹² dan ilmuwan komunikasi lainnya, bahwa cara terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan: *Who, Say What, In Which Channel, To Whom, With What Effect*,¹³ maka proses turunya wahyu (Al-Qur'an) tersebut merupakan proses komunikasi karena di dalamnya mengandung unsur-unsur komunikasi yaitu: komunikator, pesan, media, komunikan dan effect.

Dalam hal ini komunikatornya adalah Allah, pesannya berupa wahyu Al-Qur'an, medianya Malaikat Jibril lewat berbagai bentuk baik langsung bertemu Nabi Muhammad SAW lewat suara, cahaya dan bentuk lainnya. Komunikasinya adalah Nabi Muhammad kepada manusia secara umum dan *effectnya* adalah perubahan sikap Nabi Muhammad dan manusia pada umumnya. Demikian bagaimana Al-Qur'an dengan sangat menawan memberikan contoh konstruksi gradatif komunikasi

¹¹ Soedewo, *Ilmu Pengetahuan dan Agama*, Darul Kurtubil Islamiyah, 2007, hal. 5.

¹² Onong Uchyana Efendi, *Dinamika Komunikasi*, Remaja Rosda Karya, Bandung, th 2004. cet .6 hal 29-30.

¹³ Onong Uchyana Efendi, *Dinamika Komunikasi*, Remaja Rosda Karya, Bandung, th 2004. cet .6 hal 36.

yang sesungguhnya jauh lebih canggih ketimbang perkembangan media sosial saat ini, baik di aspek isi, kandungan makna dan representasi faktual atas dinamika kehidupan di alam semesta.

Sampai di sini penulis dapat mengatakan bahwa konsep pendidikan etika budaya komunikasi melalui media social bila diaplikasikan dengan baik maka akan dapat menghasilkan akhlak yang baik dan mulia di sisi Allah SWT yang sering terjadi di tengah-tengah masyarakat persoalan- masalah etika ini. Dapat di katakan bahwa *ending* dari konsep ini adalah sebagai tawaran konsep integral bahwa tidak ada lagi ada manusia yang di pandang sebelah mata atau dengan pandangan yang picik, tetapi konsep etika budaya komunikasi melalui media social ini adalah konsep memuliakan manusia dan menempatkan sesuai dengan posisi dan kedudukanya sebagai makhluk yang paling mulia dalam membangun komunikasi dengan Allah, dengan dirinya, dan dengan sesama makhluk yang lainnya di muka bumi ini.

Fenomena tersebut mendasari upaya penulis mencari solusi mengatasi problematika media sosial melalui kajian disertasi yang berjudul ***“Etika Pendidikan Budaya Komunikasi Melalui Media Sosial Berbasis Al Qur'an”***.

1) Pendidikan ETIKA Budaya Komunikasi dan Media Sosial

Menurut kamus Bahasa Indonesia Kata Pendidikan berasal dari kata ‘*didik*’ dan mendapat imbuhan ‘pe’ dan akhiran ‘an’, maka kata ini mempunyai arti proses atau cara atau perbuatan mendidik. Secara bahasa definisi pendidikan adalah proses pengubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan.¹⁴

Pendidikan dalam khazanah keislaman dikenal dengan beberapa istilah yaitu; *Tarbiyah, Ta'dib, Ta'lim*.

2) Konsep Budaya Komunikasi dan Sejarahnya.

Istilah komunikasi bersal dari bahasa Inggris *communication*. Diantara arti komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi di antara individu melalui system lambang-lambang,tanda-tanda,atau tingkah laku ¹⁵. Komunikasi juga diartikan sebagai cara untuk mengomunikasikan ide dengan

¹⁴ Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1991,hal. 232

¹⁵ .*Webster's New Collediate Dictionary* edisi tahun 1977

pihak lain, baik dengan berberbincang bincang, berpidato, menulis maupun melakukan korespondensi.¹⁶

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 beliau memberi judul bukunya dengan *Fann al -tawashul fi al Islam* (Seni Komunikasi dalam Islam). Begitu juga Prof. DR. Abdul Karim Bakkar ketika menulis komunikasi keluarga beliau memberi nama bukunya dengan memberi nama *Al Tawashul al usari* (Komunikasi Keluarga).¹⁷ Kata *ittishal* di antaranya di gunakan oleh Awadh al- Qorni dalam bukunya *Hatta la takuna Kallan* (Supaya anda tidak menjadi beban orang lain). Ketika mendefinisikan tentang komunikasi, Awadh 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 lainnya¹⁸

Kalau merujuk kepada kata “*tawashul*” yang artinya sampai, *Tawashul* artinya adalah proses yang dilakukan oleh dua pihak untuk saling bertukar informasi sehingga pesan yang disampaikan dapat 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 ketersambungan pesan, tidak harus terjadi komunikasi dua arah. Jika salah satu menyampaikan pesan dan pesan itu sampai dan bersambung dengan pihak yang dimaksud, maka pada saat itu sudah terjadi komunikasi dalam istilah *ittishal*.

Adapun dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, komunikasi diartikan sebagai pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami.¹⁹

Dr. Halah al Jamal mengatakan bahwa komunikasi adalah usaha yang dilakukan oleh manusia untuk menampilkan

¹⁶.The New American Webster Dictionary, h.148, (New York: A signet Book).

¹⁷ Halah Abdul 'Al al Jamal, *Fann al- rawashul fi al-Islam*, 2008 cet.1

¹⁸ Awadh Al Qorni, *Hatta la takuuna Kallan*, hal.72

¹⁹ *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional Republik Indonesia, 2008)

hubungan yang terbaik dengan pencipta Nya, dengan dirinya, dan dengan sesama manusia.²⁰ Menurut definisi Halah, komunikasi adalah hubungan terbaik. Definisi ini lebih menekankan pada kualitas komunikasi dan bentuk bentuk-bentuk komunikasi. Halah membagi komunikasi menjadi tiga bentuk, yaitu: komunikasi dengan Pencipta, komunikasi dengan diri sendiri, dan komunikasi dengan sesama manusia.

3) Faktor-Faktor Budaya Komunikasi

Komunikasi antar budaya adalah seni untuk memahami dan dipahami oleh khalayak yang memiliki kebudayaan lain. (Sitaram, 1970). Komunikasi bersifat budaya apabila terjadi diantara orang-orang yang berbeda kebudayaan. (Rich, 1974). Komunikasi antarbudaya adalah komunikasi yang terjadi dalam suatu kondisi yang menunjukkan adanya perbedaan budaya seperti bahasa, nilai-nilai, adat, kebiasaan. (Stewart, 1974).

Komunikasi antarbudaya menunjuk pada suatu fenomena komunikasi di mana para pesertanya memiliki latar belakang budaya yang berbeda terlibat dalam suatu kontak antara satu dengan lainnya, baik secara langsung atau tidak langsung. (Young Yung Kim, 1984). Dari defenisi tersebut nampak jelas penekanannya pada perbedaan kebudayaan sebagai faktor yang menentukan dalam berlangsungnya proses komunikasi dan interaksi yang terjadi di dalamnya. Mobilitas Teknologi Komunikasi. Pola Imigrasi.

B. Etika Pendidikan Budaya Komunikasi dalam Media Sosial Kontemporer

Berbagai analisis mengidentifikasi kekuatan global tersebut bertumpu pada empat hal, yaitu (1) kemajuan IPTEK terutama dalam bidang informasi serta inovasi- inovasi baru dalam teknologi yang mempermudah kehidupan manusia, (2) perdagangan bebas yang ditunjang oleh IPTEK, (3) kerjasama regional dan internasional antar bangsa tanpa mengenal batas negara, dan (4) meningkatnya kesadaran terhadap hak-hak asasi manusia dalam kehidupan bersama sekaligus meningkatnya kesadaran bersama dalam alam demokrasi.²¹

²⁰ Halah Abdul Al al Jamal, *fann al tawashul fi al -Islam*, hal. 11 , cet.I 2008.

²¹ H.A.R. Tilaar, *Membenahi Pendidikan Nasional*, Jakarta: Rineka Cipta, 2009, hal 47

1) Etika Budaya Komunikasi Dalam Islam

Komunikasi Islam adalah proses penyampaian pesan-pesan keislaman dengan menggunakan prinsip-prinsip komunikasi dalam Islam. maka komunikasi Islam menekankan pada unsur pesan (*message*), yakni risalah atau nilai-nilai Islam, dan cara (*how*), dalam hal ini tentang gaya bicara dan penggunaan bahasa (retorika). Pesan-pesan keislaman yang disampaikan dalam komunikasi Islam meliputi seluruh ajaran Islam, meliputi akidah (iman), syariah (Islam), dan akhlak (ihsan). Pesan-pesan keislaman keislaman yang disampaikan tersebut disebut sebagai dakwah. Dakwah adalah pekerjaan atau ucapan untuk mempengaruhi manusia mengikuti Islam.²²

Di dalam Alquran banyak ayat yang dapat dijadikan contoh etika berbahasa. Diantara contoh-contoh itu dicantumkan dibawah ini.

- a) Dialog antara Nabi Ibrahim dan Nabi Ismail (QS Ash-Shaffaat: 102).
- b) Pembelaan Nabi Isa a.s terhadap ibunya. (QS:Maryam: 27)'' (QS:Maryam: 30)
- c) Dialog Ibrahim dan Raja Namrudz(Q.S Al-Anbiya': 62, 63, 65)

2) Dampak Positif Media Sosial

Berikut ini beberapa dampak positif media social bagi kehidupan sehari-hari:²³

- a) Komunikasi Online
- b) Interaksi Online Sesama Teman
- c) Mencari Informasi, Berita, dan Pengetahuan
- d) Menambah Teman dan Komunitas Online
- e) Mendapatkan Hiburan
- f) Sebagai Sarana Promosi
- g) Sebagai Sarana Bisnis
- h) Sebagai Sarana Untuk Sharing dan Berbagi
- i) Tempat Untuk Mengekspresikan Diri
- j) Mempopulerkan Diri
- k) Mengikuti Artis Idola
- l) Doktrin Untuk Menyebarkan Keyakinan

²² Ahmad Ghulusy. *ad-Da'watul Islamiyah*, Kairo: Darul Kitab. 1987, hal. 9

²³ Abdillah Yafi Al-Jawiy & Ahmad muklason, www.journal.unipdu.ac.id/index.php/teknologi/article/download/46/286. Diakses tanggal 27 Juli 2018

m) Menggerakkan Masyarakat.

3) Dampak Negatif Media Sosial Bagi Kehidupan Masyarakat

Selain memiliki pengaruh positif, media sosial juga memiliki pengaruh negatif antar lain:²⁴

a) Dampak Negatif dalam Segi Individual :

Dampak negatif Media Sosial Bagi Kehidupan Individu. Aktivitas berlebihan di dalam media sosial, sedikit banyaknya akan memberikan pengaruh buruk bagi diri sendiri antara lain :

1. Menimbulkan Efek Candu Bagi Penggunaanya
2. Melupakan Waktu
3. Mengganggu Kesehatan Fisik
4. Tujuan Pendidikan Pun Mulai Terabaikan

b) Dampak Negatif dalam Segi Sosial :

Selain menimbulkan dampak buruk bagi kepribadian diri seseorang, media sosial juga memberikan dampak buruk bagi kepribadian dalam berinteraksi sosial :

1. Memperbesar Peluang Melakukan Tindakan Kriminal
2. Kurangnya Kepedulian Terhadap Lingkungan dan Orang Sekitar.
3. Menyalahgunakan Pendapat
4. Tertanamnya Budaya-budaya Luar
5. Menurunkan Pengembangan Emosional Serta Moral
6. Merusak Hubungan

c) Dampak Negatif Media Sosial Bagi Kehidupan Spiritual Agama

Media sosial juga berpengaruh buruk terhadap kehidupan spiritual agama seseorang, dalam hal ini adalah hubungan antara makhluk dengan penciptanya :

1. Kurangnya Kepedulian Terhadap Kewajiban Beragama
2. Doktrin Sesat Aliran Tertentu

4) Manfaat Baik Media Sosial dalam Pandangan Islam

Adapun dalam ajaran agama Islam, memanfaatkan media sosial diperbolehkan dengan catatan mengetahui

²⁴<http://www.dampakpositifdannegatifsisusjejaring sosial media.blog.sport.co.id/2013/06/dampak-positif-dan-negatif-situs-jejaring-sosial-media.html>.
Diakses pada tanggal 27 Juli 2018

bagaimana batasan – batasannya, wajib santun, mengetahui etika dan bijak dalam bermedia sosial. Berikut ini beberapa manfaat yang bisa diambil dalam pandangan Islam :

1. Media Penyambung Silaturahmi
2. Sebagai Media Untuk Membagikan Karya Tulis
3. Sebagai Media Untuk Berbisnis
4. Sebagai Media Untuk Berdakwah
5. Media Sosial Sebagai Sumber Informasi

Dampak Negatif Media Sosial menurut Islam, Berikut ini dampak negatif dan ujian agama yang sering terjadi bagi pengguna media sosial:

- a. Fitnah lawan jenis
- b. Fitnah gambar dan pandangan
- c. Tidak amanah ilmiah
- d. Fenomena “Mendadak ustadz” dan “ustadz google”
- e. Debat kusir masalah agama

5) Membangun Bisnis Melalui Media Sosial

Media sosial, sebagai bagian dari internet telah membawa banyak perubahan kepada komunitas sosial Indonesia, tidak terkecuali komunitas bisnis Indonesia. Sesuai dengan namanya, media sosial merupakan perantara sesama manusia dalam bersosialisasi dalam dunia internet. Katakan saja sebuah kejadian penting di Singapura dapat dengan mudah diketahui oleh masyarakat Indonesia melalui sebuah tweet, atau foto-foto suatu kejadian penting di Amerika Serikat dapat dengan mudah dinikmati oleh pengguna facebook di Indonesia.

Pendeknya, sosial media memainkan peran yang signifikan dalam proses pemasaran sebuah usaha; yang kemudian bisa berdampak pada meningkatnya jumlah penjualan, naiknya jumlah omzet, dan bertambahnya keuntungan.

Media sosial menjadi tempat pemasaran yang efektif karena beberapa hal, antara lain:

1. Sarana internet yang kini manfaatnya bisa dinikmati oleh berbagai kalangan masyarakat; termasuk menggunakannya untuk ‘bermain’ di jejaring sosial
2. Banyaknya media sosial yang dapat diakses dengan sangat mudah; bahkan satu orang bisa menjadi anggota dari banyak social media

3. Mudahnya prosedur penyebaran informasi di media sosial; pebisnis hanya perlu membuat artikel, tulisan, gambar, video, atau bentuk informasi lainnya dan menaruhnya di media sosial tertentu
4. Adanya pemberitahuan atau notifikasi kepada pengguna media sosial, termasuk ketika ada postingan baru dari pebisnis tertentu; sehingga informasi bisa diketahui dengan cepat
5. Jangkauan yang luas; artinya, satu pesan yang sama bisa langsung tersampaikan ke banyak orang
6. Merupakan Cara yang Mudah untuk Mencari Tahu Lebih Banyak Mengenai Pelanggan

C. Etika Pendidikan Budaya Komunikasi di Media Sosial Berbasis Al-Qur'an

1. Hakikat Etika

Istilah etika berasal dari kata *ethikus* (latin) dan dalam bahasa Yunani disebut *ethicos* yang berarti kebiasaan norma-norma, nilai-nilai, kaidah kaidah dan ukuran-ukuran baik dan buruk tingkah laku manusia. Jadi, etika komunikasi adalah norma, nilai, atau ukuran tingkah laku baik dalam kegiatan komunikasi di suatu masyarakat. Beberapa pendapat para ahli mengenai pengertian etika antara lain sebagai berikut :

2. Etiket

Istilah etika dan etiket ada kalanya digunakan untuk pengertian yang sama dalam kehidupan sehari-hari. Etika lebih luas pengertian dan penggunaannya daripada etiket. Istilah etiket, berasal dari kata *etiquette* (Perancis), yang berarti kartu undangan, yang biasa digunakan oleh raja-raja Perancis ketika menyelenggarakan pesta. Etiket didukung oleh nilai-nilai berikut:

- a) Nilai-nilai kepentingan umum.
 - b) Nilai-nilai kejujuran, keterbukaan, kebaikan
 - c) Nilai-nilai kesejahteraan
 - d) Nilai-nilai kesopanan, harga menghargai
 - e) Nilai-nilai pertimbangan rasional, mampu membedakan sesuatu yang bersifat rahasia dan yang bukan rahasia.
3. Perbedaan antara etika dengan etiket
- a) Etiket menyangkut cara melakukan perbuatan manusia

Etiket menunjukkan cara yang tepat artinya cara yang diharapkan serta ditentukan dalam sebuah kalangan tertentu. Etika tidak terbatas pada cara melakukan sebuah perbuatan, etika memberi norma tentang perbuatan itu sendiri. Etika menyangkut masalah apakah sebuah perbuatan boleh dilakukan atau tidak boleh dilakukan.

b) Etiket hanya berlaku untuk pergaulan

Etika selalu berlaku walaupun tidak ada orang lain. Barang yang dipinjam harus dikembalikan walaupun pemiliknya sudah lupa.

c) Etiket bersifat relatif

Yang dianggap tidak sopan dalam sebuah kebudayaan, dapat saja dianggap sopan dalam kebudayaan lain. Etika jauh lebih absolut. Perintah seperti “jangan berbohong”, “jangan mencuri” merupakan prinsip etika yang tidak dapat ditawar-tawar.

d) Etiket hanya memandang manusia dari segi lahiriah saja sedangkan etika memandang manusia dari segi dalam

Penipu misalnya tutur katanya lembut, memegang etiket namun menipu. Orang dapat memegang etiket namun munafik sebaliknya seseorang yang berpegang pada etika tidak mungkin munafik karena seandainya dia munafik maka dia tidak bersikap etis. Orang yang bersikap etis adalah orang yang sungguh-sungguh baik.

D. Metode Membangun Budaya Komunikasi melalui Media Sosial

Dalam persepektif Al-Qur'an budaya komunikasi melalui media social perlu dibangun secara komprehensif, terutama dalam rangka menjalani kehidupan masyarakat yang semakin modern saat ini, sesuai dengan perkembangan jaman dan kemajuan teknologi, menggunakan kalimat- kalimat yang bijak dan menyentuh hati manusia yang tidak mungkin bisa terbandung saat ini yang mengandung makna. Jadi kalimat adalah susunan lafdz yang mengandung makna yang sempurna.²⁵ Kalimat

²⁵Ibnu Mandzur, *Lisan al' arab*, (Beirut : Dar Shadir, 1412-1992),juz 12,hal.523.

minimal terdiri dari dua kata atau lebih yang mengandung makna yang sempurna.²⁶ Kata “*Kalimat*” dalam Al-Qur’an tidak berdiri sendiri tetapi digandeng dengan kata yang lain, setidaknya ada tujuh tempat yang menyebutkan kata “*kalimat*” kata yang sudah disandingkan dengan kata yang lainnya,²⁷ yaitu:

1. *Kalimatullah*

“*Kalimatullah*” artinya adalah kalimat Allah. Istilah ini di temukan dalam Al-Qur’an surat at-Taubah (9) ayat 40 Allah berfirman :

إِلَّا تَنْصُرُوهُ فَقَدْ نَصَرَهُ اللَّهُ إِذْ أَخْرَجَهُ الَّذِينَ كَفَرُوا ثَانِيَ اثْنَيْنِ إِذْ هُمَا فِي الْغَارِ
إِذْ يَقُولُ لِصُحْبِهِ لَا تَحْزَنْ إِنَّ اللَّهَ مَعَنَا فَأَنْزَلَ اللَّهُ سَكِينَتَهُ عَلَيْهِ وَأَيَّدَهُ بِجُنُودٍ لَمْ
تَرَوْهَا وَجَعَلَ كَلِمَةَ الَّذِينَ كَفَرُوا السُّفْلَى وَكَلِمَةُ اللَّهِ هِيَ الْعُلْيَا وَاللَّهُ عَزِيزٌ
حَكِيمٌ ٤٠

Yang dimaksud dengan *Kalimatullah* adalah agama Allah, hukum Allah, syariat Allah, dan segala hal yang bersumber dari Allah baik perintah maupun larangan.

2. *Kalimat alladzina kafaru*

Makna kalimat *alladzina kafaru* adalah kalimat orang-orang yang mengingkari kebenaran. Ungkapan ini terdapat dalam surah at-taubah/9 ayat 40 sebagaimana tersebut di atas.

Ibnu Abbas mengatakan bahwa yang dimaksud dengan kalimat *alladzina kafaru* adalah syirik dan segala sesuatu yang bertentangan dengan *kalimatullah*.

Al-Quran menyatakan bahwa kalimat orang-orang yang mengingkari kebenaran adalah rendah, tidak memiliki kualitas yang baik, mudah tercerabut dan dipatahkan. Allah s.w.t berfirman:

وَمَثَلُ كَلِمَةٍ خَبِيثَةٍ كَشَجَرَةٍ خَبِيثَةٍ اجْتُثَّتْ مِنْ فَوْقِ الْأَرْضِ مَا لَهَا مِنْ قَرَارٍ

²⁶Aiman Amin Abdul Ghani, *al-Nahw al Kafi*, (kairo: Dir al Taufikiyyah li al-Thurats ,2010), hal.23.

²⁷ Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2015, hal 100-110

3. Kalimatur sawa'

Kalimatur sawa' secara bahasa artinya adalah kalimat yang sama. Imam Thobari mengatakan bahwa kalimatur sawa adalah kalimat yang adil,²⁸ Kalimat yang adil artinya adalah kalimat yang berdiri di tengah tengah di sepakati oleh kalangan intelektual yang objektif dari hasil penelitian yang akurat tentang sesuatu. Ungkapan ini terdapat dalam surah Ali Imran (3) ayat 64 Allah berfirman :

قُلْ يَٰٓأَهْلَ ٱلْكِتَٰبِ تَعَالَوْٓا۟ إِلَىٰ كَلِمَةٍ سَوَآءٍ بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمْ أَلَّا نَعْبُدَ إِلَّا ٱللَّهَ وَلَا
نُشْرِكَ بِهِۦ شَيْئًا وَلَا يَتَّخِذَ بَعْضُنَا بَعْضًا أَرْبَابًا مِّنْ دُونِ ٱللَّهِ ۚ فَإِن تَوَلَّوْا۟ فَعُوْلُوْا۟
أَشْهَدُوْا بِأَنَّا مُسْلِمُونَ

4. Kalimat al-Kufr

Secara bahasa kalimat al-kufr, adalah kalimat yang mengingkari kebenaran, atau melecehkan nilai-nilai kebenaran dan orang-orang yang membawa kebenaran. Ungkapan ini terdapat dalam surah at Taubah (9) ayat 74 Allah berfirman :

Kalimattut taqwa menurut bahasa artinya kalimat yang berfungsi melindungi.²⁹ungkapan ini di sebutkan oleh Allah di dalam Al- Qur'an surat al Fath [48]: 26.

إِذْ جَعَلَ ٱلَّذِينَ كَفَرُوا۟ فِي قُلُوْبِهِمُ ٱلْحَمِيَّةَ حَمِيَّةَ ٱلْجَاهِلِيَّةِ فَأَنزَلَ ٱللَّهُ سَكِيْنَتَهُۥ عَلَىٰ
رُسُوْلِهِۦ وَعَلَى ٱلْمُؤْمِنِيْنَ وَأَلْزَمَهُمْ كَلِمَةَ ٱلتَّقْوَىٰ وَكَانُوْا أَحَقَّ بِهَا وَأَهْلَهَا ۚ وَكَانَ
ٱللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيْمًا

5. Kalimat al Thayyibah

Kalimat *al Thayyibah* berasal dari akar kata *thaba* yang artinya, enak, bersih dan tumbuh.³⁰Ungkapan ini di

²⁸Muhammad Ibnu Jarir bin Yazid, Abu Ja'far al Thobari, *Jami' al Bayan fi Ta'wilil Qur'an* , (Muassasah al-Risalah, 1420-2000), juz 6, hal 483.

²⁹Kata taqwa berasal dari akar kata “ *waqa' yaqi'-wiqayah* ” yang ber arti melindungi seseorang dari gangguan . lihat Ibrohim Musthafa dkk. *al mu'jam al Washith*, Isstambul, al Maktabah al Islamiyyah. Hal.1052

³⁰ Ibnu Mandzur , *Lisan al Arab*, (Beirut : Dar Shadir, 1412-1992), juz.1, 561.

sebutkan oleh Allah di dalam Al-Qur'an surah Ibrahim (16)
ayat 24 Allah berfirman :

أَلَمْ تَرَ كَيْفَ ضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا كَلِمَةً طَيِّبَةً كَشَجَرَةٍ طَيِّبَةٍ أَصْلُهَا ثَابِتٌ وَفَرْعُهَا فِي
السَّمَاءِ

E. Etika Membangun Budaya Komunikasi di Medsos Secara konotatif

Etika budaya dalam komunikasi melalui media social sudah barang tentu di butuhkan cara yang edial dan bisa di terima oleh masyarakat luas secara komprehensif dan bermartabat, tidak serta merta bisa di pukul rata semua akan pasti bisa menerimanya oleh karena itu penulis akan menguraikan satu persatu sesuai dengan kondisi yang cocok dengan kebutuhan di tengah tengah masyarakat dalam menyampaikan pesan yaitu sebagai berikut :

- 1) Nashihah
- 2) Hiwar
- 3) Jidal
- 4) Bayan
- 5) Tadzkir
- 6) Tabligh
- 7) Tabsyir
- 8) *Indzar*
- 9) *Ta'aruf*
- 10) *Tawashi*
- 11) *Wa'adz atau Mau'idzah*
- 12) *Idkhal al- surur*

F. Term Al-Qur'an membangun Budaya Komunikasi di Medsos secara Denotative

Jenis Jenis Pesan, menurut Harjani Hefni dikatakan bahwa pesan adalah seperangkat lambang bermakna yang di sampaikan oleh komunikator.³¹ Sedangkan Dedy Mulyana mengatakan bahwa pesan adalah seperangkat symbol verbal atau non verbal yang mewakili pesan,nilai, gagasan atau maksud sumber tadi.³² Adapun dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, pesan di artikan

³¹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi*, (Teori dan Praktik.2005), hal.18

³² Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: suatu Pengantar*, (2005), 63

sebagai amanat yang di sampaikan lewat orang lain, perintah atau nasehat yang tidak langsung atau melalui perantara.³³

Tiga Istilah itu adalah *lafadz*, *qaul*, dan *kalimat*. Berikut ini adalah akan kami jelaskan satu persatu sesuai dengan kondisi yang nyata dalam kehidupan manusia, inilah penjelasannya secara detail sebagai berikut :

a) Lafadz

Makna asal dari kata “ *lafadz*” dalam bahasa Arab adalah melempar. Disebut lafadz karena bunyi yang kita keluarkan dari mulut ibarat bunyi atau symbol yang kita lemparkan dari mulut kita.³⁴ Ayat yang menggunakan *lafadz* terdapat dalam surat Qaf ayat 18. Allah berfirman :

مَا يَلْفِظُ مِنْ قَوْلٍ إِلَّا لَدَيْهِ رَقِيبٌ عَتِيدٌ

b) Qaul

Dalam bahasa Indonesia, *qaul* di artikan kata, Kata *Qaul* di sebutkan 1.722 kali dalam Al-Qur'an ; 529 kali dalam bentuk *qauluhum* dan bentuk bentuk *qala*,92 kali dalam bentuk *yaqulun*,332 kali dalam bentuk *qul* ,13 kali dalam bentuk *qulu*, 49 kali dalam bentuk *qila*,52 kali dalam bentuk *al qaul*,12 kali dalam bentuk *qauluhum* dan bentuk bentuk lainnya.

Selain mengandung makna, *qaul* adalah ucapan yang di ucapkan oleh pembicara karena keinginan dirinya. Dalil yang memperkuat hal itu adalah QS. Al -An'am ayat 93. Allah berfirman :

وَمَنْ أَظْلَمُ مِمَّنْ افْتَرَى عَلَى اللَّهِ كَذِبًا أَوْ قَالَ أُوحِيَ إِلَيَّ وَلَمْ يُوحَ إِلَيْهِ شَيْءٌ وَمَنْ قَالَ سَأُنْزِلُ مِثْلَ مَا أَنْزَلَ اللَّهُ وَلَوْ تَرَى إِذِ الظَّالِمُونَ فِي غَمَرَاتِ الْمَوْتِ وَالْمَلَائِكَةُ بَاسِطُوا أَيْدِيهِمْ أَخْرِجُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ الْيَوْمَ تُجْزَوْنَ عَذَابَ الْهُونِ بِمَا كُنْتُمْ تَقُولُونَ عَلَى اللَّهِ غَيْرَ الْحَقِّ وَكُنْتُمْ عَنْ آيَاتِهِ تَسْتَكْبِرُونَ

Dengan kata lain *lafadz* adalah bagian dari *qaul*. *Qaul* dalam Al-Qur'an

³³Kamus Besar Bahasa Indonesia, Gita Media Press,h,606.

³⁴Ibnu Mandzur, *Lisan al- Arab*, (Beirut : Dar Shadir, 1412- 1993), juz 7, 461

Dalam Al-Qur'an di temukan cukup banyak ayat yang menggunakan istilah *qaul*. Secara umum, *qaul* yang terdapat dalam Al-Qur'an bermakna kalimat dan di gandeng dengan sifat tertentu.

Berikut ini beberapa *qaul* yang di sebutkan dalam Al-Qur'an:

1) Qaulan Ma'rufan

Ma'ruf artinya kebaikan dunia maupun akhirat.³⁵ ungkapan ini empat kali disebutkan dalam Al-Qur'an dengan menampilkan empat peristiwa yang berbeda beda. Empat ayat itu adalah : Surat al-baqarah/2 ayat 235,

وَلَا جُنَاحَ عَلَيْكُمْ فِيمَا عَرَّضْتُمْ بِهِ مِنْ خِطْبَةِ النِّسَاءِ أَوْ أَكْنَنْتُمْ فِي أَنْفُسِكُمْ ۖ
عَلِمَ اللَّهُ أَنْتُمْ سَتَكُمُوهُنَّ وَلَكِنْ لَا تُوَاعِدُوهُنَّ سِرًّا إِلَّا أَنْ تَقُولُوا قَوْلًا
مَعْرُوفًا ۖ وَلَا تَعْزِمُوا عُقْدَةَ النِّكَاحِ حَتَّى يَبْلُغَ الْكِتَابُ أَجَلَهُ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ
يَعْلَمُ مَا فِي أَنْفُسِكُمْ فَاحْذَرُوهُ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَفُورٌ حَلِيمٌ

2) Qaulan Kariman

Kata *Qaulan kariiman* secara bahasa berarti perkataan yang mulia dan berharga. Lawan dari mulia dan berharga adalah murahan atau tidak punya nilai. Ungkapan ini di abadikan oleh Allah di dalam Al-Qur'an pada surah *al Isro* ' ayat 23 Allah Swt berfirman:

وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۖ إِمَّا يَبْلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ
أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا

3) Qaulan Maysuran

Menurut bahasa *Qaulan maysuran* adalah perkataan yang mudah. Maysur adalah *isim maf'ul* dari *yusr* yang artinya mudah. Ungkapan ini terdapat dalam surah *al Isro* ' ayat 28 Allah ber firman :

³⁵Sayyed al-Alusi al- Baghdadi, *Ruh al-Maani fi Tafsir Al-Qur'an al-Adzim wa al-Sab'ual-Matsani*, (Beirut: Dar al-Kutub al "Ilmiyyah, 1415-1994), juz 3. hal.1159, cet. 1

وَأَمَّا تُعْرِضَنَّ عَنْهُمْ آيَتَاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا مَّيْسُورًا

4) Qaulan Balighan

Ungkapan *Qaulan balighan* secara bahasa berarti perkataan yang sampai kepada maksud, berpengaruh dan berbekas pada jiwa. ungkapan ini terdapat dalam Al-Qur'an surah An Nisa' (4) 63, Allah Swt, berfirman :

أَوَلَيْكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا

5) Qaulan Layyinan

Ungkapan *Qaulan Layyinan* secara bahasa berarti ucapan yang lemah lembut ungkapan ini terdapat dalam Al-Qur'an surah Thaha (20) ayat 44:

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

6) Qaulan sadidan

Qaulan sadidan menurut bahasa berarti perkataan yang benar. Ungkapan ini terdapat di dua tempat dalam Al-Qur'an, yaitu di surah *an Nisa'* ayat 9 dan di surah *al Ahzab* ayat 70. Dalam surah *an Nisa'* (4) ayat 9 Allah berfirman :

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِن خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

G. Implementasi Konsep Pendidikan Budaya Komunikasi Di Media Sosial

Media sosial adalah salah satu bentuk komunikasi digital saat ini. Memang ada ciri-ciri media sosial yang khas yang bisa kita ketahui. Melalui media sosial, banyak orang bisa terhubung dengan mudah. Penyebaran informasi pun relatif lebih cepat dengan adanya media sosial. Ini adalah termasuk jenis metode

komunikasi daring. Berikut ini adalah beberapa macam etika yang perlu diperhatikan saat berkomunikasi di media sosial:³⁶

- 1) Selalu perhatikan penggunaan kalimat
- 2) Berhati-hati saat menggunakan huruf
- 3) Perhatikan pemilihan warna huruf
- 4) Pemilihan simbol dan ikon yang tepat
- 5) Menggunakan bahasa yang sesuai
- 6) Memberikan respon dengan segera
- 7) Memberikan informasi yang memiliki referensi jelas
- 8) Tidak memancing pertentangan

Berdasarkan uraian di atas penulis menyimpulkan bahwa untuk membangun sebuah komunikasi yang sehat, khususnya di media social diperlukan beberapa ketentuan yang diperhatikan oleh setiap orang yang terlibat dalam komunikasi tersebut, di antaranya: Selalu perhatikan penggunaan kalimat, berhati-hati saat menggunakan huruf, perhatikan pemilihan warna huruf, pemilihan simbol dan ikon yang tepat, menggunakan bahasa yang sesuai, memberikan respon dengan segera, memberikan informasi yang memiliki referensi jelas, dan tidak memancing pertentangan. Ungkapan-ungkapan yang ditulis di media social juga tidak boleh lepas dari 6 prinsip komunikasi dalam Islam yaitu: *Qoulan Ma'rufa* (perkataan yang baik), *Qoulan Karima* (perkataan yang terpuji), *Qoulan Maysura* (perkataan yang mudah), *Qoulan Baligha* (perkataan yang membekas pada jiwa), *Qoulan Layyina* (perkataan yang lemah lembut), dan *Qaulan Sadida* (perkataan yang benar/jujur).

H. Penutup

Kesimpulan lain dari disertasi ini yang dapat penulis rangkum adalah sebagai berikut:

Manusia adalah makhluk Allah yang dibekali dengan berbagai potensi, seperti moral spiritual, potensi jasad, potensi social, dan potensi intelektual. Dengan berbekal potensi-potensi tersebut manusia di percaya mengelola bumi secara bersama-sama. Manusia yang satu dengan manusia yang lainnya pun bersinergi membentuk komunitas social yang harmoni, membangun visi peradapan yang manusiawi, dan menciptakan situasi dan kondisi yang kondusif.

³⁶<https://pakarkomunikasi.com/etika-komunikasi-di-media-sosial>.
Diakses tanggal 08 Agustus 2018

Dari dua sudut pandang persoalan komunikasi baik pandangan Alqur'an maupun komunikasi barat tidak terlalu jauh dalam persoalan komunikasi hanya beda dalam aplikasi dan tatacara yang tidak signifikan yaitu :

1. Model komunikasi dalam pandangan ilmuwan barat tersebut lebih pada komponen yang terlibat dalam berkomunikasi. Mereka melihat proses komunikasi akan efektif jika kurang gangguan. Keduanya tidak melihat dari segi etikanya.
2. Model komunikasi dalam pandangan Alqur'an lebih menekankan pada aspek etika dan tata cara berkomunikasi yang baik. Sehingga tidak menimbulkan dampak negatif (miss under standing) saat berinteraksi dengan orang lain.
3. Dari segi persamaannya, baik Alqur'an dan ilmuwan memandang komunikasi adalah faktor yang sangat urgen dalam pencapaian tujuan. Cara dan model yang digunakan dalam berkomunikasi sangat dianjurkan untuk diperhatikan.

Daftar Pustaka

- Aqat, Abbas Mahmud. *Manusia di Ungkap Al-Qur'an*. Jakarta: Pustaka Firdaus, 1993
- Al Farmawi, Abd Al- Hay. *Al-Bidayah Fi Tafsir Al-Maudu'i....*, Andretti, Abdillah, Leon. 2014. Social Media as Political Party Campaign in Indonesia. Jurnal Ilmiah MATRIK Vol.16 No.1, April 2014.
- Abdussaam, Abdul Aiz. *Al- fawaid fi al ikhtishar al-Maqashid*. Dimasyq: Dar al-fikr.
- Abdul Karim Zaedan . *Ushul al-Da'wah* Maktabah Syamilah, t.t., jilid 1
- Abdurrahman Ibnu Kholdun, *Muqaddimah*. Bairut: Dar al- Kutub al Ilmiyyah, 1413-1993.
- Abraham H. Maslow, *Motivation and Personality*, di terbitkan oleh herper and Row Publication, USA . dialihbahasakan oleh Nurul Imam dan di terbitkan dalam bahhsa Indonesia atas kerja sama anatara lembaga Pendidikan dan Pembinaan manajemen (LPPM) dengan PT Pustaka Binaan Presindo.
- Abu Abdillah Muhammad bin Umar bin Husain bin al Taimi al Razi, *Mafatih al Ghaib, Tafsir al Kabir*, Beirut : Dar Ihya al Turats al 'Arabi, 1420 H, juz 18.

- Abu al Fida' Ismail bin Katsir al Qurasyi al Dimasyqi, *Tafsir al-Qur'an al Adzim*, Al Madinah-al Munawwarah: Maaktabah al -'Ulum wa al-Hikam, 1413-1993, juz.2.
- Abu Muhammad ibn Muhammad al- Ghazali, *Ihya 'Ulum al -Diin*, jiz,I, Beirut : Daar al- Fikr, tth.
- Abul Hasan Al-Khazin, *Lubab al- Ta'wil fi ma'ani al Tanzil*, Beirut: Dar al-Shadir, t, th, juz4.
- Agus Sunaryo. "Fikih Tasamuh: Membangun Kembali Wajah Islam yang Toleran, Agustus 2018
- Abu Abdullah Muhammad bin Ahmad al-Anshari al Qurtubi *al Jami' li -Ahkam Al-Qur'an*, (Beirut: Dar Shadir, 1412-1992, juz 1
- Ahmad Anas, *Paradigma Dakwah; Aplikasi Teoritis dan Praktis Dakwah Sebagai Solusi Problematika Kekinian*, Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2006.
- Ahmad Tafsir, *Ilmu Pendidikan dalam Perspektif Islam*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2001.
- Aiman Amin Abdul Ghani, *al-Nahw al Kafi*, Kairo: Dir al Taufikiyyah li al-Thurats, 2010.
- Al Qur'anul karim dan terjemahnya Departemen Agama RI.
- Ali bin Muhammad bin Ali al Zain al Syarif al Jurjani, *Kitab al Ta'rifat*, Beirut : Dar al Kutub al-'Ilmiyyah, 1403-1983.
- Aminuddin Sanwar. *Pengantar Ilmu Dakwah*, Semarang: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo. 1986.
- Alo Liliweri, *Teori-Teori Komunikasi Antarbudaya*, (Yogyakarta, Pelangi Aksara, 2015.
- Al-Qardhawy, *Islam Peradaban Masa Depan*: Pustaka Al-Kautsar, 1996.
- Anderson, T.&Garrison, D.R. (1998). *Learning in a networked world: New roles and responsibilities*. In Gibson, C.(Ed.), *Distance Learners in Higher Education*.
- Andone, D., Dron, J., Boyne, C. & Pemberton, L. 2006a. *Are our student sdigital students?* Paper presented at Associor Learning Technology, 13th International Conference ALT-C 2006, Edinburgh, Scotland.
- Antonio Gramsci, *The Revolution Against "Capital"*, in Q. Hoare (ed), *Antoni Gramsci, Selections From Political Writing (1910-1920)*, (New York: International Publisher), hlm. 34-37.
- Awadh Al Qorni, *Hatta la takuuna Kallan*.
- Azis, *Ilmu Dakwah*, Cet. Pertama, 2004.

- Anshari, Endang Syaefuddin. *Ilmu Filsafat dan Agama*, Surabaya : Bina Ilmu, 1993.
- Aminuddin Sanwar. 1986. *Pengantar Ilmu Dakwah*, Semarang: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo. Hal. 3
- Bill Kovach & Tom Rosenstiel. 2001. *The Elements of Journalism*. New York: Crown Publishers.
- Bowman, Shayne and Willis, Chris 2008, *Online Newsgathering, Reaserch and Reporting for Jurnalism*. Oxford: Focal Press.
- Budhy Munawar Rahman Kontekstualisasi Doktrin Islam dalam sejarah, Jakarta: Paramadian,1994.
- Cawidu, Harifudin, 1991, *Konsep kufr dalam Al-Qur'an: Suatu Kajian Teologis dengan pendekatan tafsir tematik*, Jakarta Bulan Bintang.
- Chris Barker, *Cultural Studies*, terj, Yogyakarta: Kunci Kultural Studies, Yogyakarta, 2004..
- Contreras-Castillo, J., Perez-Fragoso,C.,&Favela,J. *Assessing the use of instant messaging in online learning environments*. Interactive Learning Environments, 2006.
- Danah Zohar Ian Marshar,SQ.*Spiritual Intelligence - The Ultimate Intelligence*,Great Britain:Bloomsbury,2000.
- Hidayat,Dasrun. *Komunikasi Antarpribadi dan Medianya*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: suatu Pengantar*, 2005.
- Denny Zainuddin, *Analisis Penanganan Konflik Antar Organisasi Kemasyarakatan Di Sumatera Utara (Medan) Dan Jawa Tengah (Surakarta)*, Jurnal Hak Asasi Manusia Vol ume 7 No. 1, Juli 2016.
- Departemen Agama , *Al-Qur'an dan Terjemahnya* PT. Karya toha Putra, Semarang,2002.
- Dougall, Curtis D. (1958). *Hoaxes*. Dover. hlm. 6. ISBN 0-486-20465-0. Diakses tanggal 09 agustus 2018
- Didin Hafidhuddin, *Dakwah Aktual*, Jakarta: Gema Insani Press.
- Djiwandono & Mulyani, S.E. *Psikologi Pendidikan*.Jakarta. Grasindo. 2002.
- Eka Putra, Andi, *Membangun Komunikasi Sosial Antaretnik: Perspektif Sosiologi Komunikasi*, Jurnal Al-Adyan Vol. XII No. 1 Januari-Juni 2017.

- Fazlur Rahman, *Metode dan Alternative Neomodernisme Islam*. Terj. Taufik Adnan Amal, Bandung : Mizan 1992.
- Ghazaly, Abdul Rahman, Ghufron Ihsan, Sapiudin Shidiq. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.