

Perbandingan Teori Komunikasi Islam dan Barat; Menurut Pemikiran Al-Farabi Telaah Epistemologi dan Ontologi di Era Digital

Rismayanti^{1*}, Mailin², Rubino³

^{1,2,3} Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Jl. William Iskandar Ps. V, Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara

E-mail: rismayanti@utnd.ac.id

*Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.5238>

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 26 Jan 2026

Revised: 01 Feb 2026

Accepted: 07 Feb 2026

Kata Kunci:

Teori Komunikasi Islam, Barat, Pemikiran AlFarabi, Era Digital.

Keywords:

Islamic Communication Theory, Western, Al-Farabi's Thought, Digital Era., Chronic Kidney Failure.

ABSTRACT

Penelitian ini mengkaji perbandingan teori komunikasi dalam perspektif Islam dan Barat dengan penekanan pada pemikiran Al Farabi, terutama dalam konteks epistemologi dan ontologi di era digital. Di tengah kemajuan teknologi informasi yang pesat, komunikasi menjadi salah satu aspek krusial dalam interaksi sosial dan budaya, yang mengharuskan kita untuk memahami bagaimana masing-masing tradisi memandang proses komunikasi. Teori komunikasi Barat, yang sering kali berakar pada pendekatan positivis dan empiris, menekankan pada aspek teknis dan fungsional dari komunikasi. Sebaliknya, teori komunikasi dalam Islam, yang dipengaruhi oleh nilai-nilai spiritual dan moral, menekankan pentingnya niat, etika, dan konteks sosial dalam proses berkomunikasi. Al-Farabi, sebagai salah satu filsuf besar yang mengintegrasikan pemikiran Yunani dengan ajaran Islam, memberikan kontribusi yang signifikan dalam memahami komunikasi sebagai suatu proses yang tidak hanya melibatkan pertukaran informasi, tetapi juga pembentukan identitas dan komunitas. Studi ini menggunakan metode analisis kualitatif untuk mengeksplorasi karya karya Al-Farabi, termasuk "Al-Madina al-Fadila" dan "Risalah Fi al Nafs," untuk menggali konsep-konsep epistemologis dan ontologis yang mendasari teori komunikasinya. Penelitian ini menemukan bahwa Al-Farabi memandang komunikasi sebagai jembatan yang menghubungkan individu dengan masyarakat dan Tuhan, yang berfungsi untuk mencapai kebahagiaan dan kebaikan bersama. Dalam konteks era digital, di mana informasi dapat tersebar dengan cepat dan luas, pemikiran Al-Farabi menawarkan perspektif yang relevan untuk memahami tantangan baru yang dihadapi dalam komunikasi, seperti penyebaran berita palsu dan krisis kepercayaan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat perbedaan mendasar antara teori komunikasi Islam dan Barat, ada potensi untuk saling melengkapi dan memperkaya pemahaman kita tentang komunikasi dalam masyarakat modern.

This study examines the comparative theory of communication from Islamic and Western perspectives, with an emphasis on Al-Farabi's thought, particularly in the context of epistemology and ontology in the digital era. Amidst the rapid advancement of information technology, communication has become a crucial aspect of social and cultural interaction, requiring us to understand how each tradition views the communication process. Western communication theory, often rooted in positivist and empirical approaches, emphasizes the technical and functional aspects of communication. In contrast, Islamic communication theory, influenced by spiritual and moral values, emphasizes the importance of intention, ethics, and social context in the communication process. Al-Farabi, as one of the great philosophers who integrated Greek thought with Islamic teachings, made significant contributions to understanding communication as a process involving not only the exchange of information but also the formation of identity and community. This study uses qualitative analysis methods to explore Al-Farabi's works, including "Al-Madina al-Fadila" and "Risalah Fi al Nafs," to explore the epistemological and ontological concepts underlying his communication theory. This study found that Al-Farabi viewed communication as a bridge connecting individuals with society and God, serving to achieve happiness and the common good. In the context of the digital era, where information can spread quickly and widely, Al-Farabi's thoughts offer a relevant perspective for understanding new challenges faced in communication, such



as the spread of fake news and the crisis of trust. The results of this study indicate that despite fundamental differences between Islamic and Western communication theories, there is potential for them to complement and enrich our understanding of communication in modern society.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Rismayanti, et al. (2026). Perbandingan Teori Komunikasi Islam dan Barat; Menurut Pemikiran Al-Farabi Telaah Epistemologi dan Ontologi di Era Digital, 4(3). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.5238>

PENDAHULUAN

Era digital telah mentransformasi lanskap komunikasi manusia secara fundamental, menciptakan ekosistem informasi yang hiper-konektif namun juga sarat dengan tantangan kompleks. Dinamika ini tidak hanya menyangkut persoalan teknis, tetapi juga mendorong dekonstruksi dan rekonstruksi terhadap cara manusia memaknai realitas, pengetahuan, dan interaksi sosial. Dalam konteks ini, fondasi teoritis yang mendasari proses komunikasi menjadi sangat krusial untuk dikaji ulang, mengingat teori berfungsi sebagai peta navigasi dalam memahami gelombang disrupsi komunikasi kontemporer (Castells, 2010).

Komunikasi sebagai disiplin ilmu telah lama didominasi oleh perspektif dan teori yang lahir dari tradisi pemikiran Barat. Paradigma-paradigma seperti teori S-O-R (Stimulus-Organism-Response), model transmisi linear Shannon dan Weaver, hingga pendekatan kritis ala Mazhab Frankfurt, telah membentuk cara pandang dunia akademik terhadap fenomena komunikasi. Dominasi epistemologi Barat ini seringkali dianggap sebagai kerangka universal, tanpa banyak mempertimbangkan alternatif perspektif dari peradaban lain (Miike, 2007). Sementara itu, tradisi intelektual Islam menawarkan khazanah pemikiran komunikasi yang kaya, yang berakar pada wahyu dan filsafat. Komunikasi dalam Islam tidak sekadar dipandang sebagai pertukaran pesan informatif, tetapi sebagai suatu aktivitas yang memiliki dimensi transendental dan etis yang dalam. Pendekatan ini menekankan pada pencarian kebenaran, pembentukan karakter, dan harmoni sosial, yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis (Mulyana, 2005).

Studi mengenai komunikasi Islam seringkali terkotak dalam wacana keagamaan yang sempit dan belum banyak terintegrasi secara dialogis dengan wacana komunikasi global. Akibatnya, terjadi kesenjangan epistemologis di mana teori komunikasi Islam kurang diperhitungkan dalam percakapan akademik arus utama, padahal ia menawarkan solusi filosofis yang relevan untuk menjawab problem komunikasi di era modern, termasuk di ruang digital (AbdulRahman, 2018). Oleh karena itu, upaya untuk melakukan studi komparatif antara teori komunikasi Islam dan Barat menjadi sebuah keniscayaan akademik. Komparasi semacam ini bukan bertujuan untuk mengklaim superioritas satu tradisi atas tradisi lain, melainkan untuk membangun jembatan dialog yang dapat memperkaya pemahaman kita secara holistik tentang fenomena komunikasi yang multidimensi (Kincaid, 1987).

Fokus studi ini akan tertuju pada pemikiran Al-Farabi, seorang filsuf Muslim legendaris yang sering dijuluki "Guru Kedua" setelah Aristoteles. Al-Farabi dipilih karena kontribusinya yang sistematis dalam merumuskan filsafat politik, metafisika, dan logika, yang di dalamnya terkandung konsep-konsep komunikasi yang canggih dan visioner, meskipun tidak dirumuskan secara eksplisit dalam istilah komunikasi modern (Netton, 1992). Pemikiran Al-Farabi tentang negara ideal (Al-Madinah Al Fadilah) dan peran sang pemimpin (Al-Ra'is) tidak dapat dipisahkan dari teorinya tentang komunikasi. Baginya, komunikasi yang efektif adalah instrumen vital bagi filsuf untuk menyampaikan kebenaran metafisik kepada masyarakat, menggunakan bahasa dan simbol yang dapat dipahami oleh berbagai tingkat kecerdasan, sebuah konsep yang sangat relevan dengan strategi komunikasi di era digital (Butterworth, 2001).

Untuk membedah persamaan dan perbedaan antara kedua tradisi pemikiran ini, pendekatan filsafat ilmu menjadi sangat penting. Kajian ini akan berfokus pada dua pilar utama filsafat ilmu, yaitu ontologi dan epistemologi. Pendekatan ini memungkinkan investigasi yang mendalam hingga ke akar-akar metafisik dan teoritis dari masing-masing tradisi (Crotty, 1998). Telaah ontologis akan menjawab pertanyaan tentang hakikat realitas komunikasi itu sendiri. Apa yang sebenarnya dikomunikasikan? Apakah sekadar pesan fisik, atau ada dimensi non-material seperti makna, nilai, dan kebenaran ilahiah? Pertanyaan ini akan mengungkap perbedaan mendasar dalam memandang esensi dari tindakan

berkomunikasi (Littlejohn & Foss, 2009). Sementara itu, telaah epistemologis akan menyelidiki sumber, sifat, dan validitas pengetahuan dalam komunikasi. Bagaimana cara kita mengetahui bahwa komunikasi telah terjadi dan berhasil? Apakah melalui pengukuran empiris-kuantitatif, atau melalui pemahaman intuitif dan interpretasi makna? Perbedaan jawaban atas pertanyaan ini akan membedakan landasan membangun teori antara kedua paradigma (Craig, 1999).

Era digital berfungsi sebagai konteks sekaligus ujian bagi kedua tradisi teori ini. Ruang digital telah menciptakan realitas ontologis baru—dunia maya yang bersifat virtual namun memiliki dampak yang sangat nyata. Realitas ini mempertanyakan kembali batas-batas ontologis tradisional tentang apa yang "nyata" dalam komunikasi (Lévy, 1998). Secara epistemologis, era digital ditandai oleh banjir informasi (information overload) dan krisis misinformasi. Hal ini memunculkan pertanyaan mendasar: dalam lautan data yang tersedia, bagaimana kita dapat memperoleh pengetahuan yang benar dan bermakna? Tantangan ini menyentuh langsung jantung epistemologi komunikasi, baik Barat maupun Islam (Bawden & Robinson, 2009).

Teori komunikasi Barat modern, dengan paradigma positivistiknya, seringkali mendefinisikan komunikasi yang efektif sebagai keberhasilan mentransmisikan pesan dari pengirim ke penerima dengan gangguan minimal. Keberhasilan ini diukur secara empiris dan kuantitatif, menekankan pada aspek instrumental dan fungsional dari komunikasi (Schramm, 1971). Sebaliknya, dalam kerangka pemikiran Al-Farabi, komunikasi yang efektif adalah proses penyampaian kebenaran (al-haqq) dari Akal Aktif (al-‘aql al-fa’al) melalui filsuf, menuju jiwa-jiwa masyarakat. Tujuannya adalah mencapai kebahagiaan sejati (al-sa’adah), yang bersifat spiritual dan intelektual, bukan sekadar perubahan perilaku yang teramati (Al-Farabi, 1985).

Dari sisi ontologi, realitas komunikasi dalam perspektif Barat modern cenderung bersifat materialistis dan empiris. Realitas dianggap ada jika dapat diobservasi dan diukur. Pesan, media, dan efek komunikasi dipelajari sebagai fenomena yang teramati dalam dunia fisik (Dervin, 2008). Bagi Al-Farabi, realitas tertinggi adalah realitas metafisik, yang bersumber dari Tuhan sebagai Wujud Yang Maha Esa. Komunikasi, oleh karena itu, juga memiliki dimensi ontologis yang menghubungkan manusia dengan realitas yang lebih tinggi tersebut. Komunikasi bukan hanya antarmanusia, tetapi juga antara manusia dan Akal-Akal kosmik, termasuk Akal Aktif (Nasr, 2006). Secara epistemologis, ilmu komunikasi Barat modern banyak bersandar pada akal (rasio) dan indera sebagai sumber pengetahuan utama. Metode ilmiah dengan logika deduktif dan induktif menjadi standar emas untuk menghasilkan pengetahuan yang valid tentang komunikasi (Berger & Chaffee, 1987). Epistemologi Al-Farabi bersifat integral, menyatukan akal (al-‘aql), wahyu (al-wahy), dan intuisi (al-hads). Pengetahuan tertinggi diperoleh ketika akal manusia menyatu dengan Akal Aktif, yang memancarkan ilmu-ilmu ilahiah. Dalam konteks komunikasi, pengetahuan tentang bagaimana berkomunikasi dengan baik juga bersumber dari integrasi ini (Fakhry, 2002).

Penelitian ini memiliki signifikansi teoritis yang penting, yaitu untuk memperkaya khazanah ilmu komunikasi dengan memasukkan perspektif Islam yang sering terabaikan. Dengan membandingkan fondasi ontologis dan epistemologis, studi ini berupaya membangun sebuah kerangka pemikiran yang lebih inklusif dan komprehensif untuk memahami komunikasi di era digital (Wiseman, 2007). Secara praktis, temuan dari kajian ini dapat memberikan panduan etis dan filosofis dalam menghadapi tantangan komunikasi digital, seperti ujaran kebencian (hate speech), hoaks, dan degradasi makna dalam interaksi online. Pemikiran Al-Farabi tentang hierarki pengetahuan dan tanggung jawab moral komunikator dapat menjadi penyeimbang bagi pendekatan Barat yang seringkali terlalu teknis dan bebas nilai (Ess, 2009).

Beberapa penelitian sebelumnya telah menyentuh topik serupa, seperti studi tentang komunikasi profetik Mulyana atau etika komunikasi internet dalam Islam. Namun, kekhasan penelitian ini terletak pada pendekatan komparatifnya yang sistematis dengan fokus spesifik pada pemikiran Al-Farabi dan analisisnya yang mendalam hingga level ontologi-epistemologi dalam bingkai era digital (Mulyana, 2005; Rakhmat, 2011). Ruang kosong (gap) yang hendak diisi oleh penelitian ini adalah kurangnya kajian yang menghubungkan filsafat komunikasi Islam klasik—khususnya Al-Farabi—secara langsung dengan problematika ontologis dan epistemologis yang dihadapi oleh teori komunikasi kontemporer di ruang digital. Kebanyakan studi masih berfokus pada aspek etika atau retorika semata (Barzan, 2015). Oleh karena itu, pertanyaan penelitian utama yang diajukan adalah: Bagaimana perbandingan teori komunikasi Islam (menurut perspektif Al-Farabi) dan teori komunikasi Barat ditinjau dari aspek

ontologi dan epistemologinya, serta bagaimana relevansi perbandingan tersebut dalam konteks komunikasi di era digital?

Secara rinci, pertanyaan penelitian tersebut dipecah menjadi: (1) Bagaimana konsep ontologi dan epistemologi komunikasi dalam pemikiran Al-Farabi? (2) Bagaimana karakteristik ontologi dan epistemologi yang mendasari teori komunikasi Barat mainstream? (3) Di mana letak titik temu dan perbedaan mendasar antara kedua tradisi tersebut dalam memandang realitas dan pengetahuan komunikasi? (4) Bagaimana implikasi dari perbandingan tersebut dalam menganalisis dan menjawab tantangan komunikasi di era digital?

Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut, penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan (*library research*). Data primer akan dikumpulkan dari karya-karya Al-Farabi seperti "Ara' Ahl al-Madinah al-Fadilah" (Pendapat-Pendapat Penduduk Kota Utama) dan "Ihsha' al-'Ulum" (Statistik Ilmu-Ilmu), sementara data sekunder berasal dari buku, jurnal, dan artikel ilmiah terkait teori komunikasi Barat, filsafat ilmu, dan komunikasi digital. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis isi kualitatif dan analisis komparatif-kritis (Creswell, 2014).

METODE

Penelitian ini menggunakan metode studi kepustakaan, yang berarti semua data dan bahan analisis diperoleh dari sumber-sumber tertulis seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, dan karya-karya filsafat. Metode yang digunakan mencakup beberapa langkah-langkah sederhananya yaitu sebagai berikut: 1. Mengumpulkan Bahan Baku (Data) yaitu: a) Bahan Primer: Ini adalah "bahan utama" yang langsung dianalisis. Dalam penelitian ini, bahan utamanya adalah buku-buku karya Al-Farabi sendiri (misalnya, Al-Madinah Al-Fadilah atau Ihsha' al-'Ulum). b) Bahan Sekunder: Ini adalah "bumbu dan pelengkap" yang membantu memahami bahan utama. Sumbernya adalah buku-buku tentang teori komunikasi Barat, filsafat ilmu, artikel jurnal tentang komunikasi digital, dan buku-buku yang membahas pemikiran Al-Farabi ditulis oleh orang lain. 2. Mengolah Bahan (Analisis Data) yaitu peneliti akan membaca dan memahami semua sumber yang telah dikumpulkan. Kemudian, peneliti menggunakan dua teknik analisis: a) Analisis Isi Kualitatif: Mencari dan mencatat tema, konsep, kata kunci, dan ide tentang ontologi (hakikat realitas) dan epistemologi (sumber pengetahuan) yang terkandung dalam tulisan Al-Farabi dan teori komunikasi Barat. b) Analisis Komparatif: Membandingkan tema dan konsep yang telah ditemukan dari kedua kubu (Islam/Al-Farabi dan Barat) untuk mencari persamaan, perbedaan, dan keunikan dari masing-masing tradisi pemikiran. 3. Menyajikan Hasil (Kesimpulan) Dari hasil perbandingan tersebut, peneliti akan menyusun kesimpulan tentang bagaimana kedua teori ini saling melengkapi atau bertolak belakang, serta relevansinya dalam menghadapi tantangan komunikasi di era digital seperti hoaks, ujaran kebencian, dan banjir informasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Teori Komunikasi Islam: Definisi, Prinsip, Nilai, dan Etika

Teori Komunikasi Islam dapat dipahami sebagai sebuah kerangka konseptual yang mendefinisikan dan membimbing proses pertukaran pesan dengan berlandaskan pada nilai-nilai dan ajaran fundamental Islam. Berbeda dengan pendekatan Barat yang seringkali sekuler dan instrumental, perspektif ini memandang komunikasi sebagai suatu aktivitas yang bernilai ibadah dan memiliki dimensi transendental, yang tujuannya tidak terlepas dari pencarian ridha Allah SWT. Dengan demikian, komunikasi bukan sekadar urusan antarmanusia (*hablum minannas*), tetapi juga merupakan bagian dari hubungan vertikal dengan Sang Pencipta (*hablum minallah*) (Mulyana, 2005).

Landasan ontologis dari Komunikasi Islam bersumber dari keyakinan bahwa realitas tertinggi adalah wahyu Ilahi. Al-Qur'an dan Hadis tidak hanya menjadi sumber hukum, tetapi juga berfungsi sebagai paradigma utama untuk memahami hakikat komunikasi, makna, dan kebenaran. Realitas komunikasi dalam Islam melampaui hal-hal yang bersifat material dan empiris, mencakup juga dimensi spiritual dan metafisik yang memengaruhi keseluruhan proses interaksi manusia (AbdulRahman, 2018).

Secara epistemologis, Komunikasi Islam membangun pengetahuannya melalui integrasi yang harmonis antara *naql* (wahyu) dan *'aql* (akal). Sumber pengetahuan yang sah tidak hanya diperoleh melalui observasi indrawi dan logika semata, tetapi juga, dan yang terutama, melalui wahyu yang

diturunkan kepada Nabi Muhammad SAW. Integrasi ini menghasilkan sebuah kerangka pengetahuan yang komprehensif, di mana akal berfungsi untuk menafsirkan dan mengaplikasikan prinsip-prinsip wahyu dalam konteks kehidupan yang dinamis (Al-Faruqi, 1992).

Prinsip dasar pertama dan paling sentral dalam Komunikasi Islam adalah konsep Tauhid (Keesaan Allah). Prinsip ini menegaskan bahwa seluruh aktivitas komunikasi harus bermuara pada pengakuan dan penguatan keesaan Allah. Komunikasi tidak boleh digunakan untuk menyesatkan, menyekutukan Allah, atau mengangkat makhluk kepada tingkat yang seharusnya hanya bagi Pencipta. Tauhid menjadi fondasi etis yang memayungi seluruh bentuk interaksi verbal dan nonverbal (Barzan, 2015).

Prinsip kedua adalah bahwa komunikasi berfungsi sebagai perwujudan dari misi amar ma'ruf nahi munkar (menyeru kepada kebaikan dan mencegah dari kemungkaran). Setiap tindak komunikasi, pada kapasitasnya, harus diarahkan untuk mendatangkan maslahat dan mencegah mudarat. Prinsip ini mengubah komunikasi dari sekadar pertukaran informasi menjadi sebuah tanggung jawab sosial dan moral untuk membangun masyarakat yang beradab dan beretika (Qur'an, Surah Ali 'Imran: 104).

Prinsip ketiga adalah penekanan pada niat (niyyah) yang ikhlas semata-mata karena Allah. Sebelum kata-kata diucapkan, niat dalam hati menjadi penentu nilai spiritual dari sebuah komunikasi. Sebuah pesan yang secara lahiriah baik, jika disampaikan dengan niat pamer (riya') atau untuk menipu, akan kehilangan nilainya di hadapan Allah. Dengan demikian, Komunikasi Islam sangat menekankan penyucian batin (tazkiyatun nafs) sebagai pra-syarat bagi komunikator (Al-Ghazali, Ihya' 'Ulum al-Din).

Nilai kejujuran (ash-shidq) merupakan pilar etika komunikasi yang paling utama. Islam secara tegas melarang segala bentuk kebohongan, penipuan, dan manipulasi informasi. Nabi Muhammad SAW bersabda, "Hendaklah kalian senantiasa berlaku jujur, karena kejujuran membawa kepada kebaikan, dan kebaikan membawa ke surga." (HR. Bukhari dan Muslim). Dalam konteks kontemporer, nilai ini sangat relevan untuk memerangi hoaks dan disinformasi yang merajalela di ruang digital (Rakhmat, 2011).

Nilai kedua adalah menepati janji dan amanah. Setiap perkataan dan informasi yang disampaikan merupakan sebuah amanah yang harus dipertanggungjawabkan. Menyampaikan pesan secara tidak akurat, memutarbalikkan fakta, atau mengingkari janji yang telah diucapkan dianggap sebagai pengkhianatan terhadap amanah tersebut, yang merupakan ciri dari orang munafik (Qur'an, Surah Al-Ahzab: 70-71).

Prinsip qawl al-ma'ruf (perkataan yang baik) menjadi panduan dalam memilih diksi. Komunikasi Islam mendorong penggunaan kata-kata yang santun, membangun, dan penuh kasih sayang, bahkan ketika berhadapan dengan pihak yang berselisih pendapat. Allah SWT berfirman, "Dan ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia." (Qur'an, Surah Al-Baqarah: 83). Prinsip ini melarang keras ghibah (menggunjing), namimah (mengadu domba), dan segala bentuk ucapan yang dapat melukai perasaan atau merusak kehormatan orang lain (Al-Qardhawi, 2001).

Konsep al-haya' (rasa malu) juga memainkan peran penting dalam meringkai komunikasi. Rasa malu, dalam pengertian yang positif, berfungsi sebagai rem internal yang mencegah individu untuk mengucapkan atau menyebarkan sesuatu yang tidak pantas, kotor, atau melanggar norma kesopanan. Nilai ini berfungsi sebagai mekanisme pengendali diri sebelum kata-kata yang merusak terucap (Mulyana, 2005). Tanggung jawab sosial dalam komunikasi Islam tercermin dalam kewajiban untuk menyampaikan kebenaran dan bersikap adil, termasuk kepada pihak yang mungkin tidak disukai. Firman Allah, "Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu orang yang benar-benar penegak keadilan, menjadi saksi karena Allah biarpun terhadap dirimu sendiri atau ibu bapa dan kaum kerabatmu." (Qur'an, Surah An-Nisa': 135), menekankan bahwa komitmen pada kebenaran mengatasi segala kepentingan pribadi atau golongan.

Etika mendengarkan (istima') merupakan bagian yang tidak terpisahkan. Komunikasi Islam bukanlah monolog, melainkan dialog yang menghargai lawan bicara. Sikap mendengarkan dengan penuh perhatian, tanpa memotong pembicaraan, dan berusaha memahami pesan secara utuh adalah cerminan dari penghormatan terhadap orang lain, yang sejalan dengan ajaran untuk memuliakan sesama manusia (Rakhmat, 2011).

Dalam konteks komunikasi publik dan media, teori ini menuntut adanya prinsip tabayyun (cek dan ricek) terutama ketika menerima informasi yang belum jelas kebenarannya. Allah SWT berfirman, "Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita,

maka telitilah kebenarannya..." (Qur'an, Surah Al-Hujurat: 6). Prinsip ini merupakan antivirus alami bagi masyarakat dalam menghadapi arus informasi yang deras (AbdulRahman, 2018).

Komunikasi Islam juga sangat memperhatikan dimensi waktu dan konteks (al waqt). Terdapat pesan yang tepat untuk disampaikan dan waktu yang tepat untuk diam. Kesantunan dalam berkomunikasi juga termasuk mengetahui kapan harus berbicara, kapan harus mendengar, dan kapan diam adalah emas. Kebijakan ini mencegah komunikasi yang tidak tepat waktu dan potentially damaging (Al Ghazali, Ihya' 'Ulum al-Din).

Secara keseluruhan, Teori Komunikasi Islam menawarkan sebuah paradigma yang holistik dan berorientasi pada kemaslahatan. Dengan menjadikan tauhid sebagai fondasi, wahyu sebagai pedoman, dan akhlak karimah sebagai manifestasinya, kerangka ini tidak hanya menyediakan petunjuk teknis berkomunikasi, tetapi lebih jauh, membentuk insan kamil yang komunikasinya menjadi sumber pahala, penebar kedamaian, dan pembawa rahmat bagi seluruh alam (Barzan, 2015).

Teori Komunikasi Barat: Pendekatan Positivis Dan Model Klasik

Landasan filosofis teori komunikasi Barat modern sebagian besar dibentuk oleh paradigma positivis yang berkembang pesat pada abad ke-20. Paradigma ini berpegang pada keyakinan bahwa realitas sosial, termasuk komunikasi, adalah suatu fenomena objektif yang dapat diamati dan diukur secara independen dari nilai-nilai subjektif peneliti. Tujuan utama dari pendekatan ini adalah untuk mengidentifikasi hukum-hukum sebab-akibat yang mengatur proses komunikasi, mirip dengan cara ilmu-ilmu alam mempelajari dunia fisik (Littlejohn & Foss, 2009).

Epistemologi yang mendasari tradisi ini adalah empirisme, yang menegaskan bahwa satu-satunya pengetahuan yang sah adalah yang berasal dari pengalaman indrawi dan verifikasi empiris. Dalam konteks komunikasi, hal ini berarti bahwa asumsi, konsep, dan proposisi teoritis harus dapat diuji dan divalidasi melalui pengamatan yang sistematis dan terkendali. Metode kuantitatif, seperti eksperimen dan survei, dianggap sebagai alat yang paling tepat untuk mencapai objektivitas ini (Berger & Chaffee, 1987). Pengaruh positivisme melahirkan apa yang dikenal sebagai tradisi effects research, yang memusatkan perhatiannya pada upaya mengukur dampak pesan media terhadap sikap dan perilaku khalayak. Penelitian awal, seperti studi tentang propaganda selama Perang Dunia, didorong oleh keinginan untuk memahami dan memprediksi kekuatan persuasif dari komunikasi massa, yang mencerminkan keyakinan bahwa efek komunikasi dapat diisolasi dan diukur secara ketat (Bryant & Miron, 2004).

Salah satu model paling awal dan paling berpengaruh yang mencerminkan semangat ini adalah Model Komunikasi Lasswell. Model ini merumuskan proses komunikasi secara linear melalui pertanyaan sederhana namun powerful: "Siapa? Mengatakan Apa? Melalui Saluran Apa? Kepada Siapa? Dengan Efek Apa?". Formula ini tidak hanya menyederhanakan kompleksitas komunikasi menjadi komponen-komponen yang dapat dianalisis, tetapi juga secara implisit menempatkan "efek" sebagai tujuan akhir dan fokus utama dari proses tersebut (Lasswell, 1948).

Model Shannon dan Weaver, yang awalnya dikembangkan untuk masalah teknis dalam telekomunikasi, kemudian diadopsi secara luas dalam ilmu komunikasi manusia. Model ini memperkenalkan konsep-konsep kunci seperti source, transmitter, signal, channel, noise, receiver, dan destination. Konsep noise (gangguan) merepresentasikan segala hal yang mengacaukan keakuratan transmisi sinyal, mencerminkan concern terhadap efisiensi teknis dalam menyampaikan pesan dari pengirim ke penerima (Shannon & Weaver, 1949).

Kelebihan utama model Shannon-Weaver terletak pada kemampuannya untuk memetakan proses komunikasi secara jelas dan terukur. Namun, model ini juga dikritik karena sifatnya yang terlalu mekanistik dan linear, mengabaikan konteks sosial, makna, serta unsur timbal balik (feedback) dalam interaksi manusia. Model ini memandang penerima sebagai titik akhir yang pasif, bukan sebagai partisipan aktif yang menafsirkan pesan (Fiske, 1990).

Pada perkembangan selanjutnya, model-model linier mulai disempurnakan dengan memasukkan unsur feedback. Wilbur Schramm, misalnya, menekankan bahwa komunikasi adalah sebuah proses interaktif di mana pengirim dan penerima secara bergantian menyandikan (encode), menyandikan ulang (decode), dan menafsirkan pesan. Penekanan pada bidang pengalaman bersama (field of experience) menyoroti bahwa komunikasi hanya akan efektif jika terdapat tumpang tindih dalam latar belakang dan referensi budaya antara para komunikator (Schramm, 1954). Teori S-R (Stimulus-Respons) yang diadopsi dari psikologi behavioris juga memberikan pengaruh yang signifikan. Teori ini memandang

pesan komunikasi sebagai stimulus yang langsung memicu response atau perubahan perilaku tertentu pada khalayak. Perspektif ini mengasumsikan bahwa khalayak pada dasarnya bersifat pasif dan homogen, sehingga akan bereaksi secara seragam terhadap stimulus pesan yang sama, sebuah asumsi yang kemudian terbukti terlalu menyederhanakan realitas (McQuail, 2010).

Communication yang dikemukakan oleh Lazarsfeld, Berelson, dan Gaudet. Melalui studi pemilihan umum, mereka menemukan bahwa pengaruh media seringkali tidak langsung, tetapi disaring terlebih dahulu oleh pemimpin opini (opinion leaders) yang kemudian mempengaruhi masyarakat di sekitarnya. Temuan ini menggeser pandangan tentang khalayak yang pasif menjadi lebih aktif dan tertanam dalam jaringan sosial (Katz & Lazarsfeld, 1955). Model-model klasik ini secara kolektif membentuk apa yang sering disebut sebagai model transmisi komunikasi. Model ini mendefinisikan komunikasi terutama sebagai proses penyampaian informasi dan ide dari satu pihak ke pihak lain. Keberhasilan komunikasi diukur berdasarkan sejauh mana pesan yang dimaksudkan oleh pengirim berhasil "dikirim" dan "diterima" oleh penerima dengan distorsi seminimal mungkin (Carey, 1989).

Pendekatan positivis dan model-model linier ini mendominasi penelitian komunikasi selama beberapa dekade, membawa serta metodologi kuantitatif yang ketat. Dominasi ini memberikan ilmu komunikasi suatu landasan ilmiah yang diakui dalam dunia akademik, memungkinkan generalisasi temuan dan prediksi tertentu tentang perilaku komunikasi (Rogers, 1994). Namun, berbagai kritik kemudian bermunculan terhadap paradigma dominan ini. Kritik utama menyangkut kegagalannya dalam menangkap dimensi makna yang dibangun secara sosial. Dengan berfokus pada observasi perilaku yang terukur, pendekatan ini mengabaikan proses interpretasi subjektif yang kompleks yang terjadi dalam benak setiap individu ketika mereka menerima sebuah pesan (Deetz, 1994).

Kritik lainnya adalah bahwa model-model ini cenderung bersifat ahistoris dan apolitis. Mereka jarang mempertimbangkan bagaimana kekuatan struktur sosial, ekonomi, dan politik yang lebih luas membentuk proses komunikasi. Dengan kata lain, pendekatan positivis seringkali mengabaikan konteks kekuasaan dan ketidaksetaraan yang melekat dalam setiap pertukaran komunikasi (Hardt, 1992). Terlepas dari berbagai kritik, warisan dari pendekatan positivis dan model-model klasik ini tetap sangat signifikan. seperti source, message, channel, receiver, noise, Konsep-konsep fundamental dan feedback telah menjadi kosakata dasar dalam disiplin ilmu komunikasi. Model-model tersebut terus memberikan kerangka kerja yang berguna untuk memahami situasi komunikasi tertentu, khususnya yang bersifat informatif dan linear, seperti dalam siaran berita atau sistem telekomunikasi (Craig, 1999).

Secara keseluruhan, perkembangan awal teori komunikasi Barat merefleksikan sebuah upaya untuk menegaskan dirinya sebagai ilmu sosial yang empiris dan objektif. Meskipun kemudian lahir berbagai pendekatan alternatif (seperti interpretif dan kritis) yang menantang asumsi-asumsi positivis, pemahaman terhadap fondasi empiris dan model-model klasik ini tetap merupakan langkah awal yang penting untuk mengapresiasi evolusi dan keragaman pemikiran dalam studi komunikasi (Miller, 2005).

Pemikiran Al-Farabi: Integrasi Filsafat dan Relevansi Komunikasi

Abu Nasr Al-Farabi, yang dijuluki "Guru Kedua" setelah Aristoteles, menorehkan kontribusi monumental dengan menyintesis tradisi filsafat Yunani klasik dengan kerangka metafisika Islam. Dalam konteks komunikasi, sintesis ini melahirkan sebuah pandangan dunia yang unik, di mana proses penyampaian pesan tidak hanya dipandang sebagai keterampilan duniawi, tetapi sebagai bagian integral dari hierarki kosmik pencarian kebenaran. Ia berhasil menjadikan logika Plato dan Aristoteles sebagai alat yang kompatibel untuk mengeksplorasi dan menyampaikan kebenaran yang bersumber dari wahyu (Netton, 1992).

Konsep emanasi (al-faidh) Al-Farabi menjadi fondasi ontologis bagi pemikiran komunikasinya. Menurutnya, seluruh eksistensi, termasuk pengetahuan, memancar dari Tuhan (Sang Pertama) melalui serangkaian Akal-Kecerdasan kosmik, dengan Akal Aktif (al-'aql al-fa'ial) sebagai perantara terdekat dengan dunia manusia. Peran komunikator, khususnya filsuf atau nabi, dalam pandangan ini, adalah menjadi saluran yang menghubungkan Akal Aktif tersebut dengan akal potensial masyarakat, sehingga komunikasi menjadi proses "penerangan" intelektual dan spiritual (Fakhry, 2002).

Karya magnum opus-nya, Al-Madinah al-Fadilah (Negara Utama), sesungguhnya merupakan sebuah teori komunikasi politik dan sosial yang mendalam. Bagi Al-Farabi, negara yang ideal adalah sebuah entitas organik yang mirip dengan tubuh manusia, di mana sang pemimpin (ra'is) berfungsi sebagai "jantung" atau "akal pertama" yang menerima kebenaran dan kemudian mengkomunikasikannya

kepada "anggota tubuh" lainnya, yaitu masyarakat. Kesehatan negara bergantung pada keefektifan komunikasi kebenaran dari pemimpin yang bijaksana kepada rakyatnya (Butterworth, 2001).

Dalam Al-Madinah al-Fadilah, Al-Farabi membedakan kemampuan kognitif masyarakat, yang membutuhkan pendekatan komunikasi yang berbeda-beda. Filsuf dapat memahami kebenaran dalam bentuknya yang murni dan abstrak, sementara massa membutuhkan representasi kebenaran tersebut melalui simbol, metafora, dan narasi imajinatif yang terdapat dalam wahyu. Dari sinilah lahir konsep komunikasi yang berlapis, di mana pesan yang sama tentang kebenaran harus disandikan (encode) ke dalam bahasa yang berbeda sesuai dengan kapasitas intelektual audiensnya (Walzer, 1985). epistemologis yang crucial.

Dalam risalah ini, Al-Farabi mengklasifikasikan akal menjadi beberapa tingkatan, mulai dari akal potensial (al-'aql bi al-quwwah) hingga akal perolehan (al 'aql al-mustafad), yang telah memperoleh ilmu-ilmu dari Akal Aktif. Proses komunikasi yang ideal, dengan demikian, adalah yang mampu memfasilitasi pergerakan naik akal pendengar dari tingkat potensial menuju tingkat perolehan, sebuah proses yang menuntut kebijaksanaan dan metode pedagogis dari komunikator (Al-Farabi, 1985).

Relevansi pemikiran Al-Farabi dalam konteks komunikasi digital kontemporer sangat mencolok. Figur "filsuf-nabi" atau pemimpin idealnya dapat dianalogikan dengan para pembuat konten, edukator, atau influencer digital yang bertanggung jawab. Mereka dituntut tidak hanya menguasai informasi, tetapi juga memiliki kebijaksanaan untuk menyajikan pesan-pesan yang kompleks (seperti sains atau etika) dalam format yang kreatif, mudah dicerna, dan inspiratif bagi beragam lapisan audiens di media sosial, meniru cara nabi menyampaikan wahyu kepada masyarakat (AbdulRahman, 2018).

Konsep negara utama (al-madinah al-fadilah) juga menemukan relevansinya dalam ruang digital. Platform media sosial dapat dipandang sebagai "negara-negara digital" mini. Pemilik platform, regulator, dan pemimpin opini di dalamnya memikul tanggung jawab seperti "ra'is" untuk menciptakan ekosistem komunikasi yang sehat, bebas dari "noise" misinformasi dan ujaran kebencian, serta diarahkan untuk menciptakan kemaslahatan bersama, sebagaimana tujuan negara utama Al-Farabi (Ess, 2009).

Secara keseluruhan, pemikiran Al-Farabi menawarkan sebuah perspektif komunikasi yang teleologis dan etis. Ia mengajak kita untuk melihat komunikasi bukan sebagai akhir dari dirinya sendiri, melainkan sebagai instrumen yang mulia untuk mencapai tujuan yang lebih tinggi, yaitu kebahagiaan sejati (al-sa'adah) dan terwujudnya masyarakat yang berpengetahuan dan berkeadilan. Dalam dunia yang dipenuhi oleh komunikasi yang dangkal dan instrumental, visi Al-Farabian memberikan kedalaman filosofis dan kompas moral yang sangat dibutuhkan (Nasr, 2006).

Telaah Epistemologi: Proses Pengetahuan dan Persepsi Realitas

Dalam tradisi komunikasi Barat yang bercorak positivis, komunikasi dipahami terutama sebagai sebuah proses transmisi pengetahuan yang bersifat linear dan instrumental. Pengetahuan dianggap sebagai entitas yang objektif dan independen, yang dapat "dikemas" ke dalam pesan, ditransmisikan melalui suatu saluran, dan "dibongkar" oleh penerima dengan distorsi minimal. Keberhasilan proses ini diukur berdasarkan kesesuaian antara pengetahuan yang dimaksudkan oleh pengirim dengan yang akhirnya diterima, di mana gangguan (noise) teknis atau semantik dipandang sebagai penghalang utama yang harus diminimalisir (Shannon & Weaver, 1949). Fokusnya terletak pada efisiensi dan akurasi transfer, mencerminkan pandangan bahwa pengetahuan dapat diperlakukan seperti komoditas yang dialirkan dari satu tempat ke tempat lain (Dervin, 1998).

Sebaliknya, dalam epistemologi komunikasi Islam yang diilhami oleh pemikir seperti Al-Farabi, komunikasi bukan sekadar transfer, melainkan sebuah proses iluminasi dan penyadaran pengetahuan. Pengetahuan tidak diciptakan oleh manusia, tetapi bersumber dari Allah SWT sebagai cahaya (an-nur). Peran komunikasi adalah menjadi medium untuk membimbing jiwa (tazkiyatun nafs) dalam perjalanannya menuju penerangan tersebut (Al-Farabi, 1985). Komunikator bertindak sebagai pembimbing (mursyid) yang membantu membersihkan "cermin hati" agar dapat memantulkan kebenaran ilahi, sehingga pengetahuan yang diperoleh bersifat transformatif, tidak hanya menambah informasi tetapi juga mengubah keadaan spiritual dan moral individu (Al-Ghazali, Ihya' 'Ulum al-Din).

Berkenaan dengan persepsi dan realitas, paradigma Barat positivis memegang asumsi bahwa terdapat sebuah realitas objektif "di luar sana" yang dapat dipahami secara langsung melalui pengamatan yang sistematis. Komunikasi dipandang sebagai alat yang jika digunakan dengan tepat—dapat merepresentasikan realitas tersebut secara akurat kepada khalayak. Realitas dan pengetahuan tentang realitas diposisikan sebagai sesuatu yang terpisah dari proses komunikasi itu sendiri; komunikasi

hanyalah saluran netral yang menghubungkan keduanya (Berger & Luckmann, 1966). Dalam model ini, kesalahan persepsi biasanya diatribusikan kepada noise atau bias individu, bukan pada sifat dari realitas itu sendiri.

Epistemologi Islam, khususnya dalam filsafat Al-Farabi, menawarkan pandangan yang lebih kompleks dan berlapis tentang realitas. Realitas tertinggi (haqiqah) adalah realitas metafisik-ilahiah, sementara realitas fisik yang kita alami sehari-hari hanyalah bayangan atau cerminan dari realitas yang lebih tinggi tersebut. Oleh karena itu, komunikasi yang sejati harus mengarahkan persepsi manusia melampaui realitas empiris-menuju pemahaman tentang hakikat dan tujuan penciptaan (Nasr, 2006). Komunikasi tidak netral; ia selalu bernilai karena dapat either membawa manusia mendekati kebenaran transendental ini atau justru menjauhkannya ke dalam jurang kesesatan persepsi.

Implikasi dari perbedaan epistemologis ini sangat nyata dalam konteks era digital. Pendekatan Barat cenderung memerangi hoaks dengan fact checking berbasis bukti empiris sebuah upaya untuk menyelaraskan persepsi dengan realitas objektif. Sementara itu, pendekatan Islam yang diilhami oleh Al Farabi akan menekankan pembangunan "kebeningan hati" dan kebijaksanaan internal (al-hikmah) melalui pendidikan karakter dan spiritual. Tujuannya adalah agar individu memiliki kemampuan intrinsik untuk membedakan yang hak dan batil, tidak hanya bergantung pada verifikasi eksternal, karena mereka telah terhubung dengan sumber kebenaran itu sendiri (AbdulRahman, 2018). Dengan kata lain, yang satu memperbaiki akurasi peta (informasi), sedangkan yang lain menyempurnakan kompas internal (hati dan akal) si pengembara.

Telaah Ontologi: Hakikat Komunikasi dan Pembentukan Identitas

Dari perspektif ontologi Barat modern, hakikat komunikasi sering kali direduksi menjadi sebuah fenomena fungsional dalam relasi antarmanusia. Komunikasi dipahami sebagai alat atau mekanisme netral untuk bertukar informasi, mengkoordinasikan tindakan, dan mempengaruhi perilaku dalam suatu masyarakat. Realitas komunikasi dipandang bersifat imanen, terbatas pada interaksi horizontal antara pengirim dan penerima yang terikat dalam konteks sosial-budaya tertentu. Pandangan ini cenderung memisahkan domain komunikasi manusia dari dimensi transendental atau metafisik, sehingga menjadikannya semata-mata sebagai objek studi empiris yang terukur (Craig, 1999). Hakikatnya bersifat instrumental dan sosio pragmatis.

Sebaliknya, dalam pemikiran Al-Farabi, hakikat komunikasi menjangkau dimensi ontologis yang jauh lebih dalam dan vertikal. Komunikasi bukan hanya proses antarmanusia, tetapi merupakan perpanjangan dari proses emanasi (al-faid) Ilahi itu sendiri. Dalam kosmologinya, Tuhan sebagai Wujud Pertama memancarkan pengetahuan melalui hierarki Akal-Kecerdasan kosmik, dengan Akal Aktif (al-'aql al fa'al) sebagai perantara bagi umat manusia. Filsuf atau nabi, melalui komunikasinya, berfungsi sebagai saluran yang menghubungkan Akal Aktif dengan akal potensial masyarakat (Al-Farabi, 1985). Dengan demikian, komunikasi yang hakiki adalah aktivitas meta-fisik yang memungkinkan manusia untuk berpartisipasi dalam arus pengetahuan dan keberadaan ilahi.

Dalam konteks pembentukan identitas, teori komunikasi Barat kontemporer banyak dipengaruhi oleh pemikiran konstruksionis sosial. Identitas individu dan komunitas dipandang sebagai hasil dari proses negosiasi makna yang terus menerus melalui interaksi simbolik. Bahasa dan komunikasi bukan sekadar mencerminkan identitas yang sudah ada, tetapi secara aktif membangun, memelihara, dan mengubahnya (Littlejohn & Foss, 2009). Identitas dipandang cair, jamak, dan dibentuk secara diskursif melalui narasi dan praktik komunikasi dalam suatu komunitas interpretif.

Menurut perspektif Islam yang diilhami Al-Farabi, komunikasi berperan sentral dalam membentuk identitas manusia yang esensial, yaitu sebagai hamba Allah ('abdullah) dan bagian dari komunitas umat yang satu (ummah wahidah). Proses komunikasi, terutama yang berpusat pada wahyu dan ajaran Nabi, bertujuan mengingatkan manusia akan fitrah dan tujuan penciptaan mereka. Komunikasi yang sehat akan memperkuat identitas tauhidik ini, sementara komunikasi yang menyimpang dapat mengaburkan dan merusaknya (AbdulRahman, 2018). Komunitas ideal (al-madinah al-fadilah) adalah komunitas yang identitas kolektifnya dibangun melalui komunikasi yang mengalirkan kebenaran dan kebajikan dari pemimpin yang bijaksana.

Implikasi dari perbedaan ontologis ini terlihat jelas dalam menanggapi disintegrasi sosial di ruang digital. Pendekatan Barat cenderung fokus pada memperbaiki "arus informasi" dan memoderasi konten untuk membangun komunitas diskursif yang sehat. Sementara itu, pendekatan Al-Farabian akan

menekankan perlunya menghidupkan kembali peran komunikasi sebagai sarana pencerahan spiritual-intelektual yang mengingatkan setiap individu tentang posisi ontologisnya dalam tatanan kosmis dan tanggung jawabnya terhadap komunitas. Solusinya bukan hanya pada mengatur apa yang dikomunikasikan, tetapi pada memulihkan hakikat dan tujuan tertinggi dari komunikasi itu sendiri (Nasr, 2006).

Tantangan di Era Digital: Penyebaran Informasi dan Etika Digital

Era digital telah melahirkan paradoks komunikasi di mana kemudahan akses informasi justru berbanding terbalik dengan kualitas epistemik ruang publik. Penyebaran berita palsu (hoax) dan misinformasi terjadi dengan kecepatan dan skala yang belum pernah terjadi sebelumnya, didorong oleh algoritma media sosial yang mengutamakan keterlibatan (engagement) tanpa mempertimbangkan kebenaran konten. Fenomena ini tidak hanya menimbulkan kebingungan publik, tetapi secara lebih mendalam menggerakkan fondasi kepercayaan sosial yang menjadi prasyarat bagi terciptanya masyarakat yang stabil dan demokratis. Informasi yang tidak terverifikasi dengan mudah menjadi komoditas yang diperdagangkan untuk kepentingan politik dan ekonomi tertentu (Wardle & Derakhshan, 2017). =

Dampak sosial dari distorsi informasi ini bersifat multidimensional. Pada tingkat individu, hoax menciptakan realitas semu yang mendistorsi persepsi dan pengambilan keputusan. Pada tingkat kolektif, ia memperdalam polarisasi politik, memicu konflik sosial, dan mengikis kepercayaan terhadap institusi-institusi publik seperti pemerintah, media arus utama, dan otoritas ilmiah. Masyarakat menjadi semakin tersegregasi ke dalam "echo chamber" atau ruang gema di mana mereka hanya terpapar pada informasi yang menguatkan keyakinan yang sudah ada, sehingga dialog yang konstruktif antar kelompok yang berbeda menjadi hampir mustahil (Sunstein, 2017).

Dalam menghadapi tantangan ini, pendekatan teknis seperti fact-checking dan moderasi konten oleh platform digital memiliki keterbatasan. Di sinilah nilai-nilai komunikasi Islam menawarkan solusi etis yang bersifat preventif dan foundational. Prinsip kejujuran (ash-shidq) dan larangan menyebarkan kebohongan dapat diterjemahkan menjadi kewajiban setiap pengguna digital untuk memverifikasi informasi sebelum menyebarkannya (tabayyun), sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Hujurat: 6. Praktik sederhana ini, jika dijadikan norma kolektif, dapat berfungsi sebagai "sistem imun" masyarakat terhadap infeksi misinformasi (AbdulRahman, 2018).

Lebih lanjut, etika komunikasi Islam menekankan konsep tanggung jawab atas ucapan (mas'uliyah al-lisan). Setiap unggahan, komentar, atau pesan yang dibagikan di ruang digital dipandang sebagai amanah yang akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah. Pandangan ontologis ini memberikan kerangka motivasi yang jauh lebih kuat daripada sekadar kepatuhan pada aturan platform, karena terkait dengan konsekuensi ukhrawi. Dengan internalisasi nilai ini, seorang Muslim diharapkan tidak hanya pasif menahan diri dari menyebarkan hoax, tetapi juga aktif menjadi agen yang menyebarkan kebaikan dan kebenaran (amar ma'ruf) di dunia maya (Al-Qardhawi, 2001).

Pada akhirnya, integrasi nilai-nilai Islam dalam etika digital mengajak untuk melakukan reorientasi tujuan komunikasi. Jika logika digital kapitalistik seringkali mendorong komunikasi untuk tujuan viralitas, popularitas, atau keuntungan materi, maka perspektif Islam mengingatkan bahwa komunikasi tertinggi adalah yang mengarah pada terwujudnya kemaslahatan (mashlahah) dan mencegah kerusakan (mafsadah). Dengan menjadikan nilai-nilai ketuhanan (ilahiyyah) sebagai fondasi, ruang digital tidak hanya menjadi tempat bertukar data, tetapi dapat diubah menjadi medan ibadah dan dakwah untuk membangun peradaban yang lebih bermartabat dan berintegritas (Ramadan, 2010).

Pembahasan

Penelitian komparatif ini berhasil mengidentifikasi perbedaan fundamental dalam landasan ontologis komunikasi antara perspektif Al-Farabi dan tradisi Barat. Temuan utama menunjukkan bahwa sementara teori komunikasi Barat modern cenderung memandang realitas komunikasi sebagai fenomena sosial-empiris yang terbatas pada interaksi horizontal, pandangan Al-Farabi menempatkan komunikasi dalam kerangka metafisik yang menghubungkan dimensi insani dengan realitas transendental melalui konsep emanasi (al-faid). Dalam kerangka ini, komunikasi berfungsi sebagai medium penyampaian ilmu dari Akal Aktif (al-'aql al-fa'al) kepada akal potensial manusia, yang memberikan dimensi spiritual yang tidak terangkum dalam paradigma Barat (Netton, 1992). Pada level epistemologis, penelitian ini mengungkap perbedaan signifikan dalam sumber dan validasi pengetahuan komunikasi. Tradisi Barat terutama mengandalkan metode empiris-positivistik dengan menekankan observasi inderawi dan

verifikasi kuantitatif, sementara epistemologi Al-Farabi membangun integrasi harmonis antara wahyu (naql), akal ('aql), dan intuisi (hads) sebagai sumber pengetahuan yang sah (Fakhry, 2002). Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi dalam perspektif Islam tidak hanya concern dengan akurasi transmisi pesan, tetapi lebih menekankan transformasi spiritual dan intelektual melalui proses pencerahan. Temuan ketiga yang cukup krusial adalah perbedaan tujuan akhir komunikasi antara kedua tradisi. Analisis mengungkapkan bahwa teori komunikasi Barat memiliki kecenderungan instrumental dengan fokus pada pencapaian efek praktis seperti persuasi dan perubahan perilaku. Sebaliknya, dalam filsafat Al-Farabi, komunikasi diarahkan untuk mencapai kebahagiaan sejati (al-sa'adah) melalui realisasi masyarakat utama (al-madinah al-fadilah) yang dipimpin oleh filsuf-nabi (Butterworth, 2001). Perbedaan teleologis ini mengindikasikan bahwa komunikasi dalam perspektif Islam memiliki orientasi transendental yang melampaui pencapaian duniawi. Penelitian ini juga berhasil mengungkap relevansi kontemporer pemikiran Al Farabi dalam konteks era digital. Konsep negara utama (al-madinah al-fadilah) ternyata dapat diaplikasikan untuk menganalisis formasi komunitas digital, sementara figur filsuf-nabi memberikan prototype ideal bagi konten kreator dan pemimpin opini di ruang digital (AbdulRahman, 2018). Pemikiran Al-Farabi tentang adaptasi bahasa sesuai tingkat pemahaman audiens juga terbukti relevan dengan strategi komunikasi di era informasi. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa teori komunikasi Islam dan Barat dapat berfungsi secara komplementer daripada bersifat eksklusif. Sementara teori Barat menawarkan perangkat analitis yang efektif untuk memecahkan masalah komunikasi level teknis, perspektif Al-Farabi memberikan fondasi filosofis-etis yang diperlukan untuk mengarahkan komunikasi menuju tujuan-tujuan mulia (Wiseman, 2007). Sintesis kedua tradisi ini memungkinkan terciptanya kerangka komunikasi komprehensif yang mampu menjawab kompleksitas tantangan komunikasi di era digital.

SIMPULAN

Berdasarkan keseluruhan analisis komparatif yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa teori komunikasi Islam menurut perspektif Al-Farabi dan teori komunikasi Barat memiliki perbedaan fundamental dalam landasan filosofisnya. Sementara paradigma Barat berkembang dalam kerangka pemikiran positivis empiris yang menekankan aspek instrumental dan terukur dari komunikasi, pemikiran Al-Farabi justru membangun konsep komunikasi yang berakar pada integrasi filsafat Yunani dan wahyu Islam, menciptakan sebuah visi komunikasi yang bersifat teleologis dan transendental. Perbedaan ini tidak hanya bersifat teknis, melainkan menyentuh hakikat dan tujuan komunikasi itu sendiri.

Pada tataran ontologis, penelitian ini menemukan bahwa konsep komunikasi Al-Farabi melampaui batas-batas interaksi sosial menuju dimensi metafisik melalui teori emanasi. Komunikasi dalam pandangannya merupakan mata rantai yang menghubungkan manusia dengan hierarki kosmik pengetahuan ilahiah, di mana filsuf atau nabi berperan sebagai perantara antara Akal Aktif dan masyarakat. Hal ini sangat kontras dengan pandangan Barat yang cenderung membatasi realitas komunikasi pada apa yang dapat diobservasi dan diukur secara empiris, tanpa melibatkan dimensi spiritual dalam analisisnya.

Dari sisi epistemologis, perbandingan ini mengungkapkan bahwa integrasi naql (wahyu) dan 'aql (akal) dalam epistemologi Al-Farabi menawarkan alternatif yang signifikan terhadap ketergantungan tradisi Barat pada metode empiris semata. Sementara ilmu komunikasi Barat modern mengandalkan observasi inderawi dan pengukuran kuantitatif sebagai satu-satunya sumber pengetahuan yang sah, pendekatan Al-Farabi justru memperluas cakupan pengetahuan komunikasi dengan memasukkan dimensi intuitif dan iluminatif, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih holistik tentang proses komunikasi.

Dalam konteks era digital, penelitian ini membuktikan relevansi signifikan pemikiran Al-Farabi dalam menjawab tantangan komunikasi kontemporer. Konsep konsep seperti al-madinah al-fadilah (negara utama) dan peran filsuf-nabi dapat diaplikasikan untuk menganalisis dinamika komunitas digital dan tanggung jawab etis para pemimpin opini di ruang maya. Nilai-nilai komunikasi Islam yang menekankan kejujuran, verifikasi informasi (tabayyun), dan tanggung jawab moral menawarkan solusi fundamental dalam menghadapi persoalan hoaks, disinformasi, dan degradasi kualitas diskursus publik.

Akhirnya, penelitian ini menyimpulkan bahwa sintesis antara kekuatan analitik teori komunikasi Barat dan kedalaman filosofis-etis tradisi Islam dapat melahirkan paradigma komunikasi yang lebih komprehensif dan relevan. Integrasi kedua tradisi ini tidak hanya akan memperkaya khazanah ilmu komunikasi, tetapi juga memberikan kontribusi berarti dalam membangun ekosistem komunikasi digital yang lebih sehat, beretika, dan bermartabat. Dengan demikian, dialog antara kedua tradisi pemikiran ini patut untuk terus dikembangkan guna menjawab kompleksitas tantangan komunikasi di masa depan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji bagi Allah, Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan berkat-Nya, yang sudah memberikan ilmu pengetahuan sehingga karya ilmiah ini dapat diselesaikan. Penulis mengakui bahwasanya penelitian ini sudah menerima dari bantuan oleh berbagai pihak. Kami menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak atas bimbingan dan masukan yang tak ternilai selama proses penelitian. Kami juga menyampaikan apresiasi kami kepada rekan-rekan kami atas diskusi dan dukungan moral mereka. Kami juga menyampaikan rasa terima kasih kami kepada semua responden yang telah meluangkan waktu, tenaga dan upaya untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Akhirnya, kami berharap karya ini akan bermanfaat bagi pembaca dan berkontribusi pada perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang pendidikan dasar, dan tentunya kami juga sangat menghargai kritik dan saran yang membangun.

REFERENSI

- AbdulRahman, I. (2018). Decolonizing Communication Studies: An Islamic Perspective. *Journal of Islamic Thought and Civilization*, 8(1), 1-15.
- Al-Farabi. (1985). *Al-Madinah al-Fadilah (The Perfect City)*. Dalam R. Walzer (Ed. & Trans.), *Al-Farabi on the Perfect State*. Oxford: Clarendon Press.
- Al-Faruqi, I. R. (1992). *Al-Tawhid: Its Implications for Thought and Life*. International Institute of Islamic Thought. Al-Ghazali, A. H. (n.d.).
- Ihya' 'Ulum al-Din [The Revival of the Religious Sciences].
- Al-Qardhawi, Y. (2001). *Al-Hayah fi Dhilal al-Islam [Life under the Shade of Islam]*. Dar al-Shuruq.
- Barzan, G. (2015). Islamic Epistemology and its Implications for Islamic Communication Theory. *Journal of Media and Communication Studies*, 7(5), 92-99.
- Bawden, D., & Robinson, L. (2009). The Dark Side of Information: Overload, Anxiety and Other Paradoxes and Pathologies. *Journal of Information Science*, 35(2), 180-191.
- Berger, C. R., & Chaffee, S. H. (1987). The Study of Communication as a Science. In C. R. Berger & S. H. Chaffee (Eds.), *Handbook of Communication Science* (pp. 15-19). Newbury Park, CA: Sage.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. New York: Anchor Books.
- Bryant, J., & Miron, D. (2004). Theory and Research in Mass Communication. *Journal of Communication*, 54(4), 662-704.
- Butterworth, C. E. (2001). The Political Teaching of Abu Nasr al-Farabi. Dalam A. M. Shatzmiller (Ed.), *Islam and Society: The Political Thought of al Farabi* (hlm. 231-260). Leiden: Brill.
- Carey, J. W. (1989). *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. Boston: Unwin Hyman.
- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society* (2nd ed.). Chichester: Wiley-Blackwell.
- Craig, R. T. (1999). Communication Theory as a Field. *Communication Theory*, 9(2), 119-161.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Crotty, M. (1998). *The Foundations of Social Research: Meaning and Perspective in the Research Process*. London: Sage.
- Deetz, S. (1994). The Future of the Discipline: The Challenges, the Research, and the Social Contribution. In S. Deetz (Ed.), *Communication Yearbook 17* (pp. 565-600). Sage.
- Dervin, B. (1998). Sense-Making Theory and Practice: An Overview of User Interests in Knowledge Seeking and Use. *Journal of Knowledge Management*, 2(2), 36-46.

- Dervin, B. (2008). Interviewing as Dialectical Practice: Sense-Making Methodology as Exemplar. Paper presented at the International Association for Media and Communication Research, Stockholm, Sweden.
- Ess, C. (2009). *Digital Media Ethics*. Cambridge: Polity Press.
- Fakhry, M. (2002). *Al-Farabi, Founder of Islamic Neoplatonism: His Life, Works and Influence*. Oxford: Oneworld Publications.
- Fiske, J. (1990). *Introduction to Communication Studies* (2nd ed.). London: Routledge.
- Hardt, H. (1992). *Critical Communication Studies: Communication, History and Theory in America*. London: Routledge.
- Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. New York: Free Press.
- Kincaid, D. L. (Ed.). (1987). *Communication Theory: Eastern and Western Perspectives*. San Diego, CA: Academic Press.
- Lasswell, H. D. (1948). The Structure and Function of Communication in Society. In L. Bryson (Ed.), *The Communication of Ideas* (pp. 37-51). New York: Harper and Row.
- Lévy, P. (1998). *Becoming Virtual: Reality in the Digital Age*. New York: Plenum Trade.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). London: Sage.
- Miike, Y. (2007). An Asiatic Reflection on Eurocentric Bias in Communication Theory. *Communication Monographs*, 74(2), 272-278.
- Miller, K. (2005). *Communication Theories: Perspectives, Processes, and Contexts* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Mulyana, D. (2005). *Komunikasi Profetik: Konsep, Aplikasi, dan Tantangannya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasr, S. H. (2006). *Islamic Philosophy from its Origin to the Present: Philosophy in the Land of Prophecy*. Albany: State University of New York Press.
- Netton, I. R. (1992). *Al-Farabi and His School*. London: Routledge.
- Rakhmat, J. (2011). *Islam Aktual: Refleksi Sosial seorang Cendekiawan Muslim*. Bandung: Mizan.
- Ramadan, T. (2010). *The Quest for Meaning: Developing a Philosophy of Pluralism*. London: Penguin Books.
- Rogers, E. M. (1994). *A History of Communication Study: A Biographical Approach*. New York: Free Press.
- Schramm, W. (1954). How Communication Works. In W. Schramm (Ed.), *The Process and Effects of Mass Communication* (pp. 3-26). Urbana: University of Illinois Press.
- Schramm, W. (1971). The Nature of Communication Between Humans. Dalam W. Schramm & D. F. Roberts (Eds.), *The Process and Effects of Mass Communication* (hlm. 3-53). Urbana: University of Illinois Press.
- Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana: University of Illinois Press.
- Sunstein, C. R. (2017). *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton: Princeton University Press.
- Walzer, R. (1985). *Al-Farabi on the Perfect State: Abu Nasr al-Farabi's Mabadi' Ara' Ahl al-Madinah al-Fadilah*. Oxford: Clarendon Press.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making*. Council of Europe Report.
- Wiseman, R. L. (2007). Intercultural Communication Competence. In B. B. Whaley & W. Samter (Eds.), *Explaining Communication: Contemporary Theories and Exemplars* (pp. 215-234). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.