

REKONSTRUKSI ETIKA KOMUNIKASI ISLAM SEBAGAI LANDASAN PRAKTIK KOMUNIKASI MASSA DAN KOMUNIKASI ANTARBUDAYA DI ERA DIGITAL

Riri Stepani¹ & Muniruddin², Muktarruddin³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

Abstract. Etika komunikasi Islam merupakan fondasi normatif dalam membangun komunikasi yang berorientasi pada kebenaran, keadilan, dan kemaslahatan. Namun, perkembangan media digital telah melahirkan berbagai persoalan komunikasi, seperti disinformasi, ujaran kebencian, polarisasi sosial, dan meningkatnya kompleksitas komunikasi antarbudaya yang belum sepenuhnya dijawab melalui kerangka etika komunikasi Islam yang integratif. Penelitian ini bertujuan merekonstruksi etika komunikasi Islam sebagai landasan praktik komunikasi massa dan komunikasi antarbudaya di era digital. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif melalui *library research* dengan teknik *content analysis* terhadap berbagai literatur ilmiah mengenai etika komunikasi Islam, komunikasi massa, komunikasi antarbudaya, dan komunikasi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip *qaulan sadīda*, *qaulan balīgha*, *qaulan ma'rūfa*, *qaulan karīma*, dan *qaulan layyina* membentuk dimensi etika penyampaian pesan, sedangkan *tasamuh*, *tafāhum*, *tawadhu'*, dan *ukhuwwah insāniyyah* membentuk dimensi etika relasi sosial. Rekonstruksi kedua dimensi tersebut menghasilkan model konseptual etika komunikasi Islam yang adaptif, inklusif, dan bertanggung jawab sebagai landasan praktik komunikasi massa maupun komunikasi antarbudaya di era digital. Temuan ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori komunikasi Islam sekaligus menjadi rujukan normatif bagi pengembangan praktik komunikasi yang beretika dalam masyarakat multikultural.

Keywords: Etika Komunikasi Islam; Komunikasi Massa; Komunikasi Antarbudaya; Era Digital; Rekonstruksi Konseptual.

Abstrak. Islamic communication ethics constitute a normative foundation for fostering communication practices grounded in truthfulness, justice, and public benefit. However, the rapid development of digital media has generated various communication challenges, including misinformation, hate speech, social polarization, and increasingly complex intercultural interactions that have not been adequately addressed through an integrated framework of Islamic communication ethics. This study aims to reconstruct Islamic communication ethics as the foundation for mass communication and intercultural communication practices in the digital era. Employing a qualitative approach, this study uses *library research* with *content analysis* to examine scholarly literature on Islamic communication ethics, mass communication, intercultural communication, and digital communication. The findings reveal that the principles of *qaulan sadīda*, *qaulan balīgha*, *qaulan ma'rūfa*, *qaulan karīma*, and *qaulan layyina* establish the ethical dimension of message delivery, while the values of *tasamuh*, *tafāhum*, *tawadhu'*, and *ukhuwwah insāniyyah* constitute the ethical dimension of social relations. The integration of these two dimensions results in a conceptual model of Islamic communication ethics that is adaptive, inclusive, and responsible as a foundation for both mass communication and intercultural communication practices in the digital era. This study

contributes to the advancement of contemporary Islamic communication theory and provides a normative framework for promoting ethical communication practices within multicultural societies.

Kata Kunci: *Islamic Communication Ethics; Mass Communication; Intercultural Communication; Digital Era; Conceptual Reconstruction.*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara manusia membangun relasi, menyampaikan pesan, serta membentuk opini publik. Transformasi digital tidak hanya memperluas ruang komunikasi melalui media massa dan media sosial, tetapi juga meningkatkan intensitas interaksi antarindividu maupun antarkelompok yang berasal dari latar belakang budaya, agama, bahasa, dan nilai yang berbeda. Di satu sisi, perkembangan tersebut menghadirkan peluang bagi terciptanya komunikasi yang lebih terbuka dan partisipatif. Namun, di sisi lain, ruang digital juga melahirkan berbagai persoalan komunikasi seperti penyebaran disinformasi, ujaran kebencian (*hate speech*), polarisasi sosial, intoleransi, perundungan siber (*cyberbullying*), hingga konflik akibat kesalahpahaman lintas budaya. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa perkembangan teknologi komunikasi tidak selalu diikuti dengan perkembangan etika komunikasi yang memadai, sehingga diperlukan suatu landasan normatif yang mampu mengarahkan praktik komunikasi agar tetap menjunjung nilai-nilai kemanusiaan, keadilan, dan tanggung jawab sosial.

Dalam perspektif Islam, komunikasi bukan sekadar proses pertukaran informasi, tetapi juga merupakan bagian dari tanggung jawab moral yang harus dilaksanakan berdasarkan prinsip-prinsip yang diajarkan Al-Qur'an dan Sunnah. Komunikasi dipandang sebagai sarana dakwah, pendidikan, penyebaran nilai-nilai kebaikan, serta pembentukan hubungan sosial yang harmonis. Oleh karena itu, setiap aktivitas komunikasi tidak hanya dinilai berdasarkan efektivitas penyampaian pesan, tetapi juga berdasarkan dimensi etik yang melandasinya. Al-Qur'an memperkenalkan berbagai prinsip

komunikasi, seperti *qaulan sadida* (perkataan yang benar), *qaulan balīgha* (perkataan yang efektif), *qaulan ma'rūfa* (perkataan yang baik), *qaulan karīma* (perkataan yang mulia), dan *qaulan layyina* (perkataan yang lemah lembut). Prinsip-prinsip tersebut menunjukkan bahwa Islam telah memberikan kerangka etis yang komprehensif untuk mengatur hubungan komunikasi antarmanusia, baik dalam konteks personal maupun sosial.

Urgensi penerapan etika komunikasi Islam semakin meningkat ketika komunikasi berlangsung melalui media massa dan ruang digital. Media massa memiliki kemampuan membentuk opini publik, memproduksi realitas sosial, sekaligus memengaruhi sikap masyarakat dalam skala luas. Dalam kondisi demikian, penyampaian informasi yang tidak akurat, bias, provokatif, atau mengandung ujaran kebencian dapat menimbulkan dampak yang jauh lebih besar dibandingkan komunikasi interpersonal. Oleh sebab itu, praktik komunikasi massa membutuhkan landasan etika yang tidak hanya mengedepankan profesionalisme jurnalistik, tetapi juga memperhatikan nilai-nilai moral yang bersifat universal. Etika komunikasi Islam menawarkan prinsip kejujuran, amanah, keadilan, tanggung jawab, dan kebijaksanaan sebagai dasar dalam memproduksi maupun mendistribusikan informasi kepada publik.

Selain komunikasi massa, perkembangan globalisasi juga mempertemukan masyarakat dari berbagai latar belakang budaya dalam ruang komunikasi yang semakin terbuka. Komunikasi antarbudaya menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern, terutama di negara multikultural seperti Indonesia. Perbedaan bahasa, tradisi, sistem nilai, dan keyakinan sering kali menjadi sumber kesalahpahaman apabila tidak diiringi dengan kemampuan memahami perspektif pihak lain. Dalam konteks ini, Islam menawarkan nilai-nilai *tasamuh* (toleransi), *tafāhum* (saling memahami), *tawadhu'* (kerendahan hati), serta *ukhuwwah insāniyyah* (persaudaraan kemanusiaan) sebagai fondasi etis dalam membangun komunikasi yang inklusif dan dialogis. Nilai-nilai tersebut menjadi semakin

relevan di tengah meningkatnya intensitas komunikasi lintas budaya pada era digital.

Berbagai penelitian sebelumnya telah mengkaji etika komunikasi Islam dari beragam perspektif. Kajian mengenai etika komunikasi Islam di media sosial menekankan pentingnya penyampaian pesan yang santun, benar, dan bertanggung jawab dalam menghadapi dinamika komunikasi digital. Penelitian lain membahas implementasi prinsip *qaulan sadīda* dalam komunikasi publik, peran komunikasi penyiaran Islam dalam membangun literasi keagamaan, serta penerapan dakwah *bil hikmah* sebagai strategi komunikasi yang efektif. Sementara itu, penelitian mengenai komunikasi antarbudaya menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam memiliki peran penting dalam membangun toleransi, mengurangi etnosentrisme, dan memperkuat hubungan sosial dalam masyarakat multikultural.

Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut pada umumnya masih menempatkan komunikasi massa dan komunikasi antarbudaya sebagai dua bidang kajian yang berdiri sendiri. Kajian mengenai komunikasi massa lebih banyak menitikberatkan pada etika penyampaian informasi, sedangkan penelitian komunikasi antarbudaya lebih berfokus pada hubungan sosial lintas budaya. Belum banyak penelitian yang berupaya mengintegrasikan kedua ranah tersebut ke dalam satu kerangka etika komunikasi Islam yang utuh dan mampu menjawab tantangan komunikasi pada era digital. Kondisi ini menunjukkan adanya **kesenjangan konseptual (conceptual gap)** yang membuka peluang bagi pengembangan model etika komunikasi Islam yang lebih komprehensif.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini menawarkan **rekonstruksi etika komunikasi Islam** sebagai landasan praktik komunikasi massa dan komunikasi antarbudaya di era digital. Rekonstruksi dilakukan dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip komunikasi Qur'ani, yaitu *qaulan sadīda*, *qaulan balīgha*, *qaulan ma'rūfa*, *qaulan karīma*, dan *qaulan layyina*, dengan nilai-nilai etika sosial Islam yang meliputi *tasamuh*, *tafāhum*, *tawadhu'*, dan *ukhuwwah insāniyyah*. Integrasi tersebut menghasilkan suatu kerangka

konseptual yang tidak hanya menempatkan etika komunikasi sebagai pedoman normatif, tetapi juga sebagai model komunikasi yang adaptif terhadap dinamika media digital, masyarakat multikultural, serta perkembangan teknologi komunikasi kontemporer.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) merekonstruksi etika komunikasi Islam sebagai landasan praktik komunikasi massa di era digital; (2) merekonstruksi etika komunikasi Islam sebagai landasan komunikasi antarbudaya dalam masyarakat multikultural; dan (3) merumuskan model konseptual etika komunikasi Islam yang mengintegrasikan kedua ranah tersebut sebagai kontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi Islam kontemporer.

Tinjauan Pustaka

Etika Komunikasi Islam sebagai Landasan Normatif Komunikasi

Etika komunikasi Islam merupakan seperangkat nilai, prinsip, dan norma yang mengatur perilaku komunikasi manusia berdasarkan ajaran Al-Qur'an dan Sunnah. Dalam perspektif Islam, komunikasi tidak hanya dipahami sebagai proses penyampaian informasi, tetapi juga sebagai bentuk tanggung jawab moral yang akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah Swt. Oleh karena itu, keberhasilan komunikasi tidak semata-mata diukur dari efektivitas penyampaian pesan, tetapi juga dari kesesuaiannya dengan nilai-nilai kejujuran, keadilan, kemaslahatan, serta penghormatan terhadap martabat manusia.

Al-Qur'an memperkenalkan sejumlah prinsip komunikasi yang menjadi fondasi etika komunikasi Islam. Prinsip *qaulan sadīda* menekankan pentingnya menyampaikan informasi secara benar, jujur, dan dapat dipertanggungjawabkan. Prinsip *qaulan balīgha* mengarahkan komunikator agar mampu menyampaikan pesan secara efektif sehingga mudah dipahami oleh khalayak. Sementara itu, *qaulan ma'rūfa* menuntut penggunaan bahasa yang baik dan tidak menyakiti pihak lain, sedangkan *qaulan karīma* mengajarkan penghormatan terhadap lawan bicara melalui tutur kata yang

santun dan bermartabat. Adapun *qaulan layyina* menekankan pendekatan komunikasi yang lembut, persuasif, dan menghindari kekerasan verbal.

Kelima prinsip tersebut menunjukkan bahwa etika komunikasi Islam tidak hanya mengatur isi pesan (*message ethics*), tetapi juga cara penyampaian pesan (*communication behavior*) serta tujuan komunikasi (*communication purpose*). Dengan demikian, komunikasi dalam Islam memiliki orientasi pada terciptanya kemaslahatan (*maslahah*), penyelesaian konflik secara damai, serta terbangunnya hubungan sosial yang harmonis.

Komunikasi Massa dalam Perspektif Etika Komunikasi Islam

Komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan melalui media kepada khalayak yang luas, heterogen, dan anonim. Perkembangan teknologi digital telah mengubah karakter komunikasi massa dari pola satu arah menjadi komunikasi yang lebih interaktif melalui media digital dan media sosial. Perubahan tersebut menghadirkan tantangan baru berupa meningkatnya penyebaran disinformasi, hoaks, ujaran kebencian, serta eksploitasi media untuk kepentingan politik maupun ekonomi.

Dalam perspektif komunikasi Islam, media massa tidak hanya diposisikan sebagai instrumen penyebaran informasi, tetapi juga sebagai sarana dakwah, pendidikan, dan pembentukan peradaban. Oleh karena itu, aktivitas komunikasi massa harus berlandaskan nilai-nilai amanah, kejujuran, tanggung jawab, serta keadilan sosial. Prinsip *qaulan sadīda* menjadi dasar dalam menjaga akurasi informasi, sedangkan *qaulan balīgha* menuntut media menyampaikan informasi secara efektif tanpa menghilangkan substansi kebenaran. Di sisi lain, prinsip *qaulan ma'rūfa*, *qaulan karīma*, dan *qaulan layyina* menjadi pedoman dalam membangun komunikasi publik yang santun, inklusif, dan menghargai keberagaman masyarakat.

Dengan demikian, etika komunikasi Islam memberikan perspektif yang melengkapi kode etik jurnalistik modern karena tidak hanya menekankan aspek profesionalisme, tetapi juga dimensi moral dan spiritual dalam setiap proses produksi maupun distribusi informasi.

Komunikasi Antarbudaya dalam Perspektif Islam

Komunikasi antarbudaya merupakan proses komunikasi yang melibatkan individu atau kelompok dengan latar belakang budaya yang berbeda. Perbedaan bahasa, nilai, norma, dan cara pandang sering kali menjadi penyebab munculnya kesalahpahaman maupun konflik apabila komunikasi tidak dibangun berdasarkan sikap saling menghormati.

Islam memandang keberagaman budaya sebagai bagian dari sunnatullah sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an bahwa manusia diciptakan bersuku-suku dan berbangsa-bangsa agar saling mengenal (*lita'ārafū*). Perspektif tersebut menegaskan bahwa keberagaman bukan merupakan sumber konflik, melainkan potensi untuk membangun kerja sama, dialog, dan persaudaraan kemanusiaan.

Nilai-nilai seperti *tasamuh* (toleransi), *tafāhum* (saling memahami), *tawadhu'* (kerendahan hati), dan *ukhuwwah insāniyyah* (persaudaraan kemanusiaan) menjadi fondasi etis dalam komunikasi antarbudaya. Nilai-nilai tersebut mendorong setiap individu untuk menghindari etnosentrisme, stereotip, diskriminasi, maupun prasangka sosial yang berpotensi merusak hubungan antarbudaya. Dalam konteks masyarakat Indonesia yang multikultural, penerapan nilai-nilai tersebut menjadi semakin penting untuk memperkuat integrasi sosial serta menjaga harmoni kehidupan berbangsa.

Kerangka Konseptual Rekonstruksi Etika Komunikasi Islam

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kajian mengenai etika komunikasi Islam masih cenderung dipisahkan antara komunikasi massa dan komunikasi antarbudaya. Penelitian mengenai komunikasi massa lebih banyak membahas implementasi prinsip-prinsip komunikasi Qur'ani dalam aktivitas jurnalistik, media penyiaran, maupun media digital. Sebaliknya, penelitian komunikasi antarbudaya lebih menitikberatkan pada nilai-nilai toleransi, dialog, dan hubungan sosial lintas budaya.

Pemisahan tersebut menyebabkan belum terbentuk suatu kerangka konseptual yang mampu menjelaskan hubungan antara kedua ranah komunikasi tersebut dalam perspektif etika komunikasi Islam. Padahal, perkembangan media digital menunjukkan bahwa komunikasi massa dan

komunikasi antarbudaya semakin sulit dipisahkan karena keduanya berlangsung secara bersamaan di ruang digital yang sama.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini menawarkan rekonstruksi etika komunikasi Islam melalui integrasi dua dimensi utama, yaitu dimensi etika penyampaian pesan yang terdiri atas *qaulan sadīda*, *qaulan balīgha*, *qaulan ma'rūfa*, *qaulan karīma*, dan *qaulan layyina*, serta dimensi etika relasi sosial yang terdiri atas *tasamuh*, *tafāhum*, *tawadhu'*, dan *ukhuwwah insāniyyah*. Integrasi kedua dimensi tersebut menghasilkan suatu model konseptual etika komunikasi Islam yang adaptif terhadap perkembangan media digital sekaligus relevan dalam membangun komunikasi massa dan komunikasi antarbudaya yang berorientasi pada kemaslahatan, keadilan, dan penghormatan terhadap keberagaman.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kualitatif** dengan jenis **penelitian kepustakaan (library research)**. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada rekonstruksi konsep etika komunikasi Islam sebagai landasan praktik komunikasi massa dan komunikasi antarbudaya di era digital melalui kajian terhadap berbagai sumber ilmiah yang relevan. Penelitian kepustakaan memungkinkan peneliti mengeksplorasi, membandingkan, serta mensintesis berbagai konsep dan temuan penelitian sebelumnya untuk menghasilkan pemahaman konseptual yang lebih komprehensif.

Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari literatur yang secara langsung membahas etika komunikasi Islam, komunikasi massa, komunikasi antarbudaya, serta komunikasi digital, baik berupa artikel ilmiah bereputasi, buku akademik, maupun dokumen yang relevan. Data sekunder diperoleh dari berbagai publikasi pendukung, seperti prosiding ilmiah, laporan penelitian, dan referensi lain yang memiliki keterkaitan dengan fokus penelitian.

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik **studi dokumentasi**, yaitu dengan mengidentifikasi, menyeleksi, membaca secara kritis, dan

mengorganisasi berbagai literatur yang relevan berdasarkan tema penelitian. Literatur yang dipilih diprioritaskan pada publikasi yang memiliki relevansi konseptual, kemutakhiran, serta kredibilitas akademik sehingga mampu memberikan landasan teoritis yang kuat dalam proses rekonstruksi konsep.

Analisis data menggunakan teknik **content analysis** dengan pendekatan **deskriptif-interpretatif**. Tahapan analisis dimulai dari reduksi data melalui proses seleksi literatur yang sesuai dengan fokus penelitian, kemudian dilanjutkan dengan proses kategorisasi berdasarkan tema-tema utama, yaitu prinsip-prinsip etika komunikasi Islam, komunikasi massa, komunikasi antarbudaya, dan komunikasi digital. Selanjutnya dilakukan interpretasi terhadap hubungan antarkonsep untuk menghasilkan sintesis konseptual yang menjadi dasar rekonstruksi etika komunikasi Islam sebagai model integratif praktik komunikasi pada era digital.

Untuk menjaga validitas penelitian, dilakukan **triangulasi sumber**, yaitu membandingkan berbagai referensi ilmiah yang membahas tema serupa sehingga diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif dan mengurangi subjektivitas peneliti dalam proses interpretasi. Selain itu, setiap temuan dianalisis secara kritis dengan mengacu pada teori komunikasi dan prinsip-prinsip etika komunikasi Islam sehingga menghasilkan kesimpulan yang memiliki dasar akademik yang kuat.

Tabel 1. Tahapan Penelitian

Tahapan Penelitian	Aktivitas
Identifikasi Masalah	Mengidentifikasi tantangan etika komunikasi pada era digital
Pengumpulan Literatur	Menyeleksi artikel, buku, dan dokumen ilmiah yang relevan
Analisis Literatur	Melakukan <i>content analysis</i> dan sintesis konsep
Rekonstruksi Konsep	Mengintegrasikan prinsip komunikasi Qur'ani dengan nilai etika sosial Islam
Penyusunan Model	Merumuskan model etika komunikasi Islam sebagai landasan praktik komunikasi massa dan komunikasi antarbudaya

Hasil dan Pembahasan

Rekonstruksi Etika Komunikasi Islam dalam Praktik Komunikasi Massa

Hasil analisis literatur menunjukkan bahwa etika komunikasi Islam dalam praktik komunikasi massa tidak hanya berfungsi sebagai seperangkat norma moral, tetapi juga sebagai kerangka etis yang mengarahkan proses produksi, distribusi, dan konsumsi informasi di ruang publik. Perkembangan media digital telah mengubah karakter komunikasi massa dari pola komunikasi satu arah menuju komunikasi yang lebih partisipatif, interaktif, dan berlangsung secara real time. Perubahan tersebut membawa konsekuensi meningkatnya risiko penyebaran disinformasi, hoaks, ujaran kebencian, manipulasi opini publik, serta komersialisasi informasi yang sering kali mengabaikan nilai-nilai etika. Dalam kondisi demikian, prinsip-prinsip etika komunikasi Islam memiliki relevansi yang semakin kuat sebagai pedoman normatif bagi praktik komunikasi massa di era digital.

Berdasarkan hasil sintesis terhadap berbagai literatur, penelitian ini merekonstruksi lima prinsip komunikasi Qur'ani sebagai fondasi etika komunikasi massa, yaitu qaulan sadīda, qaulan balīgha, qaulan ma'rūfa, qaulan karīma, dan qaulan layyina. Kelima prinsip tersebut tidak dipahami sebagai konsep yang berdiri sendiri, melainkan sebagai satu kesatuan yang saling melengkapi dalam membangun komunikasi publik yang bertanggung jawab.

Prinsip qaulan sadīda menempati posisi paling mendasar karena berkaitan dengan kejujuran, akurasi, dan kebenaran informasi. Dalam konteks komunikasi massa, prinsip ini mengharuskan setiap informasi yang dipublikasikan melalui media didasarkan pada fakta yang telah diverifikasi sehingga terhindar dari penyebaran hoaks maupun manipulasi informasi. Relevansi prinsip ini semakin tinggi di tengah berkembangnya media digital yang memungkinkan setiap individu berperan sebagai produsen informasi tanpa melalui proses verifikasi sebagaimana dilakukan oleh media konvensional. Oleh karena itu, *qaulan sadīda* dapat diposisikan sebagai

landasan etik dalam membangun budaya literasi informasi yang bertanggung jawab.

Selanjutnya, prinsip qaulan baligha menekankan pentingnya efektivitas penyampaian pesan. Komunikasi yang benar tidak akan memberikan manfaat apabila disampaikan tanpa mempertimbangkan karakteristik khalayak. Oleh karena itu, pesan komunikasi harus disusun secara sistematis, mudah dipahami, relevan dengan kebutuhan audiens, dan mampu membangun pemahaman yang benar. Dalam perspektif komunikasi modern, prinsip ini sejalan dengan konsep *audience-centered communication*, yaitu penyusunan pesan berdasarkan karakteristik penerima agar tujuan komunikasi dapat tercapai secara optimal.

Prinsip qaulan ma'rūfa, qaulan karīma, dan qaulan layyina melengkapi dimensi etika komunikasi dengan menekankan kualitas bahasa yang digunakan dalam ruang publik. Ketiga prinsip tersebut mendorong penggunaan bahasa yang santun, menghormati martabat manusia, menghindari ujaran kebencian, serta mengedepankan pendekatan persuasif dibandingkan komunikasi yang bersifat provokatif. Dalam konteks media digital, implementasi ketiga prinsip tersebut menjadi sangat penting mengingat tingginya intensitas interaksi melalui media sosial yang sering kali diwarnai polarisasi, perundungan siber, dan konflik akibat penggunaan bahasa yang tidak etis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kelima prinsip tersebut dapat direkonstruksi menjadi dimensi etika penyampaian pesan (*ethical message delivery*) dalam praktik komunikasi massa. Dimensi ini menempatkan kebenaran informasi, efektivitas komunikasi, penghormatan terhadap martabat manusia, serta kesantunan berbahasa sebagai satu kesatuan nilai yang tidak dapat dipisahkan. Dengan demikian, etika komunikasi Islam tidak hanya berfungsi sebagai pedoman moral individual, tetapi juga sebagai kerangka normatif dalam pengelolaan komunikasi publik di era digital.

Temuan ini memperluas hasil penelitian sebelumnya yang lebih banyak membahas prinsip-prinsip komunikasi Qur'ani secara parsial. Kajian terdahulu

umumnya menempatkan *qaulan sadīda* sebagai dasar komunikasi yang jujur atau *qaulan layyina* sebagai bentuk komunikasi yang santun, namun belum mengintegrasikan keseluruhan prinsip tersebut ke dalam satu dimensi etika komunikasi massa. Rekonstruksi yang ditawarkan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kelima prinsip tersebut memiliki hubungan yang saling melengkapi sehingga membentuk suatu sistem etika komunikasi yang lebih komprehensif. Dengan demikian, kontribusi penelitian ini tidak hanya terletak pada penegasan kembali relevansi etika komunikasi Islam, tetapi juga pada penyusunan kerangka konseptual yang lebih adaptif terhadap dinamika komunikasi digital.

Tabel 2. Rekonstruksi Prinsip Etika Komunikasi Islam dalam Praktik Komunikasi Massa

Prinsip Etika	Makna dalam Perspektif Islam	Implementasi dalam Komunikasi Massa
Qaulan Sadida	Menyampaikan informasi yang benar dan jujur	Verifikasi fakta, akurasi berita, anti-hoaks
Qaulan Balīgha	Penyampaian pesan yang efektif dan tepat sasaran	Bahasa komunikatif, edukatif, mudah dipahami
Qaulan Ma'rūfa	Menggunakan perkataan yang baik	Menghindari ujaran kebencian dan fitnah
Qaulan Karīma	Menghormati martabat manusia	Menghindari diskriminasi dan stigmatisasi
Qaulan Layyina	Bertutur kata dengan lemah lembut	Pendekatan persuasif dalam komunikasi publik

Tabel tersebut menunjukkan bahwa prinsip-prinsip komunikasi Qur'ani memiliki relevansi yang kuat terhadap tantangan komunikasi massa kontemporer. Kelima prinsip tersebut tidak hanya mengatur aspek moral penyampaian pesan, tetapi juga memberikan pedoman normatif dalam menghadapi berbagai persoalan komunikasi digital, seperti penyebaran disinformasi, ujaran kebencian, polarisasi sosial, dan rendahnya kualitas literasi media. Oleh karena itu, penelitian ini merekonstruksi kelima prinsip

tersebut sebagai satu dimensi etika penyampaian pesan (*ethical message delivery*) yang bersifat integratif dan adaptif terhadap perkembangan media digital.

Rekonstruksi Etika Komunikasi Islam dalam Praktik Komunikasi Antarbudaya

Perkembangan globalisasi dan transformasi digital telah memperluas ruang interaksi antarindividu maupun antarkelompok dari berbagai latar belakang budaya, agama, bahasa, dan sistem nilai. Kemajuan teknologi komunikasi memungkinkan proses komunikasi antarbudaya berlangsung secara lebih cepat dan tanpa batas geografis. Di sisi lain, kondisi tersebut juga meningkatkan potensi terjadinya kesalahpahaman, konflik identitas, stereotip, intoleransi, serta polarisasi sosial apabila komunikasi tidak dibangun di atas landasan etika yang kuat. Oleh karena itu, komunikasi antarbudaya pada era digital memerlukan suatu kerangka etis yang tidak hanya mampu mengakomodasi keberagaman, tetapi juga mendorong terciptanya hubungan sosial yang harmonis.

Dalam perspektif Islam, keberagaman merupakan bagian dari *sunnatullah* yang harus dipandang sebagai sarana untuk saling mengenal (*ta'āruf*), bekerja sama, dan membangun kemaslahatan bersama. Al-Qur'an menegaskan bahwa manusia diciptakan bersuku-suku dan berbangsa-bangsa agar saling mengenal, bukan untuk saling merendahkan atau mempertentangkan perbedaan. Dengan demikian, komunikasi antarbudaya dalam Islam tidak hanya bertujuan membangun efektivitas komunikasi, tetapi juga memperkuat persaudaraan kemanusiaan (*ukhuwwah insāniyyah*) melalui penghormatan terhadap keberagaman.

Berdasarkan hasil sintesis berbagai literatur, penelitian ini merekonstruksi empat nilai utama etika komunikasi Islam yang menjadi fondasi komunikasi antarbudaya, yaitu *tasamuh*, *tafāhum*, *tawadhu'*, dan *ukhuwwah insāniyyah*. Keempat nilai tersebut dipahami sebagai satu kesatuan yang membentuk dimensi etika relasi sosial (*ethical social relations*) dalam praktik komunikasi.

Nilai tasamuh menempatkan toleransi sebagai sikap dasar dalam menerima keberagaman budaya, agama, maupun pandangan hidup. Dalam praktik komunikasi antarbudaya, toleransi tidak dimaknai sebagai menghilangkan identitas atau keyakinan masing-masing, melainkan sebagai kesediaan menghormati hak orang lain untuk mempertahankan identitasnya. Pada ruang digital, penerapan nilai ini menjadi penting untuk mereduksi ujaran kebencian, diskriminasi, dan polarisasi yang sering muncul akibat perbedaan pandangan.

Selanjutnya, tafāhum menekankan pentingnya saling memahami melalui dialog yang terbuka dan empatik. Komunikasi antarbudaya tidak cukup hanya dilakukan dengan pertukaran informasi, tetapi juga memerlukan kemampuan memahami konteks sosial, budaya, dan nilai yang melatarbelakangi perilaku komunikasi pihak lain. Dalam konteks masyarakat multikultural, nilai ini berperan mengurangi kesalahpahaman, stereotip, serta prasangka yang dapat menghambat hubungan sosial.

Nilai tawadhu' mengajarkan sikap rendah hati dalam berkomunikasi. Sikap ini mendorong individu untuk tidak memandang budaya, bahasa, ataupun kelompoknya sebagai yang paling unggul. Dalam praktik komunikasi antarbudaya, *tawadhu'* menjadi dasar untuk membangun dialog yang setara dan menghargai perbedaan. Pada era digital, sikap tersebut juga menjadi benteng terhadap kecenderungan komunikasi yang arogan, eksklusif, maupun provokatif.

Sementara itu, ukhuwwah insāniyyah menempatkan seluruh manusia sebagai bagian dari satu komunitas kemanusiaan. Nilai ini memperluas orientasi komunikasi dari kepentingan kelompok menuju kemaslahatan bersama. Dalam praktik komunikasi antarbudaya, *ukhuwwah insāniyyah* mendorong kolaborasi, solidaritas, serta penyelesaian konflik melalui pendekatan dialogis dan damai.

Tabel 3. Rekonstruksi Nilai Etika Komunikasi Antarbudaya dalam Perspektif Islam

Nilai Etika	Makna Konseptual	Implementasi dalam Komunikasi Antarbudaya
Tasamuh	Menghormati keberagaman	Toleransi terhadap perbedaan budaya, agama, dan pandangan
Tafāhum	<i>Saling memahami</i>	Dialog lintas budaya dan empati sosial
Tawadhu'	Rendah hati	Menghindari etnosentrisme dan superioritas budaya
Ukhuwwah Insāniyyah	Persaudaraan kemanusiaan	Kolaborasi dan solidaritas sosial

Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai-nilai etika komunikasi Islam tidak hanya memiliki dimensi normatif, tetapi juga relevan sebagai pedoman praktis dalam menghadapi tantangan komunikasi antarbudaya di era digital. Keempat nilai tersebut saling melengkapi dalam membentuk hubungan komunikasi yang menghargai keberagaman sekaligus menjaga kohesi sosial. Berbeda dengan pendekatan komunikasi antarbudaya yang umumnya menitikberatkan pada kompetensi komunikasi (*intercultural communication competence*), rekonstruksi yang ditawarkan dalam penelitian ini menambahkan dimensi etik yang bersumber dari ajaran Islam sebagai fondasi hubungan antarmanusia.

Temuan ini memperluas penelitian terdahulu yang umumnya membahas *tasamuh*, *tafāhum*, atau *ukhuwwah insāniyyah* secara terpisah. Penelitian ini menunjukkan bahwa keempat nilai tersebut membentuk satu kesatuan yang dapat direkonstruksi sebagai **dimensi etika relasi sosial** (*ethical social relations*). Dengan demikian, komunikasi antarbudaya dalam perspektif Islam tidak hanya diarahkan pada tercapainya efektivitas komunikasi, tetapi juga pada pembentukan hubungan sosial yang inklusif, adil, dan berorientasi pada kemaslahatan bersama.

Model Rekonstruksi Etika Komunikasi Islam sebagai Landasan Praktik Komunikasi Massa dan Komunikasi Antarbudaya di Era Digital

Hasil sintesis literatur menunjukkan bahwa etika komunikasi Islam pada praktik komunikasi massa dan komunikasi antarbudaya memiliki keterkaitan yang sangat erat. Selama ini kedua bidang tersebut cenderung dikaji secara terpisah, sehingga belum terbentuk suatu kerangka konseptual yang mampu menjelaskan hubungan antara etika penyampaian pesan dan etika relasi sosial secara terpadu. Padahal, perkembangan teknologi digital telah mengaburkan batas antara komunikasi massa dan komunikasi antarbudaya. Media digital memungkinkan pesan yang diproduksi oleh individu maupun institusi menjangkau masyarakat yang berasal dari latar belakang budaya, agama, bahasa, dan sistem nilai yang beragam dalam waktu yang bersamaan. Kondisi ini menunjukkan bahwa praktik komunikasi kontemporer memerlukan model etika yang bersifat integratif.

Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini merekonstruksi etika komunikasi Islam ke dalam dua dimensi utama. Dimensi pertama adalah etika penyampaian pesan (*ethical message delivery*) yang terdiri atas prinsip *qaulan sadīda*, *qaulan balīgha*, *qaulan ma'rūfa*, *qaulan karīma*, dan *qaulan layyina*. Dimensi ini berorientasi pada kualitas pesan yang disampaikan kepada publik, meliputi aspek kebenaran informasi, efektivitas komunikasi, kesantunan bahasa, penghormatan terhadap martabat manusia, serta penggunaan pendekatan persuasif dalam menyampaikan pesan.

Dimensi kedua adalah etika relasi sosial (*ethical social relations*) yang terdiri atas nilai *tasamuh*, *tafāhum*, *tawadhu'*, dan *ukhuwwah insāniyyah*. Dimensi ini berorientasi pada kualitas hubungan antarmanusia yang dibangun melalui komunikasi. Fokus utamanya adalah membangun toleransi, saling memahami, menghargai keberagaman, serta memperkuat solidaritas sosial sebagai fondasi komunikasi dalam masyarakat multikultural.

Integrasi kedua dimensi tersebut menghasilkan suatu Model Rekonstruksi Etika Komunikasi Islam yang tidak hanya mengatur bagaimana pesan disampaikan, tetapi juga bagaimana hubungan sosial dibangun melalui

komunikasi. Dengan demikian, etika komunikasi Islam dipahami sebagai suatu sistem nilai yang menghubungkan dimensi pesan dan dimensi relasi sosial secara simultan. Model ini menjadi relevan dalam menghadapi karakter komunikasi era digital yang berlangsung secara terbuka, partisipatif, lintas budaya, dan memiliki jangkauan global.

Kontribusi utama penelitian ini terletak pada penyusunan model konseptual yang mengintegrasikan prinsip-prinsip komunikasi Qur'ani dengan nilai-nilai etika sosial Islam dalam satu kerangka etika komunikasi yang komprehensif. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang cenderung membahas komunikasi massa dan komunikasi antarbudaya secara terpisah, penelitian ini menunjukkan bahwa kedua ranah tersebut merupakan bagian dari sistem komunikasi yang saling berkaitan sehingga memerlukan landasan etika yang bersifat menyeluruh. Dengan demikian, model rekonstruksi yang ditawarkan dapat menjadi dasar konseptual bagi pengembangan teori komunikasi Islam sekaligus menjadi pedoman praktis dalam menghadapi berbagai tantangan komunikasi pada era digital.



Gambar 1. Model Rekonstruksi Etika Komunikasi Islam

Kesimpulan

Penelitian ini berhasil merekonstruksi etika komunikasi Islam sebagai landasan praktik komunikasi massa dan komunikasi antarbudaya di era digital melalui sintesis berbagai prinsip komunikasi Qur'ani dan nilai-nilai etika sosial Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip *qaulan sadīda*, *qaulan balīgha*, *qaulan ma'rūfa*, *qaulan karīma*, dan *qaulan layyina* membentuk **dimensi etika penyampaian pesan** yang menekankan kebenaran, efektivitas, kesantunan, penghormatan terhadap martabat manusia, serta komunikasi yang persuasif. Sementara itu, nilai *tasamuh*, *tafāhum*, *tawadhu'*, dan *ukhuwwah insāniyyah* membentuk **dimensi etika relasi sosial** yang berorientasi pada toleransi, saling memahami, kerendahan hati, dan penguatan persaudaraan kemanusiaan dalam masyarakat multikultural.

Integrasi kedua dimensi tersebut menghasilkan **Model Rekonstruksi Etika Komunikasi Islam** yang menawarkan kerangka konseptual baru bagi praktik komunikasi pada era digital. Model ini menegaskan bahwa komunikasi yang beretika tidak hanya ditentukan oleh kualitas penyampaian pesan, tetapi juga oleh kualitas hubungan sosial yang dibangun melalui komunikasi. Dengan demikian, etika komunikasi Islam diposisikan sebagai sistem nilai yang bersifat integratif, adaptif, dan relevan dalam menghadapi berbagai tantangan komunikasi kontemporer, seperti disinformasi, ujaran kebencian, polarisasi sosial, serta meningkatnya intensitas komunikasi lintas budaya.

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi Islam melalui pengintegrasian etika penyampaian pesan dan etika relasi sosial ke dalam satu model konseptual yang lebih komprehensif. Secara praktis, model tersebut dapat menjadi rujukan bagi akademisi, praktisi media, jurnalis, pendidik, dai, serta pembuat kebijakan dalam membangun praktik komunikasi yang akurat, inklusif, bertanggung jawab, dan berorientasi pada kemaslahatan bersama di era digital.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena menggunakan pendekatan **library research**, sehingga model konseptual yang dihasilkan belum diuji

secara empiris dalam berbagai konteks komunikasi. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan pengujian model melalui pendekatan kuantitatif, kualitatif lapangan, atau *mixed methods* pada berbagai platform media digital maupun dalam praktik komunikasi antarbudaya di masyarakat multikultural. Pengujian tersebut diharapkan dapat memperkuat validitas model sekaligus memperluas kontribusinya terhadap pengembangan teori dan praktik komunikasi Islam.

Daftar Pustaka

- Abdullah, M. (2022). Islamic communication ethics in the digital era. *Jurnal Komunikasi Islam*, 12(2), 135–150.
- Ahmad, N. (2020). Etika komunikasi Islam di era digital. Rajawali Pers.
- Al-Qur'an dan Terjemahannya. (2019). Kementerian Agama Republik Indonesia.
- Amin, S., & Rahman, F. (2023). Islamic values in intercultural communication: A conceptual study. *Komunika*, 17(1), 45–60.
- Ar-Risalah. (2005). Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.
- Creswell, John W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Deddy Mulyana. (2017). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya.
- Deddy Mulyana. (2021). *Komunikasi Antarbudaya*. PT Remaja Rosdakarya.
- Fauzi, A. (2021). Implementasi qaulan sadida dalam komunikasi publik. *Jurnal Dakwah*, 22(2), 112–128.
- Hafied Cangara. (2020). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (4th ed.). PT RajaGrafindo Persada.
- Hakim, L. (2024). Media digital dan etika komunikasi Islam. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 22(1), 55–71.
- Hasanah, U. (2020). Komunikasi antarbudaya dalam perspektif Islam. *Jurnal Komunika*, 14(2), 88–103.

- Hidayat, M. (2022). Etika komunikasi media sosial menurut Al-Qur'an. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 7(1), 1-17.
- Ismail, A., & Karim, R. (2023). Islamic communication ethics and digital literacy. *Jurnal Komunikasi Islam*, 13(1), 20-37.
- Jalaluddin Rakhmat. (2018). *Psikologi Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Kurniawan, D. (2024). Hoaks dan tantangan etika komunikasi di era digital. *Jurnal Komunikasi*, 18(2), 89-105.
- Lexy J. Moleong. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Littlejohn, Stephen W., & Foss, Karen A. (2021). *Theories of Human Communication* (12th ed.). Waveland Press.
- Lubis, M. (2021). Toleransi sebagai fondasi komunikasi antarbudaya. *Jurnal Al-Hikmah*, 19(2), 140-155.
- Maulana, A. (2020). Nilai ukhuwwah insaniyyah dalam komunikasi sosial. *Jurnal Studi Islam*, 15(1), 60-75.
- McQuail, Denis. (2019). *McQuail's Media and Mass Communication Theory* (7th ed.). SAGE Publications.
- Nasution, R. (2022). Etika komunikasi Islam pada media massa digital. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 8(2), 110-126.
- Nugraha, H. (2023). Digital communication and Islamic ethics: Challenges and opportunities. *Journal of Islamic Communication*, 5(1), 1-18.
- Pratama, R. (2024). Intercultural dialogue in multicultural societies. *Jurnal Komunikasi Global*, 13(1), 95-111.
- Rahman, F. (2021). Qaulan baligha sebagai strategi komunikasi efektif. *Jurnal Dakwah*, 23(1), 75-91.
- Rohman, A. (2022). Etika komunikasi Islam dalam masyarakat multikultural. *Jurnal Komunikasi Islam*, 12(1), 30-46.
- Siregar, N. (2023). Media sosial dan pembentukan etika komunikasi generasi muda. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 11(2), 98-114.
- Suharto, B. (2020). Rekonstruksi nilai komunikasi Islam di era digital. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 40(1), 15-29.

- Wahyuni, D. (2024). Islamic communication ethics as a framework for responsible media practices. *Jurnal Komunikasi Islam*, 14(1), 66–82.
- West, Richard., & Turner, Lynn H. (2021). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application* (7th ed.). McGraw-Hill.
- Yusuf al-Qaradawi. (2017). *Akhlak Islam*. Pustaka Al-Kautsar.
- Yusuf, M. (2021). Komunikasi massa dalam perspektif Islam. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(3), 201–218.