

Fungsi-Fungsi Komunikasi dalam Pandangan Islam

Atika Hanan Julia Harahap

Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam FITK UINSU Medan
Jalan William Iskandar Pasar V Medan Estate
e-mail: atikahananjulia@gmail.com

Absrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Untuk mengetahui Korelasi Antara Ayat QS. Al-Hujurat/49: 13 Dengan Teori Fungsi Sosial. 2) Untuk mengetahui Korelasi Antara Ayat QS. As-Sajdah/32: 7-9 Dengan Teori Fungsi Fungsi Informasi. 3) Untuk mengetahui Korelasi Antara Ayat QS. Al-Baqarah/2: 139 Dengan Teori Fungsi Meyakinkan dan Keputusan. 4) Untuk mengetahui Korelasi Antara Ayat QS. Asy-Syura/42: 52 Dengan Teori Fungsi Membimbing. 5) Untuk mengetahui Korelasi Antara Ayat QS. Ar-Rad/13: 28 Dengan Teori Fungsi Kepuasan Spritual. Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan (*library research*) dan termasuk dalam kategori penelitian kualitatif. Adapun metode yang digunakan adalah metode tematik (*maudu''iy*), dengan menggunakan pendekatan *linguistik*, *semiotik*, *hermeneutik* dan psikologi. Sumber data penelitian ini berupa data tertulis baik primer maupun skunder. Teknik pengumpulan data *literarur* yaitu dengan mengumpulkan bahan-bahan pustaka yang berkesinambungan (koheren) dengan objek pembahasan yang diteliti. Sedangkan teknik analisis data menggunakan metode analisis isi (*content analysis*). Terdapat lima temuan dalam penelitian ini, yaitu: 1) Korelasi Antara Ayat QS. Al-Hujurat/49: 13 Dengan Teori Fungsi Sosial. 2) Korelasi Antara Ayat QS. As-Sajdah/32: 7-9 Dengan Teori Fungsi Fungsi Informasi. 3) Korelasi Antara Ayat QS. Al-Baqarah/2: 139 Dengan Teori Fungsi Meyakinkan dan Keputusan. 4) Korelasi Antara Ayat QS. Asy-Syura/42: 52 Dengan Teori Fungsi Membimbing. 5) Untuk mengetahui Korelasi Antara Ayat QS. Ar-Rad/13: 28 Dengan Teori Fungsi Kepuasan Spritual.

Kata Kunci: Alquran, fungsi-fungsi Komunikasi, teori.

Pendahuluan

Manusia merupakan makhluk sosial yang hidup dan menjalankan seluruh aktivitasnya sebagai individu dalam kelompok sosial, komunitas, organisasi

maupun masyarakat. Dalam kehidupan sehari-hari, setiap manusia berinteraksi dengan sesamanya. Oleh karena itu, manusia tidak dapat menghindari dari suatu tindakan yang disebut komunikasi.

Komunikasi sangat penting bagi semua aspek kehidupan manusia. Dengan komunikasi manusia dapat mengekspresikan gagasan, perasaan, harapan dan kesan kepada sesama serta memahami gagasan, perasaan dan kesan orang lain. Komunikasi tidak hanya mendorong perkembangan kemanusiaan yang utuh, namun juga menciptakan hubungan sosial yang sangat diperlukan dalam kelompok sosial apapun.

Proses komunikasi ditunjukkan untuk menciptakan komunikasi yang efektif. Maksudnya adalah komunikasi yang apabila terdapat didalamnya sebuah perasaan pengertian, yang mana dari perasaan itu akan timbul sebuah kesenangan, kenyamanan, hubungan sosial yang lebih baik yang mungkin akan berdampak pada perubahan sikap, sifat dan perubahan perilaku seseorang. Hal tersebut juga dapat diartikan bahwa komunikasi tersebut memiliki kerangka pikir yang sama antara seseorang dengan orang lain.

Dalam perspektif islam, komunikasi merupakan bagian yang tak terpisahkan dalam kehidupan manusia karena segala gerak langkah kita selalu disertai dengan komunikasi. Komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi yang islami, yaitu komunikasi yang berakhlak *al-karimah* atau beretika. Komunikasi yang berakhlak *al-karimah* berarti komunikasi yang bersumber kepada Alquran dan Hadits (Sunah Nabi). Serta komunikasi yang menimbulkan kebaikan baik bagi diri sendiri maupun bagi orang lain., sebagaimana ungkapan mengatakan: *Keselamatan seseorang terletak dalam menjaga lisan.*

Dari ungkapan diatas maka dapat disimpulkan bahwa menjaga komunikasi dengan baik akan membantu kita dalam bersosialisasi dengan orang lain. Sedangkan, dalam bersosialisasi yang diinginkan seseorang harus memiliki keterampilan dan keahlian dalam berkomunikasi.

Kajian Teori

Pengertian Manajemen Komunikasi

Secara etimologis, komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu *cum* yang berarti dengan atau bersama dengan *units* yang berarti satu. Maka dua kata tersebut memnbentuk kata *cummunio* yang dalam bahasa inggris disebut dengan *cummunion* yang berarti kebersamaan, persatuan, persekutuan gabungan, pergaulan atau hubungan. Untuk melakukan *cummunio* diperlukan usaha dan kerja. Kata *cummunio* dalam kata kerja yaitu *communicate* yang berarti membagi sesuatu dengan seseorang, tukar menukar, membicarakan sesuatu dengan orang, memberitahukan sesuatu kepada seseorang, bercakap-cakap, bertukar pikiran, berhubungan dan berteman. Jadi dapat diartika komunikasi adalah suatu kegiatan pemberitahuan informasi kepada orang lain dengan maksud memberikan pengertian atau pemahaman yang sama. (Kadar Nurjaman dan Khaerul Umam, 2012: 35).

Longman Dictionary Of Contemporary English memberikan defenisi kata *communicate a to make opinions, fellings, information etc, known or understood by other.* sebagai upaya untuk membuat pendapat, mengatakan perasaan, menyampaikan informasi dan sebagainya agar diketahui atau dipahami oleh orang lain.

Hovland, Janis dan Kelley ahli sosiologi Amerika dalam Arni Muhammad (2014: 2) mengatakan bahwa “*communication is the process by which an individual transmits stimuly (usually verbal) to modify the behavior of other individuals* ”, komunikasi adalah proses individual mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain. Pengertian tersebut sejalan dengan pengertian yang dikemukakan oleh Bovee yang mendefenisikan komunikasi sebagai proses mengirim dan menerima pesan, serta dikatakan efektif jika pesan tersebut dapat dimengerti dan menstimulasi tindakan atau mendorong orang lain untuk bertindak sesuai dengan pesan tersebut.

Dennis Murphy dalam bukunya *Better Business Communication*, sebagai dikutip oleh Kadar Nurjaman dan Khaerul Umam (2012: 35) Dalam bukunya *Komunikasi dan Public Relation Panduan Untuk Mahasiswa, Birokrat dan Praktik*

Bisnis, mengatakan “*Communication is the whole process used to reach other minds*”, komunikasi adalah seluruh proses yang dipergunakan untuk mencapai pikiran-pikiran orang lain. Menurut Harwood “*Communication Is more technically defined as a process for conduction the memories*”, komunikasi didefenisikan secara lebih teknis sebagai suatu proses untuk membangkitkan kembali ingatan-ingatan. Sedangkan menurut Kadar Nurjaman dan Khaerul Umam Dalam bukunya Komunikasi dan Public Relation Panduan Untuk Mahasiswa, Birokrat dan Praktik Bisnis, mengatakan komunikasi adalah kata yang mencakup segala bentuk interaksi dengan orang lain yang berupa percakapan biasa, membujuk, mengajar dan negosiasi.

Dari beberapa defenisi diatas maka penulis dapat menyimpulkan bahwa komunikasi adalah proses pertukaran informasi baik verbal maupun nonverbal kepada orang lain, agar dapat dimengerti dan menstimulasi tindakan atau mendorong orang lain untuk dapat memberikan pengertian atau pemahaman yang sama.

Sedangkan manajemen komunikasi merupakan proses penggerak aktivitas komunikasi yang diterapkan dalam kegiatan komunikasi dalam usaha pencapaian tujuan komunikasi. Parag Diwan menjelaskan bahwa manajemen komunikasi adalah proses penggunaan berbagai sumber daya komunikasi secara terpadu melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengontrolan unsur-unsur komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sedangkan Cutlip menjelaskan manajemen komunikasi adalah proses timbal balik (resiprokal) pertukaran sinyal untuk memberi informasi, membujuk atau memberi perintah, berdasarkan makna yang sama dan dikondisikan oleh konteks hubungan para komunikator dan konteks sosialnya. (Arni Muhammad, 2014: 2)

Rahmat Hidayat dan Candra Wijaya (2017: 235) dalam buku mereka Ayat-Ayat Al-Quran Tentang Manajemen Pendidikan Islam, mengemukakan defenisi manajemen komunikasi adalah proses pengolahan sumber daya yang digunakan manusia, keuangan dan sumber teknik lainnya untuk membentuk komunikasi antar organisasi dengan publiknya. Manajemen komunikasi merupakan proses pengelolaan sumber daya komunikasi yang ditunjukan untuk meningkatkan

kualitas dan efektivitas pertukaran pesan yang terjadi dalam berbagai konteks komunikasi.

Dari pemaparan diatas maka penulis menyimpulkan bahwa manajemen komunikasi adalah proses timbak balik pertukaran informasi yang telah melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengontrolan baik verbal maupun nonverbal, agar dapat dimengerti dan menstimulasi tindakan atau mendorong orang lain untuk dapat memberikan pengertian atau pemahaman yang sama sehingga tujuan yang telah ditetapkan dapat dicapai dengan efektif dan efisien.

Fungsi-Fungsi Komunikasi

Sebagaimana tujuan komunikasi diatas, maka dalam suatu organisasi komunikasi mempunyai beberapa fungsi. Sebagaimana Maman Ukas mengatakan fungsi komunikasi adalah:

- a. Fungsi informasi. melalui komunikasi, maka apa yang ingin disampaikan oleh narasumber atau pemimpin kepada bawahannya dapat diberikan dalam bentuk lisan maupun tulisan.
- b. Fungsi komando akan perintah. Haln ini berkaitan dengan kekuasaan, dimana kekuasaan orang adalah hak untuk memberi perintah kepada bawahan dimana para bawahan tunduk dan taat serta disiplin dalam menjalankan tugasnya dengan puenuh tanggung jawab.
- c. Fungsi mempengaruhi dan penyaluran. Fungsi pengaruh berarti memasukan unsur-unsur yang meyakinkan dari pada atasan baik bersifat motivasi maupun bimbingan, sehingga bawahan merasa berkewajiban harus menjalankan pekerjaan atau tugas yang harus dilaksanakannya.
- d. Fungsi integrasi. Organisasi sebagai suatu sistem harus berintegrasi dalam satu total kesatuan yang saling berkaitan dan semua urusan satu sama lain tak dapat dipisahkan karena saling berhubungan dan saling memberikan pengaruh satu sama lainnya sehingga terciptanya suatu proses komunikasi untuk mencapai tujuan bersama yang telah di tetapkan.

Sedangkan menurut Liliwari, membagi dua fungsi komunikasi organisasi, yaitu:

1. Fungsi umum

- a. Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan atau memberikan informasi kepada individu atau kelompok tentang bagaimana melaksanakan suatu pekerjaan sesuai dengan kompetensinya.
- b. Komunikasi berfungsi untuk menjual gagasan dan ide, pendapat dan fakta. Termasuk juga menjual sikap organisasi dan sikap tentang sesuatu yang merupakan subjek layanan.
- c. Komunikasi berfungsi untuk meningkatkan kemampuan para karyawan, agar mereka bisa belajar dari orang lain, belajar tentang apa yang dipikirkan, dirasakan dan dikerjakan orang lain tentang apa yang “dijual” atau yang diceritakan orang lain tentang organisasi.
- d. Komunikasi berfungsi untuk menentukan apa dan bagaimana organisasi membagi pekerjaan atau siapa yang menjadi atasan dan siapa yang menjadi bawahan, dan besaran kekuasaan serta kewenangan, serta menentukan bagaimana menangani sejumlah orang, bagaimana memanfaatkan sumber daya manusia, dan mengalokasikan manusia, mesin, metode dan teknik dalam organisasi.

2. Fungsi khusus

- a. Membuat para karyawan melibatkan diri kedalam isu-isu organisasi lalu menerjemahkannya kedalam tindakan tertentu dibawah sebuah komando atau pemerintah.
- b. Membuat para karyawan menciptakan dan menangani relasi antarsesama bagi peningkatan produk organisasi.
- c. Membuat para karyawan memiliki kemampuan untuk menangani dan mengambil keputusan-keputusan dalam suasana yang ambigu dan tidak pasti.

Sedangkan menurut Harjani Hefni (2005: 176) dalam bukunya komunikasi islam fungsi-fungsi komunikasi islam yaitu:

- a. Fungsi Sosial.

- b. Fungsi Informasi.
- c. Fungsi Meyakinkan.
- d. Fungsi Membimbing.
- e. Fungsi Kepuasan Spritual

Prinsip-Prinsip Komunikasi Efektif

Untuk dapat memahami hakikat suatu komunikasi perlu diketahui prinsip dari komunikasi tersebut. Menurut Seiler dalam buku Arni Muhammad (2014: 19-21) yang berjudul Komunikasi Organisasi, terdapat empat prinsip dasar dari komunikasi yaitu:

- a. Komunikasi adalah suatu proses, karena merupakan suatu seri kegiatan yang terus menerus, yang tidak mempunyai permulaan atau akhir dan selalu berubah-ubah.
- b. Komunikasi adalah sistem, karena komunikasi terdiri dari beberapa komponen dan masing-masing komponen tersebut mempunyai tugasnya masing-masing. Tugas-tugas tersebutlah yang saling berhubungan antara satu dengan yang lainnya agar menghasilkan suatu komunikasi.
- c. Komunikasi bersifat interaksi dan transaksi yaitu saling bertukar.
- d. Komunikasi dapat terjadi disengaja maupun tidak disengaja, terjadi apabila pesan yang mempunyai maksud tertentu dikirim kepada penerima yang dimaksudkan

Menurut Rahmat Hidayat dan Candra Wijaya (2017: 238-239) dalam buku mereka Ayat-Ayat Al-Quran Tentang Manajemen Pendidikan Islam, prinsip komunikasi yaitu:

- a. Qaulan Sadida (perkataan yang bera/jujur).
- b. Qaulan Baligha (perkataan yang tepat sasaran, komunikatif, *to the point*, mudah dimengerti).
- c. Qaulan Ma'rufa (perkataan yang baik).
- d. Qaulan Karima (perkataan yang mulia).
- e. Qaulan layyinan (perkataan yang lembut).
- f. Qaulan maysura (perkataan yang ringan)

Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan (*library research*) dan termasuk dalam kategori penelitian kualitatif. Adapun metode yang digunakan adalah metode tematik (*maudu`iy*), yakni menghimpun ayat-ayat Alquran yang berbicara tentang profesionalitas guru. Selanjutnya untuk mengungkap makna-makna serta simbol-simbol dalam ayat-ayat alquran tentang rumusan fungsi-fungsi komunikasi, penulis menggunakan pendekatan *linguistik*, *semiotik*, *hermeneutik* dan psikologi.

Alasan utama pemilihan metode tematik (*maudu`i*) dalam penelitian ini disebabkan metode tersebut banyak dikembangkan para ahli masa kini, karena lebih sesuai dengan perkembangan dan tuntutan zaman yang banyak menuntut pemecahan masalah dari kasus-kasus tertentu secara komprehensif dan utuh. Secara umum, metode tematik (*maudu`i*) mengambil dua bentuk. Pertama, penafsiran menyangkut satu surat dalam Alquran dengan menjelaskan tujuannya secara umum dan khusus, serta hubungan persoalan yang beragam dalam surat tersebut satu dengan lainnya. Dengan demikian, persoalan tersebut saling berkaitan bagaikan satu persoalan saja. Kedua, menghimpun ayat-ayat Alquran yang membahas masalah tertentu dari berbagai surat Alquran dan sedapat mungkin diurutkan sesuai dengan masa turunnya, sambil memerhatikan sebab turunnya dan menjelaskan pengertian menyeluruh dari ayat-ayat tersebut sebagai jawaban terhadap masalah yang menjadi pokok bahasannya. (M. Quraish Sihab, 1994: 117).

Mustafa Muslim (2000: 37-38) secara rinci mengemukakan langkah-langkah dalam *Tafsir Maudhu`i* diantaranya:

- a. Memilih judul.
- b. Mengumpulkan ayat-ayat Alquran yang berkaitan dengan tema pembahasan.
- c. Menyusun ayat-ayat sesuai dengan kronologis waktu turunnya.
- d. Mendalami tafsir ayat Alquran secara rinci dengan menggunakan referensi dari tafsir, dan mengetahui sebab turunnya jika ada, tujuan makna lafal dan penggunaannya, hubungan antara lafal pada kalimat

- yang satu dengan kalimat yang lain, atau pada ayat yang satu dengan ayat lain yang terkait dengan tema pembahasan.
- e. Setelah merangkum makna ayat yang dikumpulkan, peneliti langsung merumuskan unsur-unsur pokok dalam tema melalui pandangan Alquran.
 - f. Merujuk kembali kepada cara penafsiran yang global dalam pemaparan konsep pemikiran dan tidak hanya membatasi makna lafal menurut bahasa, tetapi juga memahaminya menurut petunjuk Alquran melalui dalil-dalil, seperti dalil dari hadis rasul dan pemahaman sahabat.
 - g. Konsisten terhadap metodologi ketika menuliskan pembahasan penelitian. Kemudian membaginya menjadi bab, pada setiap bab terdapat pasal, dan setiap pasal pembahasan masing-masing menggunakan judul.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada pembahasan ini penulis ingin memaparkan tentang tafsiran ayat Alquran mengenai fungsi komunikasi. Berikut Tafsir ayat mengenai fungsi komunikasi dalam Alquran, yaitu:

1. Fungsi Sosial (QS. Al-Hujurat/49: 13).

Allah berfirman: *Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling takwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal.* (QS. Al-Hujurat/49: 13).

Ada beberapa versi yang membahas tentang asbabun nuzul atau sebab turunnya QS. Al-Hujuraat ayat 13, diantaranya adalah:

1. Ayat ini diturunkan tentang Abu Hindun. Inilah yang dituturkan oleh Abu Daud dalam kitab Al Maraasil Amr bin Utsman dan Katsir bin Ubaid menceritakan kepada kami, keduanya berkata: Baqiyah bin Al Walid menceritakan kepada kami, dia berkata: Az-Zuhri menceritakan kepada kami, dia berkata, “Rasulullah saw. memerintahkan Bani Bayadhah untuk mengawinkan Abu Hindun dengan seorang perempuan dari kalangan

mereka. Mereka kemudian bertanya kepada Rasulullah SAW, *“(Haruskah) kami mengawinkan putri kami dengan budak kami? Allah, Azza wa Jalla.*“Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa”.

2. Menurut satu pendapat, ayat ini diturunkan tentang Tsabit bin Qais bin Syamas dan ucapannya kepada orang yang tidak memberikan tempat pada dirinya: *“Anak si fulanah,”* dimana Nabi kemudian bertanya: *“Siapa yang menyebut Fulanah?”* Tsabit menjawab, *“Saya, wahai Rasulullah”*. Nabi bersabda kepadanya, *“Lihatlah wajah orang-orang itu”*. Tsabit melihat (wajah mereka), lalu Rasulullah bertanya, *“Apakah yang engkau lihat?”* Tsabit menjawab, *“Aku melihat yang putih, hitam dan merah.”* Nabi bersabda, *“Sesungguhnya engkau tidak dapat mengungguli mereka kecuali dengan ketakwaan”*. Maka turunlah pada Tsabit ayat ini, sementara pada orang yang tidak memberikan tempat kepadanya turun ayat: *“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu dikatakan kepadamu: Berlapang-lapanglah dalam majlis”*.(QS. Al-Mujaadalah:11).
3. Ibnu Abbas berkata, *“Pada hari penaklukan kota Makkah, Nabi saw. memerintahkan Bilal naik ke atas ka’bah kemudian mengumandangkan adzan.”* Atab bin Usaid bin Abi Al Ish berkata, *“Segala puji bagi Allah yang telah mengambil ayahku sehingga dia tidak melihat hari ini”* Al Harits bin Hisyam berkata, *“Muhammad tidak menemukan mu”adzin selain dari gagak hitam ini.”* Suhail bin Amr berkata, *“Jika Allah menghendaki sesuatu, Dia akan mengubah sesuatu itu”* Abu Sufyan berkata, *“Aku tidak akan mengatakan apapun, karena takut Tuhan langit akan memberitahunya (kepada Muhammad)”*. Malaikat Jibril kemudian datang kepada Nabi saw. dan memberitahukan apa yang mereka katakan kepada beliau. Beliau memanggil mereka dan bertanya tentang apa yang mereka katakan, lalu mereka pun mengakui itu. Maka Allah pun menurunkan ayat ini guna melarang mereka dari membangga-banggakan garis keturunan dan banyak harta, serta melarang mereka menganggap

hina terhadap orang-orang miskin. Sebab yang menjadi ukuran adalah ketakwaan. Maksud firman Allah tersebut adalah semua manusia berasal dari Adam dan Hawa. Sesungguhnya kemuliaan itu karena ketakwaan. (Al-Qurthubi, 2009: 101-102).

Daftar Pustaka

- Mustafa Muslim. (2000). *Mabahis fi at-Tafsir al-Maudu'i*. Damaskus: Dar al-Qalam.
- Kadar Nurjaman dan Khaerul Umam. (2012). *Komunikasi dan Public Relation Panduan Untuk Mahasiswa, Birokrat dan Praktik Bisnis*. Bandung: Pustaka Setia. hal. 35 s Ibid. hal. 36 6
- Arni Muhammad. (2014). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara. hal. 2
- 27M. Quraish Sihab. (1994). *Membumikan Al-Qur'an*. Bandung: Mizan. hal. 117
- Rahmat Hidayat dan Candra Wijaya. (2017). *Ayat-Ayat Al-Quran Tentang Manajemen Pendidikan Islam*. Medan: Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan Indonesia (LPPPI).
- 37Syaikh Imam Al Qurthubi. (2009). *Tafsir Al Qurthubi (17)*. diterjemahkan dari Al Jami' li Ahkaam Al Qur'an. terj. Akhmad Khatib, Jakarta: Pustaka Azzam. hlm. 101-102
- Harjani Hefni. (2005). *Komunikasi Islam*. Jakarta: Prenada Media Grop. hal. 156

