

FILSAFAT KOMUNIKASI ERA MEDIA DAN ALGORITMA



Etika Makna
dalam Perspektif
Islam



Dr. Abdul Rasyid, M.A.
M. Yoserizal Saragih, M.I.Kom.



FILSAFAT KOMUNIKASI ERA MEDIA DAN ALGORITMA

Etika Makna
dalam Perspektif
Islam

Buku ini ditulis berangkat dari pertanyaan mengapa di tengah kemajuan teknologi komunikasi yang luar biasa, manusia justru semakin sering salah paham, mudah terprovokasi, dan kehilangan kedalaman makna? Pesan menjadi viral, namun kebenaran sering tertinggal. Melalui buku ini, penulis mengajak pembaca untuk berhenti sejenak dan merenungkan kembali hakikat komunikasi. Hal ini menjadi penting ketika komunikasi berubah menjadi sekadar alat pencarian perhatian, sensasi, dan keuntungan.

Perspektif Islam dalam buku ini dihadirkan sebagai panduan nilai. Dalam Islam, komunikasi bukan aktivitas netral dan bebas nilai, melainkan amanah. Konsep-konsep seperti *qaul sadīd*, *qaul ma'ruf*, tabayun, serta teladan komunikasi profetik menjadi landasan untuk menghadapi tantangan komunikasi di era media digital, algoritma, dan kecerdasan buatan. Buku ini diharapkan menjadi ruang dialog dan refleksi bagi mahasiswa, dosen, jurnalis, praktisi media, aktivis dakwah, serta masyarakat.



Penerbit
KENCANA
[Divisi dari PRENADAMEDIA GROUP]
Email: pmg@prenadamedia.com
<http://www.prenadamedia.com>

CLS MEDIA & COMMUNICATIONS

ISBN 978-634-263-067-7



9 786342 630877

Harga P. Jawa Rp135.000,00

FILSAFAT KOMUNIKASI ERA MEDIA DAN ALGORITMA

Etika Makna dalam Perspektif Islam

Sanksi Pelanggaran Pasal 113 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, sebagaimana yang telah diatur dan diubah dari Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 bahwa:

Kutipan Pasal 113

- (1) Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000,- (seratus juta rupiah).
- (2) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,- (lima ratus juta rupiah).
- (3) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,- (satu miliar rupiah).
- (4) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,- (empat miliar rupiah).

FILSAFAT KOMUNIKASI ERA MEDIA DAN ALGORITMA

Etika Makna dalam Perspektif Islam

Dr. Abdul Rasyid, M.A.

M. Yoserizal Saragih, M.I.Kom.



FILSAFAT KOMUNIKASI ERA MEDIA DAN ALGORITMA
Etika Makna dalam Perspektif Islam

Edisi Pertama

Copyright © 2026

ISBN 978-634-263-087-7

15 x 23 cm

x, 216 hlm

Cetakan ke-1, Maret 2026

Kencana 2026.2186

Penulis

Dr. Abdul Rasyid, M.A.

M. Yoserizal Saragih, M.I.Kom.

Desain Sampul

Irfan Fahmi

Tata Letak

Jefri & Firi

Penerbit

KENCANA

Jl. Tandra Raya No. 23 Rawamangun - Jakarta 13220

Telp: (021) 478-64657 Faks: (021) 475-4134

Divisi dari PRENADAMEDIA GROUP

e-mail: pmg@prenadamedia.com

www.prenadamedia.com

INDONESIA

Dilarang memperbanyak, menyebarkan, dan/atau mengutip sebagian atau seluruh isi buku ini dengan cara apa pun, termasuk dengan cara penggunaan mesin fotokopi, tanpa izin tertulis dari penerbit dan penulis.

DAFTAR ISI

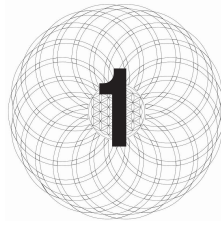
PRAKATA PENULIS	v
DAFTAR ISI	vii
BAB 1 KOMUNIKASI SEBAGAI PERSOALAN FILSAFAT	1
A. Komunikasi dalam Perspektif Ilmu dan Filsafat	1
B. Mengapa Komunikasi Perlu Dipikirkan secara Filsafati	5
C. Manusia sebagai Makhluk Simbolik dan Komunikatif	10
D. Posisi Filsafat Komunikasi dalam Ilmu Sosial Humaniora	15
BAB 2 BAHASA, TANDA, DAN MAKNA DALAM TRADISI FILSAFAT	21
A. Bahasa sebagai Medium Realitas	21
B. Tanda, Simbol, dan Representasi	25
C. Makna dalam Filsafat Barat Klasik dan Modern	29
D. Kritik atas Reduksi Makna dalam Komunikasi Modern	34
BAB 3 MEDIA, TEKNOLOGI, DAN PERUBAHAN KESADARAN MANUSIA	39
A. Evolusi Media dan Perubahan Pola Komunikasi	39
B. Media sebagai Ekstensi Manusia	43
C. Dari Media Massa ke Media Sosial	47
D. Media dan Pembentukan Realitas Sosial	51
BAB 4 ALGORITMA SEBAGAI KUASA BARU DALAM KOMUNIKASI	57
A. Apa Itu Algoritma dan Bagaimana Ia Bekerja	57
B. Algoritma, Atensi, dan Ekonomi Perhatian	61
C. Viralitas, Popularitas, dan Distorsi Makna	65
D. Manusia di bawah Kendali Sistem Digital	70
BAB 5 KRISIS MAKNA DI ERA MEDIA DAN ALGORITMA	75
A. Informasi Melimpah, Makna Dangkal	75
B. Hoaks, Disinformasi, dan <i>Post-Truth</i>	78
C. Sensasi, Emosi, dan Polarisasi Publik	82
D. Komunikasi Tanpa Hikmah	87

BAB 6	ONTOLOGI KOMUNIKASI DALAM PERSPEKTIF ISLAM	93
A.	Komunikasi sebagai Amanah Ilahi	93
B.	Kalam, Makna, dan Tanggung Jawab Manusia sebagai Subjek Moral dalam Komunikasi	97
C.	Manusia sebagai Subjek Moral dalam Komunikasi	99
D.	Relasi Tuhan, Manusia, dan Bahasa	101
BAB 7	EPISTEMOLOGI KOMUNIKASI: KEBENARAN, PENGETAHUAN, DAN TABAYUN	107
A.	Kebenaran dalam Filsafat Komunikasi	107
B.	Media Digital dan Krisis Epistemik	111
C.	Konsep Tabayun dalam Islam	115
D.	Viralitas Versus Validitas Informasi	119
BAB 8	AKSIOLOGI KOMUNIKASI: ETIKA DAN TUJUAN KOMUNIKASI	125
A.	Untuk Apa Komunikasi Dilakukan	125
B.	Etika sebagai Fondasi Komunikasi	129
C.	Nilai-nilai Komunikasi dalam Islam	133
D.	Komunikasi sebagai Ibadah Sosial	137
BAB 9	ETIKA BAHASA DAN PESAN DALAM AL-QUR'AN	143
A.	<i>Qaul Sadid</i> : Kebenaran dalam Ucapan	143
B.	<i>Qaul Baligh</i> : Efektivitas yang Bermakna	148
C.	<i>Qaul Ma'ruf</i> : Kesantunan dan Kemanusiaan	151
D.	<i>Qaulan Layyin</i> : Komunikasi Tanpa Kekerasan	154
BAB 10	MEDIA DIGITAL, JURNALISME, DAN TANGGUNG JAWAB MORAL	159
A.	Jurnalisme di Era Klik dan Algoritma	159
B.	Etika Informasi dan Kepentingan Publik	163
C.	Media Islam dan Tantangan Digital	166
D.	Profesionalisme dan Tantangan Komunikasi	170
BAB 11	KOMUNIKASI PROFETIK DI RUANG DIGITAL	175
A.	Makna Komunikasi Profetik	175
B.	<i>Amar Ma'ruf</i> dan <i>Nahi Munkar</i> di Media Sosial	179
C.	Rekonstruksi Etika Komunikasi Profetik dalam Ekosistem Media dan Algoritma	183
BAB 12	MASA DEPAN ETIKA MAKNA DI ERA MEDIA DAN ALGORITMA	189
A.	Krisis Makna sebagai Krisis Peradaban Digital	189
B.	Islam dan Etika Makna: Dari Teks ke Konteks Digital	193



C. Etika Komunikasi di Era AI dan Otomasi	197
D. Menuju Hikmah dan Peradaban Media	201
E. Tantangan Moral Generasi Digital	204
DAFTAR PUSTAKA	209
TENTANG PENULIS	213
EPILOG	215





KOMUNIKASI SEBAGAI PERSOALAN FILSAFAT

A. KOMUNIKASI DALAM PERSPEKTIF ILMU DAN FILSAFAT

Komunikasi merupakan salah satu fenomena paling mendasar dalam kehidupan manusia. Ia hadir sejak manusia pertama berinteraksi, membentuk makna, menegosiasikan realitas, serta membangun tatanan sosial dan kebudayaan. Dalam konteks ilmu pengetahuan modern, komunikasi telah berkembang menjadi disiplin akademik yang mapan dengan ragam pendekatan, metode, dan teori. Namun, di balik kemajuan metodologis tersebut, komunikasi tidak dapat dilepaskan dari akar-akar filosofisnya. Sebab, komunikasi pada dasarnya bukan hanya persoalan teknis penyampaian pesan, melainkan menyentuh wilayah ontologis tentang hakikat manusia, epistemologis tentang makna dan kebenaran, serta aksiologis tentang nilai, etika, dan tanggung jawab moral.

Dalam era media digital dan algoritma saat ini, refleksi filosofis terhadap komunikasi menjadi semakin urgen. Komunikasi tidak lagi berlangsung secara langsung dan linear, melainkan dimediasi oleh teknologi cerdas yang bekerja berdasarkan logika komputasional dan kepentingan ekonomi-politik tertentu. Algoritma menentukan visibilitas pesan, membentuk preferensi audiens, bahkan memengaruhi cara manusia memahami realitas. Kondisi ini menuntut penguatan fondasi filosofis komunikasi agar tidak terjebak dalam reduksionisme

teknologis yang mengabaikan dimensi etika dan makna, terlebih dalam perspektif Islam yang menempatkan komunikasi sebagai amanah moral dan spiritual.

1. Komunikasi sebagai Objek Ilmu Pengetahuan

Sebagai objek ilmu pengetahuan, komunikasi dipahami sebagai proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui saluran tertentu dengan tujuan menghasilkan efek tertentu. Pandangan ini banyak dipengaruhi oleh tradisi positivistik yang menekankan keterukuran, objektivitas, dan kausalitas. Model komunikasi linear seperti yang dikemukakan Shannon dan Weaver (1949) menempatkan komunikasi sebagai proses transmisi informasi dari sumber ke penerima dengan potensi gangguan (*noise*) yang dapat menghambat efektivitas pesan.

Pendekatan ini kemudian berkembang dalam ilmu komunikasi modern melalui teori-teori efek media, persuasi, dan komunikasi massa. Ilmu komunikasi dalam tradisi ini berupaya menjelaskan bagaimana pesan diproduksi, disebarkan, dan diterima, serta bagaimana komunikasi dapat dimanfaatkan untuk memengaruhi sikap dan perilaku individu maupun kelompok. Dengan demikian, komunikasi diperlakukan sebagai instrumen sosial yang dapat diukur efektivitasnya dan dikendalikan secara sistematis (Littlejohn & Foss, 2011). Namun, pendekatan ilmiah yang terlalu menekankan aspek teknis dan empiris sering kali mengabaikan dimensi makna subjektif dan konteks sosial-budaya. Kritik terhadap positivisme dalam ilmu komunikasi mendorong lahirnya pendekatan interpretatif dan kritis yang melihat komunikasi sebagai proses penciptaan makna (*meaning-making*). Dalam perspektif ini, komunikasi bukan sekadar transfer pesan, melainkan proses dialogis yang melibatkan interpretasi, simbol, dan pengalaman subjektif manusia (Carey, 1989).

2. Komunikasi sebagai Fenomena Filosofis

Dalam perspektif filsafat, komunikasi dipahami sebagai ekspresi eksistensi manusia. Manusia adalah makhluk yang berbahasa (*animal symbolicum*), dan melalui bahasa manusia membangun dunia makna. Oleh karena itu, komunikasi tidak dapat dipisahkan dari pertanyaan filosofis tentang hakikat manusia itu sendiri. Filsafat eksistensial,



misalnya, memandang komunikasi sebagai sarana perjumpaan antarsubjek (intersubjektivitas) yang memungkinkan manusia saling memahami dan mengakui keberadaan satu sama lain (Buber, 1958).

Filsafat hermeneutika juga memberikan kontribusi penting dalam memahami komunikasi sebagai proses penafsiran. Menurut Gadamer (2004), pemahaman tidak pernah bersifat netral, melainkan selalu dipengaruhi oleh horizon sejarah dan tradisi. Komunikasi, dalam hal ini, merupakan dialog yang terus-menerus antara teks, konteks, dan penafsir. Dalam era media digital, proses hermeneutis ini menjadi semakin kompleks karena pesan tidak hanya diproduksi oleh manusia, tetapi juga dimediasi dan dikurasi oleh algoritma.

Selain itu, filsafat kritis melihat komunikasi sebagai arena relasi kekuasaan. Habermas (1984) menekankan pentingnya rasionalitas komunikatif yang berorientasi pada pemahaman (*mutual understanding*), bukan sekadar keberhasilan strategis. Dalam masyarakat modern yang didominasi oleh sistem ekonomi dan teknologi, komunikasi sering kali terdistorsi oleh kepentingan instrumental. Media dan algoritma berpotensi mengolonisasi ruang publik dan menggerus diskursus rasional yang etis.

3. Dimensi Ontologis Komunikasi

Ontologi komunikasi berkaitan dengan pertanyaan tentang apa yang menjadi hakikat komunikasi. Apakah komunikasi merupakan entitas objektif yang dapat diamati, ataukah ia merupakan konstruksi sosial yang bergantung pada kesadaran manusia? Dalam perspektif realistik, komunikasi dipandang sebagai proses nyata yang memiliki struktur dan pola tertentu. Sementara itu, dalam perspektif konstruktivistis, komunikasi dipahami sebagai hasil interaksi simbolik yang membentuk realitas sosial (Berger & Luckmann, 1966).

Dalam Islam, ontologi komunikasi berpijak pada konsep manusia sebagai makhluk berakal dan bermoral yang diciptakan oleh Allah Swt. dengan kemampuan berbicara dan menyampaikan makna. Al-Qur'an menegaskan bahwa Allah "mengajarkan manusia pandai berbicara" (QS. *ar-Rahman*: 4). Ayat ini menunjukkan bahwa komunikasi bukan sekadar kemampuan biologis, melainkan karunia ilahiah yang mengandung tanggung jawab etis.

Komunikasi dalam perspektif Islam juga tidak terlepas dari kon-



sep tauhid. Segala bentuk komunikasi idealnya mengarah pada pengakuan terhadap keesaan Tuhan dan penguatan nilai-nilai kebenaran, keadilan, dan kemaslahatan. Dengan demikian, komunikasi bukan aktivitas netral, melainkan sarana ibadah dan pengabdian kepada Allah Swt..

4. Dimensi Epistemologis: Makna dan Kebenaran dalam Komunikasi

Epistemologi komunikasi berkaitan dengan bagaimana pengetahuan dan makna diproduksi, disebarkan, dan divalidasi melalui komunikasi. Dalam tradisi Barat, terdapat perdebatan panjang antara pandangan objektivis yang meyakini adanya kebenaran universal dan pandangan relativis yang menekankan subjektivitas makna.

Era media digital dan algoritma memperumit persoalan epistemologis ini. Informasi tidak lagi diverifikasi semata-mata berdasarkan kriteria ilmiah, melainkan berdasarkan popularitas, *engagement*, dan viralitas. Algoritma media sosial cenderung menciptakan ruang gema (*echo chambers*) yang memperkuat bias kognitif dan fragmentasi kebenaran (Pariser, 2011).

Dalam perspektif Islam, kebenaran (*al-haqq*) memiliki dimensi transenden. Al-Qur'an dan Sunnah menjadi sumber utama epistemologi Islam, namun akal dan pengalaman empiris tetap memiliki peran penting selama tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip wahyu. Oleh karena itu, komunikasi dalam Islam menuntut kejujuran (*shidq*), kejelasan (*bayān*), dan verifikasi informasi (*tabayyun*), sebagaimana ditegaskan dalam QS. *al-Hujurat*: 6.

5. Dimensi Aksiologis: Etika dan Tanggung Jawab Komunikasi

Aksiologi komunikasi membahas nilai dan etika yang seharusnya melandasi praktik komunikasi. Dalam filsafat moral, komunikasi tidak hanya dinilai dari efektivitasnya, tetapi juga dari dampaknya terhadap individu dan masyarakat. Etika komunikasi mencakup kejujuran, tanggung jawab, keadilan, serta penghormatan terhadap martabat manusia.

Dalam Islam, etika komunikasi memiliki landasan normatif yang kuat. Prinsip *qaulan sadidan* (perkataan yang benar), *qaulan balighan* (perkataan yang efektif dan tepat sasaran), *qaulan layyin* (perkataan



an yang lembut), dan *qaulan ma'rufan* (perkataan yang baik) menjadi pedoman utama dalam berkomunikasi. Prinsip-prinsip ini menegaskan bahwa komunikasi harus berorientasi pada kemaslahatan dan menghindari kerusakan sosial (mafsadah).

Dalam konteks media dan algoritma, tantangan etika komunikasi semakin kompleks. Praktik disinformasi, ujaran kebencian, dan manipulasi opini publik menunjukkan bagaimana komunikasi dapat kehilangan orientasi moralnya. Oleh karena itu, filsafat komunikasi Islam menawarkan kerangka etis yang relevan untuk menilai dan mengarahkan praktik komunikasi di era digital.

6. Menuju Sintesis Ilmu dan Filsafat Komunikasi

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi tidak dapat direduksi hanya sebagai objek ilmu empiris maupun spekulasi filosofis semata. Ia memerlukan sintesis antara pendekatan ilmiah yang sistematis dan refleksi filosofis yang mendalam. Ilmu komunikasi memberikan alat analisis dan metode penelitian, sementara filsafat komunikasi menyediakan kerangka konseptual dan etis untuk memahami makna dan tujuan komunikasi.

Dalam perspektif Islam, sintesis ini menjadi semakin penting karena komunikasi dipandang sebagai aktivitas yang sarat nilai dan berdimensi spiritual. Integrasi ilmu, filsafat, dan etika Islam dalam kajian komunikasi diharapkan mampu melahirkan paradigma komunikasi yang tidak hanya efektif secara teknis, tetapi juga bermakna dan bertanggung jawab secara moral.

B. MENGAPA KOMUNIKASI PERLU DIPIKIRKAN SECARA FILSAFATI

Komunikasi sering kali dipahami secara sederhana sebagai aktivitas menyampaikan pesan dari satu pihak ke pihak lain. Dalam praktik sehari-hari, komunikasi bahkan kerap direduksi menjadi keterampilan teknis: bagaimana berbicara dengan baik, menulis secara efektif, atau memanfaatkan media agar pesan sampai kepada khalayak sasaran. Pendekatan ini tidak sepenuhnya keliru, namun menjadi problematis ketika komunikasi dipisahkan dari refleksi mendalam tentang makna, tujuan, dan konsekuensi moralnya. Di sinilah urgensi



pemikiran filsafati terhadap komunikasi menemukan relevansinya.

Berpikir secara filsafati berarti menempatkan komunikasi bukan hanya sebagai aktivitas instrumental, tetapi sebagai fenomena eksistensial, epistemologis, dan etis. Komunikasi tidak hanya berkaitan dengan bagaimana pesan disampaikan, melainkan juga mengapa ia disampaikan, apa makna yang dikandungnya, dan untuk siapa serta dengan konsekuensi apa komunikasi itu berlangsung. Tanpa kerangka filsafat, komunikasi berisiko kehilangan orientasi nilai dan terjebak dalam logika efektivitas semata.

1. Keterbatasan Pendekatan Teknis dan Instrumental dalam Komunikasi

Ilmu komunikasi modern banyak berkembang dalam kerangka positivistik dan pragmatis. Keberhasilan komunikasi diukur melalui indikator-indikator seperti jangkauan pesan, tingkat pemahaman audiens, perubahan sikap, atau perilaku yang dihasilkan. Dalam konteks media massa dan komunikasi digital, ukuran keberhasilan bahkan semakin disederhanakan menjadi angka-angka: klik, *like*, *share*, *engagement*, dan impresi.

Pendekatan ini memang penting untuk kepentingan praktis, namun ia menyimpan keterbatasan serius. *Pertama*, komunikasi direduksi menjadi alat (instrumen) untuk mencapai tujuan tertentu, sering kali tujuan ekonomi atau politik. *Kedua*, dimensi makna subjektif dan nilai moral komunikasi terpinggirkan. *Ketiga*, manusia sebagai subjek komunikasi direduksi menjadi objek yang dapat dimanipulasi melalui strategi pesan tertentu (Habermas, 1984).

Dalam perspektif filsafat, reduksi semacam ini mengabaikan hakikat komunikasi sebagai relasi antarmanusia yang bermakna. Komunikasi bukan sekadar proses kausal, melainkan peristiwa dialogis yang melibatkan kesadaran, kebebasan, dan tanggung jawab. Oleh karena itu, komunikasi perlu dipikirkan secara filsafati agar tidak jatuh pada praktik manipulatif yang merusak martabat manusia.

2. Komunikasi sebagai Ekspresi Hakikat Manusia

Salah satu alasan utama mengapa komunikasi perlu dipikirkan secara filsafati adalah karena komunikasi berakar langsung pada hakikat manusia. Manusia adalah makhluk yang berpikir, merasa, dan



memberi makna, dan semua itu diekspresikan melalui komunikasi. Filsafat sejak awal telah menempatkan bahasa dan komunikasi sebagai pusat refleksi tentang keberadaan manusia.

Aristoteles menyebut manusia sebagai *zoon logon echon*, makhluk yang memiliki logos, yaitu kemampuan berbicara sekaligus bernalar. Logos bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga sarana untuk memahami kebenaran dan membangun kehidupan bersama. Dalam tradisi filsafat modern, Heidegger bahkan menyatakan bahwa bahasa adalah “rumah keberadaan” (*die Sprache ist das Haus des Seins*), yang menegaskan bahwa manusia memahami dunianya melalui bahasa dan komunikasi.

Dalam perspektif Islam, komunikasi memiliki kedudukan yang tidak kalah fundamental. Al-Qur'an menegaskan bahwa kemampuan berbicara merupakan salah satu anugerah utama Allah Swt. kepada manusia (QS. *ar-Rahman*: 4). Dengan demikian, komunikasi bukan sekadar produk sosial, melainkan bagian dari fitrah kemanusiaan. Berpikir filsafati tentang komunikasi berarti merefleksikan kembali posisi manusia sebagai makhluk berakal dan bermoral yang bertanggung jawab atas setiap kata dan pesan yang disampaikannya.

3. Persoalan Makna dan Penafsiran dalam Komunikasi

Komunikasi selalu berkaitan dengan makna, dan makna tidak pernah bersifat tunggal atau sepenuhnya objektif. Setiap pesan ditafsirkan dalam konteks budaya, sejarah, dan pengalaman subjektif tertentu. Tanpa refleksi filsafati, komunikasi mudah disalahpahami sebagai proses penyampaian makna yang bersifat tetap dan universal.

Filsafat hermeneutika menegaskan bahwa pemahaman selalu merupakan hasil dialog antara teks dan konteks. Gadamer (2004) menyebut proses ini sebagai *fusion of horizons*, yaitu peleburan cakrawala makna antara pengirim dan penerima pesan. Dalam komunikasi modern, terlebih di era media digital, proses penafsiran ini semakin kompleks karena pesan sering kali terlepas dari konteks asalnya dan disebarkan secara masif.

Berpikir secara filsafati membantu kita menyadari bahwa komunikasi bukan sekadar soal kejelasan pesan, tetapi juga soal keterbukaan terhadap perbedaan penafsiran. Dalam Islam, kesadaran hermeneutis ini tecermin dalam tradisi tafsir Al-Qur'an yang mengakui adanya



keragaman penafsiran selama berpegang pada prinsip-prinsip dasar kebenaran. Dengan demikian, filsafat komunikasi membantu membangun sikap rendah hati epistemologis dalam berkomunikasi.

4. Komunikasi, Kekuasaan, dan Ideologi

Alasan lain mengapa komunikasi perlu dipikirkan secara filsafati adalah karena komunikasi tidak pernah bebas nilai dan kekuasaan. Setiap praktik komunikasi selalu berada dalam struktur sosial tertentu yang memuat relasi dominasi dan subordinasi. Media, bahasa, dan simbol dapat digunakan untuk mempertahankan kekuasaan atau justru untuk membebaskan.

Filsafat kritis, khususnya pemikiran Mazhab Frankfurt, menyoroti bagaimana komunikasi modern sering kali terdistorsi oleh kepentingan ideologis. Habermas (1984) membedakan antara tindakan komunikatif yang berorientasi pada pemahaman dan tindakan strategis yang berorientasi pada keberhasilan. Dalam masyarakat yang didominasi logika pasar dan teknologi, komunikasi cenderung bergeser ke arah tindakan strategis yang manipulatif.

Dalam konteks Islam, kritik terhadap komunikasi yang manipulatif sejalan dengan larangan terhadap kebohongan, fitnah, dan penyesatan informasi. Al-Qur'an secara tegas mengecam praktik komunikasi yang menyesatkan dan merusak tatanan sosial. Oleh karena itu, refleksi filsafati diperlukan untuk membongkar relasi kekuasaan di balik praktik komunikasi dan mengembalikannya pada prinsip keadilan dan kebenaran.

5. Tantangan Era Media Digital dan Algoritma

Era media digital menghadirkan tantangan baru yang semakin menegaskan pentingnya filsafat komunikasi. Algoritma media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat teknis, tetapi juga sebagai aktor non-manusia yang memengaruhi aliran informasi dan pembentukan opini publik. Algoritma menentukan apa yang terlihat dan apa yang tersembunyi, apa yang dianggap penting dan apa yang diabaikan.

Tanpa refleksi filsafati, algoritma mudah diperlakukan sebagai entitas netral dan objektif. Padahal, algoritma dibangun berdasarkan nilai, asumsi, dan kepentingan tertentu (Pariser, 2011). Filsafat komunikasi membantu mengajukan pertanyaan kritis: nilai apa yang



bekerja di balik algoritma? siapa yang diuntungkan dan siapa yang dirugikan? bagaimana dampaknya terhadap kebebasan dan tanggung jawab manusia?

Dalam perspektif Islam, tantangan ini berkaitan langsung dengan prinsip amanah. Informasi dan teknologi adalah titipan yang harus digunakan untuk kemaslahatan, bukan untuk manipulasi atau eksploitasi. Berpikir filsafati tentang komunikasi digital berarti mengupayakan kesadaran etis dalam menghadapi kompleksitas teknologi modern.

6. Dimensi Etika dan Tanggung Jawab Moral

Komunikasi selalu memiliki konsekuensi moral. Setiap kata dapat membangun atau meruntuhkan, menyatukan atau memecah belah. Oleh karena itu, komunikasi tidak dapat dilepaskan dari etika. Pendekatan teknis tidak cukup untuk menjawab pertanyaan tentang apa yang seharusnya dilakukan dalam komunikasi; di sinilah filsafat berperan.

Etika komunikasi dalam Islam memberikan landasan normatif yang kuat. Prinsip-prinsip seperti kejujuran (*shidq*), keadilan (*'adl*), dan kemaslahatan (*mashlahah*) menegaskan bahwa komunikasi harus diarahkan pada kebaikan bersama. Filsafat membantu merumuskan prinsip-prinsip ini secara reflektif dan kontekstual, sehingga dapat diterapkan dalam berbagai situasi komunikasi kontemporer.

Tanpa refleksi filsafati, etika komunikasi berisiko menjadi sekadar slogan normatif tanpa kedalaman makna. Filsafat memungkinkan kita untuk memahami mengapa etika itu penting dan bagaimana ia dapat diwujudkan secara konsisten dalam praktik komunikasi.

7. Menuju Kesadaran Komunikatif yang Reflektif

Berpikir secara filsafati tentang komunikasi pada akhirnya bertujuan untuk membangun kesadaran komunikatif yang reflektif. Kesadaran ini menuntut manusia untuk tidak sekadar menjadi pengguna bahasa dan media, tetapi juga penafsir dan penilai yang kritis. Komunikasi tidak lagi dipahami sebagai rutinitas sosial, melainkan sebagai tindakan bermakna yang memiliki implikasi eksistensial dan moral.

Dalam kerangka Islam, kesadaran komunikatif ini sejalan dengan



konsep hisab, yaitu pertanggungjawaban atas setiap perbuatan, termasuk perkataan dan penyampaian pesan. Al-Qur'an mengingatkan bahwa tidak satu pun kata terucap kecuali dicatat dan akan dimintai pertanggungjawaban (QS. Qaf: 18). Dengan demikian, filsafat komunikasi bukanlah kemewahan intelektual, melainkan kebutuhan etis dan spiritual.

8. Penegasan Urgensi Filsafat dalam Kajian Komunikasi

Berdasarkan seluruh uraian di atas, dapat ditegaskan bahwa komunikasi perlu dipikirkan secara filsafati karena ia menyentuh inti kemanusiaan, makna, kebenaran, kekuasaan, dan etika. Tanpa filsafat, komunikasi berisiko terjebak dalam pragmatisme sempit dan kehilangan orientasi nilai. Dengan filsafat, komunikasi dapat dipahami sebagai praksis bermakna yang menghubungkan manusia dengan sesama, dengan masyarakat, dan dengan Tuhan.

Subbab ini menjadi penguat konseptual bagi pembahasan selanjutnya dalam buku *Filsafat Komunikasi Era Media dan Algoritma*, khususnya dalam merumuskan etika makna dalam perspektif Islam. Filsafat komunikasi bukan sekadar refleksi teoretis, melainkan fondasi bagi praktik komunikasi yang bertanggung jawab, adil, dan bermartabat di tengah kompleksitas dunia modern

C. MANUSIA SEBAGAI MAKHLUK SIMBOLIK DAN KOMUNIKATIF

Salah satu premis paling fundamental dalam filsafat komunikasi ialah pandangan bahwa manusia pada hakikatnya merupakan makhluk simbolik dan komunikatif. Manusia tidak hanya hidup di dalam dunia fisik, tetapi juga di dalam dunia makna yang dibangun melalui simbol, bahasa, dan interaksi sosial. Realitas sosial, budaya, bahkan spiritual manusia tidak hadir secara alamiah, melainkan dimediasi oleh sistem simbolik yang diproduksi dan dipertukarkan melalui komunikasi. Oleh karena itu, memahami manusia berarti memahami cara manusia menciptakan, menggunakan, dan menafsirkan simbol.

Dalam konteks ini, komunikasi tidak dapat dipahami sekadar sebagai keterampilan sosial atau mekanisme penyampaian pesan, melainkan sebagai modus eksistensi manusia itu sendiri. Manusia ada sebagai manusia sejauh ia mampu berkomunikasi, memberi makna,



dan membangun relasi dengan yang lain. Perspektif ini menempatkan komunikasi sebagai pusat refleksi filosofis tentang manusia, kebudayaan, dan peradaban.

1. Simbol sebagai Fondasi Kehidupan Manusia

Simbol merupakan tanda yang tidak hanya menunjuk pada sesuatu, tetapi juga mengandung makna yang disepakati secara sosial dan kultural. Berbeda dengan tanda alamiah, simbol bersifat arbitrer dan konvensional. Maknanya tidak melekat secara inheren, melainkan dibentuk melalui kesepakatan dan proses historis. Bahasa, gestur, ritual, teks, dan media merupakan bentuk-bentuk simbolik yang memungkinkan manusia memahami dan mengorganisasi realitas.

Ernst Cassirer (1944) menyebut manusia sebagai *animal symbolicum*, yakni makhluk yang hidup dalam semesta simbolik. Menurut Cassirer, manusia tidak pernah berhadapan langsung dengan realitas “apa adanya”, melainkan dengan realitas yang telah disaring dan ditafsirkan melalui simbol. Bahasa, mitos, seni, agama, dan ilmu pengetahuan merupakan sistem simbolik yang membentuk cara manusia memahami dunia.

Dalam perspektif ini, simbol bukan sekadar alat bantu komunikasi, melainkan medium utama keberadaan manusia. Tanpa simbol, manusia tidak dapat membangun identitas, nilai maupun tatanan sosial. Dengan demikian, kehidupan manusia pada dasarnya adalah kehidupan simbolik yang berlangsung melalui komunikasi.

2. Bahasa sebagai Sistem Simbol Utama

Bahasa merupakan sistem simbol paling kompleks dan paling menentukan dalam kehidupan manusia. Melalui bahasa, manusia tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun makna, mengekspresikan emosi, dan merumuskan gagasan abstrak. Filsafat bahasa menempatkan bahasa sebagai kunci untuk memahami relasi antara pikiran, realitas, dan komunikasi.

Dalam tradisi filsafat klasik, Aristoteles melihat bahasa sebagai ekspresi *logos*, yaitu rasionalitas manusia. *Logos* memungkinkan manusia membedakan yang benar dan yang salah, yang adil dan yang tidak adil. Dalam filsafat modern, Wittgenstein menegaskan bahwa “batas-batas bahasaku adalah batas-batas duniaku,” yang menunjuk-



kan bahwa dunia manusia dibentuk oleh struktur bahasa yang digunakannya.

Dalam Islam, bahasa memiliki kedudukan yang sangat sentral. Al-Qur'an diturunkan dalam bentuk bahasa, dan pemahaman terhadap wahyu sangat bergantung pada kemampuan manusia menafsirkan simbol-simbol linguistiknya. Al-Qur'an juga menegaskan bahwa perbedaan bahasa dan warna kulit manusia merupakan tanda-tanda kebesaran Allah Swt. (QS. *ar-Rum*: 22). Hal ini menunjukkan bahwa bahasa tidak hanya bersifat sosial, tetapi juga memiliki dimensi teologis.

3. Manusia sebagai Makhluk Komunikatif

Sebagai makhluk simbolik, manusia secara inheren merupakan makhluk komunikatif. Komunikasi bukan aktivitas tambahan dalam kehidupan manusia, melainkan kebutuhan eksistensial. Manusia berkomunikasi untuk membangun relasi, mengungkapkan diri, dan menemukan makna hidup. Tanpa komunikasi, manusia akan terasing, kehilangan identitas, dan terputus dari komunitasnya.

Filsafat dialog, seperti yang dikemukakan oleh Martin Buber (1958), menekankan bahwa eksistensi manusia terwujud dalam relasi "Aku-Engkau". Komunikasi dialogis memungkinkan manusia berjumpa dengan yang lain sebagai subjek, bukan objek. Dalam relasi ini, komunikasi menjadi ruang etis yang menuntut keterbukaan, penghormatan, dan tanggung jawab.

Dalam perspektif Islam, manusia diciptakan sebagai makhluk sosial (*insān madanī*). Konsep ukhuwah (persaudaraan) dalam Islam menegaskan pentingnya komunikasi yang membangun solidaritas dan keadilan sosial. Nabi Muhammad saw. dikenal sebagai komunikator yang menekankan dialog, empati, dan keteladanan dalam berinteraksi dengan berbagai kelompok masyarakat.

4. Simbol, Budaya, dan Konstruksi Realitas Sosial

Simbol dan komunikasi memainkan peran kunci dalam pembentukan budaya dan realitas sosial. Berger dan Luckmann (1966) menjelaskan bahwa realitas sosial dikonstruksi melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi yang berlangsung melalui komunikasi simbolik. Nilai, norma, dan institusi sosial terbentuk dan dipertahankan melalui pertukaran simbol yang berulang.



Budaya pada dasarnya adalah sistem makna bersama yang dihasilkan oleh komunikasi. Ritual keagamaan, tradisi adat, dan praktik sosial merupakan bentuk-bentuk simbolik yang mengikat individu dalam komunitas tertentu. Dengan demikian, komunikasi tidak hanya merefleksikan budaya, tetapi juga membentuk dan mentransformasikannya.

Dalam Islam, budaya dipandang sebagai ruang dinamis yang dapat diisi dengan nilai-nilai tauhid dan akhlak. Simbol-simbol keagamaan seperti salam, adzan, dan ibadah ritual memiliki fungsi komunikatif yang kuat dalam membangun identitas dan solidaritas umat. Simbol-simbol ini tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga membentuk kesadaran kolektif dan orientasi moral.

5. Dimensi Hermeneutis dalam Komunikasi Simbolik

Simbol selalu terbuka terhadap penafsiran, komunikasi manusia tidak pernah bebas dari ambiguitas. Setiap pesan dapat dimaknai secara berbeda tergantung pada konteks, latar belakang, dan horizon pemahaman penerimanya. Oleh karena itu, komunikasi manusia selalu bersifat hermeneutis, yakni melibatkan proses penafsiran yang terus-menerus.

Hermeneutika filosofis menekankan bahwa pemahaman bukanlah reproduksi makna objektif, melainkan dialog antara teks dan penafsir. Gadamer (2004) menyebut proses ini sebagai dialog historis yang memungkinkan terjadinya pemahaman baru. Dalam komunikasi sehari-hari, kesadaran hermeneutis ini penting untuk menghindari klaim kebenaran tunggal dan membuka ruang dialog yang inklusif.

Dalam tradisi Islam, hermeneutika tecermin dalam ilmu tafsir dan *ushul fiqh* yang mengakui kompleksitas makna teks dan konteks. Prinsip *ijtihad* menunjukkan bahwa pemahaman terhadap simbol-simbol wahyu memerlukan usaha intelektual dan kesadaran kontekstual. Hal ini menegaskan bahwa komunikasi simbolik dalam Islam selalu mengandung tanggung jawab epistemologis.

6. Tantangan Simbol dan Komunikasi di Era Media Digital

Era media digital menghadirkan transformasi besar dalam kehidupan simbolik manusia. Simbol tak lagi terbatas pada bahasa lisan dan tulisan, tetapi juga mencakup gambar, emoji, meme, dan algo-



ritma. Media digital mempercepat sirkulasi simbol dan memperluas jangkauan komunikasi, namun juga menghadirkan tantangan baru dalam pemaknaan.

Simbol-simbol digital sering kali tereduksi menjadi tanda-tanda dangkal yang mengutamakan sensasi dan viralitas. Algoritma media sosial berperan aktif dalam menentukan simbol mana yang mendapat perhatian dan mana yang terpinggirkan. Kondisi ini berpotensi mengaburkan makna dan menggeser orientasi komunikasi dari dialog menuju konsumsi simbol yang instan.

Dalam perspektif Islam, tantangan ini menuntut sikap kritis dan etis dalam menggunakan simbol dan media. Komunikasi digital harus tetap berorientasi pada nilai kebenaran, kesantunan, dan kemaslahatan. Manusia sebagai makhluk simbolik dan komunikatif dituntut untuk tidak kehilangan kendali atas makna dalam arus simbol digital yang deras.

7. Dimensi Etika dalam Komunikasi Simbolik

Simbol memiliki kekuatan membentuk realitas dan kesadaran, penggunaan simbol dalam komunikasi selalu mengandung implikasi etis. Simbol dapat digunakan untuk membebaskan atau menindas, mencerahkan atau menyesatkan. Karena itu, manusia sebagai makhluk simbolik memikul tanggung jawab moral atas simbol-simbol yang digunakannya.

Etika komunikasi dalam Islam menekankan pentingnya menjaga makna dan niat dalam penggunaan simbol. Larangan terhadap dusta, fitnah, dan manipulasi simbolik menunjukkan kesadaran Islam akan bahaya penyalahgunaan komunikasi. Prinsip *qaulan sadidan* dan *qaulan ma'rufan* menegaskan bahwa simbol harus digunakan untuk kebaikan dan keadilan.

Filsafat komunikasi membantu merumuskan kesadaran etis ini secara reflektif. Dengan memahami kekuatan simbol, manusia dapat mengembangkan praktik komunikasi yang bertanggung jawab dan bermartabat, baik dalam ruang privat maupun publik.

8. Manusia, Simbol, dan Tanggung Jawab Spiritual

Dalam perspektif Islam, dimensi simbolik dan komunikatif manusia tidak hanya bersifat sosial, tetapi juga spiritual. Ibadah, doa,



dan zikir merupakan bentuk komunikasi simbolik antara manusia dan Tuhan. Bahasa dan simbol digunakan untuk mengekspresikan ketundukan, harapan, dan cinta kepada Allah Swt..

Kesadaran spiritual ini menegaskan bahwa komunikasi manusia melampaui relasi horizontal dan mencakup relasi vertikal. Setiap kata dan simbol memiliki dimensi pertanggungjawaban transenden. Al-Qur'an mengingatkan bahwa manusia akan dimintai pertanggungjawaban atas apa yang diucapkan dan disebarkan (QS. Qaf: 18).

Dengan demikian, manusia sebagai makhluk simbolik dan komunikatif dipanggil untuk menjaga kesucian makna dalam setiap bentuk komunikasi. Komunikasi tidak lagi dipahami sebagai aktivitas netral, melainkan sebagai amanah yang harus dijalankan dengan kesadaran moral dan spiritual.

Berdasarkan uraian di atas, dapat ditegaskan bahwa manusia adalah makhluk simbolik dan komunikatif yang hidup dalam dunia makna yang dibangun melalui komunikasi. Simbol dan bahasa bukan sekadar alat, melainkan medium eksistensi manusia. Oleh karena itu, kajian komunikasi tidak dapat dilepaskan dari refleksi filosofis tentang simbol, makna, dan tanggung jawab manusia.

D. POSISI FILSAFAT KOMUNIKASI DALAM ILMU SOSIAL HUMANIORA

Filsafat komunikasi menempati posisi yang unik dan strategis dalam lanskap ilmu sosial humaniora. Ia tidak berdiri sebagai disiplin yang sepenuhnya terpisah, tetapi juga tidak dapat direduksi menjadi cabang teknis dari ilmu komunikasi empiris. Filsafat komunikasi berfungsi sebagai medan reflektif yang mengkaji asumsi-asumsi dasar, paradigma epistemologis, serta orientasi etis dari praktik dan teori komunikasi yang berkembang dalam ilmu sosial humaniora.

Dalam dunia akademik modern yang semakin terdiferensiasi dan terspesialisasi, filsafat komunikasi hadir sebagai jembatan konseptual yang menghubungkan ilmu komunikasi dengan sosiologi, antropologi, psikologi, linguistik, kajian budaya, hingga studi agama. Ia membantu menyingkap dimensi makna, nilai, dan kekuasaan yang sering kali tersembunyi di balik analisis empiris. Oleh karena itu, memahami posisi filsafat komunikasi dalam ilmu sosial humaniora merupakan



langkah penting untuk membangun kajian komunikasi yang utuh, reflektif, dan bertanggung jawab.

1. Ilmu Sosial Humaniora dan Persoalan Makna

Ilmu sosial humaniora secara umum berfokus pada pemahaman tentang manusia, masyarakat, dan kebudayaan. Berbeda dengan ilmu alam yang menekankan hukum-hukum kausal yang bersifat universal, ilmu sosial humaniora berhadapan dengan realitas yang sarat makna, nilai, dan subjektivitas. Fenomena sosial tidak hanya terjadi, tetapi juga ditafsirkan oleh pelaku sosial.

Dalam konteks ini, komunikasi menjadi elemen kunci karena melalui komunikasilah makna sosial diproduksi dan dinegosiasikan. Bahasa, simbol, dan media menjadi medium utama dalam pembentukan realitas sosial. Namun, kajian empiris dalam ilmu sosial sering kali terjebak dalam pengumpulan data dan pengukuran variabel tanpa refleksi mendalam tentang makna dan asumsi filosofis yang melandasinya. Filsafat komunikasi hadir untuk mengisi kekosongan reflektif tersebut.

Filsafat komunikasi membantu ilmu sosial humaniora menjawab pertanyaan-pertanyaan mendasar: Apa hakikat makna dalam komunikasi sosial? Bagaimana relasi antara bahasa dan kekuasaan? Apakah komunikasi dapat bersifat netral secara nilai? Pertanyaan-pertanyaan ini tidak dapat dijawab hanya dengan metode empiris, melainkan memerlukan refleksi filosofis.

2. Filsafat Komunikasi sebagai Fondasi Epistemologis

Dalam ilmu sosial humaniora, persoalan epistemologi—yakni bagaimana pengetahuan sosial dihasilkan dan divalidasi—menjadi isu sentral. Berbagai paradigma seperti positivisme, interpretivisme, konstruktivisme, dan kritisisme menawarkan cara pandang yang berbeda terhadap realitas sosial dan komunikasi.

Filsafat komunikasi berperan sebagai fondasi epistemologis yang mengkaji dan mengkritisi paradigma-paradigma tersebut. Ia mempertanyakan asumsi tentang objektivitas, kebenaran, dan validitas dalam penelitian komunikasi. Misalnya, pendekatan positivistik melihat komunikasi sebagai variabel yang dapat diukur secara objektif, sementara pendekatan interpretatif memandang komunikasi sebagai



proses subjektif yang sarat makna.

Dengan refleksi filosofis, peneliti komunikasi dalam ilmu sosial humaniora dapat menyadari posisi epistemologisnya sendiri. Kesadaran ini penting agar penelitian tidak terjebak dalam klaim objektivitas semu atau relativisme ekstrem. Dalam konteks Islam, refleksi epistemologis ini juga berkaitan dengan integrasi antara wahyu, akal, dan pengalaman empiris sebagai sumber pengetahuan.

3. Relasi Filsafat Komunikasi dan Sosiologi

Sosiologi sebagai salah satu pilar utama ilmu sosial humaniora memiliki keterkaitan erat dengan filsafat komunikasi. Banyak konsep sosiologis seperti interaksi sosial, institusi, dan struktur sosial tidak dapat dipahami tanpa komunikasi. Filsafat komunikasi membantu sosiologi memahami dimensi simbolik dan makna dari interaksi sosial.

Tradisi interaksionisme simbolik, misalnya, menekankan bahwa masyarakat terbentuk melalui pertukaran simbol yang bermakna (Blumer, 1969). Filsafat komunikasi memberikan landasan ontologis dan epistemologis bagi pendekatan ini dengan menjelaskan hakikat simbol dan proses pemaknaan. Tanpa refleksi filosofis, analisis sosiologis berisiko mereduksi interaksi sosial menjadi pola perilaku semata.

Dalam perspektif Islam, masyarakat dipahami sebagai komunitas etis yang dibangun melalui komunikasi yang adil dan bermartabat. Konsep *amar ma'ruf nahi munkar* menunjukkan bahwa komunikasi memiliki fungsi sosial sekaligus moral. Filsafat komunikasi membantu mengartikulasikan fungsi ini secara konseptual dalam kajian sosiologi Islam.

4. Filsafat Komunikasi dan Antropologi Budaya

Antropologi budaya menempatkan simbol dan makna sebagai pusat analisis. Ritual, mitos, dan praktik budaya dipahami sebagai sistem simbolik yang diwariskan melalui komunikasi. Dalam konteks ini, filsafat komunikasi berperan memperdalam pemahaman tentang makna simbolik dan proses interpretasinya.

Clifford Geertz (1973) memandang kebudayaan sebagai “jaringan makna” yang dipintal manusia sendiri. Filsafat komunikasi membantu menjelaskan bagaimana jaringan makna tersebut diproduksi, diper-



tahankan, dan diubah melalui komunikasi simbolik. Ia juga membantu antropologi menghindari jebakan relativisme budaya dengan menawarkan kerangka etis dan reflektif.

Dalam Islam, budaya dipandang sebagai medan praksis nilai-nilai ilahiah. Filsafat komunikasi memungkinkan dialog antara antropologi budaya dan etika Islam, sehingga kajian budaya tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga normatif dalam arti reflektif dan kritis.

5. Filsafat Komunikasi, Linguistik, dan Hermeneutika

Linguistik dan hermeneutika merupakan bidang humaniora yang sangat terkait dengan komunikasi. Linguistik mempelajari struktur bahasa, sementara hermeneutika menekankan proses penafsiran makna. Filsafat komunikasi mengintegrasikan kedua pendekatan ini dengan menempatkan bahasa sebagai medium relasi sosial dan eksistensial.

Hermeneutika filosofis menegaskan bahwa pemahaman selalu bersifat historis dan dialogis (Gadamer, 2004). Filsafat komunikasi menggunakan wawasan ini untuk menjelaskan bagaimana makna sosial terbentuk melalui dialog dan konflik penafsiran. Dalam ilmu sosial humaniora, pendekatan ini penting untuk memahami dinamika komunikasi lintas budaya dan lintas agama.

Dalam tradisi Islam, hermeneutika memiliki akar kuat dalam ilmu tafsir dan *ushul fiqh*. Filsafat komunikasi memungkinkan integrasi antara tradisi hermeneutika Barat dan Islam, sehingga kajian komunikasi dapat menjembatani dialog peradaban secara lebih bermakna.

6. Filsafat Komunikasi dan Teori Kritis

Posisi penting lain dari filsafat komunikasi dalam ilmu sosial humaniora adalah keterkaitannya dengan teori kritis. Teori kritis melihat komunikasi sebagai arena perjuangan makna dan kekuasaan. Media, bahasa, dan wacana tidak pernah netral, melainkan selalu terikat pada kepentingan ideologis tertentu.

Habermas (1984) menempatkan komunikasi sebagai dasar rasionalitas sosial melalui konsep tindakan komunikatif. Filsafat komunikasi mengkaji secara kritis kondisi-kondisi ideal komunikasi yang bebas dari dominasi. Dalam ilmu sosial humaniora, pendekatan ini digunakan untuk menganalisis media, politik, dan budaya populer.



Dalam perspektif Islam, kritik terhadap dominasi dan ketidakadilan sejalan dengan prinsip keadilan sosial (*'adl*). Filsafat komunikasi memungkinkan artikulasi nilai-nilai kritis Islam dalam bahasa akademik humaniora, sehingga dapat berkontribusi pada diskursus global tentang keadilan dan etika komunikasi.

7. Filsafat Komunikasi sebagai Jembatan Interdisipliner

Salah satu keunggulan filsafat komunikasi adalah kemampuannya berfungsi sebagai jembatan interdisipliner. Ia menghubungkan berbagai disiplin ilmu sosial humaniora melalui refleksi tentang makna, bahasa, dan etika komunikasi. Dalam konteks akademik kontemporer yang menuntut kolaborasi lintas disiplin, posisi ini menjadi semakin relevan.

Filsafat komunikasi membantu mengintegrasikan temuan empiris dengan refleksi normatif. Ia memungkinkan dialog antara ilmu yang bersifat deskriptif dan etika yang bersifat preskriptif. Dalam perspektif Islam, integrasi ini mencerminkan kesatuan antara ilmu (*'ilm*) dan amal (*'amal*), antara pengetahuan dan tanggung jawab moral.

8. Tantangan dan Relevansi Kontemporer

Dalam era media digital dan algoritma, posisi filsafat komunikasi dalam ilmu sosial humaniora semakin krusial. Teknologi komunikasi tidak hanya mengubah cara manusia berinteraksi, tetapi juga cara manusia memahami diri dan dunia. Algoritma berperan sebagai struktur simbolik baru yang memediasi makna sosial.

Tanpa refleksi filosofis, ilmu sosial humaniora berisiko menjadi reaktif dan kehilangan kedalaman analisis. Filsafat komunikasi menawarkan kerangka kritis untuk memahami implikasi etis dan ontologis dari transformasi digital. Ia membantu ilmu sosial humaniora menjaga orientasi humanistik di tengah dominasi teknologi.

Berdasarkan uraian di atas, dapat ditegaskan bahwa filsafat komunikasi menempati posisi sentral dalam ilmu sosial humaniora sebagai fondasi reflektif, jembatan interdisipliner, dan sumber orientasi etis. Ia memperkaya kajian komunikasi dengan kedalaman filosofis dan membantu ilmu sosial humaniora memahami kompleksitas makna dalam kehidupan manusia.

Dalam perspektif Islam, posisi ini semakin diperkuat oleh pan-



dengan bahwa komunikasi merupakan amanah moral dan spiritual. Filsafat komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai alat analisis akademik, tetapi juga sebagai panduan etis dalam membangun peradaban yang adil, bermakna, dan berorientasi pada kemaslahatan.



DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ghazali, A. H. (1993). *Al-Mustasfa min 'Ilm al-Usul*. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.
- Al-Ghazali, A. H. (1997). *Ihya' 'Ulum al-Din*. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.
- Al-Ghazali, A. H. (2005). *Ihya' 'Ulum al-Din* (Vols. 1-4). Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.
- Al-Qaradawi, Y. (1995). *Fiqh al-Awlawiyyat: Dirasah Jadidah fi Dhau' al-Qur'an wa al-Sunnah*. Cairo: Dar al-Shuruq.
- Anderson, J. W. (1999). The Internet and Islam's new interpreters. In D. F. Eickelman & J. W. Anderson (eds.), *New Media in the Muslim World* (pp. 41-56). Bloomington: Indiana University Press.
- Arendt, H. (1958). *The Human Condition*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Aristotle. (2007). *On Rhetoric: A Theory of Civic Discourse* (G. A. Kennedy, Trans.). New York: Oxford University Press.
- Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and Simulation*. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.
- Bauman, Z. (2007). *Consuming Life*. Cambridge: Polity Press.
- Beer, D. (2017). The social power of algorithms. *Information, Communication & Society*, 20(1), 1-13. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1216147>.
- Bennett, W. L., & Livingston, S. (2018). The disinformation order. *European Journal of Communication*, 33(2), 122-139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>.
- Bourdieu, P. (1991). *Language and Symbolic Power*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Bourdieu, P. (1998). *On Television*. New York, NY: The New Press.
- Carr, N. (2010). *The Shallows: What the Internet is Doing to Our Brains*. New York, NY: W. W. Norton & Company.
- Citton, Y. (2017). *The Ecology of Attention*. Cambridge: Polity Press.

- Couldry, N. (2012). *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*. Cambridge: Polity Press.
- Couldry, N., & Mejias, U. A. (2019). *The Costs of Connection: How Data is Colonizing Human Life and Appropriating It for Capitalism*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Davenport, T. H., & Beck, J. C. (2001). *The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Debord, G. (1967). *The Society of the Spectacle*. Paris: Buchet-Chastel.
- Eickelman, D. F., & Anderson, J. W. (2003). *New Media in the Muslim World: The Emerging Public Sphere* (2nd ed.). Bloomington: Indiana University Press.
- Evetts, J. (2011). A new professionalism? Challenges and opportunities. *Current Sociology*, 59(4), 406–422. <https://doi.org/10.1177/0011392111402585>.
- Floridi, L. (2013). *The Ethics of Information*. Oxford: Oxford University Press.
- Floridi, L. (2014). *The Fourth Revolution: How the Infosphere is Reshaping Human Reality*. Oxford: Oxford University Press.
- Floridi, L., Cowls, J., Beltrametti, M., et al. (2018). AI4People: An ethical framework for a good AI society. *Minds and Machines*, 28(4), 689–707. <https://doi.org/10.1007/s11023-018-9482-5>.
- Fromm, E. (1955). *The Sane Society*. New York, NY: Rinehart.
- Fuchs, C. (2017). *Social Media: A Critical Introduction* (2nd ed.). London: Sage.
- Habermas, J. (1984). *The Theory of Communicative Action* (Vol. 1). Boston, MA: Beacon Press.
- Habermas, J. (1987). *The Theory of Communicative Action* (Vol. 2). Boston, MA: Beacon Press.
- Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge: Polity Press.
- Habermas, J. (2006). Political communication in media society. *Communication Theory*, 16(4), 411–426. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2006.00280.x>.
- Heidegger, M. (1971). *Poetry, Language, Thought*. New York: Harper & Row.
- Heidegger, M. (1977). *The Question Concerning Technology and Other Essays*. New York, NY: Harper & Row.



- Hjarvard, S. (2013). *The Mediatization of Culture and Society*. London: Routledge.
- Hoover, S. M. (2006). *Religion in the Media Age*. London: Routledge.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York, NY: New York University Press.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, Fast and Slow*. New York, NY: Farrar, Straus and Giroux.
- Kellner, D., & Share, J. (2007). Critical media literacy. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, 28(1), 3–22. <https://doi.org/10.1080/01596300601073669>.
- Lyotard, J.-F. (1984). *The Postmodern Condition: A Report on Knowledge*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York, NY: McGraw-Hill.
- McLuhan, M. (1994). *Understanding Media: The Extensions of Man*. Cambridge, MA: MIT Press.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). London: Sage Publications.
- Morozov, E. (2011). *The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*. New York, NY: PublicAffairs.
- Nasr, S. H. (1989). *Knowledge and the Sacred*. Albany, NY: State University of New York Press.
- Nasr, S. H. (2002). *The Heart of Islam: Enduring Values for Humanity*. New York: HarperOne.
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. New York, NY: Penguin Press.
- Postman, N. (1985). *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. New York, NY: Penguin Books.
- Ricoeur, P. (1981). *Hermeneutics and the Human Sciences*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Rosa, H. (2013). *Social Acceleration: A New Theory of Modernity*. New York, NY: Columbia University Press.
- Silverstone, R. (2007). *Media and Morality: On the Rise of the Mediapolis*. Cambridge: Polity Press.
- Sunstein, C. R. (2017). *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Taylor, C. (1989). *Sources of the Self: The Making of the Modern Identity*. Cambridge, MA: Harvard University Press.



- Toffler, A. (1980). *The Third Wave*. New York, NY: Bantam Books.
- Turkle, S. (2011). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York, NY: Basic Books.
- Virilio, P. (2006). *Speed and Politics*. Los Angeles, CA: Semiotext(e).
- Ward, S. J. A. (2015). *The Invention of Journalism Ethics: The Path to Objectivity and Beyond*. Montreal: McGill-Queen's University Press.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework*. Strasbourg: Council of Europe.
- Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism*. New York, NY: Public Affairs.



TENTANG PENULIS



Dr. Abdul Rasyid, M.A., adalah dosen dan akademisi di bidang media dan komunikasi massa. Saat ini ia mengabdikan sebagai dosen pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN Sumut). Aktivitas akademiknya telah digeluti secara konsisten hampir satu dekade terakhir, dengan fokus pada kajian komunikasi, media, jurnalisme, dan

etika informasi dalam perspektif Islam.

Dalam perjalanan akademiknya, Dr. Abdul Rasyid aktif menulis dan menerbitkan berbagai buku serta karya ilmiah. Beberapa karya yang telah diterbitkan antara lain: *Jurnalistik Praktis Kontemporer*, *Membongkar Kebohongan ISIS*, *Komunikasi Islam*, *Jurnalistik Profetik*, serta *Manajemen Komunikasi Haji*. Selain karya individual, ia juga terlibat dalam penulisan sejumlah buku secara kolaboratif. Di bidang riset, ia telah melakukan berbagai penelitian yang didanai melalui skema BOPTN dan Litapdimas, dengan fokus pada media, komunikasi keagamaan, dan dinamika masyarakat digital.

Sebelum terjun ke dunia akademik, Dr. Abdul Rasyid lebih dahulu meniti karier sebagai jurnalis profesional. Ia bergabung dengan salah satu surat kabar tertua di Kota Medan, pengalaman yang membentuk kepekaannya terhadap etika jurnalistik, kepentingan publik, dan tanggung jawab moral media. Hingga kini, ia tetap aktif menulis dan dikenal sebagai kolumnis tetap pada rubrik Hidayah, dengan tema-tema reflektif seputar keislaman, media, dan kehidupan sosial.

Pendidikan doktoralnya diselesaikan pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU). Melalui pengajaran, penelitian, dan penulisan, ia terus berupaya mengembangkan pemikiran komunikasi yang tidak hanya kritis dan kontekstual, tetapi juga berakar pada nilai-nilai etika, kemanusiaan, dan spiritualitas Islam.



M. Yoserizal Saragih M.I.Kom., merupakan Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara. Ia memiliki kepakaran di bidang jurnalistik dan ilmu komunikasi, dengan fokus pada pengembangan literasi media, praktik penulisan berita, serta dinamika komunikasi publik di era digital. Sebagai akademisi, ia aktif mengajar dan membimbing mahasiswa, sekaligus terlibat dalam

berbagai kegiatan pengembangan akademik dan kemahasiswaan. Dedikasinya dalam dunia pendidikan tecermin dari komitmennya untuk membangun budaya akademik yang kritis, dialogis, dan berorientasi pada integritas. Di bidang kepenulisan, M. Yoserizal Saragih telah menerbitkan sejumlah buku yang berkaitan dengan jurnalistik serta secara konsisten menulis artikel dan opini di berbagai media massa di Kota Medan. Tulisannya banyak mengangkat isu-isu komunikasi, media, sosial, dan kebangsaan dengan pendekatan yang reflektif dan edukatif.

Di lingkungan UIN Sumatera Utara, ia dikenal sebagai sosok yang akrab dan dekat dengan mahasiswa. Relasi yang hangat tersebut tidak terlepas dari latar belakangnya semasa kuliah yang pernah aktif sebagai anggota Resimen Mahasiswa (Menwa). Karena pengalaman itu, hingga kini ia kerap disapa dengan panggilan “Komandan” oleh mahasiswa—sebuah sapaan yang mencerminkan kedisiplinan, ketegasan, sekaligus kedekatan emosional yang terbangun secara natural.

Kombinasi antara pengalaman organisasi, dedikasi akademik, dan produktivitas kepenulisan menjadikan M. Yoserizal Saragih sebagai figur pendidik yang tidak hanya mengajar di ruang kelas, tetapi juga hadir sebagai teladan dalam praktik komunikasi yang beretika dan bertanggung jawab.

