

## Komunikasi Islam sebagai Komunikasi Alternatif

ZULKIPLA BIN ABD GHANI

### ABSTRAK

*Artikel ini membincangkan pandangan beberapa penulis tentang persepsi Komunikasi Islam (al-ʿlam al-Islami) yang muncul hasil kesedaran beberapa intelektual Muslim untuk mencari alternatif kepada kajian komunikasi yang sedia ada. Perbezaan yang wujud hasil kelaman budaya dan cara hidup komuniti Islam mendesak agar perspektif kajian komunikasi dilihat dari sudut ajaran agama. Beberapa tulisan akan dianalisa untuk melihat perkembangan pemikiran berkaitan amalan komunikasi dan alternatif yang dicadangkan.*

### ABSTRACT

*This article discusses views given by some scholars on Islamic communication (al-ʿlam al-Islami) which emerge from the consciousness of some Muslim scholars to provide an alternative to the conventional study of communication. Due to the difference culture of life between Muslim and Western communities, the need for another perspective of communication studies, particularly from an Islamic perspective, is required. Some articles on the subject will be analysed to measure the development of thought concerning on communication from an Islamic perspective as suggested.*

### PENDAHULUAN

Pada Januari 1993, jurnal *Media, Culture and Society* yang diterbitkan di London memberi liputan kepada satu isu yang boleh dianggap sebagai satu respons positif kepada perkembangan semasa disiplin komunikasi iaitu 'Islam dan Komunikasi'. Isu-isu yang dibincangkan meliputi persoalan perspektif Islam dalam media, posisi Islam dan peranan media dalam aliran pasca moden, pembentukan budaya Islam melalui industri kertas, percetakan dan cakera padat (CD), kedudukan dan perjalanan media massa di negara Muslim, dan dua pandangan dari perspektif politik terhadap Islam dan komunikasi. Editornya, Philips Schlesinger dan Hamid Mowlana

membuat satu komen penting terhadap pendekatan perbincangan para penulis kepada isu ini – iaitu fokusnya kepada komunikasi ‘*as they are theorized by Muslims*’. Pengiktirafan terhadap kewujudan perspektif Islam dalam komunikasi oleh sebuah jurnal yang memberi fokus kepada pengajian media dan diterbitkan di Barat tersebut boleh dianggap satu titik penting dan merupakan satu perubahan baru dalam disiplin komunikasi. Di samping itu, pengiktirafan ini boleh juga dianggap sebagai satu cabaran besar kepada intelektual dan pengamal media Muslim yang terlibat dalam bidang komunikasi untuk mencari ‘identiti sendiri’ yang sesuai dengan nilai dan pegangan anutan agama mereka.

Rencana ini akan menganalisis perbincangan yang dikemukakan oleh intelektual Muslim berhubung dengan komunikasi Islam serta melihat apakah topik-topik penting yang menjadi tema utama perbahasan mereka. Melalui perbincangan tersebut, satu ukuran terhadap komunikasi Islam, terutama dari segi pembentukan konsep serta amalan, boleh dikenal pasti. Dapatan ini dijangka boleh memberi gambaran bagaimana komunikasi Islam boleh menjadi komunikasi alternatif – yang mengandungi nilai-nilai kemanusiaan yang lebih tinggi dan sesuai dengan fitrah semula jadi manusia.

#### MEMAHAMI KOMUNIKASI ISLAM

Dilihat dari perspektif agama, Islam adalah agama yang bersifat *mission* yang menggesa penganutnya supaya terus-terusan menyebarkan mesej sama ada kepada rakan-rakan Muslim ataupun kepada golongan bukan Islam. Setiap individu Muslim dianggap komunikator agama atau *da’i* dan mereka diletakkan tanggungjawab di peringkat wajib menyampaikan mesej mengikut kadar keupayaan mereka. Tanggungjawab ini menyebabkan tugas komunikasi menjadi penting, malah Nabi Muhammad s.a.w. menggesa supaya setiap Muslim menyampaikan mesej daripada Baginda walaupun hanyalah ‘satu ayat’. Ungkapan ‘satu ayat’ melambangkan simbolik betapa pentingnya kebenaran ajaran agama disampaikan dengan berkesan berdasarkan prinsip komunikasi tertentu yang digariskan oleh al-Qur’an dan al-Sunnah. Mohd. Yusuf Hussain (1986), melalui analisis beliau, mengemukakan beberapa prinsip komunikasi Islam sebagaimana yang dinyatakan dalam al-Qur’an, antaranya: menggunakan perkataan yang baik dan suka memberi maaf (al-Qur’an 2: 263); bersikap lemah lembut, kerana jika bersikap kasar dan keras dalam komunikasi, mereka (sasaran) akan menjauhkan diri (al-Qur’an 3: 159); dilarang menggunakan perkataan buruk (al-Qur’an 4: 148); menyeru dengan penuh hikmah, contoh teladan yang baik, dan berbahas dengan penuh kebaikan (al-Qur’an 16: 125); dan bercakap dengan benar (al-Qur’an 17: 53).

Sesuai dengan fitrah kemanusiaan, pendekatan dalam amalan komunikasi Islam adalah untuk memberi manfaat kesejahteraan kepada manusia sejagat. Justeru, Mohd. Yusof Hussain et al. (1990: 1) melalui buku mereka *Dua Puluh Lima Soal Jawab Mengenai Komunikasi Islam* memberi definisi komunikasi Islam “adalah proses menyampaikan atau bertukar perutusan dan maklumat dengan menggunakan prinsip dan kaedah komunikasi yang terdapat dalam al-Qur’an dan Hadith” Selain beliau, Mahyuddin ‘Abd Halim (1985: 43) menegaskan bahawa komunikasi Islam ialah:

Proses membekalkan khalayak dengan hakikat kebenaran agama Islam yang berterusan bersandarkan al-Qur’an dan al-Sunnah secara langsung atau tidak, melalui perantaraan media umum atau khusus, bertujuan membentuk pandangan umum yang betul berasaskan hakikat kebenaran agama yang memberi kesan kepada kehidupan seseorang dalam aspek akidah, ibadah dan muamalah.

Sebagai sumber rujukan tertinggi kepada umat Islam, al-Qur’an dan al-Sunnah dianggap membekalkan prinsip dan kaedah komunikasi meliputi aspek berkomunikasi secara menegak atau vertikal, iaitu dengan Allah dan berkomunikasi secara horizontal, iaitu sesama manusia. Jelasnya terdapat dua bentuk hubungan komunikasi dalam ajaran Islam iaitu *habl min Allah* (hubungan dengan Allah) dan *habl min al-nas* (hubungan sesama manusia). Penegasan kepada pentingnya mewujudkan komunikasi dengan Allah dibentuk melalui ibadat fardu seperti menunaikan sembahyang, puasa, zakat dan haji. Tujuan tertinggi hubungan komunikasi dengan Allah adalah untuk membentuk takwa, iaitu satu sifat yang sentiasa menguasai perilaku individu untuk bersikap soleh sepanjang masa. Selain menjaga dan mengawasi hubungan dengan Allah, Islam menekankan supaya hubungan sesama manusia perlu diwujudkan supaya lahir hubungan sosial yang disebut sebagai muamalat. Kedua-dua bentuk hubungan ini perlu ada supaya setiap individu Muslim boleh meneruskan kehidupan dalam keadaan seimbang dari segi jasmani dan rohani.

Dalam membincangkan tentang keistimewaan komunikasi Islam, Muhammad Fathi Ali Sha’ir (1985:45-48) menggariskan empat perkara yang menjadi asasnya, iaitu menegakkan kebenaran (*al-sidq*), bersifat realiti (*waqi’iyyah*), bersifat anjal (*murunah*) dan bersifat kesempurnaan (*shumuliyyah*). Asas kepada operasional komunikasi Islam mestilah menjunjung kebenaran baik dari segi berita perkhabaran atau perkataan dan imej yang digunakan. Ia juga mesti bersifat realiti, iaitu sesuai dengan fitrah kemanusiaan yang memenuhi keperluan jasmani dan rohani. Selain itu, sifat keanjalan dalam komunikasi Islam membuka ruang kreativiti menggunakan pelbagai medium menyampaikan mesej yang sesuai dengan kadar keupayaan intelektual dan akal sasaran. Mesej yang tersebar dalam amalan

komunikasi Islam pula mesti bersifat sempurna bagi setiap cabang kehidupan manusia, tidak terhad kepada apa yang diistilahkan mesej ‘agama’, tetapi merangkumi semua cabang kehidupan manusia sesuai dengan ajaran Islam dalam makna *al-Din*. Dalam hal ini, Muhammad Fathi (1985: 44) memetik kata-kata seorang pemikir Islam semasa Muhammad Qutb:

Kenapakah bila kita berfikir tentang komunikasi Islam, fikiran kita terhad kepada mesej nasihat dan hadithagama? Kenapakah kita tidak berfikir lebih daripada itu? Sebabnya ialah Islam dalam kehidupan kita tidak lebih daripada hanya amalan ritual, kita tidak menghidupkan Islam yang sebenar seperti diamalkan oleh generasi awal Islam dahulu.

### SKOP KOMUNIKASI ISLAM

Terdapat beberapa tema tertentu yang makin berkembang dalam perbincangan komunikasi Islam yang akan diuraikan di sini, iaitu: a) percubaan mengemukakan teori-teori komunikasi alternatif dari perspektif Islam; b) komunikasi antara individu mengikut model Islam; c) berita dalam Islam; dan, d) persoalan etika dalam komunikasi.

### TEORI KOMUNIKASI ISLAM

Hasil perkembangan kebangkitan Islam pada awal 1970-an, beberapa orang intelektual Muslim mula menunjukkan minat mengkaji teori komunikasi berdasarkan ajaran Islam. Antaranya tulisan Mohd. Yusof Hussain yang muncul dalam *Media Asia* pada tahun 1986 dengan tajuk *Islamization of Communication Theory*. Beliau mengemukakan idea agar golongan intelektual Muslim menguasai teori media yang dibina oleh sarjana Barat sama ada teori pada peringkat individu, kumpulan kecil, komuniti, organisasi atau nasional. Melalui penguasaan ini, amalan media semasa seperti operasi akhbar, radio, televisyen, majalah dan filem boleh difahami, dikuasai, dicabar dan diubahsuai atau dicipta yang baru supaya sesuai dengan ajaran Islam. Beberapa strategi dan garis panduan dicadangkan oleh beliau, antara lain, sarjana Muslim perlu memahami ajaran Islam dengan menguasai al-Qur’an dan al-Sunnah; menguasai teori-teori komunikasi Barat; mengenal pasti beberapa kelemahan teori komunikasi Barat berbanding dengan ajaran Islam; membina teori-teori baru dan mengujinya supaya terbukti kesan baiknya pada pembangunan masyarakat.

Dua tahun berikutnya, sekurang-kurangnya terdapat dua artikel yang menyahut cabaran supaya dilihat secara lebih spesifik perbandingan teori komunikasi Barat dan Islam. Majid Tehranian (1988), Profesor dan Ketua Jabatan Komunikasi di University of Hawaii ketika itu, cuba mengurai-

kan perspektif Islam dalam teori komunikasi. Apa yang nyata, menurut beliau, teori komunikasi adalah bersifat *culture-bound*, kebanyakannya dibina oleh pengalaman intelektual di Barat dalam lingkungan kehidupan sosial mereka, kerana itu lebih menekankan kepada aspek empirikal serta mengabaikan aspek normatif dan historikal. Ada teori yang dihasilkan dalam pendekatan ini bersifat *premature universalism* dan *naive empiricism* dan tidak boleh dianggap sama implikasinya dalam konteks kehidupan komuniti lain yang mempunyai latar belakang yang berbeza. Beliau menyimpulkan bahawa tasawur Islam atau *Islamic worldview* menjadi asas kepada pembentukan teori komunikasi Islam seperti aspek kekuasaan mutlak adalah milik Allah; peranan insitusi ulama' dan masjid sebagai penyambung komunikasi serta aspek pengawasan syariah yang menjadi tunjang kehidupan Muslim.

Imtiaz Hasnain (1988) pula menekankan bahawa komunikator berada di posisi yang paling penting dalam komunikasi Islam. Kualiti komunikasi seperti kebenaran, sederhana, kebaikan, kejujuran, integriti, keadilan, kesahihan mesej dan sumber, dan ketepatan adalah aspek penting dalam komunikasi Islam. Justeru, dalam membandingkan pendekatan komunikasi Barat dengan komunikasi Islam dari segi konsep, Imtiaz (1988:184) menekankan bahawa perspektif komunikasi Barat bersifat:

positivistik dan fungsional serta berorientasikan individu, tidak membincangkan komunikasi sebagai perlakuan proses sosial dan kerana itu tidak mengambil kira keseluruhan struktur dan fungsi sosio-budaya yang amat penting untuk merangsang sebarang perubahan sosial.

Oleh sebab terlalu menekankan aspek komunikasi sesama manusia dan mengabaikan kewujudan jenis komunikasi secara vertikal seperti yang disebut di atas, nilai-nilai agama, kebudayaan dan kebaikan dalam masyarakat tidak mendapat tempat sewajarnya dalam teori komunikasi Barat. Kesan komunikasi Barat kepada kehidupan manusia sejagat, terutama hasil perkembangan teknologi komunikasi maklumat terbaru, dianalisis dan dirumuskan oleh Hamid Mowlana (1993:10) seperti berikut:

Despite technological and scientific development, including the tremendous growth of communication and information hardware and software over the last several decades, the large majority of residents of this 'global village' live in undignified conditions of illiteracy, disease, hunger, unemployment and malnutrition and still are deprived of the basic tools of modern communication information and knowledge.

Selain kesedaran golongan intelektual Muslim, kesedaran supaya dominasi teori komunikasi Barat dicabar oleh golongan intelektual lain

terutama di Dunia Ketiga memang telah agak lama muncul. Antaranya diusahakan oleh The Asian Mass Communication Research and Information Centre (AMIC) yang beroperasi di Singapura. Dalam kajian Wimal Dissanayake (1993) di negara ASEAN, beliau mendapati 71% bahan yang digunakan dalam kursus-kursus teori komunikasi di peringkat pengajian tinggi berasal dari Amerika. Ini bermakna, walaupun terdapat teori, idea, anggapan dan nilai yang bertentangan dengan keperluan khalayak, persepektif komunikasi Barat masih diajar, diperturun kepada generasi baru melalui pengajian teks-teks komunikasi secara langsung (Fuziah 1989).

Penelitian penulis terhadap teks pengajian komunikasi yang digunakan di Malaysia seperti Samsuddin A. Rahim, *Komunikasi Asas* (1993), mendapati tidak ada perbincangan tentang wujudnya komunikasi secara menegak dengan Tuhan. Dalam pembahagian jenis komunikasi, yang dibincangkan ialah komunikasi antara manusia, awam, massa dan tanpa lisan. Paradigma dan pendekatan sekular kajian komunikasi yang dipindahkan tanpa adaptasi mendatangkan kesan kepada pembentukan apa yang diistilahkan oleh Hamid Mowlana (1993) sebagai pembentukan 'Paradigma Masyarakat Bermaklumat' yang sarat dengan beberapa kriteria yang akan mewujudkan masyarakat *super-secular* iaitu 'semangat penguasaan globalisasi', 'kepuasan apabila matlamat tercapai', 'masa (kepantasan) amat bernilai', dan 'ekonomi sinergetik' Berbeza daripada pendekatan Barat, Islam meletakkan tasawur dan inspirasi Tauhid sebagai parameter kepada perkembangan teori komunikasi dan informasi. Dalam era teknologi komunikasi maklumat, informasi tidak dianggap bersifat *value-free*, tetapi mempunyai norma, etika dan moral imperatif. Justeru, Islam tidak menganggap informasi sebagai hak eksklusif dan bahan komoditi seperti yang dikuasai oleh negara-negara maju ketika ini, tetapi lebih sebagai 'khidmat' yang bertujuan membangunkan insan sejagat.

Ringkasnya, teori komunikasi Islam yang dibina oleh golongan intelektual Muslim mesti mengambil kira persoalan ajaran agama yang menjadi tunjang dalam kehidupan Muslim. Proses pembinaan teori komunikasi Islam perlu dipergiat supaya amalan komunikasi, baik yang bersifat antara individu atau massa, meninggalkan implikasi yang baik kepada pembinaan masyarakat.

#### MODEL KOMUNIKASI ANTARA INDIVIDU DALAM ISLAM

Usaha menjelaskan model komunikasi antara individu berpandukan ajaran Islam cuba diperkenalkan oleh beberapa orang intelektual Muslim. Antaranya Muhammad A. Siddiqui (1988) dan Abdur Rahman O. Olayiwola (1994). Muhammad A. Siddiqui berhujah bahawa al-Qur'an menyediakan panduan yang lebih komprehensif tentang cara mewujudkan hubungan komunikasi antara individu, iaitu dalam pertukaran idea, nilai dan sikap.

Penekanan yang diberi ialah komunikasi yang berlaku, iaitu sumber mesti bersifat jujur, amanah dan bertanggungjawab (al-Qur'an 25: 63-77), manakala elemen lain seperti mesej, saluran, sasaran dan kesan juga ditentukan beberapa kriteria asas. Sasaran misalnya terdiri daripada pelbagai bangsa, agama dan suku bangsa (al-Qur'an 2: 21), begitu juga dengan kesan komunikasi mestilah untuk kesejahteraan di dunia dan akhirat (al-Qur'an 2: 201). Beberapa *barrier to reasoning* juga diutarakan oleh al-Qur'an sebagai panduan dalam komunikasi antara individu seperti tiada paksaan (*ikrah*) dalam mengajak kepada beragama Islam; tiada ikutan (*taqlid*) dalam berkongsi idea kerana al-Qur'an menggesa supaya setiap individu berfikir, berhujah dan menganalisis sebelum menerima sesuatu; dilarang mengikut hawa nafsu kerana ia membawa kepada keburukan (al-Qur'an 4: 135); dan dilarang bersangka buruk (*dzan*) kerana ia merosakkan hubungan komunikasi antara individu (al-Qur'an 49:12).

Abdur Rahman (1994) pula mengemukakan beberapa panduan tentang matlamat dan kaedah komunikasi antara individu seperti yang digariskan oleh al-Qur'an seperti berlaku adil (*'adl*) (al-Qur'an 6:90), berbuat baik (*ihsan*) (al-Qur'an 10:26), melarang bercakap bohong (al-Qur'an 22: 30), bersikap berpada (*qana'ah*) iaitu tidak tamak, sabar (al-Qur'an 2:153), tawadduk (al-Qur'an 25: 63), menunaikan janji (al-Qur'an 17: 34) dan mementingkan kawan lebih daripada diri sendiri (*ithar*). Komunikasi antara individu berkait rapat dengan interaksi manusia dan hubungannya dengan masyarakat bertujuan memandu manusia meneruskan kehidupan dalam lingkungan yang harmoni dan sejahtera.

Berpandukan adab-adab komunikasi antara individu yang berlaku secara dua hala dan spontan seperti disebutkan di atas, Islam menekankan supaya kualiti individu yang menjadi sumber komunikasi bersemuka ditingkatkan. Islam meletakkan garis panduan yang jelas bagi mewujudkan komunikasi dua hala yang harmoni.

#### BERITA DALAM ISLAM

Berita bukanlah sesuatu yang asing dalam ajaran Islam. Al-Qur'an menggunakan perkataan *Khabir* pada lebih 40 tempat yang merujuk kepada Allah yang menjadi sumber utama berita yang diwahyukan. Selain itu, terdapat perkataan *naba'* (al-Qur'an 49: 6) yang bermaksud:

Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa sesuatu berita maka periksalah dengan teliti, agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatan kamu itu.

Perkataan *naba'* merujuk kepada peri pentingnya memastikan kesahihan

berita dan juga sumbernya supaya masyarakat tidak ditimpa musibah. Berbeza daripada takrifan berita menurut perspektif Barat – antara lain Barat mengatakan berita adalah sesuatu maklumat yang baru tentang suatu peristiwa yang baru berlaku dan memberi kesan kepada pendengar serta menarik minat mereka (Measeneer 1986). Islam menggariskan terdapat dua jenis berita iaitu berita yang diwahyukan dan yang berlaku dalam pengalaman hidup manusia. Berita yang diwahyukan merujuk kepada perkara yang lepas, sedang berlaku (implikasinya) dan juga yang dijangka akan berlaku. Al-Qur'an menggunakan perkataan *rasala* lebih daripada 500 tempat merujuk kepada nabi sebagai penyampai berita wahyu (Pasha 1993). Ajaran seperti 'jangan mencampuradukkan antara yang haq (benar) dengan yang batil (palsu) dan jangan menyembunyikan kebenaran' adalah berkaitan dengan cara mengendalikan berita untuk tujuan membina masyarakat.

Sayeed al-Seini (1986) mengemukakan secara ringkas konsep berita dalam Islam. Antaranya ialah tegahan menyebarkan berita palsu dan yang bertujuan merosakkan kehidupan masyarakat (al-Qur'an 49: 15 dan 24: 19). Justeru, metod untuk menyelidik atau memastikan kesahihan berita perlu dilakukan secara penilaian kritikal seperti tidak menyebarkan keburukan peribadi seseorang. Aspek dokumentasi dan penyaksian juga diberi perhatian penting bagi menjamin berita yang sampai mempunyai tahap kesahihan yang tinggi. Selain itu, pengalaman dari usaha pengumpulan, penapisan dan penyebaran hadith oleh ulama-ulama hadith menjadi sumber rujukan penting dalam mengendalikan berita dalam Islam.

Walaupun dari segi konsep pemberitaan terdapat banyak garis panduan yang boleh diikuti, namun dari segi praktik yang berlaku, kebergantungan kepada sumber media asing dalam komuniti Islam sangat ketara. Ulasan ini dibuat oleh S. Abdullah Schleifer (1986), seorang wartawan dan pensyarah pelawat di American University di Cairo, yang hasil kajian beliau terhadap International Islamic News Agency (IINA) mendapati hanya segelintir kecil organisasi media di negara Islam melanggan kepada IINA berbanding dengan agensi berita asing seperti Reuters, Associated Press, Agence France Presse dan United Press. Beliau mendapati terdapat banyak kelemahan pengendalian berita di kalangan umat Islam yang perlu diperbaiki seperti tahap profesionalisme dalam pemberitaan, persoalan survival kewangan, campur tangan politik yang keterlaluan, khususnya di Timur Tengah, dan juga keazaman politik untuk membina identiti Islam dalam pemberitaan yang lemah.

Walaupun berita adalah aspek penting di dalam Islam yang perlu disebarkan secara meluas bagi manfaat kehidupan manusia sebagai khalifah, namun dari segi perlaksanaan dan modus operandi pengendalian berita secara praktikal perlu dibaiki. Jika tidak ditangani dengan bijak, umat Islam akan sentiasa terdedah kepada trend pemberitaan yang terpesong daripada ajaran Islam.

## PERSOALAN ETIKA DALAM KOMUNIKASI

Persoalan pengendalian media yang mengutamakan keuntungan, memanipulasi golongan tertentu seperti wanita dan mengabaikan panduan etika adalah persoalan besar yang dibincangkan oleh golongan intelektual dan individu dalam masyarakat Islam. Pemikiran tentang etika dalam masyarakat Islam berbeza daripada pandangan Barat. Jika Barat melihat soal etika terletak dalam lingkungan individu, Islam memandang etika sebagai milik masyarakat yang mesti dipertanggungjawab secara bersama (Hamid Mowlana 1989). Justeru, proses komunikasi perlu digerakkan dalam lingkungan etika agar kesan buruknya terkawal.

Meneliti pemikiran tentang media di kalangan intelektual Muslim, dalam majalah *al-Azhar* yang diterbitkan di Mesir umpamanya, kritikan terhadap pengendalian media terutama akhbar dan televisyen cukup ketara. Pada 1954, satu perbincangan tentang cara dan konsep pengendalian akhbar dimuatkan. Misalannya, untuk melariskan jualan akhbar, *Akhbar al-Ahram* memaparkan akhlak seorang suri rumah yang mengkhianati suaminya secara terperinci. Ia cuba memberi gambaran tentang jenayah seks yang menular secara serius dalam masyarakat Mesir. Akhbar tersebut bagaimanapun dipersalahkan kerana pemaparan berita secara terperinci dan pemaparan gambar wanita yang memberahikan menyebabkan ia seolah-olah seperti iklan yang bukannya cuba menyelesaikan masalah, tetapi menggalakkan orang melakukannya. Justeru, akhbar dikritik hebat kerana lebih mementingkan soal mengaut untung daripada menjaga kesejahteraan khalayak ramai. Perbincangan tentang penggunaan video, teater dan hiburan lebih banyak membawa pendekatan mengkritik daripada membina alternatif.

Antara cadangan yang diutarakan dalam kajian terhadap etika komunikasi Islam ialah mendidik para wartawan dan pengamal media Islam supaya memahami konsep tauhid dan menghayati falsafah takwa dalam profesion mereka (Mughesuddin 1997). Merekalah orang yang berada di barisan hadapan untuk mempraktik dan menjadi contoh kepada pengubalan dan pelaksanaan kod etika sama ada dalam bidang kewartawanan, penyiaran dan operasi siber terkini. Kod etika yang digubal perlu mengambil kira kesejahteraan manusia sejagat, yang terkandung di dalamnya konsep menyuruh yang *ma'ruf* dan menegah yang *munkar*

## KESIMPULAN

Mengkritik teori dan pendekatan komunikasi Barat yang mempengaruhi negara Dunia Ketiga, Wimal Dissanayake (1993) menjelaskan bahawa "keperluan masa kini adalah untuk menghapuskan pengaruh model mekanistik Aristotle dan meminta para sarjana dari Asia supaya mengalihkan

pandangan ke arah pendekatan penglibatan dan falsafah seperti fenomenologi yang tidak menerima pembahagian yang kaku antara perkara yang dapat dilihat pada zahir dengan hal yang dapat dilihat pada realiti, dengan perkara yang menekankan imaginasi, gerak hati atau intuisi, dan nilai” Cabaran yang dilontarkan oleh beliau mula disahut oleh sebahagian intelektual Muslim dalam disiplin komunikasi dengan meneroka perspektif Islam dalam konsep dan pengamalan media. Namun apa yang nyata setakat ini, masih banyak ruang perlu dikaji secara serius dan dibina kekuatannya sama ada dari segi teori, konsep, dan kajian lapangan supaya kemandirian ilmiah dalam komunikasi Islam mampu menjadikannya alternatif yang boleh menjamin kesejahteraan manusia sejangat.

#### RUJUKAN

- al-Seini, Sayeed, 1986. The Islamic Concepts of News. *The American Journal of Islamic Social Sciences* 3(2): 277-89
- Hasnain, Imtiaz. 1988. Communication: An Islamic Approach. Dlm. Wimal Dissanayake (ed.) *Communication Theory: The Asian Perspective*. Singapore: Asian Mass Communication Research & Information Centre.
- Measeneer, Paul De. 1986. *Inilah Berita Manual Berita Radio*. Terjemahan Mohd. Safar Hashim. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Mowlana, Hamid. 1989. Communication, Ethic, and the Islamic Tradition. Dlm. Thomas W Cooper et al. *Communication Ethics and Global Change*. New York: Longman.
- \_\_\_\_\_. 1993. The New Global Order and Cultural Ecology. *Media, Culture and Society* 15(1): 9-27
- Mughesuddin. 1997. An Islamic Framework of Media Ethics: Problems and Challenges. *Hamdard Islamicus*. 20(4): 57-67
- Muhammad Yusof Hussain. 1986. 'Islamization of Communication Theory' *Media Asia*. 13(1): 26-32.
- \_\_\_\_\_. et al. 1990. *Dua Puluh Lima Soal Jawab Komunikasi Islam*. Serdang: Pusat Pengembangan dan Pendidikan Lanjutan.
- Olayiwola, Abdur Rahman O. 1994. Interpersonal Communication, Human Interaction and Societal Relationships in Islam. *Islamic Culture* LXVIII. (4): 21-34.
- Pasha, Syed H. 1993. Towards a Cultural Theory of Political Ideology and Mass Media in the Muslim World. *Media, Culture and Society* 15(1): 61-79
- Shacir, Muhammad Fathi Ali, 1985. *Wasa'il Islam al-Matbu'ah fi Da'wah al-Ikhwan al-Muslimin*. Jeddah: Dar al-Mujtama' li al-Nashr wa al-Tawzi'
- Schleifer, S. Abdullah. 1986. Islam and Information: Need, Feasibility and Limitations of an Independent Islamic News Agency. *American Journal of Islamic Social Sciences* 3(1): 109-24.
- Siddiqui, Muhammad A. 1988. Interpersonal Communication: Modelling Interper-

sonal Relationship, An Islamic Perspective. *The American Journal of Islamic Social Sciences* 3(2): 239-246.

Tehrani, Majid. 1988. Communication Theory and Islamic Perspective. Dim. Wamal Dissanayake (ed), *Communication Theory: The Asian Perspective* Singapore: Asian Mass Communication Research and Information Centre.

Jabatan Pengajian Dakwah dan Kepimpinan  
Fakulti Pengajian Islam  
Universiti Kebangsaan Malaysia  
43600 UKM Bangi  
Selangor D. E.

