

Gagasan Komunikasi Islam dalam Karya Sarjana Komunikasi di Indonesia

Holy Rafika Dhona¹

Risky Wahyudi²

Corresponding Author: holy.rafika@uii.ac.id

Abstract: This article aims to examine how academics in the field of communication comprehend Islamic communication as represented within scientific publications, especially scientific journals. This study reports on how academics discuss Islamic communication within 227 articles published in Indonesian journals indexed by Garba Reference Digital (Garuda) for the 2016-2020 period. Using descriptive quantitative content analysis, this study states that most Islamic communication writings tend to position Islam as "an object", rather than as "a perspective". In this regard, Islamic communication is often put into the normative realm, regarding manners and rules of conduct when doing communication.

Keywords: Islamic communication, journal article, communication scholars, Islamic thought.

Abstrak: Artikel ini bertujuan mengkaji bagaimana para akademisi di bidang komunikasi memahami komunikasi Islam yang direpresentasikan dalam publikasi ilmiah, khususnya jurnal ilmiah. Studi ini merupakan laporan penelitian terhadap 227 artikel yang dipublikasikan dalam jurnal di Indonesia yang terindeks Garba Rujukan Digital (Garuda) periode 2016-2020. Dengan menggunakan analisis isi kuantitatif deskriptif, studi ini menyatakan bahwa mayoritas tulisan komunikasi Islam tampak cenderung memosisikan Islam sebagai objek, ketimbang menjadikannya sebagai perspektif. Diskusi mengenai komunikasi Islam secara dominan berada pada ranah normatif, yakni perihal sopan santun dan aturan berperilaku saat berkomunikasi.

¹ Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta

² Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara dengan jumlah populasi muslim terbesar di dunia, dimana Islam berperan dalam kehidupan sosial budaya masyarakat Indonesia baik dalam ‘periode mitos’, ‘ideologi’ dan ‘jaman Ilmu’ (Kuntowijoyo, 2017). Semenjak era reformasi bergulir, identitas Islam sangat menonjol di berbagai ranah kehidupan, baik politik, sosial-budaya, dan ekonomi. Namun demikian, menurut Ariel Heryanto (2015) penguatan identitas Islam tidak selalu bermakna Islamisme, tetapi juga gejala post-Islamisme yang ambivalen; tidak anti-Islam, tidak non-Islami, tapi tidak juga sekuler.

Dalam produk-produk budaya pop, identitas Islam juga tampak cukup menonjol, yang lebih lanjut menjadi topik kajian dalam studi komunikasi. Dalam konteks ini, studi komunikasi Islam berkembang dan menarik untuk dikaji. Pasalnya, para sarjana di perguruan tinggi agama Islam (PTAI) mempunyai interpretasi yang cukup variatif perihal komunikasi Islam. Beberapa ahli memosisikan komunikasi Islam sebagai dakwah, misalnya karya Hadiati (2017). Sebagian lainnya memosisikan komunikasi Islam sebagai upaya mencari pola-pola komunikasi dengan menggunakan dasar al-Qur’an dan sumber otoritatif lainnya, seperti ini karya Harjani Hefni (2017) dan Sirodzuddin (2017).

Pula para sarjana dari program studi komunikasi di perguruan tinggi umum (PTU). Mereka memiliki interpretasi yang berbeda perihal komunikasi Islam. Umumnya, sarjana PTU cenderung mengartikan komunikasi Islam sebagai komunikasi yang terjadi dalam ‘konteks’ atau ‘perspektif kebudayaan’ Islam. Misalnya karya dari Rahmat Kriyantono *Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi Filsafat dan Etika Ilmunya Serta Perspektif Islam* (Kriyantono, 2019). Dalam karya tersebut, Kriyantono tidaklah mengartikan relasi Islam dan Komunikasi di Indonesia sebagai ‘dakwah’ melainkan Islam sebagai seting kebudayaan dalam kegiatan berkomunikasi.

Ada ratusan karya sarjana komunikasi di Indonesia yang menggunakan kata kunci komunikasi Islam, baik dalam bentuk buku maupun artikel yang dipublikasikan di jurnal ilmiah. Sayangnya, sampai hari ini belum banyak yang melakukan pemetaan mengenai

bagaimana perspektif Islam itu dipahami oleh para sarjana komunikasi. Darisini studi ini tertarik untuk mengkaji konfigurasi pemikiran para ahli perihal komunikasi Islam.

Memahami Komunikasi Islam

Kajian Literatur

Berbagai kajian tentang komunikasi Islam selama ini memang sudah ada, namun cenderung hanya membatasi pada karya-karya ilmiah yang diproduksi dan dipublikasikan oleh para sarjana dari PTAI. Riset yang dilakukan Imamah (2019) misalnya, hanya membahas ‘komunikasi Islam’ dalam jurnal yang dipublikasikan oleh Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam di Indonesia. Namun demikian, pemetaan yang dilakukan Imamah sangat membantu dalam hal mengurai persilangan antara studi komunikasi dan Islam. Selain kajian Imamah, beberapa ahli komunikasi Islam lain juga melakukan studi serupa, seperti Basit (2016), Hefni (2014), dan Suhaimi (2013).

Studi yang sangat ”terbatas” perihal komunikasi Islam selama ini, dimana komunikasi Islam dipahami hanya pada studi yang dilakukan oleh sarjana perguruan tinggi agama Islam (PTAI), tampaknya berakar dari pemaknaan komunikasi Islam sebagai sebuah studi keislaman. Hal ini ini dapat ditelusuri dari pembagian disiplin yang merelasikan komunikasi dan Islam. Misalnya definisi yang dinyatakan Syahputra (2017), bahwa komunikasi Islam merupakan studi yang lebih menekankan bagaimana penemuan konsep-konsep komunikasi berdasarkan ajaran-ajaran Islam; al-Quran dan sunah. Syahputra melihat bahwa apa yang terjadi pada komunikasi Islam adalah “penemuan kaidah komunikasi dalam al-Quran” atau “interaksi pesan berbasis al-Qur’an” (Syahputra, 2017).

Sementara itu, dalam pandangan sarjana di berbagai negara lainnya, komunikasi Islam berkaitan dengan segala diskursif yang merelasikan Islam dan studi komunikasi. Hal ini dapat dilihat dalam karya-karya sarjana yang membahas

komunikasi Islam, seperti Mowlana (2007, 2014), Semati (2011), Khiabany (2003). Seturut dengan definisi tersebut, maka kajian mengenai dakwah, jurnalisme Islam, dan pencarian kaidah komunikasi dalam Islam dikategorisasikan sebagai studi komunikasi Islam.

Riset ini memilih definisi komunikasi Islam dalam kategori kedua, yakni sebagai sebuah domain yang di dalamnya terdapat segala diskursif dalam kaitannya dengan Islam dan studi komunikasi. Dengan definisi seperti itu, komunikasi Islam dapat mempertimbangkan bagaimana Islam dibahas dalam studi komunikasi di perguruan tinggi umum (PTU). Dengan turut menyertakan para ahli komunikasi di PTU, maka kajian dalam tulisan ini dapat melihat bagaimana Islam diinterpretasikan dalam lapangan studi komunikasi di Indonesia, tidak terbatas pada bagaimana Islam dibicarakan oleh sarjana komunikasi di perguruan tinggi keagamaan Islam (PTKI) saja atau hanya di PTU.

Secara spesifik, tulisan ini mengikuti kerangka pemahaman komunikasi Islam yang diperkenalkan Mehdi Semati (2014), yakni memahami Islam bukan sebagai realitas homogen. Selain itu, Semati mengusulkan untuk membedakan antara Islam sebagai doktrin dan Islam sebagai diskursus. Islam sebagai diskursus mempunyai keragaman dan berubah dalam sejarah. Misalnya, dalam kasus Islamic Republic of Iran Broadcasting (IRIB), lembaga penyiaran Iran yang diyakini sebagai bentuk ideal komunikasi Islam di berbagai dunia (Mowlana. 2007), menurut Semati bukanlah sesuatu yang benar. Sebab lagu populer yang dianggap Islami atau tidak Islami misalnya, dapat berubah dalam sejarah. Yang tetap, menurut Semati adalah kuasa negara untuk mendefinisikan apa yang Islami dan apa yang tidak Islami. Oleh karenanya "tidak ada konten Islami kecuali dalam wacana, baik wacana pemerintah Iran atau wacana Barat mengenai Islam" (Semati, 2011, hlm. 117). Tulisan ini akan menggunakan perspektif tersebut dalam mengkaji komunikasi Islam dalam publikasi ilmiah di Indonesia.

Studi ini menggunakan analisis isi kuantitatif deskriptif dalam menganalisis artikel jurnal bidang komunikasi Islam dalam periode publikasi 2016-2020. Ada 227 artikel yang menjadi *sample* penelitian dengan kriteria tertentu, yakni artikel yang dipublikasikan dalam jurnal di Indonesia yang terindeks Garba Rujukan Digital (Garuda), dan memiliki *scope* kajian komunikasi Islam serta kemudahan dalam akses *link* jurnal terkait.

Unit *coding* data yang dianalisis terdiri dari 3 bagian. Bagian pertama merupakan data formal dari tiap tulisan (afiliasi jurnal dan afiliasi penulis). Bagian ini dianggap penting untuk mendata siapa produsen artikel yang dianalisis apakah dari PTAI dan PTU. Bagian kedua merupakan unit pencatatan yang terkait dengan konten tulisan, seperti jenis tulisan, isu/tema, dan metode. Bagian ketiga adalah interpretasi terhadap substansi artikel, yakni bagaimana penulis memahami komunikasi Islam di artikelnya. Dalam konteks ini, ada 3 kategori yang digunakan untuk bagian ini: Islam sebagai etika-normatif; Islam sebagai perspektif; Islam sebagai Objek.

Dua kategori pertama dielaborasi dari dua tradisi pemikiran Islam versi Kuntowijoyo: tradisi normatif dan tradisi ilmiah (Kuntowijoyo, 2018). *Tradisi normatif* adalah tradisi dimana Islam diperlakukan sebagai instrumen untuk mengatur tata-krama individu. Sedangkan tradisi ilmiah ialah tradisi yang mencoba untuk mendiskusikan Islam secara empiris. Sementara kategori Islam sebagai objek ditambahkan ketika Islam dimaknai sebagai batas objek studi atau lokasi terjadinya komunikasi (yang biasanya dihubungkan dengan konteks/setting kebudayaan (Dhona, 2020).

Table 1. ‘Unit analisis pemetaan artikel komunikasi Islam’

Unit Coding	Opsi
Afiliasi Jurnal	(a)Institusi Islam; (b)Umum
Afiliasi Penulis	(a)PTAI; (b)PT Umum; (c)Lainnya
Jenis Tulisan	(a)Konseptual; (b)Riset; (c)Lainnya
Isu	(a)konseptualisasi komunikasi islam/filsafat; (b)Antar budaya/studi kebudayaan; (c)Komunikasi keluarga; (d)Jurnalisme/Media/Medium; (e)Teknologi komunikasi/Digitalisasi; (f)Bisnis/Pemasaran; (g)Dakwah; (h)Pendidikan Islam; (i)Kesehatan/Terapeutik; (j)Politik; (k)Etika Komunikasi; (l)Lainnya
Metode	a) Deskriptif kualitatif; (b) studi literatur; (c) metode kuantitatif; (d) etnografi; (e)analisis teks kualitatif; (f) analisis isi kuantitatif; (g) fenomenologi; (h) lainnya
Interpretasi terhadap Komunikasi Islam	(a)Islam sebagai etika normative; (b)Islam sebagai objek/konteks komunikasi; (c)Islam sebagai Perspektif

Hasil dan Pembahasan

Konfigurasi Studi Komunikasi Islam pada Artikel Jurnal di Indonesia

Dari hasil analisis 227 artikel ilmiah yang terpublikasi di jurnal terindeks Garuda Ristekbrin menyatakan bahwa dalam kurun 2016-2020 terjadi tren kenaikan jumlah artikel jurnal yang membahas komunikasi Islam. Jumlah artikel terbanyak ditemukan pada 2019 dengan total 66 artikel (29%). Kemudian sedikit ada ada penurunan pada 2020 dengan jumlah 41 artikel (18%).

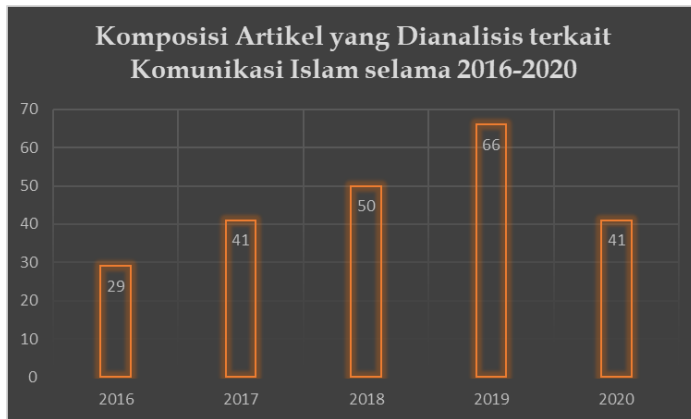


Diagram 1. 'Tren artikel komunikasi Islam periode 2016-2020'

Pemetaan selanjutnya dapat diperhatikan dari afiliasi jurnal. Data yang tersaji pada diagram 2 menunjukkan bahwa terdapat total 173 artikel (76%) yang diterbitkan oleh jurnal di bawah payung PTAI selama 2016 hingga 2020 dan 54 artikel (24%) merupakan artikel komunikasi Islam yang dipublikasikan oleh PTU.

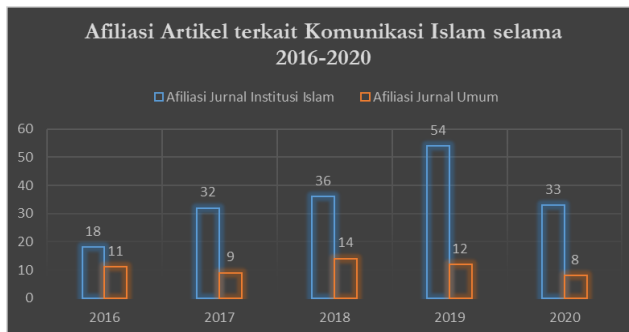


Diagram 2. 'Afiliasi artikel komunikasi Islam'

Lebih lanjut dapat dijelaskan bahwa sebagian besar dari jumlah artikel yang dianalisis merupakan tulisan hasil penelitian. Jumlah artikel dengan kategori tersebut sebanyak 159 artikel dengan angka persentase sebesar 70%. Sementara itu, sebanyak 66 artikel merupakan

bahasan konseptual, dan 1 artikel merupakan laporan dari pelaksanaan pengabdian masyarakat (diagram 3).

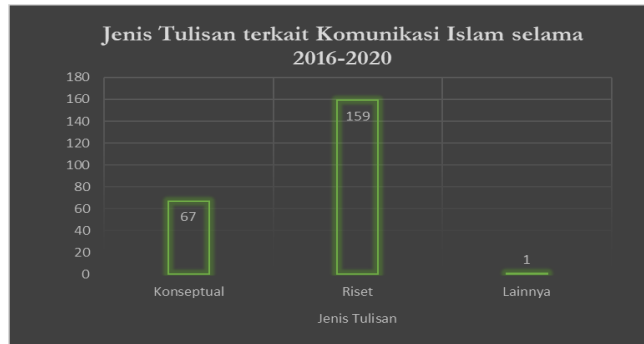


Diagram 3. 'Jenis tulisan komunikasi Islam

Sedangkan isu yang dibahas oleh artikel komunikasi Islam selama 2016 hingga 2020 cukup beragam, meskipun secara komposisi masih belum merata. Pendidikan Islam merupakan isu yang paling dominan dibahas dengan jumlah artikel mencapai 41 artikel (18%), diikuti oleh isu kebudayaan/antar budaya 28 artikel (12%). Kemudian secara berurutan dengan selisih jumlah yang tidak begitu jauh diisi oleh isu dakwah sebanyak 27 artikel, politik sebanyak 26 artikel, dan konseptualisasi Islam/filsafat sebanyak 23 artikel.

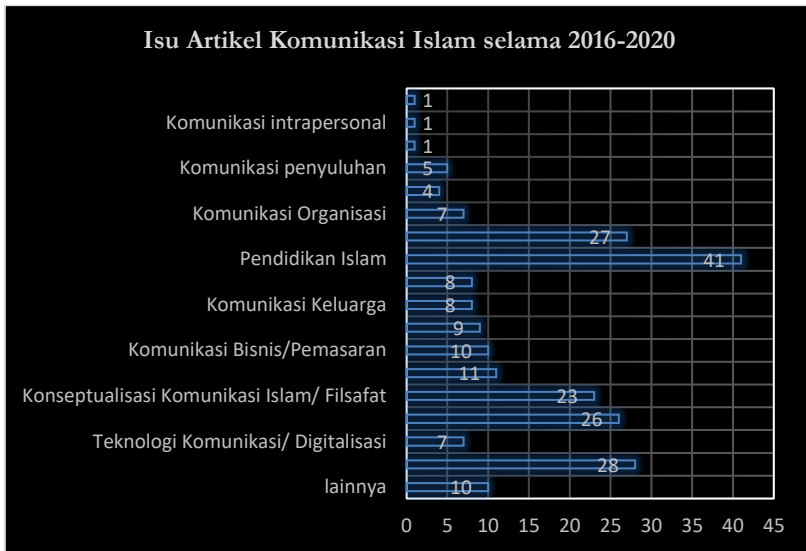


Diagram 4. ‘Isu komunikasi Islam dalam artikel jurnal’

Hal ini dapat dinyatakan bahwa isu seputar komunikasi Islam tampaknya masih terbatas pada bidang-bidang studi dakwah atau komunikasi Islam (pendidikan Islam, dakwah, filsafat dan politik). Tema-tema yang spesifik dan atau berkaitan dengan tema-tema komunikasi umum, seperti jurnalisme, bisnis, kesehatan, etika komunikasi dan teknologi komunikasi masih terbilang minim untuk diperhatikan. Adapun keterangan lainnya pada diagram 4. mengacu pada isu yang lain seperti disabilitas, kekerasan seksual, psikologi, perpustakaan, fesyen, penyuluhan agama, fungsi komunikasi, dan pemberdayaan

Sedangkan metode riset pada artikel komunikasi Islam selama 2016-2022 didominasi oleh metode studi literatur, yakni sebanyak 86 artikel (38%). Posisi setelahnya diisi oleh metode deskriptif kualitatif yang hanya berselisih sebanyak 3 artikel. Jauh setelahnya, peringkat ke tiga metode riset yang paling banyak digunakan berupa pendekatan kuantitatif dengan perolehan angka sebanyak 18 artikel (8%). Sama halnya dengan analisis teks (semiotika dan wacana), artikel dengan metode etnografi hanya ditemukan sebanyak 6 artikel saja. Maka dari

itu, diagram 5, dapat membuktikan bahwa artikel mengenai komunikasi Islam tidak menunjukkan perkembangan yang signifikan dari segi metode.

Sedangkan interpretasi Islam yang dilakukan oleh para penulis dalam karya ilmiahnya sebagian besar cenderung memosisikan Islam sebagai objek/konteks penelitian atau lokasi penelitian. Pada diagram 5 tampak bahwa lebih dari separuh total artikel yang dianalisis memosisikannya seperti ini, lebih kongkretnya berada di angka 61% (138 artikel). Contoh artikelnya seperti riset berjudul “Perilaku Komunikasi Pengguna Jilboobs dalam Pembentukan Identitas Diri: Studi Komparatif pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan Universitas Islam Sumatera Utara Medan” (Wahidar, 2016). Riset ini lebih melihat Islam sebagai tempat lokasi terjadinya praktik komunikasi.

Sebanyak 24% (54 artikel) publikasi melihat Islam sebagai tatanan normatif. Misalnya karya Faricha Andriani (2019) yang berjudul Perkembangan Etika Komunikasi Islam dalam Bermedia Sosial. Hanya 15% (35 artikel) dari total artikel yang menjadikan Islam sebagai perspektif. Contoh artikel dengan kategori ini seperti “Reintegrasi Tradisi Islam Dan Ilmu Sosial-Humaniora (Komparasi Riset Komunikasi Islam Dan Kajian Sejarah)” yang ditulis oleh Halik (2019). Artikel ini berusaha menyediakan perspektif sejarah komunitas/kultural Islam sebagai salah satu khazanah perbincangan dalam studi komunikasi Islam.

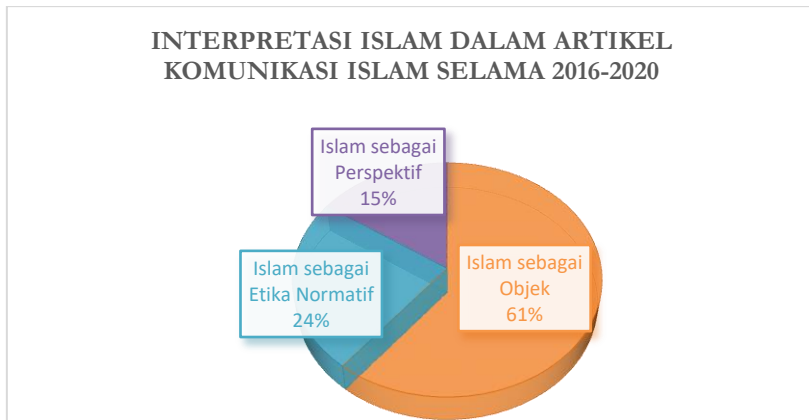


Diagram 5. ‘Interpretasi Islam dalam artikel komunikasi Islam’

Pemetaan ini juga menunjukkan bahwa artikel ilmiah mengenai komunikasi Islam tidak hanya dituliskan oleh penulis yang berafiliasi dengan PTAI. Sebanyak 53 artikel (23%) merupakan karya penulis yang berafiliasi pada PT Umum. Penulis yang berafiliasi dalam kategori lainnya turut menyumbang artikel sebanyak 20 artikel (9%). Sebagian besar mereka ini merupakan penulis yang tidak teridentifikasi, namun beberapa di antaranya teridentifikasi seperti: Ormas (Komunitas Belajar “Teras Kota”, Pemuda Persatuan Islam Jawa Barat, TASTAFI, KUB), RSUD Ciamis, Balai Diklat Keagamaan Denpasar, dan Kemenag Kabupaten Asahan.

Deskripsi Pemetaan Artikel Komunikasi Islam per Tahun *Tahun 2016*

Pada 2016 terdapat sebanyak 29 artikel komunikasi Islam dengan sebaran 18 artikel dipublikasikan oleh perguruan tinggi di bawah Kemenag dan 11 artikel dipublikasikan oleh perguruan tinggi di bawah Kemendikbud. Konseptualisasi/filsafat komunikasi Islam dan komunikasi pendidikan Islam menjadi isu yang paling dominan. Masing-masingnya memiliki jumlah artikel sebanyak 5 artikel atau setara dengan 17%. Posisi berikutnya dengan jumlah artikel yang sama merupakan isu berupa komunikasi antar budaya, dakwah, dan

komunikasi kesehatan/terapeutik. Ketiga tersebut memiliki persentase angka sebesar 10%. Tidak ditemukan isu tentang komunikasi politik dan komunikasi keluarga di tahun ini.

Studi literatur merupakan metode yang paling banyak dipilih, bahkan hampir separuh dari total artikel komunikasi Islam di tahun ini. Jumlah tulisannya sebanyak 14 artikel atau setara dengan angka 48%. Posisi setelahnya adalah metode deskriptif kualitatif dengan angka persentase sebesar 31% (9 artikel). Pendekatan kuantitatif dan metode fenomenologi memiliki jumlah artikel yang sama, yakni 2 artikel. Hanya 1 artikel yang ditemukan pada metode analisis teks (semiotika, wacana).

Sebagian besar artikel ditahun ini menginterpretasi Islam sebagai objek/lokasi peristiwa yang menjadi objek studi, yakni sebesar 52% (15 artikel). Persentase Islam sebagai perspektif berada di angka 27% dengan jumlah tulisan sebanyak 8 artikel. Sisanya, sebanyak 6 artikel (21%), merupakan tulisan yang memosisikan Islam sebagai etika normatif.

Komposisi penulis artikel komunikasi Islam yang berasal dari PTAI dan PT Umum hampir sepadan. Sebanyak 14 penulis berafiliasi dengan PTAI, 11 penulis artikel berafiliasi dengan PT Umum. Sisanya, sebanyak 4 artikel, merupakan penulis dengan afiliasi lainnya. Tiga di antaranya merupakan penulis yang tidak teridentifikasi afiliasinya dan 1 penulis berasal dari Yayasan An-Nur.

Tahun 2017

Total artikel komunikasi Islam yang ditemukan pada tahun ini berjumlah 41 artikel. Tema pendidikan Islam merupakan isu dengan jumlah terbanyak dengan angka persentase sebesar 24% (10 artikel). Isu terbanyak kedua adalah isu kebudayaan/komunikasi antarbudaya dengan 7 artikel (17%). Berbeda dengan tahun sebelumnya, isu komunikasi politik muncul di 2017. Isu tersebut berada di urutan ketiga dengan jumlah tulisan sebanyak 5 artikel (12%). Isu mengenai teknologi/digitalisasi tidak ditemukan di tahun ini.

Studi literatur (37%) masih menjadi metode penelitian yang paling banyak digunakan di tahun ini (lihat diagram 11). Urutan

kedua masih ditempati oleh metode deskriptif kualitatif dengan angka 28% (11 artikel). Analisis teks (wacana, semiotika) hanya ditemukan sebanyak 1 artikel saja. Pendekatan kuantitatif dan metode fenomenologi masing-masingnya memiliki jumlah tulisan sebanyak 3 artikel.

Islam sebagai objek/konteks/lokasi terjadinya peristiwa masih mendominasi di 2017). Interpretasi ini mencapai 23 artikel dari 41 artikel keseluruhan. Artinya, setengah dari seluruh artikel komunikasi Islam di tahun ini mendekati Islam sebagai objek (56%). Selain itu, terdapat 15 artikel yang memosisikan Islam sebagai tatanan etika normatif (37%). Hanya 3 artikel yang menafsirkan Islam sebagai perspektif. Meski demikian, sebanyak 71 % (24 artikel) penulis berafiliasi dengan PTAI dan 24% yang berafiliasi dengan PT Umum (10 artikel). Sisanya (5%) tidak terafiliasi pada dua lembaga tersebut.

Tahun 2018

Artikel komunikasi Islam yang dipetakan pada tahun ini berjumlah 50 naskah. Isu bertema komunikasi pendidikan Islam masih mendominasi di 2018, tepatnya berada di angka 22% (11 artikel). Selisih 1 artikel dengan komunikasi pendidikan Islam, artikel bertema komunikasi politik menjadi isu nomor dua yang paling banyak muncul di 2018. Data ini memperlihatkan isu/tema pendidikan selama dua tahun (2017 dan 2018) menjadi tema yang disenangi oleh para penulis komunikasi Islam, selain juga tema politik.

Studi literatur masih menjadi metode yang paling banyak digunakan (38%) dan disusul oleh deskriptif kualitatif (34%). Metode etnografi di 2018 muncul sebanyak 4 artikel. Analisis teks (semiotika, wacana) ditemukan sebanyak 2 artikel.

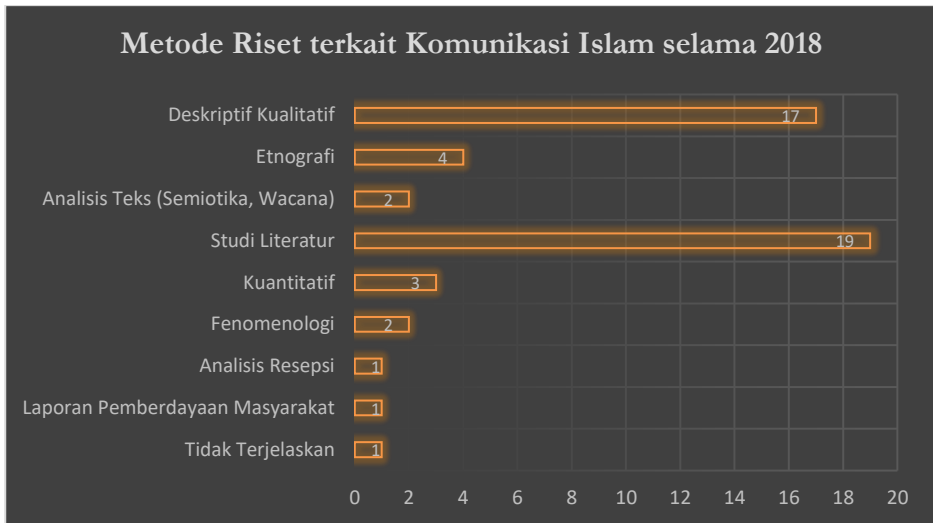


Diagram 6. ‘Metode riset komunikasi Islam periode 2018’

Islam sebagai objek/lokasi terjadinya objek penelitian menjadi pendekatan dalam menginterpretasikan Islam yang paling diminati di tahun ini. Sebanyak 32 artikel memosisikan Islam sebagai objek/konteks terjadinya fenomena yang diteliti. Ini melebihi separuh dari artikel yang dipetakan di 2018 (64%). Islam sebagai tatanan normatif/etika muncul dengan jumlah tulisan sebanyak 12 artikel. Hanya 6 artikel (12%) yang berusaha mendudukkan Islam sebagai perspektif dalam penelitiannya.

Lebih lanjut, hasil studi menyatakan bahwa sebanyak 28 artikel mengenai komunikasi Islam di tahun ini 2018 ditulis oleh penulis yang berafiliasi pada PTAI. Ini mencapai separuh dari artikel yang dipublikasikan di 2018 (56%). Meski demikian, terdapat 16 artikel (32%) yang ditulis oleh penulis yang terafiliasi pada PT Umum. Sisanya sebanyak 6 penulis yang tidak terafiliasi pada dua institusi tersebut.

Tahun 2019

Tahun ini menjadi puncak jumlah artikel komunikasi Islam yang muncul dalam kurun waktu selama 2016-2019. Diagram 1. Mengungkapkan bahwa terdapat 66 artikel yang membahas komunikasi Islam. Tema/Isu komunikasi pendidikan Islam selama empat tahun berurut kembali menjadi tema yang paling banyak digeluti oleh para penulis. Tulisan bertema pendidikan Islam ditemukan sebanyak 10 artikel (15%). Posisi yang sama, sekaligus dengan jumlah yang sama, juga ditemukan pada artikel yang membahas isu mengenai dakwah. Tema konseptualisasi komunikasi Islam selalu diminati setiap tahun. Pada 2019 tema tersebut menjadi bahasan dalam 8 artikel. Unit coding ‘lainnya’ juga mampu merepresentasikan bahwa isu yang dibahas sudah mulai komprehensif, meskipun dengan jumlah yang tidak begitu banyak. Contoh isu lainnya seperti: komunikasi pemberdayaan, komunikasi penyuluhan, komunikasi lingkungan, dan isu disabilitas.

Metode studi literatur masih mendominasi selama empat tahun berurutan (2016-2020). Sebanyak 28 artikel (42%) memilih menggunakan metode ini. Sama +di 2018, pada tahun ini metode deskriptif kualitatif berada di urutan kedua dengan jumlah tulisan sebanyak 25 artikel (38%). Analisis teks kualitatif (semiotika, analisis wacana) dan analisis isi sama-sama ditemukan sebanyak 2 artikel (2%).

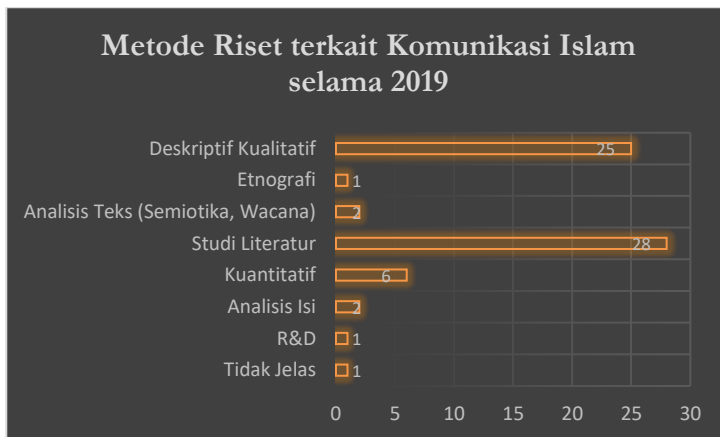


Diagram 7. ‘Metode riset komunikasi Islam pada 2019’

Sebagian besar artikel memosisikan Islam sebagai objek/konteks terjadinya peristiwa yang dianalisis dalam penelitian. Interpretasi ini ditemukan dengan sebanyak 39 artikel (59%). Islam sebagai perspektif yang hampir sama jumlahnya (20%) dengan perspektif Islam sebagai tatanan normatif (21%).

Penulis artikel di tahun ini yang terafiliasi kepada Institusi Islam/PTAI (Kemenag) sebanyak 52 artikel (79%). Hanya ada 9 artikel (14%) yang penulisnya terafiliasi pada Perguruan Tinggi di bawah Kemendikbud. Sisanya, sebanyak 5 artikel lainnya ditulis oleh penulis yang tidak terafiliasi pada kedua institusi di atas.

Tahun 2020

Tahun ini jumlah artikel mengalami penurunan dibandingkan dengan 2019 dan 2018. Artikel pada tahun ini memiliki jumlah yang sama dengan artikel di 2017, yakni sebanyak 41 artikel. Isu/tema dakwah menjadi pilihan terbanyak, sekaligus ini menjadikannya berbeda selama 4 tahun ke belakang. Sejumlah 10 artikel (24%) menggunakan isu/tema dakwah. Komunikasi politik berada di urutan kedua dengan jumlah tulisan sebanyak 7 artikel (17%). Tema kebudayaan/komunikasi antar budaya dan pendidikan memiliki jumlah artikel yang sama, yakni 5 artikel (12%).

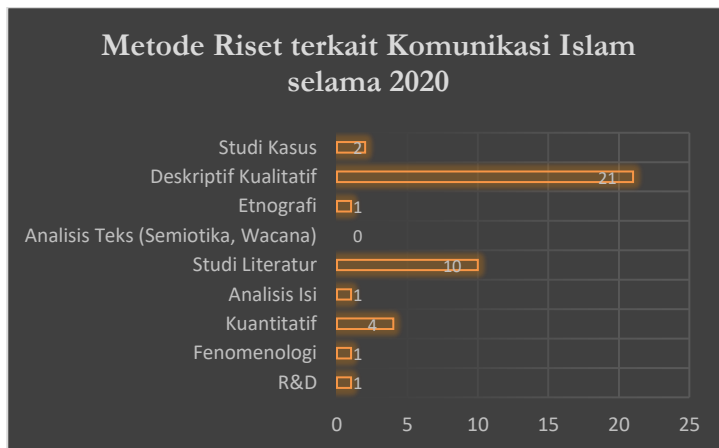


Diagram 8. ‘Metode riset komunikasi Islam pada 2020’

Pada 2020, metode penelitian yang paling diminati dalam tulisan komunikasi Islam ialah deskriptif kualitatif, yakni dengan jumlah 21 artikel (51%). Jumlah ini memiliki selisih yang cukup jauh dengan artikel dengan metode studi literatur, bahkan separuhnya. Metode etnografi digunakan dalam 1 artikel dan tidak ditemukan sama sekali artikel dengan metode analisis teks (semiotika, wacana).

Diagram 6. mengungkapkan bahwa di 2020, Islam sebagai objek masih diinterpretasikan oleh sebagian besar penulis. Interpretasi ini terdapat dalam 29 artikel. Ini adalah jumlah terbanyak di tahun ini dan bahkan mencapai angka 71%. Islam sebagai etika normatif terdapat dalam 7 artikel (17%), dan hanya 5 artikel (12%) yang memperlakukan Islam sebagai perspektif.

Gagasan Komunikasi Islam dalam Publikasi Ilmiah

Pada bagian ini pembahasan diarahkan untuk menjawab dua pertanyaan yang diajukan oleh penelitian ini. *Pertama*, potret ragam keislaman yang muncul dalam artikel komunikasi Islam di Indonesia. *Kedua*, bentuk integrasi Islam dan Komunikasi berdasarkan institusi formal/afiliasi penulis artikel komunikasi Islam.

Ragam Keislaman dalam Artikel Komunikasi Islam

Pemetaan ini menunjukkan bahwa interpretasi keislaman yang muncul pada artikel komunikasi Islam selama 2016-2020 memang beragam. Ada penulis yang mencoba memperlakukan Islam sebagai perspektif dalam studi komunikasi, ada yang memperlakukan Islam sebagai tatanan nilai normatif dan ada pula yang memperlakukan Islam sebagai tempat terjadinya peristiwa komunikasi. Hanya saja dengan komposisi lebih dari separuh penelitian, tepatnya 61%, memosisikan Islam sebagai objek (lihat diagram 5).

Seperti halnya temuan Imamah (2019), studi komunikasi Islam (dalam hal ini disempitkan menjadi Komunikasi dan Penyiaran Islam) mempunyai keragaman paradigma yang digunakan. Pada konteks penyediaan perspektif Islam dalam lapangan komunikasi, wacana komunikasi Islam dapat dibilang berjalan di tempat. Ini dikarenakan Islam hanya dimaknai oleh sebagian besar penulis sebagai objek

terjadinya peristiwa komunikasi dan bukan merupakan perspektif integral yang melihat peristiwa komunikasi.

Islam di pandangan sarjana PT Umum memiliki kecenderungan sebagai objek tanpa menjadi perspektif, meskipun mereka mengklaim telah memosisikan Islam sebagai perspektif. Contohnya adalah artikel berjudul “Sowan Kyai, Komunikasi Perspektif Masyarakat Islam-Jawa” (Zuliansyah et al., 2017). Meskipun dalam judulnya para penulis menyebutkan Jawa-Islam sebagai perspektif, tetapi arah tulisannya malah membicarakan Islam dalam perdebatan antara perspektif barat vs Asia/Indonesia. Ini meletakkan Islam berada di posisi “non barat”, sehingga menjadikannya sebagai perspektif yang berada dalam interaksi dua budaya yang berbeda.

Kecenderungan meletakkan Islam sebagai konteks budaya ini lumrah terjadi di kalangan sarjana PT Umum. Selain karya Rahmat Kriyantono yang telah kami singgung di pendahuluan tulisan ini, kita dapat mengamati kecenderungan ini pada karya sarjana komunikasi dari PT Umum lainnya misalnya Deddy Mulyana.

Pada tahun 1999, Deddy Mulyana mempublikasikan ‘Nuansa-nuansa Komunikasi’ yang di dalamnya disinggung cabang-cabang ilmu komunikasi yang telah dan akan ada dalam ilmu komunikasi. “Komunikasi Politik misalnya berimpitan dengan ilmu politik...komunikasi transedental –meskipun baru sekadar konsep– dengan bidang agama, karena itu tidak usah heran bila artikel “Quran sebagai Pesan Komunikasi Tuhan” dalam buku ini lazimnya kita temukan dalam buku agama” (Mulyana, 2005). Dalam buku itu pula, Deddy Mulyana kemudian banyak menterjemahkan Islam dengan bahasa komunikasi. Misalnya dalam Komunikasi Transedental Islam, tanda Tuhan dalam Islam adalah ‘ayat’; Dakwah Islam sebagai ‘tindakan persuasi’; juga Quran sebagai ‘pesan komunikasi Tuhan’. Ketiga tulisan tersebut dikategorikannya dalam bab “Komunikasi Lintas Budaya, Komunikasi Keluarga dan Komunikasi Agama”. Dalam penjelasannya tentang dakwah, Mulyana sama sekali tidak menyinggung riuh rendah studi dakwah. Artinya Mulyana melihat dakwah dalam kacamata yang ia miliki, yakni Islam/dakwah sebagai satu nuansa (konteks) dalam komunikasi. Pada 2002, Mulyana

meneguhkan pandangan antar-budaya ini dalam paper berjudul *Bridging Islam and the West: Toward the Development of Intercultural Understanding* yang dipresentasikan dalam Konferensi di Bandung dan dipublikasikan oleh Jurnal Mediator pada 2003. Kendati mengambil judul menjembatani Islam dan Barat, Mulyana melihat Islam hanya sebagai konteks dari komunikasi antar-budaya-nya (Mulyana, 2003).

Lebih jauh, riset ini menunjukkan bahwa Islam dalam kerangka integrasi Islam dan studi komunikasi masih banyak dipahami sebagai aturan normatif. Sebagaimana temuan yang dijelaskan sebelumnya, sebanyak 23% (54 artikel) dalam 5 tahun publikasi hanya berusaha melihat Islam sebagai tatanan normatif. Banyaknya analisis seperti ini dalam penelitian komunikasi menunjukkan bahwa integrasi Islam dan studi komunikasi masih berkelindan dalam apa yang disebut Kuntowijoyo (2018) sebagai ‘tradisi Islam normatif’. Tradisi normatif adalah ketika perspektif keilmuan Islam membahas masalah perilaku-perilaku normatif. Islam, dalam hal ini, hanya diperlakukan sebagai instrumen untuk mengatur tata-krama individu.

Contoh dari penelitian model ini adalah artikel berjudul Etika Komunikasi Islam Masyarakat Muslim yang Diterapkan dalam Masyarakat Multi Agama di Desa Sukoreno Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember (Iman, 2020). Artikel ini tampaknya berupaya mendiskusikan apa yang terjadi di Desa Sukoreno Jember yang terdiri dari berbagai macam agama. Artikel ini berupaya masuk pada *field* komunikasi antar budaya. Tetapi, pada akhirnya artikel ini hanya membicarakan bagaimana perilaku normatif warga Islam menyikapi perbedaan agama. Misalnya “saling menghargai”, “berbicara apa adanya dan tidak berlebihan”.

Contoh lain adalah artikel berjudul “Pespektif Komunikasi dalam Islam; Sebuah Tinjauan dalam Proses Pengembangan Diri” (Widaningsih, 2019). Meski artikel ini berupaya mengetengahkan ‘perspektif Islam’ dalam komunikasi di judulnya, artikel ini sama sekali tidak terlihat mengenalkan perspektif dalam isinya. Ia malah merujuk pada aturan-aturan normatif dalam berkomunikasi.

Widaningsih mengurai bahwa dalam perspektif Islam, komunikasi di samping untuk mewujudkan hubungan secara vertikal

dengan Allah Swt, juga untuk menegakkan komunikasi secara horizontal terhadap sesama manusia. Ia lalu menyatakan bahwa:

Berbagai literatur tentang komunikasi dalam Islam dapat ditemukan setidaknya enam jenis gaya bicara atau pembicaraan (qaulan) yang dikategorikan sebagai kaidah, prinsip, atau etika komunikasi Islam, yakni (1) Qaulan Sadida, (2) Qaulan Baligha, (3) Qaulan Ma'rufa, (4) Qaulan Karima, (5) Qaulan Layinan, dan (6) Qaulan Maysura (Widaningsih, 2019).

Widaningsih melakukannya tanpa menyebut rujukan akademis yang ia gunakan dalam mengkategorikan tipe Qaulan ini. Artikelnya lalu diisi dengan penjelasan normatif mengenai komunikasi.

Dari fakta ini kita dapat menyimpulkan bahwa upaya menuliskan mengenai persilangan antara komunikasi dan Islam di Indonesia biasanya tanpa disertai dengan perdebatan teoretis tentang bagaimana Islam. Tidak ada debat akademis sebagaimana kita temukan dalam debat yang diajukan oleh Khiabany (2003) kepada gagasan perspektif Islam dalam komunikasi yang diusung oleh Hamid Mowlana (2007).

Lebih jauh, bahwa Islam dalam artikel komunikasi Islam di Indonesia memang beragam. Tetapi mayoritas interpretasi Islam dalam tulisan-tulisan tersebut justru diisi oleh perspektif komunikasi PT Umum yang seringkali memperlakukan Islam sebagai objek, ketimbang perspektif. Jikapun Islam dibicarakan dalam studi komunikasi ia dimaknai sebagai sistem aturan atau perilaku yang banyak menyinggung tentang sopan santun dan aturan normative dalam berkomunikasi.

Integrasi Islam dan Komunikasi berdasarkan Institusi Formal Studi Komunikasi

Penelitian ini tidak setuju dengan pandangan bahwa komunikasi Islam adalah medan yang hanya diperuntukkan bagi sarjana di Perguruan Tinggi di bawah Kemenag (PTAI). Secara khusus penelitian ini bukan bermaksud untuk mendefinisikan komunikasi Islam sebagai hanya dakwah atau bidang kaji yang ada di dalam departemen/program studi di bawah payung Kemenag. Asumsi dasar penelitian ini melihat bahwa 'Komunikasi Islam' dianggap sebagai

tema yang wajar muncul bagi sarjana komunikasi perguruan tinggi non-kemenag dan kemenag di Indonesia. Islam adalah faktor penting dalam setiap peri kehidupan di Indonesia, termasuk kehidupan berkomunikasi atau bermedia di Indonesia.

Berdasarkan temuan data, pembahasan komunikasi Islam tidak hanya milik para sarjana yang berafiliasi dengan PTAI. Meski memang, jumlah penulis yang berafiliasi dengan PTAI masih dominan jumlah 154 artikel atau sekitar 68% dari keseluruhan artikel sepanjang lima tahun, tetapi 53 artikel (23%) yang ada ditulis oleh berafiliasi pada PT Umum. Hal ini menguatkan asumsi dasar penelitian ini bahwa bidang komunikasi Islam tidak hanya milik para sarjana dengan afiliasi Kemenag, tetapi juga menjadi bidang yang menjadi *concern* dari PT Umum atau non-keagamaan.

Ada beberapa catatan, dalam upaya sarjana PT Umum, ketika ia membahas ‘komunikasi Islam’. *Pertama*, sebagian besar sarjana PT Umum seringkali melihat Islam sebagai objek/konteks terjadinya komunikasi. *Kedua*, sangat jarang PT Umum ini menyebut atau mendiskusifkan wacana studi komunikasi Islam/dakwah dalam studinya. Artinya Islam dilihat sebagai entitas yang stagnan, atau paling banter, dilihat sebagai dinamika sebuah kultur belaka.

Sarjana PT Umum jarang sekali berupaya, seperti apa yang digagas oleh sarjana Islam, membicarakan Islam sebagai perspektif dalam komunikasi. Meski demikian, partisipasi sarjana PT Umum ini memperluas pembahasan soal komunikasi Islam, misalnya ke bidang politik, film dan seterusnya. Kehadiran mereka juga penting dalam meragamkan metode penelitian, sebab mayoritas sarjana di bawah PTAI cenderung menggunakan studi literatur.

Ada sebuah catatan menarik dalam membicarakan keterkaitan afiliasi penulis (juga jurnal) dengan bagaimana posisi penulis dalam memposisikan Islam dalam komunikasi. Terutama institusi dengan identitas Islam, tetapi menginduk pada Kemendikbud. Misalnya Universitas Islam Indonesia, Universitas Ibnu Khaldun, atau bahkan Universitas Darussalam Gontor yang dibentuk berdasarkan eksistensi pesantren. Pertanyaan yang menarik adalah adakah hubungan identitas

keislaman dan juga pengetahuan ini dengan cara menampilkan Islam dalam pembahasan komunikasi Islam?

Faktanya tidak ada hubungan yang signifikan antara identitas tersebut dengan cara menampilkan Islam dalam realitas komunikasi Islam. Maksudnya, gagasan para penulis tersebut mirip dengan PT Umum, cenderung memosisikan Islam sebagai objek dan menampilkan ‘komunikasi modern’ sebagai perspektif untuk membaca sebuah realitas komunikasi.

Misalnya adalah artikel berjudul “BIMWIN Sebagai Strategi Komunikasi Bimas Islam Kabupaten Ponorogo Dalam Mencegah Perceraian” (Luthfi & Rifa’i, 2018). Penelitian ini, menurut kedua penulis, bertujuan untuk mengetahui BIMWIN sebagai strategi komunikasi Bimas Islam Kabupaten Ponorogo dalam mencegah perceraian. Hal yang kemudian mereka cari adalah bagaimana pemetaan komunikasi, bagaimana strategi penyampaian pesan, media apa yang digunakan dan kemudian bagaimana strategi pemilihan komunikator dalam BIMWIN.

Dari gambaran tersebut, kita dapat mengetahui bahwa tidak ada perspektif Islam yang digunakan dalam melihat strategi komunikasi BIMWIN. Bahkan mereka tidak merujuk sama sekali rujukan yang disediakan oleh studi komunikasi Islam atau dakwah. Dengan demikian, identitas keislaman tidak lalu mendorong mereka untuk dekat dengan wacana komunikasi Islam atau bahkan menjadikan Islam sebagai perspektif.

Hal lain yang menjadi catatan dari upaya pembahasan komunikasi Islam oleh penulis berdasarkan afilisasinya ini adalah tidak adanya dialog antara sarjana komunikasi Islam dari PT Umum dan PTAI. Keduanya menjadi objek dari struktur akademisnya masing-masing. Misalnya PT Umum cenderung untuk merujuk buku-buku yang diproduksi oleh PT Umum. Hanya sedikit yang berupaya untuk membaca dan merujuk buku-buku yang diproduksi oleh PTAI.

Simpulan

Artikel ini telah menunjukkan bahwa interpretasi Islam dalam artikel ilmiah perihal komunikasi Islam yang dipublikasikan di

Indonesia memang beragam. Hanya saja, mayoritas interpretasi Islam dalam tulisan-tulisan tersebut masih menggunakan perspektif komunikasi yang seringkali memperlakukan Islam sebagai “objek”, ketimbang “perspektif”. Meski Islam didiskusikan dalam studi komunikasi, namun cenderung dimaknai sebagai sistem aturan atau perilaku yang banyak menyinggung tentang sopan santun dan aturan normatif dalam berkomunikasi. Terkait dengan perbandingan jumlah penulis yang berafiliasi dengan Kemenag (PTAI) dan Kemendikbud (PTU) masih cukup berimbang, yakni penulis dari PTAI 67%, sedangkan sisanya dari penulis dari PTU.

Keterbatasan dari penelitian ini adalah karena data yang dianalisis hanya bertumpu pada artikel jurnal yang terindeks dalam situs Garuda Ristekbrin. Padahal tidak semua jurnal terindeks dalam situs tersebut. Darisini, perlu kiranya dilakukan studi lebih lanjut dengan obyek penelitian yang lebih luasterkait dengan publikasi studi komunikasi Islam. Metode analisis isi kuantitatif deskriptif dalam studi ini hanya mendeskripsikan sebaran dan konfigurasi artikel bidang komunikasi Islam. Perlu kiranya dilakukan studi analisis wacana agar mampu menjelaskan relasi studi komunikasi dan Islam secara mendalam.

Referensi

- Andriani, F. (2019). Perkembangan Etika Komunikasi Islam dalam Bermedia Sosial. *Jurnal At-Tabsyir*, 6(1), 55–73.
- Basit, A. (2016). Konstruksi Ilmu Komunikasi Islam. *Jurnal Penelitian Agama*, 17(1).
- Buehler, M., & Muhtada, D. (2016). Democratization and the diffusion of shari’a law: Comparative insights from Indonesia. *South East Asia Research*, 24(2), 261–282.
- Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana.

- Dewi, M. S. R. (2019). Islam dan Etika Bermedia (Kajian Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial Instagram dalam Perspektif Islam). *Research Fair Unisri*, 3(139–142).
- Dhona, H. R. (2020). *Komunikasi Profetik: Perspektif Profetika Islam dalam Komunikasi*. UII Press.
- Diamant, J. (2019). *The Countries with the 10 Largest Christian Populations and the 10 Largest Muslim Populations*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/04/01/the-countries-with-the-10-largest-christian-populations-and-the-10-largest-muslim-populations/>
- Garuda. (2021). *Komunikasi Islam*. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents?q=komunikasi+islam>
- Hadiati. (2017). Komunikasi Dakwah Wahdah Islamiyah di Sulawesi Selatan. *Komunikasi Islam*, 6(1), 29–64. <https://doi.org/10.15642>
- Halik, A. (2019). Reintegrasi Tradisi Islam dan Ilmu Sosial-Humaniora (Komparasi Riset Komunikasi Islam dan Kajian Sejarah). *Jurnal Komodifikasi*, 7(1), 45–57.
- Hamiruddin. (2019). Peran Komunikasi Islam dalam Menyikapi Isu Terorisme di Indonesia. *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, 6(2), 57–66.
- Hefni, H. (2014). Perkembangan Ilmu Komunikasi Islam. *Jurnal Komunikasi Islam*, 4(2).
- Hefni, H. (2017). *Komunikasi Islam*. Prenada Media Group.
- Heryanto, A. (2015). *Identitas dan Kenikmatan: Politik Budaya Layar Indonesia (Trans. Eric Sasono)*. Kepustakaan Populer Gramedia.
- Imamah, F. M. (2019). Tren Kajian Komunikasi Islam di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Islam*, 9(1), 82–104.
- Iman, M. S. (2020). Etika Komunikasi Islam Masyarakat Muslim Yang Diterapkan dalam Masyarakat Multi Agama di Desa Sukoreno Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember. *Indonesian Journal of Islamic Communication*, 3(2), 273–294.

- Khiabany, G. (2003). De-Westernizing media theory, or reverse Orientalism: 'Islamic communication' as theorized by Hamid Mowlana. *Media, Culture and Society*, 25(3).
- Kriyantono, R. (2019). *Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi Filsafat dan Etika Ilmunya Serta Perspektif Islam*. Prenada Media Group.
- Kuntowijoyo. (2017). *Dinamika Sejarah Umat Islam Indonesia*. IRCiSoD.
- Kuntowijoyo. (2018). *Muslim Tanpa Masjid*. IRCiSoD.
- Luthfi, M., & Rifa'i, M. (2018). BIMWIN Sebagai Strategi Komunikasi Bimas Islam Kabupaten Ponorogo Dalam Mencegah Perceraian. *Komunikasi*, 12(2), 87–96.
- Mowlana, H. (2007). Theoretical Perspectives on Islam and Communication. *China Media Research*, 3(4), 23–33.
- Mulyana, D. (2003). Bridging Islam and the West: Toward the Development of Intercultural Understanding. *Mediator*, 4(2), 307–3014.
- Mulyana, D. (2005). *Nuansa-nuansa Komunikasi: Meneropong Politik dan Budaya Komunikasi Masyarakat Kontemporer*. PT Remaja Rosdakarya.
- Risnayanti, B., & Cangara, H. (2011). Jilbab sebagai Simbol Komunikasi Di Kalangan Mahasiswa Universitas Hasanuddin. *Kareba: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2).
- Sirodzuiddin, D. (2017). Komunikasi Islam (Review buku). *Komunikasi Islam*, 6(1), 187–191.
- Stempel III, H. G. (1983). *Analisis Isi* (Trans. Jalaluddin Rakhmat & Arko Kasta Sukatendel). Arai Komunikasi.
- Suhaimi. (2013). Integrasi Dakwah Islam dengan Ilmu Komunikasi. *Miqot: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 37(1).
- Syahputra, I. (2017). *Paradigma Komunikasi Profetik: Gagasan dan Pendekatan*. Simbiosis Rekatama Media.

- Wahidar, T. I. (2016). Perilaku Komunikasi Pengguna Jilboobs dalam Pembentukan Identitas Diri: Studi Komparatif pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan Universitas Islam Sumatera Utara Medan. *Jurnal Simbolika*, 2(1).
- Widaningsih, S. (2019). Pespektif Komunikasi dalam Islam (Sebuah Tinjauan dalam Proses Pengembangan Diri). *Jurnal Komversal*, 1(2).
- Zuliansyah, M. A., Antoni, & Suryadi. (2017). Sowan Kyai, Komunikasi Perspektif Masyarakat Islam-Jawa. *Jurnal Komunikator*, 9(2), 95–103.