

ISSN: 2252 - 3022

Volume II, No. 4, Desember 2014

Mawā'izh

Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan

ARKEOLOGI DAN KARAKTERISTIK GERAKAN
FUNDAMENTALISME

Rosidi

REFORMASI ALAM MELALUI
NILAI-NILAI SUFISTIK (GNOSTIK)

Irawan

KEPRIBADIAN DALAM PERSPEKTIF SOSIOLOGI

Adnan

POLA DAKWAH MUSLIMAH
(Masa Rasulullah dan Masa Kontemporer)

Kartika Sari

ISSN: 2252 - 3022



9 786028 689632



Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Syaikh Abdurrahman Siddik
Bangka Belitung

المؤمنون

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



Mawā'izh

Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan

Mawā'izh

Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan

ISSN; 2252-3022

Vol, II, No. 4 Desember 2014



Alamat Redaksi Jurnal Mawā'izh
Jl. Raya Petaling KM. 13 Kecamatan
Mendo Barat Kabupaten Bangka
Provinsi Bangka Belitung
Telp. (0274) 439132
Email: stain32_sasbabel@yahoo.co.id

Terbit 2dua kali dalam satu tahun

Susunan Redaksi Jurnal
Mawā'izh

Penanggung Jawab
Zayadi

Pemimpin Redaksi
Hadarah

Editor
Rada

Desain Grafis
Ahmad Fadholi

Sekretaris
Umi Asih Asnah Zubaidah

PENGANTAR REDAKSI



Segala puji ke hadirat Allah Subhanahu Wata'ala karena dengan izin-Nya pula jurnal Mawā'izh, Jurnal dakwah dan pengembangan sosial kemanusiaan Vol. II, No. 4 Desember 2014 dapat menjelma menjadi kenyataan ke hadapan kita semua. Dalam jurnal volume kedua ini, dihadirkan sepuluh artikel dengan beragam pembahasan mengenai wacana-wacana keislaman secara global.

Artikel pertama membahas wacana tentang arkeologi dan karakteristik gerakan fundamentalisme. Fundamentalisme merupakan salah satu gerakan keagamaan yang sangat populer ketika memasuki milenium ketiga ini. Fenomena fundamentalisme kerap kali dihubungkan dengan sikap keberagaman yang eksklusif dan absolut, tertutup, intoleran, dan terkadang mengklaim kebenaran sendiri seraya menolak kebenaran pihak lain. Para kaum fundamentalis merasa yakin bahwa mereka berjuang di bawah panji-panji Tuhan dalam rangka membela kehendak dan ajaran-ajaran Tuhan, serta melawan siapapun yang berusaha menentangnya. Gerakan fundamentalisme sebenarnya bukan hanya terdapat dalam agama monoteisme saja, seperti Islam, Kristen, dan Yahudi, melainkan juga terdapat beragam fundamentalis dalam Budha, Hindu, dan Kong Hu Cu. Karena itu, artikel ini akan menelusuri beberapa persoalan yang mencakup makna fundamentalisme; akar historis dan teologis gerakan fundamentalisme; karakteristik gerakan-gerakan fundamentalisme; tipologi fundamentalisme sejak era pra-modern hingga era modern; serta sekilas program-program gerakan fundamentalisme.

Artikel kedua mengkaji tentang studi ritual Islam: praktik ritual dalam Islam. Studi Islam dan studi agama juga akan menelusuri "pernik-pernik" ritual Islam dan ritual agama dalam masyarakat. Melalui studi Islam, akan mengungkapkan semua itu dengan pendekatan-pendekatan normativitas, historisitas, fenomenologi,

ritual bagi seorang muslim, dan merupakan salah satu indikator terpenting dalam prinsip bipolaritas dalam Islam. Sebagai contoh, al Qur'an banyak menyebutkan hal-hal yang berlawanan seperti, *ashâb al yamîn* (kanan), sebagai lambang kesucian dan *ashâb al yasâr* (kiri), sebagai lambang polusi. Artinya, kebahagiaan dan kesejahteraan berasal dari sebelah kanan, sementara efek-efek yang buruk berasal dari sebelah kiri. Ritual Islam (ritual agama) sangat erat hubungannya dengan tingkat kepercayaan seseorang terhadap agama yang dianutnya. Semakin tinggi tingkat kepercayaan seseorang, akan semakin tinggi pula nuansa ritual keagamaannya. Pola ritualnya sangat tergantung pula dengan pengetahuan yang diterima dari guru atau apa yang dipelajarinya. Islam mengajarkan kepada seluruh penganutnya untuk melaksanakan ritual agama sesuai dengan petunjuk (teks al-Qur'an dan al-hadits).

Sedangkan artikel ketiga menyoroti tentang reformasi alam melalui nilai-nilai sufistik. Artikel ini berangkat dari kegelisahan bahwa konsep *sustainable development* berbasis sains modern sebagai solusi krisis lingkungan hanya mampu menekankan dimensi fisik ekonomi, sosial, *ecology* dan mengabaikan dimensi spiritualitas agama. Sementara, agama rahmat bagi semesta alam (Islam) memiliki kontribusi positif terhadap konsep *sustainable development* sains modern dalam dua tingkatan, *pertama* sebagai *guiding principles* yang bersumber dari *ecotheology* dan kosmologi sakral dengan prinsip *tawhid* (*unity of all creation*), *amânah-khalîfah* (*trustworthiness* dan *moral leadership*), dan *akhirah* (*responsibility*), *Kedua* sebagai *practical norms* berupa etika lingkungan praktis baik etika terhadap hewan, tumbuhan, maupun terhadap makhluk lainnya.

Sementara itu, artikel keempat melakukan eksposisi mengenai rekonstruksi teologi Islam. Salah satu wacana yang sangat fundamental dalam agama Islam adalah persoalan teologi. Secara historis-sosiologis, teologi Islam atau yang seringkali disebut juga dengan ilmu kalam atau ilmu tauhid, sejatinya seperti ilmu-ilmu yang lain, tidak lain dan tidak bukan merupakan rumusan sistematis keprihatinan dan pergumulan pemikiran manusia tentang persoalan-persoalan ketuhanan yang terjadi pada era dan panggung sejarah tertentu yang bersifat spesifik. Meskipun sering juga disebut-sebut bahwa sumber primer dan mata air teologi atau ilmu kalam adalah wahyu, namun konsepsi, rumusan-

lebih rancang bangun epistemologi keilmuannya tidak lain merupakan hasil kreasi manusia semata. Karenanya, tulisan ini mengeksplorasi makna teologi, akar historis lahirnya teologi Islam dan akan dihadirkan kritik (dekonstruksi) Hasan Hanafi terhadap konstruksi teologi klasik sekaligus rekonstruksi teologis Islam yang baru.

Selanjutnya artikel kelima mengeksplorasi wacana tentang gerakan Jama'ah Tabligh dalam mengimplementasikan pembacaan mereka terhadap kitab suci. Munculnya berbagai gerakan Islam yang melahirkan organisasi seperti Majelis Mujahidin Indonesia (MMI), Front Pembela Islam (FPI), Laskar Jihad, Hizbut Tahrir Indonesia (HTI), dan Jama'ah Tabligh (JT) tidak bisa dilepaskan dari cara memaknai dalil-dalil teks suci. Jama'ah Tabligh sebagai salah satu gerakan keagamaan yang menggeluti dunia dakwah tidak asing lagi bagi masyarakat kita. Dengan menghindari ilmu-ilmu fiqh dan aqidah yang sering dituding sebagai 'biang pemecah belah umat', organisasi keagamaan ini membuat dakwah menjadi populer dan mudah diterima masyarakat berbagai lapisan. Meski demikian, pro dan kontra tentang mereka pun meruak. Salah satunya adalah aspirasi untuk menelusuri konsep pemahaman ajaran keagamaan mereka dengan merujuk kepada kitab suci serta cara mereka memahami kitab suci itu sendiri.

Artikel keenam berupaya membingkai tentang kepribadian dalam perspektif sosiologi. Mengkaji kepribadian (*personality*), merupakan salah satu kajian dalam ilmu psikologi yang lahir berdasarkan pemikiran, kajian atau temuan-temuan (hasil praktik penanganan kasus) para ahli. Objek kajian kepribadian adalah *human behavior*, mengkaji perilaku manusia terkait dengan apa, mengapa, dan bagaimana perilaku tersebut. Hasil pemikiran dan temuan para ahli ternyata beragam, sehingga melahirkan teori-teori yang beragam pula. Adanya keberagaman tersebut sangat dipengaruhi oleh aspek personal (refleksi kepribadian), kehidupan beragama, lingkungan sosial budaya, dan filsafat yang dianut teori tersebut. Kepribadian tidak terlepas dari interaksi sosial baik individu maupun kelompok yang selalu mengajak seseorang untuk beradaptasi dalam lingkungan, baik lingkungan tempat tinggalnya maupun lingkungan di luar tempat tinggalnya sendiri.

Kemudian artikel selanjutnya mendiskusikan tentang wacana pola dakwah muslimah dengan menelusuri era Rasulullah

Saw dan masa kontemporer. Dalam tulisan ini, pengkajian pola dakwah muslimah masa Rasulullah dan masa kontemporer memiliki urgensi dan relevansi bagi perkembangan dakwah saat ini. Dengan menggunakan pendekatan historis, komparasi pola dakwah muslimah masa Rasulullah dengan masa kontemporer menunjukkan berbagai persamaan pola dengan masa kontemporer. Perbedaan mendasar diantara kedua pola dakwah pada kedua masa tersebut lebih kepada pesatnya kemajuan teknologi informasi dan tantangan yang semakin kompleks, sehingga menuntut penggunaan pola dakwah yang tepat sesuai dengan perkembangan zaman dengan tidak meninggalkan sejarah sebagai mata rantainya.

Artikel kedelapan menyajikan wacana mengenai sumber perekat dan pembentukan kearifan lokal. Secara teologis, perilaku manusia memang disandarkan pada ajaran agama. Namun secara sosiologis, psikologis, dan antropologis, manusia dalam perkembangan sejarahnya, tidak dapat melepaskan diri dari adat, adat istiadat, norma dan hukum. Oleh karena itu, sumber dan pembentuk kearifan lokal tidak dapat dilepaskan dari agama, adat, norma, hukum, termasuk adat istiadat yang berlaku pada suatu komunitas lokal dan atau komunitas yang lebih besar, seperti konvensi yang disepakati secara bersama. Tulisan ini mencoba mengulas sumber-sumber perekat dan pembentukan kearifan lokal sebagai norma yang berlaku dalam masyarakat. Sumber-sumber tersebut berupa agama, adat, norma, dan hukum. Tulisan ini dihadirkan berupa gagasan konseptual yang didasarkan pada perspektif empirik kehidupan umat manusia.

Artikel kesembilan menyangkan tentang wacana komunikasi Islam intersubjektif dalam perspektif trilogi relasionisme. Dengan pendekatan trilogi relasionisme dalam filsafat keilmuan (subjek-SUBJEK, subjek-subjek, dan subjek-objek), artikel ini mengkaji tiga model pertautan komunikasi dalam Islam, yaitu komunikasi transendental (komunikasi subjek-SUBJEK), komunikasi humanisme atau intersubjektif (komunikasi subjek-subjek), dan komunikasi mekanik (komunikasi subjek-objek). Perpaduan tiga jenis komunikasi ini oleh penulis disebut sebagai komunikasi "ruang ketiga" atau komunikasi Islam Indonesia.

Artikel terakhir berusaha menjelajahi wacana sekularisasi dalam pandangan Nurcholish Madjid. Artikel ini menguraikan strategi dakwah Nurcholish Madjid yang berbeda dengan tokoh-

tokoh Islam lainnya pada masa Orde baru. Dia mengemukakan gagasan sekularisasi yang bermakna tidak sakralnya partai politik. Dengan demikian, umat Islam bebas memilih partai apa saja asalkan memperjuangkan nilai-nilai keislaman, seperti keadilan, toleransi, keterbukaan, saling menghargai, dan lain sebagainya. Umat Islam tidak perlu merasa kurang keislamannya apabila tidak memilih partai Islam. Dengan tidak dibatasinya umat Islam dalam memilih partai, maka tidak ada lagi pengkotak-kotakan partai. Artinya, semua partai bisa dimasuki oleh umat Islam. Hasilnya dakwah Islam dapat menyentuh semua golongan. Umat Islam dapat berdakwah di mana saja tanpa bisa dibatasi sehingga Islam menjadi milik semua. Konsep sekularisasi ini membawa perubahan positif dalam pemerintahan Orde Baru terhadap Islam. Berkat konsep ini umat Islam lebih diperhatikan oleh pemerintah. Bahkan, pemerintah mendukung kepentingan umat Islam dengan mendirikan masjid-masjid dan mengirimkan ribuan dai (pendakwah) ke pelosok-pelosok negeri Indonesia.

TIM Redaksi

DAFTAR ISI



Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi	xi
ARKEOLOGI DAN KARAKTERISTIK GERAKAN FUNDAMENTALISME	
✍ Rosidi.....	197-217
STUDI RITUAL ISLAM PRAKTIK RITUALDALAM ISLAM (Islam Resmi dan Islam Populer)	
✍ Abd. Ghoffar Mahfuz	219-238
REFORMASI ALAM MELALUI NILAI-NILAI SUFISTIK (GNOSTIK)	
✍ Irawan	239-255
REKONSTRUKSI TEOLOGI ISLAM	
✍ Zaprul Khan	257-274
MEMBUMIKAN AL-QURAN (Telaah Terhadap Pemikiran Jama'ah Tabligh)	
✍ Basri.....	275-293
KEPRIBADIAN DALAM PERSPEKTIF SOSIOLOGI	
✍ Adnan.....	295-308
POLA DAKWAH MUSLIMAH (Masa Rasulullah dan Masa Kontemporer)	
✍ Kartika Sari.....	309-326

halaman ini tidak sengaja dikosongkan

✍ Janawi..... 327-344

KOMUNIKASI ISLAM INTERSUBJEKTIF (Perspektif
Trilogi Relasionisme)

✍ Waryani Fajar Riyanto 345-366

SEKULARISASI DALAM PANDANGAN NURCHOLISH
MADJID: STRATEGI DAKWAH MEMPERJUANGKAN
KEPENTINGAN UMAT ISLAM PADA MASA ORDE BARU

✍ Jamilludin Ali..... 367-386

ARKEOLOGI DAN KARAKTERISTIK
GERAKAN FUNDAMENTALISME

Rosidi¹

Abstrak

Fundamentalisme merupakan salah satu gerakan keagamaan yang sangat populer ketika memasuki milenium ketiga ini. Fenomena fundamentalisme kerap kali dihubungkan dengan sikap keberagamaan yang eksklusif dan absolut, tertutup, intoleran, dan terkadang mengklaim kebenaran sendiri seraya menolak kebenaran pihak lain. Para kaum fundamentalis merasa yakin bahwa mereka berjuang di bawah panji-panji Tuhan dalam rangka membela kehendak dan ajaran-ajaran Tuhan, serta melawan siapapun yang berusaha menentangnya. Gerakan fundamentalisme sebenarnya bukan hanya terdapat dalam agama monoteisme saja, seperti Islam, Kristen, dan Yahudi, melainkan juga terdapat beragam fundamentalisme dalam Budha, Hindu, dan Kong Hu Cu. Karena itu, artikel ini akan menelusuri beberapa persoalan yang mencakup makna fundamentalisme; akar historis dan teologis gerakan fundamentalisme; karakteristik gerakan-gerakan fundamentalisme; tipologi fundamentalisme sejak era pra-modern hingga era modern; serta sekilas program-program gerakan fundamentalisme.

Kata Kunci: fundamentalisme, gerakan, Islam, Kristen

A. Pendahuluan

Fundamentalisme merupakan suatu istilah yang polemikal bukan hanya bagi para ilmuwan tapi juga bagi umat beragama. Ada sebagian orang yang cenderung melihat fundamentalisme dalam makna yang peyoratif atau negatif. Ada juga yang bangga dengan sebutan itu, karena fundamentalisme dianggap sebagai kehormatan. Sebab secara harfiah dapat diartikan sebagai orang atau kelompok yang taat dan patuh pada doktrin dan ajaran agamanya. Namun

¹ Dosen STAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka-Belitung.

- Agus, Bustanuddin. *Agama dalam Kehidupan Manusia*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.
- Davis, Kingsley. *Human Society*. New York: The macmillan Company, 1949.
- Harsojo. *Pengantar Antropologi*. Jakarta: Bina Cipta, 1982.
- Koentjaraningrat. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Aksara baru, 1985.
- Nottingham. "Religion and Society". Terj. Naharong. *Agama dan Masyarakat*. Jakarta: Raja Grafindo Persada: 2002.
- Poerwanto, Hadi. *Kebudayaan dan Lingkungan dalam Perspektif Antropologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Radcliffe. "Primitive Law" dalam *Encyclopaedia of the Social and Sciences*. 1993.
- Roberston, Roland (ed.). *Agama dalam Analisa dan Interpretasi Sosiologis*. Terj. Saifuddin dan Ahmad Fedyani. Jakarta: Rajawali Pers, 1988.
- Ranjabar, Jacobus. *Sistem Sosial Budaya Indonesia: Suatu Pengantar*. Bandung, ALFABETA, 2013.
- Smith, Huston. *Agama-Agama Manusia* (terjemahan). Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2008.
- Sztompka, Piotr. "The Sociology of Social Change". Terj. Alimandan. *Sosiologi Perubahan Sosial*. Jakarta: Media Prenada Hroup, 2011.

**KOMUNIKASI ISLAM INTERSUBJEKTIF
(Perspektif Trilogi Relasionisme)**

Waryani Fajar Riyanto¹

Abstrak

Dengan pendekatan trilogi relasionisme dalam filsafat keilmuan (subjek-SUBJEK, subjek-subjek, dan subjek-objek), artikel ini mengkaji tiga model pertautan komunikasi dalam Islam, yaitu komunikasi transendental (komunikasi subjek-SUBJEK), komunikasi humanisme atau intersubjektif (komunikasi subjek-subjek), dan komunikasi mekanik (komunikasi subjek-objek). Perpaduan tiga jenis komunikasi ini penulis sebut sebagai komunikasi "ruang ketiga" atau komunikasi Islam Indonesia.

Kata Kunci: komunikasi, Islam, intersubjektif

A. Pendahuluan: Komunikasi (Islam)

Komunikasi dapat dijelaskan secara singkat sebagai penyampaian pesan dari komunikator sebagai subjek kepada komunikan sebagai objek melalui media. Pesan disampaikan oleh komunikator kepada komunikan agar terjadi persamaan persepsi antara keduanya. Pesan itu juga disampaikan agar isi pesan atau informasi yang disampaikan oleh komunikator dapat diserap oleh komunikan.² Dengan kata lain, prinsip dasar komunikasi, apapun embel-embel namanya, Islam, Kristen, dan Nasrani, minimal harus melibatkan subjek (komunikator) dan objek (komunikan). Secara

¹Dosen STAIN Pekalongan. Email: fishumoye@yahoo.com.

²Harold D. Lasswell, "The Structure and Function of Communication in Society", dalam Wilbur Schram, *Mass Communication* (ttp.: University of Illinois, 1966), hlm. 12.

etimologis, istilah *komunikasi* berasal dari bahasa latin *communicatio* dan perkataan ini bersumber pada *communis*. Arti *communis* di sini adalah *sama*, dalam arti kata *sama makna*, yaitu sama makna mengenai suatu hal.³ Karena yang diharapkan dalam keberhasilan komunikasi adalah *equal*, maka yang diperlukan adalah munculnya sikap *inter-standing*, tidak hanya *under-standing*. Perkataan *communis* juga berarti *milik bersama* atau *berlaku di mana-mana*, sehingga *communis opinio* mempunyai arti *pendapat umum* atau *pendapat mayoritas*.⁴

Banyak lagi definisi yang dikemukakan oleh para pakar mengenai *komunikasi*, di antaranya adalah: *Pertama*, komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator/subjek) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lainnya (khalayak)–Hovlasnd, Jenis & Kelly, 1953; *Kedua*, komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain. Melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka, dan lain-lain–Berelson & Steiner, 1964; *Ketiga*, komunikasi adalah suatu proses yang membuat sesuatu dari semula yang dimiliki oleh seseorang (monopoli seseorang) menjadi dimiliki dua orang atau lebih–Gode, 1959.⁵ Dari sekian definisi yang dikemukakan oleh para ahli, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh subjek kepada objek atau subjek lain.

Dalam perspektif Islam, paradigma komunikasi Islam(i),⁶ di

³Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik* (Bandung: Rosdakarya, 2004), hlm. 3-4.

⁴Astrid S. Susanto, *Komunikasi dalam Teori dan Praktik I* (Bandung: Binacipta, 1988), hlm. 1.

⁵Dani Vardiansyah, *Filsafat Ilmu Komunikasi* (ttp.: Indeks, 2005), hlm. 25; Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*, hlm. 4.

⁶Islam adalah suatu pernyataan berserah diri kepada Allah swt untuk tunduk dan patuh pada firman-firman-Nya, disertai dengan perbuatan yang nyata. Sedangkan *islami* adalah suatu sikap atau sifat yang tunduk dan patuh pada *sunnatullah* (ayat-ayat Allah atau hukum-hukum-Nya), disertai gejala dan tindakan nyata. Dengan kata lain, sesuatu adalah *islami*, apabila sifat atau sikap dan gejala atau perbuatannya menurut *sunnatullah*. Taraf keislaman sesuatu yang *islami* bersifat otomatis, berbeda dengan Islam. Sesuatu yang *islami* belum tentu dan memang tidak harus Muslim. Istilah *Islam* atau *Muslim* hanya dapat dilekatkan pada diri manusia (antroposentris). Sedangkan istilah *islami* dapat dilekatkan baik pada diri manusia (antroposentris) maupun bukan manusia (kosmosentris). Seseorang yang bukan Muslim (istilah popnya: kafir) bisa saja *islami*, yakni bila segala tabiat dan perilakunya, bahkan juga kerangka pemikirannya, adalah tabiat dari perilaku serta kerangka pemikiran seorang Muslim. Sebaliknya, seseorang yang mengaku Muslim bisa pula tidak *islami*, yakni jika belum sepenuh hati bernafaskan Islam. Seorang Islam sejati adalah seorang Muslim yang *islami*. Berknaan dengan konteks Islam dan *islami* ini, maka tidaklah tepat menyebut istilah ilmu pengetahuan Islam dan ilmu pengetahuan bukan Islam atau ilmu pengetahuan kafir. Yang lebih tepat ialah istilah 'ilmu pengetahuan islami' dan 'ilmu pengetahuan

samping untuk mewujudkan hubungan secara vertikal kepada Allah swt (komunikasi transendentalisme atau komunikasi subjek-SUBJEK), juga untuk menegakkan komunikasi secara horisontal terhadap sesama manusia (komunikasi humanisme atau komunikasi subjek-subjek).⁷ Ada beberapa istilah yang digunakan untuk menunjuk "Komunikasi Islam", seperti "Komunikasi Ilahiyyah",⁸ "Komunikasi Qur'aniyyah",⁹ dan "Komunikasi Profetik" (2007).¹⁰ Berbeda dari istilah-istilah tersebut, dalam artikel ini penulis menggunakan istilah 'komunikasi Islam intersubjektif'. Komunikasi dengan Allah swt tercermin melalui ibadah yang bertujuan untuk membentuk takwa. Sedangkan komunikasi dengan sesama manusia dan pada alam terwujud melalui penekanan hubungan sosial dan ekologis yang disebut muamalat *insaniyah* dan muamalat *'alamiah*, yang tercermin dalam semua aspek kehidupan manusia, seperti sosial, budaya, politik, ekonomi, seni, dan ekologi.

Komunikasi Islam merupakan bentuk frasa dan pemikiran yang baru muncul dalam penelitian akademik sekitar tiga dekade belakangan ini. Munculnya pemikiran dan aktivisme komunikasi Islam didasarkan pada kegagalan falsafah, paradigma dan pelaksanaan komunikasi Barat yang lebih mengoptimalkan nilai-nilai pragmatis, materialistis serta penggunaan media secara kapitalis. Kegagalan tersebut menimbulkan implikasi negatif terutama terhadap komunitas Muslim di seluruh penjuru dunia akibat perbedaan agama, budaya dan gaya hidup dari negara-negara (Barat) yang menjadi produsen ilmu tersebut. Dengan kata lain, kegagalan komunikasi Barat adalah pengembangan model komunikasi subjek-objek, bukan subjek-subjek. Sehingga komunikasi hanya diperlakukan sebagai "benda mati" saja. Komunikasi Barat telah melahirkan model "objektifikasi komunikasi".

Ilmu Komunikasi Islam yang hangat diperbincangkan akhir-akhir ini terutama menyangkut teori dan prinsip-prinsip komunikasi Islam, serta pendekatan Islam tentang komunikasi. Titik penting munculnya aktivisme dan pemikiran mengenai komunikasi Islam ditandai dengan

bukan islami' atau 'ilmu pengetahuan kafir'. Dumairy, "Ekonomi Islami: Upaya Menemukan Diri", dalam Abdul Basir Solissa dkk., *Al-Qur'an dan Pembinaan Budaya: Dialog dan Transformasi* (Yogyakarta: LESFI, 1993), hlm. 69-71.

⁷ Zulkiple 'Abd. Ghani, *Islam, Komunikasi, dan Teknologi Maklumat* (Kuala Lumpur: Utusan Publications & Distributors Sdn. Bhd., 2001), hlm. 4.

⁸ Zuardin Azzaino, *Komunikasi Ilahiah: Komunikasi Sebagai Energi Rohaniah*, cet. ke-1 (Jakarta: Pustaka Hidayah, 1986).

⁹ Muhammad Djarot Sensa, *Komunikasi Qur'aniyyah*, cet. ke-1 (Bandung: Pustaka Islamika, 2005).

¹⁰ Iswandi Syahputra, *Komunikasi Profetik: Konsep dan Pendekatan*, cet. ke-1 (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007).

terbitnya jurnal *Media, Culture and Society* pada bulan Januari 1993 di London. Ini semakin menunjukkan jati diri komunikasi Islam yang tengah mendapat perhatian dan sorotan masyarakat tidak saja di belahan negara berpenduduk Muslim, tetapi juga di negara-negara Barat. Isu-isu yang dikembangkan dalam jurnal tersebut menyangkut Islam dan komunikasi yang meliputi perspektif Islam terhadap media, pemanfaatan media massa pada era pascamodern, kedudukan dan perjalanan media massa di negara Muslim serta perspektif politik terhadap Islam dan komunikasi.

Komunikasi Islam berfokus pada teori-teori komunikasi yang dikembangkan dengan basis etika transenden. Tujuan akhirnya adalah menjadikan komunikasi Islam sebagai komunikasi alternatif, terutama dalam menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan (komunikasi intersubjektif) yang bersesuaian dengan fitrah penciptaan manusia. Kesesuaian nilai-nilai komunikasi dengan dimensi penciptaan fitrah kemanusiaan itu memberi manfaat terhadap kesejahteraan manusia sejagat. Fitrah manusia adalah integrasi monodualis antara dimensi interior (esoteris) dan dimensi eksteriornya (eksoteris). Menafikan salah satu dimensi manusia tersebut, berarti telah menyalahi kefitrahan manusia itu sendiri. Sehingga dalam perspektif ini, komunikasi Islam merupakan proses penyampaian atau tukar menukar informasi yang menggunakan prinsip dan kaedah "Komunikasi Fitrah" dalam al-Qur'an.¹¹

Teori-teori komunikasi yang dikembangkan oleh Barat lebih menekankan aspek empirikal (subjek-objek) serta mengabaikan aspek normatif dan historikal (subjek-subjek). Adapun teori yang dihasilkan melalui pendekatan seperti ini sangat bersifat *premature universalism* dan *naive empirism*. Dalam konteks demikian, Majid Tehranian,¹² menguraikan bahwa pendekatan ini tidak sama implikasinya dalam konteks kehidupan komunitas lain yang memiliki latar belakang yang berbeda. Sehingga dalam perspektif Islam, komunikasi haruslah dikembangkan melalui *Islamic world-view* (paradigma Islam) yang selanjutnya menjadi azas pembentukan teori komunikasi Islam, seperti aspek kekuasaan mutlak hanya milik Allah swt, serta peranan institusi ulama dan masjid sebagai

¹¹ Mohd. Yusof Hussain, et.al., *Dua Puluh Lima Soal Jawab Mengenai Komunikasi Islam* (Jabatan Komunikasi Pembangunan, Pusat Pengembangan dan Pendidikan Lanjutan, University Pertanian Malaysia, 1990), hlm. 1.

¹² Majid Tehranian, "Communication Theory and Islamic Perspective", dalam Wimal Dissanayake (ed.), *Communication Theory: The Asian Perspective* (Singapore: Mass Communication Research and Information Centre, 1988), hlm. 45.

penyambung komunikasi dan aspek pengawasan syariah yang menjadi penunjang kehidupan Muslim.¹³

Dalam aspek perubahan sosial dan pembangunan masyarakat, komunikasi Barat cenderung bersifat positivistik dan fungsional yang berorientasi kepada individu (subjek), bukan kepada keseluruhan sistem sosial dan fungsi sosio-budaya yang sangat penting untuk merangsang terjadinya perubahan sosial (intersubjek). Kualitas komunikasi menyangkut nilai-nilai kebenaran, kesederhanaan, kebaikan, kejujuran, integritas, keadilan, kesahihan pesan dan sumber, menjadi aspek penting dalam komunikasi Islam.¹⁴ Oleh karenanya dalam perspektif ini, komunikasi Islam seharusnya ditegakkan atas sendi integrasi hubungan segitiga (*Islamic Triangular Relationship*), antara Allah (subjek-SUBJEK), manusia (subjek-subjek), dan alam (subjek-objek).

B. Komunikasi Subjek-SUBJEK

Komunikasi antara manusia-Tuhan atau antara subjek-SUBJEK bersifat devosional (hubungan penghambaan), atau dalam bahasa agama disebut sebagai hubungan *'ubudiyah*, kedudukan subjek sebagai hamba. Komunikasi antara subjek-SUBJEK bersifat asimetrik, dimana subjek secara sadar menyerahkan diri kepada Tuhan (hubungan kepasrahan). Hal ini harusnya berbeda dengan komunikasi antara subjek-subjek yang bersifat simetrik. Komunikasi transendentalisme ini akan menciptakan kesadaran trans-(re)kognitif (baca: trans-kognitif dan/atau trans-rekognitif). Dalam perspektif psikologi, kesadaran trans-(re)kognitif dikaji dalam aliran Psikologi Transpersonal. Kesadaran trans-(re)kognitif berkaitan dengan modal kesadaran yang melampaui (*beyond*) modal kesadaran dalam komunikasi subjek-objek dan subjek-subjek.¹⁵ Kesadaran trans-(re)kognitif dapat juga disebut sebagai kesadaran transendental atau kesadaran spiritual atau kesadaran transpersonal. Salah satu surat terpenting dalam al-Qur'an yang menjelaskan model komunikasi trans-(re)kognitif ini adalah Q.S. al-Ikhlâs.

Pengertian asimetrik dalam relasi komunikasi antara subjek-SUBJEK, yaitu hubungan komunikasi sebagai subjek dengan Sang Pencipta sebagai komunikator, adalah relasi penghambaan, kepasrahan,

¹³ Ghani, *Komunikasi Islam*, hlm. 6.

¹⁴ *Ibid.*, hlm. 34.

¹⁵ Husni Muadz, *Anatomi Sistem Sosial: Rekonstruksi Normalitas Relasi Sosial dengan Menggunakan Pendekatan Sistem* (Mataram: IPGH Press, 2014), hlm. 329.

dan penyerahan. Di sini yang aktif berkomunikasi adalah subjek, tetapi aktif berkomunikasi untuk "dikuasai", untuk "dikontrol". Sebab, di mata SUBJEK, subjek adalah objek. Dalam konteks komunikasi penghambaan ini, subjek menyerahkan diri untuk dikuasai dan dikontrol. Dalam relasi komunikasi subjek-objek, misalnya relasi kita (subjek) dengan alam (objek), kita yang mengontrol, memanfaatkan, dan menggunakannya sesuai dengan tujuan-tujuan kita. Komunikasi subjek dengan objek bersifat instrumental, karena kita menggunakan objek sebagai instrumen. Sebaliknya, pada komunikasi kesadaran trans-(re)kognitif, kita sebagai agen yang menyerahkan diri, yang tunduk dan pasrah. Jadi, dalam komunikasi ini terdapat hubungan asimetrik, tetapi dengan pengertian yang berbeda.¹⁶

Komunikasi kita dengan Tuhan adalah interaksi kita sebagai subjek dengan Tuhan menggunakan perspektif orang pertama (*the first-person*), atau dalam bahasa Ken Wilber disebut sebagai kuadran "I". Sebab, ke-"Aku"-an SUBJEK yang absolut telah diwakilkan kepada ke-"aku"-an subjek yang relatif. Penyatuan dua jenis ke-"aku"-an inilah yang dalam bahasa Tasawuf Islam disebut dengan istilah *wihdah al-wujud* atau *manunggaling kawulo gusti*. Di sini, ke-"aku"-an *kawulo* 'menyatu' dengan ke-"Aku"-an *gusti*. Pengalaman subjek sebagai *kawulo* ketika mengadakan komunikasi dengan Tuhan (SUBJEK) sebagai *gusti* bersifat trans-(re)kognitif, yaitu melampaui pengalaman-pengalaman kognitif (relasi subjek-objek) dan rekognitif (relasi subjek-subjek). Pengalaman-pengalaman subjek dalam interaksi ini tidak mudah mendapatkan penggambaran kognitif, dengan menggunakan terma-terma kognitif, karena pengalaman-pengalaman trans-(re)kognitif hanya bisa dideskripsikan dengan menggunakan terma-terma trans-(re)kognitif. Ini juga berarti bahwa pengalaman-pengalaman trans-(re)kognitif tidak bisa dibagi dengan memadai dalam konteks intersubjektif (subjek-subjek). Pengalaman-pengalaman trans-(re)kognitif hanya bisa dirasakan oleh subjek, dan pengalaman-pengalaman ini sedikit sekali yang bisa dideskripsikan dan diinformasikan kepada orang lain (subjek lain).¹⁷ Karena hanya bisa dirasakan oleh subjek tertentu, maka komunikasi subjek-SUBJEK berbentuk subjektifis. Komunikasi Islam harus selalu melibatkan SUBJEK, terutama dalam relasi komunikasi antara subjek-subjek dan subjek-objek.

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ *Ibid.*

C. Komunikasi Subjek-Objek

Relasi subjek-objek adalah seperti komunikasi kita dengan objek material seperti alam semesta, tanah, rumput, pohon, mobil, rumah, gunung, sungai, dan lain lain, atau objek abstrak, seperti ide, konsep, dan lain lain. Jadi, ada dua jenis objek, yaitu objek material dan objek immaterial. Komunikasi subjek dengan objek dalam relasi ini bersifat monologis, *one way*, yaitu hubungan aktif-pasif, hubungan yang mengetahui dengan yang diketahui, atau hubungan yang menguasai dan yang dikuasai.¹⁸ Inilah model komunikasi Barat, yang menjadikan subjek komunikasi menjadi objek. Padahal, hanya SUBJEK-lah yang berhak merubah subjek menjadi objek. Hampir mirip dengan hubungan antara subjek-SUBJEK yang bersifat asimetris, jika hubungan subjek-objek adalah hubungan aktif untuk "menguasai", maka hubungan antara subjek-SUBJEK adalah hubungan aktif untuk "dikuasai". Objek sendiri tidak pernah menyadari dirinya diketahui atau dikuasai. Relasi subjek-objek ini telah dijelaskan oleh al-Qur'an dalam Q.S. al-Falaq.

Komunikasi antara subjek-objek ini menggunakan modal kesadaran dan fakultas mental yang berbeda dengan komunikasi antara subjek-SUBJEK. Penggunaan fakultas mental yang tidak sesuai dengan tipe relasi yang dibangun akan melahirkan abnormalitas hubungan, yang pada tahap selanjutnya akan mengakibatkan lahirnya subjek yang tidak normal—untuk tidak mengatakan subjek yang 'idiot'—. Fakultas yang kita gunakan untuk berkomunikasi dengan objek adalah kognisi (akal, intelek, memori dan lain lain). Hasil komunikasi dengan objek ini adalah pengetahuan tentang objek (pengetahuan kognitif) dan hasil yang lainnya adalah transformasi objek menjadi instrumen dimana objek kita gunakan untuk tujuan-tujuan kita. Jadi, komunikasi subjek-objek melahirkan dua hal, yaitu pengetahuan dan *artefact*. Objek material umumnya berada dalam ruang dan waktu dan bersifat konkrit sehingga bisa diobservasi dan dipersepsi oleh subjek melalui alat-alat indra (empiris). Objek abstrak seperti konsep, ide, dan ingatan adalah produk dari sensasi dan persepsi yang telah diolah oleh akal dan direpresentasikan di dalam otak sehingga is bersifat *second-order*.¹⁹

¹⁸ Muadz, *Anatomi Sistem Sosial*, hlm. 320.

¹⁹ *Ibid.*

Dari uraian komunikasi antara subjek-objek ini kita bisa melihat peran sentral yang dimainkan oleh subjek sebagai komunikator tunggal. Bisakah kita membayangkan apa makna objek-objek yang ada di jagad raya ini bila tidak ada manusia sebagai subjek? Subjek adalah sebuah entitas yang membuat semua objek menjadi bermakna atau, lebih tepatnya, lebih bermanfaat, bagi dirinya. Pertanyaan selanjutnya adalah apa itu subjek? Apa bedanya dengan objek? Bisakah subjek dilihat dan diperlakukan sebagai objek?²⁰ Kesadaran kognitif (*cognitive consciousness*) terkait dengan kesadaran relasi subjek-objek. Kesadaran ini berkaitan dengan fakultas untuk memahami, mengingat atau memikirkan objek.²¹ Fokus kita dari model relasi ini adalah manusia sebagai komunikator, karena kita berbicara mengenai subjek dan komunikasi antar subjek dengan yang di luar dirinya (*intensionalitas*). Tatkala kita berkomunikasi dengan objek, komunikasi kita bersifat monologis (*one way*). Artinya, kita sebagai subjeklah atau komunikator yang memberi dan menentukan makna, kita yang memberi pemahaman, dan kita yang mengetahui objek itu. Hubungan asimetrik dalam komunikasi subjek-objek adalah bahwa kita sebagai subjeklah yang aktif, sedangkan objek tidak. Kitalah yang mengetahui dan yang menguasai objek, sedangkan objek adalah pihak yang diketahui dan dikuasai.

Komunikasi antara subjek-objek menggunakan perspektif orang ketiga (*the third-person perspective*), atau dalam bahasa Ken Wilber disebut dengan istilah "It(s)". Ketika kita berkomunikasi dengan objek, ia menjadi pihak ketiga. Kita tidak berada dalam medan objek, tetapi berada di luarnya dan berperan sebagai *observer* yang mengamati objek. Meminjam bahasa Kim Knott, disebut sebagai wilayah *outsider complete observer*. Komunikasi antara subjek-objek menggunakan perspektif orang ketiga dan bahasa yang kita gunakan untuk membuat deskripsi tentang objek atau untuk melakukan penggambaran tentang objek adalah "it(s)", "dia" atau "ia". Dalam perspektif orang ketiga, subjek sebagai komunikator berfungsi sebagai *observer*, sedangkan objek (komunikasi) sebagai *the observed*.

D. Komunikasi Subjek-Subjek: Komunikasi Intersubjektif

Komunikasi antara subjek-subjek adalah relasi sosial, relasi

²⁰ *Ibid.*, hlm. 321.

²¹ *Ibid.*, hlm. 328.

masyarakat, relasi antar subjek, yaitu relasi kita dengan orang lain, yang telah dijelaskan dalam Q.S. an-Nas. Komunikasi antarsubjek (*intersubjectivity*) bersifat dialogis, dua arah, dan mutual, karena pihak pertama dan pihak kedua sama-sama berfungsi sebagai subjek. Pihak pertama dan pihak kedua sama-sama sebagai komunikator dan komunikasi sekaligus. Berbeda dengan model komunikasi antara subjek-SUBJEK sebagai relasi ketakwaan, relasi penyerahan diri (ketundukan) dan kepasrahan, yaitu relasi Pencipta dengan yang diciptakan, maka komunikasi subjek-subjek adalah komunikasi kerjasama.²² Subjek sebagai komunikator dan komunikasi sekaligus, memiliki dua dimensi, yaitu dimensi luar (*exterior*) dalam bentuk badan atau raga, dan dimensi dalam (*interior*) dalam wujud jiwa atau ruh. Dalam perspektif Tasawuf Islam, dua dimensi subjek tersebut adalah dimensi eksoteris (*zahir*) dan dimensi esoteris (*batin*). Dimensi eksterioritas atau eksoteris dari subjek memiliki aspek fisik dan biologis dan diatur oleh hukum yang sama sebagaimana yang mengatur benda fisik dan biologis lainnya di alam ini. Oleh karenanya, dimensi eksterior dari subjek juga adalah objek dan bisa dipersepsi dan diketahui seperti objek-objek yang lainnya. Jadi, dilihat dari dimensi eksteriornya, subjek adalah objek. Komunikasi Barat yang positivistik biasanya hanya melihat dimensi eksterior dari subjek ketika berkomunikasi. Yang unik pada subjek adalah dimensi interiornya atau esoterisnya yang tidak dimiliki oleh objek lain di alam material. Dalam wilayah ini, semua subjek sama, yaitu sama-sama berhak menjadi komunikator yang aktif. Jiwa bersifat non-materi dan tidak menempati ruang tertentu seperti objek. Ia tidak "berada" di badan atau di otak.

Bila aspek eksterior dari subjek bisa dilihat sebagai objek, maka aspek eksterior bukanlah ciri keunikan dari manusia, karena ciri-cirinya bisa kita dapatkan pada objek-objek lainnya di alam ini. Dalam konteks ini, benda hidup sama dengan benda mati. Struktur fisik-kimia dari subjek sama dengan objek alam lainnya. Kebiasaan makan, minum, seks dari kita sebagai subjek, misalnya, juga terdapat pada makhluk hidup lainnya. Jadi, aspek eksternal dari subjek bukanlah esensi yang dimiliki secara unik oleh subjek. Dengan perkataan lain, "saya" dibadankan (*embodied*) dalam/melalui badan saya; bukan "saya" adalah "badan saya" atau "badan saya" adalah "saya". Karena

²² Muadz, *Anatomi Sistem Sosial*, hlm. 321.

embodied, maka saya atau "I" dengan badan saya atau "it(s)" tidak bisa dipisahkan, setidaknya tidaknya selama kehidupan di alam material ini. Bila badan saya ("It[s]") bukanlah saya ("I"), maka semua apa yang saya miliki, seperti kekayaan, jabatan, dan lain-lain yang bisa dipisahkan dengan saya adalah juga tidak bersifat intrinsik, dan bukan merupakan esensi utama dari "saya" sebagai subjek. Ironisnya, banyak manusia lebih banyak menghabiskan waktunya untuk berkomunikasi dengan "benda-benda mati" tersebut, seperti tv, internet, laptop, dan sebagainya. Ini artinya, "saya" bukanlah "kekayaan saya" atau "saya" bukanlah "jabatan saya". "Saya" dan "kekayaan saya" adalah milik SUBJEK. Jadi, subjek selamanya tidak bisa memiliki SUBJEK, tetapi justru dimiliki oleh SUBJEK. Implikasi dari ini sangat dalam, terutama dalam kaitannya dengan komunikasi subjek-subjek (intersubjektif). Jika masalahnya demikian, lalu apa ciri utama subjek yang bersifat unik itu?²³

Ciri utama subjek, baik sebagai komunikator maupun komunikan, adalah berkaitan dengan dimensi interiornya. Kalau komunikasi Barat hanya melihat dimensi eksterior-positivistik subjek, maka komunikasi Islam memperhatikan dimensi interior-transendentalistik subjek. Dimensi interior berkaitan dengan jiwa/ruh. Ciri interioritas yang utama dari manusia adalah kesadaran (*consciousness*). Kesadaran yang dimaksud di sini bersifat ontologis, bukan psikologis. Artinya, hanya subjek yang memiliki kesadaran, sedangkan objek tidak memiliki kesadaran. Kesadaran memiliki alat bantu yang berbentuk fisik seperti emosi, rasa, intelek, memori, dan yang lainnya yang dimanfaatkan oleh subjek ketika ia mengalami sesuatu. Dalam keadaan tidurpun, subjek selalu memiliki kesadaran, karena dalam keadaan tidur, ia juga mengalami sesuatu. Bandingkan dengan objek seperti batu atau meja. Benda-benda ini selamanya tidak mengalami sesuatu karena tidak memiliki kesadaran, sementara manusia tetap memiliki kesadaran walaupun ia sedang dalam keadaan tertidur. Inilah yang dimaksud oleh Husni Muadz dengan kesadaran ontologis (*ontological consciousness*).²⁴

Karena potensi kesadaran inilah, kenapa kita berbicara subjek dalam konteks komunikasi Islam sebagai titik sentral, sebagai sesuatu yang menjadi ciri eksklusif manusia, yaitu komunikasi antara subjek dengan yang lain-lainnya. Objek, karena tidak memiliki kesadaran,

²³ *Ibid.*, hlm. 322.

²⁴ *Ibid.*, hlm. 323.

tentu tidak akan mampu membangun komunikasi dengan yang lainnya kecuali secara mekanis. Oleh karenanya, relasi antara subjek-objek akan melahirkan model Komunikasi Mekanik, sedangkan relasi antara subjek-subjek akan melahirkan model Komunikasi Organik. Itulah sebabnya, komunikasi yang dimiliki antar objek bersifat mekanis yang diatur berdasarkan hukum kausalitas, sedangkan komunikasi yang bersifat organik diatur oleh hukum "pemahaman makna". Komunikasi antara subjek dengan yang lainnya diatur berdasarkan hukum kesadaran organis, bukan berdasarkan hukum kausalitas mekanis.²⁵ Salah satu ciri kesadaran adalah berkaitan dengan subjektifitas.

Perlu dicatat bahwa sekalipun kesadaran dan pengalaman yang dilahirkan dari kesadaran bersifat unik dan hanya dapat diakses secara subjektif oleh subjek, semua subjek memiliki kesadaran dengan ciri dan *properties* yang sama. Dengan kesadaran yang ada pada masing-masing subjek, masing-masing memiliki dimensi dan isi interioritas yang sama. Pada level interioritas atau *ontological consciousness*, semua subjek adalah sama, sama-sama berhak menjadi komunikator (aktif). Karena kesadaran adalah sesuatu yang keberadaannya tidak bisa diragukan oleh masing-masing subjek, dan karena secara ontologis semua kesadaran yang menjadi ciri dan esensi utama dari masing-masing subjek adalah sama, maka kesadaran bukanlah termasuk isu pengetahuan bagi masing-masing subjek.

Dengan kata lain, kesadaran bagi subjek, bukan sesuatu yang berkaitan dengan pengetahuannya. Pengetahuan berkaitan dengan dunia objek, yang dilakukan oleh subjek melalui fakultas kesadaran kognitifnya. Jadi, subjek dengan ciri utama kesadaran tidak bisa dilihat sebagai objek. Jiwa atau kesadaran tidak menempati ruang, sebagaimana telah disinggung di atas, karenanya ia bukanlah "objek" yang bisa diketahui melalui indera dan intelek manusia. Untuk urusan kesadaran, otak manusia tidak dipersiapkan untuk memahaminya. Otak kita tidak dipersiapkan untuk bisa memahami apa hakikat kesadaran, dan kognisi hanya bisa memahami dimensi ekterioritas dari subjek. Kesadaran tidak bisa melihat kesadaran; subjek tidak bisa melihat dirinya sebagai subjek, sebab tatkala melihat dirinya yang dilihat menjadi tidak ada dan yang ditangkap oleh subjek adalah dimensi eksternal darinya.²⁶

²⁵ *Ibid.*

²⁶ *Ibid.*, hlm. 324-325.

Bila subjek tidak bisa dilihat sebagaimana objek, maka hakikat komunikasi antar atau inter subjek tidaklah sama dengan hakikat komunikasi antara subjek dan objek. Komunikasi antar subjek (intersubjektifitas) tidak bersifat monologis, melainkan harus bersifat dialogis. Komunikasi intersubjektifitas bukanlah komunikasi antara yang mengetahui dan yang diketahui, bukan juga komunikasi antara yang menguasai dan yang dikuasai, karena yang demikian itu merupakan ciri komunikasi subjek-objek, seperti yang telah dibahas sebelumnya. Komunikasi intersubjektif adalah komunikasi dialogis, bersifat dua arah, karena yang berkomunikasi adalah antar dua kesadaran yang memiliki ciri yang sama.

Kesadaran yang merupakan ciri penting dari interioritas masing-masing subjek adalah sama dan sejajar, sama-sama sebagai komunikator sekaligus komunikan, sehingga antara keduanya bersifat mutual dan dialogis. Komunikasi dialogis yang dimaksudkan di sini bukan bersifat kognitif, karena hubungan kognitif berarti hubungan antara yang mengetahui dan yang diketahui yang selalu bersifat monologis. Komunikasi antar subjek bukan komunikasi dalam rangka untuk mengetahui atau mengendalikan. Komunikasi antar subjek adalah komunikasi dengan menggunakan kesadaran rekognitif, yaitu komunikasi dalam rangka "saling menerima" dan "saling memberikan pengakuan" (*mutual recognition*).²⁷

Karena komunikasi antar subjek bersifat mutual dengan menggunakan kesadaran rekognitif, maka hakikat komunikasi antar subjek adalah pengakuan imbal-balik yang berintikan adanya pengakuan dan penghargaan akan eksistensi dan keunikan masing-masing pihak. Karena keunikan tersebut berkaitan dengan dimensi interioritas dengan ciri intrinsik yang sama dari masing-masing subjek, maka keunikan dari masing-masing subjek bersifat homogen. Di sinilah terdapat paradoks dan sekaligus non-paradoks antara konsep keunikan dan homogenitas. Berbeda dengan komunikasi subjek-objek, komunikasi subjek-subjek adalah komunikasi yang berintikan pengakuan timbal-balik. Komunikasi ini bersifat intrinsik dan dibutuhkan oleh masing-masing subjek demi kesempurnaan pertumbuhannya. Semua orang akan merasa sakit bila keberadaannya direndahkan, apalagi dianggap tidak ada. Komunikasi antar subjek yang

²⁷ *Ibid.*

tidak bersifat rekognitif, seperti permusuhan, persaingan, peperangan, dan lain-lain adalah sebenarnya manifestasi dari perjuangan (yang gagal) menuju *mutual recognition* atau *struggle for recognition*.

Implikasi dari konsep *mutual recognition* yang merupakan esensi dari komunikasi antar subjek (komunikasi intersubjektif) adalah 'konsensualitas' atau *social contract*, tidak hanya *agree in disagreement*.²⁸ Di atas kita telah menunjukkan bahwa ciri kesadaran adalah subjektifitas. Apa yang dialami subjek selalu bersifat subjektif dimana subjek memiliki akses eksklusif terhadap pengalaman yang dihadapi, sementara subjek lainnya tidak memiliki akses langsung terhadapnya. Inilah keunikan subjek, ia memiliki otonomi penuh terhadap dirinya. Setiap subjek memiliki harapan, kebutuhan, dan keinginan yang khas, dan masing-masing subjek memiliki kebebasan untuk memutuskan apa yang hendak dilakukan.

Itulah sebabnya kenapa setiap kerjasama sosial harus lahir dan diputuskan secara 'konsensual' oleh masing-masing subjek yang terlibat. Pemaksaan berdasarkan kekuasaan bertentangan dengan prinsip otonomi subjek dan prinsip *mutual recognition*. Berbeda dengan komunikasi antar objek yang sepenuhnya ditentukan berdasarkan prinsip kausalitas yang bersifat mekanistik, komunikasi antar subjek dalam rangka kerja sama sosial harus ditentukan berdasarkan persetujuan tulus dari masing-masing subjek, karena masing-masing subjek memiliki dimensi interioritas yang otonom yang tidak bisa diakses oleh subjek lain.²⁹

Komunikasi dalam ruang sosial yang tidak berdasarkan prinsip konsensualitas berarti komunikasi yang dibangun tidak berdasarkan kesadaran intersubjektif (kesadaran rekognitif) dimana masing-masing partisipan adalah subjek otonom, melainkan berdasarkan kesadaran objek (kesadaran kognitif). Karena kesadaran kognitif yang digunakan, maka dimensi subjek yang dilihat adalah dimensi

²⁸ Pada level kehidupan sosial dan publik, bukan pola *agree in disagreement* (setuju dalam perbedaan) yang diperlukan, melainkan model *social contract*. Dalam konsep *agree in disagreement*, masih tampak corak pendekatan teologi dan kalam yang cukup menonjol dan terlalu kental di situ, lantaran *disagreement* masih sempat ditonjolkan, yang dengan demikian komponen *agree*-nya bisa saja cepat tertindih oleh *disagreement*-nya. M. Amin Abdullah, "Pluralisme Pendidikan: Tinjauan Materi dan Metodologi Pengajaran Kalam dan Teologi dalam Era Kemajemukan di Indonesia", disampaikan dalam Seminar "Pluralisme, Dialog, dan Konflik", Ujung Pandang, 21 Agustus 1999, hlm. 20; "Tinjauan Materi dan Metodologi Pengajaran Agama di Indonesia", dalam *Pendidikan Agama Era Multikultural-Multireligius* (Yogyakarta: PSAP, 2005), hlm. 142.

²⁹ Muadz, *Anatomi Sistem Sosial*, hlm. 327.

ekterioritasnya saja, sehingga yang nampak adalah apa yang dimiliki atau melekat pada diri seseorang, seperti bentuk fisik, status, kekayaan, dan lain-lain. Kesadaran objek seperti ini akan membuat kita selalu membanding-bandingkan antara apa yang kita miliki dengan apa yang dimiliki oleh orang lain ketika kita berinteraksi dengan mereka. Inilah akar dari lahirnya rasa persaingan, kompetisi, sikap iri dan dengki yang akan bermuara pada berbagai macam konflik sosial. Harmoni dan kerja sama sosial tidak akan lahir bila tidak berdasarkan prinsip 'konsensualitas' yang lahir berdasarkan kesadaran rekognitif dan komunikasi intersubjektif.

Karena hakikat subjek, baik sebagai komunikator maupun komunikan adalah kesadarannya, maka *modes (realms of consciousness)* ketika subjek berinteraksi dengan objek, ketika subjek berinteraksi dengan subjek lainnya, dan ketika subjek berinteraksi dengan SUBJEK tidaklah sama. Medan kesadaran dari komunikasi antara subjek-subjek adalah kesadaran rekognitif (*recognitive consciousness*). Kesadaran ini berkaitan dengan fakultas untuk membangun pengakuan, penghargaan, empati, simpati, kasih sayang, dan lain-lain antar sesama subjek. Komunikasi subjek-subjek atau intersubjektif, berbeda dengan komunikasi subjek-objek. Komunikasi subjek-objek menggunakan fakultas kesadaran kognitif, sedangkan komunikasi subjek-subjek menggunakan fakultas rekognitif (dengan rasa, dengan hati), atau dalam bahasa Tasawuf Islam disebut dengan fakultas 'irfani untuk kesadaran rekognitif, bukan fakultas bayani dalam kesadaran kognitif.³⁰ Jadi, komunikasi intersubjektif dalam komunikasi Islam dapat disebut juga dengan istilah Komunikasi 'Irfani.

Pada pola komunikasi antara subjek-subjek, perspektif yang kita gunakan adalah *the second-person*. Anda sebagai *partner* interaksi adalah orang kedua dan sebagai orang kedua, anda adalah partisipan

³⁰Menurut Amin, agama-agama dunia yang tidak memiliki pola pikir 'irfani (dalam arti 'spiritualitas sains baru') akan sangat kesulitan menghadapi realitas pluralitas keberagaman umat manusia baik internal maupun eksternal. Perdamaian dunia dan kehidupan bersama yang bersifat non-konflikual sulit dibangun. Hanya dengan pola pikir epistemologi 'irfani inilah yang dapat mendekatkan hubungan sosial antar umat beragama, meskipun secara sosiologis mereka tetap sah saja untuk tersekat-sekat dalam entitas dan identitas sosial-kultural mereka sendiri-sendiri lewat tradisi formal-tekstual keagamaannya. Dalam tradisi epistemologi 'irfani, istilah 'arif lebih diutamakan daripada istilah 'alim, karena 'alim lebih merujuk pada tradisi bayani, sedangkan 'arif lebih merujuk pada tradisi 'irfani. M. Amin Abdullah, "Etika Hukum di Era Perubahan Sosial: Paradigma Pro(f)etik dalam Hukum Islam Melalui Pendekatan Sistem", *Diskusi Berseri Menggagas Ilmu Hukum Berparadigma Profetik*, UII, Yogyakarta, 12 April 2012, hlm. 40.

dalam interaksi. Sebagai partisipan dalam interaksi, anda sebagai orang kedua berfungsi sama dengan saya sebagai orang pertama, yaitu sama-sama sebagai komunikator sekaligus komunikan. Di sini tidak ada pihak yang berfungsi sebagai komunikator saja maupun sebagai komunikan saja. Hubungan keduanya, hubungan saya sebagai komunikator-komunikan dan anda sebagai komunikator-komunikan, bersifat simetrik. Dari perspektif saya, saya adalah komunikator pihak pertama dan anda adalah komunikan sebagai pihak kedua; demikian juga dari perspektif anda, anda adalah komunikator pihak pertama dan saya adalah komunikan pihak kedua. Jadi, saya atau "I" dan anda atau "You" berada dalam hubungan yang simetrik dan mutual. Kita tidak mungkin bisa membangun hubungan mutualitas dengan perspektif orang kedua terhadap objek/alam. Kita hanya bisa membangun mutualitas hanya dalam konteks intersubjektif. Perspektif orang kedua menggunakan fakultas kesadaran yang berbeda dengan yang menggunakan perspektif orang ketiga, sebagaimana yang telah disebutkan sebelumnya. Sikap rekognitif adalah hubungan dengan kesadaran bahwa partisipan dalam interaksi adalah subjek yang saling menerima, mengakui, dan menghargai keberadaan masing-masing.

Wisdom atau kearifan atau 'irfani adalah kata kunci yang operatif dalam membangun model komunikasi subjek-subjek yang menggunakan kesadaran rekognitif; sedangkan kecerdasan atau rasionalitas atau *burhani* adalah kata kunci yang operatif dalam komunikasi subjek-objek yang menggunakan kesadaran kognitif. Memang dalam komunikasi intersubjektif juga ada unsur objek di dalamnya, akan tetapi objek di sini sebagai isi atau alat dan tetap sebagai objek atau pihak ketiga. Sebagai contoh adalah dalam proses belajar mengajar, subjek (guru dan murid) berinteraksi yang isinya adalah ilmu pengetahuan sebagai objek. Contoh lain, dalam komunikasi antara guru dan murid, dosen dan mahasiswa, pimpinan dan anak buah, penguasa dan rakyat, pejabat dan bawahan, majikan dan buruh, laki-laki dan perempuan, agama dan ilmu, dan sebagainya, idealnya berada dalam relasi komunikasi intersubjektif yang masing-masing menggunakan perspektif orang kedua, dan mereka, dalam rangka pengetahuan, berbicara tentang objek atau alam sebagai objek pengetahuan ilmiah. Dalam kehidupan sehari-hari, baik di sekolah maupun di tempat lain, relasi subjek-subjek umumnya berbicara tentang objek. Jadi, di sini subjek menggunakan dua perspektif

dalam waktu bersamaan. Subjek berhubungan dengan subjek lain (relasi subjek-subjek dengan menggunakan perspektif orang kedua), dan mereka berbicara tentang objek (relasi subjek-objek dengan menggunakan perspektif orang ketiga). Jadi, setiap pertemuan antar subjek terkait dengan perspektif yang kedua, dan kemudian mereka bersama-sama menggunakan perspektif orang ketiga ketika mereka berbicara tentang objek.

Tiga jenis komunikasi di atas (komunikasi subjek-SUBJEK, komunikasi subjek-subjek, dan komunikasi subjek-objek) melahirkan implikasi komunikasi (bahkan model pendidikan) yang berbeda-beda, dan masing-masing tidak bisa direduksi menjadi yang lainnya. Komunikasi subjek-objek dengan perspektif *the third person* mengharuskan adanya komunikasi kognitif (*cognitive communication*); komunikasi subjek-subjek dengan perspektif *the second-person* mengharuskan adanya komunikasi rekognitif (*recognitive communication*); dan komunikasi subjek-SUBJEK dengan perspektif *the first-person* mengharuskan adanya komunikasi trans-(re) kognitif (*trans-(re)cognitive communication*). Output dari model ilmu komunikasi yang pertama adalah pengetahuan tentang kebenaran objek. Kata kerja 'mengetahui' melahirkan kata benda pengetahuan. Komunikasi intersubjektifitas tidak bisa didekati dengan pendekatan kognitif semata. Anda tidak akan pernah menjadi pemaaf atau menjadi pengasih hanya dengan membaca buku tentang pemaafan atau tentang kasih sayang, hanya dengan mendengarkan ceramah.

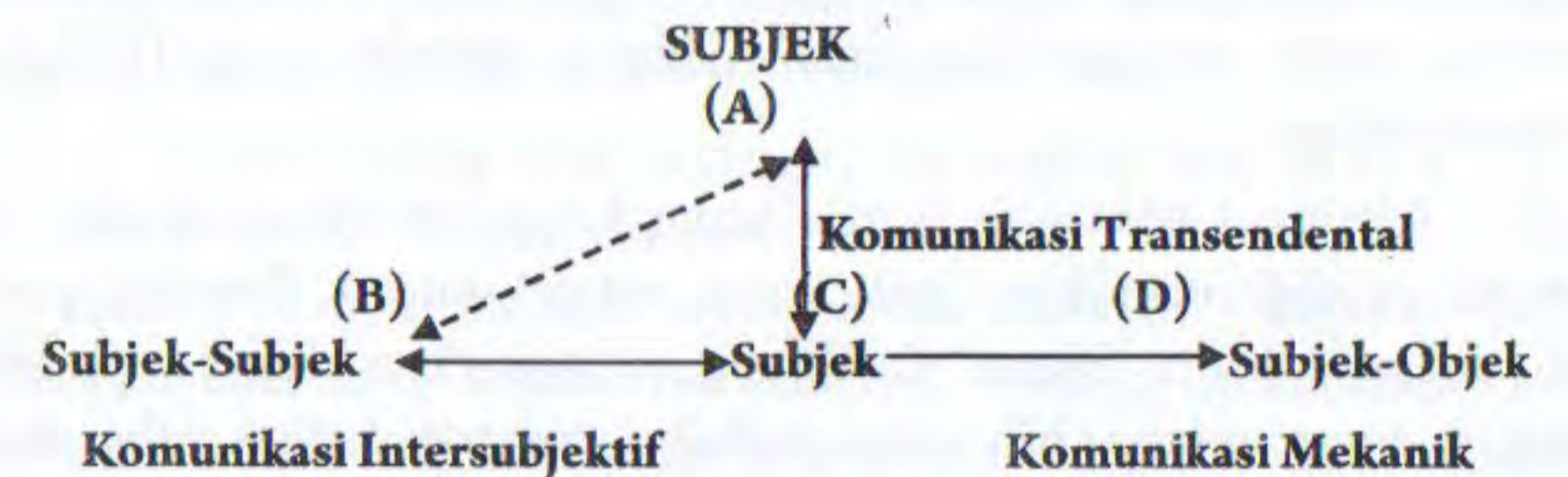
E. Penutup: Menggagas Komunikasi "Ruang Ketiga"

Bila saya memikirkan atau menginginkan sesuatu, maka sesuatu itu adalah entitas yang berbeda dengan saya. Saya adalah subjek, dan sesuatu itu bisa subjek (subjek-subjek atau subjek-SUBJEK) atau bisa juga objek (subjek-objek). "Saya" atau "I" dan "sesuatu" atau "It(s)" tersebut berada dalam relasi tertentu, yang dalam bahasa filsafat (ilmu) disebut sebagai hubungan *intentionalitas* atau *interconnectedness* atau *interrelatedness*, diekspresikan melalui verba psikologis seperti memikirkan, merasakan, menyadari, menginginkan dan seterusnya. Disadari atau tidak, kita sebagai subjek secara filosofis, sudah mengada dan selalu sudah (*always already*) mengada dalam tiga

relasi, yaitu (urutannya modifikasi dari penulis):³¹ Pertama, relasi subjek dengan Tuhan (*subject-SUBJECT relation*); Kedua, relasi subjek dengan objek (*subject-object relation*); Ketiga, relasi subjek dengan subjek (*intersubjective relation*). Dari tiga bentuk relasi ini, komunikasi intersubjektif (subjek-subjek) merupakan titik konjungsi yang bukan saja memengaruhi dua bentuk komunikasi lainnya (subjek-SUBJEK dan subjek-objek), melainkan juga menjadi prasyarat bagi lahirnya tindakan yang menjadi ciri khas subjek ketika berkomunikasi dengan sesuatu di luar dirinya.

Berdasarkan model tiga komunikasi tersebut, yang penulis sebut dengan istilah 'Piramida Komunikasi', hubungan ketiganya dapat digambarkan sebagai berikut:

Piramida Komunikasi



Berdasarkan gambar di atas, ada tiga jenis komunikasi (Islam), yaitu komunikasi transendental atau komunikasi antara subjek-SUBJEK (C-A), komunikasi intersubjektif atau komunikasi 'irfani atau komunikasi intersubjektif antara subjek-subjek (C-B), dan komunikasi mekanik positivistik antara subjek-objek (C-D). Sebagai seorang Muslim, ia harus selalu melibatkan peran SUBJEK ketika berkomunikasi antara subjek dan subjek. Selain itu, seorang Muslim juga harus mempertimbangkan dimensi interior subjek lain dalam berkomunikasi, agar melahirkan sikap empati dan simpati, sehingga yang dibutuhkan dalam jenis komunikasi ini (komunikasi intersubjektif) adalah *mutual interstanding*.

Untuk menciptakan "ruang publik" komunikasi Islam intersubjektif, meminjam istilah Amin, kita harus membentuk ruang

³¹Husni Muadz, *Anatomi Sistem Sosial: Rekonstruksi Normalitas Relasi Sosial dengan Menggunakan Pendekatan Sistem* (Mataram: IPGH Press, 2014), hlm. 317-318.

“in between”³² atau “ruang antara” antara subjek-subjek, yang disebut oleh al-Qur’an dengan istilah *majalis*. Baedhowi pernah menyinggung tentang teori “ruang antara” tersebut. Teori “ruang antara” disebut juga dengan istilah ‘ruang ambang’, ‘liminitas’ atau ‘ruang ketiga’ (*third space*).³³ Penempatan ruang antara tersebut dalam konsep Homi K. Bhaba disebut “teori liminitas”. Sebuah teori yang ingin mencari ketepatan mendayagunakan ‘jati diri’ di antara ruang antar budaya (dua kutub budaya yang berposisi secara biner) yang secara evolutif mengalami perubahan sehingga kedirian personal maupun komunal dapat didayagunakan dan dikembangkan (*can be elaborated*).³⁴ Teori ‘liminality’, ‘in between’ atau ‘third space’ juga ditegaskan Homi Bhaba sebagai ruang perjumpaan perbedaan-perbedaan budaya dan sekaligus ruang penciptaan identitas baru yang di dalamnya terjadi gerak interaksi yang terus menerus antara status berbeda, yakni “mereka yang merasa dieksklusi” dengan mereka yang (diduga) “mengeksklusi”.³⁵

Menurut Munawir Aziz, ‘ruang ketiga’ tersebut dinamakan sebagai model hibriditas (pen. ilmu pengetahuan). Pemikir post-kolonial asal India, Homi K. Bhaba menawarkan definisi praktis, dengan memandang hibriditas sebagai tempat ketiga (*the third place*), sebagai sebuah area baru untuk mengasosiasikan makna dan representasi. Hibriditas sebagai tempat ketiga dalam relasi sosial dan kebudayaan untuk menganalisa proses pembentukan identitas di ranah publik, dengan makna gagasan tentang nilai dan representasi pada kenyataan tentang figur dan masyarakat. Hibriditas merupakan proses *amalgama* antara bermacam identitas, maupun dua identitas yang berbeda, dengan melahirkan sebuah identitas baru yang menjadi alternatif untuk memangkas perbedaan, dan mengalihkan perbedaan tersebut menjadi harmoni. Bhaba menyebut hibriditas sebagai *the third place* tempat ketiga dalam struktur sosial-budaya dan identitas komunal

³² M. Amin Abdullah, “The Textual-Theological and Critical-Philosophical Approach to Morality and Politics: A Comparative Study of Ghazali and Kant”, dalam *Diskursus: Jurnal Filsafat dan Teologi*, Vol. 4, No. 2, Sekolah Tinggi Filsafat Driyarkara, Juni 2005, hlm. 151.

³³ Baedhowi, “Dinamisasi ‘Ruang Antara’ Praktik Kosmologi dan Sufisme dalam Kesenian: Sebuah Model Kearifan Lokal Komunitas Budaya Lereng Merapi”, dalam *Proceeding ACIS X*, hlm. 463.

³⁴ Bill Achroff, et all., *Key Concept in Post Colonial Studies* (London and New York: Routledge, 1998), hlm. 130.

³⁵ Homi K. Bhaba, *Location of Culture* (London and New York: Routledge, 1994), hlm. 2-3.

maupun personal.³⁶ Senada dengan hal ini adalah ungkapan Nilan, seperti yang dikutip oleh Rahmat.³⁷ Menurut Nilan, sebagai salah satu eksemplar dari bentuk hibriditas adalah kehadiran dua praktik kultural yang otentik dan orisinal untuk membentuk variasi ‘bikulturalisme’. Sebaliknya, proses hibridisasi ini cenderung merambah praktik kultural ‘ruang ketiga’ (*third space*) yang kompleks dan ambivalen, dimana struktur otoritas baru menerima kaum muda kepada narasi-narasi identitas yang berbeda.^{38,37} Menurut penulis, ruang ketiga atau ruang hibriditas tersebut, dalam konteks komunikasi Islam Indonesia adalah perlunya menggagas Komunikasi Pancasila, Komunikasi Bhinneka Tunggal Ika, dan Komunikasi Nusantara. Dalam konteks yang lebih luas, Komunikasi Islam Indonesia atau Komunikasi Islam Nusantara (Nus-antara) dapat digunakan sebagai ruang ketiga atau “ruang antara” yang sangat potensial, sebagai model alternatif antara model Komunikasi Barat dan Komunikasi Timur.

Dalam perspektif teologis, barangkali komunikasi “ruang ketiga” tersebut identik dengan istilah *ta’aruf* dan *majalis* (analogi spatial). Bedanya, konsep *ta’aruf* lebih universal daripada *majalis*. Dengan kata lain, setidaknya ada dua konsep komunikasi “ruang ketiga” dalam al-Qur’an, yaitu *ta’aruf* dan *majalis*. Dalam perspektif hukum Islam, “ruang ketiga” itu disebut dengan istilah *hakam*.

Hai orang-orang beriman apabila kamu dikatakan kepadamu: “Berlapang-lapanglah dalam **majlis**” (pen. ruang ketiga), maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan: “Berdirilah kamu”, maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.³⁹

Dalam menghadapi *pluralistic metaphysics*, al-Qur’an secara arif-inklusif menyebutkan kata *lita’arafu*,⁴⁰ yakni, untuk saling berkenalan,

³⁶ Munawir Aziz, “Negosiasi Ruang Publik: Politik Identitas Komunitas Tionghoa pada Milieu Pesantren di Lasem, Jawa Tengah”, dalam *Proceeding ACIS XI*, hlm. 518-519.

³⁷ Rahmat Hidayatullah, “Artikulasi Simbol-simbol Islam dalam Lanskap Budaya Populer Indonesia: Islamisasi atau Komodifikasi”, dalam *Proceeding ACIS XI*, hlm. 1193.

³⁸ Pam Nilan, “The Reflexive Youth Culture of Devout Muslim Youth in Indonesia”, dalam Pam Nilan dan Carles Feixa (eds.), *Global Youth?, Hybrid Identities, Plural Worlds* (London and New York: Tylor and Francis e-Library, 2006), hlm. 107-108.

³⁹ Q.S. al-Mujadalah, 58: 11.

⁴⁰ Q.S. al-Hujurat: 13.

bertegur sapa dan saling berkomunikasi; bukan saling mengisolasi dan menutup diri, baik secara kelompok maupun secara individu. Kesadaran adanya *another self* adanya *another community* sangat digarisbawahi oleh al-Qur'an.⁴¹ Dalam bahasa yang lebih populer, istilah *ta'aruf* dapat disebut juga sebagai "universalisme kemanusiaan" atau "kemanusiaan universal".⁴² Sebagai bagian integral dari masyarakat global-universal, Nusantara harus mampu membangun komunikasi "antara" tersebut, lebih tepatnya adalah Komunikasi Islam Indonesia, bukan Komunikasi Barat, apalagi Komunikasi Arab.

⁴¹Abdullah, *Problematika Filsafat Islam Modern*, hlm. 249.

⁴²M. Amin Abdullah, "Keimanan Universal di Tengah Pluralisme Budaya: Tentang Klaim Kebenaran dan Masa Depan Ilmu Agama", *Jurnal 'Ulum al-Qur'an*, 1992, hlm. 95.

- Abdullah, M. Amin, "Keimanan Universal di Tengah Pluralisme Budaya: Tentang Klaim Kebenaran dan Masa Depan Ilmu Agama", *Jurnal 'Ulum al-Qur'an*, 1992.
- Abdullah, M. Amin, "Pluralisme Pendidikan: Tinjauan Materi dan Metodologi Pengajaran Kalam dan Teologi dalam Era Kemajemukan di Indonesia", disampaikan dalam Seminar "Pluralisme, Dialog, dan Konflik", Ujung Pandang, 21 Agustus 1999.
- Abdullah, M. Amin, "Tinjauan Materi dan Metodologi Pengajaran Agama di Indonesia", dalam *Pendidikan Agama Era Multikultural-Multirelijius*, Yogyakarta: PSAP, 2005.
- Abdullah, M. Amin, "The Textual-Theological and Critical-Philosophical Approach to Morality and Politics: A Comparative Study of Ghazali and Kant", dalam *Diskursus: Jurnal Filsafat dan Teologi*, Vol. 4, No. 2, Sekolah Tinggi Filsafat Driyarkara, Juni 2005.
- Abdullah, M. Amin, "Etika Hukum di Era Perubahan Sosial: Paradigma Pro(f)etik dalam Hukum Islam Melalui Pendekatan Sistem", *Diskusi Berseri Menggagas Ilmu Hukum Berparadigma Profetik*, UII, Yogyakarta, 12 April 2012.
- Achroff, Bill, et all., *Key Concept in Post Colonial Studies*, London and New York: Routledge, 1998.
- Aziz, Munawir, "Negosiasi Ruang Publik: Politik Identitas Komunitas Tionghoa pada Milieu Pesantren di Lasem, Jawa Tengah", dalam *Proceeding ACIS XI*.
- Azzaino, Zuardin, *Komunikasi Ilahiah: Komunikasi Sebagai Energi Rohaniah*, Jakarta: Pustaka Hidayah, 1986.
- Baedhowi, "Dinamisasi 'Ruang Antara' Praktik Kosmologi dan Sufisme dalam Kesenian: Sebuah Model Kearifan Lokal Komunitas Budaya Lereng Merapi", dalam *Proceeding ACIS X*.
- Bhaba, Homi K., *Location of Culture*, London and New York: Routledge, 1994.
- Dumairy, "Ekonomi Islami: Upaya Menemukan Diri", dalam Abdul Basir Solissa dkk., *Al-Qur'an dan Pembinaan Budaya: Dialog dan Transformasi*, Yogyakarta: LESFI, 1993.

- Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*, Bandung: Rosdakarya, 2004.
- Ghani, Zulkiple 'Abd., *Islam, Komunikasi, dan Teknologi Maklumat*, Kuala Lumpur: Utusan Publications & Distributors Sdn. Bhd., 2001.
- Hidayatullah, Rahmat, "Artikulasi Simbol-simbol Islam dalam Lanskap Budaya Populer Indonesia: Islamisasi atau Komodifikasi", dalam *Proceeding ACIS XI*.
- Hussain, Mohd. Yusof, et.al., *Dua Puluh Lima Soal Jawab Mengenai Komunikasi Islam*, Jabatan Komunikasi Pembangunan, Pusat Pengembangan dan Pendidikan Lanjutan, University Pertanian Malaysia, 1990.
- Lasswell, Harold D., "The Structure and Function of Communication in Society", dalam Wilbur Schram, *Mass Communication*, ttp.: University of Illinois, 1966.
- Muadz, Husni, *Anatomi Sistem Sosial: Rekonstruksi Normalitas Relasi Sosial dengan Menggunakan Pendekatan Sistem*, Mataram: IPGH Press, 2014.
- Nilan, Pam, "The Reflexive Youth Culture of Devout Muslim Youth in Indonesia", dalam Pam Nilan dan Carles Feixa (eds.), *Global Youth?, Hybrid Identities, Plural Worlds*, London and New York: Tylor and Francis e-Library, 2006.
- Sensa, Muhammad Djarot, *Komunikasi Qur'aniyyah*, Bandung: Pustaka Islamika, 2005.
- Susanto, Astrid S., *Komunikasi dalam Teori dan Praktik I*, Bandung: Binacipta, 1988.
- Syahputra, Iswandi, *Komunikasi Profetik: Konsep dan Pendekatan*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007.
- Tehrani, Majid, "Communication Theory and Islamic Perspective", dalam Wimal Dissanayake (ed.), *Communication Theory: The Asian Perspective*, Singapore: Mass Communication Research and Information Centre, 1988.
- Vardiansyah, Dani, *Filsafat Ilmu Komunikasi*, ttp.: Indeks, 2005.

SEKULARISASI DALAM PANDANGAN NURCHOLISH MADJID: STRATEGI DAKWAH MEMPERJUANGKAN KEPENTINGAN UMAT ISLAM PADA MASA ORDE BARU

Jamilludin Ali¹

Abstrak

Umat Islam pada masa Orde Baru menjadi kalangan "pinggiran". Bahkan, penguasa Orde Baru memberikan stigma-stigma negatif terhadap umat Islam. Hal itu dikarenakan upaya politik yang dilakukan tokoh-tokoh Islam dalam memperjuangkan umat Islam. Tokoh-tokoh Islam berusaha memperjuangkan umat Islam melalui partai-partai politik. Padahal, Orde Baru tidak menginginkan adanya partai politik Islam karena dianggap berpotensi merebut kekuasaannya. Melihat kondisi seperti itu, Nurcholish Madjid menggunakan strategi dakwah yang berbeda dengan tokoh-tokoh Islam lainnya. Dia mengemukakan gagasan sekularisasi yang bermakna tidak sakralnya partai politik. Dengan demikian, umat Islam bebas memilih partai apa saja asalkan memperjuangkan nilai-nilai keislaman, seperti keadilan, toleransi, keterbukaan, saling menghargai, dan lain sebagainya. Umat Islam tidak perlu merasa kurang keislamannya apabila tidak memilih partai Islam. Dengan tidak dibatasinya umat Islam dalam memilih partai, maka tidak ada lagi pengkotak-kotakan partai. Artinya, semua partai bisa dimasuki oleh umat Islam. Hasilnya dakwah Islam dapat menyentuh semua golongan. Umat Islam dapat berdakwah di mana saja tanpa bisa dibatasi sehingga Islam menjadi milik semua. Konsep sekularisasi ini membawa perubahan positif dalam pemerintahan Orde Baru terhadap Islam. Berkat konsep ini umat Islam lebih diperhatikan oleh pemerintah. Bahkan, pemerintah mendukung kepentingan umat Islam dengan mendirikan masjid-masjid dan mengirimkan ribuan dai (pendakwah) ke pelosok-pelosok negeri Indonesia.

Kata kunci: Nurcholish Madjid, Sekularisasi, Orde Baru, Umat Islam.

A. Pendahuluan

Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2010 menyebutkan pemeluk agama Islam di Indonesia berjumlah sebanyak 207.176.162

¹ Pemerhati Sejarah Islam.