



Filsafat Komunikasi

Rapi Lamnur Siregar¹; Indira Fatra Deni P²; Hasnun Jauhari Ritonga³

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

E-mail: rafilamnur@gmail.com¹; indirafatra@uinsu.ac.id²; hasnunjauhariritonga@uinsu.ac.id³

Abstract: This research explores the theoretical and philosophical underpinnings of the communication process, with a particular focus on the ethical implications and strengths in contemporary communication practice. In the context of the evolution of philosophical thought, this study combines various classical and modern communication theories. Through a qualitative approach, this study collected data from various literature studies such as books, communication journals and discourse analysis from key texts. The findings suggest that communication is not only a means of delivering messages but also as a mechanism of identity and power formation. In addition, the study revealed that communication ethics, especially in digital media, require special attention to address the challenges of honesty, transparency, and privacy. The study contributes to a deeper understanding of how philosophical principles can be applied to improve communication practices in the digital age. Thus, this study emphasizes the importance of philosophical reflection in the face of the complexity of modern communication and its impact on society.

Keywords: Philosophy, communication, ethics, philosophy of communication, philosophy of Islamic communication.

Abstrak: Penelitian ini mengeksplorasi dasar-dasar teoretis dan filosofis dari proses komunikasi, dengan fokus khusus pada implikasi etis dan kekuatan dalam praktik komunikasi kontemporer. Dalam konteks evolusi pemikiran filosofis, kajian ini menggabungkan berbagai teori komunikasi klasik dan modern. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini mengumpulkan data dari berbagai studi Pustaka seperti buku, jurnal komunikasi dan analisis wacana dari teks-teks kunci. Temuan menunjukkan bahwa komunikasi tidak hanya sebagai alat penyampaian pesan tetapi juga sebagai mekanisme pembentukan identitas dan kekuasaan. Selain itu, penelitian ini mengungkapkan bahwa etika komunikasi, terutama dalam media digital, memerlukan perhatian khusus untuk mengatasi tantangan kejujuran, transparansi, dan privasi. Studi ini berkontribusi pada pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana prinsip-prinsip filosofis dapat diterapkan untuk meningkatkan praktik komunikasi di era digital. Dengan demikian, penelitian ini menekankan pentingnya refleksi filosofis dalam menghadapi kompleksitas komunikasi modern dan dampaknya pada masyarakat.

Kata Kunci: Filsafat, Komunikasi, Etika, Filsafat Komunikasi, Filsafat Komunikasi Islam

PENDAHULUAN

Filsafat berasal dari bahasa Yunani yaitu *Philein* dan *Sophia* yang artinya “cinta kebijaksanaan”. Semua ilmu pengetahuan punya pandangan filsafat, pada umumnya karena perkembangan ilmu-ilmu yang ada pada masa lampau. Semakin besar pengaruh dari peran filsafat terhadap ilmu pengetahuan, filsafat jadi sering diartikan sebagai ibu dari Ilmu Pengetahuan. Filsafat membantu kita untuk belajar berpikir kritis dan menyelidiki masalah yang terkait. Filsafat membantu menempatkan bidang ilmiahnya dalam persepektif yang lebih luas. Filsafat ingin melihat keseluruhan dan tidak adanya keterbatasan karena filsafat dapat memberi pandangan holistik. Filsafat juga memudahkan kita untuk menyampaikan pemikiran secara jelas dan lugas, dalam hal ini hubungan erat antara berpikir dan bahasa. Filsafat berfokus pada pertanyaan-pertanyaan fundamental tentang eksistensi, pengetahuan, nilai, realitas, kebijaksanaan, dan berbagai topik lainnya yang relevan dengan keberadaan manusia di dunia ini. Filsafat mencoba untuk memberikan jawaban rasional dan sistematis

terhadap pertanyaan-pertanyaan ini melalui penalaran kritis dan refleksi. Konsep dan topik utama yang dibahas dalam filsafat adalah studi tentang realitas dan asal-usul dunia (metafisika), studi tentang pengetahuan dan kebenaran (epistemologi), studi tentang penalaran dan argumen (Logika), studi tentang moralitas dan nilai-nilai (etika), studi tentang keindahan dan seni (estetika), studi tentang kekuasaan, otoritas, dan tata kelola masyarakat (politik), studi tentang kepercayaan agama dan hubungannya dengan realitas (filsafat agama). Dalam ilmu pengetahuan, manusia tidak terlalu memikirkan kegunaannya, semata-mata hanya ingin tahu. Karenanya bagaimana ilmu itu digunakan (aksiologi) menjadi penting. Ontologi merupakan cabang filsafat yang mengkaji hakikat ilmu dan objeknya.

METODE PENELITIAN

Kami menggunakan metode penelitian kualitatif dengan meninjau dari beberapa studi pustaka seperti buku dan jurnal yang berkaitan dengan materi filsafat komunikasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang diambil dari beberapa sumber yang terpercaya seperti dari buku, jurnal, dan berbagai artikel lainnya untuk memperkuat teori yang ada sehingga bisa meningkatkan kualitas penelitian dan kami juga bisa melihat dari berbagai sudut pandang yang lebih luas tidak hanya melihat satu atau dua sumber sehingga lebih relevan dan lebih mudah untuk dipahami para pembaca.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Filsafat Komunikasi

Dalam konteks ilmu komunikasi, terdapat tiga paradigma dasar yang menentukan perspektif atau cara pandang terhadap komunikasi yaitu dari segi epistemologi, aksiologi dan ontologi Berdasarkan ke tiga paradigma tersebut, komunikasi didefinisikan sebagai usaha penyampaian pesan antar manusia. Artinya, objek ilmu komunikasi adalah tentang penyampaian pesan antar manusia yang disampaikan dengan usaha secara sengaja dilatari motif komunikasi, dikupas terlebih dahulu tentang hakikat manusia terutama faktor rohani yang dimilikinya. Manusia tidak bisa tidak berkomunikasi. Namun tidak semua tindakan manusia adalah tindakan komunikasi. Oleh karena itu tindak komunikasi dalam penyampaian pesan ditandai dengan adanya motif komunikasi. Motif komunikasi sangat menentukan apakah sesuatu layak disebut pesan atau tidak, apakah seseorang berlaku sebagai komunikator medium atau komunikan yang bergeser menjadi komunikator. Aksiologis mempertanyakan nilai bagaimana dan untuk tujuan apa ilmu komunikasi digunakan. Dalam cabang ini hubungan manusia dengan Tuhannya dan dengan sesamanya merupakan salah satu

aksiologi dari ilmu ini. Karenanya, terkait penilai etis atau moral. Hanya tindakan manusia yang dilakukan dengan sengaja yang dapat dikenai penilaian etis. Akar tindakan manusia adalah falsafah hidup. Sama halnya dengan ilmuwan komunikasi, falsafah hidupnya akan menentukannya dalam:

- a) Memilih objek penelitian
- b) Cara melakukan penelitian
- c) Menggunakan produk hasil penelitiannya.

Ilmu komunikasi sebagai ilmu sosial yang berada pada rumpun empiris dapat dikembangkan berdasarkan paradigma positivist dan anti positivist. Ilmu komunikasi yang berlatar positivist cenderung objektif. Sedangkan ilmu komunikasi yang berlatar anti positivistisme bersifat intersubjektif. Berdasarkan jenis data dan pengolahannya, ilmu komunikasi memiliki dua jenis, yaitu kuantitatif yang lebih berlatar positivist dan kualitatif lebih berlatar antipositivist yang intersubjektif. Ilmu komunikasi menggunakan empat strategi dalam pengumpulan data penelitian, yaitu :

1. Eksperimen, digunakan pada penelitian kuantitatif.
2. Survei, digunakan pada penelitian kuantitatif dan kualitatif.
3. Analisis teks, digunakan pada penelitian kuantitatif dan kualitatif.
4. Partisipasi-observasi, digunakan pada penelitian kualitatif.

Paradigma dalam ilmu komunikasi sebagaimana ilmu sosial lainnya menjadi penting mengingat sifat objek yang abstrak, tiga paradigma yang ada dalam memandang ilmu komunikasi bisa sama benarnya, tapi juga bisa sama salahnya. Namun betapapun spekulatifnya, sifat tegas tetap diperlukan. Tetapi dalam coretan sederhana ini saya tidak ingin menyesatkan dalam hal teori, karena di dalamnya saya menemui keraguan dalam hal tiga paradigma dasar dalam menentukan cara pandang terhadap ilmu komunikasi.

Filsafat komunikasi adalah disiplin yang menelaah pemahaman (*vertehen*) secara fundamental, metodologis, sistematis, analitis, kritis, dan holistik teori dan proses komunikasi yang meliputi segala dimensi menurut bidangnya, sifatnya, tatanannya, tujuannya, fungsinya, dan metodenya. Dalam prosesnya, komunikasi dipengaruhi oleh beberapa hal, antara lain tempat, waktu, gangguan, dan sebagainya. Devito (1997) menyebut aspek-aspek yang berpengaruh bagi proses komunikasi tersebut dengan lingkungan komunikasi. Setidaknya terdapat tiga dimensi yang terdapat dalam lingkungan (konteks) komunikasi dimaksud, yakni:

- 1) Dimensi fisik. Dimensi fisik mengacu pada lingkungan nyata atau berwujud. Misalnya: di ruang rapat, ruang kelas, ruang keluarga, di bioskop, di mal, di jalanan, di tempat rekreasi, dsb. Dimensi fisik ini berkaitan dengan tempat, di mana komunikasi berlangsung. Tempat

berlangsungnya komunikasi dapat mempengaruhi kandungan pesan (apa yang disampaikan), serta bentuk kemasan pesan (bagaimana menyampaikan).

- 2) Dimensi sosio-psikologi. Menyangkut lingkungan hubungan kejiwaan antara partisipan komunikasi (komunikator dan komunikan). Misalnya, status pendidikan, status ekonomi, norma agama, norma budaya, rasa persahabatan, rasa permusuhan, rasa gembira, rasa duka, dan sebagainya. Dimensi sosial psikologis berkaitan dengan suasana dimana komunikasi berlangsung. Suasana pada komunikator dan komunikan akan mempengaruhi isi pesan dan cara mereka menyampaikannya. Suasana seperti formalitas, informalitas, serius, santai, berduka, gembira, misalnya, akan berbeda suasana komunikasinya.
- 3) Dimensi temporal (waktu). Mencakup waktu dalam sehari, setahun, ataupun dalam hitungan sejarah di mana komunikasi berlangsung. Misalnya, pagi hari, sore hari, malam hari, abad sebelum masehi, abad pertengahan, abad modern, masa orde lama, dan sebagainya. Dimensi temporal ini jelas berkaitan dengan waktu. Biasanya orang berkomunikasi dengan keluarganya sebelum berangkat kerja di pagi hari. Sebagian yang lainnya justru dilakukan (berkomunikasi dengan keluarganya) di waktu sore (sepulang kerja). Suatu pesan tertentu disesuaikan dengan rangkaian temporal peristiwa komunikasi.

Teori Filsafat Komunikasi

Terdapat beberapa teori filsafat komunikasi yang memberikan pemahaman mendalam tentang alasan, prinsip, dan tujuan di balik proses komunikasi. Berikut adalah beberapa teori penting dalam konteks filsafat komunikasi:

1. Teori Semiotika

Dikembangkan oleh filsuf seperti Charles Sanders Peirce dan Ferdinand de Saussure, teori semiotika mengkaji bagaimana tanda-tanda (atau simbol) digunakan untuk mentransmisikan makna. Ini mempertimbangkan hubungan antara tanda, pengertian, dan realitas yang dipermasalahkan oleh komunikasi. Teori semiotika adalah kerangka konseptual yang mempelajari tanda-tanda, atau simbol, dan cara mereka digunakan untuk mentransmisikan makna dalam komunikasi. Poin-poin kuncinya adalah tanda, tipe-tipe tanda, struktur dan makna, arbitreritas (hubungan alami tanda dan objeknya), denotasi dan konotasi.

2. Teori Pragmatik

Didasarkan pada pemikiran filsuf Amerika, Charles Sanders Peirce dan William James, teori ini menekankan pentingnya konteks dan konsekuensi dalam penentuan makna. Fokusnya pada efek komunikasi dan bagaimana mereka memengaruhi tindakan dan persepsi individu. Teori pragmatik adalah pendekatan dalam filsafat dan linguistik

yang menekankan pentingnya konteks dan konsekuensi dalam penentuan makna komunikasi. Teori pragmatik menekankan bahwa makna sebuah tanda atau ucapan ditentukan oleh konsekuensi atau efeknya dalam konteks tertentu. Dengan kata lain, makna tidak hanya bergantung pada bentuk atau struktur tanda, tetapi juga pada hasil dari penggunaan tanda tersebut. Teori ini mengidentifikasi beberapa prinsip pragmatik yang memengaruhi komunikasi. Prinsip-prinsip ini termasuk kebutuhan akan komunikasi yang jelas, kooperatif, dan relevan dalam mencapai tujuan komunikatif. Pragmatisme menekankan bahwa komunikasi bukan hanya tentang mentransfer informasi, tetapi juga tentang bertindak dan mempengaruhi perilaku dan persepsi orang lain. Dengan demikian, penting untuk memahami efek dari komunikasi dalam mencapai tujuan tertentu.

3. Teori Hermeneutika

Terkait erat dengan filsuf Jerman seperti Friedrich Schleiermacher, Wilhelm Dilthey, dan Hans-Georg Gadamer, teori ini mengkaji proses interpretasi dan pemahaman dalam komunikasi. Ini menyoroti peran konteks, subjektivitas, dan penafsiran dalam mentransmisikan makna. Hermeneutika menekankan bahwa interpretasi sebuah teks atau fenomena budaya adalah proses yang terus-menerus. Makna tidak statis; mereka dapat berkembang dan berubah seiring waktu sesuai dengan konteks baru dan interpretasi yang lebih mendalam. Teori Hermeneutika menekankan pentingnya pemahaman dan interpretasi dalam memahami teks atau fenomena budaya. Fokusnya adalah pada proses menggali makna yang terkandung dalam teks atau situasi. Teori ini mengakui peran penting konteks dalam proses interpretasi. Konteks dapat mencakup konteks historis, budaya, linguistik, dan situasional di mana teks atau fenomena tersebut muncul.

4. Teori Kritis

Berakar dalam pemikiran filsuf Frankfurt School seperti Max Horkheimer, Theodor Adorno, dan Jürgen Habermas, teori kritis menyoroti dimensi politik dan kekuasaan dalam komunikasi. Ini menekankan bagaimana media dan budaya massa dapat digunakan untuk mengontrol atau memanipulasi opini publik. Para teoris Kritis sering mengkritik kapitalisme sebagai sumber utama ketidaksetaraan dan alienasi dalam masyarakat modern. Mereka menyoroti kontradiksi dan ketidakadilan yang terkandung dalam struktur ekonomi kapitalis, termasuk eksploitasi tenaga kerja dan komodifikasi segala sesuatu, termasuk budaya dan identitas. Tujuan akhir dari Teori Kritis adalah pemberdayaan individu dan kelompok yang tertindas melalui kesadaran kritis dan tindakan politik. Ini mencakup upaya untuk membongkar struktur kekuasaan yang ada dan mempromosikan keadilan sosial serta emansipasi individu dari penindasan.

5. Teori Dialogis

Dikembangkan oleh filsuf Rusia Mikhail Bakhtin, teori ini menekankan pentingnya dialog dan interaksi dalam proses komunikasi. Ini memperhatikan bagaimana makna dibentuk melalui pertukaran simbolik antara individu dan kelompok. Dalam teori ini, gagasan berlaku (*dialogic engagement*) adalah konsep yang penting. Ini merujuk pada kemampuan individu untuk terlibat dalam dialog aktif dengan suara lain, baik setuju maupun tidak setuju, dengan sikap terbuka dan responsif. Tujuan utama dari dialog adalah untuk berbagi makna dan memperluas pemahaman bersama. Melalui dialog, individu dapat mencapai pemahaman yang lebih dalam tentang diri mereka sendiri, orang lain, dan dunia di sekitar mereka. Teori Dialogis menyoroti pentingnya dialog dan interaksi sebagai prinsip dasar dalam komunikasi manusia. Komunikasi tidak hanya tentang mentransfer informasi, tetapi juga tentang pertukaran makna dan gagasan antara individu atau kelompok.

6. Teori Etika Komunikasi

Fokus utamanya adalah pada aspek moral dan etis dari komunikasi. Teori ini menyoroti prinsip-prinsip seperti kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan penghormatan terhadap hak individu dalam konteks komunikasi. Teori Etika Komunikasi juga mempertimbangkan implikasi etis dari penggunaan media massa dan teknologi komunikasi modern. Hal ini termasuk pertimbangan tentang privasi, keamanan data, dan dampak sosial dari media digital. Teori Etika Komunikasi mempromosikan penggunaan empati dan pengertian dalam komunikasi. Komunikator diharapkan untuk memahami perspektif dan pengalaman individu lain, serta menghargai keragaman budaya dan nilai-nilai yang berbeda.

Dasar-Dasar Filsafat Komunikasi

Dasar-dasar filsafat komunikasi membahas prinsip-prinsip dan konsep-konsep yang mendasari pemahaman tentang komunikasi dari sudut pandang filosofis. Berikut adalah beberapa poin penting dalam dasar-dasar filsafat komunikasi:

1. Ontologi Komunikasi

Ini membahas hakikat atau realitas dari fenomena komunikasi. Pertanyaan ontologis dalam konteks ini bisa mencakup apakah komunikasi itu inheren pada alam semesta, apakah komunikasi ada sebelum bahasa, dan sebagainya. Konsep ontologi komunikasi melibatkan pertanyaan-pertanyaan mendasar tentang eksistensi komunikasi, termasuk apakah komunikasi merupakan fenomena yang inheren pada alam semesta,

bagaimana komunikasi berinteraksi dengan realitas yang ada, dan apakah komunikasi itu independen dari individu atau terkait erat dengan subjektivitas manusia.

Pendekatan pada ontologi adalah realisme komunikasi dalam konteks ini, komunikasi dianggap sebagai proses objektif yang terjadi secara independen dari interpretasi manusia. Pendekatan ini berpendapat bahwa realitas sosial dan makna komunikasi dibangun melalui interaksi manusia. Artinya, komunikasi adalah hasil dari konstruksi bersama yang dipengaruhi oleh konteks sosial, budaya, dan kepentingan politik. Pendekatan ini menekankan pengalaman subjektif individu dalam proses komunikasi. Dalam konteks ini, ontologi komunikasi mencakup pemahaman tentang bagaimana individu mengalami dan memahami dunia melalui interaksi komunikatif. Pendekatan ini menekankan peran pemikiran, ide, dan representasi mental dalam pembentukan realitas komunikasi. Menurut pandangan ini, komunikasi tidak hanya mencerminkan realitas yang ada, tetapi juga membentuk realitas itu sendiri.

2. Epistemologi Komunikasi

Ini berkaitan dengan cara kita memahami dan mendekati komunikasi sebagai objek studi. Bagaimana kita tahu apa yang kita ketahui tentang komunikasi? Apa metode yang digunakan untuk memperoleh pengetahuan tentang komunikasi?. Pendekatan ini menekankan pada pengetahuan yang bersifat empiris dan dapat diuji. Pengetahuan tentang komunikasi dianggap dapat diperoleh melalui pengamatan empiris, pengujian hipotesis, dan metodologi ilmiah lainnya. Positivisme cenderung mengutamakan fakta dan data yang dapat diukur secara objektif. Pendekatan ini berpendapat bahwa pengetahuan tentang komunikasi adalah hasil dari konstruksi sosial yang dipengaruhi oleh budaya, bahasa, dan konteks sosial.

Dalam konteks ini, pengetahuan bukanlah representasi objektif dari realitas, tetapi hasil dari interpretasi subjektif yang dipengaruhi oleh faktor-faktor kontekstual. Pendekatan ini menyoroti keragaman, ketidakpastian, dan kompleksitas dalam komunikasi. Postmodernisme menekankan bahwa pengetahuan tentang komunikasi tidak ada yang absolut atau tetap, melainkan selalu terbuka untuk interpretasi yang beragam dan seringkali bertentangan. Pendekatan ini berpendapat bahwa pengetahuan tentang komunikasi adalah hasil dari konstruksi sosial yang dipengaruhi oleh budaya, bahasa, dan konteks sosial. Dalam konteks ini, pengetahuan bukanlah representasi objektif dari realitas, tetapi hasil dari interpretasi subjektif yang dipengaruhi oleh faktor-faktor kontekstual.

3. Aksiologi Komunikasi

Ini menyangkut nilai-nilai atau tujuan di balik komunikasi. Apa yang dianggap sebagai komunikasi yang baik atau bermoral? Bagaimana komunikasi memengaruhi kehidupan individu dan masyarakat secara keseluruhan?. Aksiologi komunikasi mempertimbangkan tujuan atau hasil yang diinginkan dari proses komunikasi. Misalnya, komunikasi bisa memiliki tujuan untuk memberikan informasi yang akurat, membangun hubungan yang kuat, mempengaruhi pendapat orang lain, atau memperjuangkan keadilan sosial. Etika komunikasi membahas masalah moral dalam penyampaian informasi, kebenaran, keadilan, dan tanggung jawab komunikator terhadap publik. Ini melibatkan pertimbangan tentang kejujuran, rasa hormat, sensitivitas terhadap perbedaan, dan tanggung jawab sosial dalam berkomunikasi. Aksiologi komunikasi memperhatikan pentingnya menghargai dan merayakan keberagaman dalam komunikasi, serta memastikan inklusi orang-orang dari berbagai latar belakang dan perspektif dalam diskusi dan pengambilan keputusan.

4. Fenomenologi Komunikasi

Ini fokus pada pengalaman individu dalam proses komunikasi. Bagaimana individu mengalami dan memahami komunikasi? Apa yang terjadi dalam pikiran dan perasaan individu saat mereka berkomunikasi?. Fenomenologi komunikasi menekankan pentingnya pengalaman subjektif individu dalam proses komunikasi. Ini berarti bahwa pengalaman dan interpretasi individu terhadap komunikasi adalah pusat dari analisis, dan penting untuk memahami bagaimana individu merasakan dan mengartikan interaksi komunikatif. Meskipun fokus pada pengalaman subjektif, fenomenologi komunikasi juga mengakui pentingnya intersubjektivitas, yaitu pemahaman bersama antara individu. Ini berarti bahwa meskipun pengalaman komunikatif bersifat subjektif, ada kemungkinan untuk mencapai pemahaman bersama melalui dialog dan interaksi.

5. Pragmatisme Komunikasi

Mempertimbangkan konsekuensi praktis dari teori dan praktik komunikasi. Apa yang bisa dicapai melalui komunikasi, dan bagaimana kita dapat mengukur keberhasilannya?. Pragmatisme komunikasi menekankan pentingnya memiliki tujuan yang jelas dalam komunikasi. Sebelum berkomunikasi, individu atau organisasi perlu mempertimbangkan apa yang ingin mereka capai melalui interaksi komunikatif tersebut, dan menilai apakah strategi yang mereka pilih akan membantu mereka mencapai tujuan tersebut. Pendekatan pragmatis dalam komunikasi menekankan fleksibilitas dan adaptabilitas dalam strategi komunikasi. Ini berarti bahwa individu atau organisasi perlu

siap untuk menyesuaikan pesan atau strategi komunikasi mereka berdasarkan pada respons dan kondisi yang muncul dalam interaksi tersebut. Pendekatan pragmatis mengakui bahwa efektivitas suatu pesan atau strategi komunikasi dapat bervariasi tergantung pada konteksnya. Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan konteks komunikasi tertentu dalam merancang dan mengevaluasi strategi komunikasi.

6. Hermeneutika Komunikasi

Ini mengacu pada interpretasi dan pemahaman pesan komunikasi. Bagaimana kita memahami makna di balik kata-kata dan tindakan komunikatif? Bagaimana konteks memengaruhi pemahaman kita?. Istilah "hermeneutika" berasal dari bahasa Yunani yang berarti "interpretasi" atau "penafsiran." Dalam konteks komunikasi, hermeneutika mengacu pada proses memahami makna pesan komunikasi melalui analisis konteks, budaya, dan pengalaman subjektif. Hermeneutika komunikasi mengasumsikan bahwa makna pesan komunikasi tidak selalu terwujud secara jelas atau eksplisit, tetapi seringkali terbuka untuk interpretasi. Ini berarti bahwa individu memiliki peran aktif dalam memberikan makna kepada pesan berdasarkan pada pengalaman, pengetahuan, dan konteks mereka sendiri. Hermeneutika komunikasi menekankan pentingnya memperhatikan konteks dan budaya dalam memahami makna pesan.

Konteks sosial, sejarah, dan budaya dapat memengaruhi bagaimana pesan dipahami dan diterima oleh penerima. Hermeneutika komunikasi menganggap pemahaman dan interpretasi sebagai proses yang berkelanjutan dan terus-menerus. Makna pesan dapat berubah seiring waktu atau dalam konteks yang berbeda, dan oleh karena itu, interpretasi pesan juga dapat berkembang.

7. Konstruktivisme Komunikasi

Ini berfokus pada pembangunan realitas sosial melalui komunikasi. Bagaimana pemahaman bersama dan pemodelan sosial dibentuk melalui interaksi komunikatif?. Konstruktivisme komunikasi menganggap bahwa realitas sosial tidak ada sebelumnya, tetapi dibangun melalui interaksi komunikatif antara individu, kelompok, dan institusi. Realitas sosial terbentuk melalui proses negosiasi makna, interpretasi bersama, dan konstruksi kolektif. Konstruktivisme komunikasi mempertimbangkan peran konteks sosial, budaya, dan sejarah dalam pembentukan realitas sosial. Cara individu memahami dan merespons pesan komunikasi dipengaruhi oleh norma, nilai, dan praktik sosial yang ada dalam masyarakat mereka. Konstruktivisme mengakui bahwa realitas sosial tidaklah statis, tetapi terus berkembang dan berubah seiring waktu. Interaksi komunikatif dapat memunculkan perubahan dalam pemahaman, norma, dan struktur sosial yang ada.

Filsafat Komunikasi Islam

Di kalangan para pemikir, mulai dari masa Aristoteles hingga Freud atau dari zaman Yunani hingga zaman modern, telah terjadi perdebatan filosofis yang sengit di sekitar pengetahuan manusia. Salah satu perdebatan besar itu adalah diskusi yang mempersoalkan sumber- sumber dan asal-usul pengetahuan dengan meneliti, mempelajari dan mencoba mengungkapkan prinsip-prinsip primer kekuatan struktur pikiran yang dianugerahkan kepada manusia.

Mereka ingin menjawab pertanyaan-pertanyaan seputar: Bagaimana pengetahuan itu muncul dalam diri manusia? Bagaimana kehidupan intelektualnya tercipta, termasuk setiap pemikiran dan konsep-konsep (notions) yang muncul sejak dini? Dan apakah sumber yang memberikan kepada manusia arus pemikiran dan pengetahuan ini? Dengan mengkritisi pendapat-pendapat pemikir yang mendiskusikan tentang sumber-sumber dan asal-usul pengetahuan manusia itu, Muhammad Baqir Ash-Shadr mencari argumen sendiri untuk memberikan jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan sebagaimana di atas. Ia mengemukakan bahwa secara garis besar pengetahuan manusia itu di bagi menjadi dua, yaitu konsepsi (tashawwur) atau pengetahuan sederhana dan assent (tashdiq) atau membenaran. Secara sederhana terjadinya pengetahuan berdasarkan a priori dan a parteriori. A priori maksudnya pengetahuan yang terjadi tanpa adanya atau melalui pengalaman, baik pengalaman inderawi maupun batin. Sedangkan a parteriori adalah pengetahuan yang terjadi karena adanya pengalaman. Adapun alat-alat untuk mengetahui terdiri dari (1) pengalaman indera (sense experinece); (2) nalar (reason); (3) otoritas (authority); (4) intuisi (intuition); (5) wahyu (revelation); (6) keyakinan (faith). Dalam banyak ayat Alquran dikemukakan tentang berbagai cara meperoleh ilmu pengetahuan, yaitu melalui persepsi inderawi, melalui kalbu atau akal, dan lewat wahyu atau ilham.

KESIMPULAN

Dalam melihat dari berbagai aspek bahwasannya filsafat dan komunikasi merupakan satu kesamaan yang tidak bisa dipisahkan dan untuk memahami filsafat juga termasuk kedalam komunikasi yang mandiri. Filsafat komunikasi adalah disiplin yang menelaah pemahaman (vertehen) secara fundamental, metodologis, sistematis, analitis, kritis, dan holistis teori dan proses komunikasi yang meliputi segala dimensi menurut bidangnya, sifatnya, tatanannya, tujuannya, fungsinya, dan metodenya. Teori filsafat komunikasi terdiri dari teori semiotika, pragmatik, hermeneutika, kritis, dialogis, etika komunikasi.

Dasar-dasar filsafat komunikasi ontologi, epistemologi, aksiologi, fenomenologi, pragmatisme, hermeneutika, konstruktivisme. Muhammad Baqir Ash-Shadr mencari argumen sendiri untuk memberikan jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan sebagaimana di atas. Ia mengemukakan bahwa secara garis besar pengetahuan manusia itu di bagi menjadi dua, yaitu konsepsi (tashawwur) atau pengetahuan sederhana dan assent (tashdiq) atau membenaran. Secara sederhana terjadinya pengetahuan berdasarkan a priori dan a parteriori.

DAFTAR PUSTAKA

Ardianto, E. (2007). Filsafat ilmu komunikasi.

Halik, A. (2014). FILSAFAT KOMUNIKASI.

Ridwan, A. (2013). Filsafat komunikasi.

Setiawan, D. (2019). Filsafat komunikasi dalam makrokosmos. *JURNAL SIMBOLIKA Research and Learning in Communication Study*, 5 (2), 73-87.

Yunis, M. (2020). ISU AKSIOLOGI DALAM FILSAFAT ILMU KOMUNIKASI. *Khabar (Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam)*, (2) , 45-56.

Zamroni, M. (2022). Filsafat Komunikasi: Pengantar Ontologis, Epistemologis, dan Aksiologis. *IRCiSoD*.