

Komunikasi Efektif Era Millenial di Media Sosial Perspektif Wawasan Hadis

Bukhari¹, Nurmala Sari²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang

E-mail : bukhari@uinib.ac.id¹, far38883@gmail.com²

ABSTRACT

This research aims to find out how effective communication is in the Millennial era on Social Media from the perspective of Hadith insight. This research was carried out because it looked at the Millennial era which is synonymous with technology which often communicates via social media whose users come from various different backgrounds so the risk of misunderstandings in communication is very high resulting in ineffective communication. The method used in this research is qualitative research, a type of library research. The research results show that the barriers to effective communication in the millennial era in the hadith perspective are barriers that come from the communicator and the communicant. Effective communication strategies for the millennial era from a hadith perspective are that for effective communication, communicators carry out communication strategies by improving their ability to convey messages, grouping types of communicants, and providing messages or information according to the communicant's needs.

Keywords: *Effective Communication, Millennial Era, Social Media, Hadith.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi efektif era Millenial di Media Sosial dalam perspektif wawasan Hadis. Penelitian ini dilakukan karena melihat pada era Millenial yang identik dengan teknologi yang sering berkomunikasi melalui media sosial yang penggunaanya beragam dari berbagai latar belakang berbeda sehingga resiko terhadap terjadinya kesalahpahaman dalam berkomunikasi sangat tinggi sehingga komunikasi tidak efektif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif jenis penelitian penelitian kepustakaan (*library research*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa hambatan komunikasi efektif era milenial di dalam perspektif hadits yaitu hambatan datang dari komunikator dan komunikan. Strategi komunikasi efektif era milenial dalam perspektif hadits yaitu agar komunikasi efektif, komunikator melakukan strategi komunikasi dengan meningkatkan kemampuan dalam menyampaikan pesan, mengelompokkan jenis-jenis komunikan, dan memberikan pesan atau informasi sesuai dengan kebutuhan komunikan.

Kata Kunci: Komunikasi Efektif, Era Millenial, Media Sosial, Hadis.

PENDAHULUAN

Sekarang dikenal dengan era milenial, bagi seseorang yang lahir di era ini disebut sebagai generasi milenial. Generasi milenial

ialah mereka yang dilahir pada kisaran tahun 1980-1990, atau pada awal 2000, dan seterusnya (Fuad et al., 2021). Saat ini, generasi milenial sangat akrab dengan

gadget, (Astini, 2019) menyatakan bahwa generasi millennial mempunyai keahlian di bagian teknologi, untuk itu sekarang menjalin komunikasi dan membangun jejaring dengan orang lain melalui fasilitas aplikasi digital yang disebut dengan media sosial dan digunakan untuk berkomunikasi secara jarak jauh. Komunikasi pada intinya ialah ungkapan sesama manusia, yang diungkapkan ialah pemikiran dan perasaan seseorang terhadap orang lain dengan memakai bahasa sebagai penyalurnya.

Komunikasi menurut Onong Uchjana effeendi dalam (Huri & Astarini, 2021) secara etimologi berasal dari bahasa Inggris yaitu Communication dan bahasa Belanda Communicate yang berlanjut dari bahasa Latin Communicatio yang berdasar dari kata Communis yang diartikan sama atau sama makna. Makna di sini diartikan bahwa komunikasi bisa terwujud jika diantara pelaku komunikasi dan saling berbagi pesan, pemikiran dan gagasan sehingga komunikasi akan terjadi apabila ada kesamaan makna yang terjadi diantara peserta komunikasi. Geral R. Miller pun menyatakan dalam (H. Hasanah, 2015) bahwa Komunikasi terjadi saat sebuah sumber mengatakan sebuah pesan terhadap penerima dengan tujuan yang disadari agar bisa pengaruhi sikap penerima. Senada dengan itu, Everett M. Rogers dalam (Febriana & Setiawan, 2016) menambahkan bahwa komunikasi ialah proses pengalihan sebuah ide dari seseorang atau lebih dengan tujuan untuk mengubah perilaku mereka.

Berdasarkan pendapat ahli tersebut, jelas bahwa sebuah komunikasi dilaksanakan untuk mencapai sebuah tujuan. Tujuannya yaitu supaya terjadi perubahan sikap atau perilaku agar memenuhi harapan yang diinginkan melalui pesan yang disampaikan. Oleh karena itu, komunikasi disebut sebagai usaha mempengaruhi sikap dan perilaku

orang lain. Ketika tujuan dari komunikasi terpenuhi, maka komunikasi tersebut disebut dengan komunikasi efektif.

Komunikasi yang efektif ialah komunikasi yang hasilnya sesuai dengan keinginan pelaku komunikasinya (Rokhmah & Anggorowati, 2017). Komunikasi efektif bisa tercapai jika makna dari pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat dipahami dengan baik oleh komunikan, dan komunikasi memberikan umpan balik seperti yang diharapkan komunikator (Wisman, 2017). Tentu tidaklah mudah untuk membuat sebuah komunikasi berjalan dengan menghasilkan kesepakatan secara utuh sesuai dengan tujuannya. Untuk itu, Wilbur Schramm menampilkan apa yang ia sebut *the condition of success in communication* dalam (Susmita et al., 2022) yakni kondisi yang harus dipenuhi jika kita menginginkan agar suatu pesan membangkitkan tanggapan yang kita hendaki. Pertama, pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian komunikan. Dua, Pesan harus menggunakan lambang-lambang tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga sama-sama mengerti. Tiga, pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut. Empat, pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi yang layak bagi situasi kelompok di mana komunikan berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki (Handayani, 2011). Komunikasi efektif akan terjadi jika komunikator mampu melihat hambatan yang terjadi di dalam komunikasi dan mampu mengurangi hambatan tersebut dengan menggunakan strategi komunikasi yang tepat agar komunikasi bisa efektif.

Komunikasi efektif menjadi kajian yang menarik untuk dilakukan, karena manusia selama masih hidup akan terus berkomunikasi dari zaman dahulu sampai sekarang yang dikenal dengan era milenial. Era milenial ialah masa adanya peningkatan penggunaan dan keakraban dengan komunikasi, media dan teknologi digital seperti saat ini. Generasi yang hidup di era milenial ini memiliki karakter yang khas. Sejak dibangku sekolah sudah menggunakan gawai dan menjadikan internet sebagai kebutuhan pokok, selalu terhubung dengan internet supaya dapat mengakses hal-hal baru atau sekedar bersosialisasi dalam media sosial (Putri, 2017).

Generasi ini hidup di masa percepatan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi digital. Karakter yang dimiliki generasi ini yaitu lebih berpikiran terbuka, reaktif terhadap perubahan yang terjadi di lingkungannya (Munir, 2018). Ciri khas generasi milenial ialah adanya perbedaan dalam memahami realitas kehidupan. Generasi ini lebih mengerti teknologi, mudah mengakses banyak perkembangan isu yang terjadi di masyarakat, mengakses banyak informasi yang menunjang sumber pengetahuan secara mudah melalui akses internet. Salah satu akses teknologi yang dimiliki di dalam internet yaitu media sosial, yang membantu komunikasi semakin mudah dan cepat tanpa harus bertemu langsung. (Rafiq, 2020) mengatakan bahwa masyarakat tidak lagi bisa lepas dari penggunaan media sosial.

Melihat zaman yang terus berkembang, tentu hambatan komunikasi efektif kian meningkat, untuk itu, penulis mencoba melihat komunikasi efektif dari kaca mata agama, khususnya hadits yang menjadi salah satu pedoman umat Islam dalam menjalankan kehidupan (Hakim, 2016).

Hadits menurut bahasa (*lughat*) adalah *khobar* yang berarti warta, yakni *ma yutahaddatsu bihi wa yunqalu* (sesuatu yang dipercakapkan dan dipindahkan dari seseorang kepada seseorang, sama maknanya dengan *hidditsa*) dari makna inilah diambil perkataan *hadits Rasulullah* (Andariati, 2020). Setiap proses komunikasi selalu membawa pesan, yang berarti sebuah kabar, yang dimaksudkan memberi tahu, memengaruhi, mengajak dst. Sedangkan Hadits dalam makna tertentu kabar berita, pesan yang penuh kebaikan dari Nabi Muhammad SAW. Nabi secara *lughah* juga berarti pembawa pesan.

Untuk itu, Penelitian ini terfokus kepada dua hal yaitu; Pertama, hambatan komunikasi efektif dalam perspektif Hadits. Kedua, strategi komunikasi efektif dalam perspektif Hadits

Secara terminologis, para ulama baik *muhaditsin*, *fuqaha*, ataupun ulama *ushul*, merumuskan pengertian dalam (Birbik, 2020) hadits secara berbeda-beda. Perbedaan pandangan tersebut lebih disebabkan oleh terbatas dan luasnya objek tinjauan masing-masing, yang tentu saja mengandung kecenderungan pada aliran ilmu yang didalamnya. Meskipun memiliki pendapat yang berbeda, namun memiliki makna yang sama, diantaranya yaitu Mahmud Ath-Thahan mengatakan bahwa hadits merupakan sesuatu yang datang dari Nabi, baik berupa perkataan atau perbuatan dan atau persetujuan.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, digunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian penelitian kepustakaan (*library research*) yang mengarah pada penjelasan deskriptif, upaya yang dilakukan dengan memaparkan komunikasi efektif era milenial (perspektif

wawasan hadits). Sumber data yang digunakan ialah teks hadits yang berkaitan dengan hambatan komunikasi efektif dan strategi komunikasi efektif

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hambatan Komunikasi Efektif dalam Perseptif Hadits

Komunikasi dilakukan kapanpun dan dimanapun dengan harapan pesan yang ingin disampaikan diterima dengan baik oleh sipenerima pesan. Panton (1996) menyebutkan dalam (Harivarman, 2017) bahwa dalam proses komunikasi, selalu terdapat hambatan yang membuat pesan yang disampaikan oleh komunikator berbeda dengan pesan yang didapat oleh komunikan sehingga menimbulkan kesalahpahaman. Merujuk pada hadits, ada beberapa hambatan komunikasi sebagaimana hadits berikut:

عَنْ أَنَسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: بَيْنَمَا نَحْنُ فِي الْمَسْجِدِ مَعَ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، إِذْ جَاءَ أَعْرَابِيٌّ، فَقَامَ يُبُولُ فِي الْمَسْجِدِ. فَقَالَ أَصْحَابُ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَهْ مَهْ. فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ لَا تَزْرُمُوهُ، دُعُوهُ "فَنَزَعُوهُ حَتَّى بَالَ، ثُمَّ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ دَعَاهُ، فَقَالَ لَهُ: "إِنَّ هَذِهِ الْمَسَاجِدَ لَا تَصْلُحُ لِشَيْءٍ مِنْ هَذَا الْبَوْلِ وَالْفَقْرِ، إِنَّمَا هِيَ لِذِكْرِ اللَّهِ وَالصَّلَاةِ، وَقِرَاءَةِ الْقُرْآنِ" أَوْ كَمَا قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ. قَالَ: وَأَمَرَ رَجُلًا مِنَ الْقَوْمِ، فَجَاءَ بِدَلْوٍ مِنْ مَاءٍ فَسَنَّهُ عَلَيْهِ. (رواه مسلم)

Dari Anas r.a., ia berkata, "Ketika kami sedang berada di masjid bersama Rasulullah SAW, datanglah seorang Arab Badui. Orang itu kencing di dalam masjid. Kemudian para sahabat Rasulullah berkata, 'Pergilah! Pergilah!' Rasulullah lalu berkata, 'Janganlah engkau mengusirnya, biarkan saja.' Merekapun lalu membiarkannya kencing. Kemudian Rasulullah SAW. memanggil orang itu dan berkata kepadanya,

'Sesungguhnya masjid itu tidak boleh dikencingi dan dikotori dengan kotoran. Tempat ini adalah tempat untuk berdzikir kepada Allah, untuk melakukan shalat, dan membaca Al-Qura'an. Pada riwayat yang lain dikatakan, 'Beliau SAW memerintahkan seorang pria dari suatu kaum untuk membawa seember dan menyiramkan di atasnya (bekas kencing).' (HR.Muslim)

Hadits di atas, menjelaskan proses komunikasi Rasulullah, sahabat dan Arab Badui tentang suatu kasus, orang Arab Badui melakukan perbuatan yang tidak boleh dilakukan di dalam masjid. Hal itu membuat sahabat marah, karena sahabat merasa itu perbuatan yang sangat tercela sehingga sahabat langsung menyuruh orang Badui itu untuk menghentikan kegiatan dan menyuruhnya untuk pergi. Namun, Rasulullah mencegah sahabat mengusir orang Badui dan membiarkan orang Badui tersebut untuk melanjutkan aktifitasnya.

Hadits di atas terkandung sebuah hambatan komunikasi yaitu hambatan yang datang dari komunikator sebagai pemberi pesan, dan dari komunikan sebagai penerima pesan. Hambatan dari komunikator, terdapat pada sahabat sebagai komunikator dan komunikasi terjadi secara langsung atau tatap muka. Dalam proses komunikasi, sahabat langsung berkata *pergilah! pergilah!* setelah melihat kaum Badui kencing di dalam masjid. Pesan dari sahabat tidak mampu diterima dengan baik oleh Badui tersebut, dikarenakan kurangnya kemampuan untuk memahami pesan yang disampaikan oleh Sahabat. Hambatan ini, terjadi karena komunikator tidak memahami tentang keadaan dan kemampuan komunikannya, sehingga komunikasi yang dilakukan tidak efektif.

Hambatan dari komunikan yaitu hambatan dari orang Badui untuk memahami pesan yang diterima. Kaum Badui adalah nama suku Arab yang memiliki pola

kehidupan nomaden (gemar berpindah-pindah), hal ini dikarenakan profesinya sebagai pengembara, mereka sangat jauh dari ilmu agama (Satir, 2019). Ini mengakibatkan pesan yang diterima oleh komunikan sulit bisa diterima oleh komunikan karena kurangnya pengetahuan dan pemahaman dari komunikan. Selain itu, orang Badui tersebut juga sedang dalam keadaan kencing, sehingga dia tidak bisa menerima pesan dari sahabat secara keseluruhan karena akan mengakibatkan hal yang tidak diinginkan terjadi. Oleh karena itu, keadaan komunikan tidak memungkinkan untuk menerima pesan dari komunikator, sehingga komunikasi yang dilakukan tidak efektif karena maksud dari komunikator tidak bisa sampai dengan baik kepada komunikan.

Hal tersebut sejalan dengan pendapat Suryanto di bukunya *Pengantar Ilmu Komunikasi* tentang hambatan komunikasi, apalagi komunikasi di era milenial. Era milenial adalah generasi yang mengedepankan penggunaan alat-alat teknologi komunikasi. Sedangkan di dalam proses komunikasi, diperlukan agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh komunikan dalam bentuk adanya umpan balik dari komunikan kepada komunikator. Namun, ada beberapa hal yang menghalangi proses komunikasi berjalan dengan baik, yaitu sebagai berikut:

a. Hambatan dari Komunikator

Sebagai pemberi pesan, seringkali tujuan yang akan dicapai tidak bisa tercapai akibat munculnya hambatan komunikasi. Apalagi di era milenial, komunikasi tidak hanya berlangsung secara tatap muka, tetapi juga juga secara virtual melalui teknologi komunikasi. Hambatan yang dialami komunikator dalam komunikasi di era milenial yaitu sebagai berikut:

1) Hambatan dalam proses

Hambatan dalam proses komunikasi terjadi karena kurangnya kemampuan

komunikator dalam berkomunikasi. Akibat kurangnya kemampuan komunikator membuat komunikan mengalami kesulitan dalam memahami pesan yang disampaikan, hal ini terjadi karena perbedaan tingkat pendidikan.

Berdasarkan statistik pendidikan, terjadi ketimpangan pendidikan antara wilayah desa dan kota, capaian rata-rata lama sekolah penduduk 15 tahun ke atas di perkotaan lebih tinggi dibandingkan dengan perdesaan (Rudagi & Siska, 2021). Untuk itu komunikator diharuskan untuk memahami kemampuan komunikan dan menyampaikan pesan sesuai kemampuan dan pengalaman komunikan. Namun, di era milenial sekarang masyarakat baik yang tinggal diperdesaan maupun di perkotaan sangat akrab dengan teknologi komunikasi. Tanpa mempedulikan tingkat pendidikan, pesan dari komunikan bisa langsung diterima oleh komunikan apalagi bisa pesan tersebut di atur dengan aturan publik, dimana semua orang bebas untuk melihat dan mengomentari pesan tersebut secara langsung. Hal ini akan memunculkan berbagai macam komentar hasil dari tanggapan yang didapat oleh komunikan sesuai dengan kemampuannya dalam menganalisis sebuah pesan, bisa positif dan negatif. Untuk itu, kemampuan komunikator dalam mengolah pesan sangat diperlukan agar hambatan komunikasi dapat diminimalisir dengan baik.

2) Hambatan semantik

Hambatan semantik merupakan hambatan yang berasal dari bahasa. Bahasa ialah *alat* untuk menyalurkan pikiran dan perasaan kepada komunikan. Bahasa yang digunakan mampu mempengaruhi pemaknaan pesan yang diterima oleh komunikan. Bahasa setiap orang berbeda, ini terjadi karena adanya perbedaan pada setiap daerah. Khususnya di Indonesia yang terdiri dari berbagai jenis suku sehingga memiliki banyak bahasa daerah. Berdasarkan

penelitian yang dilaksanakan Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dilakukan sejak 1991 hingga 2017, bahwa akumulasi persebaran bahasa daerah per provinsi di Indonesia berjumlah 750 bahasa (Wiri, 2018). Perbedaan bahasa menjadi hambatan komunikasi jika terjadi komunikasi yang berbeda daerah, karena walau bunyi bahasa yang digunakan sama tapi memiliki perbedaan makna. Apalagi di era milenial, teknologi komunikasi yang digunakan membuat seluruh masyarakat bisa tergabung di dalamnya, sehingga komunikasi dengan wilayah berbeda sangat mudah dilakukan.

Selain perbedaan bahasa karena asal daerah, hambatan lain yang terjadi di dalam bahasa adalah penggunaan kata. Bahasa apabila menggunakan perkataan yang tepat, maka tidak akan menimbulkan permasalahan. Seorang komunikator, harus mampu memilih kata-kata yang tepat di dalam menyampaikan pesannya. Khususnya di era milenial, ketika menyampaikan pesan lewat sebuah forum atau apapun yang berhubungan dengan orang banyak, maka komunikator harus bisa memilih kata-kata yang tepat, karena sebuah informasi bisa dengan mudah menyebar lewat media sosial seperti youtube, facebook, whatsapp, instagram dan lain sebagainya. Untuk itu, pemilihan kata yang tepat sangat penting, karena yang menerima pesan adalah orang-orang yang memiliki perbedaan pemahaman dan budaya. Apalagi yang berbicara adalah seorang tokoh masyarakat, yang perkataannya dijadikan rujukan oleh masyarakat.

Contoh hambatan semantik yang terjadi di era milenial saat ini, yaitu perkataan Menteri Agama Fachrul Razi di lingkungan ASN dan Masyarakat dalam sebuah webinar yang berjudul “Strategi Menangkal Radikalisme pada ASN” yang digelar pada

Rabu, 2 September 2020 tersebar di channel youtube yang tayang pada 5 September 2020. Pada video yang berdurasi satu menit tersebut, Fachrul Razi mengatakan

“cara masuk mereka gampang, pertama dikirimkan seorang anak yang good looking, penguasaan bahasa Arabnya bagus, hafis, mulai masuk, ikut-ikutan jadi imam, lama-lama orang situ bersimpati, diangkat jadi pengurus masjid, kemudian baru masuk teman lainnya dan sebagainya, mulai masuk ide-ide yang tadi kita takutkan (<https://www.youtube.com/watch?v=BhBiahneKBA>).

Pernyataan Menteri Agama tersebut menimbulkan banyak spekulasi, karena komunikasi yang menerima pesan tersebut, memiliki perbedaan makna yang diterima dari kata-kata yang diberikan, sehingga menimbulkan reaksi yang beragam, ada yang menerima dan adapula yang menolak pernyataan tersebut.

Pernyataan yang diberikan oleh Menteri Agama menuai kontroversi, sehingga Fachrul Razi memberikan klarifikasi dengan meminta maaf. “Fachrul menyatakan pernyataan yang ia ungkapkan dalam *acara* diskusi kementerian RB itu hanya untuk kalangan internal ASN saja. Ia menambahkan, apabila berbicara dengan substansi serupa di hadapan publik, dirinya akan menyampaikan dengan bahasa yang berbeda (https://www.youtube.com/watch?v=R_TljrD8tIU).

Dari klarifikasi yang diberikan oleh Menteri Agama tersebut, jelas bahwa di era milenial penggunaan bahasa dengan kata-kata yang tepat sangat penting, karena komunikasi di dalam media sosial tidak terbatas hanya pada satu kelompok saja tetapi terdapat kelompok lain yang memiliki pemahaman dan keadaan yang berbeda.

b. Hambatan dari Komunikasi

Selalu ada hubungan timbal balik antara sebuah hubungan, ketika hambatan terjadi kepada komunikator, maka komunikasi pun tidak terlepas dari hambatan yang mengganggu proses penerimaan sebuah pesan. Hambatan komunikasi efektif yang terjadi pada komunikasi di era milenial adalah sebagai berikut:

1) Hambatan mekanis

Hambatan mekanis ialah hambatan yang timbul oleh media komunikasi. Pada komunikasi era milenial, komunikasi sering dilakukan dengan menggunakan media telepon dan media sosial. Media telepon digunakan untuk berkomunikasi jarak jauh dengan bantuan jaringan seluler, hambatan yang timbul yaitu jaringan terputus-putus dan mengakibatkan pesan yang disampaikan tidak bisa didengar secara lengkap oleh komunikasi yang akan menyebabkan kesalahan makna. Contohnya yaitu, ketika berbicara dengan menggunakan telepon seluler, tiba-tiba jaringan operator hilang dan muncul lagi dalam beberapa detik, maka pesan yang disampaikan komunikator tidak lengkap terdengar oleh komunikasi dan menyebabkan kesalahan makna yang diterima.

Komunikasi dengan menggunakan media sosial adalah komunikasi dengan memanfaatkan jaringan internet. Dengan jaringan internet, seorang komunikator dapat memberi informasi yang akan diterima oleh banyak orang secara bersamaan atau tidak. Namun, di Indonesia belum setiap daerah memiliki jaringan internet yang kuat dan lancar seperti ditulis oleh Abdullah khusairi di dalam tulisannya “peserta didik mencari sinyal jaringan internet di lokasi yang cukup jauh dari tempat tinggal mereka” Oleh karena itu, jaringan internet yang tidak lancar akan membuat pesan tidak bisa sampai kepada komunikasi.

2) Hambatan psikologis

Faktor psikologis sering menjadi faktor gangguan dalam berkomunikasi (U. Hasanah, 2019). Kondisi psikologis seseorang akan ikut memengaruhi bagaimana pesan dikirimkan oleh komunikator (Wulandari & Rahmi, 2018). Di era milenial, setiap orang bisa dengan mudah mengirimkan pesan kepada siapapun setiap saat, tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Selagi masih ada sinyal internet dan paket data, maka informasi akan mengalir dengan lancar kepada siapapun. Kelancaran informasi yang diterima membuat siapapun bisa mendapatkan pesan tersebut dalam kondisi apapun, tanpa mempedulikan keadaan psikologis yang dialami oleh komunikasi.

Bukti hambatan psikologis mempengaruhi penerimaan pesan terdapat di dalam media sosial facebook. Akun resmi Badan Nasional Penanggulangan Bencana, memberikan informasi tentang update infografis percepatan penanganan Covid-19 per tanggal 20 September pukul 12.00 WIB. Postingan tersebut disukai sebanyak 80.185 kali, dan mendapat komentar sebanyak 923 komentar. Untuk lebih jelasnya, bisa dilihat pada gambar berikut:



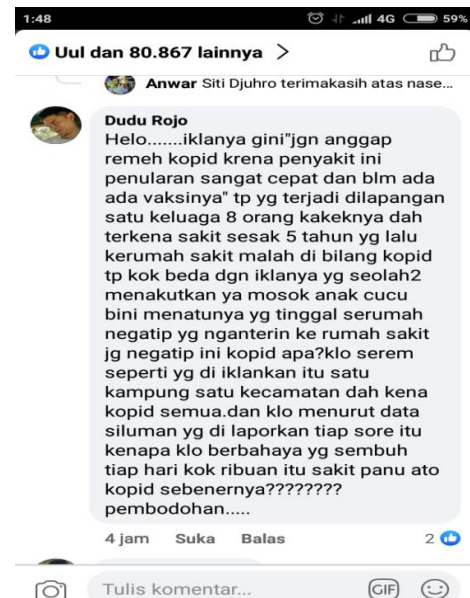
Dari postingan di atas, terdapat komentar beragam yang diberikan oleh pengguna media sosial khususnya facebook. Beberapa komentar yang ada dalam postingan tersebut yaitu pada gambar berikut:



Gambar 1. Komentar di Media Sosial



Gambar 2. Komentar di Media Sosial



Gambar 3. Komentar di Media Sosial

Komentar berbeda yang diberikan oleh komunikan di atas, terjadi karena hambatan psikologis. Hambatan psikologis yang dimiliki setiap orang berbeda-beda, karena terdapat perbedaan pengalaman, prasangka, lingkungan, dan proses berpikir yang menimbulkan perbedaan respon yang diberikan.

3) Hambatan antropologis

Hambatan antropologis yaitu melalui hambatan kultural, seperti perbedaan latar belakang, budaya, kebiasaan, adat istiadat, dan lain-lain antara pengirim dan penerima yang memengaruhi komunikasi (Riadi & Sunyianto, 2020). Seperti halnya generasi zaman old, yaitu generasi yang lahir sebelum generasi milenial dengan perbedaan watak dan karakter yang signifikan (Siddik, 2020) Generasi ini yang baru mengenal media sosial, dan bisa dibilang gagap teknologi, namun banyak tuntutan yang membuat generasi Z untuk ikut berkemcimpung dalam media sosial, sehingga perbedaan kultur dan kebiasaanpun akan menghambat efektivitas penerimaan informasi. Indonesia yang memiliki banyak kebudayaan, membuat masyarakat memiliki pengalaman yang

berbeda beda. Sehingga perbedaan tersebut menghambat komunikasi efektif.

Di media sosial, banyak penggunaanya menggunakan bahasa daerah masing-masing untuk berkomunikasi, sehingga terdapat perbedaan pemaknaan yang di alami komunikan. Hal itu terjadi karena, pengguna media sosial tidak hanya berasal dari satu daerah, melainkan dari berbagai daerah bahkan seluruh dunia. Selain itu, percampuran beda generasi dalam satu tempat semakin meningkatkan perbedaan makna antara komunikator dengan komunikan.

4) Hambatan ekologis

Hambatan ini dapat terjadi disebabkan kondisi lingkungan yang ada pada saat terjadinya proses komunikasi. Misalnya, bising suara, tempat yang dekat dengan lalu lintas ramai, gangguan pesawat terbang, petir dan sebagainya. Kondisi lingkungan dalam komunikasi di era milenial sangat menentukan kelancaran komunikasi apabila melakukan komunikasi lewat telfon dan pesan suara, karena bising suara akan mempengaruhi pendengaran dan konsentrasi komunikan untuk memahami pesan. Namun, jika komunikasi dilakukan dengan menggunakan media pesak teks, maka bising suara tidak akan terlalu berpengaruh di dalam proses komunikasi. Jadi, hambatan ekologis terjadi, tergantung dengan jenis komunikasi apa yang digunakan.

2. Strategi Komunikasi Efektif dalam Persepsi Hadits

Keberhasilan sebuah komunikasi menurut Onong Uchjana dalam (Yuliana, 2021) seringkali ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Strategi komunikasi merupakan paduan dan perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen komunikasi (communication management) untuk mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi menentukan komunikasi

bisa efektif, komunikasi dikatakan efektif apabila tujuan komunikasi dapat tercapai.

Sebagai umat Islam, kita memiliki petunjuk dalam menjalani kehidupan di dunia, termasuk komunikasi. Di dalam hadits, terdapat petunjuk bagaimana cara agar komunikasi bisa efektif, yaitu hadits sebagai berikut:

فَلَانًا فَكَلَّمْتُهُ قَالَ: إِنَّكُمْ لَتَرَوْنَ أَنِّي لَا أَكَلِمُهُ إِلَّا أَسْمِعُكُمْ. إِنِّي أَكَلِمُهُ فِي السِّرِّ، دُونَ أَنْ أَفْتَحَ حَدِيثُ أَسَامَةَ قِيلَ لَهُ: لَوْ أَتَيْتَ أَبَا لَا أَكُونَ أَوَّلَ مَنْ فَتَحَهُ. وَلَا أَكَلُ لِرَجُلٍ، أَنْ كَانَ عَلَى أَمِيرًا: إِنَّهُ خَيْرُ النَّاسِ، بَعْدَ شَيْءٍ سَمِعْتُهُ مِنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالُوا: وَمَا سَمِعْتُهُ يَقُولُ؟ قَالَ سَمِعْتُهُ يَقُولُ: ((يُجَاءُ بِالرَّجُلِ يَوْمَ الْيَوْمِ، فَيُلْقَى فِي النَّارِ، فَتَنْدَلِقُ أَقْتَابُهُ فِي النَّارِ، فَيُؤْوَرُ كَمَا يَدْوَرُ الْحِمَارُ بِرَحَاهُ، فَيَجْتَمِعُ أَهْلُ النَّارِ عَلَيْهِ، فَيَقُولُونَ: أَيُّ فَلَانٍ! مَا شَأْنُكَ؟ أَلَيْسَ كُنْتُ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ، وَتَنْهَى عَنِ الْمُنْكَرِ؟ قَالَ: كُنْتُ أَمُرُكُمْ بِالْمَعْرُوفِ وَلَا آتِيهِ، وَانْهَى عَنْ الْمُنْكَرِ وَآتَيْتُهُ)). (متفق عليه)

“Usamah r.a ketika ditanya: Mengapakah engkau tidak pergi kepada Fulan itu untuk menasehatinya. Jawabnya: Kalian mengira aku tidak bicara kepadanya melainkan jika kamu dengar, sungguh aku telah menasehatinya dengan rahasia, jangan sampai akulah yang membuka pintu, yang aku tidak ingin menjadi orang yang pertama membukanya, dan aku tidak memuji orang itu baik meskipun ia pimpinanku setelah aku mendengar sesuatu dari Rasulullah SAW. Orang-orang bertanya: Apakah yang engkau dengar dari Rasulullah SAW? Jawab Usamah: Aku telah mendengar Rasulullah saw, bersabda: akan dihadapkan seorang pada hari kiamat kemudian dibuang ke dalam neraka, maka keluar usus perutnya di dalam neraka, lalu ia berputar-putar bagaikan himar yang berputar di penggilingan, maka berkumpul penghuni neraka padanya dan

berkata: Hai Fulan, mengapakah engkau? Tidakkah engkau dahulu menganjurkan kami untuk berbuat baik dan mencegah dari munkar? Jawabnya: Benar aku muneganjurkan kepadamu kebaikan tetapi aku tidak mengerjakannya, dan mencegah kamu dari munkar tetapi aku melakukannya. (Bukhari, Muslim).

Hadits di atas, menjelaskan tentang Usamah r.a melakukan komunikasi dengan seseorang untuk menasehatinya. Usamah r.a tidak menginginkan orang lain untuk melihat bagaimana dia menasehati orang tersebut, karena Usamah tidak menginginkan orang lain mengetahui aib dari orang yang ingin dinasehatinya. Hadits tersebut juga menjelaskan tentang tanggung jawab seorang pemberi informasi, yaitu siapa yang menyuruh orang lain untuk melakukan kebaikan tetapi dia sendiri tidak melakukannya, maka ia akan mendapatkan azab yang pedih dari Allah SWT.

Berdasarkan hadits di atas, terdapat strategi komunikasi yaitu tentang kemampuan komunikator menyampaikan pesannya agar pesan tersebut dapat diterima dengan baik oleh komunikan. Strategi yang dilakukan oleh komunikator tersebut yaitu dengan cara melakukan komunikasi secara diam-diam atau secara pribadi ketika pesan yang berikan berupa hal-hal yang sensitif bagi komunikan, karena ketika memberikan informasi yang sensitif di depan umum, maka komunikan akan merasa malu dan membuat komunikan akan membela dirinya, dengan tidak menerima tentang apa yang sudah disampaikan. Akibat hal itu, komunikasi berjalan seperti yang diharapkan oleh komunikator atau komunikasi tidak berjalan efektif. Selain itu, terdapat hadits lain yang menjelaskan tentang strategi komunikasi, yaitu sebagai berikut:

وَحَدَّثَنِي أَبُو طَاهِرٍ، وَحَرَمَةُ بْنُ يَحْيَى، قَالَا: أَخْبَرَنَا ابْنُ وَهْبٍ، قَالَ: أَخْبَرَنِي يُونُسُ، عَنَابْنِ سَهَابٍ، عَنْ عَبْدِ اللَّهِ

بْنِ عُتْبَةَ، أَنَّ عَبْدَ اللَّهِ بْنَ مَسْعُودٍ، قَالَ: مَا أَنْتَ بِمُحَدِّثٍ قَوْمًا حَدِيثًا، لَا تَبْلُغُهُ عُقُولُهُمْ، إِلَّا كَانَ لِبَعْضِهِمْ فِتْنَةٌ.

Hadits ini dari Abu Tohir dan Harmalah bin Yahya berkata: Kami mengabarkan kepada Ibnu Wahab, lalu ia berkata: Aku mengabarkan kepada Yunus dari Ibnu Shihab, dari Ubaidilah bin Abdillah bin u'bah, bahwasanya Abdullah bin Mas'ud: Ia berkata "Tidaklah anda membicarakan suatu tema terhadap suatu kelompok orang yang taraf penalarannya tidak mampu mencerna tema itu, kecuali akan menjadi fitnah disebagian mereka," (HR.Muslim)

Hadits di atas termasuk ke dalam hadits untuk memperhatikan perkataan, agar perkataan tersebut disesuaikan dengan orang yang mendengarkannya. Perkataan yang tidak sesuai dengan tingkat pemahaman pendengarnya, maka akan menimbulkan kesalahpahaman yang akan mengakibatkan bencana.

Di dalam hadits terdapat
إِلَّا كَانَ لِبَعْضِهِمْ فِتْنَةٌ، لَا تَبْلُغُهُ عُقُولُهُمْ مَا أَنْتَ بِمُحَدِّثٍ قَوْمًا حَدِيثًا،
(tidaklah anda membicarakan suatu tema terhadap suatu kelompok orang yang taraf penalarannya tidak mampu mencerna tema itu, kecuali akan menjadi fitnah disebagian mereka).Berdasarkan hal tersebut, jelas bahwa komunikator diajarkan cara melakukan komunikasi supaya menyesuaikan dengan kemampuan komunikan agar komunikasi bisa efektif. Kemampuan komunikan bisa dikelompokkan ke dalam beberapa bagian, yaitu: Pertama, usia. Berkomunikasi dengan seseorang yang berusia 10 tahun dengan dengan 30 tahun tentu berbeda meski masalah yang dibicarakan sama. Karena komunikan anak-anak dengan komunikan dewasa berbeda dalam menangkap sebuah makna. Kedua, jenis kelamin. Laki-laki dan

perempuan memiliki perbedaan pandangan terhadap suatu masalah, perbedaan paling nyata terlihat ketika wanita lebih lembut dari pada laki-laki yang cenderung lebih tegas. Untuk itu, perbedaan tersebut mampu memberikan perbedaan makna terhadap suatu pesan. Kedua, Pendidikan. Pendidikan seseorang merupakan jumlah keseluruhan pengetahuannya. Terdapat dua jenis komunikasi berdasarkan pendidikan, yaitu komunikasi intelektual dan komunikasi awam. Kemampuan memahami makna antara intelektual dan awam berbeda, karena tingkat pendidikan dan pemahaman mereka yang berbeda. Ketiga, Pekerjaan. Prosedur menyusun jenis komunikasi berdasarkan pekerjaan hampir sama dengan membuat klasifikasi berdasarkan pendidikan. Contohnya yaitu berkomunikasi dengan komunikasi yang berprofesi sebagai guru dengan komunikasi profesi nelayan akan berbeda tingkat pemahamannya.

Berdasarkan hadits-hadits di atas, bahwa di dalam berkomunikasi diperlukan sebuah strategi agar komunikasi yang dilakukan efektif. Khususnya komunikasi di era milenial yang mengedepankan penggunaan teknologi di dalam berkomunikasi. Untuk itu, komunikator harus mampu mengatur strategi komunikasi komunikasi agar tujuannya bisa tercapai. Strategi komunikasi di era milenial menurut Onong Uchjana Effendi di dalam bukunya *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi* adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan dari teori yang dirumuskan oleh Harold D.Lasswel yaitu; Siapa komunikatornya? Pesan apa yang dinyatakannya? Media apa yang digunakannya? Siapa komunikannya? Efek apa yang diharapkannya? Pertanyaan yang diberikan tersebut, menyatakan bahwa sebuah strategi komunikasi sangat erat kaitannya dengan komunikator. Untuk itu,

strategi yang perlu disiapkan sebelum melakukan komunikasi adalah sebagai berikut:

a. Menyusun pesan

Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian sasaran yang dimaksud. Di era milenial, merancang pesan merupakan suatu hal yang harus dilakukan oleh komunikator, kemampuan komunikator dalam menyusun pesan akan menentukan pesan tersebut bisa diterima dengan baik oleh komunikasi. Apalagi komunikasi dilakukan dengan menggunakan media sosial, terdapat banyak jenis komunikasi yang memiliki latar belakang berbeda, sehingga penyusunan pesan harus dilakukan dengan persiapan yang sangat baik agar tidak terjadi kesalahan makna yang dapat menimbulkan perpecahan.

Penyusunan pesan bisa dilihat dari penggunaan kata-kata dan bahasa yang tepat. Kasus yang terjadi ketika penggunaan kata-kata dan bahasa yang kurang tepat terjadi kepada pernyataan Menteri Agama Fachrul Razi yang mendapat banyak kritikan oleh komunikasi yang memiliki latar belakang berbeda. Hal itu bisa dilihat dari pernyataan klarifikasi yang diberikan “Fachrul menyatakan pernyataan yang ia ungkapkan dalam acara diskusi kementerian RB itu hanya untuk kalangan internal ASN saja. Ia menambahkan, apabila berbicara dengan substansi serupa di hadapan **publik**, dirinya akan menyampaikan dengan bahasa yang berbeda. Berdasarkan kasus yang terjadi kepada Menteri Agama tersebut, membuktikan bahwa dalam strategi dalam komunikasi khususnya penyusunan dan penggunaan kata-kata sangatlah penting agar komunikasi bisa efektif.

b. Menentukan Komunikasi

Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju pada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikasi, sehingga sama-sama mengerti. Apalagi di era

milenial dengan komunikasi menggunakan media sosial, komunikasi tidak hanya terdiri dari satu kelompok tetapi terdiri dari banyak kelompok. Dimulai dari anak-anak sampai orang tua, yang berpendidikan dan tidak berpendidikan, dan dari budaya-budaya yang berbeda. Untuk itu, kejelasan akan komunikasi yang dituju sangat penting dalam berkomunikasi di era milenial, sehingga komunikasi bisa dengan mudah memahami kalau pesan yang diterima benar-benar tertuju kepadanya atau pesan itu bukan untuk dirinya. Hal ini bertujuan agar tidak terjadi kesalahan makna yang diterima oleh komunikasi dari pesan yang diterimanya dari komunikator.

c. Mengetahui Kebutuhan Komunikasi

Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak komunikasi, dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan itu. Kebutuhan setiap orang itu akan informasi berbeda-beda, untuk itu kecermatan komunikator dalam menganalisis kebutuhan komunikasi sangat diperlukan.

Komunikator harus mengelompokkan setiap pesan yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan komunikasi. Seorang petani membutuhkan informasi-informasi tentang tata cara bercocok tanam, maka petani tersebut akan lebih tertarik jika informasi yang diterima berkaitan dengan cara bercocok tanam, sehingga komunikasi bisa efektif. Begitupun sebaliknya, jika informasi yang diberikan tentang perikanan, maka petani tersebut tidak akan tertarik untuk memahami pesan tersebut, karena hal itu tidak berhubungan dengan kebutuhan yang diperlukan.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Hambatan komunikasi efektif era milenial di dalam perspektif hadits yaitu hambatan datang dari

komunikator dan komunikasi. Termasuk komunikasi di era milenial, kemampuan komunikator dalam menyampaikan pesan mempengaruhi pesan yang disampaikan kepada komunikasi. Begitupun hambatan yang terjadi pada komunikasi terjadi akibat pemahaman dan keadaan komunikasi saat menerima pesan dari komunikator. Strategi komunikasi efektif era milenial dalam perspektif hadits yaitu agar komunikasi efektif, komunikator melakukan strategi komunikasi dengan meningkatkan kemampuan dalam menyampaikan pesan, mengelompokkan jenis-jenis komunikasi, dan memberikan pesan atau informasi sesuai dengan kebutuhan komunikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Andariati, L. (2020). *Hadis dan Sejarah Perkembangannya*. 4(2), 153–166.
- Astini, N. K. S. (2019). *Pentingnya Literasi Teknologi Informasi dan Komunikasi Bagi Guru Sekolah Dasar untuk Menyiapkan Generasi Milenial*. 1(1), 113–120.
- Birbik, M. H. (2020). Takhrij Hadits (Metode Penelitian Sumber-Sumber Hadits untuk Meminimalisir Pengutipan Hadits Secara Sepihak). *Ar-Risalah*, XVIII(1), 174–192.
- Febriana, K. A., & Setiawan, Y. B. (2016). Komunikasi dalam Difusi Inovasi Kerajinan Enceng Gondol di Desa Tuntang, Kabupaten Semarang. *The Messenger*, VIII(1), 17–26.
- Fuad, S., Effendi, N., & Ronaning, E. (2021). *Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital*. 5(1), 69–87. <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>
- Hakim, M. (2016). *Sistem Pakar Mengidentifikasi Jenis Hadits*

- Menggunakan Metode Forward Chaining*. 28–29.
- Handayani, T. (2011). Membangun Komunikasi Efektif untuk Meningkatkan Kualitas dalam Proses Belajar Mengajar. *Ta'dib*, 16(02), 273–302.
- Harivarman, D. (2017). Hambatan Komunikasi Internal di Organisasi Pemerintahan. *Aspikom*, 3(3), 508–519.
- Hasanah, H. (2015). *Pengaruh Komunikasi Interpersonal dalam Menurunkan Problem Tekanan Emosi Berbasis Gender*. 11(1), 51–74.
- Hasanah, U. (2019). Pengaruh Perceraian Orangtua bagi Psikologis Anak. *Agenda*, 2(1), 18–24.
- Huri, B., & Astarini, Y. (2021). *Peran Public Relation pada Program Corporate Social Responsibility di PT. Keong Nusantara Abadi Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan*. 1(2), 22–30.
- Munir, M. (2018). *Membingkai Kepribadian Ulul Albab Generasi Milenial*. 7(1), 45–59.
- Putri, N. P. (2017). *Eksistensi Bahasa Indonesia pada Generasi Millenial*. 05(1), 45–49.
- Rafiq, A. (2020). *Dampak Media Sosial Terhadap Sosial Suatu Masyarakat*. 1(1), 18–29.
- Riadi, S., & Sunyianto. (2020). *Efektivitas Komunikasi dalam Pendidikan Stipap Medan Ditinjau dari Hambatan Komunikasi*. 4(2), 121–130.
- Rokhmah, N. A., & Anggorowati. (2017). *Komunikasi Efektif dalam Praktek Kolaborasi Interprofesi sebagai Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan*. 1(1), 65–71.
- Rudagi, R., & Siska, F. (2021). *Analisis Ketimpangan Pendidikan pada Masa Covid-19 di Nagari Sisawah Kabupaten Sijunjung*. 3(1), 1–11.
- Satir, M. (2019). *Kehidupan Sosial Masyarakat Arab Masa Awal Kehadiran Pendidikan Islam*. 5(1), 39–48.
- Siddik, M. A. (2020). *Paradigma Studi Islam di Tengah Pendidikan Modern dan Generasi Millenial (Internet) Konteks Masyarakat Ekonomi Asean (Mea)*. 1(1), 27–43.
- Susmita, D. A., Hasibuan, A., & Suhairi. (2022). *Membuat Komunikasi Efektif dalam Ekonomi Bisnis dan Kehidupan Sosial*. 2(2), 98–109. <https://doi.org/10.47476/dawatuna.v2i2.490>
- Wiri, N. W. (2018). *Pergeseran Bahasa Daerah Lampung pada Masyarakat Kota Bandar Lampung*. 19(2), 77–86.
- Wisman, Y. (2017). Komunikasi efektif dalam Dunia Pendidikan. *Nomosleca*, 3(2), 646–654.
- Wulandari, R., & Rahmi, A. (2018). *Relasi Interpersonal dalam Psikologi Komunikasi*. 03(1), 56–73.
- Yuliana. (2021). *Pentingnya Strategi Komunikasi dalam Berkomunikasi*. 2(Mayang 2020), 1–5.