

KEBEBASAN MEDIA KOMUNIKASI MENURUT PERSPEKTIF ISLAM

AMINUDIN BASIR @ AHMAD
MOHAMAD SABRI HARON
NIK YUSRI MUSA

ABSTRAK

Media komunikasi tidak dapat dipisahkan daripada mesej. Untuk memperoleh mesej yang telus dan benar, kebebasan diperlukan. Tanpa kebebasan mesej, media komunikasi tidak dapat mencapai matlamat yang dikehendaki. Untuk menjaga kepentingan masyarakat awam dan keselamatan negara, kebebasan media dalam memperoleh mesej dan menyampaikannya perlu bergerak dalam lingkungan undang-undang serta berpegang teguh pada akhlak dan etika yang luhur. Justeru, ajaran Islam perlu dijadikan dasar dan panduan utama dalam membentuk garis panduan kebebasan media komunikasi dan amalan etika pengamal media komunikasi negara. Para pengguna media komunikasi pula perlu memilih mesej yang memberi manfaat berlandaskan prinsip akhlak yang mulia. Untuk memastikan media komunikasi bergerak sebagai pendidik masyarakat sebenar, penguatkuasaan undang-undang perlu tegas. Pihak universiti perlu tampil menggariskan kurikulum media komunikasi yang lebih berbudaya dan berakhlak mulia. Tindakan mewujudkan panel syariah sebagai penasihat badan media komunikasi juga perlu disegerakan. Daripada analisis dokumen didapati terdapat akta yang berkaitan dengan kebebasan media komunikasi negara. Melalui analisis juga, kaedah-kaedah ilmu fiqh turut mengemukakan beberapa prinsip yang perlu menjadi panduan dalam amalan kebebasan media komunikasi. Justeru, artikel ini membincangkan kebebasan media komunikasi dari perspektif Islam.

Kata Kunci: *Kebebasan media, Media Komunikasi, Perspektif Islam.*

ABSTRACT

Media and communication are inseparable from the message. To ensure that the message is truthful and reliable, freedom (of expression) is necessary. Without freedom in message delivery it will be an uphill task for media communication to obtain its goals. To safeguard the public and national security, the freedom of the media in obtaining the message and disseminating it must operate within an environment regulated by law and strong moral codes. Therefore, Islamic teachings must form the basis on which guidelines, conducts and ethics of communication and the nation's media are based. Consumers of media communication on the other hand should be selective in giving beneficial messages based on proper conducts. There needs to be a strict enforcement to ensure that media communication is able to serve its function as an agent for educating society. Universities should lay out a syllabus for media communication that is more cultured and morally responsible. In addition, it is imperative that syariah panels acting as advisors to media communication bodies be set up. Document analysis revealed that acts related to the country's freedom of media communication are already in place. Analysis also showed that Islamic jurisprudence formulated principles that need to be taken into account in the practice of freedom of media communication. In view of this, this article discusses the freedom of media communication from the Islamic perspective.

Keywords: *Freedom, Media Communication, Islamic Perspective.*

PENDAHULUAN

Senario pada masa kini memperlihatkan banyak maklumat yang disebarkan melalui media komunikasi berlaku dengan agak bebas dan terbuka. Kebebasan dan keterbukaan tersebut kadangkala menjejaskan kredibiliti dan maruah golongan atau individu tertentu yang sepatutnya dipelihara. Atau mungkin pada satu masa akan mengakibatkan berlakunya pendedahan mengenai kelemahan keselamatan negara ini yang amat perlu dipelihara dan dijaga. Media komunikasi mampu memberi pelbagai impak terhadap individu, masyarakat dan negara. Lantaran itu mereka perlulah menyedari peranan, etika dan kebebasan yang diberikan terutamanya dalam usaha membantu pihak kerajaan mendidik masyarakat agar menjadi *knowledge society* yang dihasrat kerajaan selaras dengan prinsip Islam Hadhari. Justeru itu pihak media dan komunikasi perlu meletakkan kebebasan mereka dan bergerak berteraskan prinsip Islam Hadhari tersebut. Penulisan ini akan membincangkan topik ini menurut perspektif Islam.

KONSEP MEDIA KOMUNIKASI DAN KEBEBASAN

Pada asasnya media dan komunikasi adalah perkara yang sama kerana keduanya membawa mesej untuk disampaikan daripada pihak sumber kepada pihak penerima (Musa Abu Hasan 1996). Menurut MacLuhan, media adalah lanjutan daripada deria manusia seperti mata dan telinga. Sementara itu menurut penjelasan Heinich, Molenda dan Russell (Musa Abu Hasan 1996), media komunikasi ialah apa-apa sahaja yang membawa maklumat antara sumber dan penerima iaitu tujuan media adalah untuk memudahkan komunikasi. Penjelasan di atas menunjukkan bahawa mesej atau maklumat adalah perkara asasi yang disalurkan melalui media komunikasi kepada penerima dengan tujuan untuk mencapai sesuatu perubahan tertentu sama ada yang berkaitan dengan sikap, ilmu pengetahuan mahupun amalan. Dengan kata lain, media komunikasi membekalkan mesej atau maklumat sama ada yang berfaedah atau sebaliknya kepada seseorang dengan tujuan mempengaruhi sesuatu perkara.

Dalam konteks penyebaran mesej, kebiasaannya media komunikasi memerlukan kebebasan, agar sesuatu maklumat atau mesej itu dapat disampaikan kepada umum secara berkesan. Namun realitinya di seluruh dunia kebebasan media dan komunikasi adalah sesuatu yang terlalu ideal dan tidak ada sebuah negara pun di dunia yang benar-benar memperolehi kebebasan tersebut (Merill 1997). Sebaliknya yang jelas ialah wujudnya pelbagai undang-undang dan akta yang mengawal aktiviti media komunikasi daripada pihak berwajib. Ini timbul atas kesedaran bahawa kebebasan yang tidak dikawal mampu menggugat kestabilan dan *status quo* (Merill 1997). Dalam konteks Malaysia, media komunikasi diberi kebebasan untuk berperanan dalam lingkungan undang-undang dan akta yang telah ditetapkan. Ini bertujuan untuk mengelak daripada berlakunya sebarang penyebaran maklumat yang boleh memudaratkan keselamatan atau kestabilan negara (Othman Muhammad 1998).

Tiada kompromi dalam perkara-perkara yang membabitkan keselamatan, kestabilan dan kedaulatan negara. Ia merupakan tanggungjawab semua tanpa mengira agama, bangsa, pangkat dan keturunan. Semua masyarakat perlu berusaha mewujudkan negara yang aman damai, tenteram dan penuh kedamaian yang terlaksana di dalamnya nilai-nilai mulia dan akhirnya menuju keredaan Allah s.w.t (Saba' 34:15).

Secara fitrahnya, tindakan manusia perlu dibimbing dan dikawal agar setiap tindakan atau perlakuan tersebut dapat mendatangkan manfaat kepada diri manusia itu sendiri. Sebaliknya jika manusia diberi kebebasan untuk melakukan apa sahaja dengan sewenang-wenangnya, hal ini akan mendatangkan keburukan seperti kezaliman, penipuan bahkan pembunuhan. Di sinilah letaknya peranan agama selaku pembimbing dan pengawal manusia bagi setiap

tindakan, pemikiran dan sikap. Akhlak berperanan sebagai pembentuk tingkah laku, sikap dan adab yang baik, sementara syariah atau undang-undang pula bertindak sebagai pengawal tingkah laku bagi menjamin akhlak mulia dihayati dan dibiasakan dengan seutuhnya. Peranan aqidah pula sebagai tunggak keyakinan bahawa setiap amalan sama ada baik mahupun buruk pasti akan menerima balasan yang setimpal di akhirat kelak.

PERANAN DAN KESAN MEDIA KOMUNIKASI

Media dan komunikasi memainkan peranan yang penting dalam pembinaan masyarakat. Dalam aspek ini media dan komunikasi bertindak sebagai agen sosialisasi masyarakat dan sudah pasti peranannya amat mustahak. Ini kerana media dan komunikasi menyumbang pelbagai impak dalam proses perubahan gaya hidup masyarakat daripada pelbagai lapisan. Mesejnya yang mampu menyentuh perasaan dan mempengaruhi pemikiran serta mencorakkan sikap tertentu mengakibatkan ada di kalangan individu yang memandang serong terhadap peranannya, terutama apabila terserlahnya gaya hidup yang bertentangan dengan nilai-nilai ketimuran yang luhur. Kajian yang dijalankan terhadap media komunikasi dan belia jelas menunjukkan betapa pengaruh media komunikasi begitu kuat mencengkam jiwa belia (Azizan Bahari 1998). Menurut media berupaya mempengaruhi sebilangan besar golongan remaja dan belia menerusi pelbagai program yang disajikan. Walaupun bukan semua program tersebut mendatangkan kesan yang negatif, namun tanpa bimbingan dan didikan yang baik serta pemilihan dan penapisan program secara yang lebih teliti, dikhawatiri golongan tersebut membesar dengan pemikiran yang terjajah oleh media. Begitu juga dengan kajian yang dijalankan oleh Musa Abu Hasan (1996) mendapati bahawa media komunikasi memberi kesan mendalam terhadap perubahan belia melibatkan tiga aspek yang utama iaitu kognitif, afektif dan psikomotor.

Mellvin De Fleur pula ketika menjelaskan teori Norma Budaya dalam konteks media massa antara lain menjelaskan bahawa media massa merupakan sumber utama maklumat tentang kejadian yang berlaku di seluruh dunia (Schramm & Roberts 1993). Oleh kerana liputan media dilihat mampu memberikan semacam status atau keabsahan terhadap apa sahaja yang disampaikan, maka ia berkuasa membentuk tanggapan masyarakat mengenai banyak hal bahkan penerimaan masyarakat terhadap tingkah laku seseorang menerusi insiden tertentu menggambarkan betapa ia mampu mempengaruhi seseorang agar mempercayai bahawa berita yang dipaparkan itu adalah benar. Selanjutnya beliau menambah, adalah begitu sukar untuk memisahkan kesan pengaruh media daripada pengaruh kekuatan lain yang banyak terdapat dalam masyarakat (Schramm & Roberts 1993).

Kenyataan di atas diperkukuhkan lagi oleh Paul F. Lazarsfeld dan Robert K. Merton (Schramm & Roberts 1993) yang menjelaskan bahawa sebahagian besar masyarakat kini merasai bahawa media massa atau komunikasi adalah alat yang cukup berkesan untuk mempengaruhi rakyat sama ada untuk tujuan kebaikan atau kejahatan dan jika tidak dikawal dengan sebaiknya, kejahatan mungkin menjadi lebih dominan.

Oleh yang demikian bagi mengatasi kebimbangan ini, maka peranan media komunikasi mestilah bertitik tolak daripada prinsip *al-amru bi al-ma'ruf wa al-nahy 'an al-munkar* (menyeru kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran). Prinsip ini adalah sebagai kayu ukur terhadap peranan media komunikasi itu sendiri bagi menjamin pemeliharaan terhadap lima perkara utama *al-maqasid al-syar'iyah* (maksud-maksud syariat), iaitu memelihara agama, akal, keturunan, nyawa dan harta benda. Ini bermakna peranan media komunikasi yang dibentuk mestilah berlegar di sekitar *al-maqasid al-syar'iyah* itu sendiri. Dalam hal ini terdapat dua pendekatan yang perlu dimainkan oleh media komunikasi sesuai dengan konteks *al-maqasid al-syar'iyah*, iaitu pendekatan dari sudut tanggungjawab sosial dan juga dari sudut pembangunan (Musa Abu Hasan & Narimah Ismail 1998).

Dari sudut tanggungjawab sosial, peranan media komunikasi adalah:

1. Memenuhi kewajipan yang perlu terhadap masyarakat berteraskan profesionalisme seperti kualiti maklumat, kebenaran, ketepatan dan kesesuaian.
2. Bertindak dalam lingkungan undang-undang yang ditetapkan.
3. Menghindari mesej yang boleh memudaratkan masyarakat dan negara.
4. Memberi peluang kepada rakyat untuk mengemukakan pandangan yang memberi kesan yang baik.
5. Individu yang terlibat dengan tanggungjawab media komunikasi mestilah bertanggungjawab terhadap majikan dan negaranya.

Dari sudut peranan pembangunan pula, antara lain peranan media komunikasi adalah:

1. Menyokong usaha pembangunan yang sejajar dengan dasar dan polisi kerajaan.
2. Membangunkan masyarakat dengan maklumat yang mengandungi nilai-nilai budaya yang baik.
3. Individu yang terlibat dengan media komunikasi perlu bebas untuk mendapatkan maklumat dalam batasan undang-undang serta perlu bertanggungjawab terhadap maklumat tersebut.
4. Kerajaan mempunyai hak campur tangan dalam mana-mana organisasi media komunikasi bagi memastikan proses pembangunan masyarakat dan negara dapat berjalan dengan baik.

Kenyataan di atas begitu jelas menunjukkan betapa besar dan dominannya kesan dan pengaruh media komunikasi dalam membentuk nilai dan watak sesebuah masyarakat. Media komunikasi sewajarnya bergerak dan berperanan dalam batasan undang-undang yang ditetapkan oleh pihak berwajib dengan tujuan untuk memastikan perannya mampu menimbulkan kesan positif terhadap pembangunan ummah.

MESEJ MEDIA DAN KOMUNIKASI

Media dan komunikasi mampu melahirkan impak yang baik dan buruk terhadap diri manusia berasas kepada mesej yang dibawa. Dalam erti kata yang lain, ia mampu membina dan mencorakkan peribadi insan menurut acuan yang dibawa. Ini adalah kerana, mesej secara langsung ditujukan kepada manusia. Memandangkan kepada kekuatan mesej media komunikasi inilah, maka nilai sesuatu mesej amat wajar diberikan perhatian yang serius dengan mengaitkannya dengan pembinaan insan.

Justeru, sesuatu mesej yang ingin dibawa oleh media dan komunikasi perlu mengambil kira dua perkara utama, iaitu pertama; sifat sesuatu mesej dan kedua; kesan mesej yang dibawa.

Jika dikaitkan peranan media dan komunikasi sebagai instrumen pembinaan insan yang soleh, sudah semestinya mesej yang perlu dibawa ialah nilai yang baik yang tercakup di dalamnya unsur-unsur al-bir (kebajikan) dan al-taqwa, kerana media dan komunikasi mempunyai peranan sebagai agen yang membantu mencorakkan masyarakat. Oleh yang demikian, prinsip ini mestilah dipatuhi kerana ia adalah berteraskan prinsip umum syariat sepertimana yang ditegaskan oleh Allah s.w.t dalam surah al-Ma'idah, ayat 2 yang bermaksud: *“Dan tolong-menolonglah kamu dalam mengerjakan kebajikan dan taqwa dan janganlah kamu tolong-menolong dalam perkara yang membawa dosa dan permusuhan.”*

Berhubung ayat di atas, Ibn Kathir menjelaskan bahawa Allah s.w.t menuntut hambanya yang beriman agar saling bantu-membantu dalam melakukan perkara-perkara kebaikan dan memerintahkan mereka meninggalkan perkara-perkara yang haram serta mengandungi dosa. Perkara haram merangkumi segala rupa bentuk perkara yang batil meliputi perkara yang zalim, melampaui batas dan juga permusuhan.

Ini bererti mesej media komunikasi mestilah berteraskan falsafah pembinaan insan yang soleh berobjektifkan *knowledge society* atau *k-society* yang mampu memperkukuh kemajuan negara tanpa mengabaikan aspek pembinaan akhlak. Dalam konteks semasa, mesej media dan komunikasi mestilah bergerak seiring dengan falsafah, dasar, prinsip dan objektif Islam yang telah dibentuk

oleh pihak kerajaan sebagai landasan asas pentadbiran kerajaan. Media dan komunikasi tidak sewajarnya menjadi agen pemusnah atau perosak kepada cita-cita kerajaan dengan mendominasi mesej yang melahirkan prinsip *al-ithm* (dosa) dan *al-'udwan* (permusuhan).

Lidah sebagai salah satu deria penyampai mesej turut dituntut oleh Islam agar bertutur dengan kata-kata yang baik sebagaimana sabda Rasulullah s.a.w yang bermaksud: *“Dan sesiapa yang beriman dengan Allah dan hari akhirat maka hendaklah dia berkata yang baik atau diam”* (al-Bukhari, Sahih al-Bukhari, kitab al-Adab, bab 31: Sesiapa yang beriman dengan Allah dan Hari Akhirat maka jangannya dia menyakiti jirannya).

Islam meletakkan kedudukan mesej yang baik itu sebagai satu sedekah sebagaimana sabda Rasulullah s.a.w. yang bermaksud: *“Perkataan yang baik itu adalah sedekah”* (al-Bukhari, Sahih al-Bukhari, kitab al-Adab, bab 34: Perkataan yang baik). Sebaliknya mesej yang buruk serta tidak berfaedah mempunyai nilai dosa yang besar di sisi Allah s.w.t. Lantaran itulah maka Rasulullah s.a.w bersabda yang bermaksud: *“Memaki seorang Muslim itu adalah fasiq”* (al-Bukhari, Sahih al-Bukhari, kitab al-Adab, bab 44: Tegahan dari mencela dan melaknat). Baginda juga bersabda yang bermaksud: *“Tidak masuk syurga orang yang sentiasa menjaja kata-kata yang keji”* (al-Bukhari, Sahih al-Bukhari, kitab al-Adab, bab 49: Mengumpat adalah dari dosa besar).

Berhubung dengan kesan sesuatu mesej itu pula, Islam mengatur sistem akhlak yang mampu mencetuskan dan menyemarakkan keharmonian dan ketenangan dalam kehidupan manusia. Lantaran itulah, maka penyampaian mesej yang baik serta mempunyai kepentingan atau masalah amat dituntut. Sebaliknya segala mesej yang negatif dan boleh mengundang keburukan dan kemudaratan adalah dilarang sama sekali. Dalam konteks ini, setiap kebaikan yang dianjurkan oleh Islam itu mengandungi masalah serta membuahkan hasil yang baik, manakala setiap perkara yang dilarang pula mengandungi kemudaratan dan akan membuahkan hasil yang buruk dalam kehidupan.

Kesan daripada mesej yang positif akan mampu membina masyarakat sejahtera. Manakala kesan dari mesej yang negatif akan menimbulkan pelbagai keburukan dan kejahatan. Ini kerana setiap mesej yang disampaikan itu mempunyai pengaruh yang kuat terhadap pembentukan sikap dan pemikiran seseorang. Dalam hal ini, al-Qur'an dan al-Sunnah yang merupakan sumber bagi ajaran Islam berperanan menyampaikan mesej-mesej yang jelas mempunyai kesan tertentu dalam kehidupan yang boleh dilihat. Sebagai contoh, mesej larangan minum arak, berjudi, berzina dan sebagainya, semua perkara tersebut mengundang pelbagai keburukan dan kemudaratan dalam kehidupan manusia. Begitu juga dengan mesej yang menganjurkan supaya beriman kepada Allah, mendirikan solat, menunaikan zakat dan lain-lain, amalan-amalan tersebut akan mendatangkan kebaikan dan masalah kepada manusia.

Antara bentuk mesej yang dilarang dari diketengahkan kerana memberikan kesan yang buruk termasuklah:

1. Mendedahkan keburukan serta keaiban seseorang tanpa sesuatu masalah atau kepentingan yang jelas. Dalam hubungan ini Rasulullah s.a.w bersabda:

Bermaksud: *“Tahukah kamu apa itu ghibah (mengumpat)? Para sahabat menjawab:” Allah dan RasulNya yang lebih mengetahui. Sabda Rasulullah s.a.w:” engkau menyebut sesuatu tentang saudaramu yang dibencinya. Dikatakan: Apa pandanganmu jika apa yang aku sebut itu memang ada pada saudaraku? Sabda Rasulullah s.a.w: Jika apa yang engkau sebut itu ada pada saudaramu maka engkau telah mengumpatnya dan jika perkara itu tidak ada pada saudaramu maka engkau telah mendustainya (Muslim, Sahih Muslim, kitab al-Bir wa al-Sillah, bab: Pengharaman mengumpat).*

Menyebut keburukan atau keaiban seseorang itu dalam hal ini adalah termasuk dalam kategori mengumpat, manakala mengumpat itu adalah termasuk dari jenis dosa-dosa besar.

2. Menyiarkan berita fitnah dalam berbagai-bagai bentuk.

Firman Allah dalam surah al-Nur, ayat 19: Bermaksud: *“sesungguhnya orang-orang yang ingin agar (berita) perbuatan yang amat keji itu tersiar dikalangan orang-orang yang beriman, bagi mereka azab yang pedih di dunia dan di akhirat.”*

Fitnah pada umumnya merujuk kepada segala sesuatu yang buruk daripada perbuatan manusia seperti kufur, dosa, membunuh, menyebarkan berita buruk, perkara yang berkait dengan zina, lucah, pencabulan dan sebagainya (al-‘Asqalaniy 1987). Dalam hubungan media komunikasi dengan fitnah, segala bentuk mesej yang bertujuan menyebarkan sesuatu yang palsu dalam apa jua bentuk adalah dilarang sama sekali.

Fitnah yang tersebar atau berleluasa dalam masyarakat hanya menjadikan masyarakat dalam ketakutan dan kehairanan, ia amat berbeza dengan situasi atau suasana masyarakat yang diinginkan oleh Islam, iaitu negara / masyarakat yang harmoni serta mendapat limpahan keampunan daripada Allah s.w.t. Apatah lagi fitnah adalah suatu perkara yang dilarang dalam semua agama serta apa jua keturunan bangsa sekalipun.

Larangan berhubung dengan berita yang berunsurkan fitnah ini dapat juga dilihat dalam Ordinan Fitnah 1957, undang-undang ini melarang warganegara memfitnah satu sama lain. Fitnah atau *defamation* ditakrifkan sebagai satu

pengucapan ataupun penerbitan yang menyebabkan seseorang itu dibenci, dikeji atau dihina atau yang boleh menyebabkan seseorang dipulaukan ataupun menjatuhkan maruahnyanya dikalangan ahli masyarakat yang berfikir waras dan yang membawa ataupun memungkinkan kesan buruk ke atas pekerjaan atau perniagaannya (Mansor Ahmad Saman 1983).

3. Menyebarkan perkara-perkara yang lucah atau berunsur lucah.

Matlamat serta prinsip yang dikemukakan oleh Islam dalam apa jua bidang amat berbeza dengan sistem kapitalis yang hanya melihat laba dan keuntungan sebagai suatu keutamaan yang perlu difikirkan. Untuk mencapai keuntungan tersebut maka falsafah 'matlamat menghalalkan cara' diaplikasikan walau dalam keadaan mana sekalipun. Situasi yang sedemikian tentunya berbeza dengan Islam yang meletakkan matlamat asasnya adalah kerediaan Allah s.w.t.

Sehubungan itu, Islam mempunyai mesej yang jelas berkaitan dengan apa jua perkara-perkara yang lucah atau berunsur lucah. Sehubungan dengan ini Allah s.w.t berfirman dalam surah al-Isra' ayat 32:

Bermaksud: "*Dan janganlah kamu mendekati zina, sesungguhnya zina itu adalah suatu perbuatan yang keji dan suatu jalan yang buruk.*"

Dalam ayat di atas Allah s.w.t bukan sahaja melarang zina itu sendiri, bahkan segala unsur yang memungkinkan berlakunya perbuatan zina itu turut dilarang, antara unsurnya adalah melalui penyiarannya. Ini berteraskan kepada prinsip *sad al-zari'ah*, iaitu menutup segala jalan yang mampu mengundang gejala yang memudaratkan yang dikemukakan menerusi ayat tersebut. Barangkali ini adalah bertepatan dengan kaedah syarak, iaitu *al-wasa'il ta'khuz hukma al-maqasid* atau setiap perkara yang haram dilakukan maka jalan untuk membolehkan perkara haram tersebut berlaku juga adalah haram.

Berhubung dengan mesej-mesej yang sedemikian rupa, Abdul Djali (2000) menyebut, Yusuf al-Qaradawi telah membuat kesimpulan berdasarkan ayat 12 dari surah al-Hujurat bahawa dalam konteks media komunikasi ada tiga sifat mesej yang biasa disebarkan, pertama, *zann*, kedua *tajassus* dan ketiga *ghibah*. Berkaitan dengan *zann*, seseorang yang jujur itu dikatakan melakukan perkara yang buruk tanpa sebarang bukti yang kukuh dan jelas, ini adalah dilarang. Manakala *tajassus* pula, iaitu mencari-cari kesalahan atau keburukan seseorang, ini juga adalah dilarang. Sementara *ghibah* pula, iaitu menjelaskan tentang perbuatan buruk seseorang, maka ini juga adalah dilarang, sebab itu al-Qur'an mengumpamakan perbuatan *ghibah* itu seperti pemakan bangkai. Oleh kerana *ghibah* boleh mendatangkan kesan-kesan negatif maka ia tidak dibenarkan dalam apa jua bentuk kecuali jika terdapat kepentingan atau masalah dari sudut syarak (al-Nawawiy 1994), iaitu:

1. Seseorang yang dizalimi, maka dibolehkan menyebut kejahatan orang yang menzaliminya.
2. Mengadu kepada pihak yang bertanggungjawab dengan tujuan memohon bantuan untuk mencegah perbuatan mungkar yang dilakukan oleh seseorang.
3. Meminta fatwa daripada seseorang mufti bagi memohon penjelasan terhadap sesuatu hukum yang bersangkutan dengan perbuatan jahat orang lain.
4. Untuk memberi amaran kepada ummah berhubung dengan kejahatan individu tertentu.
5. Jika seseorang itu menzahirkan kejahatan atau keburukannya secara terang-terangan, maka hendaklah disebutkan kejahatan yang dilakukannya sahaja tanpa sebarang penambahan.
6. Sesuatu gelaran yang telah dikenali seperti *al-A 'masyh*, iaitu seorang yang kabur penglihatannya atau *al-A 'raj*, iaitu seorang yang tempang, bukan dengan maksud merendah-rendahkan mereka.

Dengan kata lain, kesan sesuatu mesej daripada media dan komunikasi mestilah tidak mendatangkan kemudaratan terhadap lima keutamaan penting dalam Islam, iaitu agama, akal, keturunan, nyawa dan harta, bahkan sebaliknya mesej tersebut perlu bertindak sebagai pemangkin terhadapnya.

Dalam konteks amalan media dan komunikasi pada hari ini, setiap mesej yang ingin disampaikan mestilah diperhalusi dan dipertimbangkan aspek nilai dan kesannya, apakah ia menyumbangkan kebaikan atau sebaliknya. Bagi memperolehi neraca pertimbangan ini maka media dan komunikasi memerlukan satu falsafah yang jelas berteraskan kepada pembinaan insan soleh, seterusnya dibentuk dasar dan prinsip serta objektif berlandaskan falsafah tersebut. Secara realitinya konsep Islam Hadhari hendaklah diterapkan dalam pelaksanaan amalan media dan komunikasi pada hari ini.

AKHLAK MEDIA DAN KOMUNIKASI

Akhlak adalah amat penting dalam media komunikasi. Tanpa penghayatan akhlak, media komunikasi sudah pastinya bersifat meruntuhkan nilai-nilai yang baik dalam masyarakat. Justeru menyedari kepentingan akhlak ini, Islam mensyariatkannya serta memperluaskannya dalam semua sudut aktiviti kehidupan manusia, sekaligus akhlak melibatkan kesan, ganjaran dan balasan di dunia dan akhirat (al-Qaradawi 1996). Dalam konteks media komunikasi seringkali persoalan etika dan akhlak dibincangkan. Etika yang merupakan elemen dalam akhlak dijadikan sebagai panduan yang mesti dipatuhi oleh sesebuah organisasi. Antara etika yang mesti dipatuhi sepertimana yang pernah disebut oleh Sasterawan Negara, A.Samad Ismail (1966) dalam konteks bidang kewartawanan adalah:

1. Tidak harus membesar-besarkan sesuatu perkara yang tidak penting.
2. Seseorang yang terlibat dengan tugas mestilah memastikan kebenaran sesuatu berita yang diperolehi.
3. Mengkaji semula setiap berita sama ada benar atau salah, jika perlu.
4. Tidak menyebarkan maklumat yang tidak jelas atau samar.

Pada 20 Mei 1989, A. Samad Ismail telah mengisytiharkan Kod Etika Wartawan Malaysia yang telah digubal oleh Jawatankuasa Penggubal Tatasusila yang diketuai oleh Pengerusi Institut Akhbar Malaysia, Mazlan Nordin (H.M Tuah Iskandar 1990):

1. Tugas utama wartawan adalah melaporkan kebenaran dan menghormati hak orang ramai untuk mendapatkan maklumat yang benar.
2. Dalam melaksanakan tugas ini dia menghayati kebebasan memungut dan menyiarkan berita secara jujur serta berhak membuat ulasan dan kritikan yang saksama.
3. Wartawan hendaklah menggunakan cara yang wajar untuk mendapatkan berita, gambar, filem dan dokumen.
4. Sebarang maklumat yang tersiar yang didapati tidak benar hendaklah diperbetulkan.
5. Wartawan hendaklah menghormati kerahsiaan sumber berita.
6. Wartawan hendaklah berbudi pekerti ketika menjalankan tugas dan mengelakkan diri daripada plagiarisme, fitnah dan hasutan tuduhan tidak berasas serta rasuah dalam apa jua bentuk sekalipun.
7. Wartawan hendaklah menghindarkan siaran berita atau rencana yang bersifat perkauman dan bertentangan dengan tatasusila masyarakat majmuk Malaysia.
8. Wartawan hendaklah memahami undang-undang dan peraturan negara yang berkaitan secara langsung dengan profesion mereka.

Apa yang menjadi masalah dalam hal ini adalah penghayatan dan amalan etika dalam menjalankan tugas dan tanggungjawab sebagai wartawan. Sebagai contoh, pada 5 Januari 2006, media komunikasi menyiarkan berita berhubung kes kononnya seorang wanita warga China di arah melakukan ketok ketampi dalam keadaan berbogel di lokap Ibu Pejabat Polis Daerah Petaling Jaya pada 23 November 2005. Kemudian ia ditayangkan pula di Parlimen selama 30 saat oleh Ahli Parlimen Seputeh Teresa Kok Suh Sim. Persoalannya adakah wajar berita sebegini dipaparkan di khalayak umum di Parlimen? Di mana letaknya penghayatan terhadap etika media komunikasi? Apakah sumbangan dan nilai berita yang sebegini rupa? Apakah pandangan negara luar terhadap kewibawaan negara ini? Akhirnya media komunikasi menjelaskan bahawa wanita berkenaan adalah seorang wanita Melayu dan bukannya warga China seperti yang disiarkan pada awalnya.

Perkara sebegini pernah dibangkitkan oleh A. Samad Ismail, beliau menegaskan adakalanya seseorang yang memperolehi sesuatu berita itu perlu membuat pertimbangan yang sewajarnya, walaupun mungkin berita itu didapati benar mengandungi nilai berita, namun dalam konteks tertentu, berita itu tidak layak untuk disiarkan. Beliau mengambil contoh dalam satu kes yang berlaku, iaitu sebuah berita khalwat telah disiarkan dengan memaparkan gambar katil, tempat individu berkenaan ditangkap. Walaupun berita itu lengkap ujarnya, namun ia tidak manis untuk disiarkan. Di sinilah perlunya undang-undang negara untuk membataskan apa yang layak disiarkan dan apa yang tidak. Apatah lagi kalau berita tersebut tidak benar atau palsu (A.Samad Ismail 1966).

PERANAN PELBAGAI PIHAK TERHADAP KEBEBASAN MEDIA KOMUNIKASI

Antara tanggungjawab pihak pemerintah adalah memelihara negara dan rakyat daripada sebarang unsur negatif yang dapat merosakkan. Perkara ini tercakup dalam maksud memelihara agama sebagaimana yang dijelaskan oleh para sarjana dalam bidang *al-Siyasah al-Syar'iyah* (al-Dumayji 1989). Dalam hubungan ini media komunikasi dalam sesebuah negara itu dilihat mempunyai peranan yang penting dalam menyebarkan dan sekaligus menyerapkan pelbagai pengaruh dalam jiwa masyarakat sama ada yang bersifat positif mahupun negatif. Pihak berwajib perlu memastikan media komunikasi berperanan menyebarkan mesej dan maklumat yang positif serta dapat membina pemikiran masyarakat, menambah ilmu serta memupuk sifat yang baik. Ini bermaksud media komunikasi bertindak sebagai agen yang membantu pihak kerajaan untuk sama-sama membina masyarakat yang berakhlak, berfikiran murni, mempunyai hala tuju yang jelas serta membentuk suasana negara yang aman dan sejahtera menurut perspektif Islam. Hasrat ini akan dapat dicapai dengan cara menjadikan lima prinsip *al-maqasid al-syar'iyah* sebagai dasar penggubalan undang-undang dan akta media komunikasi untuk kebaikan bersama. Lima prinsip tersebut ialah (al-'Alim 1991):

1. Memelihara agama
2. Memelihara nyawa
3. Memelihara keturunan
4. Memelihara akal
5. Memelihara harta.

Dalam persoalan memelihara agama umpamanya, media komunikasi perlulah menyampaikan mesej yang bersifat memelihara pegangan agama seseorang serta memperteguhkannya. Terutama sekali mesej-mesej yang menyentuh permasalahan aqidah, syariah dan akhlak. Ini bermaksud, apa jua mesej yang dinilai bercanggah dengan agama serta memudaratkan pemikiran masyarakat perlu dijauhkan. Antara contoh lain ialah tidak menyiarkan mesej yang boleh menimbulkan kesan buruk dalam masyarakat Islam. Kesimpulannya,

terdapat banyak perkara yang masih boleh diperhalusi yang berkaitan sifat mesej media komunikasi dalam aspek ini sama ada dalam Berita, Rencana, Drama, Iklan, Hiburan, Sukan dan lain-lain lagi.

Dalam aspek memelihara nyawa pula umpamanya, mesej-mesej yang berkaitan dengan hal-hal kesihatan, membina keluarga bahagia, rencana tentang kejayaan seseorang dalam bidang yang memberi impak yang positif kepada negara, hal-hal motivasi dan bahaya jenayah. Dalam hal ini, manamana mesej yang boleh memudaratkan nyawa dan keselamatan masyarakat dan negara mestilah disaring, ditapis dan diketepikan.

Dari sudut memelihara akal, media komunikasi boleh memaparkan berbagai iklan, drama atau rancangan yang berteraskan pendidikan, pengajaran serta yang menimbulkan kesedaran. Mesej yang tidak membina pemikiran dan intelektual malahan yang boleh merosakkan dan meruntuhkan akhlak serta pemikiran mesti dielakkan seperti mempromosi minuman keras atau apa jua perkara yang memabukkan dan khayal.

Manakala memelihara keturunan pula, media komunikasi tidak harus menyebarkan mesej yang merangsang nafsu syahwat yang mendorong kepada perbuatan jenayah seperti zina yang berakhir dengan pembuangan bayi di kawasan sampah sarap. Iklan, rencana, drama yang dipaparkan mestilah bebas daripada unsur-unsur tersebut.

Dalam aspek menjaga harta pula, media komunikasi boleh menyebarkan pelbagai mesej yang positif. Ini termasuk menyiarkan pelbagai maklumat tentang bina usahawan, iklan-iklan perniagaan, prinsip perniagaan menurut Islam, bahaya riba kepada masyarakat dan pelbagai mesej lagi yang berkisar kepada aspek tersebut. Mesej yang merosakkan harta benda yang berteraskan konsep perjudian, ekonomi kapitalis dan seumpamanya mesti ditapis, disaring dan ditegah daripada diterbitkan.

Apa yang jelas, media komunikasi perlu memastikan bahawa mesej atau maklumat yang disiarkan adalah dibajai dengan prinsip-prinsip nilai akhlak yang mulia serta moral yang tinggi. Prinsip ini adalah sesuai untuk semua bangsa dan kaum. Dengan demikian mesej tersebut akan menjadi sesuatu yang lebih bermakna serta bersifat membina pemikiran dan bukannya meruntuhkan. Secara lebih terperinci, berikut dikemukakan peranan-peranan yang perlu dimainkan oleh pelbagai pihak.

1. Pihak berwajib atau kerajaan perlu memastikan pihak media komunikasi patuh kepada undang-undang dan akta dalam perkara yang berkaitan seperti Ordinan Fitnah 1957, Akta Mesin Cetak 1948 (dipinda pada tahun 1974), Akta Keselamatan Dalam Negeri 1960,

Akta Hasutan 1948 (dipinda pada tahun 1972), Akta Kawalan Kemasukan Bahan-Bahan Bercetak 1958 (dipinda pada tahun 1972) Akta Rahsia Rasmi 1972. Dalam hal ini beberapa kaedah syarak boleh menjadi pembimbing dan kayu ukur terhadap penyebaran sesuatu maklumat atau informasi yang boleh diaplikasikan oleh pihak kerajaan dalam membentuk peraturan atau akta tertentu yang bermatlamatkan pemeliharaan terhadap *maqasid al-Syar'iyah* dalam konteks negara. Antaranya adalah seperti kaedah (al-Zarqa 1989):

- a. *Dar'u mafsadah muqaddam 'ala jalb al-maslahah*, iaitu menolak keburukan adalah lebih diutamakan daripada mendatangkan kebaikan;
 - b. *La dharar wa la dharar*, iaitu tidak boleh mencetuskan kemudaratan dan tidak boleh mengakibatkan kemudaratan;
 - c. *al-Dharar yuzal*, iaitu kemudaratan boleh / mesti dihapuskan;
 - d. *Iza ta'arad mafsadataini ru'ya a'zomahuma dhararan*, iaitu apabila bertentangan dua kemudaratan maka kemudaratan yang lebih besar itu lebih diutamakan (Kemudaratan yang besar perlu diberi perhatian utama berbanding kemudaratan yang kecil untuk diambil sebarang tindakan bagi penyelesaian);
 - e. *al-Dharar udfa' biqadri al-imkan*, iaitu kemudaratan itu perlu ditolak sedapat yang mungkin;
 - f. *al-Dharurat tu bihu al-mahzurat*, iaitu darurat mengharuskan sesuatu yang dilarang;
 - g. *al-Dharurat tuqaddar bi qadariha*, iaitu darurat diukur menurut kadar selayaknya;
 - h. *Yukhtar ahwanu al-syarrain*, iaitu antara dua perkara yang buruk maka perlu dipilih yang paling ringan kesannya.
2. Pihak kerajaan perlu mewujudkan panel penasihat atau pemantau yang dianggotai oleh para sarjana dan cendekiawan dalam pelbagai bidang demi membantu pihak media komunikasi memantapkan hala tuju dan arah mesej atau maklumat agar ia dapat disajikan dalam rupa bentuk yang lebih bermoral, berbudaya serta tidak melampaui batasan ajaran Islam dan berjalan seiring dengan dasar pembangunan masyarakat dan negara sebagaimana yang dirancang oleh kerajaan.
 3. Mewajibkan pihak media komunikasi mengemukakan perancangan program utama yang bakal diterbitkan atau disiarkan kepada kerajaan untuk diperhalusi dan dinilai. Ini adalah untuk memastikan mesejnya mempunyai nilai yang bermanfaat.
 4. Bagi pihak pengajian tinggi awam dan swasta pula perlu menawarkan kursus media komunikasi yang berteraskan teori dan amalan yang

berlandaskan Islam dan nilai-nilai budaya masyarakat majmuk. Kenyataan ini dikemukakan kerana rata-rata disiplin atau bidang ini dipelajari berteraskan perspektif Barat yang mana terdapat sesetengah perkara mengandungi pelbagai teori yang tidak bersesuaian dengan nilai agama dan budaya masyarakat setempat. Dalam konteks bidang komunikasi ini, (Fauziah Kartini 1995 dalam Zulkiple Abdul Ghani 2000) pernah menyatakan walaupun komunikasi telah diperkenalkan sebagai subjek pengajian di institusi-institusi di Timur Tengah lebih kurang 20 tahun lalu, namun keseluruhan isi kandungannya berdasarkan perspektif Barat, sebahagiannya tanpa disedari bertentangan dengan nilai-nilai tempatan. Hal ini perlu diberi perhatian serius, kerana dari institusi-institusi pengajian tinggi inilah lahirnya individu yang akan terlibat dengan masyarakat dalam menyebarkan maklumat dan mesej. Pengetahuan dan kemahiran yang bakal mereka praktikkan adalah berdasarkan ilmu pengetahuan yang diperolehi di institusi-institusi berkenaan.

Peranan pihak organisasi media komunikasi:

1. Perlu mewujudkan falsafah, visi dan misi organisasi yang selaras dengan falsafah, visi dan misi pihak kerajaan.
2. Memastikan organisasi sentiasa mematuhi segala undang-undang, akta dan etika yang telah digubal.
3. Merancang dan melaksanakan program yang selari dengan kehendak falsafah, visi dan misi organisasi yang telah digariskan.
4. Perlu sentiasa menilai sejauh mana sesuatu mesej, maklumat atau berita yang disiarkan itu berjaya menyumbang kepada pembinaan aspek-aspek positif masyarakat dan mengurangkan aspek-aspek negatifnya.
5. Perlu mengadakan kursus-kursus secara berkala yang dapat membina sifat keprofesionalan sebagai individu yang terlibat dengan media komunikasi.
6. Melantik panel penasihat daripada kalangan ahli akademik dalam pelbagai bidang yang bertindak selaku penasihat kepada organisasi, khususnya dalam menengahkan mesej yang lebih bersifat positif.

Peranan pengguna media komunikasi pula:

Sebagai pengguna, mereka perlulah menjadi pendengar, penonton dan pembaca yang bijak. Dalam erti kata lain, bijak dalam menilai dan memilih informasi yang dipaparkan. Ini bererti pihak pengguna secara tidak langsung perlu meningkatkan tahap ilmu pengetahuan mereka untuk menjadi pengguna yang kritis dalam menilai, sekaligus dapat menjalankan tanggungjawabnya dengan baik sebagai pengguna media komunikasi untuk membimbing sesiapa sahaja

yang berada di bawah jagaannya. Dalam konteks ini, ajaran Islam menganjurkan sikap perlu berhati-hati dan menilai sesuatu mesej atau maklumat dengan cermat kerana dibimbangi akan membawa pengaruh yang buruk kepada penonton, pendengar dan penerima, tambahan pula dalam konteks dunia globalisasi dimana secara amnya media komunikasi lebih didominasi oleh pihak Barat yang mempunyai pelbagai prejudis terhadap orang lain. Dalam hubungan ini Allah s.w.t. berfirman dalam surah al-Hujurat ayat 6:

Bermaksud: *“Wahai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik yang membawa berita maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada satu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu”*.

Bagi mereka yang terlibat secara langsung dengan penyebaran mesej melalui media komunikasi perlu memahami perbezaan tanggungjawab ini di antara perspektif Islam dan Barat. Islam tidak menganggap sesuatu informasi itu sebagai komoditi semata-mata tetapi lebih kepada perkhidmatan yang mengutamakan moral dan etika bagi tujuan pembangunan insan (Hamid Mowlana 1993 dalam Zulkiple Abdul Ghani 2000).

KESIMPULAN

Media komunikasi mempunyai peranan yang amat penting dalam mewujudkan sebuah masyarakat yang harmoni dan negara yang cemerlang. Pihak pengamal media, organisasi yang bertanggungjawab serta pengguna media massa yang semakin hari semakin bertambah perlu sama-sama menilai dan mengkritik dalam usaha menambah nilai untuk kebaikan, bukannya mengkritik untuk meruntuhkan. Mesej yang disampaikan bukan hanya sekadar maklumat untuk tatapan, bahkan mesejnya mampu mengubah persepsi dan sikap masyarakat terhadap sesuatu. Media yang digerakkan dengan penuh kesedaran sosial mampu membawa pelbagai manfaat kepada masyarakat dan negara, namun media yang dilonjakkan dengan semangat mencari laba dan keuntungan semata tanpa memikirkan kemusnahan akhlak dan pemikiran bangsa akan mengundang pelbagai malapetaka. Justeru, pihak kerajaan terutamanya, mestilah memastikan media komunikasi berperanan sebagai agen yang membantu pihak kerajaan mencorak pemikiran dan sikap masyarakat ke arah menjadi warganegara yang berakhlak mulia. Manakala pihak media komunikasi pula haruslah bergerak berteraskan nilai-nilai akhlak yang mulia dalam usaha menjalankan tanggungjawab menyebarkan mesej dan maklumat. Masyarakat umum selaku pengguna media komunikasi pula haruslah menjadi pengguna yang bijak bestari dalam menilai sesuatu mesej yang dilihat, dibaca dan yang didengar. Jadikan informasi berakhlak budaya kita.

RUJUKAN

- A.Samad Ismail. 1966. *Kursus Kewartawanan*. Melaka: Toko Buku Abbas Bandung.
- Abdul Djali, Dedy Wahyudin. 2000. *Fiqh Rakyat, Pertautan fiqh dengan Kekuasaan*. Yogyakarta: LkiS.
- al-‘Alim, Yusuf Hamid. 1412H/ 1991. *Al-maqasid al-‘ammah li al-syari‘ah al-Islamiyyah*. Virginia USA: International Institute of Islamic Thought.
- al-‘Asqalaniy, Ibn Hajar Ahmad Ibn Ali. 1407H/1987. *Fath al-bariy*. Kaherah: Dar al-Diyan.
- Azizan Bahari. 1998. Modenisasi: implikasi dan cabaran kepada belia. Dlm. Azimi Hamzah & Turiman Suandi. *Pengukuhan Sinergi Belia dan Negara*. Kuala Lumpur. Aslita Sdn. Bhd.
- al-Bukhari, Muhammad Ibn Ismail. 1997. *Sahih al-Bukhari*. Riyad: Dar al-Salam.
- al-Dumayji, Abdullah Ibn Umar. 1409H/1989. *Al-Imamah al-‘Uzma*. Riyadh: Dar al-Tayyibah.
- H.M Tuah Iskandar. 1990. *Kewartawanan Islam*. Kuala Lumpur: Karya Media.
- Mansor Ahmad Saman. 1983. *Media di Malaysia*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Merrill, J.C. 1997. *Kewartawanan sejagat*. Terj. Yasmin. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Musa Abu Hassan. 1996. Penggunaan Media Komunikasi dalam Aktiviti pemindahan Pengetahuan. Dlm. Mazanah Mohamad & Ezhar Tamam (peny). *Rakan Kongsi, Komunikasi dan Media dalam Pembangunan*. Kuala Lumpur: Percetakan Watan Sdn. Bhd.
- Musa Abu Hassan & Narimah Ismail. 1998. *Potensi Media Massa dalam Pembentukan Budaya Belia*. Dlm. Azimi Hamzah & Turiman Suandi. *Pengukuhan sinergi belia dan negara*. Kuala Lumpur: Aslita Sdn. Bhd.
- Muslim, Muslim Ibn al-Hajjaj Ibn Muslim al-Qusyairiy. 2000. *Sahih Muslim*. al-Riyad: Dar al-Salam.

al-Nawawiy, Abu Zakariya Yahya Ibn Syaraf. 1414H/1994. *Riyadh al-Solihin*. Beirut: Dar al-Thaqafah al-Arabiyyah.

Othman Muhammad. 1998. *Peranan Media Massa dalam Pembangunan Masyarakat*. Dlm. Prosiding Pendidikan dan Pembangunan Sosial. Anjuran Fakulti Pendidikan, Universiti Kebangsaan Malaysia. Bangi: Penerbit UKM.

Schramm, W. & Roberts, D.F. 1993. *Proses dan Kesan Komunikasi Massa*. Terj. Wan Azahan Wan Muhammad & Zainal Abidin Bakar. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.

al-Syatibi, Abu Ishak Ibrahim Ibn Musa. 1420H/1999. *Al-Muwafaqat*. Beirut: Dar al-Ma'rifat.

al-Qaradawi, Yusuf. 1996. *Al-Thaqafah al-'Arabiyyah al-Islamiyyah bayn al-asilah wa al-Mu'asara*. Terj. Ahmad Nuryadi Asmawi. Selangor: Thinker's Library.

al-Zarqa, Mustafa Ahmad. 1409H/ 1989. *Syarh al-Qawa'id al-Fiqhiyyah*. Dimasyq: Dar al-Qalam.

Zulkiple Abdul Ghani. 2000. Imperatif multimedia dalam pembangunan ummah. Dlm. Abu Bakar Abdul Majeed & Siti Fatimah Abdul Rahman. *Multimedia dan Islam*. IKIM, Kuala Lumpur: Percetakan WC Sdn. Bhd.

Aminudin Basir @ Ahmad
Pusat Pengajian Umum
Universiti Kebangsaan Malaysia
43650 UKM Bangi
Emel: binamanhaj@yahoo.com