

## BAB V

### KESIMPULAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa etika komunikasi Qur’ani studi komparatif tafsir al-Munīr dan al-Miṣbāḥ, yakni:

1. Prinsip etika komunikasi Qur’ani, jika dibaca secara tematik melalui ayat-ayat seperti *qawlan layyinan* (QS Tāhā 44), *qawlan sadīdan* (QS al-Aḥzāb 70), *qawlan karīman* (QS al-Isrā’ 23), dan *qawlan balīghan* (QS al-Nisā’ 63), menunjukkan bahwa komunikasi ideal menurut al-Qur’an harus lembut dalam pendekatan, jujur dan jelas dalam isi pesan, memuliakan lawan bicara, serta efektif menyentuh kesadaran. Keempat nilai ini membentuk satu sistem etis yang mengatur bukan hanya apa yang disampaikan, tetapi bagaimana, dalam konteks apa, dan untuk tujuan apa. Etika komunikasi Qur’ani menuntut integritas moral, empati, penghormatan, dan kecerdasan retorik sehingga komunikasi tidak hanya benar, tetapi juga berdampak positif dan membangun hubungan sosial yang sehat.
2. Metodologi Quraish Shihab dalam *al-Miṣbāḥ* cenderung tematik-kontekstual, menekankan kohesi makna antar-ayat, aspek sosio-psikologis komunikasi, dan relevansi etis ayat bagi masyarakat modern, sehingga penjelasannya lebih reflektif dan aplikatif. Wahbah al-Zuhaylī dalam *al-Munīr* memakai pendekatan tahlīlī-fiqhī, menafsirkan ayat secara berurutan dengan fokus pada aspek bahasa, sabab al-nuzūl, hukum, dan argumentasi fikih, sehingga penjelasan etika komunikasinya lebih normatif dan hukumistik. Persamaannya: keduanya menekankan kejujuran, kelembutan, dan larangan menyakiti dengan kata; perbedaannya terletak pada gaya hermeneutik: Shihab lebih kontekstual-humanis, sementara Zuhaylī lebih tekstual-

normatif dengan penekanan fikih.

3. Persamaan dan perbedaan penafsiran Quraish Shihab dan Wahbah al-Zuhayli tentang etika komunikasi menghasilkan implikasi teoretis dan praktis yang relevan dengan teori komunikasi modern. Penekanan keduanya pada kejujuran, ketepatan pesan, dan kelembutan tutur selaras dengan model Shannon–Weaver tentang kejernihan informasi, serta prinsip persuasi etis Hovland yang menuntut kredibilitas sumber. Pendekatan Shihab yang kontekstual dekat dengan paradigma interpretatif Rogers yang melihat komunikasi sebagai proses perubahan sosial, sementara pendekatan Zuhayli yang normatif kompatibel dengan formula Lasswell yang menekankan kontrol dan tanggung jawab pesan. Dalam praktik digital, kombinasi dua corak ini membentuk kerangka etika yang mampu menangani misinformasi, polarisasi, dan bias algoritmik tanpa kehilangan standar moral Qur’ani..

## **B. Saran**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan yang berkaitan dengan etika komunikasi beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan yaitu:

1. Bagi Mahasiswa dan Akademisi, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dalam memahami nilai-nilai etika komunikasi dalam perspektif Islam, khususnya dalam konteks komunikasi modern seperti media sosial. Mahasiswa diharapkan dapat menggali lebih dalam pemikiran para mufasir klasik dan kontemporer lainnya untuk memperkaya wawasan tentang etika komunikasi Al-Qur’an. Bagi Masyarakat Umum diharapkan dapat lebih bijak dalam berkomunikasi, baik secara langsung maupun melalui media sosial, dengan menjadikan Ayat-ayat etika komunikasi sebagai pedoman dalam bertutur kata dan menyampaikan pesan yang benar dan bermanfaat.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya penelitian ini masih memiliki keterbatasan,

sehingga disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan tema ini dengan menggali ayat-ayat lain yang berkaitan dengan komunikasi, serta melakukan kajian perbandingan dengan lebih banyak tafsir misalnya *al-Marāghī* atau *al-Sha'rawī* untuk memperluas perspektif global.