

# MEMAHAMI ASPEK FILSAFAT DALAM ILMU KOMUNIKASI DAN DAKWAH

Nurhayati Abd Rasyid

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu

Email: [nurhayatiabdrasyid@iainpalu.ac.id](mailto:nurhayatiabdrasyid@iainpalu.ac.id)

## **Abstract:**

Three aspects of philosophy have become the study of academics and practitioners, namely aspects of ontology, epistemology, and axiology. This paper deals with the determination of the concepts of ontology, epistemology, and axiology in the science of communication and da'wah. The method used is the literature review method by collecting data by reviewing a variety of literature in the form of books, journals, and online sources. The results of this study explain that by understanding the concepts of ontology, epistemology, and axiology, the search for truth and the science of communication and propaganda can be obtained essentially. In the case of Islamic broadcasting communication, the process of presenting information cannot be compared to presenting information in the context of public communication that is more concerned with business and financial interests. In Islamic broadcasting communication, communication must be seen in an Islamic context where the information presented must be true, obtained through the correct method (epistemology), and has a good aesthetic so that it can be justified.

**Keywords:** Ontology, Epistemology, Axiology, Communication, Dakwah

## **Abstrak**

Tiga aspek filsafat telah menjadi kajian para akademisi dan praktisi, yaitu aspek ontology, epistemologi, dan aksiologi. Tulisan ini mengkaji penetapan konsep ontologi, epistemologi, dan aksiologi dalam ilmu

komunikasi dan dakwah. Metode yang digunakan yaitu metode kajian pustaka dengan pengumpulan data dilakukan dengan mengkaji berbagai literature baik berupa buku, jurnal, dan sumber-sumber online. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa dengan memahami konsep ontology, epistemologi, dan aksiologi, maka pencarian kebenaran dan ilmu komunikasi dan dakwah dapat diperoleh secara hakiki. Dalam hal komunikasi penyiaran Islam, maka proses penyajian informasi tidak bisa disamakan dengan penyajian informasi dalam kontek komunikasi umum yang lebih mementingkan kepentingan bisnis dan financial. Dalam komunikasi penyiaran Islam, komunikasi itu harus dilihat dalam kontek ke-Islaman dimana informasi yang disajikan harus lah benar, diperoleh melalui metode yang benar (epistemologi), dan memiliki estetika yang baik sehingga dapat dipertanggung jawabkan.

**Kata Kunci:** Ontologi, epistemologi, aksiologi, komunikasi, dakwah

### **A. Latar Belakang**

Filsafat telah dikaji dalam berbagai kontek, baik terpisah tersendiri dalam suatu mata kuliah maupun intergrasi dalam suatu bidang ilmu. Kajian filsafat sering dikaitkan dengan aspek ontology, epistemologi, dan aksiologi keilmuan. Filsafat sebenarnya tidak hanya berada dalam bentuk buku-buku tebal yang ada di perpustakaan, ataupun dalam perdebatan filsafat di kalangan academia dikampus-kampus. Filsafat sebenarnya terjadi dan berkembang dalam pikiran manusia sebagai individu dimana ia ingin mempertanyakan tentang kberadaan dirinya dan dunia yang dia huni.<sup>1</sup> Kemauan untuk menegathui jati dirinya sebenarnya mencerminkan bagaimana filsafat mempengaruhi pikiran dan kegundahan manusia akan keberadaannya. Dengan kata lain selama manusia

---

<sup>1</sup> Bryan Magee, *Talking Philosophy: Dialogues with Fifteen Leading Philosophers* (United Kingdom: Oxford University Press, 2001).

masih merasakan keresahan dalam kehidupannya maka filsafat juga akan tetap hidup.

Ilmuan juga sepakat bahwa filsafat dan ilmu pengetahuan terkait secara erat satu sama lainnya. Dalam hal ini ilmu pengetahuan dan filsafat menunjukkan kesamaan dan juga perbedaan diantara keduanya yang sangat sulit untuk dipisahkan. Demikian juga antara satu ilmu dengan ilmu lainnya juga memiliki persamaan dan perbedaan baik segi pemahaman tujuan ilmu sendiri maupun pengetahuan. Karena itu filsafat dianggap sebagai *mother of science*.<sup>2</sup> atau dengan kata lain disebut juga ibunya segala macam ilmu pengetahuan. Demikian juga berbagai ilmu terapan yang ada saat ini merupakan buah pikiran para filosof yang kemudian melahirkan berbagai cabang ilmu pengetahuan.

Komunikasi dan dakwah merupakan cabang ilmu pengetahuan yang relatif baru dalam bidang akademik. Meskipun komunikasi dan dakwah dijadikan dua cabang ilmu yang terpisah di perguruan tinggi ke Islaman, namun esensinya sama yaitu mengkaji soal komunikasi. Karena itu, Ilmu komunikasi dianggap berhubungan dekat dengan filsafat. Dalam hal ini filsafat berusaha membantu laum akademik untuk memahami ilmu komunikasi dan dakwah guna meningkatkan pemahaman (*understanding*) dan memiliki kebijaksanaan atau *wisdom* terhadap ilmu tersebut.

Dalam konteks ilmu komunikasi, terdapat tiga jenis pilar ilmu komunikasi dalam kontek filsafat yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos*. *Ethos* yang merupakan elemen filsafat yang menjelaskan tentang aturan-aturan normatif yang dalam proses perkembangannya ilmu komunikasi dan dakwah. Hasil yang dicapai dari *ethos* ini akan menjadi penentu antara hubungan masyarakat dan ilmu komunikasi dan dakwah, misalnya komunikasi dan dakwah antar budaya. Kemudian *Pathos* yang merupakan elemen filsafat yang menjelaskan berbagai aspek emosi. Aspek emosi

---

<sup>2</sup> Peter Godfrey-Smith, *Theory and Reality: An Introduction to the Philosophy of Science* (London: University of Chicago Press, 2003).

sangatlah berhubungan dekat dengan rasa yang dimiliki oleh manusia yang mana ethos dan pathos tersebut membantu manusia agar memiliki kesempatan besar dalam pengembangan ilmu komunikasi dan dakwah, misalnya penggunaan berbagai teori komunikasi dalam mengkaji berbagai masalah. Sementara itu *logos* memandu para cendekiawan dalam pengambilan keputusan yang benar dengan menggunakan pendekatan pemikiran yang logis dan rasional.

### **Pendekatan Tulisan**

Tulisan ini merupakan kajian kepustakaan dengan menggunakan data sekunder dari berbagai literature yang ada. Penggunaan metode kajian kepustakaan dalam penulisan sebuah karya ilmiah sudah sering dilakukan oleh para ahli dalam berbagai publikasi.<sup>3</sup> Dalam menulis paper ini, penulis terlebih dahulu mengidentifikasi berbagai literature baik yang berupa buku, jurnal, dan hasil penelitian sebelumnya terkait dengan konsep ontology, epistemologi, dan aksiologi dalam bidang ilmu komunikasi dan dakwah. Penulis menggunakan literatur yang berbentuk cetak maupun online.<sup>4,5</sup> Dalam mencari literatur online, penulis menggunakan mesin pencari Google dengan menggunakan kata kunci yang relevan dengan topik yang sedang ditulis seperti disarankan oleh Beel, Gipp, and Wilde.<sup>6,7</sup> Setelah itu, penulis memilah-milah informasi sesuai dengan topik tulisan ini dengan menggunakan sebuah tabel matrix seperti yang disajikan

---

<sup>3</sup> Hannah Snyder, "Literature Review as a Research Methodology: An Overview and Guidelines," *Journal of Business Research* 104 (August 1, 2019): 333–339.

<sup>4</sup> Nurdin, "Research In Online Space: The Use Of Social Media For Research Setting," *Jurnal Sistem Informasi (Journal of Information System)* 13, no. 1 (2017): 67–77, <http://orcid.org/0000-0003-3396-5514>.

<sup>5</sup> Nurdin Nurdin, "To Research Online or Not to Research Online: Using Internet-Based Research in Islamic Studies Context," *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies* 7 (June 1, 2017): 31.

<sup>6</sup> Joeran Beel, Bela Gipp, and Erik Wilde, "Academic Search Engine Optimization (ASEO): Optimizing Scholarly Literature for Google Scholar & Co.," *Journal of Scholarly Publishing* 41 (January 1, 2010): 176–190.

<sup>7</sup> Nurdin Nurdin and Rusli, "Spiritualising New Media: The Use of Social Media for Da'wah Purposes within Indonesian Muslim Scholars," *Jurnal Komunikasi Islam* 3 (March 17, 2013): 21.

oleh Miles dan Huberman.<sup>8,9</sup> Setelah itu, hasil presentasi dan data tersebut dijadikan sebagai bahan pembahasan dalam tulisan ini.<sup>10</sup>

## B. Hasil dan Pembahasan

### Cakupan Ilmu Komunikasi dan Dakwah

Dalam bahasa Arab, istilah komunikasi diartikan dengan kata *Al-itsbal* yang merupakan turunan dari akar kata *washala* ( و ص ل ) atau ( ص ل ت ) yang berarti “sampaikan” seperti dijelaskan dalam al quran surat al kausar ayat 2 yang berbunyi;

۲ ر ن ح أ و ل ر ب ك ص ل ف

*Maka dirikanlah shalat karena Tuhanmu; dan berkorbanlah.*

Dalam kata *fashali* itu sendiri terdapat arti pengantar atau yang menyampaikan nilai-nilai pesan khususnya kepada yang maha pencipta yang dalam ilmu komunikasi disebut dengan komunikasi transidental yaitu komunikasi sang pencipta. Dalam al quran terdapat salah satu ayat-ayat yang menggambarkan kegiatan komunikasi Islam yaitu dalam surat al ahzab ayat 70 yang bebunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ۚ

*Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar.*

Makna yang tersirat dalam ayat di atas yaitu menggambarkan cara berkomunikasi Islam yang elegant dan betul, serta menghargai nilai-nilai kebenaran yang hakiki dalam ilmu dakwah dan komunikasi Islam, khususnya ketika kita mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari. Sudut pandang Islam terhadap komunikasi berbeda dengan cara pandang ilmu komunikasi

<sup>8</sup> Matthew B. Miles and A. Michael Huberman, “Drawing Valid Meaning from Qualitative Data: Toward a Shared Craft,” *Educational Researcher* 13, no. 5 (1984): 20–30, <https://www.jstor.org/stable/1174243>.

<sup>9</sup> Nurdin Nurdin, “To Dakwah Online Or Not To Dakwah Online: Da’i Dilemma In Internet Age” 10 (July 6, 2017): 21.

<sup>10</sup> Nurdin Nurdin, “Radicalism on World Wide Web and Propaganda Strategy,” *Al-Ulum* 16 (2016): 265.

konvensional. Dalam Islam komunikasi didefinisikan sebagai *wahsolah* atau pengiriman pesan antara komunikator dengan komunikan dengan menggunakan cara-cara berkomunikasi yang berdasarkan pada al Quran dan hadits. Para komunikator dalam menyampaikan harus menggunakan dasar kebenaran yang berlandaskan pada nilai-nilai Islam terutama dengan melihat dimensi aktifitas dakwah yang berkaitan dengan aspek akhlak, akidah, dan syariah.

Menghasilkan seorang penceramah (kommunikator) atau *da'i* yang memiliki tingkat professional yang tinggi, maka para dai tersebut perlu disiapkan sarana dan prasarana yang mendukung baik yang berupa fisik dan nonfisik. Dukungan dalam bentuk fisik bisa berupa laboratorium belajar seperti stasiun radio sekaligus perlengkapan untuk berpraktek menyiar. Sedangkan dukungan nonfisik bisa berupa kurikulum yang sesuai dengan jaman kekinian dan juga jumlah dosen yang berkualitas. Kemudian pengkajian disiplin ilmu komunikasi dan dakwah sebaiknya perlu juga menelaah aspek-aspek keilmuan yang mencakupi ontologi, epistemologi, dan aksiologinya. Tujuannya adalah agar lahir prinsi keilmuan yang terkoneksi dengan ilmu-ilmu lain sehingga dapat dimanfaatkan untuk menyatukan antara sains dan Islam. Dengan demikian tidak ada lagi dikotomi antara keilmuan komunikasi dengan dakwah. Ketiga unsure ontology, epistimologi, dan aksiologi dalam ilmu komunikasi dan dakwah dibahas pada bagian berikut.

### **Ontologi dalam Ilmu Komunikasi dan Dakwah**

Para pakar menjelaskan Ontologi sebagai salah cabang ilmu filsafat yang menjelaskan “sifat” atau wujud atau juga fenomena yang hendak dipelajari oleh manusia. Ontologi dalam ilmu sosial juga dikaitkan dengan sifat pada hubungan sosial atau komunikasi sosial, Dengan demikian studi – studi komunikasi dalam bidang sosial sangat terkait dengan dimensi ontologi. Ontologi juga berurusan dengan upaya-upaya untuk menciptakan ilmu pengetahuan dari berbagai

gagasan-gagasan terkait realitas dalam kehidupan. Para ilmuwan sosial mengatakan bahwa ontology dalam ilmu sosial menjelaskan nilai-nilai kemanusiaan yang lebih luas dan universal.<sup>11</sup>

Berkaitan dengan ontology, maka ketika kita membahas ilmu komunikasi dan dakwah kita menjawab pertanyaan-pertanyaan terkait apa sebenarnya itu ilmu komunikasi dan dakwah itu. Dengan kata lain ontologi lebih pada mempertanyakan keberadaan ilmu itu, apa yang di bahas di dalamnya, objek apa yang masuk kajiannya ilmu komunikasi dan dakwah, dan lain sebagainya. Dengan mempertanyakan apa itu ilmu komunikasi maka akan membantu kita untuk memahami apa sebenarnya objek kajian dalam hakikat komunikasi dan dakwah. Pada akhirnya kita dapat mengkaji ilmu komunikasi dan dakwah secara benar dan tepat.

Dalam pandangan dimensi ontologi, sebenarnya Ilmu komunikasi dan dakwah dapat secara bersamaan dikaji dengan berfokus pada bidang-bidang yang terkait dengan materi dan objek formal. Ilmu komunikasi dan dakwah dapat dipahami sebagai ilmu yang satu kesatuan yang dapat dipelajari oleh manusia sebagai makhluk yang saling berinteraksi melalui komunikasi dengan menggunakan benda yang berupa media penyampai informasi. Pemahaman dasar keilmuan seperti ini dipahami sebagai obyek dalam bentuk materi. Sementara itu jika kita melihat dari aspek formal maka kenyataan tersebut adalah salah satu sudut pandang yang mampu menentukan cakupan studi di dalam kedua ilmu tersebut. Misalnya bagaimana sejarah ilmu komunikasi dan dakwah, teori komunikasi dan dakwah apa saja, tradisi ilmu komunikasi dan dakwah, komunikasi manusia dan dakwah kepada ummat merupakan contoh-contoh dari aspek ontologis ilmu komunikasi dan dakwah.

---

<sup>11</sup> S W Littlejohn and K A Foss, *Encyclopedia of Communication Theory*, Encyclopedia of Communication Theory (SAGE Publications, 2009), <https://books.google.co.id/books?id=2veMwywplPUC>.

Objek dari kajian ontologi adalah ‘sesuatu yang ada’. Konsep ontologi telah digunakan dalam banyak bidang ketika para ilmuwan membahas konsep “ada” dalam berbagai situasi filsafat ilmu. Para filsuf seperti Aristoteles, menyebutkan bahwa ontologi merupakan kata yang bersinonim dari metafisik yang mana kajian filosofis nya dimaksudkan menentukan sifat “ada” yang asli atau *real nature* dari sebuah objek guna menunjukkan makna, struktur, dan hakekat objek tersebut. Pakar lain menyebutkan bahwa bahwa ontologi memperjelas ‘yang ada’ yang mencakup semua kenyataan dalam kehidupan dalam berbagai bentuk.<sup>12</sup> Pakar filsafat lain menjelaskan bahwa ontologi merupakan *doctrine of being*, dengan maksud bahwa ontologi, punya ciri khas sendiri sebagai suatu studi tentang sesuatu yang ada (*exist*) di dunia ini.<sup>13</sup>

Penelitian tentang “ada” selanjutnya menjadi fokus perhatian dan juga perdebatan diantara para filsuf yang ada. Para filsuf tersebut memperdebatkan dengan mendalam terkait maksud yang dikandung oleh kata “ada” (*existence*) untuk memastikan apakah “ada” atau *exist* itu benar-benar “ada. Diskursus mengenai “ada” terus menerus diperdebatkan dalam berbagai diskusi mengenai filsafat. Diskursus tersebut meliputi pencarian jawaban terhadap beberapa persoalan; seperti “apakah artinya ada? “Golongan-golongan apakah dari hal yang ada?”, “Apakah sifat itu dasar kenyataan dan hal ada?”, “Apakah cara-cara yang berbeda dalam kajian berbagai entitas dari kategori-kategori logis yang berlainan (seperti objek-objek fisik, pengertian universal, abstraksi, dan bilangan) dapat dikatakan ada?”<sup>14</sup> Semua pertanyaan-pertanyaan tersebut juga telah menjadi bahan penelitian dalam kajian filsafat ilmu komunikasi.

---

<sup>12</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000).

<sup>13</sup> Muhammad Arif, “Hermeneutika Heidegger Dan Relevansinya Terhadap Kajian Al-Qur’an,” *Jurnal Studi Ilmu-Ilmu Al-Qur’an Dan Hadis* 16 (March 16, 2017): 85.

<sup>14</sup> Liang Gie The, *Suatu Konsepsi Ke Arah Penertiban Bidang Filsafat*, ed. Ali Mudhofir (Yogyakarta: Karya Kencana, 1977).

Secara umum dapat dipahami bahwa aspek ontologis dari ilmu pengetahuan dapat diuraikan melalui beberapa cara. Yang pertama, secara metodologis aspek ontologis dapat diuraikan dengan menggunakan cara-cara ilmiah. Kedua, aspek ontologism dapat diuraikan secara sistematis yang berkaitan antara satu dengan lainnya secara teratur dalam suatu keseluruhan ilmu. Ketiga, aspek ontologis dapat dijelaskan secara koheren yang bertautan, namun tidak boleh mengandung uraian yang bertentangan. Keempat, aspek ontologis dapat dijelaskan secara rasional yang berdasar pada kaidah berfikir yang benar atau logis. Kelima, ontologis dapat melihat objek secara komprehensif yang tidak hanya dari satu sudut pandang belaka, melainkan secara menyeluruh. Keenam, radikal yang menjelaskan aspek ontologis secara mendalam persoalan persoalan tertentu atau esensinya. Terakhir, aspek ontologism menjelaskan secara universal terkait suatu kebenaran sampai tingkat umum serta berlaku di mana pun dan kapanpun.

Konkritnya ontologi itu merupakan kajian tentang sesuatu objek yang ada atau tidak ada. Dalam hal ini ontologi mengkaji kenyataan dalam berbagai kehidupan manusia. Ketika kita membicarakan tentang ke “ada”an suatu objek dalam bidang komunikasi dan dakwah, maka sebenarnya kita membicarakan tentang ciri-ciri esensial dari yang ada dalam ilmu komunikasi dan dakwah, menurut bentuknya yang paling abstrak.<sup>15</sup> Ontolgi itu sendiri berarti memahami esensi ilmu pengetahuan komunikasi dan dakwah itu sendiri.<sup>16</sup>

Dengan menggunakan ilmu fisafat, maka Ilmu komunikasi dan dakwah dapat dikaji melalui berbagai objek baik berupa materi maupun objek formal. Secara ontologis, Ilmu komunikasi dan dakwah sebagai objek materi dipahami sebagai sesuatu yang monoteistik pada tingkat yang paling abstrak atau yang paling tinggi sebagai sebuah kesatuan dan kesamaan sebagai ilmu atau benda.

<sup>15</sup> M Mufid, *Etika Dan Filsafat Komunikasi* (Kencana, 2012), <https://books.google.co.id/books?id=hFFADwAAQBAJ>.

<sup>16</sup> Dani Vardiansyah and Erna Febriani, *Filsafat Komunikasi: Pengantar Ontologi Epistemologi Aksiologi*, 2018.

Sementara objek forma melihat ilmu komunikasi dan dakwah sebagai suatu sudut pandang (*point of view*), yang selanjutnya dapat ditentukan ruang lingkup studi ilmu komunikasi dan dakwah itu sendiri. Contoh yang paling relevan dari aspek ontologis ilmu komunikasi dan dakwah adalah sejarah ilmu Komunikasi dan sejarah ilmu dakwah, penemunya, teori komunikasi dan dakwah, tradisi Ilmu Komunikasi dan dakwah, dan komunikasi manusia karena kajian ilmu komunikasi dan dakwah adalah manusia.

Pada zaman sekarang, banyak sekali bentuk-bentuk dari komunikasi, misalnya komunikasi kelompok, komunikasi massa, komunikasi online, dan komunikasi melalui media sosial dimana bentuk-bentuk komunikasi semacam itu tidak ada pada zaman dahulu. Jadi dalam pandangan filsafat, realitasnya adalah ide atau gambaran yang membuat kita selalu mengenali tentang bentuk komunikasi tersebut. Meskipun kini banyak model dan bentuk komunikasi, namun ide tentang bentuk komunikasi ini yang membuat kita tetap mengenali bahwa yang kita lihat adalah bentuk-bentuk komunikasi.<sup>17</sup>

Contoh yang lebih mudah lainnya misalnya, dalam sajian informasi infotainment yang lazim kita lihat sehari-hari dalam konteks paparan secara ontologis lebih berfokus pada sajian informasi program infotainment kedalam ranah publik. Gejala sajian berita infotainment telah ada sejak zaman dulu semenjak mulainya jurnalisme modern pada akhir abad ke – 19. Dahulu pernah terjadi perkembangan jurnalisme yang berusaha mendapatkan audiensnya dengan mengandalkan berita kriminalitas yang sensasional, seperti skandal seks, berita yang menegangkan, dan pemujaan kaum selebritas yang ditandai dengan reputasi James Callender lewat pembeberan petualangan seks para pendiri Amerika

---

<sup>17</sup> Winda Aryani, “Mengenal Ontologi, Epistemologi, Dan Aksiologi Dalam Kehidupan Sehari-Hari,” *Kompasiana*, last modified 19AD, [https://www.researchgate.net/publication/335528334\\_Filsafat\\_Komunikasi\\_Pengantar\\_Ontologi\\_Epistemologi\\_Aksiologi](https://www.researchgate.net/publication/335528334_Filsafat_Komunikasi_Pengantar_Ontologi_Epistemologi_Aksiologi).

Serikat, Alexandre Hamilton & Thomas Jefferson merupakan karya elaborasi antara fakta dan gossip atau desas – desus.<sup>18</sup>

Setelah berakhirnya masa Orde Baru, maka kebebasan pers dibuka lebar-lebar sehingga semakin banyak media baru bermunculan. Dari berbagai media baru tersebut ada memiliki kualitas tetapi ada juga yang mengabaikan kualitas dengan mengandalkan sensational, gossip, skandal dan lain-lain. Ketika program televisi seperti Cek & Ricek dan Kabar Kabari berhasil di RCTI, stasiun televisi lainnya juga ikut-ikutan menayangkan acara gossip. Mulai saat itu infotainment semakin marak di TV kita. Kita semua telah melihat bentuk-bentuk komunikasi baru lainnya. Fenomena infotainment merupakan bentuk jurnalisme yang tidak bisa terhindarkan dari dunia jurnalisme kita meskipun berkualitas rendah dan dianggap tidak baik bagi sekelompok orang. Namun pada realitasnya bentuk baru komunikasi tersebut banyak disukai oleh masyarakat dengan bukti rating tinggi (*public share tinggi*).<sup>19</sup> Seandainya bentuk komunikasi yang menarik semacam itu dapat diolah dan disajikan untuk mendukung dakwah maka akan sangat bermanfaat bagi umat Muslim.

### 2.3 Epistemologi dalam Ilmu Komunikasi dan Dakwah

Dilihat dari asal usul katanya, epistemologi berasal dari kata episteme (pengetahuan) dan logos (ilmu yang sistematis, teori). Menurut terminology tersebut, epistemologi adalah teori atau ilmu pengetahuan tentang metodologi atau cara-cara memperoleh ilmu pengetahuan. Pakar filsafat juga menganggap epistemologi itu sebagai suatu bidang ilmu yang berusaha mengevaluasi prosedur memperoleh ilmu pengetahuan secara benar. Proses evaluasi terkait metode memperoleh ilmu pengetahuan sangat penting guna menentukan norma-norma

---

<sup>18</sup> Sukarelawati, "Persepsi Pemirsa Tentang Tayangan Infotainment Di Televisi Kasus Pemirsa Di Bojong Gede, Bogor," *Institut Pertanian Bogor* 7, no. 2 (2009): 82–97, <http://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalkmp/article/view/5690>.

<sup>19</sup> Dani Vardiansyah, *Filsafat Ilmu Komunikasi: Pengantar Ontologi, Epistemologi, Aksiologi*, 2017.

atau kaidah-kaidah memperoleh suatu ilmu secara benar. Sehingga menghasilkan output yang benar pula.<sup>20</sup>

Epistemologi juga merupakan dimensi filsafat yang mempertanyakan asal usul, sifat-sifat, metodologi, dan berbagai batasan terkait pemerolehan ilmu pengetahuan oleh manusia. Epistemologi sendiri dinamakan sebagai teori pengetahuan. Kata epistemologi merupakan kata dari bahasa Yunani yang merupakan paduan antara kata *episteme* dan *logos* yang maksudnya ilmu pengetahuan. Secara lengkap kata epistemologi dapat diartikan sebagai ilmu tentang bagaimana manusia sebagai ilmuwan mengkaji ilmunya. Dalam konteks ilmu komunikasi dan dakwah, maka mempelajari teori-teori komunikasi kelompok misalnya dapat membantu kita mengkaji komunikasi dan dakwah secara kritis.<sup>21</sup>

Dalam konteks kajian epistemologi, ilmu komunikasi dan dakwah berfokus pada penyajian informasi yang berdasarkan fakta-fakta atau bukti-bukti yang benar sesuai kenyataan sehingga memiliki nilai bagi penerimanya.. Sehingga pesan yang disampaikan kepada masyarakat akan bersifat netral tanpa memihak siapapun dengan sifat yang obyektif. Kunci dari standar penulisan suatu informasi yaitu dengan menggunakan pendekatan ketepatan pelaporan faktualisasi peristiwa, yaitu akurat, seimbang, obyektif, jelas dan singkat serta mengandung waktu keterbaruan. <sup>22</sup> Dengan demikian, masyarakat sebagai khalayak akan mencerna sendiri dan mengambil keputusan berdasarkan analisa sendiri, bukan arahan penulis.

Berbagai persoalan yang dibahas dalam epistemologi mencakup pengertian pengetahuan, bagaimana cara manusia memperolehnya, bagaimana

---

<sup>20</sup> Muh Zubaidillah, "Filsafat Ilmu: Ontologi, Epistemologi Dan Aksiologi," 2018.

<sup>21</sup> Heriyadi Heriyadi, "Peran Teori Dalam Studi Komunikasi," *TASAMUH* 16 (2018): 97–118.

<sup>22</sup> Nila Noer Karisna, "Komponen Filsafat Dalam Ilmu Komunikasi," *Indonesian Journal of Islamic Communication* 1, no. 2 (2018): 22–35, <https://docplayer.info/146565752-Komponen-filsafat-dalam-ilmu-komunikasi-tila-noer-karisna-program-studi-komunikasi-dan-penyiaran-islam-institut-agama-islam-negeri-jember.html>.

mengetahuinya, dan bagaimana melakukan verifikasi terhadap kajian-kajian pengetahuan yang telah didapati.<sup>23</sup> Selain itu dalam aspek epistemologi juga dikaji terkait adanya perbedaan antara kepercayaan, pengetahuan, pendapat, fakta, kenyataan, kesalahan, bayangan, gagasan, kebenaran, kebolehdan dan kepastian. Proses yang memungkinkan ditimanya pengetahuan menjadi ilmu beserta prosedurnya juga menjadi pembicaraan penting yang akan mengarahkan kita ke cabang fisisat metodologi. Dengan kata lain, aspek epistemologi lebih mengutamakan prosedur atau bagaimana memperoleh suatu pengetahuan. Makanya dalam meneliti ilmu komunikasi dan dakwah, perlu dilakukan dengan metode yang benar dan akurat.

Epistemologi juga panduan-panduan terhadap berbagai pertanyaan sehingga kita mendapatkan jawaban yang valid. Dasar dari ilmu komunikasi adalah sangat terkait dengan pengetahuan sebagai suatu ilmu atau Theory of Knowledge. Persoalan utama epistemologis Ilmu Komunikasi adalah mengenai persoalan apa yang dapat kita ketahui dan bagaimana cara mengetahuinya, “what can we know, and how do we know it”.<sup>24</sup> Dalam konteks ini, hal-hal yang terkait meliputi “kepercayaan (belief), understanding (pemahaman), alasan (reason), penilaian (judgement), sensasi (sensation), hayalan (imagination), rekaan (guessing), belajar (learning), dan melupakan (forgetting)”. Sebenarnya perdebatan mengenai epistemology ilmu komunikasi sudah semenjak kemunculan ilmu komunikasi sebagai ilmu.

Berbagai perdebatan yang ada hubungannya dengan ilmu komunikasi sebagai sebuah cabang ilmu pengetahuan ataupun bukan ilmu sangat berkaitan dengan prosedur atau metodologi memperolehnya dari awal. Kemudian juga terkait dengan sejarah pemerolehan sejak awal ilmu komunikasi itu mulai dikaji.

---

<sup>23</sup> Vardiansyah, *Filsafat Ilmu Komunikasi: Pengantar Ontologi, Epistemologi, Aksiologi*.

<sup>24</sup> Daryanto Setiawan, “FILSAFAT KOMUNIKASI DALAM MAKROKOSMOS,” *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study* 5 (2019): 73.

Misanya bagaimana ilmu Sosiologi dan Psikologiterhadap mempengaruhi ilmu komunikasi dan bagaimana ilmu lain berkontribusi terhadap ilmu komunikasi.

Beberapa ahli terkenal seperti Laswell, Schramm, Hovland, Freud, telah memberi pengaruh besar terhadap perkembangan keilmuan komunikasi. Ilmu komunikasi telah ditelaah menjadi sebuah ilmu baru pada abad ke-19 di Amerika yang merupakan sangat erat kaitannya dengan aspek aksiologis ilmu komunikasi itu sendiri.<sup>25</sup> Contoh nyata dari dimensi epistemologis dalam ilmu komunikasi dapat kita lihat pada metode pengembangan ilmu komunikasi di berbagai negara maju seperti Amerika. Studi ilmu komunikasi lebih menitik beratkan pada studi yang memberi kontribusi kepada pengembangan kehidupan umat manusia pada masa itu sehingga kemudian berkembang menjadi sebuah cabang ilmu pengetahuan.

Terkait dengan contoh epistemologi, maka kita kita membahas mengenai bentuk komunikasi yang dibahas diatas tadi, maka perlu ada kajian terkait cara kita mengetahui sesuatu tentang ilmu komuniaksi dan dakwah tersebut. Pada mulanya bisa saja kita hanya sekedar mengetahui bentuk-bentuk komunikasi saja melalui panca indera yang kita miliki. Kemudian selanjutnya informasi yang kita dapatkan melalui panca indera akan dianalisa oleh akal yang kita miliki. Akal yang akan mengklasifikasikan segala informasi yang kita terima menjadi sebuah ilmu pengetahuan tentang bentuk komunikasi.

Indra, merupakan organ tubuh yang bersifat empiris, yakni suatu objek yang dapat dilihat, dirasa, sesuai dengan jenis dan fungsinya. Indra dapat dikatakan sebagai sarana media audio visualisasi yang alami dari sang pencipta, karena dengn indra yang baik dalam menerima segala informasi yang diterima atau disampaikan kepada audien guna meminimalisirkan kesalah pahaman antara komunikator dengan komunkan. Salah satu ayat yang menerangkan tentang indra

---

<sup>25</sup> Mohammad Zamroni, "Epistemologi Dan Rumpun Keilmuan Komunikasi Penyiaran Islam," *Ilmu Dakwah* 34, no. 1 (2014): 122–139, <http://journal.walisongo.ac.id/index.php/dakwah/article/view/67>.

sebagai media audiovisual yang terdapat pada manusia secara alami yaitu sebagai berikut.

وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ  
السَّمْعَ وَالْأَبْصَرَ وَالْأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

*Dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatupun, dan Dia memberi kamu pendengaran, penglihatan dan hati, agar kamu bersyukur (QS. An Nahl: 78)*

Penggunaan rasa dan rasio merupakan sarana untuk memperoleh ilmu pengetahuan dengan menggunakan intuisi kita untuk memperoleh ilmu komunikasi tersebut. Agama sebagai sumber kepercayaan dan spritualitas dapat menjadi suatu sumber keyakinan dan menjadi salah satu sumber ilmu. Agama dapat menjadi fondasi ajaran yang memiliki muatan ilmu dan pengetahuan yang memiliki nilai-nilai yang dapat dirasionalkan dengan menggunakan akal atau rasio.

Pada dasarnya pengetahuan itu terjadi didasari oleh konsep a priori dan a parteriori. A priori dipahami sebagai pengetahuan yang terjadi kajian empiris atau lewat pengalaman, baik yang dialami oleh inderawi maupun batiniah. Sedangkan parteriori dipahami sebagai pengetahuan terlahir akibat adanya pengalaman. Sarana untuk mengetahui ilmu dan pengetahuan tersebut dapat berupa pengalaman indera, nalar, otorita, intuisi, wahyu, dan keyakinan.<sup>26</sup> Dalam sejumlah ayat al-Qur'an dijelaskan tentang berbagai cara meperoleh ilmu pengetahuan baik melalui persepsi inderawi, kalbu atau akal, dan lewat wahyu atau ilham. Selanjutnya jalan memperoleh pengetahuan, didapat dari al-Qur'an dan Sunnah, alam semesta, dan tarikh umat manusia.

---

<sup>26</sup> Ibid.

Dengan demikian, lahirnya paradigma komunikasi dan penyiaran Islam yang berdasarkan al-Qur'an dan hadith sebagai sumber inspirasi epistemologi komunikasi dan penyiaran Islam. Dengan demikian dapat dipahami bahwa kerangka pikir ilmu pengetahuan komunikasi dan dakwah itu ditelusuri, meskipun sumber-sumber utama ilmu komunikasi dan dakwah Islam adalah al-Qur'an.<sup>27</sup> Karena itu berbagai rumusan, gagasan dan rancangan epistemologi ilmu Komunikasi dan dakwah merupakan hasil cipta dan karsa manusia.

Perlu ditegaskan lagi bahwa epistemologi lebih berfokus pada cara-cara atau metodologi penemuan ilmu komunikasi dan dakwah itu. Proses penemuan tersebut melibatkan para ilmuwan melakukan berbagai kajian dan diskusi tentang objek dan hakikat ilmu komunikasi dan dakwah yang ditemukan (ontologi) dan juga menempatkan atau menunjukkan keberpihakan mereka pada nilai (aksiologi).<sup>28</sup> Untuk itu jika kita ingin memperkuat keilmuan “komunikasi dan dakwah maka kita perlu mendalami satu persatu terkait tiga domain kajian, yaitu konteks keilmuan “ komunikasi”, subdomain komunikasi yang mencakup “penyiaran,” dan Islam sebagai nilai yang menjiwai dan memandu ilmu komunikasi tersebut.

Untuk memperjelas batas-batas keilmuan antara study ilmu komunikasi dan dakwah Islam, maka tiga fondasi filsafat keilmuan yang mencakup ontologi, epistemologi dan aksiologi, perlu kita pahami dan jelaskan secara akurat. Terkait dengan isu ontologi, maka realitas akan dihadirkan. Aspek ontologi perlu untuk dipertegas batas-batasnya. Misalnya apa saja fenomena komunikasi dan penyiaran islam yang menjadi “*concern*” untuk diselesaikan. Untuk menangkap problem maka bangunan teori yang digunakan untuk menangkap fenomena pun harus

---

<sup>27</sup> Hasnun Jauhari Ritonga, “Landasan Epistemologi Komunikasi Islam,” *Miqot: Jurnal Ilmu-ilmu Keislaman* 32, no. 2 (2008): 279–296, <http://jurnalmiqotojs.uinsu.ac.id/index.php/jurnalmiqot/article/view/180>.

<sup>28</sup> Mochammad Yusron Habibi, “Hakikat Epistemologi Dalam Kajian Filsafat Ilmu,” *Kompasiana*, last modified 2018, <https://www.kompasiana.com/mochammad53317/5bec4501ab12ae3cf271d838/hakikat-epistemologi-dalam-kajian-filsafat-ilmu>.

diperkuat. Misalnya saat membicarakan mengenai teori-teori komunikasi, jika bidang komunikasi umum berbicara mengenai komunikasi di berbagai levelnya, maka di komunikasi penyiaran Islam perlu ada tambahan kontemplasi nilai ke-Islaman pada teori-teori tersebut.

## 2.4 Aksiologi dalam Ilmu Komunikasi dan Dakwah

Kata aksiologi juga merupakan bahasa Yunani yaitu *axios* yang berarti layak atau pantas. Kemudian *logos* memiliki arti ilmu, yang secara sederhana, aksiologi mempelajari tentang manfaat atau nilai-nilai yang kita peroleh dari sebuah ilmu pengetahuan yang dalam hal ini adalah ilmu komunikasi dan dakwah. Dengan kata lain aksiologi merupakan teori nilai yang berhubungan dengan kegunaan dari pengetahuan komunikasi yang didapatkan. Aksiologi ini terbagi menjadi tiga bagian yaitu: pertama, *moral conduct*, yaitu tindakan moral yang melahirkan etika, kedua, *esthetic expression*, atau ekspresi keindahan, dan ketiga, *socio-political life*, atau kehidupan sosial politik. Dari ketiga bahasan inilah lahir filsafat ilmu komunikasi. Aksiologi juga merupakan cabang filsafat yang berkaitan dengan etika, estetika, dan agama, sedangkan aksiologis merupakan bidang kajian filosofis yang membahas *value*.<sup>29</sup>

Ilmu komunikasi terutama terkait berita, dalam pandangan aksiologis bahwa fungsi berita dilihat dan dititikberatkan pada suatu hiburan masyarakat. Dengan demikian para redaktur harus mampu menarik audiens dengan menampilkan sesuatu berita yang memiliki nilai estetika misalnya artikel yang menarik. Sehingga, para redaktur yang mengelola media harus berfokus pada menaikkan rating beritanya sehingga makin banyak audiensnya yang dampaknya meningkat pula pemasukan iklan. Karena iklan menjadi daya tarik untuk mendukung pemasukan perusahaan media, maka para jurnalis lebih

<sup>29</sup> Novia Nida Nabila, "Mengenal Aksiologi, Etika Dan Estetika," *Kompasiana*, last modified 2018, <https://www.kompasiana.com/novianabilaa/5bfbf24c677ffb5181156c85/mengenal-aksiologi-etika-dan-estetika>.

mengutamakan berita-berita ringan yang penuh sensasi tetapi bermutu rendah dan kurang mendidik masyarakat. Dampaknya adalah sering munculnya berita yang bersifat menghibur seperti gossip murahan, hoax, atau berita lain yang tidak berdasarkan fakta ilmiah. Pokonya mana berita yang paling diminati oleh pendengar, amak itulah berita yang baik menurut sebuah media. Aspek estetika dan keindahan berita dari segi ilmu pengetahuan menjadi terabaikan. Padahal dalam aspek aksiologi ilmu pengetahuan, yang dipertanyakan bukan sekedar apakah nilai harus mempengaruhi teori dan penelitian, melainkan juga bagaimana nilai harus mempengaruhi keduanya.

Hakikat individual ilmu pengetahuan komunikasi yang bersifat etik terkait aspek kebermanfaat ilmu komunikasi itu sendiri seperti yang telah dibahas pada aspek epistemologis bahwa aspek aksiologis sangat terkait dengan tujuan pragmatis filosofis yaitu azas kebermanfaatan ilmu komunikasi dan dakwah dengan tujuan kepentingan komunikasi dan komunikator itu sendiri. Dengan demikian ilmu Komunikasi erat kaitannya dengan kebutuhan manusia akan komunikasi. Kebutuhan memengaruhi (persuasive), retorik (public speaking), dissemination of information, dan propaganda merupakan sebagian kecil dari manfaat Ilmu komunikasi dan dakwah. Untuk itu secara pragmatis, aspek aksiologis dari ilmu komunikasi dan dakwah akan terjawab seiring perkembangan kebutuhan manusia dalam bidang komunikasi dan dakwah.

Jika seluruh tahapan pencarian keilmuan diwarnai dengan nilai-nilai Islam, maka pada akhirnya akan terwujud sebuah eksistensi keilmuan komunikasi dan dakwah yang kuat dengan batasan problem yang jelas sehingga dapat dibedakan dari konteks keilmuan komunikasi dengan yang lainnya. Dengan demikian komunikasi dan dakwah akan menjadi sebuah kajian ilmu yang mapan dalam membantu pencarian kebenaran yang hakiki. Komunikasi Islam akan menjadi hasil pemikiran ilmiah manusia yang bersifat dinamis dan tidak terlepas dari pengujian terhadap tingkat kebenaran ilmu komunikasi dan dakwah. Penggunaan

kata Islam menjadi ciri khas dari bentuk teori dan prinsip yang dibangun sesuai dengan tata nilai dan aturan, agar manusia menjalani hidupnya sesuai dengan aturan-aturan-Nya.

### C. Kesimpulan

Sebagai kesimpulan dari tulisan ini, maka para akademisi yang bergelut di bidang komunikasi dan dakwah perlu lebih mengkaji dan menerapkan konsep filsafat ontology, epistemologi, dan aksiologi dalam ilmu komunikasi dan dakwah. Dengan memahami konsep ontology, epistemologi, dan aksiologi, maka pencarian kebenaran dan ilmu komunikasi dan dakwah dapat diperoleh secara hakiki. Dalam hal komunikasi penyiaran Islam, maka proses penyajian informasi tidak bisa disamakan dengan penyajian informasi dalam konteks komunikasi umum yang lebih mementingkan kepentingan bisnis dan finansial. Dalam komunikasi penyiaran Islam, komunikasi itu harus dilihat dalam konteks ke-Islaman dimana informasi yang disajikan haruslah benar, diperoleh melalui metode yang benar (epistemologi), dan memiliki estetika yang baik sehingga dapat dipertanggung jawabkan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Arif, Muhammad. "HERMENEUTIKA HEIDEGGER DAN RELEVANSINYA TERHADAP KAJIAN AL-QUR'AN." *Jurnal Studi Ilmu-ilmu Al-Qur'an dan Hadis* 16 (March 16, 2017): 85.
- Aryani, Winda. "Mengenal Ontologi, Epistemologi, Dan Aksiologi Dalam Kehidupan Sehari-Hari." *Kompasiana*. Last modified 19AD.  
[https://www.researchgate.net/publication/335528334\\_Filsafat\\_Komunikasi\\_Pengantar\\_Ontologi\\_Epistemologi\\_Aksiologi](https://www.researchgate.net/publication/335528334_Filsafat_Komunikasi_Pengantar_Ontologi_Epistemologi_Aksiologi).
- Beel, Joeran, Bela Gipp, and Erik Wilde. "Academic Search Engine Optimization ( ASEO ): Optimizing Scholarly Literature for Google Scholar

& Co.” *Journal of Scholarly Publishing* 41 (January 1, 2010): 176–190.

Godfrey-Smith, Peter. *Theory and Reality: An Introduction to the Philosophy of Science*.

London: University of Chicago Press, 2003.

Habibi, Mochammad Yusron. “Hakikat Epistemologi Dalam Kajian Filsafat Ilmu.” *Kompasiana*. Last modified 2018.

<https://www.kompasiana.com/mochammad53317/5bec4501ab12ae3cf271d838/hakikat-epistemologi-dalam-kajian-filsafat-ilmu>.

Herdiana, Aan. “Paradigma Keilmuan Kpi Dalam Perspektif Dakwah.” *Komunika* 10, no. 2 (2016): 310–322.

<https://www.neliti.com/id/publications/147365/paradigma-keilmuan-kpi-dalam-perspektif-dakwah>.

Heriyadi, Heriyadi. “PERAN TEORI DALAM STUDI KOMUNIKASI.”

*TASAMUH* 16 (2018): 97–118.

Huberman, Matthew B. Miles and A. Michael. “Drawing Valid Meaning from Qualitative Data: Toward a Shared Craft.” *Educational Researcher* 13, no. 5 (1984): 20–30. <https://www.jstor.org/stable/1174243> .

Karisna, Nila Noer. “Komponen Filsafat Dalam Ilmu Komunikasi.” *Indonesian Journal of Islamic Communication* 1, no. 2 (2018): 22–35.

<https://docplayer.info/146565752-Komponen-filsafat-dalam-ilmu-komunikasi-nila-noer-karisna-program-studi-komunikasi-dan-penyiaran-islam-institut-agama-islam-negeri-jember.html>.

Littlejohn, S W, and K A Foss. *Encyclopedia of Communication Theory*. Encyclopedia of Communication Theory. SAGE Publications, 2009.

<https://books.google.co.id/books?id=2veMwywplPUC>.

Magee, Bryan. *Talking Philosophy: Dialogues with Fifteen Leading Philosophers*. United Kingdom: Oxford University Press, 2001.

Mufid, M. *Etika Dan Filsafat Komunikasi*. Kencana, 2012.

<https://books.google.co.id/books?id=hFFADwAAQBAJ>.

- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000.
- Mustofa, Imron. "Jendela Logika Dalam Berfikir: Deduksi Dan Induksi Sebagai Dasar Penalaran Ilmiah." *EL-BANAT: Jurnal Pemikiran dan Pendidikan Islam* 6, no. 2 (2016): 122–142.  
file:///C:/Users/KESULT~1/AppData/Local/Temp/2875-Article Text-7597-3-10-20170710.pdf.
- Nabila, Novia Nida. "Mengenal Aksiologi, Etika Dan Estetika." *Kompasiana*. Last modified 2018.  
<https://www.kompasiana.com/novianabilaa/5bfbf24c677ffb5181156c85/mengenal-aksiologi-etika-dan-estetika>.
- Nurdin. "Research In Online Space: The Use Of Social Media For Research Setting." *Jurnal Sistem Informasi (Journal of Information System)* 13, no. 1 (2017): 67–77. <http://orcid.org/0000-0003-3396-5514>.
- Nurdin, Nurdin. "Radicalism on World Wide Web and Propaganda Strategy." *Al-Ulum* 16 (2016): 265.
- . "TO DAKWAH ONLINE OR NOT TO DAKWAH ONLINE: DA'I DILEMMA IN INTERNET AGE" 10 (July 6, 2017): 21.
- . "To Research Online or Not to Research Online: Using Internet-Based Research in Islamic Studies Context." *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies* 7 (June 1, 2017): 31.
- Nurdin, Nurdin, and Rusli. "Spiritualising New Media: The Use of Social Media for Da'wah Purposes within Indonesian Muslim Scholars." *Jurnal Komunikasi Islam* 3 (March 17, 2013): 21.
- Ritonga, Hasnun Jauhari. "Landasan Epistemologi Komunikasi Islam." *Miqot: Jurnal Ilmu-ilmu Keislaman* 32, no. 2 (2008): 279–296.  
<http://jurnalmiqotojs.uinsu.ac.id/index.php/jurnalmiqot/article/view/180>.
- Setiawan, Daryanto. "FILSAFAT KOMUNIKASI DALAM

MAKROKOSMOS.” *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study* 5 (2019): 73.

Snyder, Hannah. “Literature Review as a Research Methodology: An Overview and Guidelines.” *Journal of Business Research* 104 (August 1, 2019): 333–339.

Sukarelawati. “Persepsi Pemirsa Tentang Tayangan Infotainment Di Televisi Kasus Pemirsa Di Bojong Gede, Bogor.” *Institut Pertanian Bogor* 7, no. 2 (2009): 82–97.

<http://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalkmp/article/view/5690>.

The, Liang Gie. *Suatu Konsepsi Ke Arah Penertiban Bidang Filsafat*. Edited by Ali Mudhofir. Yogyakarta: Karya Kencana, 1977.

Vardiansyah, Dani. *Filsafat Ilmu Komunikasi: Pengantar Ontologi, Epistemologi, Aksiologi*, 2017.

Vardiansyah, Dani, and Erna Febriani. *Filsafat Komunikasi: Pengantar Ontologi Epistemologi Aksiologi*, 2018.

Zamroni, Mohammad. “Epistemologi Dan Rumpun Keilmuan Komunikasi Penyiaran Islam.” *Ilmu Dakwah* 34, no. 1 (2014): 122–139.

<http://journal.walisongo.ac.id/index.php/dakwah/article/view/67>.

Zubaidillah, Muh. “FILSAFAT ILMU: ONTOLOGI, EPISTEMOLOGI DAN AKSIOLOGI,” 2018.