

Konstruksi Komunikasi Islam dalam Budaya Nongkrong Anak Muda Urban melalui Kajian Nilai Qawlan Sadidan pada Interaksi Lisan Informal

Indra¹, Ade Irma², Fakhri³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, Aceh, Indonesia
Email Koresponden: indrabinusman19@gmail.com

Abstrak

Budaya “nongkrong” telah menjadi bentuk interaksi sosial khas di kalangan anak muda Muslim urban sebagai ruang berdialog, berekspresi, dan membangun relasi. Namun, komunikasi informal dalam konteks ini sering kali mengabaikan nilai-nilai etika dan spiritual yang menjadi dasar komunikasi Islam. Penelitian ini bertujuan untuk membangun pemahaman tentang konstruksi komunikasi Islam dalam budaya nongkrong anak muda Muslim urban melalui telaah nilai *qawlan sadidan* (perkataan yang benar dan membangun) dalam interaksi lisan informal. Penelitian ini menggunakan metode kajian pustaka dengan menelaah sumber-sumber Islam klasik dan literatur kontemporer tentang etika komunikasi serta perilaku sosial remaja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip *qawlan sadidan* tetap relevan sebagai pedoman etika komunikasi sehari-hari bagi anak muda Muslim, dengan penekanan pada kejujuran, kesantunan, dan tanggung jawab. Integrasi nilai komunikasi Islam dalam budaya anak muda tidak menghambat kebebasan sosial, melainkan memperkuat kesadaran moral dalam hubungan antarmanusia. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penguatan literasi komunikasi Islam di kalangan generasi muda penting untuk membentuk komunikasi yang bermakna, etis, dan bernilai spiritual dalam kehidupan urban modern.

Kata kunci : Komunikasi Islam, Budaya Nongkrong, Anak Muda, Qawlan Sadidan

Pendahuluan

Komunikasi merupakan fondasi utama dalam membangun dan menjaga hubungan antarmanusia. Dalam kehidupan anak muda Muslim urban, praktik komunikasi informal seperti budaya “nongkrong” menjadi fenomena sosial yang sangat umum dan signifikan. Nongkrong tidak hanya berfungsi sebagai sarana relaksasi, tetapi juga menjadi ruang interaksi, negosiasi identitas, serta pembentukan solidaritas dan jaringan sosial. Namun, dalam praktiknya, interaksi lisan informal dalam budaya ini sering kali tidak memperhatikan nilai-nilai etika, termasuk nilai-nilai yang diajarkan dalam komunikasi Islam seperti kejujuran, kesantunan, dan tanggung jawab (Hastuti et al., 2026).



Dalam Islam, komunikasi tidak hanya dilihat sebagai proses menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai sarana ibadah dan penegakan akhlak (Saggaf et al., 2021). Salah satu nilai penting dalam komunikasi Islam adalah *qawlan sadidan*, yang mengandung makna perkataan yang benar, jujur, dan membawa kebaikan (Al-Qur'an Surah Al-Ahzab: 70). Nilai ini relevan dalam segala bentuk komunikasi, termasuk dalam konteks interaksi informal sehari-hari. Sayangnya, dalam banyak interaksi antar anak muda saat ini, praktik *qawlan sadidan* cenderung terabaikan karena pengaruh budaya populer yang permisif, gaya komunikasi yang spontan, dan minimnya kesadaran etika dalam berkomunikasi.

Beberapa penelitian telah mengangkat aspek komunikasi Islam dari berbagai sudut pandang. Misalnya, penelitian oleh Suryani & Rahmah (2020) membahas penerapan prinsip *qawlan sadidan* dalam komunikasi dakwah berbasis media digital. Sementara itu, Ramadhani (2019) meneliti nilai-nilai komunikasi Islam dalam lingkungan pendidikan pesantren. Penelitian-penelitian tersebut berfokus pada konteks formal atau institusional, dan belum menyentuh praktik komunikasi informal anak muda Muslim urban dalam budaya pergaulan santai seperti nongkrong. Selain itu, kajian pustaka yang mengkaji secara mendalam tentang *qawlan sadidan* dalam konteks komunikasi lisan nonformal masih sangat terbatas.

Oleh karena itu, artikel ini menawarkan kebaruan ilmiah dengan mengkonstruksi pemahaman baru mengenai nilai *qawlan sadidan* dalam komunikasi informal anak muda Muslim urban, khususnya dalam praktik budaya nongkrong. Pendekatan ini belum banyak diangkat dalam penelitian sebelumnya, terutama dalam bentuk kajian pustaka yang menggabungkan perspektif klasik Islam dengan realitas sosial kontemporer.

Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah dalam kajian ini adalah: bagaimana konstruksi komunikasi Islam, khususnya nilai *qawlan sadidan*, dapat diintegrasikan dalam budaya nongkrong anak muda Muslim urban sebagai bentuk interaksi lisan informal? Untuk menjawab pertanyaan tersebut, artikel ini bertujuan untuk menyusun landasan konseptual berbasis kajian literatur mengenai penerapan nilai komunikasi Islam dalam budaya nongkrong anak muda Muslim, dengan fokus pada *qawlan sadidan*

sebagai prinsip utama dalam membangun komunikasi etis, santun, dan bermakna dalam konteks sosial urban masa kini.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kajian pustaka (*library research*), yaitu metode penelitian yang dilakukan dengan menelaah dan menganalisis berbagai sumber literatur ilmiah yang relevan untuk memperoleh pemahaman konseptual secara mendalam terhadap suatu permasalahan (Wijaya et al., 2025). Kajian pustaka dipilih karena artikel ini bertujuan membangun konstruksi teoretis atas praktik komunikasi Islam dalam konteks budaya nongkrong anak muda Muslim urban, dengan fokus pada nilai *qawlan sadidan* dalam interaksi lisan informal.

Data dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber literatur yang kredibel, meliputi: kitab-kitab klasik Islam (tafsir dan hadis), buku akademik, artikel jurnal ilmiah nasional dan internasional, serta hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan. Literatur yang digunakan diseleksi berdasarkan relevansi terhadap topik komunikasi Islam, nilai *qawlan sadidan*, perilaku komunikasi anak muda, dan budaya urban.

Analisis data dilakukan dengan teknik analisis isi kualitatif (*qualitative content analysis*), yaitu dengan membaca, mengidentifikasi, dan mengelompokkan tema-tema utama yang berkaitan dengan konsep komunikasi Islam dalam interaksi informal (Hidayat et al., 2025). Penulis mengkaji bagaimana nilai *qawlan sadidan* dijelaskan dalam sumber-sumber Islam dan bagaimana nilainya dapat diterapkan atau ditantang dalam realitas sosial anak muda saat ini, khususnya dalam budaya nongkrong.

Langkah-langkah kajian meliputi:

1. Pengumpulan sumber pustaka primer dan sekunder yang relevan,
2. Klasifikasi tema-tema komunikasi Islam, khususnya *qawlan sadidan*,
3. Analisis konteks sosial-budaya nongkrong anak muda Muslim urban,
4. Penyusunan konstruksi konseptual berdasarkan sintesis literatur.

Melalui metode ini, penelitian berupaya menghadirkan gagasan ilmiah yang tajam dan kontekstual, sekaligus memberikan kontribusi

teoritis terhadap pengembangan komunikasi Islam dalam ruang sosial anak muda kontemporer.

Hasil dan Pembahasan

A. Temuan-temuan

Penelitian ini menghasilkan beberapa temuan ilmiah penting terkait relevansi dan tantangan implementasi nilai *qawlan sadidan* dalam praktik komunikasi informal anak muda Muslim urban, khususnya dalam budaya nongkrong. Temuan-temuan ini diperoleh melalui telaah mendalam terhadap literatur klasik Islam, teori komunikasi etis, serta studi kontemporer tentang perilaku komunikasi remaja dan budaya urban.

1. Qawlan Sadidan sebagai Nilai Komunikasi Interpersonal yang Adaptif

Temuan pertama adalah bahwa *qawlan sadidan* tidak hanya bersifat normatif sebagai bagian dari ajaran Islam, tetapi juga adaptif dalam konteks komunikasi interpersonal modern. Makna “perkataan yang benar dan lurus” mencerminkan prinsip dasar komunikasi etis: kejujuran, kejelasan makna, dan tanggung jawab sosial (Suryani & Rahmah, 2020). Secara ilmiah, ini menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam dalam komunikasi tidak bersifat kaku, melainkan fleksibel dan dapat diterapkan dalam berbagai konteks, termasuk percakapan informal.

Adaptabilitas nilai ini didukung oleh teori *speech act* (Austin, 1962) yang menyatakan bahwa ujaran tidak hanya menyampaikan makna, tetapi juga tindakan sosial. Dalam konteks ini, *qawlan sadidan* bukan hanya ucapan jujur, tetapi merupakan tindakan etis yang membangun hubungan dan memperkuat kepercayaan sosial dalam interaksi kelompok kecil seperti nongkrong.

2. Budaya Nongkrong sebagai Media Pembentukan Relasi Sosial dan Identitas

Temuan kedua mengindikasikan bahwa budaya nongkrong merupakan media penting bagi anak muda dalam membentuk relasi sosial dan identitas kelompok. Studi oleh Heryanto (2019) menunjukkan bahwa anak muda urban menggunakan ruang nongkrong sebagai sarana

menegosiasikan nilai-nilai agama, budaya pop, dan identitas kelas sosial. Namun, fenomena ini juga memperlihatkan adanya kecenderungan komunikasi yang lebih spontan, emosional, dan tidak selalu memperhatikan etika.

Mengapa hal ini terjadi? Secara psikososial, anak muda berada pada fase eksplorasi diri dan pencarian penerimaan sosial (Erikson, 1968). Karena itu, dalam budaya nongkrong, gaya komunikasi yang “santai dan jujur” kerap diartikan secara keliru sebagai bebas berbicara tanpa batas, termasuk dalam hal berkata kasar, menyindir, atau bahkan menyebarkan informasi yang belum diverifikasi (*ghibah* dan *fitnah*). Ini menunjukkan adanya kesenjangan antara makna *qawlan sadidan* sebagai etika dan praktik komunikasi yang terjadi di lapangan.

3. Pola Komunikasi Informal Anak Muda Cenderung Mengabaikan Verifikasi dan Akurasi

Temuan ketiga adalah kecenderungan anak muda Muslim urban dalam komunikasi informal untuk mengabaikan prinsip verifikasi (*tabayyun*) dan akurasi informasi. Dalam kajian pustaka, hal ini banyak disebut sebagai bagian dari efek *post-truth culture*, di mana kebenaran objektif menjadi kurang penting dibanding kenyamanan emosional dan afiliasi kelompok (Wang, 2016). Hal ini memperkuat kesimpulan bahwa *qawlan sadidan*, yang menekankan kejujuran dan kebenaran faktual, menjadi nilai yang semakin terpinggirkan dalam komunikasi antarindividu anak muda.

Studi oleh Ramadhani (2019) menemukan bahwa sebagian besar pelajar Muslim memahami nilai kejujuran dalam komunikasi, tetapi tidak menerapkannya secara konsisten dalam interaksi sehari-hari karena pengaruh lingkungan sosial dan media digital. Ini memperkuat temuan bahwa meskipun nilai *qawlan sadidan* diakui secara teoretis, praktiknya sangat bergantung pada konteks dan norma sosial kelompok.

4. Integrasi Nilai Komunikasi Islam dalam Budaya Nongkrong Masih Bersifat Fragmentatif

Temuan terakhir menunjukkan bahwa upaya integrasi nilai komunikasi Islam dalam budaya nongkrong masih bersifat fragmentatif dan bergantung pada figur pemimpin kelompok atau komunitas yang memiliki kesadaran religius tinggi. Belum ada pendekatan sistematis yang menjadikan komunikasi etis sebagai bagian dari gaya hidup anak muda Muslim urban. Padahal, secara teoritis, *qawlan sadidan* bisa diadaptasi menjadi “gaya ngobrol Islami” yang tetap santai tetapi bernilai, sebagaimana dipraktikkan dalam komunikasi Rasulullah SAW yang lembut, cerdas, dan tidak menghakimi (Mustofa, 2021).

5. Dinamika Simbolik dalam Budaya Nongkrong dan Relevansinya terhadap Qawlan Sadidan

Salah satu temuan ilmiah yang penting adalah bahwa interaksi lisan informal dalam budaya nongkrong tidak hanya berisi pertukaran informasi, tetapi juga sarat dengan simbol, kode sosial, dan bahasa tidak langsung (*implicit communication*). Dalam teori interaksionisme simbolik (Blumer, 1969), setiap komunikasi mengandung makna yang dibentuk melalui interaksi sosial dan interpretasi simbol. Hal ini terlihat dalam gaya bahasa anak muda yang khas: candaan, kode bahasa kelompok, serta penggunaan istilah yang memiliki makna ganda.

Dalam konteks ini, nilai *qawlan sadidan* dapat mengalami tantangan interpretatif. Sebuah candaan, misalnya, bisa dianggap tidak serius, tetapi berdampak buruk pada hubungan sosial jika mengandung unsur penghinaan atau sindiran tajam. Maka, penerapan *qawlan sadidan* dalam ruang informal perlu mempertimbangkan aspek semiotik dan pragmatik, tidak sekadar linguistik. Ini menunjukkan pentingnya pendekatan komunikasi yang tidak hanya normatif, tetapi juga kontekstual dan simbolik.

Temuan ini menunjukkan bahwa *qawlan sadidan* harus ditafsirkan ulang agar relevan dengan konteks budaya generasi muda. Komunikasi yang lurus dan benar tidak berarti harus formal atau serius, melainkan

harus mengedepankan kejujuran dan niat baik, meskipun dalam bentuk ekspresi santai dan akrab.

6. Fragmentasi Nilai Komunikasi dalam Komunitas Muslim Muda Urban

Temuan selanjutnya adalah bahwa komunitas anak muda Muslim urban menunjukkan pola komunikasi yang cenderung mengalami fragmentasi nilai. Artinya, meskipun mereka mengidentifikasi diri sebagai Muslim dan menerima nilai kejujuran serta kebaikan dalam komunikasi, namun nilai tersebut tidak selalu diterapkan secara konsisten dalam berbagai konteks sosial.

Menurut Habermas (1984), dalam masyarakat modern, komunikasi ideal hanya mungkin terjadi jika semua pihak berpartisipasi secara rasional, bebas dari dominasi, dan berorientasi pada pengertian bersama. Dalam praktiknya, banyak komunikasi dalam budaya nongkrong terjadi secara cepat, responsif, dan kadang kompetitif — yang tidak memungkinkan terbentuknya ruang dialog yang reflektif.

Di sinilah nilai *qawlan sadidan* menawarkan kerangka untuk membangun komunikasi yang lebih dialogis, penuh pertimbangan, dan berlandaskan pada kebaikan bersama. Namun penerapan nilai ini masih terkendala oleh lemahnya pembiasaan (*habituation*) dan minimnya pengetahuan tentang etika komunikasi Islam di kalangan anak muda.

7. Potensi Literasi Komunikasi Islam sebagai Strategi Penguatan Identitas Sosial

Literasi komunikasi Islam berpotensi menjadi pendekatan kultural yang dapat menanamkan nilai-nilai seperti *qawlan sadidan* di kalangan anak muda, sekaligus memperkuat identitas mereka sebagai Muslim urban yang adaptif dan beretika. Literasi ini bukan sekadar pemahaman teoritis, melainkan kesadaran kritis terhadap dampak komunikasi dan pembentukan karakter melalui interaksi.

Studi oleh Rahmawati & Yusuf (2021) menegaskan bahwa pembelajaran nilai-nilai komunikasi Islam yang diinternalisasikan dalam komunitas informal justru lebih efektif dibanding pendekatan formal semata. Hal ini menunjukkan bahwa ruang nongkrong atau komunitas

santai bisa dijadikan medium untuk menyemai nilai-nilai kebaikan, bukan malah dikontraskan dengan nilai keislaman.

B. Perbandingan dengan Studi Lain

Jika dibandingkan dengan studi lain, artikel ini memperluas cakupan kajian komunikasi Islam dari ranah formal (dakwah, pendidikan, khutbah) ke ruang interaksi sosial informal. Penelitian Suryani & Rahmah (2020) lebih banyak membahas implementasi *qawlan sadidan* dalam komunikasi dakwah digital. Begitu pula dengan Ramadhani (2019) yang meneliti komunikasi Islam di lingkungan pesantren. Keduanya belum menyentuh dimensi praktik sosial sehari-hari yang khas pada anak muda urban, khususnya dalam budaya nongkrong.

Dengan demikian, artikel ini memberikan kontribusi baru berupa pemetaan teoretis dan konseptual bagaimana nilai *qawlan sadidan* dapat dikontekstualisasi dalam ruang sosial anak muda masa kini.

C. Jawaban terhadap Rumusan Masalah

Berdasarkan temuan-temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa:

1. Nilai *qawlan sadidan* dapat diintegrasikan dalam budaya nongkrong apabila ada kesadaran kolektif dan model komunikasi yang relevan dengan gaya hidup anak muda urban.
2. Budaya nongkrong bukanlah ruang yang kontradiktif terhadap nilai Islam, melainkan bisa menjadi medium untuk membumikan komunikasi yang jujur, santun, dan bermakna jika disertai pendekatan yang inklusif dan aplikatif.

Kesimpulan

Kajian ini menunjukkan bahwa nilai *qawlan sadidan* dalam komunikasi Islam tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga memiliki potensi aplikatif yang kuat dalam membentuk komunikasi etis dalam budaya nongkrong anak muda Muslim urban. Nilai ini terbukti relevan sebagai prinsip dasar komunikasi interpersonal yang menekankan kejujuran,

kejelasan, serta tanggung jawab moral dalam berinteraksi. Budaya nongkrong, meskipun terkesan santai dan bebas, bukanlah ruang yang kontradiktif terhadap nilai-nilai Islam, melainkan dapat menjadi media strategis internalisasi nilai komunikasi yang luhur. Namun demikian, diperlukan pendekatan kultural yang sesuai dengan karakter anak muda, agar nilai-nilai seperti *qawlan sadidan* dapat terintegrasi secara alami ke dalam gaya komunikasi mereka.

Temuan ilmiah dalam kajian ini menegaskan bahwa praktik komunikasi informal anak muda saat ini masih menghadapi tantangan besar dalam hal etika dan verifikasi informasi. Oleh karena itu, integrasi nilai komunikasi Islam ke dalam budaya anak muda perlu didorong melalui literasi komunikasi berbasis nilai, pembentukan komunitas positif, serta keteladanan dari figur-figur muda yang memiliki pengaruh sosial. Ke depan, gagasan ini dapat dikembangkan melalui penelitian lapangan untuk mengeksplorasi sejauh mana pemahaman dan penerapan *qawlan sadidan* di kalangan anak muda secara empiris, serta bagaimana strategi komunikasi yang tepat dapat digunakan untuk menginternalisasikan nilai tersebut dalam komunitas-komunitas urban.

Daftar Pustaka

- Austin, J. L. (1962). *How to Do Things with Words*. Oxford: Oxford University Press.
- Blumer, H. (1969). *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and Crisis*. New York: W. W. Norton & Company.
- Habermas, J. (1984). *The Theory of Communicative Action: Reason and the Rationalization of Society* (Vol. 1). Boston: Beacon Press.
- Hastuti, N. I., Fakhri, F., & Zulyadi, T. (2026). Strategi Komunikasi Pemasaran Siti Munira Olshop dalam Meningkatkan Konsumen. *Wathan: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 3(1), 57-72. <https://doi.org/10.71153/wathan.v3i1.406>

- Heryanto, A. (2019). *Budaya Nongkrong dan Identitas Anak Muda di Perkotaan*. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 13(1), 55–68.
- Hidayat, F., Maizuddin, M., & Djuned, M. (2025). Komunikasi Antara Orang Tua dan Anak Menurut Tafsir Ibnu ‘Asyur. *Wathan: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(1), 52-67.
<https://doi.org/10.71153/wathan.v2i1.201>
- Mustofa, M. (2021). *Komunikasi Nabi Muhammad dalam Perspektif Etika Komunikasi Islam*. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 7(2), 112–123.
- Rahmawati, N., & Yusuf, H. (2021). *Literasi Komunikasi Islam di Kalangan Remaja Muslim Perkotaan: Studi Komunitas Kajian Keagamaan*. *Jurnal Komunikasi Islam*, 5(1), 45–58.
- Ramadhani, D. (2019). *Nilai-Nilai Komunikasi Islam dalam Lingkungan Pendidikan Pesantren*. *Jurnal Ilmu Komunikasi Islam*, 7(1), 25–35.
- Saggaf, M. I., Arif, M. W., Habibie, M., & Atqiya, K. (2021). Prinsip Komunikasi Islam Sebagai Etika Bermedia Sosial. *Journal of Communication Studies*, 1(1), 15–29.
<https://doi.org/10.37680/jcs.v1i01.698>
- Suryani, N., & Rahmah, L. (2020). *Implementasi Nilai Qawlan Sadidan dalam Dakwah Digital di Media Sosial*. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 12(2), 140–155.
- Wang, C. (2016). *The Rise of Post-Truth Culture: Communication Ethics and Social Media*. *Journal of Media Studies*, 8(3), 101–115.
- Wijaya, M., Pratomo, B., Citta, A. B., & Efendi, S. (2025). *Buku Referensi Metodologi Penelitian Kombinasi Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Mixed Methods*. PT. Media Penerbit Indonesia.
- Zed, M. (2004). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.