

Implementasi Tujuh Hadis “Sebaik-baik Manusia” pada Hierarki Maslow dan Kredibilitas Komunikator

Anggayuh Gesang Utomo^{1*}, Noprita Herari¹

¹Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR

Jl. KH Mas Mansyur Kav. 35 Jakarta – Indonesia

*Corresponding Author: anggayuh@outlook.co.id

DOI: <https://doi.org/10.25008/jpi.v4i2.114>

Submitted: 22 Agustus 2022 Revised: 19 Oktober 2022 Published: 31 Oktober 2022

Abstract

The credibility of the communicator is a factor that plays an important role in creating effective communication. Especially the communication made by public figures or political figures. However, credibility is not something that is obtained instantly, but is built or formed within a certain period. Islam as a perfect religion, has provided guidance on good behavior or morals through the Al-Qur'an and As-Sunnah. This study analyzes the implementation of the hadith regarding the criteria for the best human and its correlation in establishing the credibility of a communicator, which was built on the fulfillment of the theory of human needs by Abraham H. Maslow. Using qualitative research methods in the form of content analysis by processing data in the form of text or scientific literature from various religious and social science journals. In this study it was found that in order to gain credibility and public trust, communicators need to fulfill their basic needs as human beings according to Abraham Maslow's humanistic theory of The Hierarchy of Needs. Where in Islamic teachings, establishing the credibility of communicators through the pyramid of human needs Maslow's Hierarchy can be done by implementing the seven hadiths "the best human being". When basic human needs have been met from the lowest level, then the need for new self-actualization can be fulfilled, and in the end can gain social validation and establish credibility and trust in the eyes of the public.

Keywords: Al-Qur'an. Seven hadith, Maslow's hierarchy, Credibility of communicators, Self-actualization

Abstrak

Kredibilitas komunikator merupakan faktor yang berperan penting dalam menciptakan komunikasi yang efektif. Khususnya komunikasi yang dilakukan oleh tokoh publik atau tokoh politik. Namun demikian, kredibilitas bukanlah hal yang didapat secara instan, melainkan dibangun atau dibentuk dalam jangka periode tertentu. Islam sebagai agama yang sempurna, sudah memberikan tuntunan perilaku atau akhlak yang baik melalui Al-Qur'an dan As-Sunnah. Penelitian ini menganalisis implementasi hadis mengenai kriteria manusia terbaik dan korelasinya dalam membentuk kredibilitas komunikator, yang dibangun dengan pemenuhan teori kebutuhan manusia oleh Abraham H. Maslow. Menggunakan metode penelitian kualitatif berupa analisis konten dengan mengolah data berupa teks atau literatur ilmiah dari berbagai jurnal ilmu agama dan sosial. Pada penelitian ini ditemukan bahwa untuk mendapatkan kredibilitas dan kepercayaan publik, komunikator perlu memenuhi kebutuhan dasarnya selaku manusia sesuai teori humanistik *The Hierarchy of Needs* dari Abraham Maslow. Dimana dalam ajaran Islam, membentuk kredibilitas komunikator melalui piramida kebutuhan manusia Hierarki Maslow dapat dilakukan dengan mengimplementasikan tujuh hadis “sebaik-baik manusia”. Ketika kebutuhan dasar manusia sudah dipenuhi dari yang level terbawah, maka kebutuhan untuk aktualisasi diri baru bisa terpenuhi, dan pada akhirnya bisa mendapatkan validasi sosial dan membentuk kredibilitas serta kepercayaan di mata publik.

Kata Kunci: Al-Qur'an, Tujuh hadis, Hierarki Maslow, Kredibilitas komunikator, Aktualisasi diri

Pendahuluan

Kepercayaan masyarakat terhadap tokoh politik dibangun atas dasar konsep multi-level yaitu konsep mikro yang membangun kepercayaan berdasarkan jabatan dan tanggungjawab yang diemban, dan konsep makro yang membangun kepercayaan berdasarkan kepentingan (Stoker & Levi, 2000). Perbedaan utama antara kepercayaan sosial dan politik terletak pada tokoh yang menjadi ekspektasi masyarakat, dimana ekspektasi masyarakat kepada tokoh politik lebih tinggi ketimbang ekspektasinya kepada sesama masyarakat (Uslaner, 2018). Komponen yang membangun legitimasi atau keabsahan dari tokoh politik adalah keberhasilan, kepercayaan dan juga keterlibatannya dalam politik (Weatherford, 1992). Sementara itu dalam riset yang dilakukan Valgarosson di tahun 2021 menemukan empat ciri tokoh politik yang diminati masyarakat, adalah ciri yang berkaitan dengan kepribadian yaitu: jujur, dapat dipercaya, tulus, serta bersungguh-sungguh dengan apa yang dituturkan (Valgarosson et al., 2021).

Citra tokoh politik biasa dibangun menggunakan media massa berisikan pesan verbal dan nonverbal untuk menggaet kepercayaan publik terhadap kemampuan diri tokoh politik atau lebih dikenal dengan kredibilitas komunikator politik (Marhamah & Rahmani, 2021) sementara itu kepercayaan publik kepada kinerja tokoh politik, menempati peringkat teratas dari penilaian masyarakat dan juga kepuasan masyarakat kepada tokoh politik (Budi Suciyanto & Warsono, 2014). Secara umum, terdapat penurunan angka kepercayaan publik kepada tokoh politik masa kini dibanding dengan masa lalu, issue ini menjadi krisis yang terjadi pada masa sekarang (Uslaner, 2018).

Peranan kredibilitas komunikator sangatlah penting dalam menyampaikan gagasannya karenanya komunikator haruslah percaya diri untuk menaikkan kredibilitasnya dalam menyampaikan pesan kepada komunikan (Silvia &

Paramita, 2018). Terdapat hubungan positif antara rasa kepercayaan diri seseorang dengan aktualisasi diri yang ingin dicapainya (Syafitri, 2014). Hal ini dikarenakan kepercayaan diri mengembangkan aktualisasi kapasitas dan kecakapan (Patioran, 2013) dan aktualisasi diri dapat diterima jika memiliki rasa kepercayaan diri yang tinggi. Kredibilitas komunikator ditemukan sangat mempengaruhi persuasi yang dilakukan oleh komunikator tersebut, hal ini disebabkan adanya hubungan yang positif antara kredibilitas komunikator dengan persuasi yang dilakukan (Garry & Hendrick, 1974).

Dalam kehidupan sehari-hari manfaat dan kebaikan yang diberikan seseorang melalui perbuatannya lah yang menjadi tolak ukur apakah pendidikan karakternya selama ini berhasil atau tidak. Ketika setiap perbuatannya mampu mendatangkan manfaat pada lingkungan sekitar itu berarti manusia tersebut berhasil menjadi manusia ideal yang selaras dengan ajaran Islam, sebagaimana Nabi mengatakan “*sebaik-baik manusia adalah mereka yang paling baik akhlaknya dan bermanfaat bagi orang lain*” (Utsmani, 2021). Dalam kehidupan sehari-hari salah satu kebutuhan yang paling dominan bagi seorang Muslim adalah nilai keIslaman itu sendiri, karena dalam nilai keIslaman sudah memenuhi lima kebutuhan manusia yang dijabarkan Abraham Maslow (Sada, 2017).

Penelitian yang menganalisis hierarki kebutuhan manusia oleh Maslow dan kaitannya dengan ilmu agama Islam, dilakukan oleh Zikrun (2018). Zikrun menemukan bahwa teori *The Hierarchy of Needs* dari Abraham Maslow jika dilihat dari perspektif Islam melalui Al-Qur'an hanya mencakup aspek jasmaniah (fisik), dan aspek nafsiah (pikiran), sedangkan Islam memandang manusia dalam tiga aspek yaitu jasmaniah (fisik), nafsiah (pikiran) dan ruhaniah (psikis yang bersifat spiritual) (Zikrun, 2018).

Penelitian yang menggabungkan

Teori Humanistik Abraham Maslow dengan Ilmu Tasawuf, pernah dilakukan oleh Nurpita (2021). Nurpita menemukan bahwa teori Humanistik Abraham Maslow membahas tentang lima kebutuhan dasar manusia memiliki kesamaan dengan ilmu Tasawuf dalam Islam yaitu sama sama ingin membawa manusia kepada kesejahteraan. Tasawuf sendiri merupakan disiplin dalam Islam yang penekannya terletak pada batin atau spiritual ketimbang fisik manusia (Nurpita, 2021).

Penelitian berikutnya mengenai kebutuhan manusia sesuai teori Abraham Maslow yang ditinjau dari teori Maqasid Syariah, pernah dilakukan oleh Siti Muazaroh & Subaidi. Kedua disiplin antara ilmu humanistik dan agama tersebut saling melengkapi dan tidak bisa dipisahkan. Maqasid Syariah sebagai pemikiran Al-Ghozali membaca teori kebutuhan manusia yang berdasarkan ilahiyah, bukan hawa nafsu sementara dengan puncak tertinggi adalah kesejahteraan umum. Sedangkan Maslow, memandang manusia sebagai kesatuan utuh jiwa dan raga dan menekankan aktualisasi diri sebagai tingkat kepuasan tertinggi manusia. Kedua tokoh ini membaca manusia sebagai makhluk yang memiliki bakat dan potensi kebutuhan diri berupa luhur yang baik (Muazaroh & Subaidi, 2019).

Komparasi antara teori kebutuhan manusia dari Abraham H. Maslow dengan pemikiran Imam Syathibi pun pernah ditelaah oleh Yahya (2020). Yahya menemukan bahwa lima kebutuhan dasar manusia yang disebut Masalih al-Khamsah oleh Imam Syathibi lebih menggunakan pendekatan hukum dan kebutuhan masyarakat dari kacamata hukum dan peran negara, sedangkan pada teori hierarki kebutuhan manusia oleh Abraham Maslow, lebih melihat aspek kebutuhan manusia dari sisi psikologi dan sosial (Yahya, 2020).

Meski penelitian yang menggabungkan antara teori kebutuhan manusia atau hierarki Maslow dan

kaitannya dengan ilmu agama Islam telah banyak dilakukan, namun belum ditemukan secara spesifik mengenai kaitannya dengan ilmu hadis sebagai sumber kedua ajaran Islam. Peneliti tertarik meneliti mengenai pembentukan kredibilitas komunikator (sebagai contoh, tokoh politik), dengan kaitannya pada pemenuhan kebutuhan manusia sesuai piramida hierarki Maslow, dan tentunya dengan hadis sebagai tuntunan karakter manusia ideal dalam ajaran Islam.

Penelitian ini terbatas pada tujuh hadis sahih yang menunjukkan kriteria “sebaik-baik manusia”, yang berkaitan dengan aspek pribadi muslim secara individual maupun sosial. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan angin segar secara akademis, sebagai hasil integrasi yang menggabungkan dua teori sosial (teori kredibilitas komunikator dan teori hierarki Maslow) dan ilmu hadis. Secara praktikal, penelitian ini mempermudah umat muslim ataupun non muslim yang tertarik mempelajari ajaran islam, dan implementasinya dalam kehidupan sosial. Harapannya, pada penelitian berikutnya, tidak hanya terbatas pada ilmu hadis saja, namun juga pada literatur Al-Qur'an sebagai sumber utama ajaran Islam.

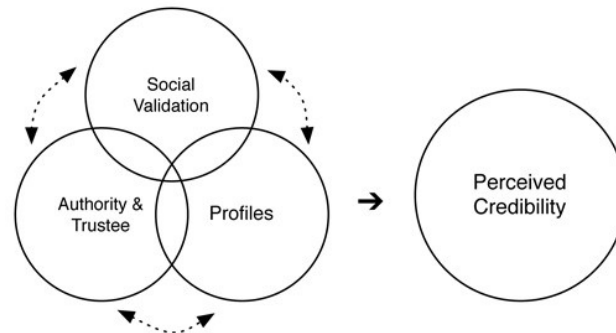
Kerangka Teori

Penelitian ini menggunakan teori pembentukan kredibilitas komunikator oleh Jessen & Jorgensen (2012), dan teori mengenai kebutuhan manusia, oleh Abraham Maslow (1943). Sebagai makhluk sosial, manusia senantiasa terlibat interaksi dan kegiatan berkomunikasi. Melakukan komunikasi yang efektif, dimana efek komunikasi pada komunikan sebagaimana yang dikehendaki oleh komunikator, tentu tidak terjadi begitu saja. Empat faktor yang harus dipenuhi oleh komunikator untuk menjalankan komunikasi yang efektif yaitu: strategi komunikasi, keterjangkauan pesan, perencanaan pesan, serta faktor pendukung lainnya, atau kredibilitas dari komunikator (Nurhadi & Kurniawan,

2017).

Kredibilitas komunikator atau yang disebut oleh Aristoteles sebagai *ethos* adalah unsur yang terdiri dari pikiran baik, akhlak atau kepribadian baik dan maksud yang baik dalam menyampaikan pesan (Hasmawati, 2020). Kredibilitas tidak

dapat dibuat, namun dapat dibentuk (Jessen & Jorgensen, 2012). Hal ini karena kredibilitas berupa penilaian bias dari komunikan dan secara konsep, kredibilitas komunikator yang dirasakan oleh komunikan dibentuk dari:



Gambar 1. Konsep Kredibilitas Komunikator oleh Jessen & Jorgensen (2012)
Sumber: (Jessen & Jorgensen, 2012)

Social Validation atau Validasi Sosial adalah verifikasi yang dilakukan oleh banyak orang atau publik pada komunikator. Aspek validasi sosial meningkat ketika semakin banyak orang yang mengakui informasi yang disampaikan, maka semakin meningkat kepercayaan atas informasi yang diterima komunikan (Jessen & Jorgensen, 2012).

Profiles atau profil diartikan juga sebagai identitas. Identitas dari komunikator merupakan hal penting dalam membentuk kredibilitas (Jessen & Jorgensen, 2012). Identitas diri adalah suatu narasi kontinuitas biografis yang koheren, dimana diri membentuk suatu lintasan perkembangan dari masa lalu sampai masa depan yang dapat diperkirakan (Elianti & Sri Pinasti, 2018).

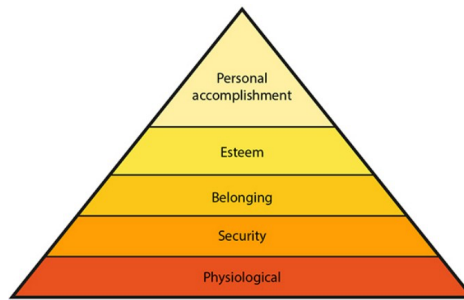
Authority and Trustee atau otoritas dan kepercayaan, adalah aspek yang mencakup nilai otoritas dan kepercayaan dari publik. Otorisasi akan suatu hal didapat oleh komunikator sebagai dampak atas kepercayaan dari publik pada dirinya. Semakin tinggi otorisasi dan kepercayaan

yang didapat dari publik, maka semakin tinggi nilai kredibilitas komunikator.

Ketiga aspek diatas bergantung satu sama lainnya (digambarkan dengan garis putus-putus). Model diatas menggambarkan bagaimana validasi sosial dapat memberikan verifikasi otoritas dan berikutnya dapat memberikan verifikasi profil komunikator (Jessen & Jorgensen, 2012). Ketiga aspek tersebut dibutuhkan untuk membentuk kredibilitas komunikator yang kelak akan dirasakan oleh komunikan.

Teori Hierarki Kebutuhan Manusia

Teori hierarki kebutuhan manusia, atau biasa dikenal sebagai piramida kebutuhan manusia Maslow, adalah sebuah konsep hal-hal yang dibutuhkan manusia dalam keberlangsungan hidupnya. Dijelaskan, kebutuhan dasar manusia (bagian dasar piramida) yaitu kebutuhan *psychological*, *security*, *belonging*, *esteem* dan *personal accomplishment*.



Gambar 2. Piramida Kebutuhan Manusia Maslow
Sumber: (Pichere & Cadiat, 2015)

Physiological atau aspek fisiologis, adalah level dasar dari piramida kebutuhan manusia. Level ini diantaranya adalah kebutuhan untuk makan, minum, tidur, kebersihan tubuh, dan hal-hal lain yang berhubungan untuk keberlangsungan hidup individu. Kebutuhan pada level ini disebut juga sebagai kebutuhan vital (Pichere & Cadiat, 2015). Maslow menganggap kebutuhan fisik ini adalah kebutuhan utama yang melebihi apapun (Muazaroh & Subaidi, 2019).

Security atau kebutuhan akan rasa aman, menjadi level kebutuhan tingkat berikutnya dalam piramida kebutuhan manusia Maslow. Rasa aman dari kehilangan, kerusakan juga termasuk dalam level kebutuhan ini. Lebih jauh, Maslow menyebutkan bahwa kebutuhan akan rasa aman adalah kecenderungan manusia untuk memilih suatu hal yang lebih terasa familiar baginya, dibandingkan hal-hal baru yang terasa asing (Pichere & Cadiat, 2015). Kebutuhan pada level ini memiliki tujuan untuk mengembangkan hidup manusia menjadi lebih baik (Muazaroh & Subaidi, 2019).

Belonging atau dikenal juga dengan kebutuhan akan rasa memiliki dan kasih sayang, menjadi level ketiga dari piramida kebutuhan manusia Maslow. Kebutuhan manusia pada level ini berhubungan dengan hubungan sosial, dimana naluri manusia sebagai makhluk sosial yang membutuhkan interaksi dengan sesama (Pichere & Cadiat, 2015). Level ini dialami oleh manusia setelah kebutuhan fisik dan rasa aman terpenuhi. Kebutuhan

akan rasa kasih sayang ini bertujuan untuk memberi kekuatan dalam menjalani kehidupan, bermakna bahwa manusia tidak bisa terlepas dari sesama (Muazaroh & Subaidi, 2019).

Esteem atau *recognition* yaitu kebutuhan akan penghargaan atau rasa dihargai oleh sesama. Kebutuhan manusia pada level ini berhubungan dengan status sosial, *power* atau kekuatan, uang dan hal-hal yang biasanya dinilai sebagai status sosial (Pichere & Cadiat, 2015). Maslow mengklasifikasikan kebutuhan pada level ini menjadi dua bagian, yaitu hargadiri dan penghargaan. Kebutuhan ini dianggap memberi kekuatan dan mampu mencapai sesuatu yang memadai seperti rasa bebas, mandiri, dan dampak psikologi positif lainnya (Muazaroh & Subaidi, 2019).

Personal Accomplishment atau aktualisasi diri, merupakan kebutuhan manusia pada level puncak dari piramida Maslow. Jika pada level sebelumnya berhubungan dengan aspek fisiologis dan persepsi sosial, maka pada level puncak ini berhubungan dengan perkembangan karakter individu tersebut. Menurut Maslow, kebutuhan pada level ini berbeda-beda bentuknya pada setiap individu, sesuai bakat atau *passion* yang dimilikinya (Pichere & Cadiat, 2015). Dampak psikologi pada kebutuhan di level ini pun meningkat, seperti perubahan pada persepsi dan motivasi diri untuk selalu tumbuh dan berkembang (Muazaroh & Subaidi, 2019).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan

pendekatan kualitatif dengan menganalisis konten. Penelitian ini mengkaji pokok pikiran dalam tujuh hadis shahih mengenai kriteria manusia terbaik, dan pemikiran teori kebutuhan dari Abraham H. Maslow. Metode analisis konten digunakan pada penelitian dengan pengambilan data berupa informasi tertulis dan tercetak. Pendekatan analisis komparasi hadis sahih dengan konsep dan teori Abraham H Maslow serta kaitannya dalam membangun kredibilitas komunikator dalam menyampaikan pesan.

Analisis konten dapat diartikan sebagai kegiatan membahas secara mendalam suatu konten yang terdapat baik itu berupa informasi teks, gambar yang tertulis dan tercetak dalam sebuah media (Sitasari, 2022). Analisis konten juga dapat digunakan untuk menganalisis citra dari sebuah informasi atas dimensi citra yaitu kognitif, afektif dan konatif melalui tagar pada media sosial instagram (Li, 2021). Teknik analisis konten digunakan untuk menganalisis manfaat dari konten yang berdampak pada *brand awareness* dari sebuah produk (Ramdan et al., 2022). Kirin (2021) menggunakan analisis konten untuk mengalihkan fokus kepada hadis yang Da'if dan membedakan mana hadis Da'if, Da'if Jiddan dan Mawdu' dalam kitab Nasa'ih Al-Ibad oleh Nawawi Banten (Kirin et al., 2021).

Hasil dan Pembahasan

Umat muslim memiliki dua pedoman dalam menjalankan hidup, yaitu Al-Qur'an dan Hadis (As-Sunnah) (Chasanah, 2017). Hadis mengacu pada narasi mengenai kehidupan Nabi Muhammad, termasuk ucapan, perbuatan hingga deskripsi karakter moral (Hamisan Khair & Dahlan, 2017). Meskipun Al-Qur'an dan hadis sama-sama memuat dimensi ketuhanan, namun nuansa kemanusiaan pada hadis lebih terasa, dibandingkan dengan Al-Qur'an. Jika Al-Qur'an merupakan murni wahyu Tuhan secara total melalui Malaikat Jibril tanpa adanya intervensi Nabi sedikitpun, maka

hadis sebagian bersumber dari wahyu Tuhan atau ijtihad pribadi atas bimbingan wahyu, dan sebagian lagi berdasarkan sisi kemanusiaan Nabi (Afwadzi, 2016).

Manusia membuat penilaian moral setiap hari dalam lingkup sosialnya, dan penting untuk mengetahui dasar psikologis ketika membuat penilaian tersebut (Walker and Pitts dalam (Smith et al., 2007). Artikel ini berkontribusi untuk mengidentifikasi “nilai baik” yang melekat pada manusia, menurut hadis dalam literatur Islam. Penulis memilih tujuh hadis shahih yang populer memberi kriteria “manusia baik”, yang berikutnya disebut dengan Hadis “sebaik-baik manusia”:

Sebaik-baik manusia adalah yang panjang umurnya dan baik amalannya

جَيَّازُكُمْ أَطْوَلُكُمْ أَعْمَارًا، وَأَحْسَنُكُمْ أَعْمَالًا

“Sebaik-baik manusia yang panjang umurnya dan baik amalannya” (HR at-Tirmidzi Kitab Ash-Shahihah 1/624, HR Ahmad 2/235 & 2/403) (Portal - Kanwil Kemenag Jabar, 2020).

حدثنا أبو حفص عمرو بن علي حدثنا خالد بن الحارث حدثنا شعبة عن علي بن زيد عن عبد الرحمن بن أبي بكر عن أبيه أن رجلا قال يا رسول الله أي الناس خير قال من طال عمره وحسن عمله قال فأي الناس شر قال من طال عمره وساء عمله قال أبو عيسى هذا حديث حسن صحيح

Telah menceritakan kepada kami Abu Hafs 'amr ibn 'Ali telah menceritakan kepada kami Khalid ibn Haris telah menceritakan kepada kami Syu'bah dari 'Ali bin Zaid dari Abdurrahman bin Abu Bakrah, dari ayahnya, bahwa seorang laki-laki berkata, “Wahai Rasulullah, siapakah manusia yang terbaik?” Beliau menjawab, “Orang yang panjang umurnya dan baik amalnya”. Dia bertanya lagi, “Lalu siapakah orang yang terburuk?” Beliau menjawab, “Orang yang berumur panjang dan buruk amalnya” [HR At-Tirmidzi] Berkata Abu 'Isa Hadis ini Hasan Sahih. Hadis ini juga terdapat dalam kitab Musnad al-Imam Ahmad

ibn Hanbal (Rahayu, 2021).

Berdasarkan hadis tersebut, manusia yang terbaik adalah orang yang memiliki umur yang panjang dan amal yang baik. Sebaliknya, manusia terburuk adalah yang memiliki umur panjang namun buruk akhlaknya (Rahayu, 2021). Pada dasarnya, kata ‘amal’ berarti perbuatan baik yang belandaskan keimanan. Secara luas, kata ‘amal’ dari kata ‘amal saleh’ berarti perbuatan yang berhubungan dengan Allah SWT, sesama manusia, diri sendiri dan alam semesta. Bentuk dari amal saleh dapat berupa pikiran, ucapak, tingkah laku, tenaga, hingga pemberian harta benda yang baik daalam pergaulan sehari-hari sebagai pengokoh keimanan pada Allah SWT (Saepudin et al., 2016).

Sebaik-baik manusia adalah yang belajar Al-Qur'an dan mengajarkannya

خَيْرُكُمْ مَنْ تَعَلَّمَ الْقُرْآنَ وَعَلَّمَهُ

“Sebaik-baik kalian adalah orang yang belajar Al-Qur'an dan mengajarkannya” (HR al-Bukhari no.5027, HR Tirmidzi no 2097, HR Abu Dawud no 1452, HR Ahmad no 412,413,500, HR Ibnu Hibban no 118) (Portal - Kanwil Kemenag Jabar, 2020).

Berdasarkan hadis tersebut, manusia yang mempelajari Al-Qur'an dan mengajarkannya atau secara umum mengamalkannya, akan tercermin dari alam dirinya ajaran al-Qur'an, sehingga mempengaruhi setiap tingkah lakunya. Secara sosial, hal ini akan menciptakan kerukunan bermasyarakat, sebagaimana nilai-nilai dalam Al-Qur'an, bahwa umat manusia merupakan umat satu yang seharusnya dapat bekerjasama dalam pengabdian kepada Tuhan dan pelaksanaan tugas kekhalifahan. Mengamalkan Al-Qur'an yang berarti juga memadukan kebenaran dan keadilan yang menjadi landasan pokok kehidupan bermasyarakat. Selain dapat merasakan ketenangan rohani,

manusia yang mempelajari dan mengamalkan Al-Qur'an dapat menjalani alur perjalanan kehidupannya dengan kemantapan hati, kepuasan jiwa, sehingga lebih bijak dalam menghadapi masalah dunia yang merupakan cobaan bagi manusia (Nasir & Ahmad, 2019).

Sebaik-baik manusia adalah yang paling baik akhlaknya

إِنَّ خَيْرَكُمْ أَحْسَنُكُمْ أَخْلَاقًا

Sebaik-baik manusia yang paling baik akhlaknya (HR. al-Bukhari No.6035 & Ahmad) (Portal - Kanwil Kemenag Jabar, 2020).

Berdasarkan hadis tersebut, pelajaran terkait karakter atau akhlak yang harus dilaksanakan bagi setiap muslim dalam kehidupan sehari-hari terkait pada perbuatan dan perkataannya. Perbuatan yang dilakukan saat berhubungan dengan sesama, harus terjaga dengan baik dan tidak menimbulkan perselisihan dan permusuhan. Perkataan yang diucapkan pun haruslah menghindari caci maki, berkata kasar dan berkata yang tidak pantas (Nasution et al., 2021).

Sebaik-baik manusia adalah yang dicari kebajikannya dan aman dari keburukannya

عن أبي هريرة رضي الله عنه أن رسول الله صلى الله عليه وسلم وقف على أناس جلوس فقال ألا أخبركم بخيركم من شركم قال فسكتوا فقال ذلك ثلاث مرات فقال رجل بلى يا رسول الله أخبرنا بخيرنا من شرنا قال خيركم من رواه الترمذي يرجى خيره ويؤمن شره

Abu Hurairah radhiyallahu'anhu meriwayatkan bahwa Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam berdiri di hadapan beberapa orang, lalu bersabda: “Maukah kalian aku beritahukan sebaik-baik dan seburuk-buruk orang dari kalian?” Mereka terdiam, dan Rasulullah bertanya seperti itu tiga kali, lalu ada seseorang yang berkata: “iya, kami mau wahai Rasulullah,

beritahukanlah kepada kami sebaik-baik dan seburuk-buruk kami,” Rasulullah bersabda: “Sebaik-baik kalian adalah orang yang diharapkan kebbaikannya dan sedangkan keburukannya terjaga.” (HR. Tirmidzi dan dishahihkan oleh al-Albani didalam Shahihul Jami’ (no.2603)) (Fetyzahra, 2021).

Dalam Islam ditekankan sikap saling menyayangi antar sesama, juga mengutamakan kepentingan bersama dibanding pribadi masing-masing (Zainuddin, 2021). Hadis ini memberi makna bahwa menjadi muslim yang baik, adalah dengan terus berbuat dan menebarkan kebbaikannya dimanapun berada dan juga menahan diri atas keburukan yang mungkin akan ia lakukan.

Sebaik-baik manusia adalah yang gemar memberi makan dan menjawab salam

خَيْرُكُمْ مَنْ أَطْعَمَ الطَّعَامَ وَرَدَّ السَّلَامَ

Sebaik-baik manusia yang gemar memberi makan dan menjawab salam (HR Ahmad no 6/16) (Portal - Kanwil Kemenag Jabar, 2020).

Islam sangat menganjurkan budaya menyebarkan salam, selain dapat mengikis rasa kebencian, meredam amarah yang membara juga untuk mencerahkan pergaulan antara sesama manusia. Begitupun dengan budaya memberi makanan. Islam menganjurkan untuk memberi pada kerabat atau orang terdekat, dalam lingkungan sosial berarti tetangga (Ulum, 2018). Dengan demikian, memberi makan dan menjawab salam, bernilai sosial, sebagai tuntunan umat Islam dalam hidup bermasyarakat.

Sebaik-baik manusia adalah yang memberi manfaat kepada orang lain

وَحَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

“Sebaik-baik manusia yang memberi manfaat kepada orang lain” (HR Ahmad,

HR Al-Qadlaayiy dalam Musnad Asy-syihaab no 129, Ath-thabaraaniy dalam Al-Ausath no 5787) (Portal - Kanwil Kemenag Jabar, 2020).

Ketika seseorang telah mampu memberikan manfaat positif bagi orang lain (sekitarnya), maka ia dinilai sudah memiliki karakter muslim yang ideal sesuai tuntutan Islam. Kelompok yang memiliki potensi besar untuk dapat menebarkan kebaikan dan memberikan manfaat kepada sekitar (orang lain) adalah orang-orang yang beriman dan bertakwa (Johansyah, 2011).

Sebaik-baik manusia adalah yang baik dengan sahabat dan tetangga

حدثنا عبد الله بن زيد حدثنا حيوة وابن لهيعة قال
اخبرنا شرحبيل بن شريك انه سمع ابا عبد
الرحمن الحبلي يحدث عبد الله بن عمرو بن
العاص عن الرسول صلى الله عليه وسلم انه قال
خير الاصحاب عند الله خيرهم لصاحبه وخير
الجيران عند الله خيرهم لجار

Telah menceritakan kepada kami Abd Allah ibn Yazid dari Haiwah dan Ibn Lahi'ah dari Shurahbil Ibn Sharik dari Abd Allah al-Hubuli dari Abd Allah Ibn Amr ibn Ash dari Rasulullah SAW berkata: sahabat yang paling baik disisi Allah adalah mereka yang berbuat baik kepada sahabatnya dan tetangga yang paling baik disisi Allah adalah mereka yang berbuat baik kepada tetangganya (HR Imam Ahmad dalam Musnad Imam Ahmad no.6566) (Husna, 2018).

Hadis tersebut bermakna untuk selalu berbuat baik kepada tetangga, dimana menurut Imam Tabrani dari Ka'ab ibn Malik ra, tetangga adalah setiap orang yang berdekatan rumahnya, baik disebelah kiri, kanan, atas atau bawah, kurang lebih sekitar 40 rumah jauhnya (Husna, 2018).

Secara sosiologis, tetangga membutuhkan interaksi dan menjadi satu dengan masyarakat sekitar. Secara ilmiah, berbuat baik kepada sahabat dan tetangga adalah panggilan hati setiap individu, dimana selain dianjurkan oleh Allah SWT,

berbuat baik juga berefek positif pada kesehatan individu tersebut (Husna, 2018).

Implementasi Tujuh Hadis “Sebaik-baik Manusia”

Penyatuan ilmu-ilmu sosial dan teks keagamaan pada dasarnya bertujuan untuk menggambarkan bahwa dalam Islam tidak ada dikotomi antara ilmu agama dan ilmu umum, keduanya tidak boleh berdiri sendiri secara terpisah dan harus berintegrasi untuk menciptakan solusi persoalan sosial yang komprehensif (Afwadzi, 2016). Teks Al-Qur'an dan hadis, meskipun berasal dari Tuhan dan Nabi Muhammad sebagai pembuat syariat, namun manusia sebagai audiensi berperan dalam memproses interpretasi kedua sumber ajaran tersebut (Afwadzi, 2016).

Studi hadis sebagai salah satu bagian dari studi Islami, harus mengalami *shifting paradigm* (pergeseran paradigma) dalam diskursus filsafat. Dalam kata lain, studi hadis melakukan aktivitas integrasi

keilmuan dengan ilmu-ilmu yang muncul dan berkembang, salah satunya dengan ilmu sosial (Afwadzi, 2016). Lebih jauh, dalam proses integrasi, hadis sebagai petunjuk kehidupan kedua dalam Islam, dikembangkan melalui ijtihad dengan berbagai pendekatan ilmu sosial. Hal ini mengartikan hadis sebagai objek material yang pasif, dan ilmu sosial sebagai objek formal yang bergerak aktif. Sehingga memunculkan makna baru yang kontekstual dan selaras dengan perkembangan zaman (Afwadzi, 2016).

Penelitian ini mengkaji tujuh hadis mengenai kriteria “sebaik-baik manusia” yang diimplementasikan dengan piramida kebutuhan manusia dari Abraham H. Maslow sebagai faktor pembentuk kredibilitas dari komunikator. Jika sebelumnya telah dibahas masing-masing dari komponen tersebut, pada bagian ini akan dibahas lebih dalam mengenai hubungan antar komponen tersebut.

Tabel 1. Korelasi Hadis “Sebaik-baik Manusia”, Piramida Kebutuhan Manusia Hierarki Maslow dan Faktor Pembentuk Kredibilitas Komunitas

No	Kriteria Sebaik-baik Manusia dalam Hadis	Piramida Kebutuhan Manusia Hierarki Maslow	Faktor Pembentuk Kredibilitas Komunikator
1	Belajar Al-Qur'an dan Mengajarkannya (HR al-Bukhari no.5027, HR Tirmidzi no 2097, HR Abu Dawud no 1452, HR Ahmad no 412,413,500, HR Ibnu Hibban no 118)	Kebutuhan Aktualisasi Diri	<i>Profiles</i> (Profil)
2	Baik Akhlaknya (HR. al-Bukhari No.6035 & Ahmad)		
3	Memberi Manfaat kepada Orang Lain (HR Ahmad, HR Al-Qadlaayiy dalam Musnad Asy-syihab no 129, Ath-thabaraaniy dalam Al-Ausath no 5787)	Kebutuhan akan Penghargaan	<i>Authority & Trustee</i> (Otoritas dan Kepercayaan)
4	Panjang Umurnya dan Baik Amalannya (HR at-Tirmidzi Kitab Ash-Shahihah 1/624, HR Ahmad 2/235 & 2/403)	Kebutuhan atas Rasa Memiliki & Kasih Sayang	<i>Social Validation</i> (Validasi Sosial)
5	Baik dengan Sahabat dan Tetangga (HR Imam Ahmad dalam Musnad Imam Ahmad no.6566)		
6	Dicari Kebaikannya dan Aman dari Keburukannya (HR. Tirmidzi dan dishahihkan oleh al-Albani didalam Shahihul Jami' (no.2603)	Kebutuhan atas Rasa Aman	
7	Memberi Makan dan Menjawab Salam (HR Ahmad no 6/16)	Kebutuhan Fisiologi	

Sumber: Data olahan penulis (2022).

Pembahasan Tabel 1 dimulai dari level dasar piramida kebutuhan manusia menurut hierarki Maslow. Teori Maslow mengatakan, pemenuhan kebutuhan manusia berawal dari dasar (kebutuhan fisiologis) hingga ke puncak (kebutuhan aktualisasi diri). Kaitannya dengan faktor pembentuk kredibilitas komunikator, dijelaskan secara linear dengan level kebutuhan manusia pada piramida Maslow.

Kredibilitas Komunikator

Validasi sosial didapatkan ketika tiga kebutuhan dasar manusia menurut hierarki Maslow sudah terpenuhi, yaitu: kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman dan kebutuhan rasa afeksi (rasa memiliki dan kasih sayang). Pada level dasar ini, dapat dilihat korelasi dengan hadis yang memerintahkan umat muslim untuk memberi makan dan menjawab salam (HR Ahmad No 6/16), sebagai tuntunan Islam untuk memenuhi kebutuhan dasar fisiologis manusia, yaitu makanan, dan memberi atau menjawab salam untuk berinteraksi dengan sesama.

Hadis mengenai manusia terbaik ialah yang dicari kebaikannya serta aman dari keburukannya (HR. Tirmidzi dan dishahihkan oleh al-Albani didalam Shahihul Jami' (No. 2603), mensyaratkan rasa aman adalah hal krusial yang dibutuhkan oleh manusia. Oleh karena itu perintah untuk terus menebar kebaikan dan menjaga diri dari melakukan perbuatan buruk, menjadi tuntunan dalam hadis mengenai kriteria sebaik-baik manusia ini.

Berikutnya, kebutuhan rasa memiliki dan berkasih sayang sebagaimana dalam teori Maslow, dapat kita perhatikan pada hadis mengenai anjuran berbuat baik pada sahabat dan tetangga (HR Imam Ahmad dalam Musnad Imam Ahmad No. 6566) juga pada hadis mengenai manusia terbaik ialah yang panjang umurnya dan memiliki amalan yang baik (HR at-Tirmidzi Kitab Ash-Shahihah 1/624, HR Ahmad 2/235 & 2/403). Kedua hadis ini memberi makna bahwa berbuat baik dengan kerabat dekat (sahabat dan tetangga) dan terus memiliki amalan baik sepanjang usia

dikehidupkannya saat ini, merupakan hal yang utama. Setiap orang yang ramah atau bersahabat, memiliki rasa kasih sayang yang dibangun atas perasaan cinta dari dalam hati (Hussein Abdullah & Halim, 2018).

Dengan demikian, jelaslah validasi sosial atau verifikasi yang dilakukan oleh publik kepada komunikator, dapat dibangun dari pribadi komunikator yang tidak hanya telah memenuhi kebutuhan fisiologis dirinya saja, namun juga peduli dengan kebutuhan ia dan sekitarnya akan rasa aman, dan rasa kasih sayang pada sesama. Faktor pertama yang dibutuhkan untuk membentuk kredibilitas komunikator ini, dibangun dalam jangka waktu tertentu dan tidak bisa dibentuk secara instan.

Faktor Otoritas dan Kepercayaan Komunikator

Faktor otoritas dan kepercayaan yang dimiliki oleh komunikator, berhubungan erat dengan level kebutuhan manusia atas pengakuan dan penghargaan pada piramida hierarki Maslow. Lebih lanjut, faktor ini dapat dipenuhi hanya jika komunikator dapat memberikan manfaat bagi sekitarnya atau berkontribusi positif kepada sekitarnya. Hanya dengan memberikan kontribusi yang positif sajalah, komunikator mendapat pengakuan akan kredibilitasnya dan merasa dihargai oleh sekitarnya.

Hal ini sebagaimana tertuang dalam hadis mengenai sebaik-baik manusia adalah yang memberi manfaat kepada orang lain (HR Ahmad, HR Al-Qadlaayiy dalam Musnad Asy-syiaab No 129, Ath-thabaraaniy dalam Al-Ausath No 5787). Secara jelas, hadis ini memberikan anjuran untuk terus berusaha menjadi pribadi yang memberikan manfaat pada sekitarnya, baik melalui ucapan, maupun perbuatan yang dilakukan. Tanpa pengakuan dan rasa penghargaan dari sekitar, komunikator

tidak akan mendapatkan kepercayaan bahkan otoritas mengenai suatu hal yang menjadi bagiannya.

Profil Komunikator

Profil atau identitas komunikator, erat kaitannya dengan kebutuhan akan aktualisasi diri menurut piramida kebutuhan manusia hierarki Maslow. Pada level tertinggi dari kebutuhan manusia ini, Maslow menjelaskan bahwa manusia akan lebih banyak berkembang pada sisi psikologisnya, seperti keinginan untuk terus menggali jati dirinya sendiri, dan memiliki motivasi untuk terus belajar dan berkembang.

Kebutuhan manusia untuk terus mengembangkan dirinya, berkaitan dengan anjuran Islam untuk mempelajari Al-Qur'an dan mengajarkannya (HR al-Bukhari No. 5027, HR Tirmidzi No. 2097, HR Abu Dawud No. 1452, HR Ahmad No. 412,413,500, HR Ibnu Hibban No. 118). Al-Qur'an sebagai sumber utama tuntunan umat muslim dalam menjalani kehidupan, tidak hanya bernilai spiritual, namun juga sebagai tuntunan dalam menjalani kehidupan sosial, baik dalam lingkungan keluarga, masyarakat hingga bernegara. Pribadi muslim yang senantiasa mempelajari Al-Qur'an, mengamalkan dan mengajarkannya, tentulah terrefleksi pada kebaikan budi pekerti atau akhlaknya (HR. al-Bukhari No. 6035 & Ahmad).

Sebagaimana tujuan pendidikan karakter dalam Islam, yaitu membentuk karakter muslim sejati yang sesuai dengan Al-Qur'an dan as-sunnah (hadis) yaitu yang memiliki akhlakul karimah, muttaqin, mu'min, berkarakter al asma al husna, ulul albab dan karakter kenabian, sebagaimana tuntunan dari Rasulullah SAW sebagai *role model* sempurna bagi umat muslim (Johansyah, 2011).

Kesimpulan

Membentuk kredibilitas komunikator untuk memperbesar kemungkinan terjadinya komunikasi yang

efektif, tidak dapat dilakukan secara instan. Dalam kepentingan politik, kredibilitas komunikator bukan hal yang bisa dicapai dengan ucapan semata, namun justru adalah sebuah verifikasi atau penilaian dari komunikasi yang menggabungkan antara aspek validasi sosial, otoritas dan kepercayaan serta profil atau identitas dari komunikator itu sendiri.

Tiga faktor yang membentuk kredibilitas komunikator tersebut dapat dijelaskan secara bertahap menggunakan teori pemenuhan kebutuhan manusia oleh Abraham H. Maslow. Mulai dari kebutuhan paling dasar manusia, yaitu fisiologis, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan akan afeksi atau rasa memiliki dan kasih sayang, kebutuhan akan pengakuan dan penghargaan, hingga kebutuhan tertinggi manusia yaitu aktualisasi diri.

Sebagai umat muslim, Al-Qur'an dan hadis menjadi dua sumber utama dalam menuntun tata perilaku atau membentuk akhlak pribadi. Tujuh hadis mengenai "sebaik-baik manusia" telah membuktikan bahwa Islam menuntun umatnya untuk menjadi pribadi yang terbaik. Sebagaimana ilmu sosial dan ilmu agama yang saling berintegrasi, ketujuh hadis tersebut berkorelasi membentuk kredibilitas komunikator yang sesuai dengan teori pemenuhan kebutuhan manusia oleh Abraham H. Maslow.

Daftar Pustaka

- Afwadzi, B. (2016, 5). Membangun Integrasi Ilmu-Ilmu Sosial dan Hadis Nabi. *Jurnal Living Hadis*, 1(1), 101-128.
- Budi Suciyanto, I. R., & Warsono. (2014). Tingkat Kepercayaan Masyarakat terhadap Tokoh-Tokoh Politik Nahdlatul Ulama di DPRD Kabupaten Jombang Periode 2009-2014. *Kajian Moral dan Kewarganegaraan*, 1(2), 61-77.
- Chasanah, U. (2017). Urgensi Pendidikan Hadis dalam Pembentukan Karakter Anak Usia Dini. *Jurnal Living Hadis*,

- 2(1), 83-115.
[https://dx.doi.org/10.14421/livingha
dis.2017.1357](https://dx.doi.org/10.14421/livingha
dis.2017.1357)
- Elianti, L. D., & Sri Pinasti, V. I. (2018). Makna Penggunaan Make Up sebagai Identitas Diri. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 7(3).
- Fetyzahra, N. (2021). *Pembuatan Akta Kelahiran di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Karimun ditinjau menurut Fiqh Siyasah* [Skripsi Program Studi Hukum Tata Negara (Siyasah) Fakultas Syari'ah dan Hukum]. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Garry, J. M., & Hendrick, C. (1974). Communicator Credibility and Persuasion. *Memory & Cognition*, 2(1A), 82-86.
- Hamisan Khair, N. S., & Dahlan, N. M. (2017, June). The Debate on Anti-Woman Discourse in the Hadith Literature. *Journal of Hadith Studies*, 2(1).
- Hasmawati, F. (2020). Karakteristik Komunikator Efektif dalam Komunikasi Antar Pribadi. *Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan*, 4(2), 69-95.
<https://doi.org/10.19109/jkpi.v4i2.7315>
- Husna, L. M. (2018). *Hadis Anjuran Berbuat Baik terhadap Tetangga* [Skripsi Program Studi Ilmu Hadis Fakultas Ushuluddin dan Filsafat]. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Hussein Abdullah, D. Y., & Halim, Z. b. A. (2018, November). Manifesting the Semantic Differences of the Words Love and Affection and Their Derivations in the Glorious Quran. *Asian Social Science*, 14(12), 176-183. 10.5539/ass.v14n12p176
- Jessen, J., & Jorgensen, A. H. (2012, January). Aggregated Trustworthiness: Redefining Online Credibility through Social Validation. *First Monday: Peer Reviewed Journal on the Internet*, 17(1-2). doi:10.5210/fm.v17i1.3731
- Johansyah. (2011, Agustus). Pendidikan Karakter dalam Islam; Kajian dari Aspek Metodologis. *Jurnal Ilmiah Islam Futura*, 11(1), 85-103.
- Kirin, A. b., Siti Marpuah, & Muhammad Masruri. (2021). hadis Da'if dan Mawdu' dalam Kitab Nasa'ih Al-'Ibad oleh Nawawi Banten: Analisa terhadap Konten Hadis. *Hudan Lin-Naas: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 2(1), 1-19.
- Li, C. I. (2021). Deskripsi Citra Destinasi di Sosial Media menggunakan Analisa Konten #LabuanBajo. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 9(2).
- Marhamah, F., & Rahmani, S. U. (2021). Dinamika Komunikasi Politik pada Pemilihan Umum Legislatif 2014 di Kabupaten Aceh Utara. *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Masyarakat Islam*, 11(1), 22-40.
- Muazaroh, S., & Subaidi. (2019, 6). Kebutuhan Manusia dalam Pemikiran Abraham Maslow (Tinjauan Maqasid Syariah). *Al-Mazahib*, 7(1), 17-33.
- Nasir, M. I., & Ahmad, L. O. I. (2019, Agustus). Hadis tentang Sebaik-baik Manusia. *Jurnal Diskursus Islam*, 7(2), 270-294.
- Nasution, M. A., Khaerul Anwar, & Ahmadi Usman. (2021, April). Penerapan Pendidikan Karakter dan Penerannya Perspektif Hadits Tarbawi. *Tarbiatuna*, 1(1), 104-134.
- Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2017, April). Kajian tentang Efektivitas Pesan dalam Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 3(1), 90-95.
- Nurpita, S. (2021). *Teori Kebutuhan Abraham Maslow menurut Perspektif Tasawuf* [Skripsi Program Ilmu Tasawuf Jurusan Ushuluddin Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah]. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

- Patioran, D. N. (2013). Hubungan antara Kepercayaan Diri dan Aktualisasi Diri pada Karyawan PT Duta Media Kaltim Press (Samarinda Pos). *Motiva: Jurnal Psikologi*, 1(1).
- Pichere, P., & Cadiat, A. C. (2015). *Hierarchy Of Needs Gain Vital Insights into How to Motivate People*. Primento.
- Portal - Kanwil Kemenag Jabar. (2020, September 24). Portal - Kanwil Kemenag Jabar. Retrieved December 1, 2022, from <https://jabar.kemenag.go.id/portal/read/mimbar-dakwah-sesi-67-sebaikbaik-manusia>.
- Rahayu, S. U. (2021). Hadis tentang Lapang Rezeki dan Panjang Umur dengan Shilaturrahim. *Al-I'jaz: Jurnal Kewahyuan Islam*, 7(1), 90-102.
- Ramdan, A. M., Maulana, M. F., & Revinzky, M. A. (2022, September). Analisis Konten Marketing Media Sosial TikTok dalam Meningkatkan Brand Awareness di Bittersweetby Najla. *Business Preneur: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(2), 1-13.
- Sada, H. J. (2017). Kebutuhan Dasar Manusia dalam Perpektif Pendidikan Islam. *Al-Tadzkiyyah Jurnal Pendidikan Islam*, 8(11), 213-226.
- Saepudin, D. M., M. Solahudin, & Siti Rusydati Khairani, I. F. (2016, Desember). Iman dan Amal Sales dalam AlQuran (Studi Kajian Semantik). *Al-Bayan: Jurnal Studi Al-Qur'andan Tafsri*, 1(2), 10-20.
- Silvia, & Paramita, S. (2018, Desember). Kredibilitas Komunikator dalam Menyampaikan Pesan (Analisis Opini Generasi Milenial pada Kepala Penerangan Kodam Jaya). *Koneksi*, 2(2), 569-576.
- Sitasari, N. W. (2022, Januari). Mengenal Analisa Konten dan Analisa Tematik dalam Penelitian Kualitatif. *Forum Ilmiah*, 19(1), 77-84.
- Smith, K. D., Smith, S. T., & Christopher, J. C. (2007, May). What Defines the Good Person? Cross-Cultural Comparisons of Experts Models with Lay Prototypes. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 38(3), 333-360. 10.1177/0022022107300279
- Stoker, L., & Levi, M. (2000, June). *Political Trust and Trustworthiness* (Issue 3) [Annual Review of Political Science]. University of California, Berkeley. 10.1146/annurev.polisci.3.1.475
- Syafitri, S. (2014). Pengaruh Harga Diri dan Kepercayaan Diri dengan Aktualisasi Diri pada Komunitas Modern Dance di Samarinda. *Psikoborneo*, 2(2), 97-103.
- Ulum, A. S. (2018). *Tebarkan Salam & Berilah Makan*. Anak Hebat Indonesia.
- Uslaner, E. M. (Ed.). (2018). *The Oxford Handbook of Social and Political Trust*. Oxford University Press.
- Utsmani, M. M. (2021, Januari). Penguatan Karakter Anak Usia Dini dalam Perspektif Al-Qur'an dan Hadits. *Seling Jurnal Program Studi PGRA*, 7(1), 54-64.
- Valgarosson, V. O., Nick Clarke, Will Jennings, & Gerry Stoker. (2021). The Good Politician and Political Trust: An Authenticity Gap in British Politics? *Political Studies*, 69(4), 858-880.
- Weatherford, M. S. (1992, Maret). Measuring Political Legitimacy. *American Political Science Review*, 86(1), 149-166. 10.2307/1964021
- Yahya, Y. (2020). Kontribusi Pemikiran Imam Syathibi dan Abraham H. Maslow tentang Kebutuhan Dasar Manusia. *Jurnal Al Mashaadir*, 1(1), 67-93.
- Zainuddin. (2021, Juli). Ri'ayah dalam Pandangan Islam. *Jurnal Ilmiah Al Mu'ashirah: Media Kajian Al-Qur'an dan Al-Hadits Multi Perspektif*, 18(2), 105-115.
- Zikrun. (2018). *Teori Humanistik Abraham Maslow dalam Perspektif Islam*

[Skripsi Jurusan Bimbingan dan
Konseling Islam, Fakultas Dakwah
dan Komunikasi]. Universitas Islam
Negeri Ar-Raniry Darussalam.