

Etika Bermedia Sosial Dalam Perspektif Ayat-Ayat Akhlak

Fauziah Nur Ariza^{1*}, Syakira Khofifa², Siti Hawa Nabilla³, Hanif Dawamah⁴, Mahmud Simamora⁵

^{1,2,3,4,5}Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir

^{1,2,3,4,5}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

^{1*}Fauziah1100000178@uinsu.ac.id, ²Syakira0403232151@uinsu.ac.id, ³Siti0403231039@uinsu.ac.id,

⁴hanifdawamah0403232160@uinsu.ac.id, ⁵mahmud0403232153@uinsu.ac.id

Abstrak

Krisis etika di ruang digital Indonesia saat ini berada pada tahap yang mengkhawatirkan, ditandai dengan tingginya penyebaran hoaks, pornografi anak, dan perilaku *cyberbullying*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis ayat-ayat akhlak dalam Al-Qur'an dan mengontekstualisasikannya sebagai landasan etika bermedia sosial. Dengan menggunakan metode kualitatif-deskriptif melalui pendekatan studi pustaka dan analisis tafsir tematik (*maudhu'i*), penelitian ini mengkaji sumber primer Al-Qur'an serta tafsir otoritatif seperti Al-Misbah dan Al-Munir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Al-Qur'an menawarkan prinsip komunikasi digital yang komprehensif, meliputi prinsip *tabayyun* untuk integritas informasi, konsep *qaulan sadidan* untuk kesantunan lisan, serta larangan *tajassus* dan *ghibah* untuk perlindungan privasi. Kesimpulan penelitian ini merumuskan sebuah konstruksi kode etik media sosial berbasis Al-Qur'an yang menitikberatkan pada kesadaran *muraqabah* sebagai solusi internal untuk mengatasi degradasi moral di ruang publik virtual. Implementasi nilai-nilai ini diharapkan dapat menciptakan interaksi digital yang lebih bertanggung jawab dan bermartabat.

Kata Kunci: Etika Media Sosial, Ayat Akhlak, Al-Qur'an, Tabayyun, Masyarakat Digital.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah menempatkan media sosial sebagai ruang interaksi publik paling dominan di Indonesia. Dengan jumlah pengguna internet di Indonesia yang mencapai 229.428.417 juta jiwa berdasarkan data terbaru pada Juli 2025 yang dikeluarkan APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) (*APJII Rilis Data Terbaru 2025*, 2025). Platform ini idealnya menjadi medium diseminasi ilmu dan interaksi positif. Namun, sayangnya, potensi ini seringkali disalahgunakan. Berbagai laporan menunjukkan bahwa mayoritas konten negatif yang menjadi tantangan pemerintah berasal dari platform-platform media sosial. Laporan dari Komdigi, sudah menangani 1.352.401 konten pornografi dan judi online selama Oktober 2024-Maret 2025 (Mediatama, 2025). Situasi ini menimbulkan tantangan serius terhadap etika bermasyarakat di ruang digital.

Krisis etika di ruang digital terbukti nyata melalui berbagai indikator. Kementerian Komunikasi dan Digital (Komdigi) RI mengidentifikasi adanya 1.923 konten hoaks sepanjang tahun 2024, sebuah angka yang menunjukkan tingginya penyebaran kebohongan dan minimnya budaya tabayyun di kalangan pengguna. Lebih mengkhawatirkan lagi, data Komdigi juga menunjukkan implikasi moral yang parah, di mana Indonesia menempati peringkat keempat secara global dalam jumlah kasus pornografi anak di ranah digital (*Kementerian Komunikasi dan Digital*, 2025). Fakta-fakta ini menegaskan bahwa terdapat ketretakan serius dalam fondasi moral dan akhlak pengguna media sosial.

Pemerintah telah berupaya keras mengatasi masalah ini melalui pendekatan regulatif, seperti penyusunan RPP TKPAPSE, RPerpres PARD, dan penerapan sistem take down konten (*Kementerian Komunikasi dan Digital*, 2025). Meskipun langkah-langkah ini penting untuk membatasi penyebaran konten negatif, solusi tersebut bersifat eksternal dan seringkali tidak menyentuh akar permasalahan, yaitu internalisasi nilai-nilai moral dalam diri pengguna. Oleh karena itu, dibutuhkan kerangka etika yang bersifat fundamental, holistik, dan internal. Al-Qur'an, sebagai sumber utama ajaran Islam, menawarkan panduan akhlak yang komprehensif.

Maka dari urgensi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara tematik ayat-ayat Al-Qur'an yang membahas mengontekstualisasikannya sebagai landasan etika bermedia sosial. Melalui kajian ini, diharapkan dapat dirumuskan kode etik digital yang bersumber pada ajaran Islam untuk mengatasi krisis moralitas di ruang digital, khususnya terkait isu hoaks, *cyberbullying*, dan penyebaran konten negatif yang telah menjadi sorotan publik dan pemerintah.

METODE

Tahapan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan desain studi kepustakaan (*library research*). Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pengkajian ayat-ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan prinsip-prinsip akhlak serta relevansinya terhadap etika bermedia sosial dalam konteks masyarakat digital kontemporer. Penelitian ini tidak bertujuan menguji hipotesis secara eksperimental, mengontekstualisasikan nilai-nilai normatif Al-Qur'an dengan fenomena sosial yang berkembang di ruang digital.



Pengumpulan data dilakukan melalui teknik dokumentasi, yaitu dengan menelusuri dan mengkaji sumber-sumber tertulis yang relevan dengan fokus penelitian. Data primer diperoleh dari ayat-ayat Al-Qur'an yang mengandung nilai-nilai akhlak dan etika komunikasi sosial, seperti prinsip verifikasi informasi, larangan fitnah dan ghibah, etika berbicara, serta tanggung jawab moral manusia. Data sekunder diperoleh dari buku-buku akademik, artikel jurnal ilmiah, karya tokoh kontemporer, serta laporan resmi lembaga pemerintah yang membahas isu media sosial dan problem etika digital.

Analisis data dilakukan secara bertahap dan sistematis. Tahap pertama adalah reduksi data, yaitu memilih dan memfokuskan data yang relevan dengan tema etika bermedia sosial. Tahap kedua adalah klasifikasi data dengan mengelompokkan ayat-ayat Al-Qur'an berdasarkan tema akhlak yang dikaji. Tahap ketiga adalah analisis tematik dengan menggunakan metode tafsir tematik (*tafsir maudhu'i*), yaitu menafsirkan ayat-ayat yang memiliki keterkaitan tema secara komprehensif dan mengaitkannya dengan realitas media sosial kontemporer. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan berupa perumusan prinsip-prinsip etika bermedia sosial yang bersumber dari ayat-ayat akhlak Al-Qur'an.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengertian Etika dan Media Sosial

Etika merupakan konsep normatif yang berfungsi sebagai pedoman dalam menentukan baik dan buruknya perilaku manusia dalam kehidupan sosial. Secara etimologis, etika berasal dari kata Yunani *ethos* yang bermakna kebiasaan atau karakter, yang kemudian berkembang menjadi kajian filsafat moral tentang tindakan manusia berdasarkan pertimbangan rasional dan nilai-nilai kemanusiaan (Mutiah dkk., 2019). Dalam konteks kehidupan modern, etika tidak hanya diterapkan dalam interaksi langsung, tetapi juga dalam ruang digital yang semakin mendominasi pola komunikasi masyarakat

Etika memiliki fungsi penting sebagai instrumen pengendali perilaku sosial agar kebebasan individu tidak menimbulkan kerugian bagi pihak lain. Dalam perspektif sosial, etika berperan menjaga keteraturan, keharmonisan, dan rasa saling menghormati antarindividu. Tanpa etika, relasi sosial berpotensi mengalami degradasi moral yang ditandai dengan meningkatnya konflik, ujaran kebencian, dan perilaku agresif, termasuk dalam komunikasi berbasis teknologi informasi (Sudibyo, 2016)

Dalam perspektif Islam, etika memiliki keterkaitan erat dengan konsep akhlak. Akhlak dipahami sebagai manifestasi nilai-nilai moral yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah, yang mengatur sikap, ucapan, serta perbuatan manusia. Ayat-ayat akhlak dalam Al-Qur'an menegaskan pentingnya berkata benar, bersikap santun, serta menghindari kebohongan dan penghinaan, yang relevan untuk dijadikan landasan normatif dalam membangun etika bermedia sosial di era digital.

Media sosial dapat didefinisikan sebagai platform komunikasi berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi secara aktif dalam produksi, distribusi, dan pertukaran informasi. Kaplan dan Haenlein mendeskripsikan media sosial sebagai aplikasi berbasis Web 2.0 yang memungkinkan terciptanya dan pertukaran konten yang dihasilkan oleh pengguna (*user-generated content*) (Mutiah dkk., 2019). Karakteristik ini menjadikan media sosial bersifat terbuka, cepat, dan memiliki jangkauan yang luas.

Perkembangan media sosial telah mengubah pola komunikasi masyarakat dari yang bersifat privat menjadi publik. Setiap pesan yang disampaikan melalui media sosial tidak lagi terbatas pada satu individu, melainkan dapat diakses oleh khalayak luas tanpa batas ruang dan waktu. Oleh karena itu, setiap aktivitas komunikasi di media sosial mengandung konsekuensi sosial yang nyata dan menuntut tanggung jawab moral dari penggunanya (Mutiarani dkk., 2024)

Namun demikian, realitas menunjukkan bahwa penggunaan media sosial sering kali tidak diiringi dengan kesadaran etis yang memadai. Kebebasan berekspresi yang tinggi kerap dimaknai secara keliru sebagai kebebasan tanpa batas, sehingga melahirkan perilaku komunikasi yang tidak santun, provokatif, dan merugikan orang lain. Fenomena ini menunjukkan adanya krisis etika komunikasi digital, khususnya di kalangan generasi muda dan mahasiswa sebagai pengguna dominan media sosial.

Dalam konteks ayat-ayat akhlak, praktik komunikasi yang tidak etis tersebut bertentangan dengan prinsip komunikasi Islami seperti *qaulan sadīdān* (perkataan yang benar), *qaulan ma'rūfan* (perkataan yang baik), dan *qaulan layyinān* (perkataan yang lembut). Prinsip-prinsip ini menegaskan bahwa komunikasi, termasuk dalam media sosial, harus mengandung nilai kebenaran, kemaslahatan, dan penghormatan terhadap martabat manusia.

Media sosial sejatinya memiliki potensi besar sebagai sarana penyebaran nilai-nilai moral, edukasi, dan dakwah. Namun, potensi tersebut hanya dapat diwujudkan apabila pengguna media sosial memiliki pemahaman etika yang kuat. Etika bermedia sosial tidak hanya berkaitan dengan aspek kebahasaan, tetapi juga mencakup niat, tanggung jawab, serta kesadaran akan dampak sosial dari setiap pesan yang disampaikan (Mutiah, dkk., 2019).

Dalam konteks kehidupan akademik dan sosial, etika bermedia sosial menjadi kebutuhan mendesak untuk menjaga kualitas ruang publik digital. Media sosial yang tidak diiringi dengan etika berpotensi menjadi medium disintegrasi sosial melalui penyebaran hoaks, perundungan digital, dan polarisasi opini. Oleh karena itu, internalisasi nilai-nilai etika dan akhlak Qur'ani menjadi fondasi utama dalam membangun peradaban digital yang beradab dan bertanggung jawab (Sudibyo, 2016).

Dengan demikian, pengertian etika dan media sosial dalam perspektif ayat-ayat akhlak menunjukkan adanya hubungan yang tidak terpisahkan antara norma moral dan praktik komunikasi digital. Etika berfungsi sebagai landasan normatif, sementara media sosial menjadi ruang aktualisasi perilaku manusia. Integrasi keduanya menjadi prasyarat utama dalam menciptakan aktivitas bermedia sosial yang tidak hanya bebas, tetapi juga bermakna, beretika, dan sesuai dengan nilai-nilai akhlak Islam.

2. Penggunaan Media Sosial Menurut Perspektif Islam

Di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital, keberadaan media sosial menjadi realitas yang tidak dapat dihindari dalam kehidupan manusia modern. Oleh karena itu, diperlukan sikap bijak untuk menjaga keseimbangan antara kepentingan individu dan nilai kebersamaan. Platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, Telegram, TikTok, dan WhatsApp telah melekat dalam aktivitas sehari-hari masyarakat. Sebagian pengguna memanfaatkan media sosial untuk mengekspresikan kehidupan pribadi secara terbuka tanpa mempertimbangkan batasan privasi, sehingga rentan menjadi sorotan serta bahan komentar publik. Di sisi lain, media sosial juga digunakan sebagai media dakwah, sarana bisnis, penguatan relasi sosial, akses informasi, serta alat komunikasi dengan berbagai kalangan. Namun demikian, dalam praktiknya, penggunaan media sosial tidak jarang melampaui norma dan etika demi memenuhi kepentingan pribadi maupun kelompok tertentu

Media sosial dapat dianalogikan sebagai pisau bermata dua, di mana dampak yang ditimbulkan sangat bergantung pada cara penggunanya memanfaatkannya. Di satu sisi, media sosial memberikan berbagai manfaat, namun di sisi lain juga berpotensi menimbulkan dampak negatif. Keberadaannya mempermudah proses pertukaran informasi secara cepat dan efisien, serta memperkuat hubungan sosial baik dalam jarak dekat maupun jarak jauh. Selain itu, media sosial berperan sebagai sarana penghubung antarindividu dalam mengakses informasi, sehingga dapat memperluas wawasan dan pengetahuan. Tidak hanya itu, media sosial juga dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah Islamiyah (Safuan & Aufa, 2022) Meskipun media sosial diperbolehkan dalam Islam, namun media sosial dianggap haram dan media sosial jika terlibat dalam pencemaran nama baik, ancaman, ujaran kebencian atau permusuhan antar ras, agama, etnis atau kelompok dapat menjadi.

Namun demikian, masih ada individu yang belum mampu memanfaatkan media sosial secara arif dan kritis. Mereka kerap menggunakan platform tersebut secara tidak bertanggung jawab hingga melanggar nilai-nilai etika yang telah ditegaskan dalam Al-Qur'an. Kondisi ini berkaitan dengan pemahaman bahwa setiap perbuatan manusia akan selalu berada dalam pengawasan Allah SWT dan kelak akan dimintai pertanggungjawaban, baik semasa hidup di dunia maupun di akhirat. Prinsip ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam QS. Al-Isra' ayat 36.

وَلَا تُنْقِفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْأُولاً ۖ

Artinya: "Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggungan jawabnya".

Dalam Tafsir al-Misbah (Shihab, 2002), dijelaskan bahwa ayat 36 dari QS. Al-Isra' memerintahkan manusia untuk melakukan perbuatan yang dikehendaki Allah sebagaimana yang tertera dalam ayat tersebut, serta untuk menjauhi perbuatan-perbuatan yang bertentangan dengan kehendak-Nya. Selain itu, Allah juga menegaskan agar manusia tidak mengikuti hal-hal yang tidak ada pengetahuan tentangnya. Allah melarang manusia untuk berbicara tentang hal-hal yang tidak mereka ketahui, berpura-pura mengetahui hal-hal yang sebenarnya tidak mereka ketahui, dan berpura-pura mendengarkan apa yang sebenarnya tidak mereka dengar. Hal ini karena manusia akan dimintai pertanggungjawaban atas cara mereka menggunakan pendengaran, penglihatan, dan hati. Ayat ini memberikan arahan agar manusia menjauhi tindakan buruk seperti fitnah, curiga buruk, kebohongan, dan kesaksian palsu. Di sisi lain, manusia juga diminta untuk menggunakan indra dan akal mereka sebagai sarana untuk mencapai pengetahuan yang benar.

Media sosial merupakan bagian penting dari kehidupan sehari-hari, termasuk bagi umat Islam. Media sosial dapat memberikan banyak manfaat, apabila digunakan dengan bijak dan sesuai dengan ajaran Islam. Berikut adalah beberapa manfaat media sosial menurut pandangan Islam: (Ismu, 2024)

1. Menyebarluaskan Kebaikan dan Ilmu

Pendidikan dan Penyebaran Informasi: Media sosial dapat menjadi platform untuk menyebarkan ilmu dan informasi yang bermanfaat. Umat Islam dapat berbagi pengetahuan tentang agama, sejarah, dan budaya, sehingga dapat meningkatkan pemahaman masyarakat tentang Islam.

Konten Inspiratif: Banyak konten positif yang dapat menginspirasi orang lain, seperti kutipan Al-Qur'an, hadis, dan pengalaman hidup yang menunjukkan nilai-nilai Islam.

2. Mempererat Silaturahmi

Koneksi dengan Teman dan Keluarga: Media sosial memungkinkan kita untuk tetap terhubung dengan keluarga dan teman, meskipun berada jauh secara fisik. Ini sangat penting dalam menjaga hubungan sosial dan silaturahmi.

Membangun Komunitas: Umat Islam dapat menggunakan media sosial untuk membangun komunitas yang saling mendukung, baik secara spiritual maupun sosial.

3. Platform Dakwah

Menyampaikan Pesan Islam: Media sosial dapat digunakan sebagai sarana dakwah untuk menyebarkan ajaran Islam kepada khalayak yang lebih luas. Melalui video, artikel, dan diskusi, dakwah dapat dilakukan dengan cara yang lebih menarik dan mudah diakses.

Mendukung Gerakan Positif: Media sosial dapat mendukung gerakan sosial dan kampanye kebaikan, seperti penggalangan dana untuk amal atau program sosial lainnya.

4. Mengakses Sumber Daya Spiritual

Akses ke Materi Agama: Banyak sumber daya, seperti ceramah, khutbah, dan kuliah online, yang dapat diakses melalui media sosial. Ini memudahkan umat Islam untuk belajar lebih dalam tentang agama mereka.

Dukungan Moral: Dalam masa sulit, media sosial dapat menjadi tempat untuk mendapatkan dukungan moral dan spiritual dari komunitas.

5. Kesadaran Sosial dan Tanggung Jawab

Peningkatan Kesadaran: Media sosial sering kali digunakan untuk meningkatkan kesadaran tentang isu-isu sosial, politik, dan lingkungan. Umat Islam dapat berpartisipasi dalam diskusi dan memberikan pandangan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Aktivisme Sosial: Media sosial dapat menjadi alat untuk melakukan aktivisme sosial yang positif, seperti kampanye untuk keadilan. (Ismu, 2024)

Hadis yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari menyebutkan bahwa Rasulullah SAW bersabda, yang maknanya bahwa seorang muslim yang baik adalah orang yang tidak membahayakan muslim lainnya, baik melalui perkataan maupun perbuatannya. Selain itu, orang yang termasuk golongan muhajirin adalah mereka yang menjauhi segala hal yang dilarang oleh Allah SWT. (Rohman & Rahman, 2023). Hadis ini menegaskan bahwa untuk menjadi pribadi yang baik, seseorang harus menjaga sikap dan ucapannya agar tidak menimbulkan kebencian maupun konflik, sehingga tercipta kehidupan yang harmonis dan tenteram. Di samping itu, menjauhi larangan Allah menjadi upaya untuk senantiasa mendekatkan diri kepada-Nya. Dengan demikian, seseorang akan dinilai baik, baik di mata sesama manusia maupun di sisi Allah SWT.

3. Etika Penggunaan Media Sosial Menurut Perspektif Al-Qur'an

A. Prinsip Integritas Informasi dan Verifikasi Digital (Tabayyun)

Integrasi teknologi dalam komunikasi menuntut umat Islam untuk bersikap kritis dalam memverifikasi kebenaran setiap informasi yang diterima. Terdapat banyak sekali kemudahan seseorang untuk berkomunikasi, dan menyebarkan berita menggunakan platform media sosial apapun itu. Kemudahan berkomentar yang tidak terfilter di dalam kolom komentar media sosial, membagikan beragam berita hoax yang tidak diketahui sumber dan kebenarannya. Fenomena tersebut yang kemudian dikenal dengan sebutan "*hyper reality*". Istilah ini diproklamirkan oleh Baudrillard pada puluhan tahun yang lalu sebelum Indonesia mengenal hoax (Mubarok & Hamidah, 2022).

Islam telah memberikan panduan fundamental dalam menyaring beragam berita/konten di media sosial sebelum menerimanya melalui konsep tabayyun. Prinsip ini menjadi sangat relevan mengingat tingginya angka konten negatif di Indonesia, di mana Kementerian Komunikasi dan Digital (Komdigi) mencatat setidaknya 1.923 konten hoaks sepanjang tahun 2024.

Dalam Al-Qur'an Surah Al- Hujurat ayat 6, Allah memerintahkan kepada orang-orang yang beriman untuk mencari fakta dari suatu informasi dan tidak mencari kesalahan orang lain sehingga cenderung kepada sikap tajassus.

①

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِإِنِّي تَعِيزُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصِيبُوهُ عَلَى مَا فَعَلْتُمْ لَدُنِّي مِنْ

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan(-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu."

Menurut M. Quraish Shihab dalam tafsir al misbah, ayat ini merupakan salah satu dasar yang ditetapkan agama dalam kehidupan sosial sekaligus tuntunan yang sangat logis dalam penerimaan dan pengamalan suatu berita. Kehidupan manusia dan interaksinya harus didasarkan didasarkan pada hal-hal yang jelas dan valid. Berita harus disaring, agar seseorang tidak melangkah dalam "kebodohan" (*bi jahalah*). Dengan kata lain, ayat ini menuntut kita untuk menjadikan langkah kita berdasarkan pengetahuan sebagai lawan dari *jahalah*, di samping melakukannya berdasar pertimbangan logis dan nilai-nilai yang ditetapkan Allah swt (Shihab, 2002).

Dalam konteks digital, *jahalah* dapat dimaknai sebagai rendahnya literasi digital yang menyebabkan individu mudah terprovokasi oleh informasi palsu. Oleh karena itu, ayat ini menuntut setiap langkah di media sosial didasarkan pada pengetahuan dan pertimbangan logis, bukan sekadar mengikuti viralitas yang tidak jelas sumbernya. Prinsip ini secara otomatis melahirkan akuntabilitas digital, di mana setiap individu merasa bertanggung jawab atas dampak dari pesan yang mereka ungkap atau bagikan.

B. Etika Kesantunan Berpendapat dan Larangan Fitnah Digital

Maraknya kasus *cyberbullying* di media sosial memberikan dampak serius pada stabilitas psikologis individu dan keharmonisan sosial. Fenomena ini sering kali berakar dari penggunaan bahasa yang provokatif, kasar, dan tidak berdasar. Islam, melalui Al-Qur'an, telah merumuskan kode etik linguistik yang sangat komprehensif untuk memitigasi konflik verbal tersebut. Fondasi utama dalam berpendapat adalah prinsip *Qaulan Sadida*, sebagaimana termaktub dalam QS. Al-Ahzâb [33]: 70:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar."

Dalam Tafsir Al-Misbah, M. Quraish Shihab (2002) menjelaskan bahwa *sadida* berarti perkataan yang tepat, benar, dan tidak mengandung kebohongan. Prinsip ini menuntut pengguna media sosial untuk mengedepankan kejujuran faktual dalam setiap unggahan atau komentar. Jika dihubungkan dengan QS. An-Nisâ' [4]: 9

②

وَلَيُخْشِنَ الدَّيْنُ لَوْ تَرَكُوا مِنْ حَافِظِهِمْ ذُرْيَةً ضَعِيقًا خَافِرًا عَلَيْهِمْ فَإِنَّهُمْ قَاتِلُوْا اللَّهَ وَلَيُقْلِنُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya: "Hendaklah merasa takut orang-orang yang seandainya (mati) meninggalkan setelah mereka, keturunan yang lemah (yang) mereka khawatir terhadapnya. Maka, bertakwalah kepada Allah dan berbicaralah dengan tutur kata yang benar (dalam hal menjaga hak-hak keturunannya)."

Perkataan yang benar juga berimplikasi pada kesejahteraan keturunan atau generasi mendatang, yang dalam konteks digital berarti menjaga rekam jejak digital (*digital footprint*) agar tidak mewariskan narasi kebencian bagi generasi berikutnya. Kejujuran faktual saja tidaklah cukup jika tidak disertai dengan ketepatan cara penyampaian. Al-Qur'an kemudian menawarkan konsep *Qaulan Balighan* dalam QS. An-Nisâ' [4]: 63:

فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعَظِّمْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْسُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا

Artinya: "Maka berpalinglah engkau dari mereka, berilah mereka nasihat, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang membekas pada jiwa mereka."

Dalam tafsir Al-Munir, Makna dari ﴿وَعَظْهُ﴾ adalah bentuk perintah Allah untuk mengingatkan mereka dengan hal-hal yang baik seperti hal-hal yang dapat melunakkan hati mereka. Dan makna dari ﴿قُولًا بِلَيْلًا﴾ adalah ucapan yang dapat memberi pengaruh mendalam bagi hati dan jiwa mereka (Az-Zuhaili, 2016).

Konsep ini menekankan bahwa komunikasi di ruang digital haruslah efektif, komunikatif, dan mampu menyentuh sisi kemanusiaan penerimanya. Kefasihan dalam menyampaikan kebenaran tersebut kemudian harus dibalut dengan kelembutan. Hal ini selaras dengan prinsip *Qaulan Layyinah* yang diperintahkan Allah kepada Nabi Musa dan Harun saat menghadapi Fir'aun dalam QS. Thāhā [20]: 44:

قُولًا لَهُ قَوْلًا لَيْلًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى ﴿٤٤﴾

Artinya: “Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya (Fir'aun) dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan dia sadar atau takut”.

Dalam tafsir Al-Munir, Wahbah az-Zuhaili mengatakan bahwa ayat ini menjelaskan cara berdakwah, Yaitu dengan menggunakan ucapan yang lemah lembut dan tidak kasar sama sekali. Karena dengan itu pesan lebih dapat diterima dan lebih dapat membuatnya berpikir tentang apa yang disampaikan. Juga akan lebih dapat membuatnya takut dari hukuman Allah. Dalam ayat ini terdapat pelajaran dan nasihat, yaitu bahwa saat Fir'aun berada di puncak kesombongan dan kecengkakan, sedangkan Nabi Musa adalah orang pilihan Allah. Walaupun demikian, Allah memerintahkan Nabi Musa untuk tidak berbicara kepada Fir'aun melainkan dengan lemah lembut (Az-Zuhaili, 2016).

Melalui ayat ini, Islam menegaskan bahwa meski terhadap pihak yang memiliki pandangan berlawanan, etika kesantunan dan kelembutan tutur kata harus tetap dijaga untuk menghindari eskalasi konflik di kolom komentar. Karena, konflik seringkali terjadi Ketika pengguna membagikan informasi tanpa memverifikasi kebenarannya, yang dapat menimbulkan ketidakpercayaan, kepanikan, atau ketegangan sosial (Sulianta, 2024).

Puncak dari pelanggaran etika berpendapat adalah penyebaran kebohongan besar atau hoaks yang dalam Al-Qur'an diistilahkan sebagai *Al-Ifk* (Anggraini, 2024). Istilah ini merujuk pada kebohongan yang sangat besar karena dilakukan dengan memutarbalikkan fakta secara sengaja (Shihab, 2002). Sejarah Islam mencatat tragedi hoaks paling menyakitkan yang menimpa istri Rasulullah saw., Aisyah ra., yang difitnah berselingkuh dengan Shafwan bin Al-Mu'aththal oleh kelompok munafik yang dipimpin oleh Abdullah bin Ubay bin Salul (Pranoto, 2018). Kejadian yang dikenal sebagai *Haditsul Ifki* ini menunjukkan betapa berbahayanya sebuah narasi palsu jika diterima tanpa verifikasi, bahkan sempat memengaruhi dinamika hubungan di internal keluarga Nabi.

Teguran keras atas peristiwa ini turun melalui QS. An-Nūr [24]: 11, yang memerintahkan umat untuk tidak membiarkan fitnah berkembang.

إِنَّ الَّذِينَ جَاءُوا بِالْأَفْكَارِ عَصَبَةً مِنْهُمْ لَا تَحْسِبُوهُ شَرًّا لَكُمْ بَنْ هُوَ خَيْرٌ أَكْمَلُ الْأَكْمَلِ كُلُّ امْرِيٍّ مِنْهُمْ مَا اخْتَسَبَ مِنَ الْأَنْجَامِ وَالَّذِي تَوَلَّ كَبِيرٌ مِنْهُمْ لَهُ عَذَابٌ عَظِيمٌ ﴿١١﴾

Artinya: “Sesungguhnya orang-orang yang membawa berita bohong itu adalah kelompok di antara kamu (juga). Janganlah kamu mengira bahwa peristiwa itu buruk bagimu, sebaliknya itu baik bagimu. Setiap orang dari mereka akan mendapat balasan dari dosa yang diperbuatnya. Adapun orang yang mengambil peran besar di antara mereka, dia mendapat azab yang sangat berat.”

Ayat ini menjadi peringatan bagi pengguna media sosial masa kini bahwa berpartisipasi dalam menyebarluaskan konten yang belum jelas kebenarannya, meskipun hanya melalui *repost* atau *share*, merupakan bentuk partisipasi dalam kezaliman. Peristiwa fitnah terhadap Aisyah ra. adalah representasi dari bahaya pembunuhan karakter yang kini bertransformasi menjadi *cyberbullying*. Al-Qur'an secara tegas melarang kebohongan, dalam QS. An-Nahl [16]: 105:

إِنَّمَا يَفْتَرُ الْكَذِبُ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَأُولَئِكُمْ هُمُ الْكاذِبُونَ ﴿٥﴾

Artinya: “Sesungguhnya yang mengada-adakan kebohongan hanyalah orang-orang yang tidak beriman kepada ayat-ayat Allah. Mereka itulah para pembohong.”

Dalam Tafsir Al-Munir, ﴿أُولَئِكَ﴾ merupakan kata tunjuk yang merujuk kepada orang-orang kafir atau kepada kaum Quraisy. Mereka itulah orang-orang yang sebenarnya berbohong, atau orang-orang yang lengkap kebohongannya, karena mendustakan ayat-ayat Allah SWT, dan menuduhnya (Nabi Muhammad) dengan tuduhan-tuduhan, hal seperti itu merupakan kebohongan terbesar (Az-Zuhaili, 2016). Ayat ini menegaskan kepada kita untuk tidak berbohong dan menuduh orang lain sembarangan, serta mewajibkan kesantunan sebagai instrumen perlindungan martabat manusia di ruang publik virtual.

C. Perlindungan Privasi dan Martabat Digital (*tajassus* dan *ghibah*)

Selain kesantunan tutur kata, aspek krusial dalam etika digital adalah penghormatan terhadap privasi dan martabat kemanusiaan. Di era keterbukaan informasi saat ini, batas-batas privasi sering kali dikaburkan oleh fenomena *cyberstalking* (mencari-cari kesalahan) dan *doxing* (penyebaran data pribadi secara ilegal). Islam secara preventif telah milarang tindakan-tindakan yang merusak kehormatan orang lain, sebagaimana ditegaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Hujurāt [49]: 12:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا كُتِبُوا كَثِيرًا مِنَ الظُّنُنِ إِنَّ الظُّنُنَ لَا يَعْنِي بَعْضَكُمْ بَعْضًا إِلَيْكُمْ أَنْ يَأْكُلْ لَحْمَ أَخِيهِ مِنْتَهِ فَكِرْ هُنُوكُمْ وَأَقْوَا اللَّهُ أَعْلَمُ رَجِيمٌ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, jauhilah banyak prasangka. Sesungguhnya sebagian prasangka itu dosa. Janganlah kamu mencari-cari kesalahan orang lain dan janganlah di antara kamu menggunjing sebagian yang lain. Apakah ada di antara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Tentu kamu merasa jijik. Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima Tobat lagi Maha Penyayang.”

M. Quraish Shihab dalam Tafsir Al-Misbah menegaskan larangan melakukan dugaan buruk yang tanpa dasar, karena ia dapat menjerumuskan seseorang ke dalam dosa. Ayat ini mengukuhkan prinsip bahwa: Tersangka belum dinyatakan bersalah sebelum terbukti kesalahannya, bahkan seseorang tidak dapat dituntut sebelum terbukti kebenaran dugaan yang dihadapkan kepadanya. Selain itu juga menjelaskan bahwa larangan *tajassus* dalam ayat ini berarti larangan mencari-cari kesalahan, cacat, atau hal-hal yang bersifat pribadi yang ingin disembunyikan oleh pemiliknya (Shihab, 2002).

Dalam ruang digital, *tajassus* mewujud dalam perilaku obsesif mengawasi akun orang lain demi menemukan celah kesalahannya (*cyberstalking*), yang kemudian sering kali diikuti dengan penyebaran informasi tersebut secara masif. Prinsip ini menegaskan bahwa privasi adalah hak asasi yang dilindungi oleh agama, dan melanggarlah merupakan bentuk pelanggaran akhlak yang serius.

Selanjutnya, Wahbah az-Zuhaili dalam Tafsir Al-Munir memberikan penekanan tajam pada larangan *ghibah*. Beliau menyatakan bahwa *ghibah* adalah menyebutkan sesuatu yang ada pada diri saudaramu yang ia benci jika hal tersebut diketahui orang lain. Az-Zuhaili menegaskan bahwa perumpamaan mengunjung sama seperti memakan daging saudara yang sudah mati menunjukkan betapa kejinya tindakan merusak reputasi orang lain, karena kehormatan manusia sejajar dengan kesucian darah dan jiwanya (Az-Zuhaili, 2016). Di media sosial, praktik ini bertransformasi menjadi akun-akun gosip atau narasi viral yang membedah aib seseorang demi mendapatkan popularitas atau *engagement*.

Implikasi digital dari ayat ini sangat relevan dengan fenomena *cancel culture* dan pembunuhan karakter yang marak terjadi. Tindakan menyebarkan informasi privat tanpa izin (*doxing*) atau mengunjung kesalahan masa lalu seseorang di kolom komentar adalah bentuk nyata dari *tajassus* dan *ghibah* modern. Tujuan utama dari doxing sering kali adalah untuk mengintimidasi, merusak reputasi, atau membala dendam terhadap individu yang dianggap kontroversial, atau karena alasan politik, pribadi, atau profesional (Mellania, 2025).

Oleh karena itu, perlindungan terhadap martabat digital menuntut setiap individu untuk menahan diri dari keinginan mencampuri urusan pribadi orang lain dan tidak menjadi bagian dari rantai penyebaran narasi yang merendahkan martabat manusia. Hak privasi terhadap data pribadi mencakup hak setiap individu untuk mengetahui apa yang terjadi dengan data pribadi mereka, siapa yang mengaksesnya, untuk tujuan apa data tersebut digunakan, dan bagaimana data tersebut diolah dan disimpan (Suari & Sarjana, 2023). Dengan menjaga privasi, harmoni sosial di ruang virtual dapat tetap terjaga dari fitnah dan permuasuhan yang tidak perlu.

D. Konstruksi Kode Etik Media Sosial Berbasis Al-Qur'an

Berdasarkan analisis terhadap prinsip-prinsip Al-Qur'an, penelitian ini merumuskan sebuah kerangka kode etik digital yang dapat diimplementasikan pengguna secara praktis. Kode etik ini mencakup empat pilar utama:

1. *Integritas Informasi*: Mengutamakan prinsip *tabayyun* (verifikasi) dalam setiap aktivitas penerimaan dan penyebaran berita untuk memastikan akuntabilitas konten.
2. *Kesantunan Lisan (Digital Literasi)*: Mengadopsi prinsip *qaulan sadida*, *balighan*, dan *layyinah* dalam berkomentar guna menciptakan interaksi yang santun dan bebas dari *cyberbullying*.
3. *Penghormatan Privasi*: Menghindari tindakan *tajassus* (mencari kesalahan) dan *ghibah* (mengumbar aib) guna melindungi martabat dan kerahasiaan data pribadi sesama pengguna.
4. *Prinsip Muraqabah*: Menyadari bahwa setiap aktivitas digital berada dalam pengawasan Allah (*muraqabah*), sehingga orientasi penggunaan media sosial diarahkan sepenuhnya untuk kemaslahatan.

Penerapan keempat kode etik ini diharapkan mampu menjadi solusi preventif dalam menghadapi krisis moralitas digital dan memperkuat identitas muslim yang berakhlaq mulia di ruang siber.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis tematik terhadap ayat-ayat akhlak, penelitian ini menyimpulkan bahwa Al-Qur'an memberikan kerangka etika digital yang preventif dan solutif terhadap krisis moralitas di media sosial. Temuan utama menunjukkan bahwa prinsip *tabayyun* (verifikasi) merupakan pilar utama integritas informasi untuk mengatasi krisis hoaks di Indonesia. Selain itu, konsep *qaulan sadīdān*, *balīghān*, dan *layyinah* berfungsi sebagai instrumen linguistik untuk menciptakan ruang digital yang santun dan bebas dari *cyberbullying*.

Perlindungan privasi melalui larangan *tajassus* dan *ghibah* juga menjadi fondasi penting dalam menjaga martabat kemanusiaan dari fenomena *doxing* dan pembunuhan karakter. Secara integratif, penelitian ini merumuskan "Konstruksi Kode Etik Media Sosial" yang berbasis pada prinsip *muraqabah* (kesadaran ketuhanan), di mana setiap aktivitas digital dipandang sebagai tanggung jawab moral yang melampaui interaksi teknis, guna mewujudkan ekosistem digital yang beradab dan maslahat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, N. (2024). Etika komunikasi bagi pengguna media sosial menurut Al-Qur'an. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 3(1), 301–316.
- APJII Rilis Data Terbaru 2025: Pengguna Internet di Indonesia Capai 229 Juta Jiwa. (2025, Agustus 7). Teknologi.id. <https://teknologi.id/tekno/apjii-rilis-data-terbaru-2025-pengguna-internet-di-indonesia-capai-229-juta-jiwa>
- Az-Zuhaili, W. (2016). *Tafsir Al-Munir, Akidah, Syari'ah, Manhaj*. Gema Insani.

- Ismu. (2024). *Manfaat Media Sosial Menurut Pandangan Islam*. <https://foodtechlab.uad.ac.id/manfaat-media-sosial-menurut-pandangan-islam/>
- Kementerian Komunikasi dan Digital. (2025). <https://www.komdigi.go.id/berita/artikel/detail/komitmen-pemerintah-melindungi-anak-di-ruang-digital>
- Kementerian Komunikasi dan Digital. (2025). <https://www.komdigi.go.id/berita/siaran-pers/detail/komdigi-identifikasi-1923-konten-hoaks-sepanjang-tahun-2024>
- Mediatama, G. (t.t.). *Konten Negatif Banyak Berasal dari Media Sosial*. PT. Kontan Grahanusa Mediatama. Diambil 15 Desember 2025, dari <https://insight.kontan.co.id/news/konten-negatif-banyak-berasal-dari-media-sosial>
- Mellania, P. (2025). ANALISIS KAMPANYE TENTANG DOXING DALAM UPAYA MENJAGA DATA PRIBADI DI MEDIA SOSIAL. *Sintesa*, 4(01), 158–182.
- Mubarok, R., & Hamidah, T. (2022). Etika Berkommunikasi Dalam Menyikapi Berita Bohong di Media Sosial Perspektif Al-Quran Surat An-Nur. *MAGHZA: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*, 7(2), 1–21.
- Mutiah, T., Albar, L., Fitriyanto, & Rafiq, A. (2019). Etika Komunikasi dalam Menggunakan Media Sosial. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 1, No. 1.
- Mutiarani, U. P., Karimah, I. N., & Syarafa, Y. P. (2024). Etika Komunikasi dalam Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Harmoni Nusa Bangsa*, 1(2), 204–215.
- Pranoto, S. S. (2018). Inspirasi Alquran Dan Hadis. *AL QUDS*, 2, 33.
- Rohman, A., & Rahman, A. (2023). Ragam Komunikasi Dakwah bi Al-Lisan dalam Perspektif Al-Qur'an. *Al-Fahmu: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*, 2(2), 151–164.
- Safuan, M., & Aufa, K. R. (2022). Adab komunikasi dalam Islam: Bijak dalam bermedia sosial. *Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam*, 16(2), 280–296.
- Shihab, M. Q. (2002). *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*. Lentera Hati.
- Suari, K. R. A., & Sarjana, I. M. (2023). Menjaga privasi di era digital: Perlindungan data pribadi di Indonesia. *Jurnal Analisis Hukum*, 6(1), 132–142.
- Sudibyo, A. (2016). “Etika Komunikasi di Ruang Publik Digital”. *Jurnal Ilmu Komunikasi: Media, Budaya, dan Masyarakat*, Vol. 13, No. 2.
- Sulianta, F. (2024). *Resolusi Konflik Ranah Digital*. Feri Sulianta.