

**ETIKA KOMUNIKASI ISLAM DALAM MENYIKAPI PENYEBARAN
INFORMASI DI MEDIA SOSIAL**

**Arini Bako¹, Mairani Nurmala², Sari Nora Hanifa³, Suryaman⁴, Syifa Awalia⁵,
Ahmad Tamrin Sikumbang⁶**

¹Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sumatera Utara, Medan, Indonesia
Email : arini.bako@gmail.com

²Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sumatera Utara, Medan, Indonesia
Email : mayranicantik@gmail.com

³Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sumatera Utara, Medan, Indonesia
Email : Norahanifag11@gmail.com

⁴Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sumatera Utara, Medan, Indonesia
Email : Surya050606@gmail.com

⁵Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sumatera Utara, Medan, Indonesia
Email : Syifa1546awallia@gmail.com

⁶Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sumatera Utara, Medan, Indonesia
Email : ahmadtamrinsikumbang@uinsu.ac.id

ABSTRAK

Jurnal ini mendalami peran etika komunikasi Islam dalam menyikapi penyebaran informasi di media sosial sebagai solusi strategis untuk menghadapi berbagai permasalahan komunikasi digital. Penelitian ini melibatkan analisis mendalam terhadap prinsip-prinsip etika komunikasi dalam Islam, seperti kejujuran (sidq), tabayyun (verifikasi informasi), tanggung jawab, serta larangan ghibah dan fitnah. Metodologi penelitian menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi literatur untuk mengidentifikasi relevansi dan penerapan nilai-nilai etika komunikasi Islam dalam konteks media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik komunikasi yang berlandaskan nilai-nilai Islam mampu meminimalisir penyebaran hoaks, meningkatkan kualitas interaksi sosial, serta menciptakan ruang digital yang lebih sehat dan beretika. Implikasi dari temuan ini adalah bahwa penerapan etika komunikasi Islam dapat membangun kesadaran moral pengguna media sosial, meningkatkan kepercayaan publik, serta memperkuat ukhuwah Islamiyah. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap kajian komunikasi Islam dengan menjelaskan bagaimana etika komunikasi Islami dapat diintegrasikan sebagai fondasi dalam menciptakan komunikasi digital yang bertanggung jawab dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Etika Komunikasi Islam, Media Sosial, Tabayyun, Hoaks, Komunikasi Digital

ABSTRACT

This journal explores the role of Islamic communication ethics in responding to the dissemination of information on social media as a strategic solution to address various digital communication issues. The study involves an in-depth analysis of the principles of Islamic communication ethics, such as honesty (sidq), verification (tabayyun), responsibility, and the prohibition of backbiting and slander. The research methodology employs a qualitative approach through literature study to identify the relevance and application of Islamic ethical values in the context of social media. The results indicate that communication practices grounded in Islamic values can minimize the spread of hoaxes, improve the quality of social interactions, and create a healthier and more ethical digital environment. The implications of these findings suggest that the implementation of Islamic communication ethics can enhance users' moral awareness, build public trust, and strengthen Islamic brotherhood. This study

contributes to the field of Islamic communication by explaining how Islamic communication ethics can be integrated as a foundation for responsible and sustainable digital communication.

Keywords: Islamic Communication Ethics, Social Media, Verification, Hoax, Digital Communication

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan aspek penting dalam kehidupan manusia yang berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, pembentukan pemahaman, serta interaksi sosial. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, pola komunikasi mengalami perubahan yang signifikan, khususnya dengan hadirnya media sosial sebagai ruang komunikasi digital. Media sosial memungkinkan setiap individu untuk menyebarkan informasi secara cepat dan luas tanpa batasan ruang dan waktu.

Namun, kemudahan tersebut tidak selalu diiringi dengan kesadaran etika dalam berkomunikasi. Fenomena yang berkembang saat ini menunjukkan maraknya penyebaran hoaks, ujaran kebencian, serta informasi yang tidak dapat dipertanggungjawabkan. Kondisi ini menunjukkan adanya krisis etika komunikasi di ruang digital, di mana pengguna lebih mengutamakan kecepatan dalam menyampaikan informasi dibandingkan dengan kebenarannya. Hal ini tentu dapat menimbulkan dampak negatif, seperti konflik sosial dan menurunnya kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang beredar.

Dalam perspektif Islam, komunikasi tidak hanya dipandang sebagai aktivitas sosial, tetapi juga sebagai bagian dari akhlak yang memiliki dimensi moral dan spiritual. Islam mengajarkan bahwa setiap perkataan harus mengandung kebenaran, kebaikan, dan tidak merugikan orang lain. Prinsip-prinsip seperti kejujuran (sidq), keadilan ('adl), serta tanggung jawab menjadi landasan utama dalam etika komunikasi Islam.

Selain itu, Islam juga menekankan pentingnya tabayyun, yaitu melakukan klarifikasi terhadap informasi sebelum menyebarkannya. Prinsip ini menjadi sangat relevan dalam konteks media sosial, di mana informasi dapat dengan mudah tersebar tanpa verifikasi yang jelas. Kurangnya penerapan tabayyun sering kali menyebabkan penyebaran informasi yang tidak benar dan berpotensi menimbulkan kesalahpahaman di masyarakat.

Etika komunikasi Islam juga menekankan larangan terhadap ghibah dan fitnah yang dapat merusak hubungan sosial. Dalam media sosial, praktik ini sering muncul dalam bentuk komentar negatif atau penyebaran informasi yang merugikan pihak lain. Oleh karena itu, penerapan etika komunikasi Islam menjadi sangat penting untuk menciptakan komunikasi yang sehat dan bertanggung jawab.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa etika komunikasi Islam memiliki peran penting dalam menyikapi penyebaran informasi di media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji konsep etika komunikasi Islam serta relevansinya dalam menghadapi tantangan komunikasi di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (*library research*). Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai konsep etika komunikasi Islam serta relevansinya dalam menyikapi penyebaran informasi di media sosial. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengkaji fenomena komunikasi digital secara komprehensif berdasarkan perspektif nilai-nilai Islam.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari Al-Qur'an dan hadis sebagai sumber utama dalam kajian etika komunikasi Islam. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai literatur yang relevan, seperti buku, jurnal ilmiah, artikel penelitian, serta karya-karya ilmiah yang membahas tentang etika komunikasi, media sosial, dan komunikasi Islam.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi, yaitu dengan mengumpulkan, membaca, dan menganalisis berbagai sumber literatur yang berkaitan dengan topik penelitian. Proses ini dilakukan secara sistematis untuk memperoleh data yang valid dan relevan, sehingga dapat mendukung analisis yang dilakukan dalam penelitian ini.

Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah analisis isi (*content analysis*), yaitu suatu metode yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengkaji, dan menginterpretasikan isi dari berbagai sumber data yang telah dikumpulkan. Analisis ini dilakukan dengan cara mengelompokkan

data berdasarkan tema-tema tertentu, seperti prinsip-prinsip etika komunikasi Islam, penerapan dalam media sosial, serta dampaknya terhadap kehidupan sosial masyarakat.

Dengan menggunakan metode ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas dan mendalam mengenai bagaimana etika komunikasi Islam dapat diterapkan sebagai pedoman dalam menyikapi penyebaran informasi di media sosial, serta bagaimana kontribusinya dalam menciptakan komunikasi digital yang lebih sehat dan bertanggung jawab.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hakikat Etika Komunikasi Islam dalam Konteks Media Sosial

Etika komunikasi Islam merupakan seperangkat nilai normatif yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadis yang mengatur bagaimana manusia menyampaikan pesan secara benar, baik, dan bertanggung jawab. Dalam perspektif Islam, komunikasi tidak hanya dipahami sebagai proses pertukaran informasi, tetapi juga sebagai bagian dari akhlak yang mencerminkan kualitas keimanan seseorang. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi dalam Islam memiliki dimensi moral dan spiritual yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari.

Dalam era digital, khususnya pada penggunaan media sosial, etika komunikasi Islam menghadapi tantangan yang semakin kompleks. Media sosial memberikan kebebasan kepada setiap individu untuk menyampaikan informasi tanpa adanya filter yang ketat. Kebebasan ini pada dasarnya merupakan peluang untuk menyebarkan kebaikan, namun dalam praktiknya sering kali disalahgunakan untuk kepentingan tertentu, seperti penyebaran informasi yang tidak benar, manipulasi opini publik, hingga penyebaran kebencian.

Lebih jauh, fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran nilai dalam komunikasi modern, di mana aspek kecepatan dan popularitas lebih diutamakan dibandingkan dengan kebenaran dan etika. Dalam kondisi seperti ini, etika komunikasi Islam hadir sebagai solusi yang mampu mengembalikan fungsi komunikasi kepada tujuan utamanya, yaitu menyampaikan kebenaran dan menciptakan kemaslahatan.

Dengan demikian, etika komunikasi Islam tidak hanya berfungsi sebagai pedoman normatif, tetapi juga sebagai sistem nilai yang mampu mengontrol perilaku komunikasi individu di tengah deras arus informasi digital. Penerapan etika ini menjadi sangat penting untuk menjaga kualitas komunikasi serta menciptakan lingkungan digital yang sehat dan harmonis.

2. Prinsip Tabayyun sebagai Mekanisme Verifikasi Informasi

Tabayyun merupakan konsep fundamental dalam Islam yang mengajarkan pentingnya melakukan klarifikasi atau verifikasi terhadap informasi sebelum menyebarkannya kepada orang lain. Prinsip ini memiliki urgensi yang sangat tinggi dalam era media sosial, di mana informasi dapat dengan mudah tersebar tanpa melalui proses validasi yang memadai.

Fenomena penyebaran hoaks yang marak terjadi menunjukkan bahwa banyak pengguna media sosial yang belum menerapkan prinsip tabayyun secara optimal. Informasi yang belum jelas kebenarannya sering kali langsung dibagikan tanpa mempertimbangkan sumber, konteks, maupun dampaknya. Hal ini tidak hanya menunjukkan kurangnya literasi digital, tetapi juga rendahnya kesadaran etika dalam berkomunikasi.

Dalam perspektif Islam, tabayyun bukan hanya sekadar tindakan teknis untuk memverifikasi informasi, tetapi juga merupakan bentuk tanggung jawab moral dalam menjaga kebenaran. Setiap individu dituntut untuk berhati-hati dalam menerima dan menyampaikan informasi agar tidak menimbulkan kerugian bagi orang lain.

Lebih lanjut, penerapan tabayyun dalam media sosial dapat dilakukan melalui beberapa langkah, seperti memeriksa kredibilitas sumber, membandingkan informasi dengan sumber lain yang terpercaya, serta tidak mudah terprovokasi oleh informasi yang bersifat emosional. Dengan demikian, tabayyun berfungsi sebagai mekanisme kontrol yang efektif dalam menjaga kualitas informasi dan mencegah penyebaran disinformasi di ruang digital.

3. Kejujuran (Sidq) dan Integritas dalam Komunikasi Digital

Kejujuran merupakan nilai fundamental dalam etika komunikasi Islam yang menjadi dasar dalam membangun kepercayaan dalam interaksi sosial. Dalam konteks media sosial, kejujuran tidak hanya berkaitan dengan isi informasi yang disampaikan, tetapi juga mencakup integritas individu dalam menyampaikan pesan secara objektif dan tidak manipulatif.

Krisis kejujuran dalam komunikasi digital dapat dilihat dari maraknya praktik penyebaran informasi yang dilebih-lebihkan, dipelintir, bahkan dipalsukan untuk kepentingan tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi di media sosial sering kali tidak didasarkan pada nilai-nilai etika, melainkan pada kepentingan pragmatis seperti popularitas dan keuntungan pribadi.

Dalam kajian etika komunikasi Islami, kejujuran merupakan fondasi utama dalam menciptakan komunikasi yang efektif dan harmonis. Tanpa kejujuran, komunikasi akan kehilangan makna dan berpotensi menimbulkan konflik serta ketidakpercayaan dalam masyarakat. Oleh karena itu, setiap individu harus menjadikan kejujuran sebagai prinsip utama dalam berkomunikasi, baik secara langsung maupun melalui media sosial. Kejujuran tidak hanya menciptakan kepercayaan, tetapi juga menjadi dasar dalam membangun hubungan sosial yang sehat dan berkelanjutan.

4. Larangan Ghibah, Fitnah, dan Ujaran Kebencian dalam Media Sosial

Islam secara tegas melarang segala bentuk komunikasi yang dapat merugikan orang lain, termasuk ghibah, fitnah, dan ujaran kebencian. Larangan ini bertujuan untuk menjaga kehormatan dan martabat manusia serta menciptakan hubungan sosial yang harmonis dan saling menghormati.

Dalam praktik media sosial, larangan ini sering kali diabaikan. Banyak pengguna yang dengan mudah menyebarkan informasi negatif, mengomentari kehidupan pribadi orang lain, bahkan menyebarkan berita yang tidak benar tanpa memikirkan dampaknya. Perilaku ini menunjukkan bahwa media sosial sering digunakan sebagai sarana untuk melampiaskan emosi tanpa mempertimbangkan etika komunikasi.

Dampak dari perilaku tersebut sangat signifikan, tidak hanya pada individu yang menjadi objek, tetapi juga pada masyarakat secara luas. Penyebaran ghibah dan fitnah dapat merusak reputasi, menimbulkan konflik, serta memperburuk hubungan sosial. Oleh karena itu, penting bagi setiap individu untuk memahami bahwa setiap komunikasi yang dilakukan memiliki konsekuensi moral yang harus dipertanggungjawabkan.

Dengan demikian, larangan ghibah dan fitnah dalam Islam bukan hanya bersifat normatif, tetapi juga memiliki tujuan sosial yang sangat penting, yaitu menjaga keharmonisan dan stabilitas dalam masyarakat.

5. Tanggung Jawab Moral dan Sosial dalam Komunikasi Digital

Dalam Islam, setiap individu memiliki tanggung jawab atas setiap perkataan dan tindakan yang dilakukan. Tanggung jawab ini tidak hanya bersifat sosial, tetapi juga spiritual, karena setiap perbuatan akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah SWT.

Dalam era media sosial, tanggung jawab ini menjadi semakin besar karena luasnya jangkauan komunikasi dan cepatnya penyebaran informasi. Setiap unggahan, komentar, dan pesan yang disampaikan dapat mempengaruhi opini publik serta berdampak pada kehidupan orang lain.

Penelitian menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan dengan penuh tanggung jawab dapat menciptakan lingkungan sosial yang sehat dan meningkatkan kualitas interaksi antar individu. Oleh karena itu, setiap pengguna media sosial harus memiliki kesadaran bahwa setiap tindakan komunikasi yang dilakukan memiliki konsekuensi yang harus dipertanggungjawabkan.

6. Kesantunan (Adab) sebagai Pilar Komunikasi Islami

Kesantunan merupakan salah satu nilai utama dalam etika komunikasi Islam yang mencerminkan akhlak dan kepribadian seseorang. Dalam media sosial, kesantunan dapat diwujudkan melalui penggunaan bahasa yang sopan, tidak provokatif, serta menghargai perbedaan pendapat.

Kurangnya kesantunan dalam komunikasi digital sering kali menjadi penyebab utama konflik di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi tidak hanya dipengaruhi oleh isi pesan, tetapi juga oleh cara penyampaian pesan tersebut. Dengan menjaga kesantunan dalam berkomunikasi, individu tidak hanya menciptakan suasana yang nyaman, tetapi juga memperkuat hubungan sosial dan meningkatkan kualitas interaksi.

7. Implementasi Etika Komunikasi Islam dalam Praktik Media Sosial

Penerapan etika komunikasi Islam dalam media sosial memerlukan kesadaran individu serta dukungan dari lingkungan sosial. Implementasi ini dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti melakukan verifikasi informasi, menggunakan bahasa yang baik, serta menghindari penyebaran konten negatif.

Media sosial dapat menjadi sarana dakwah yang efektif jika digunakan dengan prinsip-prinsip etika komunikasi Islam. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi dapat menjadi sarana kebaikan jika digunakan dengan bijak dan bertanggung jawab.

8. Dampak Etika Komunikasi Islam terhadap Kehidupan Sosial

Penerapan etika komunikasi Islam dalam media sosial memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kehidupan sosial masyarakat. Komunikasi yang dilakukan secara etis dapat menciptakan lingkungan digital yang sehat, meningkatkan kepercayaan, serta memperkuat solidaritas sosial.

Sebaliknya, komunikasi yang tidak beretika dapat menimbulkan konflik, perpecahan, serta menurunnya kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang beredar. Oleh karena itu, etika komunikasi Islam menjadi solusi penting dalam menghadapi tantangan komunikasi di era digital.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa etika komunikasi Islam memiliki peran yang sangat penting dalam menyikapi penyebaran informasi di media sosial. Prinsip-prinsip dasar seperti kejujuran (sidq), tabayyun (verifikasi informasi), tanggung jawab, kesantunan, serta larangan ghibah dan fitnah menjadi landasan utama dalam membangun komunikasi yang sehat dan beretika. Nilai-nilai tersebut tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga memiliki relevansi yang tinggi dalam menghadapi berbagai permasalahan komunikasi di era digital.

Penerapan etika komunikasi Islam dalam media sosial terbukti mampu meminimalisir penyebaran hoaks, meningkatkan kualitas interaksi sosial, serta memperkuat kepercayaan antar pengguna. Selain itu, etika komunikasi Islami juga berperan dalam menciptakan lingkungan digital yang lebih harmonis dan konstruktif. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran individu dan kolektif untuk menginternalisasi nilai-nilai etika komunikasi Islam dalam setiap aktivitas komunikasi, sehingga media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana yang membawa kebaikan dan kemaslahatan bagi masyarakat luas.

REFERENSI

- Arifin, Anwar. (2011). Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Aziz, Moh. Ali. (2004). Ilmu Dakwah. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fitri, Agus Zaenul. (2020). Pendidikan Karakter Berbasis Nilai dan Etika di Sekolah. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Hidayat, Komaruddin. (2015). Agama untuk Peradaban: Membumikan Etika dalam Kehidupan. Jakarta: Paramadina.
- Kholil, Syukur. (2006). Metodologi Penelitian Komunikasi. Bandung: Citapustaka Media.
- Mulyana, Deddy. (2010). Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. (2015). Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Puspitasari, Yuli. (2023). Etika komunikasi dalam perspektif Al-Qur'an. Jurnal Tabayyun, 5(2), 45-58.
- Rahmat, Jalaluddin. (2007). Psikologi Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Saleh, Muhammad. (2024). Etika komunikasi Islami dalam perspektif dakwah digital. Liwaul Dakwah: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, 14(1), 1-15.
- Shihab, M. Quraish. (2017). Wawasan Al-Qur'an: Tafsir Tematik atas Pelbagai Persoalan Umat. Bandung: Mizan.
- Sugiyono. (2007). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, Joko. (2020). Etika komunikasi Islami dalam interaksi sosial. Waraqat: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman, 5(1), 23-35.
- Yuliana, Rahmi. (2012). Peran komunikasi dalam meningkatkan kinerja organisasi. Jurnal STIE Semarang, 4(3), 12-25.
- Zaini, Ahmad. (2019). Etika komunikasi dalam Islam dan relevansinya di era digital. Jurnal Komunikasi Islam, 9(1), 67-80.

Ismail, Faisal. (2018). Komunikasi dakwah di era media sosial. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 12(2), 101–115.

Hefni, Harjani. (2017). *Komunikasi Islam*. Jakarta: Kencana.