

PANDANGAN AL-QUR'AN ETIKA DIGITAL: ANALISIS TEMATIK KOMUNIKASI DI MEDIA SOSIAL

Khairil Qadri¹, Saepul Anwar²

International Open University, Jakarta Selatan, Indonesia ^{1,2}

Email: Khairilqadri10081998@gmail.com¹, saepul.anwar@uinjkt.ac.id²

Abstract

Keywords:

*Qur'an,
Digital Ethics,
Communication,
Social Media*

The rapid advancement of digital technology, such as social media, has adapted the way humans communicate. Although it provides convenience in exchanging information and building social networks, social media also creates various ethical issues, such as the spread of hoaxes, hate speech, slander, and privacy violations. In this context, the Qur'an as a guide to Muslim life has fundamental teachings on communication ethics that are relevant to answering communication challenges in the digital age. The research aims to examine the values of digital ethics based on the Qur'anic perspective through a thematic interpretation approach. This research uses a descriptive qualitative method through content analysis techniques of the Qur'anic verses related to communication principles. The results show that the Qur'an teaches principles of communication ethics that are very relevant to the use of social media, both in maintaining personal ethics and in creating a healthy digital space. After reviewing the previous findings, it is concluded that there is no research that specifically uses the thematic tafsir approach. The findings contribute to the development of the concept of digital ethics based on Islamic values, and serve as a practical guide for Muslims to interact responsibly in the digital space

Abstrak

Kata Kunci :

*Al-Qur'an,
Etika Digital,
Komunikasi,
Media Sosial*

Pesatnya kemajuan teknologi digital, seperti media sosial, telah mengadaptasi cara manusia berkomunikasi. Meskipun memberikan kemudahan dalam bertukar informasi dan membangun jaringan sosial, media sosial juga melahirkan berbagai persoalan etika, seperti penyebaran hoaks, ujaran kebencian, fitnah, serta pelanggaran privasi. Dalam konteks ini, Al-Qur'an sebagai pedoman kehidupan umat Islam mempunyai ajaran fundamental mengenai etika komunikasi yang relevan untuk menjawab tantangan komunikasi di masa digital. Penelitian memiliki tujuan untuk mengkaji nilai-nilai etika digital berdasarkan perspektif Al-Qur'an melalui pendekatan tafsir tematik. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui teknik analisis isi terhadap ayat-ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan prinsip-prinsip komunikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Al-Qur'an mengajarkan prinsip-prinsip etika komunikasi yang sangat relevan diterapkan untuk

penggunaan media sosial, baik dalam menjaga etika personal maupun dalam menciptakan ruang digital yang sehat. Setelah menelaah berbagai temuan sebelumnya, maka disimpulkan bahwa tidak terdapat penelitian yang secara khusus menggunakan pendekatan tafsir tematik. Temuan ini memberikan kontribusi dalam pengembangan konsep etika digital berbasis nilai-nilai Islam, serta menjadi panduan praktis bagi umat Muslim dalam berinteraksi secara bertanggung jawab di ruang digital

This is an open access article under the [CC BY-NC-SA 4.0](#) license



PENDAHULUAN

Revolusi teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam seluruh aspek kehidupan, salah satunya adalah cara manusia berkomunikasi. Media sosial yang menjadi ruang interaksi sosial baru yang tidak hanya memudahkan penyebaran informasi, tetapi juga membentuk opini, identitas, dan bahkan perilaku masyarakat. Namun, dalam perkembangannya, media sosial tidak luput dari berbagai persoalan etika. Maraknya ujaran kebencian, penyebaran hoaks, fitnah, perundungan daring, hingga pelanggaran privasi menjadi tantangan serius yang perlu disikapi secara bijak (Rusliawan, dkk, 2024).

Seiring dengan pertumbuhan berbagai platform media sosial, semakin banyak pula kasus penyalahgunaan yang terjadi di dalamnya. Tindakan ini sangat merugikan bagi si korban, meskipun mereka hanya menjadi sasaran serangan dari orang-orang yang bahkan tidak dikenal. Situasi semacam ini dapat terjadi karena tidak adanya batasan dalam mengekspresikan pendapat di media sosial. Sementara itu, sudah ada regulasi yang tertuang dalam UU Nomor 11 Tahun 2008 mengenai Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) (Tampubolon, R. T. M., & Siregar, 2022).

Fenomena ini mencerminkan adanya krisis nilai dalam praktik komunikasi digital. Banyak pengguna media sosial yang abai terhadap etika dalam berinteraksi, sehingga berdampak pada keretakan sosial, polarisasi masyarakat, dan degradasi moral. Dalam konteks inilah pentingnya mengkaji kembali nilai-nilai etika komunikasi berdasarkan sumber nilai Islam yang paling fundamental, yaitu Al-Qurān.

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini berjudul “Etika Komunikasi dalam Al-Qurān (Telaah “7 Qaulan”)”. Hasil penelitian tersebut menegaskan bahwa prinsip-prinsip ini bukan hanya relevan dalam konteks komunikasi pada masa turunnya Al-Qur'an, tetapi juga memiliki signifikansi tinggi untuk membangun etika komunikasi di era modern, termasuk dalam interaksi di ruang publik dan media digital (Ariny, 2024). Kemudian penelitian selanjutnya juga menjelaskan “Bentuk-Bentuk Komunikasi Dalam Perspektif Al-Qurān Dan Implementasinya Terhadap Kehidupan Masyarakat” mengkaji bentuk-bentuk komunikasi dalam Al-Qurān dan relevansinya dalam kehidupan sehari-hari. Hasil penelitian tersebut menjadi landasan penting untuk memahami bahwa komunikasi dalam perspektif Al-Qur'an tidak hanya berorientasi pada penyampaian pesan secara efektif, tetapi juga mempertimbangkan nilai moral, empati, dan kebermanfaatan (Anam, H., & Kusumawati, 2023). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada beberapa aspek yaitu segi topik



khusus, segi basis tafsir tematik, aspek integrasi Maqāṣid al-Syarī‘ah, hal bahasan praktis seperti hoaks dan ujaran kebencian dan segi sumber tafsir klasik.

Setelah menelaah berbagai temuan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa belum terdapat kajian yang secara khusus menggunakan pendekatan tafsir tematik (*tafsīr mawdū‘ī*) untuk menganalisis etika komunikasi digital dalam perspektif Al-Qur'an secara mendalam. Penelitian ini menawarkan kebaruan dalam beberapa hal. Pertama, dari segi pendekatan, penelitian ini menggunakan metode tafsir tematik untuk mengkaji ayat-ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan etika komunikasi digital secara sistematis dan terstruktur. Kedua, dari segi fokus, penelitian ini menitikberatkan pada analisis etika komunikasi di era media sosial, sebuah topik yang masih jarang dibahas melalui pendekatan tematik terhadap ayat-ayat Al-Qur'an. Ketiga, penelitian ini mengintegrasikan nilai-nilai Qur'ani dengan menggali prinsip-prinsip komunikasi etis, untuk dijadikan pedoman dalam berinteraksi di ruang digital modern.

Tujuan dari penelitian ialah memberi jawaban rumusan masalah yang telah disusun peneliti. Secara umum, penelitian memiliki tujuan yaitu mengkaji dan meneliti pandangan Al-Qurān tentang etika digital melalui pendekatan tafsir tematik. Dibawah ini tujuan khusus dari penelitian ini ialah sebagai berikut: menjelaskan pandangan Al-Qurān mengenai prinsip-prinsip etika dalam komunikasi, mengidentifikasi nilai-nilai etika komunikasi yang ada pada ayat-ayat Al-Qurān yang relevan terhadap fenomena komunikasi di era media sosial, menganalisis relevansi dan penerapan nilai-nilai etika komunikasi Qurāni dalam praktik bermedia sosial dan menunjukkan kontribusi pendekatan tafsir tematik dalam merumuskan konsep etika digital Islam yang kontekstual dan aplikatif.

Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi model konseptual dalam mengembangkan teori etika komunikasi Islam berbasis naš. Sebagian besar teori komunikasi yang beredar di masyarakat saat ini masih bersumber dari perspektif Barat sekuler, yang mengesampingkan dimensi spiritual dan wahyu dalam pembentukan etika komunikasi. Penelitian ini juga memberikan kontribusi bagi lembaga penyelenggara da'wah dalam merumuskan kebijakan konten yang sesuai dengan maqaṣid asy-syarī‘ah.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini tergolong dalam penelitian kualitatif kepustakaan (library research) menggunakan pendekatan tematik tafsir (tafsir mawdū‘ī). Penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk meneliti secara detail pandangan Al-Qurān mengenai etika digital dalam konteks komunikasi di era media sosial. Pendekatan tematik digunakan karena memungkinkan peneliti menggali dan memperoleh ayat-ayat yang berhubungan dengan nilai-nilai etika dan komunikasi, kemudian mengaitkannya dengan realitas kontemporer dalam dunia digital. Instrumen utama pada penelitian ini ialah peneliti itu sendiri (human instrument). Sumber informasi dalam penelitian ini diklasifikasikan menjadi dua jenis: sumber primer yaitu Al-Qurān al-Karīm dan Kitab-kitab tafsir, antara lain: *Jāmi‘ al-Bayān fī Ta’wīl al-Qurān* karya At-Ṭabari. *Al-Jāmi‘ li Aḥkām Al-Qurān* karya Al-Qurtubi. *Tafsīr al-Qurān al-‘Aẓīm* karya Ibn Kašīr. Fath Al-Qadir Karya Asy-Syaukani. sumber sekunder yaitu artikel-artikel jurnal ilmiah yang relevan dan buku-buku akademik yang mendalami konsep etika digital, komunikasi sosial, dan nilai-nilai Islam dalam era teknologi. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan: menentukan tema utama yakni Pandangan Al-Qurān Tentang Etika Digital: Analisis Tematik Atas Komunikasi Di Era Digital, menelusuri ayat-ayat Al-Qurān yang berkaitan



dengan topik komunikasi, mengumpulkan penafsiran dari kitab-kitab tafsir yang otoritatif terhadap ayat-ayat yang telah dipilih, mencari dan menelaah referensi sekunder dari jurnal, tesis, disertasi, dan buku akademik yang membahas isu-isu komunikasi Islam dan etika digital dan mengkategorikan ayat-ayat dan temuan berdasarkan tema-tema etika komunikasi. Data yang terkumpul, selanjutnya dianalisa memakai analisis tematik tafsīr (tafsīr mawdū‘ī).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tabel 1. Hasil Kajian

No	Hasil Kajian	Keterangan
1	Tabayyun dan verifikasi informasi dalam Al-Qur'an	Prinsip ini ditegaskan secara eksplisit dalam Q.S. Al-Hujurāt: 6, yang menjadi fokus utama dalam pembahasan ini.
2	Larangan gibah, fitnah dan Nanimah dalam komunikasi digital	Prinsip ini ditegaskan secara eksplisit dalam Q.S. Al-Hujurāt: 12 tentang larangan gibah, Q.S An-Nur: 19 tentang larangan fitnah dan peristiwa Ifk, Q.S Al-Qalam: 10-11 tentang larangan nanimah, yang menjadi fokus utama dalam pembahasan ini.
3	Qaulan Sadidan, Qaulan Layyinah, Qaulan Baliqan, Qaulan Kariman dan Qaulan Ma'rufan dalam etika komunikasi digital	Prinsip ini ditegaskan secara eksplisit dalam Q.S. Al-Ahzab: 70 tentang Qaulan Sadidan, Q.S Taha: 44 tentang Qaulan Layyinah, Q.S An-Nisa: 63 tentang Qaulan Baliqan, Q.S Al-Isra': 23 tentang Qaulan Kariman, Q.S An-Nisa: 5 tentang Qaulan Ma'rufan, yang menjadi fokus utama dalam pembahasan ini.
4	Kejujuran dan amanah digital dalam perspektif Al-Qur'an	Prinsip ini ditegaskan secara eksplisit dalam Q.S. At-Taubah: 119 tentang kejujuran, Q.S Al-Ahzab: 72 tentang amanah, yang menjadi fokus utama dalam pembahasan ini.
5	Menjaga kehormatan dan privasi perspektif Al-Qur'an di era digital	Prinsip ini ditegaskan secara eksplisit dalam Q.S. Al-Hujurāt: 12, Q.S An-Nur: 19 dan Q.S Al-Isra': 36, yang menjadi fokus utama dalam pembahasan ini.
6	Dakwah digital dan amar ma'ruf nahi mungkar dalam perspektif Al-Qur'an dan Komunikasi Islam Kontemporer	Prinsip ini ditegaskan secara eksplisit dalam Q.S. Ali-Imran: 110, Q.S An-Nahl: 125 dan Q.S At-Taubah: 71, yang menjadi fokus utama dalam pembahasan ini.

Pembahasan

Tabayyun dan Verifikasi Informasi dalam Al-Qur'an

Fenomena informasi yang masif dan tidak tersaring menjadi salah satu ciri utama media sosial saat ini. Banyak kasus di Indonesia membuktikan bahwa hoaks dan disinformasi menjadi ancaman serius. Menurut data Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) pada tahun 2018 - 2023, terdapat lebih dari 12.547 konten hoaks yang berhasil diturunkan. Mayoritas berkaitan dengan politik, kesehatan, dan isu keagamaan. Kasus hoaks vaksinasi COVID-19 misalnya, menyebabkan ketidakpercayaan publik dan penolakan terhadap program pemerintah (Liputan6.com, 2024).

Selain itu, penyebaran informasi palsu telah menyebabkan kekerasan sosial. Dalam beberapa kasus, masyarakat melakukan persekusi terhadap individu berdasarkan informasi yang ternyata tidak benar. Contoh lainnya adalah tersebarnya video editan yang



memicu kemarahan publik karena dianggap menghina agama, padahal narasinya sengaja diputarbalikkan.

Hanya orang-orang fasiklah yang mengingkari hal tersebut. Kriteria orang yang fasik yaitu sesat, ingkar kepada ayat-ayat Allah SWT, berpaling dari janji, keji dan jahat, hati yang keras, membuat dan menyebarkan kebohongan (hoaks) dan melupakan Allah SWT (Hafizzullah, 2020). Jika ada datang seorang fasik membawa suatu berita yang penting, maka bersungguh-sungguhlah mencari kejelasan, yakni telitilah kebenaran informasinya dengan menggunakan berbagai cara, agar kamu tidak menimpa suatu musibah kepada suatu kaum tanpa pengetahuan tentang keadaan yang sebenarnya dan yang pada gilirannya dan dengan segera menyebabkan kamu atas perbuatan kam itu beberapa saat saja setelah terungkap hal yang sebenarnya menjadi orang-orang yang menyesal atas tindakan yang keliru.

Media sosial menjadikan setiap individu sebagai "jurnalis", tetapi tanpa kode etik jurnalistik. Inilah mengapa prinsip tabayyun harus kembali ditegakkan. Verifikasi bukan hanya tanggung jawab media, tapi juga tanggung jawab pengguna. Dalam literatur akademik, konsep tabayyun telah dibahas sebagai bagian penting dari komunikasi Islam.

Jamal Mildad mengungkapkan prinsip tabayyun harus ditegakkan menjelaskan bahwasanya:

Dalam jurnal *SOURCE: Jurnal Ilmu Komunikasi* menekankan bahwa prinsip tabayyun bukan hanya etika personal, tetapi menjadi landasan dalam komunikasi massa Islami. Ia menyatakan bahwa Muslim yang menyampaikan informasi tanpa verifikasi telah melanggar prinsip syariah komunikasi. Tabayyun menjadi penyangga utama integritas informasi dalam masyarakat Muslim (Mildad, 2018).

Faisal Syarifudin menjelaskan pentingnya menjadikan prinsip tabayyun bagian dari budaya komunikasi digital:

Dalam jurnal *KOMUNIKASI* bahwa kualitas informasi berkorelasi langsung dengan kepercayaan publik. Ketika individu gagal menerapkan tabayyun, maka masyarakat kehilangan fondasi bersama dalam membangun pemahaman kolektif. Ini dapat memicu polarisasi sosial, propaganda, dan konflik terbuka. Ia menekankan pentingnya menjadikan prinsip ini bagian dari budaya komunikasi digital Muslim (Syarifudin, 2019).

Samsir menjelaskan prinsip tabayyun yang harus diintegrasikan dalam kurikulum literasi digital:

Dalam jurnal *TAFASIR* mengajukan pendekatan baru bahwa tabayyun seharusnya diintegrasikan dalam kurikulum literasi digital Islami. Ia menekankan bahwa penyebaran hoaks bukan sekadar kesalahan teknis, tapi dosa sosial. Menurutnya, Muslim modern harus menjadikan Al-Qurān sebagai basis etika bermasyarakat dan tabayyun sebagai nilai utama dalam siklus informasi (Samsir, S., & Yusril, 2024).

Tabayyun penting untuk dijaga dalam komunikasi digital. Hal ini sesuai dengan firman Allah Swt. dalam Surah Al-Hujurāt ayat 6:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبِيٍّ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَلٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَذِيرِينَ

Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu.

Melalui ayat di atas dan penafsiran para ulama klasik dan kontemporer, serta

didukung oleh literatur akademik dan data faktual di lapangan, dapat disimpulkan bahwa tabayyun merupakan nilai esensial yang harus dijaga dan diamalkan oleh setiap Muslim khususnya dalam komunikasi digital.

Revitalisasi nilai ini menjadi sangat penting ketika kita hidup di zaman post-truth, di mana persepsi lebih dipercaya ketimbang fakta. Dengan menjadikan tabayyun sebagai prinsip utama bermedia sosial, umat Islam tidak hanya menjaga martabat pribadi, tetapi juga berkontribusi dalam menciptakan tatanan masyarakat yang adil, damai, dan berakhhlak mulia.

Larangan Gibah, Fitnah dan Namimah dalam Komunikasi Digital

Saat ini, gibah digital hadir dalam bentuk konten gosip, thread Twitter tentang aib tokoh publik, hingga penyebaran informasi pribadi seseorang tanpa izin. Di TikTok, tidak sedikit video yang “menguliti” artis atau bahkan teman sekolah sendiri. Konten tersebut kemudian viral dan memancing komentar ribuan orang, yang sebagian besar menghujat.

Fitnah digital lebih berbahaya. Misalnya, penyebaran hoaks tentang vaksin COVID-19, atau tuduhan palsu terhadap tokoh agama. Banyak kasus masyarakat menolak vaksin karena percaya bahwa itu “agenda Yahudi”. Misinformasi seperti ini menimbulkan keresahan, memperlambat pemulihan, bahkan menelan korban jiwa.

Namimah digital adalah akun yang menyebarkan informasi antar kelompok untuk memicu konflik. Misalnya, mengadu domba ormas Islam atau memanaskan konflik antar umat beragama. Banyak kasus media sosial digunakan untuk memperuncing perbedaan keyakinan atau pandangan politik. Bahkan, di grup WhatsApp keluarga pun terjadi perpecahan hanya karena berita hoaks yang bersumber dari “katanya”.

Kominfo melaporkan bahwa sepanjang 2018 - 2023, lebih dari 12.547 konten hoaks ditemukan di Indonesia. Di antaranya, 31% adalah hoaks kesehatan, 28% politik, dan sisanya fitnah personal (Liputan6.com, 2024). Ini menunjukkan bahwa larangan gibah dan fitnah dalam Al-Qurān sangat relevan dan harus diterapkan sebagai fondasi etika digital Muslim.

Fenomena gibah, fitnah, dan namimah di media sosial mengalami eskalasi dalam berbagai bentuk. Penyebaran komentar kasar, narasi palsu, hingga serangan personal yang dikemas dalam konten humor atau sindiran merupakan wajah baru dari pelanggaran etika komunikasi Islami. Budaya “cancel culture”, “body shaming”, dan “exposure” yang menyebar cepat melalui TikTok, Twitter (X), dan Instagram adalah bentuk nyata dari penyimpangan prinsip komunikasi yang diajarkan Al-Qur’ān.

Putra menjelaskan pentingnya memahami larangan gibah dan fitnah dalam komunikasi digital:

Dalam jurnal *Mafatih* menyatakan bahwa term “hoaks” dalam media sosial adalah representasi modern dari konsep buhtān (kebohongan) dan ifk (fitnah). Ia menekankan pentingnya memahami bahwa menyebar informasi tanpa verifikasi sama buruknya dengan menjadi pelaku fitnah itu sendiri. Dalam konteks digital, setiap Muslim memiliki tanggung jawab untuk tidak hanya menghindari, tetapi juga mencegah penyebaran konten hoaks (Rahmat _, & Putra, 2021).

Setiyanto menjelaskan bentuk gibah dan fitnah dalam etika komunikasi digital: Bahwa istilah Gībah dan fitnah bukan hanya praktik lisan, tetapi juga mencakup teks dan gambar. Dalam dunia modern, tulisan yang merusak nama baik seseorang juga termasuk dalam definisi ini. Ia menyarankan agar edukasi etika komunikasi Islam diintegrasikan dalam literasi digital sejak dulu (Setiyanto, 2019).

Hendra menjelaskan hikmah nilai-nilai komunikasi Islam dalam da'wah digital: Dalam jurnal *Hikmah* membahas nilai-nilai komunikasi Islami dalam da'wah digital. Ia menyebutkan bahwa da'wah tanpa adab lisān, tanpa menghindari Gībah dan fitnah, justru menjadi kontra-produktif. Penggunaan media sosial sebagai sarana da'wah harus menjunjung tinggi nilai empati, kejujuran, dan tanggung jawab (Hendra, 2021).

Larangan gībah, fitnah, dan namīmah dalam Al-Qurān bukan hanya bersifat moralistik, tetapi juga preventif terhadap kehancuran sosial. Dalam era media sosial, di mana semua orang bisa menyebar informasi dalam hitungan detik, larangan ini menjadi semakin mendesak. Perintah Allah SWT untuk menghindari Gībah (Q.S. Al-Ḥujurāt: 12).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظُّنُنِ إِنَّ بَعْضَ الظُّنُنِ إِثْمٌ وَلَا تَجْسِسُوا وَلَا يَعْتَبِرُ
بَعْضُكُمْ بَعْضًا أَيْحُبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلْ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرْهُنُمُوهُ ۝ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۝ إِنَّ اللَّهَ
تَوَابُ رَّحِيمٌ

Wahai orang-orang yang beriman! Jauhilah banyak dari prasangka, sesungguhnya sebagian prasangka itu dosa. Dan janganlah kamu mencari-cari kesalahan orang lain, dan janganlah ada di antara kamu yang menggunjing sebagian yang lain. Apakah ada di antara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Tentu kamu merasa jijik. Dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah Maha Penerima tobat, Maha Penyayang.

Perintah Allah SWT untuk menolak fitnah (Q.S. An-Nūr: 19).

إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشْيَعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ ۝
وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ

Sesungguhnya orang-orang yang suka agar (berita) perbuatan yang amat keji itu tersiar di kalangan orang-orang yang beriman, bagi mereka azab yang pedih di dunia dan di akhirat. Dan Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.

Perintah Allah SWT untuk mengcam namimah (Q.S. Al-Qalam: 10–11).

وَلَا تُطِعْ كُلَّ حَلَّافٍ مَّهِينٍ (١٠) هَمَّازٍ مَّشَاءٍ بِنَمِيمٍ (١١)

Dan janganlah engkau patuhi setiap orang yang banyak bersumpah lagi hina, yang suka mencela, yang kian ke mari menyebarkan fitnah.

Oleh karena itu, Muslim perlu menjadikan prinsip-prinsip ini sebagai dasar dalam berkomunikasi secara digital. Penggunaan media sosial tidak boleh menghilangkan tanggung jawab moral. Sebaliknya, media sosial justru harus menjadi lahan ibadah dan da'wah yang penuh hikmah. Menjaga lisan dalam bentuk digital yaitu jari dan pikiran adalah bagian dari menjaga kehormatan, ukhuwah, dan kebenaran.

Qaulan Sadīdan, Qaulan Layyinān, Qaulan Balīqān, Qaulan Karīman dan Qaulan Ma'rūfān dalam Etika Komunikasi Digital

Menurut Faridah menjelaskan prinsip dan etika komunikasi digital sesuai dengan prinsip Al-Qur'an:

Lembaga-lembaga pemerintah dan ormas Islam yang mengadopsi prinsip-prinsip ini cenderung memiliki komunikasi organisasi yang damai, harmonis, dan produktif. Hal ini membuktikan bahwa prinsip Al-Qurān dapat diinstitusionalisasikan, bukan hanya dalam pribadi Muslim, tetapi dalam struktur sosial yang lebih luas (Faridah, F., dkk, 2023).

Lima konsep ucapan yang disebutkan Al-Qur'an *qaulan sadīdan*, *qaulan layyinān*, *qaulan balīqān*, *qaulan karīman* dan *qaulan ma'rūfān* mewakili spektrum



etika komunikasi yang menyeluruh. Jika *qaulan sadīdan* berfokus pada integritas isi, maka *qaulan layyinān* menekankan kehalusan penyampaian, *qaulan balīghān* mengedepankan dampak persuasif dan efektivitas komunikasi, *qaulan karīmān* menekankan *aspek internal* (sikap hati: hormat, rendah hati) dan *qaulan ma'rūfān* menekankan *aspek eksternal* (konten dan cara berbicara yang diterima secara sosial). Kelimanya membentuk kerangka komunikasi Islami yang bukan hanya benar secara isi, tetapi juga etis dan strategis secara penyampaian.

Dalam konteks media sosial, kelima konsep ini bisa diimplementasikan sebagai model etika digital Islami. Misalnya, *qaulan sadīdan* menuntut kejujuran dalam membuat pernyataan dan menghindari narasi manipulatif. *Qaulan layyinān* penting untuk meredam konflik dalam kolom komentar atau diskusi daring, mencegah eskalasi emosi dan menjaga kesantunan. *Qaulan balīghān* menjadi landasan dalam membuat konten da'wah yang komunikatif, menyentuh hati audiens, dan relevan secara budaya. *Qaulan karīmān* menjadi landasan dalam komunikasi digital antar generasi yang menanggapi guru/orang tua di media sosial. *Qaulan ma'rūfān* mendorong komunikasi yang tidak menyakiti, bahkan dalam kondisi memberi/menolak permintaan.

Al-Qurān adalah kitab yang bukan hanya berisi hukum, tetapi juga seni komunikasi. *Qaulan Sadīdan*, *Layyinān*, *Balīghān*, *Karīmān* dan *Ma'rūfān* merupakan pilar penting dalam membentuk perilaku digital umat Islam yang bermoral, bijak, dan strategis. Kelima prinsip ini bukan hanya konsep ideal, tetapi sangat aplikatif untuk media sosial, da'wah digital, hubungan sosial, dan pendidikan.

Dunia digital adalah medan da'wah baru. Jika tidak diisi oleh nilai-nilai Qurāni, maka akan dikuasai oleh kekerasan verbal, fitnah, dan kebohongan. Oleh karena itu, setiap Muslim harus menjadikan jari-jarinya sebagai lisan digital yang santun, jujur, dan menyentuh.

Kejujuran dan Amanah Digital dalam Perspektif Al-Qur'an

Dalam riset Satria Wiranata & Dhofin, ditemukan bahwa kurangnya tabayyun, *riya'*, dan tidak bertanggung jawab atas konten yang dibagikan menjadi pelanggaran terhadap nilai-nilai kejujuran dan amanah dalam bermedia sosial (Wiranata, S., & Dhofin, 2023).

Contoh nyata adalah maraknya praktik clickbait, hoaks, dan pemalsuan identitas di platform seperti TikTok dan Twitter. Dalam kasus konten viral yang menyebarkan kebencian atas dasar potongan video yang dimanipulasi, pelakunya telah mengabaikan prinsip *shiddiq* dan amanah secara bersamaan.

Hal ini diperkuat oleh riset Febriani yang menunjukkan bahwa hanya influencer yang menerapkan prinsip *shiddiq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathanah* yang berhasil membangun kepercayaan audiens secara berkelanjutan (Febriani, S., Sriwahyuni, E., & Muttaqin, 2023).

Nilai kejujuran dan amanah dalam Al-Qurān memiliki relevansi tinggi dalam konteks komunikasi digital. Ketika nilai ini diabaikan, maka bukan hanya etika individu yang rusak, tapi juga tatanan sosial ikut terpengaruh. Integrasi nilai Qurāni dalam etika digital bukan sekadar tuntutan normatif, tapi menjadi kebutuhan mendesak dalam membangun masyarakat madani digital.

Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya menjadikan *shiddiq* dan amanah sebagai fondasi dalam membangun ekosistem media sosial yang etis, adil, dan bertanggung jawab.

Menjaga Kehormatan dan Privasi Al-Qur'an di Era Digital

Dalam laporan tahun 2023 oleh Kominfo, lebih dari 5.000 laporan terkait pelanggaran privasi digital masuk hanya dalam satu semester. Kasus doxing aktivis, penyebaran foto pribadi, hingga body shaming terhadap tokoh publik menjadi bukti bahwa masyarakat belum sepenuhnya memahami urgensi menjaga kehormatan dalam dunia digital.

Studi oleh Wiranata & Dhofin menegaskan bahwa mayoritas netizen tidak memahami bahwa membagikan konten aib, meskipun tersedia publik, tetapi termasuk Gībah dan pelanggaran terhadap amanah sosial (Wiranata, S., & Dhofin, 2023).

Menjaga kehormatan dan privasi bukan sekadar akhlak individu, tetapi bentuk nyata ketundukan pada ajaran Al-Qurān. Ketika media sosial telah menjadi bagian dari hidup sehari-hari, setiap Muslim harus memperkuat kesadarannya untuk tidak mencela, mengintai, menyebar aib, atau memermalukan sesama. Ayat-ayat Al-Qurān yang melarang tajassus, Gībah, dan ifk bukan hanya berlaku di ruang fisik, tapi juga di ruang virtual.

Dengan menjadikan *hifz al-‘ird* sebagai prinsip utama dalam berkomunikasi digital, umat Islam akan mampu menciptakan ruang maya yang aman, adil, dan bermartabat bagi semua.

Dakwah Digital dan Amar Ma'ruf Nahi Mungkar dalam Perspektif Al-Qur'an dan Komunikasi Islam Kontemporer

Da'wah digital adalah bagian dari perubahan lanskap peradaban umat manusia. Islam yang sejak awal memuliakan ilmu dan komunikasi kini dihadapkan pada medan baru, yakni ruang digital. Dalam ruang ini, tidak hanya pesan yang disampaikan berubah bentuk, tetapi juga cara menyimak, menanggapi, dan memaknai pesan itu sendiri. Da'wah digital menuntut kecakapan ganda: menguasai substansi keagamaan dan memahami dinamika teknologi serta budaya komunikasi.

Konsep amar ma'ruf nahi mungkar yang menjadi jantung dari da'wah Islam, jika tidak dikawal dengan nilai-nilai hikmah, kasih sayang, dan keilmuan, akan mudah tergelincir menjadi alat penghukuman sosial di media. Banyak yang mengklaim sedang berda'wah padahal sedang mencaci. Banyak yang menyebut sedang menegakkan syariat, padahal melukai martabat sesama Muslim. Maka, pendekatan tematik Qurān yang dikembangkan dalam penelitian ini menegaskan: Islam mendorong penyampaian pesan kebaikan dengan cara yang baik pula.

Dengan merujuk pada QS. An-Nahl: 125.

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۖ وَجَاهِلُهُمْ بِالِّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۖ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۖ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهَنَّدِينَ

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik, dan bantahlah mereka dengan cara yang paling baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dia-lah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya, dan Dia-lah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.

Dan QS. Ali Imran: 110.

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرَ جَبَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَنَهَايُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ ۖ مِنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka. Di



antara mereka ada yang beriman, namun kebanyakan mereka adalah orang-orang fasik.

Melalui tafsir klasik dan teori komunikasi kontemporer, kita mendapatkan kerangka holistik bahwa da'wah digital adalah kewajiban kolektif yang harus dilakukan dengan akhlak mulia. Jika amar ma'ruf nahi munkar dilakukan secara hikmah, maka ruang digital dapat menjadi perpanjangan dari peradaban Islam yang rahmatan lil 'ālamīn.

Penelitian ini menunjukkan bahwa da'wah bukan semata menyampaikan ayat, tetapi menyampaikan dengan niat, metode, dan akhlak yang sesuai. Di tengah era media sosial yang dipenuhi konflik, algoritma sensasi, dan budaya komentar pedas, umat Islam ditantang untuk membawa nilai kedamaian dan kebijaksanaan.

Dengan memahami prinsip maqāṣid al-syarī'ah dan menerapkannya dalam etika komunikasi digital, maka da'wah bukan hanya akan membimbing, tetapi juga memulihkan. Ia hadir bukan sekadar untuk benar, tetapi juga untuk memperbaiki. Ia bukan alat untuk menyalahkan, melainkan sarana membangun komunitas beriman yang cerdas dan santun.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa prinsip-prinsip komunikasi dalam Al-Qurān memberikan fondasi yang kuat untuk membangun etika digital di era modern. Tidak hanya membimbing umat Islam secara teologis, Al-Qurān juga menawarkan panduan praktis dalam menghadapi realitas media sosial yang kompleks. Etika Qurāni hadir tidak hanya sebagai pedoman moral, tetapi juga sebagai solusi strategis dalam merespons tantangan disinformasi, kebencian daring, dan degradasi komunikasi publik.

Lebih dari itu, penelitian ini menyiratkan pentingnya kolaborasi antara ulama, konten kreator, dan akademisi dalam merumuskan model da'wah digital yang tidak hanya berbasis dalil, tetapi juga berbasis strategi, teknologi, dan psikologi komunikasi. Dengan begitu, da'wah digital dapat menjawab kebutuhan zaman tanpa kehilangan substansi keislaman.

Penelitian ini juga membuka peluang metodologis baru untuk kajian tafsir digital, di mana data besar (big data), algoritma pencarian ayat, dan analitik media sosial dapat dijadikan alat bantu dalam membaca ulang Al-Qurān untuk kebutuhan umat kekinian. Maka, masa depan da'wah bukan hanya ada di mimbar, tetapi juga di algoritma.

Dengan menggunakan pendekatan tematik terhadap ayat-ayat Al-Qurān, penelitian ini mengelaborasi bagaimana etika Qurāni seperti ṣidq (kejujuran), tabayyun (verifikasi informasi), qaulan layyinah (lemah lembut), dan ḥifz al-'ird (menjaga kehormatan) dapat ditransformasikan menjadi pedoman berkomunikasi di media sosial. Etika ini tidak bersifat kaku dan statis, melainkan fleksibel, aplikatif, dan mampu menjawab kebutuhan umat dalam merespon fenomena kontemporer seperti hoaks, ujaran kebencian, cyberbullying, dan fitnah digital.

Komunikasi di era media sosial telah beralih dari sekadar interaksi sosial menjadi ekspresi identitas, penyebaran ideologi, bahkan alat politik dan ekonomi. Dalam konteks ini, da'wah dan amar ma'ruf nahi munkar harus tampil tidak hanya sebagai ritual keagamaan, tetapi sebagai sistem komunikasi yang berlandaskan rahmah (kasih sayang), hikmah (kebijaksanaan), dan hujjah (argumen yang ilmiah). Ayat-ayat seperti QS. An-Nahl: 125 dan QS. Ali 'Imran: 110 menunjukkan bahwa da'wah yang santun dan berbasis ilmu memiliki legitimasi kuat dalam Al-Qurān.

Penelitian ini juga menyoroti pentingnya maqāṣid al-syarī'ah sebagai kerangka

etis dan fungsional dalam membingkai da'wah digital. Dengan menjaga lima pokok maqāṣid (agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta), ruang digital bisa ditata menjadi medan da'wah yang menyehatkan, bukan ladang konflik dan kebencian. Hal ini penting karena tantangan di era digital bukan hanya keterbatasan informasi, melainkan juga krisis adab dan kedangkalan spiritual. Lebih lanjut, studi ini menunjukkan bahwa da'wah digital harus bersifat kolaboratif dan multidisipliner. Keberhasilan da'wah bukan hanya ditentukan oleh kelengkapan dalil, tetapi juga oleh kemampuan komunikasi, pemahaman tren media, dan sensitivitas sosial.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa etika komunikasi dalam Al-Qurān adalah sumber nilai yang mampu memberi arah dalam dunia digital yang penuh tantangan. Islam sebagai agama da'wah harus mampu beradaptasi dengan dinamika zaman tanpa kehilangan nilai aslinya. Maka, da'wah digital yang Qurāni bukan hanya tentang menyampaikan kebenaran, tetapi tentang menyampaikannya dengan cara yang tepat, santun, dan bermanfaat bagi seluruh umat manusia.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa etika digital dari perspektif Al-Qurān adalah bentuk modern dari ajaran klasik yang penuh hikmah. Umat Islam perlu membumikan nilai-nilai tersebut dalam perilaku digital sehari-hari, agar komunikasi tidak hanya benar secara hukum, tetapi juga indah secara adab.

DAFTAR PUSTAKA

- Anam, H., & Kusumawati, R. (2023). Bentuk-Bentuk Komunikasi dalam Perspektif Al-Qurān dan Implementasinya Terhadap Kehidupan Masyarakat. *Journal of Da'wah*, 2(2), 231–256. <https://doi.org/10.32939/jd.v2i2.3170>
- Ariny Izzata Diny, N. : 21202012008. (2024). Etika Komunikasi Dalam Al-Qurān (Telaah “7 Qaulan”). In *Masters*, *UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/63495/>
- Faridah, F., Ruslan, R., Said, N. M., & Yusuf, M. (2023). Teori Komunikasi Dalam Perspektif Komunikasi Islam. *Jurnal Kajian Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.47435/retorika.v5i1.1753>
- Febriani, S., Sriwahyuni, E., & Muttaqin, F. (2023). Efektivitas Review Produk di TikTok Dalam meningkatkan Minat Beli Mahasiswa UINFAIS Bengkulu Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Keislaman*, 6(2), Article 2. <https://doi.org/10.54298/jk.v6i2.3928>
- Hafizzullah. (2020). Respon Al-Qur'an terhadap Orang-orang Fasik. *Majalah Ilmu Pengetahuan Dan Pemikiran Keagamaan Tajdid*, 23(1), 28–37.
- Hendra, T. (2021). Etika Komunikasi Dalam Berda'wah. *Hikmah*, 15(1), Article 1. <https://doi.org/10.24952/hik.v15i1.3225>
- Hidayat, T. (2024). Studi Analisis Keberhasilan Integrasi Pembelajaran Sosiologi Dengan Nilai-Nilai Islam Dalam Membina Karakter Islami. *Indonesian Journal of Humanities and Social Sciences*, 5(4), 1977–1992.
- Liputan6.com. (2024). *Kominfo Tangani 12.547 Hoaks hingga 2023, Paling Banyak Terkait Isu Kesehatan*. <https://www.liputan6.com/cek-fakta/read/5499184/kominfo-tangani-12547-hoaks-hingga-2023-paling-banyak-terkait-isu-kesehatan>
- Mildad, J. (2018). Komunikasi Massa Dalam Perspektif Islam (Kajian Terhadap Alquran pada Ayat-ayat Tabayyun). *SOURCE : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.35308/source.v2i2.300>
- Rahmat _, & Putra, H. (2021). Term-Term Hoaks Dalam Al-Qur'An (Relasi Antara



- Firman Tuhan Dan Media Sosial Perspektif Tafsir). *Mafatih*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.24260/mafatih.v1i1.391>
- Rusliawan, S., Ghifarina, Fathia Marlintang, Srikandi, Bunga, & Hatami, W. (2024). Student Perceptions About Cyberbullying in the Digital Era. *JEDLISH : Journal of Education and English Language Teaching*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.61664/jedlish.v4i2.171>
- Samsir, S., & Yusril, M. (2024). Konsep Tabayyun Dalam Al-Quran Analisis Terhadap Fenomena Penyebaran Hoax Di Media Sosial. *Tafasir: Journal of Quranic Studies*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.62376/tafasir.v2i2.41>
- Setiyanto, D. A. (2019). Hoax: Teks dan Konteks dalam Al-Quran. *Indonesian Journal of Religion and Society*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.36256/ijrs.v1i1.5>
- Syarifudin, F. (2019). Urgensi Tabayyun dan Kualitas Informasi dalam Membangun Komunikasi. *Al-Kuttab : Jurnal Kajian Perpustakaan, Informasi Dan Kearsipan*, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.24952/ktb.v1i2.1994>
- Tampubolon, R. T. M., & Siregar, P. A. S. (2022). Pentingnya Etika dalam Bermedia Sosial. *Jurnal Hukum Indonesia*, 1(1), 30–33. <https://doi.org/10.58344/jhi.v1i1.3>
- Wiranata, S., & Dhofin, A. R. (2023). Etika Komunikasi Muslim Dalam Bermedia Sosial Perspektif Hadits. *JOISCOM (Journal of Islamic Communication)*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.36085/joiscom.v4i2.6048>

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Konsonan

Arab	Latin	Arab	Latin
ا	Tidak dilambangkan	ط	ṭ
ب	b	ظ	ẓ
ت	t	ع	‘
ث	ṣ	غ	G
ج	j	ف	F
ح	ḥ	ق	Q
خ	kh	ك	K
د	d	ل	L
ذ	ẓ	م	M
ر	r	ن	N
ز	z	و	W
س	s	ه	h
ش	sy	ء	‘
ص	ṣ	ي	Y
ض	ḍ		

Vokal

Vokal Tunggal

Arab	Nama	Latin	Contoh Arab	Dibaca
ُ	<i>fathah</i>	a	كَتَبَ	Kataba
ُ	<i>kasrah</i>	i	ضُرِبَ	ḍuriba
ُ	<i>dammaḥ</i>	u	نَعْدَ	na’budu

Vokal panjang (*maddah*)

Arab	Nama	Latin	Contoh Arab	Dibaca
ُ	<i>fathah</i>	ā	مَالِكٌ	Mālik
ِ	<i>kasrah</i>	ī	قَيْلَةٌ	Qīla
ُ	<i>damma</i>	ū	رَسُولُنَا	Rasūlūn

Vokal Rangkap

Tanda Baca	Keterangan	Ditulis
ْي	Fathah + ya mati	<i>ai</i>
ْأ	Fathah + ya mati	<i>au</i>

Syaddah (Tasydid)

Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan (ال) yakni “al”. Dalam transliterasinya terbagi dua, yaitu:

- a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah, ditransliterasikan dengan huruf yang sama dengan huruf setelahnya. Contoh: **النَّبَوَيَّةُ** an-nabawiyyah.
 - b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qomariyah, ditransliterasikan sesuai bunyi aslinya. Contoh: **البَرَيَّةُ** al-bariyyah.

Singkatan

ed.	= Editor
H	= Hijriah
H.R.	= Hadis Riwayat
M	= Tahun Masehi
no.	= Nomor
p.	= page (halaman)
pp.	= multi page (lebih dari satu halaman)
Q.S.	= Al-Quran Surat
r.a.	= Rādiyallāhu ‘anhu
SAW	= șallallāhu ‘alaihi wa sallam
SWT	= subhānahu wa ta’ala
terj.	= Terjemah
tp.	= Tahun Penerbit
tt.	= Tanpa Tempat
tth.	= Tanpa Tahun
W	= Wafat

