



AKHLAK ISLAM DALAM INTERAKSI MEDIA SOSIAL: PANDUAN BERETIKA DI ERA DIGITAL

Aston Fitranta

Universitas Pendidikan Indonesia; astonakuaston@gmail.com

Received date: 16 Mei 2025; Accepted date: 23 Juli 2025; Published Date: 30 Desember 2025;

Abstract

The rapid development of social media has introduced novel ethical challenges for Muslims interacting in digital spaces. This study aims to identify Islamic moral principles relevant to social media use, assess users' compliance levels, and formulate a practical ethical guideline for the digital era. Employing a descriptive-comparative literature review, the research examines the Quran (QS. Al-Hujurāt [49]:6), Prophetic traditions, Indonesia's 1945 Constitution Articles 28F & 28J(2), and prior studies. Findings reveal four core principles: information verification, ṣidq (truthfulness), ḥayā' (modesty), and ta'āwun (mutual assistance). A three-stage ethical model pre-posting, during interaction, and post-interaction is developed to curb the spread of hoaxes, slander, and hate speech. Theoretical implications enrich the Islamic digital ethics discourse by integrating maqāṣid al-syarī'ah with contemporary media theory, while practical implications yield an Islamic digital literacy module for educational and da'wah institutions. Policy recommendations include crafting a collaborative "Islamic Digital Ethics Code" involving regulators, Islamic organizations, and social media platforms.

Keywords: *Islamic Ethics, Social Media Ethics, Information Verification, Digital Etiquette, Maqasid al- Syari'ah.*

Introduction

Perkembangan pesat media sosial telah mengubah cara manusia berinteraksi; secara global, terdapat lebih dari 5,24 miliar pengguna media sosial pada awal 2025, tumbuh 4,1 persen selama setahun terakhir menurut Social Network Usage and Growth Statistics (2025) [Backlinko](#). Di Indonesia, diperkirakan lebih dari 200 juta penduduk aktif menggunakan media sosial setiap bulan pada 2024, menjadikan platform digital sebagai bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari menurut Data statistic pengguna media sosila di Indonesia (2024) Akudigital. Bersamaan dengan itu, penetrasi internet di Indonesia mencapai 79,5 persen pada 2024, naik dari 78,2 persen pada tahun sebelumnya, yang membuka kesempatan sekaligus tantangan dalam penyebaran informasi menurut GoodStats (2024).

Sisi gelap peningkatan akses informasi ini adalah maraknya konten hoaks dan disinformasi. Sepanjang 2023, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) menanggapi 1.615 kasus hoaks yang tersebar di berbagai situs web dan platform digital menurut GoodStats (2024), sedangkan sejak Agustus 2018 hingga Desember 2023 jumlah total konten hoaks yang diidentifikasi mencapai 12.547 kasus dari sumber Databoks (2024). Selain itu, ujaran kebencian, fitnah, dan pelanggaran privasi semakin marak, memicu kerentanan sosial dan psikologis masyarakat. Secara konstitusional, setiap warga negara Indonesia memiliki hak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi menurut UUD 1945 Pasal 28F; namun, kebebasan tersebut dibatasi oleh Pasal 28J ayat (2) yang mensyaratkan penghormatan terhadap nilai moral, agama, keamanan, dan ketertiban umum. Hal ini menegaskan bahwa kebebasan berekspresi di ranah digital harus disertai tanggung jawab dan kepatuhan terhadap norma hukum dan sosial. Dalam perspektif Islam, Al-Qur'an menekankan pentingnya verifikasi informasi sebelum disebarkan, sebagaimana firman Allah:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

“Wahai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah, agar kamu tidak mencelekaikan suatu kaum karena kebodohan, yang akhirnya kamu menyesal atas perbuatanmu.” (QS. Al-Hujurat [49]:6)

Demikian pula, Nabi Muhammad SAW mengajarkan adab berbicara: “Barang siapa beriman kepada Allah dan Hari Kiamat, hendaklah ia berkata yang baik atau diam.” (HR. Muslim). Dalam perspektif Islam, komunikasi merupakan bagian dari amal perbuatan yang memiliki dimensi moral dan spiritual. Al-Qur'an dan Sunnah telah menetapkan prinsip-prinsip akhlak yang mengatur interaksi sosial, seperti kejujuran (ṣidq), kehati-hatian dalam menyampaikan informasi (tabayyūn), berkata baik atau diam, menjaga kehormatan diri dan orang lain (ḥifz al-'ird), serta larangan ghibah dan fitnah. Prinsip-prinsip tersebut bersifat universal dan tetap relevan untuk diterapkan dalam konteks interaksi digital. Namun, realitas bermedia sosial menunjukkan bahwa prinsip akhlak Islam tersebut belum sepenuhnya terinternalisasi dalam praktik komunikasi daring. Anonimitas, budaya viral, dan kecepatan arus informasi sering mendorong perilaku impulsif yang mengabaikan pertimbangan etis.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji etika bermedia sosial dari perspektif Islam. Abdillah (2021) menekankan kewajiban verifikasi informasi sebagaimana diisyaratkan dalam QS. Al-Ḥujurāt [49]:6, sementara Qibty (2023) menegaskan pentingnya adab bicara berdasarkan hadis Nabi sebagai landasan etika komunikasi digital. Najib, Avivah, dan Rosyida (2023) menemukan bahwa nilai kejujuran, kesopanan, dan keadilan dalam komunikasi digital sering terkikis oleh anonimitas dan lemahnya kontrol sosial. Pendekatan konseptual juga dikembangkan melalui paradigma sosial profetik (Islamy, 2021) yang menekankan integrasi nilai dakwah, keadilan, dan kasih sayang, serta analisis tahlīlī Surah Al-Ḥujurāt (Luqman, 2022) yang merumuskan prinsip verifikasi informasi dan saling menghormati sebagai fondasi etika digital Islami.

Meskipun demikian, sebagian besar kajian tersebut masih bersifat normatif-deskriptif dan belum secara sistematis mengukur tingkat kepatuhan pengguna media sosial terhadap prinsip-prinsip akhlak Islam, khususnya dalam konteks Indonesia. Selain itu, kajian yang mengintegrasikan nilai akhlak Islam dengan kerangka *maqāṣid al-syarī'ah*, regulasi nasional, dan praktik literasi digital modern masih relatif terbatas. Padahal, penelitian Parwitasari dkk. (2022) menunjukkan adanya hubungan antara tingkat pendidikan agama dan kesadaran etika digital, sementara Prasetyo (2021) menekankan pentingnya sinergi antara hukum positif dan prinsip *syar'ī* dalam penanganan hoaks dan ujaran kebencian.

Berdasarkan celah penelitian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi prinsip-prinsip akhlak Islam yang relevan bagi interaksi media sosial berdasarkan Al-Qur'an, menganalisis tingkat kepatuhan pengguna media sosial di Indonesia terhadap prinsip-prinsip tersebut, serta mengkaji faktor-faktor yang mendukung dan menghambat implementasi akhlak Islami dalam ruang digital. Selain itu, penelitian ini berupaya mengembangkan model panduan praktis etika digital berbasis akhlak Islam yang kontekstual dan aplikatif.

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian etika digital Islam melalui sintesis antara norma Al-Qur'an, *maqāṣid al-syarī'ah*, dan teori etika komunikasi modern. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman bagi pengguna media sosial, khususnya pelajar dan mahasiswa, dalam membangun interaksi digital yang santun dan bertanggung jawab, serta memberikan masukan bagi lembaga pendidikan dan pembuat kebijakan dalam penguatan literasi dan etika bermedia sosial.

Methods

Metode penelitian ini bersifat kualitatif dengan pendekatan deskriptif-komparatif dan berfokus pada kajian literatur. Pertama, penulis mengumpulkan sumber primer berupa teks Al-Qur'an (terutama QS. Al-Ḥujurāt [49]:6 dan keseluruhan Surah Al-Ḥujurāt sebagaimana dianalisis Luqman, 2022), Hadis Nabi Muhammad SAW tentang adab bicara (HR. Muslim), serta pasal-pasal UUD 1945 (Pasal 28F dan Pasal 28J ayat 2) yang mengatur hak dan tanggung jawab warga negara dalam memperoleh dan menyebarkan informasi.

Selanjutnya, penulis meninjau sumber sekunder dari berbagai kajian empiris dan normatif: (Abdillah., 2021) tentang hukum dan etika interaksi media sosial, (Qibty., 2023) dalam perspektif hadis, (Najib dkk., 2023) pada etika komunikasi digital, (Islamy., 2021) dengan paradigma sosial

profetik, serta studi tentang pergeseran nilai etika (Uswatun Kasanah dkk., 2022), literasi digital santri (Agusta dkk., 2025), kesadaran hukum pengguna (Parwitasari dkk., 2022), penanganan hoaks (Prasetyo., 2021), dan integrasi nilai Pancasila (Ayun & Islamy., 2021). Semua teks ini dianalisis untuk memetakan prinsip-prinsip akhlak Islam yang relevan bagi interaksi di media sosial.

Dalam teknik pengumpulan data, penulis melakukan studi dokumen dan review literatur sistematis mencatat ayat-ayat, hadis, dan regulasi serta mengklasifikasikan temuan-temuan empiris dari jurnal dan tesis. Proses analisis data meliputi langkah deskriptif, yaitu mendeskripsikan nilai-nilai akhlak seperti verifikasi informasi, *ḥayā'* (rasa malu), *ṣidq* (kejujuran), dan *ta'āwun* (tolong-menolong) berdasarkan masing-masing sumber, serta langkah komparatif dengan membandingkan penekanan dan implikasi penerapan prinsip-prinsip tersebut antarsumber. Dalam konteks komparatif, difokuskan kepada beberapa onjek utama yaitu : (1) perbandingan normatif antara prinsip-prinsip etika komunikasi yang bersumber dari Al- Qur'an dan Hadis dengan norma hukum positif dalam UUD 1945, khususnya dalam memaknai kebebasan berekspresi dan batas-batas tanggung jawab digital; (2) perbandingan konseptual antara nilai-nilai akhlak Islam (seperti *tabayyūn*, *ṣidq*, dan *ḥayā'*) dengan konsep etika komunikasi digital modern yang dikemukakan dalam literatur kontemporer; serta (3) perbandingan implikatif antara pendekatan normatif-teologis dan temuan empiris terkait perilaku pengguna media sosial, guna melihat kesesuaian, perbedaan penekanan, dan potensi integrasi keduanya dalam merumuskan panduan etika bermedia sosial yang kontekstual dan aplikatif.

Hasil perbandingan ini kemudian disintesis menjadi kerangka panduan praktis beretika di era digital. Untuk memastikan validitas dan keandalan, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber mengombinasikan data normatif (Al-Qur'an, Hadis, UUD) dengan data empiris (literatur akademis) dan menjaga audit trail dengan mendokumentasikan setiap tahap identifikasi, pemilihan, dan interpretasi teks, sehingga alur dan keputusan analisis dapat ditelusuri oleh peneliti lain.

Result and Discussion

Gambaran Umum Perilaku Pengguna

Analisis literatur menunjukkan bahwa pengguna media sosial di Indonesia cenderung memanfaatkan platform digital sebagai sarana utama interaksi sosial dan penyebaran informasi secara cepat. Media sosial tidak lagi sekadar menjadi ruang hiburan, tetapi telah bertransformasi menjadi arena pembentukan opini publik, ekspresi identitas, serta mobilisasi sosial. Namun, kecepatan arus informasi yang menjadi keunggulan utama media sosial juga menghadirkan konsekuensi etis yang serius. Dorongan untuk menjadi yang tercepat dalam membagikan informasi sering kali mengalahkan kehati-hatian dalam memverifikasi kebenaran konten, sehingga hoaks dan ujaran kebencian mudah tersebar luas (Parwitasari dkk., 2022).

Selain persoalan verifikasi, fenomena anonimitas dalam ruang digital turut membentuk pola perilaku pengguna. Ketika identitas personal tidak sepenuhnya terekspos, sebagian pengguna merasa terbebas dari kontrol sosial dan moral, sehingga lebih berani mengekspresikan agresivitas

verbal, melakukan trolling, atau menyerang pihak lain tanpa mempertimbangkan dampaknya. Kondisi ini berkontribusi pada menurunnya kualitas dialog digital dan melemahnya etika komunikasi (Najib dkk., 2023). Meski demikian, literatur juga mencatat adanya kelompok pengguna tertentu—khususnya santri dan aktivis dakwah—yang menunjukkan tingkat kesadaran etis lebih tinggi. Kelompok ini cenderung menerapkan adab Islami dalam berinteraksi, seperti menjaga tutur kata, menghindari provokasi, dan menahan diri dari konflik terbuka (Agusta dkk., 2025). Temuan ini mengindikasikan bahwa perilaku etis di media sosial sangat dipengaruhi oleh tingkat internalisasi nilai keagamaan dan pendidikan akhlak.

Prinsip-Prinsip Akhlak Islam yang Muncul

Dari kajian QS. Al-Ḥujurāt [49]:6, hadis “Katakan yang baik atau diam” (HR. Muslim), serta sintesis pemikiran para peneliti sebelumnya (Abdillah, 2021), muncul empat prinsip utama akhlak Islam yang relevan untuk interaksi media sosial. Pertama, prinsip verifikasi informasi sebelum berbagi (*tabayyūn*), yang menekankan pentingnya kehati-hatian epistemologis dalam menghadapi banjir informasi digital. Prinsip ini berfungsi sebagai benteng awal untuk mencegah kerusakan sosial akibat informasi yang keliru atau menyesatkan.

Kedua, prinsip *ṣidq* (kejujuran) menuntut konsistensi antara fakta, niat, dan cara penyampaian informasi. Dalam konteks media sosial, *ṣidq* tidak hanya berarti tidak berbohong secara eksplisit, tetapi juga menghindari manipulasi, framing provokatif, dan penyebaran informasi parsial yang berpotensi menyesatkan. Ketiga, prinsip *ḥayāʾ* (rasa malu) berperan sebagai mekanisme kontrol moral internal yang mencegah pengguna memproduksi atau menyebarkan konten negatif, merendahkan, atau merusak martabat diri dan orang lain. Keempat, prinsip *taʾwun* (tolong-menolong) mendorong pemanfaatan media sosial sebagai sarana menyebarkan kebaikan dan meluruskan kesalahan informasi secara konstruktif (Luqman, 2022; Qibty, 2023). Keempat prinsip ini berakar pada *maqāṣid al-syarīʿah*, khususnya perlindungan kehormatan dan jiwa manusia, sehingga memberikan landasan normatif yang kuat bagi etika digital Islami (Islamy, 2021).

Pelanggaran Etika dan Solusinya

Literatur menunjukkan bahwa pelanggaran etika yang paling menonjol dalam interaksi digital meliputi penyebaran hoaks, fitnah (*ghibah*), dan ujaran kebencian. Pelanggaran ini umumnya terjadi karena rendahnya kesadaran verifikasi informasi serta melemahnya empati terhadap dampak sosial dari komunikasi digital (Prasetyo, 2021). Meskipun regulasi hukum telah disiapkan untuk menindak pelanggaran tersebut, pendekatan represif semata dinilai belum cukup efektif tanpa diiringi pembinaan kesadaran etis.

Berbagai solusi yang diusulkan dalam kajian terdahulu menekankan pendekatan preventif dan edukatif. Abdillah (2021) dan Najib dkk. (2023) menekankan penerapan prinsip “check before share” berbasis QS. Al-Ḥujurāt [49]:6 sebagai langkah awal membangun budaya verifikasi. Qibty (2023) merekomendasikan penguatan literasi media melalui modul berbasis hadis tentang adab bicara, sementara penguatan sanksi sosial yang konstruktif dalam komunitas daring dinilai dapat memperkuat nilai *ḥayāʾ*. Selain itu, pendidikan profetik yang menekankan pembenahan niyyah sebelum berinteraksi di ruang digital dipandang penting untuk membangun kesadaran etis yang

bersifat internal dan berkelanjutan (Islamy, 2021).

Model Panduan Beretika

Berdasarkan sintesis komparatif literatur, model panduan praktis etika digital Islami dapat dirumuskan dalam tiga tahap utama. **Pertama**, tahap pra-posting menekankan verifikasi informasi sebagaimana diamanatkan QS. Al-Hujurat [49]:6 serta refleksi niat (*niyyah*) menurut paradigma profetik (Islamy, 2021). Tahap ini berfungsi sebagai filter moral awal sebelum seseorang terlibat dalam arus komunikasi digital. **Kedua**, tahap saat interaksi menekankan penerapan adab bicara sebagaimana diajarkan dalam hadis Nabi, serta penghindaran ghibah dan ujaran kebencian (Prasetyo, 2021). Pada tahap ini, etika komunikasi diwujudkan dalam bentuk kesantunan, pengendalian emosi, dan penghormatan terhadap perbedaan. **Ketiga**, tahap pasca-interaksi menekankan klarifikasi apabila terjadi kesalahpahaman, sikap tolong-menolong dalam meluruskan informasi (*ta'awun*), serta kesadaran akan pertanggungjawaban moral dan hukum sesuai dengan UUD 1945 Pasal 28J ayat (2) (Abdillah, 2021; Parwitasari dkk., 2022).

Implikasi Teoritis

Secara teoretis, temuan ini memperkaya khazanah kajian etika digital Islami dengan mengintegrasikan norma-norma syar'i berbasis maqāṣid al-syari'ah dan teori etika media modern. Model deskriptif-komparatif ini menegaskan bahwa adab tradisional Islam tidak hanya relevan, tetapi juga mutlak diperlukan dalam merespons tantangan etika komunikasi di era digital yang semakin kompleks (Uswatun Kasanah dkk., 2022).

Implikasi Praktis

Secara praktis, panduan etika digital Islami ini berpotensi dijadikan modul literasi digital di pesantren dan institusi pendidikan keagamaan. Modul tersebut dapat dikembangkan dalam bentuk simulasi studi kasus hoaks, ghibah, dan ujaran kebencian yang disertai rujukan ayat Al-Qur'an dan hadis, sehingga peserta didik tidak hanya memahami aspek teknis media sosial, tetapi juga menginternalisasi nilai akhlak dalam praktik nyata (Agusta dkk., 2025). Dengan pendekatan ini, diharapkan angka pelanggaran etika di platform media sosial dapat ditekan secara signifikan.

Rekomendasi Kebijakan

Berdasarkan temuan dan sintesis literatur, penelitian ini merekomendasikan kolaborasi antara Kementerian Komunikasi dan Informatika, organisasi kemasyarakatan Islam, dan pengembang platform digital untuk merumuskan "Kode Etik Digital Islami" yang selaras dengan UUD 1945 Pasal 28F dan 28J ayat (2). Regulasi konten sebaiknya tidak hanya menekankan sanksi hukuman, tetapi juga mengedepankan sanksi edukatif yang mendorong perbaikan perilaku pengguna berdasarkan prinsip-prinsip akhlak Islam (Ayun & Islamy, 2021). Selain itu, audit regulasi secara berkala diperlukan untuk menyesuaikan kebijakan dengan dinamika media sosial dan perkembangan pemikiran keislaman kontemporer.

Conclusion

Berdasarkan tinjauan literatur terhadap Al-Qur'an (QS. Al-Hujurat [49]:6), hadis Nabi Muhammad SAW (HR. Muslim), dan sejumlah kajian termasuk (Abdillah., 2021), (Qibty., 2023), (Najib dkk., 2023), serta Luqman (2022) penelitian ini berhasil mengidentifikasi empat prinsip akhlak Islam inti untuk interaksi di media sosial: verifikasi informasi, kejujuran (ṣidq), rasa malu (ḥayā'), dan tolong-menolong (ta'āwun). Dengan menggunakan pendekatan deskriptif-komparatif terhadap regulasi UUD 1945 Pasal 28F & 28J(2) dan temuan empiris (Parwitasari dkk., 2022; Agusta dkk., 2025), model panduan praktis dikembangkan dalam tiga tahap: pra-posting, saat interaksi, dan pasca-interaksi. Implikasi teoritis dari kajian ini memperluas kerangka etika digital Islami dengan memadukan maqāṣid al-syari'ah dan teori etika media modern, sedangkan implikasi praktisnya menghadirkan modul literasi digital yang aplikatif bagi lembaga pendidikan dan komunitas dakwah. Rekomendasi kebijakan menekankan perlunya "Kode Etik Digital Islami" yang disusun kolaboratif antara regulator, ormas Islam, dan penyedia platform, serta penerapan sanksi edukatif dan audit regulasi berkala. Dengan demikian, panduan ini diharapkan tidak hanya membentengi masyarakat dari hoaks dan ujaran kebencian, tetapi juga menumbuhkan kesadaran etis yang berakar pada ajaran Islam dalam setiap aktivitas bermedia sosial.

Lebih jauh, pengembangan panduan etika digital Islami ini menegaskan bahwa integrasi antara nilai-nilai akhlak Islam, kerangka konstitusional negara, dan dinamika teknologi digital bukanlah upaya yang saling bertentangan, melainkan saling melengkapi. Akhlak Islam menyediakan fondasi moral internal yang membentuk kesadaran individu, sementara regulasi negara berfungsi sebagai instrumen eksternal untuk menjaga keteraturan sosial. Dalam konteks ini, keberadaan "Kode Etik Digital Islami" tidak dimaksudkan sebagai formalisasi ajaran agama dalam ruang publik digital, tetapi sebagai kontribusi etika keagamaan yang bersifat universal, kontekstual, dan inklusif. Dengan menekankan pendekatan edukatif, kolaboratif, dan berkelanjutan, panduan ini berpotensi membentuk budaya bermedia sosial yang tidak hanya patuh secara hukum, tetapi juga matang secara moral, sehingga interaksi digital dapat menjadi sarana penguatan nilai kemanusiaan, keharmonisan sosial, dan tanggung jawab kolektif di era digital.

References

- Agusta, G. E., Astriawati, N., Santosa, P. S., & Widyanto, H. (2025). Edukasi Bijak Bermedsos: Membangun Literasi Digital untuk Santri Cerdas dan Beretika. *Al Mu'azarah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 100-109.
- Ayun, Q., & Islamy, A. (2021). Nilai-nilai Pancasila dalam Fikih Media Sosial. *KOMUNIKASIA: Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 1(2), 1-20.
- Islamy, A. (2021). Paradigma Sosial Profetik dalam Bermuamalah di Media Sosial. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah FDIK IAIN Padangsidempuan*, 3(1), 83-104.
- Luqman, M. (2022). Etika Bermedia Sosial dalam Al-Qur'an (Analisis Tahlili Terhadap Surah al-Hujurat) (Doctoral dissertation, Institut PTIQ Jakarta).

- Najib, A. A., Avivah, S., & Rosyida, E. (2023). Etika Komunikasi Media Sosial Dalam Prespektif Islam. *Journal Of Dakwah Management*, 2(01), 239-247.
- Parwitasari, T. A., Supanto, S., Ismunarno, I., Budyatmojo, W., & Sulistyanta, S. (2022). Kesadaran hukum dan etika dalam menggunakan media sosial. *Gema Keadilan*, 9(1), 57-69.
- Prasetyo, N. C. A. (2021). Penanganan Berita Bohong (Hoax) Yang Mengandung Ujaran Kebencian Ditinjau Dari Hukum Pidana dan Hukum Islam (Master's thesis, Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia)).
- Qibty, A. S. (2023, May). Etika Bermedsos dalam Perspektif Hadits. In *Gunung Djati Conference Series* (Vol. 24, pp. 493-510).
- Uswatun Kasanah, S., Rosyadi, Z., Nurngaini, I., & Wafa, K. (2022). Pergeseran Nilai-nilai Etika, Moral dan Akhlak Masyarakat di Era Digital. *SINDA: Comprehensive Journal of Islamic Social Studies*, 2(1), 68-73.