

**ETIKA KOMUNIKASI DI MEDIA SOSIAL PERSPEKTIF  
ALQURAN**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Agama (S.Ag) Pada Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam**

**Oleh :**

**NUR KHAIRUNNISA**

**NIM: 0403161016**

**PROGRAM STUDI  
ILMU ALQURAN DAN TAFSIR**



**FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**SUMATERA UTARA**

**MEDAN**

**2021**

## ABSTRAK



Nama : Nur Khairunnisa  
Nim : 0403161016  
Fakultas : Ushuluddin dan Studi Islam  
Jurusan : Ilmu Alquran dan Tafsir  
Judul Skripsi : Etika Komunikasi di Media Sosial  
Perspektif Alquran  
Pembimbing I : Drs. H. Abdul Halim, M.A  
Pembimbing II : Drs. H. Syukri, M.Ag

Skripsi ini membahas tentang Etika Komunikasi di Media Sosial Perspektif Alquran, dengan rumusan masalah Apakah yang dimaksud etika komunikasi dalam Alquran, Ayat-ayat apa saja yang menjelaskan etika komunikasi, Bagaimana etika komunikasi di media sosial dalam Alquran.

Penelitian ini merupakan penelitian perpustakaan (*library research*). Dengan cara mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan penelitian ini, kemudian diuraikan berdasarkan data-data yang diperoleh dan dianalisis. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan cara mengumpulkan buku, kitab dan artikel yang berkaitan dengan judul.

Tujuan dalam penulisan ini adalah untuk mengetahui dan mencermati petunjuk Alquran tentang pentingnya etika komunikasi khususnya dalam menggunakan media sosial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika komunikasi di media sosial merupakan hal yang sangat penting. Karena nilai, acuan, maupun pedoman etika komunikasi dalam menggunakan media sosial haruslah selaras agar terciptanya komunikasi yang baik. Sebagaimana manusia bukan hanya sekedar menjadi konsumen pesan, namun juga menjadi produsen pesan yang tersebar masif melalui media digital.

Media sosial berkaitan dengan penyampaian pesan/infromasi terhadap khalayak. Oleh karena itu, jika media sosial tidak beretika atau berperilaku buruk, salah, atau tidak tepat yang menjadi korban juga adalah khalayak banyak orang.

Islam telah mengatur tata cara berkomunikasi dengan baik, dan sangat mengecam orang yang menggunakan lisannya untuk perkataan yang buruk di dalam hadis Rasulullah Saw., menyatakan bahwa “*Barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari pembalasan, hendaknya ia mampu mengucapkan perkataan yang baik, atau bila ia tidak sanggup maka lebih baik ia diam.*” (HR. Muslim)”

**SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI**

**Skripsi Berjudul**  
**ETIKA KOMUNIKASI DI MEDIA SOSIAL PERSPEKTIF ALQURAN**

Oleh  
**NUR KHAIRUNNISA**  
**Nim: 0403161016**

Dapat Disetujui dan disahkan sebagai persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Agama (S.Ag) pada Program Studi Ilmu Alquran dan Tafsir Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam UIN Sumatera Utara

Medan, 19 Januari 2021

Pembimbing I



**Drs. H. Abdul Halim, MA**

**196307312000031001**

Pembimbing II



**Drs. H. Syukri, M.Ag**

**195711141996031001**

## SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING

Kami pembimbing I dan Pembimbing II yang ditugaskan untuk membimbing Skripsi dari Mahasiswa:

Nama : Nur Khairunnisa

NIM : 0403161016

Jurusan : Ilmu Alquran dan Tafsir

Judul Skripsi : Etika Komunikasi di Media Sosial Perspektif Alquran

Berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat ilmiah berdasarkan ketentuan yang berlaku.

Medan, 19 Januari 2021

Pembimbing I



Drs. H. Abdul Halim, MA

196307312000031001

Pembimbing II



Drs. H. Syukri, M.Ag

195711141996031001

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Khairunnisa  
NIM : 0403161016  
Jurusan : Ilmu Alquran dan Tafsir  
Tempat/Tgl Lahir : Perbaungan/07 Maret 1998  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Alamat : Lk. Manggis Gg. Jambu, Kec. Perbaungan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “**ETIKA KOMUNIKASI DI MEDIA SOSIAL PERSPEKTIF ALQURAN**” benar-benar karya asli saya kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya.

Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, maka kesalahan dan kekeliruan tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 19 Januari 2021

Yang membuat pernyataan

  
Nur Khairunnisa  
Nim: 0403161016

## PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Etika Komunikasi Di Media Sosial Perspektif Alquran”, Nur Khiarunnisa, NIM 0403161016 Program Studi Ilmu Alquran dan Tafsir telah dimunaqasyahkan dalam sidang munaqasyah Sarjana (S.1) Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam UIN Sumatera Utara pada tanggal 01 Maret 2021.

Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana (S.1) pada program Studi Ilmu Alquran dan Tafsir.

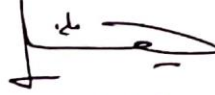
Medan, 01 Maret 2021 M  
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi  
Program Sarjana (S.1) Fak. Ushuluddin dan  
Studi Islam UIN Sumatera Utara Medan.

Ketua,



**Dr. Mardian Idris Harahap, M.Ag**  
NIP. 19770718200501108

Sekretaris,



**Yuzaidi, M.TH**  
NIP. 198910032019031009

Anggota Penguji



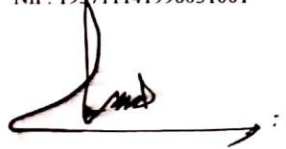
**Drs. H. Abdul Halim, M.A**  
NIP. 196307312000031001



**Drs. H. Svukri, M.Ag**  
NIP. 195711141996031001



**Dr. Aisyah Simamora, M.A**  
NIP. 19770718200501108



**Drs. Muhammad, M.A**  
NIP. 195912311990021004

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam



**Prof. Dr. Amroeni Drajat, M.Ag**  
NIP. 196502121994031001

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah Swt., yang telah mencurahkan rahmat dan inayah-Nya, sehingga dapat menyelesaikan tugas skripsi ini dengan baik. Seiring dengan itu kiranya *shalawat* dan salam semoga tetap tercurahkan kepada utusan-Nya, yakni Nabi Muhammad Saw., sebagai *uswatun hasanah*, yang mengangkat manusia dari zaman kebodohan menuju zaman yang penuh dengan pengetahuan.

Sudah menjadi suatu kewajiban bagi setiap mahasiswa yang ingin menyelesaikan tugas studinya di Perguruan tinggi untuk menyusun sebuah laporan akhir perkuliahan, yaitu skripsi yang dipersiapkan sebelum ujian yaitu sarjana. Adapun judul skripsi yang penulis angkat adalah **“ETIKA KOMUNIKASI DI MEDIA SOSIAL PERSPEKTIF ALQURAN”**.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Agama pada Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. Dalam usaha menyelesaikan skripsi penulis sepenuhnya menyadari bahwa banyak kesulitan dan kekurangan yang ada dalam diri penulis. Namun penulis juga menyadari, berkat kerja keras dengan kerjasama serta bantuan dari berbagai pihak akhirnya skripsi ini dapat penulis selesaikan, sekalipun masih jauh dari kesempurnaan.

Tiada harapan sedikitpun dari penulis kecuali skripsi ini bisa bermanfaat memberikan kontribusi yang positif kepada segenap pembaca dan menambah khazanah pembendaharaan ilmu pengetahuan bagi pendidikan untuk menyongsong era masa depan yang lebih baik. Sejalan dengan itu penulis dengan segala kemampuan yang ada berusaha dengan berbagai cara untuk mengumpulkan dan menganalisanya demi terciptanya sebuah skripsi. Dengan demikian mungkin para pembaca menjumpai hal-hal yang kurang pasti dari yang sebenarnya, sudilah kiranya untuk memberikan teguran, saran dan kritik yang konstruktif sifatnya untuk kesempurnaan skripsi ini sebagaimana yang diharapkan. Maka penulis pada kesempatan ini, ingin mengucapkan banyak terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada Ibunda tercinta Siti Masitah Lubis dan Ayahanda Syaiful Anwar, yang telah berjuang dengan segenap kemampuan dan kesungguhan dalam membesarkan, mendidik, menyemangati, serta selalu mendoakan, sehingga mampu membawa penulis menyelesaikan skripsi ini, dan *Insyah Allah* menjadi anak yang *sholehah*, berguna bagi agama, keluarga, serta negara. Karena tanpa restu, serta doa yang selalu Ibunda dan Ayahanda tercinta, terkasih, dan tersayang pinta Kepada Allah Swt., penulis bukanlah apa-apa. Gelar sarjana inipun patut disematkan kepada Ibunda dan Ayahanda tersayang, sebuah hadiah kecil dari anak yang ingin berbakti, karena penulis tidak akan pernah bisa membalas segala kasih dan cinta yang dicurahkan selama ini dari Ibunda dan Ayahanda.



2. Kepada abangda tersayang terimakasih karena turut mendoakan penulis, serta menyemangati, untuk cepat menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Bapak Prof. Dr. H. Syahrin Harahap M.A, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
4. Bapak Prof. Dr. Amroeni Drajat, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.  
Bapak Drs. Syukri M.Ag, selaku Wakil Dekan I, Bapak Junaidi, S. Pd.i  
Selaku Wakil Dekan II, bapak Prof. Dr. H. Muzakkir, M.A, Selaku Wakil Dekan III.
5. Bapak Dr. Mardian Idris, M.Ag, selaku Ketua Jurusan Ilmu Alquran dan tafsir Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam Universitas Negeri Sumatera Utara.
6. Ustadz Drs. H. Abdul Halim, M.A, selaku Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktunya untuk membimbing penulis selama penulisan skripsi.
7. Ustadz Drs. H. Syukri, M.Ag, selaku Pembimbing II yang juga telah banyak meluangkan waktunya untuk membimbing penulis selama penulisan skripsi ini.
8. Kepada seluruh dosen dan staf Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam, terkhususnya Jurusan Ilmu Alquran dan tafsir yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan hingga akhir skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

9. Kepada sahabat terbaik penulis terimakasih masih tetap setia mendengarkan dan memberikan semangat untuk penulis tentunya. Semoga kita menjadi orang yang sukses dan di Ridhoi Allah Swt., dalam menggapai impian, cita-cita dan kebahagiaan dunia akhirat.
10. Teman-teman Ilmu Alquran dan Tafsir khususnya IAT A standuk 2016, yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu, terimakasih telah mewarnai, dalam menjalani perkuliahan.

Akhir kata, penulis berharap kepada Allah Swt., berkenan membalas segala kebaikan-kebaikan dari semua pihak yang telah membantu, dan semoga skripsi ini dapat menambah wawasan bagi para pembaca nantinya dan dapat membawa manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Medan, 01 Maret 2021

Peneliti

**Nur Khairunnisa**  
0403161016

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi huruf Arab ke Latin yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari buku pedoman transliterasi Arab-Latin yang diterbitkan berdasarkan keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia nomor: 158 tahun 198 dan nomor 0543b/U/1987 tertanggal 10 September 1987 dengan beberapa perubahan.

Perubahan dilakukan untuk memudahkan penghapalan dan penguasaannya dalam penulisan. Penghafalan dan penguasaan merupakan syarat utama dalam proses transliterasi. Kurangnya penguasaan atas kaidah transliterasi akan mempengaruhi praktik transliterasi dalam penulisan. Oleh karena itu pedoman transliterasi ini dirumuskan dengan lengkap mengingat peranannya yang penting untuk pembahasan ini.

### 1. Konsonan

Daftar huruf Arab dan Transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	Š	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	Ha (dengan titik diatas)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik diatas)

ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	Ḍad	Ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	Z̤	Zet (dengan titik dibawah)
ع	‘Ain	‘ _	Apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qof	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awa kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (‘).

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>Fathah</i>	A	A
اِ	<i>Kasrah</i>	I	I
اُ	<i>Ḍammah</i>	U	U

Vokal rangkap Bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيَّ	<i>Fathah dan ya</i>	Ai	A dan I
اَوَّ	<i>Fathah dan wau</i>	Iu	A dan U

Contoh:

كَيْفَ = *kaifa*

هَوَّلَ = *hauḷa*

### 3. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... اَ...	<i>Fathah dan alif</i> atau <i>ya</i>	Ā	A dan garis di atas
اِ	<i>Kasrah dan ya</i>	Ī	I dan garis di atas
اُو	<i>Ḍammah dan wau</i>	Ū	U dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

### 4. Ta marbūḫah

Transliterasi untuk *ta marbūṭah* ada dua, yaitu: *ta marbūṭah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta marbūṭah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhiran dengan *ta marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbūṭah* itu ditranslitasikan dengan ha [h].

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-aṭfāl*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-ḥikmah*

## 5. Syaddah (Tasydid)

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsinan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbanā*

نَجِّنَا : *najjānā*

الْحَقُّ : *al-ḥaqq*

الْحَجُّ : *al-ḥajj*

نُعْمَ : *nu'ima*

عَدُوُّ : *'aduwwun*

Jika huruf *ى* ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ِ) maka ia ditranslitasikan seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Alī (bukan 'Aliyy atau Aly)

عَرَبِيٌّ : 'Arabī (bukan "Arabiyy atau 'Araby)

## 6. Kata sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *ال* (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah*

maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalāh* (*az-zalzalāh*)

الفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

## 7. *Hamzah*

Aturan transliterasi huruf *hamzah* menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi *hamzah* yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila *hamzah* terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa *alif*.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْءُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أُمِرْتُ : *umirtu*

## 8. Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata istilah atau kalimat yang sudah dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari *Al-Qur'an*), *Sunnah*, *khusus*, dan *umum*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

*Fi Zilāl al-Qur'ān*

*Al-Sunnah qabl al-tadwīn*

*Al-‘Ibārāt bi ‘umūm Al-lafz lā bi khusuṣ al-sabab*

### 9. *Lafz al-Jalālah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf *hamzah*.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ : *dīnullāh*

بِاللَّهِ : *billāh*

Adapun *ta marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf (*t*).

Contoh:

هُمُفِيْرٌ حَمْدِ اللَّهِ : *hum fi raḥmatillāh*

### 10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan), dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang *al-*, baik ketika ia ditulis dalam teks amupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

*Wa mā Muḥammadun illā rasūl*

*Inna awwala baitin wuḍi'a lallaẓī bi Bakkata mubārakan*

*Ṣyahru Ramaḍān al-laẓī unẓila fīh al-Qur'ān*

*Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī*



*Abū Naṣr al-Farābī*

*Al-Munqiz min al-Dalāl*

## DAFTAR ISI

<b>SAMPUL HALAMAN</b> .....	
<b>ABSTRAK</b> .....	I
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	II
<b>LEMBAR PERNYATAAN PEMBIMBING</b> .....	III
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	IV
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	V
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	VI
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN</b> .....	X
<b>DAFTAR ISI</b> .....	XVI
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Batasan Istilah .....	8
D. Tujuan dan Manfaat penelitian .....	10
E. Metodologi Penelitian .....	11
F. Sistematika Pembahasan .....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORITIS ETIKA KOMUNIKASI DI MEDIA</b>	
<b>SOSIAL</b> .....	14
A. Etika .....	14
1. Pengertian Etika .....	14
2. Karakteristik Etika Islam .....	16

B. Komunikasi .....	18
1. Pengertian Komunikasi .....	18
2. Tipe-tipe Komunikasi .....	20
3. Fungsi Komunikasi .....	23
C. Media Sosial .....	26
1. Pengertian Media Sosial .....	26
2. Sejarah (singkat) Media Sosial .....	29
3. Karakteristik Media Sosial .....	31
<b>BAB III ETIKA KOMUNIKASI DALAM MENGGUNAKAN MEDIA</b>	
<b>SOSIAL PERSPEKTIF ALQURAN .....</b>	<b>34</b>
A. Prinsip-prinsip Etika Komunikasi .....	34
B. Fakta mengenai Media Sosial .....	44
C. Ayat Etika Komunikasi .....	48
<b>BAB IV ANALISIS PERSPEKTIF ALQURAN TENTANG ETIKA</b>	
<b>KOMUNIKASI DALAM MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL .....</b>	<b>62</b>
A. Manfaat Media Sosial .....	62
B. Dampak dari Media Sosial .....	64
C. Pentingnya Etika Komunikasi dalam Bermedia Sosial .....	69
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>74</b>
A. Kesimpulan .....	74
B. Saran .....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>78</b>



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Manusia sebagai makhluk sosial (*zoon politicon*), manusia sangat perlu untuk berinteraksi dengan manusia lain guna memenuhi kebutuhan-kebutuhan hidupnya. Hal ini merupakan salah satu fitrah insani yang dikaruniai Allah pada diri manusia. Manusia tidak dapat hidup menyendiri, melainkan harus bersosialisasi dengan manusia lain.<sup>1</sup>

Dalam kehidupan sehari-hari, setiap orang tidak dapat dilepaskan dari dunia komunikasi, mulai dari bangun tidur hingga akan tidur kembali. Sebelum berangkat kerja atau sekolah, berbagai kegiatan komunikasi mereka lakukan, seperti mendengarkan radio atau musik dalam format CD (*Compat Disc*) atau DVD (*Digital Versatile Disc*), menonton acara televisi, membaca koran, tabloid, majalah, atau bercengkerama dengan anggota keluarga.<sup>2</sup>

Kegiatan komunikasi yang dilakukan dapat menggunakan berbagai media komunikasi yang ada, baik media komunikasi nonelektronik/konvensional maupun media komunikasi elektronik. Media komunikasi nonelektronik antara lain adalah penggunaan bahasa lisan, bahasa isyarat/bahasa tubuh, dan aneka media komunikasi yang menggunakan kertas (aneka macam surat menyurat, surat kabar, majalah, dan tabloid).

---

<sup>1</sup> Muhammad Imarah, "*Islam Dan Keamanan Sosial*", (Jakarta: Gema Insani, 1999), Hal.5.

<sup>2</sup> Djoko Purwanto, "*Komunikasi Bisnis*", (Jakarta: Erlangga, 2006), Hal. 3.

Sedangkan media komunikasi elektronik antara lain adalah media audio-visual (televisi), interkom, radio panggil (*pager*), internet (situs web dan e-mail (*electronic mail*), *teconference*, *video conference*, telepon biasa (*fixed line*), dan telepon genggam/seluler (*handphone*).<sup>3</sup>

Teknologi komunikasi semakin memudahkan manusia untuk memproduksi pesan dalam berbagai bentuk dan disebarkan dalam berbagai platform. Manusia bukan hanya sekedar menjadi konsumen pesan, namun juga menjadi produsen pesan yang tersebar masif melalui media digital.<sup>4</sup>

Berbicara tentang teknologi komunikasi yang semakin memudahkan manusia, maka tidak terlepas dari media sosial di era masa kini. Sebagai alat berkomunikasi, sarana untuk menyalurkan ekspresivitas diri bisa juga untuk menjadi lahan pencarian di masa kini.

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang begitu pesat memberikan dampak yang sangat signifikan pada kehidupan manusia. Salah satu dampak yang ditimbulkan ialah dalam hal berinteraksi sosial yang kini lebih didominasi oleh media sosial (medsos) melalui gawai pintar (*smartphone*). Berkomunikasi menggunakan *smartphone* memang banyak memberikan kemudahan karena sekat-sekat formal yang selama ini membatasi jalur komunikasi kini tiada lagi ditemui.

Kemudahan tersebut nyatanya tidak lantas tanpa resiko, salah satu resikonya ialah menurunnya komunikasi dan interaksi sosial di dunia nyata.

---

<sup>3</sup> Djoko Purwanto, "*Komunikasi Bisnis*", Hal. 3.

<sup>4</sup> Fajar Junaedi, "*Etika Komunikasi Di Era Siber*", (Jakarta: Rajawali Pers, 2019), Hal.6.

Adalah sebuah ironi jika interaksi sosial dengan orang jauh lebih mudah, dan dengan orang yang dekat justru susah. Kemudian yang tidak kalah penting untuk diperhatikan terkait dampak dari penggunaan gawai ialah degradasi adab penggunaannya.

Media sosial adalah sebuah media daring dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi. Media sosial tidak bisa dipisahkan dari kegiatan sehari-hari. Dunia pendidikan, bisnis, pariwisata dan aspek lainnya 90% menggunakan media sosial untuk menunjang keberhasilannya masing-masing.<sup>5</sup>

Media sosial memang harus beretika sehingga akan ada standar penilaian untuk menentukan media sosial yang baik atau buruk, yang benar atau salah, dan yang tepat atau tidak tepat. Apalagi dalam konteks realitas, media sosial tidak hanya berhubungan dengan orang perorangan. Media sosial berkaitan dengan penyampaian pesan/infromasi terhadap khalayak. Oleh karena itu, jika media sosial tidak beretika atau berperilaku buruk, salah, atau tidak tepat yang menjadi korban juga adalah khalayak banyak orang. Dampak negatif media sosial yang tidak beretika akan mempengaruhi khalayak ramai.<sup>6</sup>

Dampak dari perilaku media sosial yang tidak beretika, misalnya, berisi atau menyiarkan pornografi/pornoaksi, sadisme, menghina suku, agama, ras, antar golongan, memfitnah, menyebarkan beritabohong atau

---

<sup>5</sup> Dhifa Nabila, Dkk, "*Peradaban Media Sosial Di Era Industri 4.00*", (Malang: Intans Publishing Group, 2020), Hal. 199.

<sup>6</sup> Mahi M. Hikmat, "*Jurnalistik: Literary Journalism*", (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), Hal. 28.

hoax, *bullying*, dan tindakan buruk lainnya akan dirasakan oleh banyak orang.

Komunikasi adalah perpaduan antara ilmu, keterampilan dan etika. Semakin jelas kiranya bahwa dalam ranah praktik komunikasi, persoalan etika sering muncul. Karna proses komunikasi hal yang sangat penting, yaitu etika. Etika komunikasi menentukan berbobot tidaknya alur komunikasi. Etika komunikasi membingkai komunikasi dengan adab, kepatuhan, dan keluhuran.

Allah Swt. sebagai pencipta semua makhluk yang ada, dan menempatkan manusia sebagai makhluk yang paling sempurna seperti dalam firman-Nya:

لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَنِ تَقْوِيمٍ ﴿١٥﴾

*“sesungguhnya Kami telah menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya.”*

Dengan sifat *Rahman* dan *Rahim*-Nya, Allah Swt. menurunkan pedoman sebagai hidayah untuk mencapai kebahagiaan manusia di dunia dan akhirat. Agar kebahagiaan itu dapat di capai manusia perlu adanya petunjuk yang kebenarannya tidak disangsikan lagi oleh manusia. Tuhan sendiri menjanjikan bagi setiap hamba-Nya yang mengikuti petunjuk-Nya, mereka pasti akan memperoleh kebahagiaan.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Amroeni Drajat, *“Ulumul Qur’an Pengantar Ilmu-Ilmu Alquran”*, (Jakarta: Kencana, 2017), Hal. 1.

قُلْنَا أَهْبَطُوا مِنْهَا جَمِيعًا فَإِمَّا يَأْتِيَنَّكُمْ مِنِّي هُدًى فَمَنْ تَبِعَ هُدَايَ فَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ ﴿٢١٣﴾

*“Kami berfirman: “Turunlah kamu semuanya dari surga itu! Kemudian jika datang petunjuk-Ku kepadamu, maka barang siapa yang mengikuti petunjuk-Ku, niscaya tidak ada kekhawatiran atas mereka, dan tidak (pula) mereka bersedih hati”.*

Disadari sesungguhnya semangat Alquran adalah semangat kemajuan. Alquran menekankan bahwa kemajuan tidak akan dapat diraih dengan sendirinya dan tidak akan terjelma tanpa aktivitas intelektual kemanusiaan. Alquran menekankan bahwa tidak akan berhasil sempurna diperoleh oleh manusia tanpa usaha maksimal secara sungguh-sungguh. Justru itu, jika kita ingin menjadi bangsa atau umat yang maju, terhormat, bermartabat dan berkualitas, maka tidak ada pilihan lain kecuali mengikuti petunjuk Alquran.<sup>8</sup>

Nilai-nilai qurani adalah nilai universal yang bersumber pada Alquran sebagai sumber tertinggi ajaran agama Islam di samping as-Sunnah sebagai sumber kedua tentu saja tidak menyampingkan produk-produk pemikiran para ulama, yaitu Ijma’ dan Qiyas. Nilai-nilai yang bersumber kepada adat-istiadat atau tradisi dan ideologi dalam perkembangannya dapat mengalami kerapuhan. Sebab keduanya adalah produk budaya manusia yang bersifat relatif. Kadang-kadang bersifat lokal dan situasional

---

<sup>8</sup> Said Aqil Husin Al Munawar, *“Aktualisasi Nilai-Nilai Alquran Dalam Sistem Pendidikan Islam”*, (Tangerang: Pt. Ciputat Press, 2005), Hal. Xii.



sedangkan nilai-nilai qurani yaitu nilai yang bersumber kepada Alquran adalah kuat, karena ajaran Alquran bersifat mutlak dan universal.

Sesuatu yang harus diperjuangkan dalam konteks dinamika sosial saat ini adalah mengusahakan agar nilai-nilai qurani tetap aktual dalam kehidupan manusia. Sebab pada akhirnya, aktualisasi nilai-nilai qurani terpulang kepada manusia itu sendiri. Salah satu upaya yang harus dilakukan adalah melakukan aktualisasi nilai-nilai qurani melalui kegiatan pendidikan. Khususnya pendidikan Islam. Aktualisasi nilai-nilai qurani dalam pendidikan Islam itu dapat dilakukan melalui berbagai aspek kehidupan manusia, seperti filsafat, ilmu dan teknologi, ekonomi, politik, dan perilaku kehidupan manusia itu sendiri secara umum.

Alquran dapat melahirkan berbagai macam aspek ilmu pengetahuan dan bukan saja ilmu-ilmu keIslaman akan tetapi juga merupakan sumber ilmu pengetahuan dan teknologi, karena isyarat-isyarat yang di berikan oleh kitab suci ini. Memang, begitu pertama kali turun kepada Rasulullah Saw, ia mencanangkan dan mendorong orang untuk mencari dan menggali ilmu pengetahuan, yaitu dengan kata-kata "*iqra*" dan dalam ayat permulaan itu terdapat kata "*qalam*" yang berarti pena yang biasa menjadi lambang ilmu pengetahuan. Dengan demikian muncullah berbagai ilmu pengetahuan dan teknologi. Semakin intensif manusia menggali ayat-ayat Alquran maka akan semakin banyak pula isyarat keilmuan yang didapatkan.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Said Aqil Husin Al Munawar, "*Aktualisasi Nilai-Nilai Alquran Dalam Sistem Pendidikan Islam*", Hal. Xiv.

Mempelajari Alquran, menggali kandungannya, dan menyebarkan ajaran-ajarannya dalam praktek kehidupan masyarakat memang merupakan tuntutan yang tidak akan ada habisnya. Menghadapi dunia modern yang bersifat sekuler dan materialistis, umat Islam menunjukkan bimbingan dan ajaran Alquran yang mampu memenuhi kekosongan nilai moral kemansuia dan spritualitas, di samping membuktikan ajaran-ajaran Alquran yang bersifat rasional dan mendorong umat manusia untuk mewujudkan kemajuan dan kemakmuran. Tak disangsikan, betapa banyak ungkapan Alquran yang secara langsung mampu tersirat menganjurkan pengembangan ilmu pengetahuan, baik ilmu kealaman, sosial dan humaniora.

Sesuai perkembangan masyarakat yang semakin dinamis sebagai akibat kemajuan ilmu dan teknologi, terutama teknologi informasi, maka aktulisasi nilai-nilai Alquran menjadi sangat penting. Secara normatif, tujuan yang ingin dicapai dalam proses aktulisasi nilai-nilai Alquran dalam pendidikan meliputi tiga dimensi kehidupan yang harus dibina dan dikembangkan oleh pendidikan.

*Pertama*, dimensi spritual, yaitu iman, takwa dan akhlak mulia (yang tercermin dalam ibadah dan muamalah). *Kedua*, dimensi budaya, yaitu kepribadian yang mantap dan mandiri, tanggung jawab kemasyarakatan dan kebangsaan. *Ketiga*, dimensi kecerdasan yang

membawa kepada kemajuan, yaitu cerdas, kreatif, terampil, disiplin, etos kerja, profesional, inovatif dan produktif.<sup>10</sup>

Islam telah mengatur tata cara berkomunikasi dengan baik, dan sangat mengecam orang yang menggunakan lisannya untuk perkataan yang buruk di dalam hadis Rasulullah Saw., menyatakan bahwa *“Barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari pembalasan, hendaknya ia mampu mengucapkan perkataan yang baik, atau bila ia tidak sanggup maka lebih baik ia diam.”* (HR. Muslim)<sup>11</sup>.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah diatas mengenai etika komunikasi di media sosial perspektif Alquran, maka dari itu penulis merumuskan rumusan masalah sebagai berikut ini:

1. Apakah yang dimaksud etika komunikasi dalam Alquran?
2. Ayat-ayat apa saja yang menjelaskan etika komunikasi ?
3. Bagaimana etika komunikasi di media sosial dalam Alquran ?

## **C. Batasan Istilah**

Agar mudah dimengerti kajian ini dan untuk menghindari kesalahan maupun kekeliruan dalam memahami istilah judul, maka penulis membuat penegasan pada istilah-istilah untuk menjadikan kata kunci dalam judul penelitian ini, yaitu :

---

<sup>10</sup> Said Aqil Husin Al Munawar, *“Aktualisasi Nilai-Nilai Alquran Dalam Sistem Pendidikan Islam”*, Hal. Xv.

<sup>11</sup> Hami Gunawan, Dkk, *“Religion Society Dan Social Media”*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), Hal. 13.

a. Etika Komunikasi

Etika (*al-falsafatul al-adabiyatu*)<sup>12</sup> dalam Alquran sepadan dengan kata *khuluq* sebagaimana terdapat didalam Ayat Alquran berikut ini:<sup>13</sup>

إِنَّ هُدَىٰٓ إِلَىٰ خُلُقِ الْأَوْلِيَيْنِ ﴿٣٧﴾

“(agama kami) ini tidak lain hanyalah adat kebiasaan orang-orang terdahulu.” (QS. Asy-Syu’ara/ 26: 137)

Etika menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak).<sup>14</sup> Sedangkan Komunikasi yang dalam Bahasa Inggris *communication*<sup>15</sup> adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami; hubungan; kontak; perhubungan.<sup>16</sup> Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa etika komunikasi ialah tentang perilaku kita baik atau buruk dalam menerima atau mengirim pesan dengan orang lain atau komunikan.

---

<sup>12</sup> Ahmad Warson Al Munawwir, “*Kamu Arab-Indoensia*”, (Surabaya: Pustaka Progressif, 1997), Hal. 13.

<sup>13</sup> Kementrian Agama, “*Alquran Terjemah Dan Tajwid*”, (Bandung: Sygma, 2014), Hal. 373.

<sup>14</sup> Departemen Pendidikan, “*Kamus Besar Bahasa Indoensia*” (Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama, 2008), Hal. 383.

<sup>15</sup> K. Adi Gunawan, “*Kamus Lengkap Inggris- Indonesia*, (Surabaya: Kartika, 2016), Hal. 75.

<sup>16</sup> Departemen Pendidikan, “*Kamus Besar Bahasa Indoensia*”, Hal. 721.

## b. Media Sosial

Media adalah alat atau sarana komunikasi seperti komputer, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk.<sup>17</sup> Sedangkan sosial yaitu berkenaan dengan masyarakat. Dapat diambil kesimpulan media sosial adalah alat ataupun sarana dalam berkomunikasi antar masyarakat.

## D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Sesuai dengan tema dan permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat dipahami bahwa tujuan dan manfaat penelitian ini yaitu sebagai berikut:

### 1. Tujuan Penelitian :

Untuk mendalami dan memahami Etika Komunikasi di Media Sosial Perspektif Alquran, karena Alquran memuat berbagai macam aspek ilmu pengetahuan dan bukan saja ilmu-ilmu keIslaman akan tetapi juga merupakan sumber ilmu pengetahuan dan teknologi, karena isyarat-isyarat yang di berikan oleh kitab suci ini. sebagaimana pertama kali diturunkan kepada Rasulullah Saw, pada surah Al-Alaq ayat 1-5.

### 2. Manfaat Penelitian:

Adapun manfaat penelitian yang peneliti lakukan secara akademis, kontribusi, dan secara praktis adalah sebagai berikut:

1. Secara akademis, yaitu menjadikan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana agama (S.Ag) setara satu (S1) dalam bidang Ilmu Alquran dan Tafsir pada Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam.

---

<sup>17</sup> Departemen Pendidikan, "Kamus Besar Bahasa Indonesia", Hal. 892. Dan Hal. 1331.

2. Sebagai kontribusi dan dijadikan rujukan karya ilmiah kepastakaan dalam pengembangan keilmuan tentang Islam.
3. Secara praktis dijadikan sebagai pengembangan ilmu-ilmu tafsir, serta memperkaya khazanah intelektual umat muslim khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya.

### **E. Metodologi Penelitian**

Metode yang penulis gunakan dalam menyusun skripsi ini sebagai berikut:

1. Peneliti menggunakan data yang dikumpulkan untuk tujuan penelitian dan hipotesis yang akan diuji.
2. Peneliti mengumpulkan konsep dan pemikiran yang sesuai berdasarkan sifat dari sumber data berupa manuskrip buku, dokumen atau naskah lainnya. Penelitian ini memusatkan pada *Library research* (kepastakaan), yaitu melalui buku-buku umum maupun agama. Penelitian inipun bersifat kualitatif, maka membutuhkan data atau sumber dari ayat-ayat Alquran dan penafsirannya.
3. Sumber data penelitian, merupakan faktor penting yang mempertimbangkan dalam penentuan metode pengumpulan data. Sumber data penelitian terdiri pada data primer dan sumber data sekunder.<sup>18</sup>

1. Data Primer merupakan alternatif lain dari data sekunder. Defenisi data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti

---

<sup>18</sup> R.A. Supriyono, *Akuntansi Keperilakuan*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2018), Hal.48.

untuk menjawab masalah yang diteliti secara khusus.<sup>19</sup> Jadi, data primer adalah data atau keterangan yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumbernya.

2. Data Sekunder sesuai dengan arti kata sekunder (*secondary*) yang berarti kedua, bukan secara langsung dari sumbernya.<sup>20</sup> Data Sekunder adalah keterangan yang diperoleh dari pihak kedua, baik berupa karya-karya tulis, buku seperti kamus, ensiklopedia, makalah-makalah seminar, makalah kajian agama, jurnal, dan artikel yang menyinggung ataupun membahas judul yang peneliti ambil, dll.
4. Peneliti menganalisis data yang berupa analisis isi atau mencari hubungan sebab akibat atau komparasi.
5. Penulis menyimpulkan dari penelitian yang dilakukan, sebagai jawaban dari rumusan masalah.

## **F. Sistematika Pembahasan**

Sistematika penelitian mengartikan isi dari penulisan skripsi.

Dimana sistematika penulisan ini terdiri dari lima bab:

**Bab Pertama**, Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Istilah, Tujuan Dan Kegunaan Penelitian, Metode Penelitian, Dan Sistematika Pembahasan.

---

<sup>19</sup> Istijanto Oei, *Riset Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama, 2005), Hal.38.

<sup>20</sup> Istijanto Oei, *Riset Sumber Daya Manusia*, Hal.33.

**Bab Kedua,** Landasan Teoritis Etika Komunikasi Di Media Sosial, Membahas tentang pengertian etika, komunikasi, dan media sosial secara bahasa dan istilah.

**Bab Ketiga,** Prinsip-prinsip etika komunikasi, Fakta mengenai media sosial, dan ayat Alquran yang menjelaskan etika komunikasi,.

**Bab Empat,** Penulis memaparkan tentang analisis perspektif Alquran tentang etika komunikasi dalam menggunakan media sosial.

**Bab Lima,** Berisi kesimpulan, dan saran atas penelitian ini. Kesimpulan berisi tentang persoalan-persoalan yang telah di kemukakan pada bab-bab sebelumnya. Sedangkan saran merupakan bukti adanya kekurangan di dalam penelitian sehingga tidak menutup kemungkinan untuk membahas tema penelitian ini kembali.



## BAB II

### KAJIAN TEORITIS

#### A. Etika

##### 1. Pengertian Etika

Secara etimologi, istilah etika berasal dari bahasa Yunani “*ethos*”. Kata Yunani “*ethos*” dalam bentuk tunggal mempunyai banyak arti yaitu tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap dan cara berfikir. Dalam bentuk jamak “*ta etha*” artinya adalah adat kebiasaan. Istilah lain yang identik dengan etika, yaitu *usila* (sansekerta), lebih menunjukkan kepada dasar-dasar, prinsip, aturan hidup (*sila*) yang lebih baik (*su*). Istilah selanjutnya adalah Akhlak (Arab), berarti moral, dan etika berarti ilmu akhlak.<sup>21</sup>

Pendapat lain mengatakan bahwa etika berasal dari bahasa Inggris yang disebut dengan *ethic* yang berarti “*a system of moral principales or rules of behavior*”, suatu sistem, prinsip moral atau cara berperilaku. Pengertian etika dilihat dari aspek etimologi berarti ilmu tentang apa yang biasa dilakukan atau ilmu tentang adat istiadat.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> Ismail Nurdin, “*Etika Pemerintahan*”, (Yogyakarta: Lintang Rasi Aksara Books, 2017), Hal.1.

<sup>22</sup> Shilphy A. Octavia, “*Etika Profesi Guru*”, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), Hal. 1.

Etika dalam bahasa Arab, sepadan dengan kata *akhlaq* (أخلاق) dan padanannya di dalam Alquran ialah *khuluq* (خلق). Hal tersebut dapat dipahami dalam penjelasan Q.S. Al-Qalam ayat 4:

وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ ﴿٤﴾

“Dan sesungguhnya kamu benar-benar berbudi pekerti yang agung.”

Menurut M. Quraish Shihab, ayat di atas menjelaskan tentang pengangkatan Nabi Muhammad Saw., menjadi Rasul utusan Allah Swt.<sup>23</sup> dalam konteks kehidupan berkomunikasi secara Islami haruslah mengedepankan etika Islam “*akhlak*” karena akhlak adalah modal utama, sebagaimana sabda Nabi Muhammad Saw:

إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ مَكَارِمَ الْأَخْلَاقِ

Artinya: “*Sesungguhnya aku diutus hanya untuk menyempurnakan kesalehan akhlak*” (HR. Al-Baihaqi).

Rasulullah Saw. adalah sosok atau figur yang kita teladani, artinya dalam konteks menjalani kehidupan khususnya dalam berkomunikasi haruslah mengacu kepada beliau “*Nabi Muhammad Saw*” agar dalam menjalankan kehidupan mendapatkan keberkahan.

Pengertian etika menurut para ahli:

1. Drs. O.P. Simorangkir, etika atau etik sebagai pandangan manusia dalam berperilaku menurut ukuran dan nilai yang baik.

---

<sup>23</sup> M. Quraish Shihab, “*Mukjizat Alquran: Ditinjau Dari Aspek Kebahasaan, Isyarat Ilmiah, Dan Pemberitaan Gaib*”, (Bandung: Mizan, 1998), Hal. 68

2. Drs. Sidi Gajalba, dalam sistematika filsafat, etika adalah teori tentang tingkah laku perbuatan manusia dipandang dari segi baik dan buruk, sejauh yang dapat ditentukan oleh akal.<sup>24</sup>
3. H. Baharudin Salam, Etika adalah cabang filsafat yang berbicara mengenai nilai dan norma moral yang menentukan perilaku manusia dalam hidupnya.<sup>25</sup>
4. Hamzah Ya'kub, tingkah laku manusia yang berkaitan dengan prinsip-prinsip dan tindakan moral yang bernilai benar, atau ilmu yang menelusuri mana yang baik dan buruk.
5. Ki Hajar Dewantara, ilmu yang mempelajari kebaikan dan keburukan dalam keseluruhan hidup manusia; sesuatu yang istimewa karena mampu menggerakkan pikiran dan perasaan serta memberikan pertimbangan hingga menghasilkan suatu perbuatan.<sup>26</sup>

## 2. Karakteristik Etika Islam

Akhlak merupakan ilmu yang menentukan batas antara baik dan buruk, terpuji atau tercela menyangkut perilaku manusia yang meliputi perkataan, pikiran dan perbuatan manusia lahir batin. Akhlak secara substansi adalah sifat hati, bisa baik bisa buruk, yang tercermin dalam perilaku. Jika sifat hatinya baik yang muncul adalah perilaku baik (*al-*

---

<sup>24</sup> Mac Aditiawarman, Dkk. "*Variasi Bahasa Masyarakat*", (Padang: Lembaga Kajian Aset Budaya Indoensia, 2019), Hal. 373.

<sup>25</sup> Shilphy A. Octavia, "*Etika Profesi Guru*", Hal. 1.

<sup>26</sup> Munawir Nasir, "*Etika Dan Komunikasi Dalam Bisnis*", (Makassar: Cv. Social Politic Genius, 2019), Hal. 30.

*ahlaq al-mahmudah*) dan jika sifat hatinya buruk, yang muncul adalah perilaku buruk (*al-ahlaq al-madzumah*).<sup>27</sup>

Hamzah Ya'qub menulis lima karakteristik etika Islam yang menurutnya dapat membedakannya dengan etika yang lain. Lima karakteristik etika Islam yang dimaksud adalah:<sup>28</sup>

- a. *Pertama*, etika Islam mengajarkan dan menuntun manusia kepada tingkah laku yang baik dan menjauhkan diri dari tingkah laku yang buruk.
- b. *Kedua*, etika Islam menetapkan bahwa yang menjadi sumber moral, ukuran baik buruknya perbuatan, didasarkan kepada ajaran Allah Swt., yaitu ajaran yang berasal dari Alquran dan al-hadis.
- c. *Ketiga*, etika Islam bersifat universal dan komprehensif, dapat diterima oleh seluruh umat manusia di segala waktu dan tempat.
- d. *Keempat*, ajaran-ajarannya yang praktis dan tepat, cocok dengan fitrah (naluri) dan akal pikiran manusia (manusiawi), maka etika Islam dapat dijadikan pedoman oleh seluruh manusia.
- e. *Kelima*, etika Islam mengatur dan mengarahkan fitrah manusia ke jenjang akhlak yang luhur dan meluruskan perbuatan

---

<sup>27</sup> Wahyuddin, Dkk., "*Pendidikan Agama Islam*", (Jakarta: Grasindo, 2009), Hal. 52.

<sup>28</sup> Abudul Haris, "*Etika Hamka Konstruksi Etik Berbasis Rasional-Religius*", (Yogyakarta: Lkis, 2010), Hal. 43.

manusia di bawah pancaran sinar petunjuk Allah Swt. menuju keridhaan-Nya.

## **B. Komunikasi**

### **1. Pengertian**

Komunikasi secara etimologi, berasal dari kata "*communis*" yang dalam bahasa latin berarti sama, yaitu sama makna dan arti.<sup>29</sup> Istilah komunikasi berasal dari bahasa Inggris "*communication*".<sup>30</sup> Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami; hubungan; kontak; perhubungan.<sup>31</sup>

Komunikasi menurut Istilah, terdapat beberapa argumen dari berbagai ahli, antara lain:

- a. Everet M. Rogres, Komunikasi adalah proses di mana suatu ide di-alihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.
- b. Lasswel, komunikasi meliputi lima unsur, yakni: komunikator, media, komunikan dan efek.
- c. Hoveland, komunikasi adalah proses di mana seorang komunikator menyampaikan perangsang-perangsang biasanya

---

<sup>29</sup> Onong Uchjana Effendy, "*Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*", (Bandung: Pt Citra Aditya Bakti, 2003), Hal. 30.

<sup>30</sup> K. Adi Gunawan, "*Kamus Lengkap Inggris- Indonesia*", Hal. 75.

<sup>31</sup> Departemen Pendidikan, "*Kamus Besar Bahasa Indoensia*", Hal. 721.

lambang-lambang dalam bentuk kata-kata untuk mengubah tingkah laku orang lain.<sup>32</sup>

- d. Bernard Berelson dan Gary A. Steiner, mendefinisikan komunikasi yaitu transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi.

Definisi-defenisi sebagaimana dikemukakan di atas, tentu belum mewakili semua definisi yang telah dibuat oleh para ahli. Namun, paling tidak kita telah memperoleh gambaran tentang apa yang dimaksud komunikasi, sebagaimana yang diungkapkan oleh “Shannon dan Weaver”, bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak disengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi.<sup>33</sup>

Etika komunikasi dapat disimpulkan sebagaimana menurut Curtis, Floyd, & Winsor adalah sebuah pedoman dan ukuran perilaku dan moral. Etika komunikasi menjadi tolak ukur atau pertimbangan benar dan salah atas tindakan komunikasi yang diambil, untuk menuju komunikasi yang efektif. Etika komunikasi adalah masalah yang sangat

---

<sup>32</sup> Muhammad Haramain, “*Prinsip-Prinsip Komunikasi Dalam Alquran*”, (Soreang: Iain Parepare Nusantara Press, 2019), Hal. 8.

<sup>33</sup> Wiryanto, “*Pengantar Ilmu Komunikasi*”, (Jakarta: Pt Grasindo, 2004), Hal. 71.

penting untuk mereferensikan bagaimana kualitas seorang komunikator.<sup>34</sup>

## 2. Tipe-Tipe komunikasi

Seperti halnya defenisi komunikasi, klasifikasi tipe atau bentuk komunikasi di kalangan pakar-pakar juga berbeda satu sama lainnya. Klasifikasi itu didasarkan atas sudut pandang masing-masing pakar menurut pengalaman dan bidang studinya. Berikut ini adalah merupakan tipe-tipe komunikasi:

### a. Komunikasi dengan diri sendiri (*Intrapersonal Communication*)

Komunikasi intrapersonal adalah Komunikasi yang terjadi dengan diri sendiri.<sup>35</sup> Terjadinya proses komunikasi di sini karena adanya seseorang yang memberi arti terhadap sesuatu objek yang diamatinya atau terbersik dalam pikirannya. Objek dalam hal ini bisa saja dalam bentuk benda, kejadian alam, peristiwa, pengalaman, fakta yang mengandung arti bagi manusia, baik yang terjadi di luar maupun di dalam diri seseorang.<sup>36</sup>

### b. Komunikasi Antar pribadi (*Interpersonal Communication*)

Secara definitif komunikasi antarpribadi (juga bisa disebut komunikasi antarpersona) yang dilakukan oleh dua orang atau lebih secara tatap muka. Hal demikian berdasarkan oleh pendapat R.

---

<sup>34</sup> Sovia Rosalin, Susilowati, Dkk., "*Komunikasi Bisnins (Pendekatan Praktis)*", (Malang: Ub Press, 2020), Hal. 28.

<sup>35</sup> Richard West Dan Lynn H. Turner, "*Teori Komunikasi Analisis Dan Aplikasi Introducing Communication Theroy: Analysis And Application*", Penj. Maria Natalia Damayanti Maer, (Jakarta: Salemba Humanika, 2008), Hal. 34.

<sup>36</sup> Hafied Cangara, "*Pengantar Ilmu Komunikasi*", (Depok: Rajawali Pers, 2019), Hal. 64.

Wayne Pace, “*Interpersonal communication is communication involving two or more people in face to face communication*”.

Komunikasi dilakukan lebih dari dua orang sebagaimana dikatakannya, tidak disebutkan jumlahnya secara pasti.<sup>37</sup>

c. Komunikasi Publik (*Public Communication*)

Komunikasi publik biasa disebut komunikasi pidato, komunikasi kolektif, komunikasi retorika, *public speaking*, dan komunikasi khalayak (*audience communication*). Apapun namanya komunikasi publik menunjukkan suatu proses komunikasi di mana pesan-pesan disampaikan oleh pembicara dalam situasi tatap muka di depan khalayak yang lebih besar.<sup>38</sup>

Adapun ciri-ciri komunikasi publik sebagai berikut:<sup>39</sup>

1. Penyampaian pesan secara tatap muka

Tatap muka yang dimaksud di sini adalah pertemuan secara fisik antara komunikator dengan komunikan.

2. Jumlah khalayak relatif besar

Komunikan atau juga disebut kahalayak yang mengumpul di suatu tempat banyak. Kriteria banyaknya seberapa tidak ada aturan baku.

---

87. <sup>37</sup> Nurudin, “*Ilmu Komunikasi: Ilmiah Dan Populer*”, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), Hal.

<sup>38</sup> Hafied Cangara, “*Pengantar Ilmu Komunikasi*”, Hal. 69.

<sup>39</sup> Nurudin, “*Ilmu Komunikasi: Ilmiah Dan Populer*”, Hal. 89.



3. Pesan sering tidak spontan dikemukakan

Dalam pidato di depan khalayak ramai, seorang komunikator tentu sudah mempersiapkan isi pesan yang akan disampaikan, berapa lama waktunya, bagaimana “menghipnotis” khalayak dan sebagainya.

4. Penyampaian pesan kontinu

Kontinu yang dimaksud di sini adalah terus-menerus. Komunikator jarang memotong pembicaraannya sendiri untuk melakukan jeda.

5. Komunikator tidak bisa mengidentifikasi satu per satu siapa khalayaknya

Dengan jumlah khalayak yang banyak, tidak akan mungkin seorang komunikator mengenal siapa yang menjadi pendengar pidatonya, dari mana ia berasal, statusnya, dan motivasi mengikuti pidatonya dan sebagainya.

6. Membedakan sumber dan penerima pesan

Yang dimaksud dalam hal ini adalah komunikator sebagai sumber pesan sementara khalayak sebagai komunikan, dan tidak sebaliknya.

### 7. Interaksi sumber-sumber sangat terbatas

Sangat terbatas karena pesannya hanya berasal dari komunikator, pembatas waktu, pesannya sudah dipersiapkan sedemikian rupa dan tidak ada tanya jawab.<sup>40</sup>

#### d. Komunikasi Massa

Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung di mana pesannya dikirim dari sumber yang melembagakan kepada khalayak yang sifatnya masal melalui alat-alat yang bersifat mekanis.<sup>41</sup>

Sementara itu, massa dalam arti komunikasi adalah sekelompok individu yang sikap dan perilakunya dipengaruhi oleh media massa (cetak, elektronik, online). Karena ada pengaruh media massa, maka massa dalam arti komunikasi menunjuk pada istilah audiens, penonton, pembaca, pemirsa, pendengar.<sup>42</sup>

### 3. Fungsi komunikasi

Apa bila komunikasi dipandang dari arti yang lebih luas, tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan, tetapi sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar menukar data, fakta, idea atau gagasan sehingga fungsinya dalam setiap sistem sosial adalah sebagai berikut:<sup>43</sup>

---

<sup>40</sup> Nurudin, "*Ilmu Komunikasi: Ilmiah Dan Populer*", Hal. 90.

<sup>41</sup> Hafied, Cangara, "*Pengantar, Ilmu Komunikasi*", Hal. 71.

<sup>42</sup> Nurudin,, "*Ilmu Komunikasi.: Ilmiah Dan Populer*", Hal. 91.

<sup>43</sup> Koirul Muslimin, "*Komunikasi Politik*", (Yogyakarta: Unisnu Press, 2020), Hal. 10.

a. Penyampaian Informasi

Dalam kegiatan penyampaian informasi ini bentuknya adalah pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta, opini, dan komentar. Hal ini dilakukan agar dapat dimengerti dan beraksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat.

b. Sarana Sosialisasi (pemasarakatan)

Bentuk kegiatan sosialisasi ini bentuknya adalah penyedia sumber ilmu pengetahuan atau informasi yang memungkinkan seseorang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga ia sadar akan fungsi sosialnya agar aktif dalam kehidupan bermasyarakat.

c. Pemberian motivasi

Bentuk pemberian motivasi adalah pencapaian tujuan pada setiap masyarakat, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Selain itu juga untuk mendorong seseorang menentukan pilihan dan keinginannya. Mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang ingin dicapai.

d. Diskusi atau Perdebatan

Bentuk kegiatan diskusi atau perdebatan adalah menyediakan dan saling menukar pendapat yang didasarkan pada fakta dalam tatanan kehidupan masyarakat. Diskusi

dilakukan untuk persetujuan atau menyelesaikan perdebatan pendapat mengenai masalah publik. Dengan diskusi mampu memunculkan bukti-bukti yang relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum.<sup>44</sup>

e. Pengembangan Pendidikan

Bentuk kegiatan dalam pengembangan pendidikan adalah pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentuk watak dan keterampilan yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.

f. Menunjukkan kebudayaan

Bentuk kegiatan adalah penyebaran hasil budaya dan seni dengan maksud melestarikan warisan dalam bentuk produk karya yang dihasilkan oleh para pendahulu. Pada sisi lain dengan perkembangan kebudayaan diharapkan mampu memperluas cakrawala pandang seseorang, membangunkan imajinasi dan mendorong kreativitas dan estetikanya.

g. Sarana Hiburan

Bentuk kegiatan yang tampak adalah penyebarluasan sinyal, simbol, suara dan image dari kesenian dalam bentuk seni rupa, drama, tari, suara, kesusastraan, musik, permainan dan yang lain-lain untuk kreasi, kesenangan kelompok dan individu.

---

<sup>44</sup> Koirul Muslimin, "*Komunikasi Politik*", Hal. 10.

#### h. Mengintegrasikan Berbagai Pola Kehidupan

Bentuk kegiatannya yaitu menyediakan bagi bangsa, kelompok dan individu dalam memperoleh berbagai pesan yang mereka perlukan agar mereka dapat saling kenal, mengerti dan menghargai kondisi, pandangan dan keinginan orang lain.<sup>45</sup>

### C. Media Sosial

#### 1. Pengertian

Sebelum membahas lebih jauh mengenai media sosial, baiklah simak dulu pengertian media. Kata “media” adalah bentuk jamak dari kata medium, merupakan dari bahasa Latin yaitu *medius*, secara harfiah yang berarti ‘tengah’, ‘perantara’ atau ‘pengantar’. Oleh karena itu, media dapat diartikan sebagai perantara atau pengantar pesan dari pengirim ke penerima pesan. Media dapat berupa sesuatu bahan (*software*) dan/atau alat (*hardware*).

Banyak batasan tentang media, *Association of Education and Communication Technology* (AECT) memberikan pengertian tentang media sebagai segala bentuk dan saluran yang di gunakan untuk menyampaikan pesan dan informasi.<sup>46</sup>

Media sosial adalah media *online* (daring) yang dimanfaatkan sebagai sarana pergaulan sosial secara online di internet. Di media sosial, para penggunanya dapat saling berkomunikasi, berinteraksi,

---

<sup>45</sup> Koirul Muslimin, “*Komunikasi Politik*”, Hal. 11.

<sup>46</sup> Nizwarddi Jalinus, Dan Ambiyar, “*Media Dan Sumber Pembelajaran*”, (Jakarta: Kencana, 2016), Hal. 2-3.

berbagi, *networking*, dan berbagai kegiatan lainnya. Media sosial menggunakan teknologi berbasis *website* atau aplikasi yang dapat mengubah suatu komunikasi ke dalam bentuk dialog *interaktif*. Beberapa contoh media sosial yang banyak digunakan adalah *YouTube*, *Facebook*, *Blog*, *Twitter*, *Instagram*, dan lain-lain.<sup>47</sup>

Agar lebih memahami apa arti media sosial, maka kita dapat merujuk pada pendapat ahli. Berikut ini adalah pengertian media sosial menurut para ahli :<sup>48</sup>

1. Philip Koler dan Kevin Keller

Menurut Philip dan Kevin Keller pengertian media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, video, dan audio dengan satu sama lain dengan perusahaan dan sebaliknya.

2. Marjorie Clayman

Menurut Marjorie Clayman pengertian media sosial adalah alat pemasaran baru yang memungkinkan untuk mengetahui pelanggan dan calon pelanggan dengan cara yang sebelumnya tidak mungkin.

---

<sup>47</sup> Endis Citra, Dkk. "*Media, Dan Perkembangan Budaya*", (Malang: Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Malang. Bekerja Sama Dengan, Intrans Publishing Group, 2020), Hal.14

<sup>48</sup> Mac Aditiawarman, Dkk. "*Hoax Dan Hate Speech Di Dunia Maya*", (Jakarta: Lembaga Kajian Aset Budaya Indonesia, 2019), Hal. 51.

### 3. Chris Brogan

Menurut Chris Brogan pengertian media sosial adalah seperangkat alat komunikasi dan kolaborasi baru yang memungkinkan terjadinya berbagai jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia bagi orang awam.

### 4. M. Terry

M. Terry mendefinisikan media sosial sebagai salah satu media komunikasi dimana pengguna dapat mengisi kontennya. Secara bersamaan mengaplikasikan teknologi penyiaran, berbasis internet yang berbeda dari media cetak dan media siaran tradisional.

### 5. Andreas M. Kaplan dan Michael Haenlien

Menurut Andreas M. Kaplan dan Michael Haenlien media sosial pada kelompok aplikasi berbasis Internet, yang dibangun dengan dasar-dasar ideologis Web 2.0 (yang merupakan platform dari evolusi media sosial) yang memungkinkan terjadinya penciptaan, pertukaran dari User Generated Content.

### 6. Michael Croos

Menurut Michael Cross pengertian media sosial menggambarkan bermacam-macam teknologi yang digunakan untuk mengumpulkan orang-orang ke dalam suatu kolaborasi, saling menukar informasi, dan berinteraksi melalui pesan yang berbasis *web*.<sup>49</sup>

---

<sup>49</sup> Mac Aditiawarman, Dkk. “*Hoax Dan Hate Speech Di Dunia Maya*”, Hal.51

## 7. Bryan Eisenberg

Menurut Bryan Eisenberg bahwa media sosial merupakan *platform online* untuk menjalin hubungan dan komunikasi antar pengguna internet di seluruh dunia, bukan hanya sekedar menyajikan konten dan iklan semata.<sup>50</sup>

Adanya beberapa pengertian media sosial tersebut maka dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan sebuah proses dari sosialisasi itu sendiri yang mana menekankan pada proses interaksi antara satu individu dengan individu lainnya untuk saling menciptakan, membagi, ataupun memodifikasi ide dan gagasan dalam bentuk komunikasi virtual. Oleh karena itu suatu informasi yang telah diciptakan oleh seseorang dapat dengan mudah diakses oleh jutaan orang secara virtual sehingga dalam penerapannya kita harus berhati-hati supaya setiap informasi yang tersebar tidak mengandung nilai-nilai negatif atau kebohongan informasi.<sup>51</sup>

## 2. Sejarah (singkat) Media Sosial

Sejarah media sosial bermula pada abad ke-19. Titik awalnya adalah teknologi telegraf yang dikirimkan oleh Samuel Morse pada 1844. Meski begitu, banyak orang berpendapat bahwa telegraf tidak bisa masuk dalam terminologi media sosial karena tidak *online*. Sedangkan

---

<sup>50</sup> I Putu Agus Eka Pratama, “*Social Media Dan Social Network*”, (Bandung: Informatika, 2020), Hal. 4.

<sup>51</sup> Syaifuddin, Dkk. “*Teori Komunikasi Massa Dan Perubahan Masyarakat*”, (Malang: Intrans Publishing Group, 2020), Hal. 54.



media sosial sendiri dianggap sebagai teknologi komunikasi yang berbasis internet. Karena itu, pertumbuhan internet pada 1970-an menjadi awal mula dari media sosial.<sup>52</sup>

Media sosial pertama tercipta pada tahun 1978. Bentuknya adalah *Bulletin Board System* (BBS), sebuah platform yang mengumumkan pertemuan dan berbagi informasi dengan mengunggahnya di BBS. Ini menjadi tonggak komunitas virtual pertama dalam sejarah. Selanjutnya, pada 1979, kemunculan *UserNet* membuat orang mulai menggunakan komunikasi virtual dari buletin, artikel, atau *newsgroup online*. Pada 1995, ketika *www* diluncurkan, orang mulai ingin membuat situs *Web* pribadi masing-masing. Situs pribadi ini memungkinkan mereka berbagi dan berkomunikasi lewat internet.

Munculnya media jejaring sosial di dunia dimulai dengan munculnya *Friendster* pada tahun 2002 yang merupakan aplikasi untuk membangun relasi pertemanan dunia maya dengan cakupan yang luas yakni seluruh dunia. Setelah munculnya, *Friendster*, media sosial yakni selanjutnya adalah *Linkedin* sebuah situs yang membagikan pengalaman mengenai dunia bisnis dan pekerjaan yang didirikan pada tahun yang sama. Selanjutnya pada tahun 2003 situs *MySpace* didirikan, berfokus pada orientasi musik seseorang, *MySpace* menjadi situs

---

<sup>52</sup> Fitria Halim, Dkk. "*Marketing Dan Sosial Media*", (Bandung: Media Sains Indonesia, 2020), Hal. 11.

jejaring yang dapat digunakan untuk bertukar pesan/ *chatting*, mengunggah lagu/ video dan menyediakan layanan pemasangan genre musik khusus pada halaman profil.<sup>53</sup>

Facebook muncul pada tahun 2004, namun pamor Facebook di Indonesia naik daun pada tahun 2008 dan mulai menggeser *Friendster*. Pada tahun 2009 *Twitter* muncul sebagai situs jejaring sosial yang lebih simple dengan berfokus pada penyajian *timeline* yang berisi status orang-orang yang kita ikuti disertai kolom komentar, kolom *retweet/like*. Pada tahun yang sama, situs jejaring sosial berbasis aplikasi muncul yakni *Whatsaap* namun pada tahun tersebut aplikasi ini belum diminati banyak orang. Aplikasi ini berfokus pada pertukaran pesan antar individu maupun kelompok yang dapat melalui beberapa pilihan yakni teks, panggilan maupun video *call*. Selanjutnya pada tahun 2010 *Instagram* menjadi situs jejaring sosial di Indonesia yang diminati. Kemudian *Line* pada tahun 2011 digunakan sebagai media untuk bertukar pesan sehari-hari, situs jejaring sosial ini berfokus kepada pertukaran pesan baik kelompok maupun perindividu dengan individu lainnya.

### **3. Karakteristik Media Sosial**

Karakteristik media sosial berbeda dengan media massa tradisional. Dengan tingkat keterjangkauan yang besar serta tidak terhalang oleh ruang dan waktu serta media sosial memiliki banyak kelebihan.

---

<sup>53</sup> Fitria Halim, Dkk. "*Marketing Dan Sosial Media*", Hal. 12-13.

Kelebihan ini sebagian karena karakteristik media sosial sebagai media yang berada dalam ruang digital. Mengadaptasi dari Nasrullah media sosial sebagai media baru (*new media*) memiliki karakteristik sebagai berikut:<sup>54</sup>

a. *Network*

Terhubung dengan jaringan yang tidak terbatas pada satu wilayah geografis. Melalui media sosial, *Public Relations* dapat terhubung tanpa terhalang oleh ruang dan waktu selama publik terkoneksi dengan jaringan internet. Melalui media sosial, pihak perusahaan/lembaga dapat selalu terkoneksi dengan publiknya.

b. *Information*

Sifatnya yang multimedia, *Public Relations* dapat menyampaikan informasi secara cepat dalam berbagai bentuk, baik teks, foto, audio, ataupun bentuk audio visual dan teks secara bersamaan. Melalui media sosial, pihak *Public Relations* dapat dengan cepat dan melakukan pembaharuan penyampaian informasi. Di samping itu, saat menyampaikan informasi dapat berlangsung berinteraksi dengan publiknya secara langsung.

---

<sup>54</sup> Yusriin Amad Tosypu, "*Imedia Baru pada Komunikasi Politik (Komunikasi Politik I Dunia, Virtual)*", (Surabaya: Jakat Publishiing, 2018), Hal. 74.

c. *Interface*

Merupakan perangkat penerjemah saat berhubungan melalui komputer. Melalui karakter ini *Public Relations* dapat mencitrakan diri dan perusahaannya semaksimal mungkin.

d. *Archive*

File dan berbagai dokumen infromatif yang pernah dipublikasikan di media sosial dapat tersimpan walaupun sudah bertahun-tahun selama servernya masih berfungsi. Hal ini memungkinkan publik dapat mengakses berbagai infromasi masa lalu yang masih dibutuhkan.

e. *Interactivity*

Mendorong pelaku media sosial untuk berkomunikasi secara interaktif. *Public Relations* yang menjadikan media sosial sebagai alat komunikasi dapat berinteraksi dengan publiknya untuk membangun saling pengertian secara langsung secara intensif.

f. *Simulation*

Melalui media sosial, *Public Relations* dapat melakukan rekayasa positif dengan maksimal bagaimana mencitrakan perusahaan, baik melalui teks, grafis, ataupun audio visual.<sup>55</sup>

---

<sup>55</sup> Yusrin Ahmad Tospu, "*Imedia Baru dan Komunikasi Politik (Komunikasi Politik I, Dunia Virtual)*", Hal. 76.

## BAB III

### ETIKA KOMUNIKASI DALAM MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL

#### A. Prinsip-prinsip Etika Komunikasi

Komunikasi Islam tunduk dengan sumber utama ajaran Islam, yaitu Alquran dan As-Sunnah, dari dua sumber inilah prinsip-prinsip dasar ilmu komunikasi Islam diambil. Dengan memahami prinsip-prinsip dasar komunikasi dalam Islam diharapkan pembaca akan memiliki rambu-rambu yang membantunya dalam berkomunikasi sesuai dengan aturan umum ajaran Islam. Prinsip-prinsip ini berlaku umum untuk segala bentuk komunikasi dengan sesama manusia.<sup>56</sup> Adapun prinsip-prinsip etika komunikasi yang dimaksud sebagai berikut:

##### 1. Kejujuran (*Fairness*)

Bersikap jujur merupakan dasar pergaulan sosial yang paling asasi. Sebab, tidak ada seorangpun yang ingin dibohongi dalam hal apapun.<sup>57</sup> Karena itu, bersikap jujur menjadi *concern* Islam sebagaimana dalam sebuah hadis:

عَلَيْكُمْ بِالصِّدْقِ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ وَإِنَّ الْبِرَّ وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَصْدُقُ وَيَتَحَرَّى الصِّدْقَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ

اللَّهِ صِدْقًا. (رواه مسلم عن عبد الله)

*“Hendaklah kalian senantiasa jujur, karena kejujuran akan membawa kepada kebaikan, dan kebaikan akan membawa ke surga..”*

---

<sup>56</sup> Harjani Hefni, “*Komunikasi Islam*”, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), Hal. 225.

<sup>57</sup> Kementerian Agama RI, “*Komunikasi Dan Informasi (Tafsir Alquran Tematik)*”, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Alquran, 2011), Hal. 393.

*Dan ketika seseorang senantiasa berlaku jujur dan berusaha keras untuk jujur, sehingga ia tercatat di sisi Allah Swt. sebagai orang yang benar-benar jujur.” (Riwayat Muslim dari ‘Abdullah)*

Saat berkomunikasi, kejujuran merupakan kebaikan tertinggi. Berkata dan menyampaikan informasi dengan jujur adalah kebaikan tertinggi itu sendiri. Kejujuran dalam berkomunikasi diukur dengan pengungkapan fakta apa adanya. Manakala fakta yang diungkapkan benar, sesuai dengan kenyataan, secara etika komunikasi seseorang bisa dikatakan sudah jujur dan kebenaran korespondensial, yakni kesesuaian antara pernyataan-pernyataan yang disampaikan dengan kenyataan-kenyataan yang sebenarnya terjadi.<sup>58</sup>

Didalam Alquran terdapat banyak term *siddiq* dengan berbagai derivatnya. Kata *siddiq* atau jujur bermakna menempati kebenaran, dan tidak ingkar. Jujur dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai lurus hati, tidak berbohong, tidak curang, bisa juga tulus dan ikhlas. Kejujuran merupakan kunci berkomunikasi terhadap orang lain, dan akan membawa manfaat yang banyak kepada khalayak umum.<sup>59</sup>

Jujur adalah ciri khas orang beriman, sebaliknya dusta adalah sifat orang munafik. Alquran membimbing hidup manusia agar berlaku jujur dalam hidupnya, sebab kejujuran akan menanamkan kepercayaan orang lain pada dirinya. Kepercayaan orang ini amat berpengaruh bagi jiwa

---

<sup>58</sup> A.B. Susanto Dan R. Masri Sareba Putra, “60 Management Gems Applying Management Wisdom In Life”, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), Hal. 426.

<sup>59</sup> Mas Iman, “Karakter Manusia Beriman Dalam Alquran”, (Jakarta: Guepedia, 2020), Hal. 233.

manusia, sebab orang yang tidak dipercayai orang lain, akan hidup terkucil (terisolasi) dari masyarakatnya. Kondisi ini akan berpengaruh besar bagi ketentraman jiwa orang tersebut.<sup>60</sup>

Oleh sebab itu, Allah Swt. sangat menganjurkan, bahkan memerintahkan orang beriman agar bersifat jujur, sebagaimana yang tertuang dalam Alquran surat at-Taubah ayat 119 berikut ini:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّٰدِقِينَ ﴿١١٩﴾

*“Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar.”* (QS. at-Taubah/: 119)

Ayat ini terletak di akhir surat at-Taubah, memerintahkan orang-orang beriman agar senantiasa jujur. Ayat ini merupakan salah satu kaidah utama mengatur seputar interaksi seorang hamba kepada Sang pencipta dan juga kaidah yang mengatur interaksi antara seorang hamba dengan hamba yang lain. Jika mencermati ayat ini, maka akan dipahami bahwa lafazh *“ash-shidqu”* dalam ayat ini bersifat lebih luas dan umum, ia tidak terbatas pada kejujuran dalam berkata. Akan tetapi, jujur dalam perbuatan serta jujur dalam semua kondisi. Kejujuran dalam semua bidang ini pernah di contohkan oleh Rasulullah Saw.

---

<sup>60</sup> Daud Rasyid, *“Islam Dalam Berbagai Dimensi”*, (Jakarta: Gema Inasni Press, 1998), Hal. 52.

dalam kehidupan sehari-hari sebelum dan sesudah beliau diutus menjadi Nabi.<sup>61</sup>

## 2. Adil/Tidak memihak (obyektif)

Seorang komunikator tidak boleh memihak kepada siapapun kecuali kepada kebenaran, sesuai dengan fakta yang ia dapatkan. Namun begitu, bagi yang terkena langsung dari pemberitaan tersebut seharusnya diberi *hak jawab* untuk menjelaskan atau mengklarifikasi berita tersebut. Inilah yang dimaksudkan dengan prinsip keadilan.<sup>62</sup>

Islam sebagai agama yang sangat menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan dan keadilan juga memerintahkan umatnya untuk berlaku adil kepada semua orang tanpa membedakan warna kulit, jenis kelamin, suku, bahkan akidah. Dalam kaitan ini Allah Swt., berfirman:

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُم

لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿٩٠﴾

“*Sesungguhnya, Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran..*” (QS. an-Nahl/16:90)

<sup>61</sup> Umar Abdullah Bin Abdullah Al-Muqbil, “50 Kaidah Alquran Untuk Jiwa Dan Kehidupan”, Penj. Muhammad Yasir, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2015), Hal. 184 Dan 186.

<sup>62</sup> Lajnah Pentashihan Mushaf Alquran Abdan Litbang Dan Diklat Depatremen Agama RI,, “*Etika, Berkelaurga, Bermasyarakat,, Dan Berpolitik Tafsir Alquran Tematik.*”, Hal. 288.



Term *al-'adl* lebih didahulukan dari term *al-ihsan*, menurut az-Zamakhsyari, karena berlaku adil hukumnya wajib, sedangkan berlaku *ihsan* hukumnya sunnah, di samping itu, perintah berbuat adil pada ayat di atas tidak langsung menggunakan kata perintah, *i'dilu*, tetapi diawali dulu dengan kata *ya'muru* (kata kerja menunjukkan arti perintah). Hal ini menurut Ibnu 'Asyur, demi mendorong seseorang agar benar-benar berlaku adil.<sup>63</sup>

### 3. Keakuratan Informasi (*accuaracy*)

Informasi harus tepat dan tidak bias dan terbebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak menyesatkan. Sebuah informasi harus sesuai, tidak hoax dan tidak ambigu ketika sampai ke penerima informasi.<sup>64</sup> Akurat informasi berarti tepat sasaran. Keakuratan informasi harus benar-benar diperhatikan, jika tidak ingin dituduh sebagai penyebar fitnah.

Seorang komunikator tidak saja dituntut jujur, tetapi juga harus akurat (*accuracy*) dalam penyampaiannya. Artinya, seorang komunikator harus benar-benar yakin bahwa apa yang disampaikan adalah tepat, karena kesalahan informasi dalam komunikasi massa (penyiaran) akan menimbulkan kerugian yang sangat besar bagi masyarakat (penerima informasi). Begitu juga tentunya harus dilihat

---

<sup>63</sup> Kementerian Agama RI, "*Komunikasi Dan Informasi (Tafsir Alquran Tematik)*", Hal. 406.

<sup>64</sup> Dedy Rahman Prehanto, "*Buku Ajar Konsep Sistem Informasi*", (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020), Hal. 16.

masyarakat komunikannya, apakah informasi tersebut telah memenuhi fungsinya atau (*disfungsi*).<sup>65</sup>

Dalam kaitan ini, Islam sangat mengecam para penyebar berita bohong yang berbau fitnah, karena semua itu dapat menghancurkan sendi-sendi kehidupan masyarakat, sebagaimana peristiwa yang pernah terjadi pada salah satu istri Nabi Saw., ‘A’isyah. Firman Allah Swt:

إِنَّ الَّذِينَ جَاءُوا بِالْإِفْكِ عُصْبَةٌ مِّنْكُمْ لَا تَحْسَبُوهُ شَرًّا لَّكُم بَلْ هُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ لِكُلِّ أَمْرٍِ مِّنْهُمْ مَا  
 أَكْتَسَبَ مِنَ الْإِثْمِ وَالَّذِي تَوَلَّى كِبْرَهُ مِنْهُمْ لَهُ عَذَابٌ عَظِيمٌ ﴿١١﴾ لَوْلَا إِذْ سَمِعْتُمُوهُ ظَنَّ الْمُؤْمِنُونَ  
 وَالْمُؤْمِنَاتُ بَأَنْفُسِهِمْ خَيْرًا وَقَالُوا هَذَا إِفْكٌ مُّبِينٌ ﴿١٢﴾

*“Sesungguhnya, orang-orang yang membawa berita bohong itu adalah dari golongan kamu juga.. Janganlah kamu kira bahwa berita bohong itu buruk bagi kamu, bahkan ia adalah baik bagi kamu.. Tiap-tiap seseorang dari mereka mendapat balasan dari dosa yang dikerjakannya.. Dan siapa di antara mereka yang mengambil bahagian yang terbesar dalam penyiaran berita bohong itu baginya azab yang besar.. Mengapa di waktu kamu mendengar berita bohon itu orang-orang mukminin dan mukminat tidak bersangka baik terhadap diri mereka sendiri, dan (mengapa tidak) berkata: "Ini adalah suatu berita bohong yang nyata" (QS. an-Nur/24:11-12)*

<sup>65</sup> Kementerian Agama RI, “Komunikasi Dan Informasi (Tafsir Alquran Tematik)”, Hal. 398.

#### 4. Bebas bertanggung jawab

Prinsip ini didasarkan pada satu kenyataan bahwa sejak semula manusia terlahir sebagai makhluk yang diberi kebebasan untuk memilih. Hal ini bukan saja sebagai bentuk penghormatan Allah Swt., kepada manusia, tetapi juga menumbuhkan kesadaran bahwa segala pilihan yang diambil harus mampu dipertanggung jawabkan, baik kepada sesama manusia apalagi kepada Allah Swt., di akhirat kelak. Sebagaimana ditegaskan Alquran:

وَقُلِ الْحَقُّ مِنْ رَبِّكَ مَنْ شَاءَ فَلْيُؤْمِنْ وَمَنْ شَاءَ فَلْيُكْفُرْ إِنَّا أَعْتَدْنَا لِلظَّالِمِينَ نَارًا أَحَاطَ بِهَا جَهَنَّمُ سَرَادِقُهَا

وَإِنْ يَسْتَعْجِلُوا يُعَاثُوا بِمَاءٍ كَالْمُهْلِ يَشْوِي الْوُجُوهَ بِئْسَ الشَّرَابُ وَسَاءَتْ مُرْتَقًا ﴿٢٩﴾

*“Dan katakanlah.: "Kebenaran itu datangnya dari Tuhanmu.; maka barangsiapa yang ingin (beriman), hendaklah ia beriman, dan barangsiapa yang ingin (kafir) biarlah ia kafir". Sesungguhnya, Kami telah sediakan bagi orang orang zalim itu neraka, yang gejolaknya mengepung mereka. Dan jika mereka meminta minum, niscaya mereka akan diberi minum dengan air, seperti besi yang mendidih yang menghanguskan muka. Itulah minuman yang paling buruk, dan tempat istirahat yang paling jelek”. (QS. al-Kahf/18:29)*

Ayat di atas menggunakan bentuk pilihan yang dibarengi dengan ancaman. Ini bisa dipahami, bahwa pilihan tersebut bukan berarti

memberi izin kepada manusia untuk memilih sekehendak nafsunya.<sup>66</sup> Akan tetapi, ayat ini, paling tidak memberikan dua informasi penting. *Pertama*, bahwa sebuah kebenaran itu sedemikian jelasnya sehingga seseorang tidak mungkin memilih yang salah. *kedua*, bahwa ayat tersebut merupakan peringatan keras bagi siapa saja yang lebih memilih yang batil dari pada yang haq. Allah Swt., dalam hal ini hendak mendidik manusia agar segala sesuatunya harus diperhitungkan akibat baik maupun buruknya. Ia seharusnya menggunakan pikiran dan nurani sehatnya untuk menentukan pilihan-pilihannya. Sebab, setiap pilihan harus dipertanggung jawabkan. Karena itu, jangan mudah mengikuti sesuatu yang belum diketahui kebenarannya secara pasti, sebagaimana dinyatakan dalam firman-Nya:

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا ﴿٣٦﴾

*“Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggung jawaban”*. (QS. al-Isra’/17:36)

Ayat ini pada mulanya merupakan kritikan Alquran terhadap sikap orang-orang musyrik yang lebih memilih untuk menyembah berhala daripada beribadah kepada Allah Swt., hanya karena mereka ingin

---

<sup>66</sup> Kementerian Agama RI, “Komunikasi Dan Informasi (Tafsir Alquran Tematik)”, Hal.42.

menghormati leluhur-leluhurnya yang telah memberi contoh demikian, meski mereka tahu betul bahwa berhala-berhala yang disembah itu tidak akan memberi manfaat maupun mudarat. Namun, ayat ini bisa diberlakukan secara umum, yaitu bahwa seseorang dilarang mengikuti sesuatu yang kebenarannya tidak atau belum ia ketahui secara pasti.

Begitu juga seorang pembawa berita (wartawan), atas nama kebebasan pers, ia diberi kebebasan menyampaikan berita apa saja yang tidak dilarang hukum dan undang-undang, serta tidak menimbulkan keresahan masyarakat, asalkan didasarkan rasa tanggung jawab. Karena itu, sebagai wujud tanggung jawab, seorang komunikator harus melakukan *chek and recheck* sehingga ia benar-benar yakin bahwa apa yang disampaikan adalah tepat. Sebab, kesalahan informasi, apalagi dalam komunikasi massa (Penyiaran), akan menimbulkan kerugian yang sangat besar bagi masyarakat (penerima informasi).<sup>67</sup>

## 5. Kritik konstruktif

Kritiikan yang muncul dari setiap kebijakan, atau keputusan publik merupakan suatu kewajaran, dan ini harus dipahami sebagai upaya untuk melaksanakan perintah Alquran, yakni saling mengingatkan dalam hal kebenaran. Dalam firman-Nya Allah Swt. menjelaskan:

---

<sup>67</sup> Kementerian Agama RI, “Komunikasi Dan Informasi (Tafsir Alquran Tematik)”, Hal. 403.

وَالْعَصْرِ ﴿١﴾ إِنَّ الْإِنْسَانَ لَفِي خُسْرٍ ﴿٢﴾ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَتَوَّصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَّصَوْا

بِالصَّبْرِ ﴿٣﴾

“Demi masa. Sesungguhnya, manusia itu benar-benar dalam kerugian. kecuali orang-orang yang beriman, dan mengerjakan amal saleh, dan nasehat menasehati supaya mentaati kebenaran, dan nasehat menasehati supaya menepati kesabaran”. (QS. al-‘Asr/103:1-3)

Pengguna redaksi *tawasaw* memiliki efek makna lebih dalam dari pada redaksi *tanasahu* (saling menasehati). Sebab, redaksi *tawasaw* (saling berwasiat) seakan ia mau mati lalu meninggalkan pesan yang harus dilaksanakan sebagai wasiat. Ayat di atas sekaligus menginformasikan bahwa seseorang tidak akan merugi jika bertawasaw *bil-haqq wa tawasaw bis-sabr* (saling berwasiat atau berpesan dalam hal kebenaran dan dalam hal kesabaran), dan secara kontekstual redaksi *tawasaw* bisa diartikan sebagai kritik yang konstruktif. Artinya, kritik yang konstruktif itu justru akan menyelamatkan seseorang dari kerugian, baik di dunia maupun di akhirat.<sup>68</sup>

Namun, yang perlu diperhatikan ialah harus dikomunikasikan dengan cara-cara yang baik, dengan bahasa yang tepat, tidak menyinggung perasaan, mudah dicerna dan dengan bahasa yang santun,

<sup>68</sup> Kementerian Agama RI, “Komunikasi Dan Informasi (Tafsir Alquran Tematik)”, Hal. 408.

karena seorang komunikator yang berhasil bukan sekedar mampu menyampaikan informasi, tetapi sekaligus bisa menjaga hubungan sosial di antara para komunikan (*bermetakomunikasi*). Barangkali di sini dapat diberikan salah satu contoh dari ayat Alquran tentang kisah Nabi Musa dan Fir'aun:

فَقُولَا لَهُ: قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى ﴿٤٤﴾

*“Maka berbicaralah, kamu berdua kepadanya, dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat, atau takut”.* (QS.Thaha/44)

Ayat diatas mengajarkan kepada kita sebuah contoh komunikasi beradab, yakni bagaimana sosok Musa dan Harun, yang merepresentasikan manusia terbaik saat itu, dituntut untuk berbicara yang lembut kepada Fir'aun, sebagai representasi manusia paling jahat.<sup>69</sup>

## **B. Fakta mengenai Media Sosial**

Media sosial sebagai salah satu bukti kemajuan teknologi yang dapat memudahkan manusia dalam melakukan aktivitas sehari-harinya tidak bisa dipungkiri membawa dampak positif sekaligus negatif bagi manusia. Dampak positif hadirnya media sosial dalam kehidupan manusia antara lain manusia bisa berinteraksi jarak jauh dengan manusia lain. Bukan itu saja, akses atau jalan untuk mencari informasi terkait suatu masalah di suatu wilayahpun menjadi mudah dan juga memberikan kontribusi dalam ranah

---

<sup>69</sup> Lajnah Pentashihan Mushaf Alquran Abdan Litbang Dan Diklat Depatremen Agama Ri, *“Etiika Berkelaurga, Bermasyarakat Dan Berpolitik, Tafsir Alquran Tematiik”*, Hal. 292.

pendidikan berupa pembelajaran yang bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja, artinya manusia dapat mempelajari semua hal yang orang dahulu ajarkan melalui media sosial.

Meskipun demikian, hadirnya media sosial dalam kehidupan manusia juga memberikan dampak buruk bagi keberlangsungan hidup manusia. Hal ini dilandaskan pada apa saja yang dibawa oleh media sosial terkhusus isi di dalamnya yang mudah tersebar tanpa adanya filterisasi mana yang fakta dan mana yang manipulasi. Sehingga, berdampak pada mudah tersebarnya berita hoax juga berbagai kerusuhan seperti ujaran kebencian, *cyberbullying*, dan lain-lain sebagainya.<sup>70</sup>

Pengguna internet pada tahun 2020 di Indonesia tercatat dengan jumlah sekitar 175,5 juta jiwa, dengan jumlah populasi penduduk sebanyak 268.583.016. Ahmad M Ramly direktur jendral penyelenggaraan pos dan informatika kementerian dan informatika mengatakan, dari jumlah pengguna tersebut jangkauan atau penetrasi digital Nasional sebesar 64 persen di seluruh wilayah.<sup>71</sup>

Fakta mengenai media sosial sebagai berikut:<sup>72</sup>

1. Media sosial tidak menampilkan hidup orang yang sebenarnya

Orang bisa memilih ingin menunjukkan sisi apa dari dirinya dan menyembunyikan sisi lainnya.

---

<sup>70</sup> M. Khusnun Niam, “*Menalar Fenomena Agama Dan Kemanusiaan*”, (Klaten: Lakeisha, 2020), Hal. 106.

<sup>71</sup> <https://Republika..Co.Id/Berita//Qhgibx335/Kominfo-Pengguna-Internet-Di-Indoensia-Capai-17555-Juta..> Di Akses Tanggal 30 Desember 2020. Pukul 13.00 Wib.

<sup>72</sup> <https://Skata.Info/Article/Detail/488/6-Fakta-Tentang-Media-Sosail-Yang-Remaja-Harus-Tahu.> Di Akses Tanggal 30 Desember 2020. Pukul 13.00 Wib.



2. Pengguna minimal usia 13 tahun

Penelitian menyatakan bahwa dibutuhkan 12 tahun bagi seorang anak untuk menyempurnakan logika berpikirnya. Usia dibawah 12 tahun, sulit untuk seorang anak memahami dampak dari keputusan yang di ambil untuk dirinya, dan orang lain, maupun itu secara online atau secara nyata.

3. Anak harus berhati-hati dalam membagikan informasi

Media sosial memiliki rekam jejak digital yang tidak akan bisa dihapus, saat melakukan kegiatan membagikan info apapun, seperti data pribadi, tulisan, foto, maka akan tersimpan. Seorang remaja bisa mengaku kepada orang tuanya memiliki akun privat di media sosialnya, namun temannya bukan tidak mungkin akan melakukan *screenshot* (cuplikan layar), kemudian menge-*share* atau menyebarkannya. Maka sebaiknya saat mengunggah sesuatu lebih baik berpikir sebelum melakukannya, dan hindarilah menjatuhkan orang lain, di media sosial.

4. Jangan mudah mempercayai orang asing di media sosial

Maupun remaja dengan usia lebih matang, (misal SMA) harusnya bisa berpikir lebih logis daripada seorang remaja SD/ SMP, namun bagian otak remaja yang berperan dalam mengambil keputusan masih belum bisa terbentuk sempurna. Maka, ada baiknya orang tua tidak berhenti untuk mengingatkan anak tetap berhati-hati dalam menanggapi orang yang baru mereka kenal di dunia maya, karena informasi di dunia maya bisa saja dipalsukan.

5. Dapat menimbulkan adiksi atau kecanduan

Mark D.Griffiths, Ph. D, seorang psikolog di *Trent University* berpendapat, setelah melakukan beberapa penelitian mengatakan alasan mengapa seseorang, sangat bisa mencintai media sosial.

*Pertama*, media sosial mampu menciptakan *sense of belonging*, yaitu rasa memiliki. Untuk remaja, *sense of belonging* ini muncul ketika ia mempunyai komunitas di media sosial, begitu juga dengan teman-teman, atau orang lain yang memiliki kesamaan. Melalui media sosial, remaja dapat menggunakan identitas yang mungkin tidak langsung ditemukannya di dalam kehidupan nyata.

*Kedua* memberikan kesempatan pengguna menciptakan *image* seperti diinginkannya dalam media sosial. Jika remaja tidak puas dengan dirinya, ia bisa menunjukkan sisi diri yang diinginkannya, di dunia maya. Karena itu, remaja bisa ketagihan berinteraksi di media sosial apalagi jika orang-orang meresponnya lebih positif di sana.

6. Media sosial bisa membahagiakan namun, juga bisa menghancurkan

Karena seringnya media sosial, dan pertemanan remaja di dunia nyata berhubungan, peringatkan anak akan bahayanya mengunggah konten negatif karena, akan mempengaruhi relasinya dengan teman-teman di sekolahnya. Bukan tidak mungkin, tindakan yang dapat membahayakan bisa viral, dan membuat anak berurusan dengan hukum.

### C. Ayat Etika Komunikasi

#### 1. *Qaulan Balīghān* (perkataan yang mudah dimengerti)

أُولَٰئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا ﴿٦٣﴾

*“Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka.”* (QS. An-Nisa’/4:63)

Term *balig*, yang berasal dari *ba-la-ga*, oleh para ahli bahasa dipahami “sampainya sesuatu kepada sesuatu yang lain” juga bisa dimaknai dengan ‘cukup’ (*al-kifayah*). Sehingga perkataan yang *balig* adalah perkataan yang merusak dan membekas dalam jiwa.<sup>73</sup> Al-Asfahani menjelaskan, bahwa perkataan tersebut mengandung tiga unsur utama, yaitu bahasanya tepat, sesuai dengan yang dikehendaki, dan isi perkataannya adalah suatu kebenaran. Sedangkan term *balig* dalam konteks pembicara dan lawan bicara, adalah bahwa si pembicara secara sengaja hendak menyampaikan sesuatu dengan cara yang benar agar bisa diterima oleh pihak yang diajak bicara.

<sup>73</sup> Ibnu ‘Asyur, “*At-Tahrir Wat-Tanwir*”, Jilid. 4, (Tunis: ‘Isa Al-Babi Al-Halabi, 1384 H), Hal. 978.

M. Quraish Shihab menulis kriteria-kriteria khusus tentang suatu pesan dianggap *balig*, antara lain: tertampungnya seluruh pesan dalam kalimat yang disampaikan kalimatnya tidak bertele-tele, juga tidak terlalu pendek sehingga pengertiannya menjadi kabur, pilihan kosa katanya tidak dirasakan asing bagi si pendengar, kesesuaian dengan tata bahasa.<sup>74</sup>

2. *Qaulan Karīmān* (perkataan yang mulia)

﴿وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا

تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا ﴿٢٣﴾

“Dan Tuhanmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. Jika salah seorang di antara keduanya atau keduanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan "ah" dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia.” (QS. Al-Isra’/17:23)

Al-maraghi dalam tafsirnya menjelaskan, apa yang dimaksud perkataan yang mulia disini? Maka, berkatalah Ibnu ‘I-Musayyab: Yaitu

<sup>74</sup> M. Quraish Shihab, “*Tafsir Al-Mishbah*”, Vol.2, (Jakarta: Lentera Hati, 2000), Hal. 468.

seperti perkataan seorang budak yang berdosa di hadapan tuannya yang galak.<sup>75</sup>

Kata (كَرِيمًا) *kariman* biasa diterjemahkan *mulia*. Kata ini terdiri dari huruf-huruf *kaf*, *ra*, dan *mim* yang menurut pakar-pakar bahasa mengandung makna yang *mulia* atau *terbaik sesuai objeknya*. Bila dikatakan *rizqun karīm*, yang dimaksud adalah rezeki yang halal dalam perolehan dan pemanfaatannya serta memuaskan dalam kualitas dan kuantitasnya. Bila kata *karīm* dikaitkan dengan akhlak menghadapi orang lain, ia bermakna *pemaafan*.<sup>76</sup>

### 3. *Qaulan Mmaysūrān* (perkataan yang menyenangkan)

وَإِنَّمَا تُعْرَضُونَ عَنْهُمْ أُنْبِيَآءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا مَّيْسُورًا ﴿٢٨﴾

“Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu, yang kamu harapkan maka, katakanlah kepada mereka ucapan yang pantas.” (QS. Al-Isra’/17:28)

Sebab turunya ayat ini Sa’id bin Manshur meriwayatkan, dari Atha’ al-Khuraasani bahwa, beberapa orang dari suku Muzainah datang meminta Rasulullah Saw. memberi mereka hewan tunggangan, tetapi beliau menjawab, “Aku tidak mempunyai hewan tunggangan untuk kalian.”kemudian mereka pergi dengan air mata bercucuran karena

<sup>75</sup> Mushthafa Al-Maraghiy, “*Tafsir Al-Maraghiy*”, Penj. Hery Noer Aly, K. Anshori Umar Sitanggal, Dan Bahrun Abu Bakar, (Semarang: Tohaputra Semarang, 1988), Hal. 62.

<sup>76</sup> M. Quraish Shihab, “*Tafsir Al-Mishbah*”, (Jakarta: Lentera Hati, 2002), Hal. 65.

sedih. Mereka mengira Rasulullah Saw. sedang marah. Maka Allah Swt. menurunkan ayat tersebut, “*Dan jika engkau berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu.....*”

Ibnu Jarir meriwayatkan dari Adh-Dhahhak, “Ayat ini turun mengenai orang-orang miskin yang dulu meminta-minta kepada Nabi Saw.”<sup>77</sup>

Ibnu Zaid berkata, “Ayat ini turun berkenaan dengan kasus suatu kaum yang meminta sesuatu kepada Rasulullah Saw. namun beliau tidak mengabulkan permintaannya, sebab beliau tahu kalau mereka seringkali membelanjakan harta untuk hal-hal yang tidak bermanfaat. Sehingga berpalingnya beliau adalah semata-mata karena berharap pahala. Sebab, dengan begitu beliau tidak mendukung kebiasaan buruknya dalam menghambur-hamburkan harta. Namun begitu, harus tetap berkata dengan perkataan yang menyenangkan atau melegakan.”

Ayat ini juga mengajarkan, apabila kita tidak dapat memberi atau mengabulkan permintaan karena memang tidak ada, maka harus disertai dengan perkataan yang baik dan alasan-alasan yang rasional. Pada prinsipnya, *qaulan maisūr* adalah segala bentuk perkataan yang baik, lembut, dan melegakan. Ada juga yang menjelaskan, *qaul maisūr* adalah menjawab dengan cara yang sangat baik, perkataan yang lembut dan tidak mengada-ada. Ada juga yang mengidentikan *qaul maisūr*

---

<sup>77</sup> Jalaluddin As-Suyyuthi, “*Sebab Turunnya, Ayat Alquran*”, Penj. Tim, Abdull Hayyiee, (Jakarta.: Gemainsani, 2008 ), Hal. 340.

dengan *qaul ma'rūf*, artinya perkataan yang *maisūr* adalah ucapan yang wajar dan sudah dikenal sebagai perkataan yang baik bagi masyarakat setempat.<sup>78</sup>

#### 4. *Qaulan M'arūfān* (perkataan yang baik)

وَإِذَا حَضَرَ الْقِسْمَةَ أُولُو الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينُ فَأَرْزُقُوهُمْ مِنْهُ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَّعْرُوفًا ﴿٨١﴾

*“Dan apabila sewaktu pembagian itu hadir kerabat, anak yatim dan orang miskin, maka berilah mereka dari harta itu (sekedarnya) dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik.”* (QS. An-Nisa’/4:8)

Pada surah Al-Baqarah ayat 263 disebutkan kata “*ma'rūf*” lebih baik dari pada sedekah yang diiringi perkataan yang menyakitkan.

﴿قَوْلٌ مَّعْرُوفٌ وَمَغْفِرَةٌ خَيْرٌ مِّنْ صَدَقَةٍ يَتَّبِعُهَا أَذًى وَاللَّهُ غَنِيٌّ حَلِيمٌ ﴿٢٦٣﴾﴾

*“Perkataan yang baik dan pemberian maaf lebih baik dari sedekah yang diiringi dengan sesuatu yang menyakitkan (perasaan si penerima). Allah Maha Kaya lagi Maha Penyantun.”* (QS. Al-Baqarah/2:263)

Para mufasir mengartikan kata (*مَعْرُوفٌ*) dengan semua perkataan baik dan perbuatan baik serta perlakuan baik di hadapan orang tersebut atau

<sup>78</sup> Kementerian Agama RI, “*Komunikasi, Informasi (Tafsir Alquran Tematik)*”, (Jakarta.: Lajnah Pentashihaan Mushaaf Alquran., 2011), Hal. 47.

dibelakangnya, semua kebaikan, sesuatu kebaikan yang dikenal oleh syariah maupun akal, lawan dari kata mungkar.<sup>79</sup>

Yang dimaksud dengan *qaulan m'arūfān* adalah perkataan yang baik. *M'arūfān* di sini dipahami dalam arti yang dikenal oleh kebanyakan masyarakat. Perintah mengucapkan yang *ma'ruf* mencakup cara pengucapan, kalimat-kalimat yang diucapkan serta gaya pembicaraan. Dengan demikian ini menuntut suara yang wajar, gerak gerik yang sopan dan kalimat-kalimat yang diucapkan baik, benar dan sesuai sasaran, tidak menyinggung perasaan atau memungkinkan orang yang ada kotoran atau penyakit dalam hatinya berkeinginan buruk, juga untuk menghindari segala yang mengundang murka Allah Swt.<sup>80</sup>

M. Quraish shihab menjelaskan (قَوْلًا مَعْرُوفًا) *qaulan m'arūfān*, yakni kalimat-kalimat yang baik sesuai dengan kebiasaan dalam masing-masing masyarakat, selama kalimat tersebut tidak bertentangan dengan nilai-nilai Ilahi. Ayat ini mengamanahkan agar pesan hendaknya disampaikan dalam bahasa yang sesuai dengan adat kebiasaan yang baik menurut ukuran setiap masyarakat.<sup>81</sup>

Pengertian *ma'ruf*, sebagaimana keterangan di atas lebih maju pada moral sosial yang berlaku di masyarakat (baik-buruk, sopan tidak sopan, menyenangkan atau menyakitkan). Jadi, *qaulan m'arūfān* berarti

<sup>79</sup> M. Tatha Taufik., “*Etika .Komunikasi Islam.*”, (Bandung.: Pustaka Setia, 2012), Ha..

<sup>80</sup> Kementerian Agama RI, “*Komunikasi Dan Informasi*”, Hal. 50

<sup>81</sup> M. Quraish Shihab, “*Tafsir Al-Mishbah*”, Jilid 2, (Jakarta: Lenetra Hati, 2002), Hal. 427.



kata-kata menyenangkan dan tidak berlawanan dengan tata sopan santun serta tidak menyakiti komunikan (*mukhathab*).

5. *Qaulan Layyinan* (perkataan yang lembut)

فَقُولَا لَهُ، قَوْلًا لَيِّنًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَحْشَى ﴿٤٤﴾

*“Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat atau takut”* (QS. Thaha/20:44)

Berbicaralah kalian kepada fir’aun dengan pembicaraan yang lemah lembut agar lebih dapat menyentuh hati dan lebih dapat menariknya untuk menerima dakwah. Sebab, dengan perkataan yang lemah lembut, hati orang-orang yang durhaka akan menjadi halus, dan kekuatan orang-orang yang sombong akan hancur. Oleh sebab itu, datang perintah yang serupa kepada Nabi-Nya, Muhammad Saw. :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ..... ﴿١٢٥﴾

*“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik.....”* (QS. AN-Nahl/16: 125)

Contoh perkataan lemah lembut ialah perkataan Musa kepada Fir’aun:

فَقُلْ هَلْ لَكَ إِلَهٌ إِلَّا أَن تَزَكَّى ﴿١٨﴾ وَأَهْدِيكَ إِلَى رَبِّكَ فَتَحْشَى ﴿١٩﴾

“Dan katakanlah (kepada Fir’aun): "Adakah keinginan bagimu untuk membersihkan diri (dari kesesatan). Dan kamu akan kupimpin ke jalan Tuhanmu agar supaya kamu takut kepada-Nya?"” (QS. An-Nazi’at/79:18-19)

Dan firman Allah Swt. kepadanya:

.....وَالسَّلَامُ عَلَيَّ مَنْ اتَّبَعَ الْهُدَىٰ ﴿٧٩﴾

“.....Dan keselamatan itu dilimpahkan kepada orang yang mengikuti petunjuk.” (QS. Taha/20:47)

Selanjutnya Allah Swt. mengemukakan alasan, mengapa Musa diperintah untuk berkata lemah lembut:

لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

Bahwa kata *la’alla* (mudah-mudahan) dalam kalimat seperti ini menunjukkan harapan tercapainya maksud sesudah kata itu. Yakni, jalankanlah risalah, kerjakanlah apa yang Aku serukan kepada kalian, dan berusaha mengerjakannya seperti orang yang berharap dan tamak, agar pekerjaannya dapat berbuah dan tidak gagal usahanya: dia berusaha menurut kemampuannya dan berjuang sampai puncak usahanya dengan harapan segala perbuatannya dapat mendatangkan keberhasilan, kemenangan dan keuntungan.<sup>82</sup>

---

<sup>82</sup> Mushthafa Al-Maraghiy, “*Tafsir Al-Maraghiy*”, Penj. Hery Noer Aly, K. Anshori Umar Sitanggal, Dan Bahrun Abu Bakar, Juz XVI, (Semarang: Tohaputra Semarang, 1987), Hal.205

6. *Qaulan Sadīdān* (perkataan yang jujur)

وَلْيَحْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ۝

“Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar.” (QS. An-Nisa’/4:9)

*Qaulan sadīdān* maksudnya ialah ucapan yang adil dan benar. Dikatakan (السَّدَدُ وَالسَّدَادُ) adalah bentuk masdar dari kata (سَدَّ) yang artinya (مَا كَانَ سَدِيدًا) sesuatu yang tepat, benar”.<sup>83</sup>

Kata (سَدِيدًا) *sadīdān*, terdiri dari huruf *sin* dan *dal* yang, menurut pakar bahasa Ibn Faris, menunjuk kepada makna “*meruntuhkan sesuatu kemudian memperbaikinya*”. Ia juga berarti *istiqamah/konsistensi*. Kata ini juga digunakan untuk menunjuk kepada *sasaran*. Seorang yang menyampaikan sesuatu/ucapan yang benar dan mengena tepat pada sasarannya dilukiskan dengan kata ini. Dengan demikian, kata *sadīdān* dalam ayat di atas, tidak sekedar berarti *benar*, sebagaimana terjemahan sementara penerjemah, tetapi ia juga harus berarti *tepat sasaran*.

<sup>83</sup> Masduhha, “*Al-Alfaazhh Buku Pintar Memahami, Kata-Kata Dalam Alquran*”, (Jakarta: Pustaka Al-Akutsar, 2017), Hal. 361.

Dari kata *sadidan* yang mengandung makna *meruntuhkan sesuatu kemudian memperbaikinya* diperoleh pula petunjuk bahwa ucapan yang meruntuhkan, jika disampaikan, harus pula dalam saat yang sama memperbaikinya dalam arti *kritik* yang disampaikan hendaknya merupakan *kritik yang membangun* atau dalam arti informasi yang disampaikan harus mendidik.<sup>84</sup>

#### 7. *Qaul Zūr* (Perkataan dusta)

ذَلِكَ وَمَنْ يُعْظَمَ حُرْمَتِ اللَّهِ فَهُوَ خَيْرٌ لَهُ عِنْدَ رَبِّهِ وَأُحِلَّتْ لَكُمْ الْأَنْعَامُ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ فَاجْتَنِبُوا

الرِّجْسَ مِنَ الْأَوْثَانِ وَاجْتَنِبُوا قَوْلَ الزُّورِ ﴿٣٠﴾

“Demikianlah (perintah Allah). Dan barangsiapa mengagungkan apa-apa yang terhormat di sisi Allah maka itu adalah lebih baik baginya di sisi Tuhannya. Dan telah dihalalkan bagi kamu semua binatang ternak, terkecuali yang diterangkan kepadamu keharamannya, maka jauhilah olehmu berhala-berhala yang najis itu dan jauhilah perkataan-perkataan dusta.” (QS. Al-Hajj/22:30)

*Az-Zūr* ialah (الْكُذِبُ وَأُمْرِيَّتٌ), “kebohongan”, “kepalsuan”. Dan (الزُّورِ) juga berarti (أَشْرَكَ بِاللهِ), “mempersekutukan Allah Swt”. menurut Ar-Raghib *qaul zūr* pada ayat di atas adalah ucapan yang tidak diperkuat oleh akal.<sup>85</sup>

<sup>84</sup> M. Quraish Shihab, “*Tafsir Al-Mishbah*”, Jilid 2, Hal. 426-467.

<sup>85</sup> Masduha, “*Al-Alfaazh Buku Pintar Memahami Kata-Kata Dalam Alquran*”, Hal. 345.

Ayat ini dapat dipahami bahwa, ketika seseorang mengangungkan *masya'ir haram* dan memakan binatang yang diharamkan, akan tetapi tidak menjauhi syirik maupun perkataan dusta (*zūr*), maka gangguan tersebut tidak memiliki dampak spritual apapun bagi dirinya. Atau juga bisa dipahami bahwa perkataan dusta (*dusta*) hakikatnya sama dengan menyembah berhala, dalam hal sama-sama mengikuti hawa nafsu. Lebih konkretnya sama-sama menuhankan hawa nafsu.

Asal makna kata *zūr* adalah menyimpang/melenceng (*mail*). Perkataan *zūr* dimaknai *kizb* (dusta), karena menyimpang/melenceng dari yang semestinya atau yang dituju. Ada banyak penafsiran terkait dengan term *qaul zūr*. *Pertama*, mengharamkan yang halal atau sebaliknya; *kedua*, saksi palsu. Dalam hal ini Rasulullah Saw., sebagaimana dikutip oleh ar-Razi berabda, "...Saksi palsu itu sebanding syirik", *ketiga*, perkataan dusta (*al-kizb*) dan kebohongan/dibuat-buat (*buhtan*).<sup>86</sup>

#### 8. *Qaulan Saqilān* (Perkataan yang cepat/mantap)

إِنَّا سَنُلْقِي عَلَيْكَ قَوْلًا ثَقِيلًا ﴿٥﴾

"*Sesungguhnya Kami akan menurunkan kepadamu perkataan yang berat.*" (QS. Al-Muzzamil/73:5)

<sup>86</sup> Lajnah Pentashihan Mushaf Alquran Abdan Litbang Dan Diklat Depatremen Agama RI, "*Etika Berkelaurga, Bermasyarakat, Dan Berpolitik Tafsir Alquran Tematik*", (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Alquran, 2009), Hal. 278.

Tafsir dari ayat ini, yakni Kami akan mewahyukan Alquran kepadamu, dan itu adalah perkataan yang berat. Qatadah mengatakan: “Berat, demi Allah, ketetapan-ketetapan-Nya dan batas-batas-Nya.” Mujahid berkata “Perkara halal-haramnya.” Al Hasan berkomentar: “Melaksanakannya.” Abu Al Aliyah berkata: “Berat dengan janji-janji dan ancamannya serta halal-haramnya.”

Muhammad bin Ka’b berkata: Berat berarti mulia. Diambil dari bahasa percakapan, “Fulan berat padaku” yakni “Fulan memuliakanku”. Al Farra berkata: “Berat nan bijak, bukan ringan dan kosong, karena itu merupakan perkataan Tuhan kita.” Al Husain bin Al Fadhl berkata: “Berat, tidak dapat diemban kecuali oleh hati yang dikuatkan dengan taufiq Allah Swt., dan jiwa yang dihiasi dengan tauhid.”

Pendapat lain mengatakan bahwa penyifatan Alquran dengan “berat” adalah secara hakiki, sebagaimana dalam riwayat-riwayat yang valid bahwa apabila Nabi Saw. menerima wahyu dan beliau sedang berada diatas untanya, maka unta itu akan terjatuh ke tanah dan tidak bisa bergerak hingga dilepas dari beliau.<sup>87</sup>

#### 9. *Qaulan ‘Azīmān* (kata-kata yang besar/dosanya)

أَفْأَصَفَّكُمْ رَبُّكُمْ بِالْبَيْنِ وَأَتَّخَذَ مِنَ الْمَلَائِكَةِ إِنْتًا إِنَّكُمْ لَتَشُولُونَ قَوْلًا عَظِيمًا ﴿٥٧﴾

<sup>87</sup> Asy-Syaukani Al-Imam Muhammad Bin Ali Bin Muhammad,, “*Tafsir Fathul Qadir*”., Penj. Amir Hamzahh Dan Bensus Hidayat Amin, (Jakarta:, Pusataka Azam, 2012), Hal. 701.

*“Maka apakah patut Tuhan memilhkan bagimu anak-anak laki-laki sedang Dia sendiri mengambil anak-anak perempuan di antara para malaikat? Sesungguhnya kamu benar-benar mengucapkan kata-kata yang besar (dosanya).” (QS. Al-Isra’/17:40)*

Ayat ini ditujukan kepada kaum musyrikin yang menduga malaikat adalah anak-anak Allah Swt. dan berjenis kelamin perempuan. Allah Swt. Memberi kepada mereka, jenis yang mereka tidak sukai yakni, perempuan, padahal mereka selalu mengharapkan anak lelaki. Selain itu, mereka juga dikecam karena menyatakan Allah Swt., memiliki dan membutuhkan anak. Karena pernyataan ini adalah hal yang mustahil dan aneh, maka Allah Swt., secara langsung mengecam mereka: *“Sesungguhnya, kamu benar-benar mengucapkan kata-kata yang besar kesalahan,, kebohongan dan dosanya. (qaulan ‘azīmā)’”*.<sup>88</sup>

Kata *‘azīmā* secara harfiah berarti besar dan agung. Maka ungkapan kata *qawlan ‘azīmā* berarti perkataan yang besar. Dalam Alquran istilah tersebut terungkap satu kali yaitu terdapat dalam ayat 40 surah *al-Isra* (17). Para mufassir mengartikannya kepada “perkataan yang besar dosanya”. Ayat tersebut menggambarkan perkataan orang musyrik terhadap Allah Swt., di mana mereka menggambarkan bahwa Allah Swt., memiliki anak laki-laki dan perempuan. Anak laki-laki manusia dan anak perempuan malaikat. Perkataan seperti ini merupakan komunikasi yang tidak baik, ia mengandung dosa. Alquran melarang

---

<sup>88</sup> Kementerian Agama RI, *“Komunikasi Dan Informasi”*, Hal.41.

orang-orang mukmin berkomunikasi dengan ungkapan yang mengandung dosa, baik terhadap Allah Swt., maupun terhadap sesama manusia.<sup>89</sup>

---

<sup>89</sup> Asep Ahmad Sukandar Dan Muhammad Hori, *“Pemikiran Pendidikan Islam Sumbangan Para Tokoh Pendidikan Islam Melalui Gagasan, Teori, Dan Aplikasi”*, (Bandung: CV Cendekia Press, 2020), Hal. 34.



## **BAB IV**

### **ANALISIS ALQURAN TENTANG ETIKA KOMUNIKASI DALAM MENGUNAKAN MEDIA SOSIAL**

#### **A. Manfaat Media Sosial**

Media sosial merupakan bagian dari sistem relasi, koneksi dan komunikasi. Menggunakan media sosial juga dapat memanfaatkannya, setiap orang akan mendapatkan manfaat yang berbeda dalam penggunaan medianya sendiri. Berbagai manfaat telah kita dapatkan ketika menggunakan media sosial, hal ini tergantung pada seseorang yang menggunakannya apakah mendapatkan manfaat baik ataupun manfaat buruk.<sup>90</sup> Berikut ini beberapa manfaat media sosial:<sup>91</sup>

##### **1. Sarana belajar, mendengarkan, dan menyampaikan**

Berbagai aplikasi media sosial dapat dimanfaatkan untuk belajar melalui beragam informasi, data, dan isu yang termuat di dalamnya. Pada aspek lain, media sosial juga menjadi sarana untuk menyampaikan berbagai informasi kepada pihak lain. Konten-konten yang termuat di media sosial berasal dari berbagai belahan dunia dengan berbagai latar belakang budaya, ekonomi, sosial, keyakinan, tradisi maupun tendensi. Oleh karena itu benar jika dalam arti positif media sosial adalah sebuah ensiklopedia global yang tumbuh dengan cepat.

---

<sup>90</sup> Yusril Rifqy Naufaly, Dkk, *“Relasi Kuat Antara Generasi Millennial Dan Media”*, (Malang: Intrans Publishing Group, 2020), Hal. 91.

<sup>91</sup> Renny Nirwana Sari, *“Therapy Self Hater Healing”*, (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020), Hal. 12.

Dalam konteks ini, pengguna media sosial sangat perlu membekali diri dengan kekritisannya pisau analisa yang tajam, perenungan yang mendalam, kebijaksanaan dalam penggunaan, dan emosi yang terkontrol.

## **2. Sarana dokumentasi, administrasi, dan integrasi**

Berbagai aplikasi media sosial pada dasarnya merupakan gudang dan dokumentasi beragam konten, dari yang berupa profil, informasi, rekapitulasi kejadian, rekaman peristiwa, sampai pada hasil-hasil riset kajian. Dalam konteks ini, organisasi, lembaga dan perusahaan dapat memanfaatkannya dengan cara membentuk kebijakan penggunaan media sosial dan pelatihannya bagi seluruh karyawan, dalam rangka memaksimalkan fungsi media sosial sesuai dengan target-target yang telah dicanangkan. Beberapa hal yang bisa dilakukan dengan media sosial, antara lain membuat blog organisasi, mengintegrasikan berbagai lini di perusahaan, menyebarkan konten yang relevan sesuai kepentingan, visi, misi, tujuan, efisiensi, dan efektifitas operasional organisasi.

## **3. Sarana perencanaan, strategi dan manajemen**

Akan diarahkan dan dibawa ke mana media sosial, merupakan domain dari penggunaannya. Oleh sebab itu, media sosial di tangan para pakar manajemen dan marketing dapat menjadi senjata yang dahsyat untuk, meluncurkan perencanaan dan strateginya. Misalnya saja untuk melakukan promosi, menggaet pelanggan setia, menghimpun loyalitas

customer, menjajaki market, mendidik publik, sampai menghimpun respons masyarakat.

#### **4. Sarana kontrol, evaluasi dan pengukuran**

Media sosial berfaedah untuk melakukan kontrol organisasi, dan juga mengevaluasi berbagai perencanaan, dan strategi yang telah dilakukan. Ingat, respons publik dan pasar menjadi alat ukur, kalibrasi dan parameter untuk evaluasi. Sejauh mana masyarakat memahami suatu isu atau persoalan, bagaimana prosedur-prosedur ditaati untuk dilanggar publik, dan seperti apa keinginan dari masyarakat, akan bisa dilihat langsung melalui media sosial. Pergerakan keinginan, ekspektasi, tendensi, opsi dan posisi pemahaman publik akan dapat terekam dengan baik di dalam media sosial. Oleh karena itu, media sosial dapat juga digunakan untuk sarana preventif yang ampuh dalam memblok atau memengaruhi pemahaman publik.<sup>92</sup>

#### **B. Dampak dari Media Sosial**

Pada era globalisasi saat ini banyak sekali bermunculan media sosial. Bukan hanya orang dewasa saja yang menggunakan media sosial, bahkan para pelajar sekolah, dan anak-anak yang belum cukup umur juga sudah akrab dengan media sosial yang sekarang sedang berkembang. Berawal dari *Friendster*, kemudian *Facebook*, *Skype*, *Twitter*, *Line*, *Foursquare*, *Whatsapp*, *Instagram*, *Path*, *Snapchat*, dan lainnya. Beragam

---

<sup>92</sup> Renny Nirwana Sari, “*Therapy Self Hater Healing*”, Hal. 13.

macam dampak yang bisa ditimbulkan dari pemakaian media sosial, seperti berikut ini merupakan beberapa dampak positif dan negatif media sosial:<sup>93</sup>

### **1. Dampak Positif**

- a. Untuk menghimpun keluarga, saudara, kerabat yang tersebar dengan jejaring sosial ini sangat bermanfaat dan berperan untuk mempertemukan kembali keluarga atau kerabat yang jauh dan sudah lama tidak bertemu, kemudian lewat dunia maya hal itu bisa dilakukan.
- b. Sebagai media penyebaran informasi. Informasi yang *up to date* sangat mudah menyebar melalui situs jejaring sosial. Hanya dalam tempo beberapa menit setelah kejadian, kita telah bisa menikmati informasi tersebut.
- c. Memperluas jaringan pertemanan. Dengan menggunakan jejaring sosial, kita bisa berkomunikasi dengan siapa saja, bahkan dengan orang yang belum kita kenal sekalipun dari berbagai penjuru dunia.
- d. Situs jejaring sosial membuat anak dan remaja menjadi lebih bersahabat, perhatian, dan empati.
- e. Sebagai sarana untuk mengembangkan keterampilan dan sosial. Pengguna dapat belajar bagaimana cara beradaptasi, bersosialisasi dengan publik dan mengelola jaringan pertemanan.

---

<sup>93</sup> Syaifudin Zuhri, Dkk, “*Teori Komunikasi Masa Dan Perubahan Masyarakat*”, (Malang: Intrans Publishing Group, 2020), Hal. 38.

- f. Internet sebagai media komunikasi, para pengguna internet bisa berkomunikasi dengan pengguna internet dari seluruh dunia.
- g. Media pertukran data. Dengan menggunakan jaringan situs-situs web para pengguna internet di seluruh dunia dapat saling bertukar informasi dengan cepat dan murah.
- h. Sebagai wadah promosi untuk bisnis. Media sosial dapat menguntungkan untuk para pengusaha menengah kebawah yang dapat mempromosikan jasa, dan produknya tanpa harus mengeluarkan banyak biaya.

## **2. Dampak Negatif**

- a. Terjadi kesenjangan informasi. Baik itu antara pengguna media sosial, yang bisa mendapatkan berbagai informasi secara mudah dan transparan dengan orang yang tidak menggunakan media sosial. Atau antara pengguna media sosial itu sendiri, contohnya antara yang bergabung didalam suatu grup dengan yang sama sekali tidak bergabung.
- b. Kecanduan media sosial, maksudnya seseorang menjadi sangat terikat dengan media sosial. Menghabiskan sebagian waktu besar harinya untuk berinteraksi di media sosial, sehingga seringkali mengabaikan orang disekitarnya, bahkan sampai tugas-tugas yang seharusnya dikerjakannya.<sup>94</sup>

---

<sup>94</sup> Yusirin Amad Toepu, "*Imedia Baru Dan Komunikasi Politik (Komunikasi Politik I, Dunia Virtual)*", Hal. 84.

- c. Susah bersosialisasi dengan orang sekitar. Ini disebabkan karena pengguna media sosial menjadi malas belajar berkomunikasi secara nyata. Hal ini memang benar sekali, karena saya mempunyai teman yang sangat aktif di media sosial, dia selalu memposting apa saja yang sedang dia kerjakan, namun keadaan yang berbeda 180 derajat jika bertemu secara nyata. Orang yang aktif bermedia sosial, jika bertemu langsung nyatanya adalah orang yang pendiam dan tidak banyak bergaul.
- d. Situs media sosial akan membuat seseorang lebih mementingkan diri sendiri. Mereka menjadi tidak sadar, akan lingkungan sekitar mereka, karena kebanyakan menghabiskan waktu di internet.
- e. Tertinggal dan terlupakannya bahasa formal. Karena para pengguna media sosial lebih sering menggunakan bahasa informal dalam kesehariannya, hingga atauran bahasa formal, mereka menjadi terlupakan.
- f. Mengurangi kinerja. Karyawan perusahaan, mahasiswa, pelajar, yang bermain media sosial pada saat melakukan pekerjaannya, dapat mengurangi waktu kerja dan waktu belajar mereka.
- g. Berkurangnya privasi pribadi, di media sosial kita bebas menuliskan dan menshare apa saja, sering kali tanpa sadar, kita

mempublish hal yang seharusnya tidak perlu disampaikan kelingkup media sosial.<sup>95</sup>

- h. Kejahatan di dunia maya. Kejahatan ini dikenal dengan nama *cyber crime*, di dunia maya sangatlah beragam kejahatan. Diantaranya: *carding*<sup>96</sup>, *hacking*,<sup>97</sup> *cracking*,<sup>98</sup> *phising*<sup>99</sup>, dan *spamming*<sup>100</sup>.
- i. Pornografi. Media sosial memiliki kemampuan yang cepat dalam penyampaian informasi, sehingga pornografipun merajalela. Dalam memposting foto, terkadang seseorang lupa. Seharusnya menjadi privasi pribadi di media sosial, hal ini sangat beresiko karena bisa jadi, foto-foto yang di postingnya, dapat disalahgunakan oleh orang lain, yang tidak bertanggung jawab.
- j. Perjudian. Dengan jejaring yang tersedia, situs perjudian kian merebak.
- k. Pencurian atau penyalahgunaan data, baik berupa foto, dokumen pribadi, dan menciptakan konten berisi hoax.<sup>101</sup>

---

<sup>95</sup> Syaifudin Zuhri, Dkk, "*Teori Komunikasi Masa Dan Perubahan Masyarakat*", Hal. 39.

<sup>96</sup> Adalah Istilah Yang Digunakan Dalam Kegiatan Pencurian Nomor Kartu Kredit. Lihat Efvy Zam, "*Buku Sakti Hacker*", (Jakarta: Mediakita, 2011), Hal. 181.

<sup>97</sup> Adalah Kegiatan Menerobos Program Komputer, Milik Orang Lain, Termasuk Pada Suatu *Website*. Lihat. Dominikus Juzu, Dan Feri Sulianta, "*Hitam, Putih Facebook*", (Jakarta: PT Elix Media Komputindo, 2010), Hal. 76.

<sup>98</sup> Adalah Pembobolan Rekening Bank, Perusahaan Situs Internet. Lihat. M. Suyanto, "*Multimedia Alat Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing*", (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2005), Hal. 48.

<sup>99</sup> Adalah Kegiatan "Memancing" Pemakai Internet Agar Mau Memberikan Informasi Data Diri Pemakai, (*Username*) Dan Kata Sandinya, (*Password*) Pada Suatu *Website*, Palsu (*Fake*). Lihat. Dominikus Juzu Dan Feri Sulianta, "*Hitam, Putih Facebook*", Hal. 78.

<sup>100</sup> Adalah Tindakan Yang Tidak Terpuji, Yaitu Pengiriman *E-Mail* Yang Isinya Tidak Dikehendaki Oleh Si Penerima, Bisa Juga Melalui Kotak Komentar Atau Buku Tamu Sebuah Situs. Lihat. Dominikus Juzu Dan Feri Sulianta, "*Hitam, Putih Facebook*", Hal. 78.

<sup>101</sup> Yusirin Amad Toepu, "*Imedia Baru Dan Komunikasi Politik (Komunikasi Politik I, Dunia Virtual)*", Hal.85

### C. Pentingnya Etika Komunikasi dalam Bermedia Sosial

Saat ini media sosial merupakan bagian terpenting dalam kehidupan kita. Sebagaimana keterjangkauan dalam membeli komputer maupun handphone, penetrasi media sosial semakin menguat. Media sosial memungkinkan audiens berperan sebagai produsen, dan konsumen pesan yang terdistribusikan secara masif kepada audiens. Berbagai rupa aplikasi media sosial, seperti *Twitter*, *Instagram*, *facebook*, yang digunakan secara luas, dengan berbagai motif. Mulai dari motif hanya pertemanan, motif hiburan, motif untuk mencari informasi, motif membangun solidaritas dan bahkan juga digunakan untuk motif ekonomi.<sup>102</sup>

Memang di balik manfaat media sosial, penggunaan aplikasi media sosial rentan pada pelanggaran etika dan juga persoalan hukum. Jelas kiranya bahwa kita sekarang berada dalam era digital. Sebagian besar penduduk dunia dikepeng dan dikendalikan oleh perkembangan dunia digital. Banyak manusia yang merasa hidupnya tidak bisa lepas dari gawai. Padahal generasi sebelumnya masih bisa hidup tenang tanpa alat komunikasi modern yang berdampak positif dan negatif dalam hidup manusia. Kenyataan sosial ini tak terhindari dan tak tersingkirkan.

Kebajikan dan keunggulan pribadi sangat diandalkan dalam mengarungi dunia komunikasi dewasa ini. Dengan kebajikan seseorang dapat memilah dengan tajam, apa yang baik, benar, perlu dan bernilai dalam

---

<sup>102</sup> Fajar Junaedi, "*Etika Komunikasi Di Era Siber: Teori Dan Praktik*", (Depok: Rajawali Pers, 2019), Hal. 153.



dunia komunikasi modern ini. Manusia tidak mungkin tinggal diam atau memasabodohkan pengaruh media sosial modern. Di tengah keadaan ini manusia perlu terus-menerus mengasah ketajaman budi dan hati sehingga terlepas dari penggiringan media sosial yang acapkali menyesatkan. Ketajaman dalam memilih ini bisa terwujud kalau seseorang sungguh menghidupi nilai-nilai humaniora yang tertanam dalam hati dan budinya.

Berikut ini berupa nilai, acuan, dan pedoman yang bisa menjadi dasar pertimbangan dalam bertindak bijaksana, saat menggunakan media sosial.<sup>103</sup>

1. Sebaiknya memberikan informasi pribadi dan keluarga secara bijak, atau tidak mengumbar informasi yang mengandung privasi. Data diri, informasi yang bersifat privasi, dan penting haruslah dirahasiakan.
2. Sebaiknya berkomunikasi secara santun dan tidak mengatakan kata-kata kasar. Lebih baik gunakan kaidah-kaidah bahasa yang baik dan benar.
3. Dilarang atau jangan menyebarkan konten yang bersifat pornografi, dan dapat mengganggu suku, agama, ras dan antar golongan (SARA). Seperti berupa foto, tulisan, gambar, suara, ilustrasi, maupun video. Jika dilakukan, maka dapat menyinggung membuat malu, dan memicu konflik ataupun pertentangan di antara para pengguna media sosial, yang berasal dari beragam latar belakang, tingkat pendidikan, umur, kepercayaan, dan agama. Saling menghargai dalam perbedaan, ialah

---

<sup>103</sup> Renny Nirwana Sari, "*Therapy Self Hater Healing*", Hal.15.

prinsip yang harus dijunjung tinggi dalam menggunakan media sosial.<sup>104</sup>

4. Memperhatikan penggunaan kata atau kalimat sebelum memposting tulisan atau memberikan komentar (menggunakan bahasa yang baik dan sopan).
5. Harus mampu membedakan obrolan yang bersifat pribadi dan publik. Hal ini dilakukan untuk menghindari tindak kejahatan yang tidak diinginkan, seperti penipuan dan penculikan, maupun *cyber bullying*.
6. Tidak sembarangan mengeshare tautan sebelum mengecek kebenaran informasi tulisan (termasuk juga ketika membagikan hashtag/ mention). Sebagaimana Alquran cukup memberi informasi bagaimana suatu “informasi” harus akurat, untuk mendapatkan informasi yang akurat, dapat diperoleh dengan teknik *tabayyun* (*check* dan *recheck*). Dalam Alquran terdapat 3 kata *tabayyun*, 2 kata dalam surah An-Nisaa’ ayat 94 dan 1 kata dalam surah Al-Hujuraat ayat 6. Namun, yang relevan dengan akurasi informasi dalam pembahasan ini adalah surah Al-Hujuraat ayat 6 yang berbunyi:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِّنَاۤءٍ فَتَبَيَّنُوْا اَنْ تُصِيبُوْا قَوْمًاۢ بِجَهْلَةٍ فَتُصْحِحُوْا عَلٰۤى مَا فَعَلْتُمْ

تُدْمِيْنَ ﴿٦﴾

---

<sup>104</sup> Yusirin Amad Toepu, “*Imedia Baru Dan Komunikasi Politik (Komunikasi Politik I, Dunia Virtual)*”, Hal. 90.

*“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti, agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum, tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal, atas perbuatanmu itu”.* (QS. Al-Hujuraat/:6)

Ayat tersebut diturunkan untuk mengingatkan Nabi agar berhati-hati dalam menerima informasi. Menerima informasi yang salah untuk digunakan sebagai dasar mengambil keputusan akan berakibat fatal, untuk itu diperlukan teknik *tabayyun*. Kata *tabayyun* dapat diartikan sebagai “jangan tergesa-gesa menerima suatu informasi dan berhati-hatilah hingga informasi itu jelas”.<sup>105</sup>

7. Memahami konten dan maksud tulisan secara komprehensif dan tidak sepotong-potong sebelum memberikan komentar.<sup>106</sup>

Selain mentaati Undang-undang yang telah berlaku di Indonesia, etika-etika yang tidak tertulis namun telah disepakati oleh masyarakat luas atau adat istiadat perlu juga untuk ditaati dan dihormati. Adapun etika tidak tertulis tersebut kumpulan etiket, sopan-santun, nilai/norma dan kaidah-kaidah yang tercipta dari proses interaksi antar sesama.

Pada prinsipnya etika berkomunikasi di media sosial merupakan perpaduan antara berfikir, bertindak dan berperilaku yang mengacu pada

---

<sup>105</sup> Iswandi Syahputra, *“Paradigma Komunikasi Profetik Gagasan Dan Pendekatan”*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), Hal. 143.

<sup>106</sup> Renny Nirwana Sari, *“Therapy Self Hater Healing”*, Hal.15.

aturan hukum dan norma-norma yang berlaku di masyarakat dan dituangkan dalam bentuk perbuatan maupun ucapan.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Etika secara etimologi, berasal dari bahasa Yunani “*ethos*”. Kata Yunani “*ethos*” dalam bentuk tunggal mempunyai banyak arti yaitu tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap dan cara berfikir.

Pengertian etika menurut para ahli salah satunya adalah Hamzah Ya’kub, yaitu tingkah laku manusia yang berkaitan dengan prinsip-prinsip dan tindakan moral yang bernilai benar, atau ilmu yang menelusuri mana yang baik dan buruk.

Komunikasi secara etimologi, berasal dari kata “*communis*” yang dalam bahasa latin berarti sama, yaitu sama makna dan arti. Komunikasi menurut Istilah, terdapat beberapa argumen dari berbagai ahli, antara lain, Everet M. Rogres, Komunikasi adalah proses di mana suatu ide di-alihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

Etika komunikasi dapat disimpulkan sebagaimana menurut Curtis, Floyd, & Winsor adalah sebuah pedoman dan ukuran perilaku dan moral. Etika komunikasi menjadi tolak ukur atau pertimbangan benar dan salah atas tindakan komunikasi yang diambil, untuk menuju komunikasi yang efektif. Etika komunikasi adalah masalah yang sangat penting untuk mereferensikan bagaimana kualitas seorang komunikator.

Media sosial adalah media *online* (daring) yang dimanfaatkan sebagai sarana pergaulan sosial secara online di internet. Menurut para ahli salah satunya Menurut Michael Cross pengertian media sosial adalah sebuah istilah yang menggambarkan bermacam-macam teknologi yang digunakan untuk mengikat orang-orang ke dalam suatu kolaborasi, saling bertukar informasi, dan interkasi melalui isi pesan yang berbasis web.

Ayat-ayat mengenai etika komunikasi dalam menggunakan media sosial antara lain, *Qaulan Balīghān* (perkataan yang mudah dimengerti) QS. An-Nisa'/4:63, *Qaulan Karīmān* (perkataan yang mulia) QS. Al-Isra'/17:23, *Qaulan Mmaysūrān* (perkataan yang menyenangkan) QS. Al-Isra'/17:28, *Qaulan M'arūfān* (perkataan yang baik) QS. An-Nisa'/4:8, *Qaulan Layyinan* (perkataan yang lembut) QS. Thaha/20:44, *Qaulan Sadīdān* (perkataan yang jujur) QS. An-Nisa'/4:9, *Qaul Zūr* (Perkataan dusta) QS. Al-Hajj'/22:30, *Qaulan Saqīlān* (Perkataan yang cepat/mantap) QS. Al-Muzzamil/73:5, *Qaulan 'Azīmān* (kata-kata yang besar/dosanya) QS. Al-Isra'/17:40.

Media sosial memiliki manfaat tersendiri sebagai berikut, Sarana belajar, mendengarkan, dan menyampaikan, Sarana dokumentasi, administrasi, dan integrasi, Sarana perencanaan, strategi dan manajemen, Sarana kontrol, evaluasi dan pengukuran.

Selain media sosial memiliki manfaat, tetapi juga media sosial memiliki dampak yang positif dan juga negatif. Dampak positif adanya media sosial salah satunya adalah Untuk menghimpun keluarga, saudara,

kerabat yang tersebar dengan jejaring sosial ini sangat bermanfaat dan berperan untuk mempertemukan kembali keluarga atau kerabat yang jauh dan sudah lama tidak bertemu. Dan dampak negatif dari media sosial salah satunya adalah berkurangnya privasi pribadi dan bertambahnya kejahatan di dunia maya.

Islam telah mengatur tata cara berkomunikasi dengan baik, dan sangat mengecam orang yang menggunakan lisannya untuk perkataan yang buruk di dalam hadis Rasulullah Saw., menyatakan bahwa *“Barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari pembalasan, hendaknya ia mampu mengucapkan perkataan yang baik, atau bila ia tidak sanggup maka lebih baik ia diam.”* (HR. Muslim)”.

Oleh karena itu maka sudah sepatutnya para pengguna media sosial untuk lebih menyadari pentingnya etika dalam berkomunikasi di media sosial. Ada beberapa nilai, acuan dan pedoman dalam menggunakan media sosial salah satunya ialah tidak memposting status yang berbau SARA dalam bentuk tulisan, gambar maupun video karena dikhawatirkan akan menyinggung pihak-pihak tertentu dan memperhatikan penggunaan kata dan kalimat dalam memposting maupun mengirim pesan.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan sesuai dengan penelitian yang didapatkan, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Perlunya pengetahuan etika komunikasi dalam menggunakan media sosial haruslah ditanamkan pada diri setiap pengguna media sosial, karna di media sosial bukan hanya orang dewasa tetapi juga para remaja yang masih baru mau menginjak dewasa. Sebagaimana peraturan yang telah ditetapkan media sosial minimal umur 13 tahun bagi para penggunanya. Diharapkan masyarakat yang masih dibawah batasan umur tidak boleh menggunakan media sosial tersebut, karena konten di dalamnya belum sesuai untuk usianya.
2. Dengan adanya penelitian ini diharapkan kepada seluruh pengguna media sosial untuk lebih mengetahui dan memahami mengenai pentingnya etika komunikasi di media sosial perspektif Alquran, serta mengaplikasikan pengetahuan dan pemahaman tentang etika komunikasi di media sosial dalam kehidupan sehari-hari.
3. Penulis berharap adanya penelitian lanjutan mengenai etika komunikasi di media sosial perspektif Alquran, sebagaimana perkembangan zaman semakin pesat dengan adanya teknologi dan informasi yang semakin canggih yang dapat memuat segala berita secara cepat dan intens.



### DAFTAR PUSTAKA

- ‘Asyur, Ibnu. *“At-Tahrir Wat-Tanwir”*, Jilid. 4, Tunis: ‘Isa Al-Babi Al-Halabi, 1384 H.
- Aditiawarman, Mac, Dkk. *“Hoax Dan Hate Speech Di Dunia Maya”*, Jakarta: Lembaga Kajian Aset Budaya Indonesia, 2019.
- Aditiawarman, Mac, Dkk. *“Variasi Bahasa Masyarakat”*, Padang: Lembaga Kajian Aset Budaya Indoensia, 2019.
- Al Munawar, Said Aqil Husin. *“Aktualisasi Nilai-Nilai Alquran Dalam Sistem Pendidikan Islam”*, Tangerang: Pt. Ciputat Press, 2005.
- Al Munawwwir, Ahmad Warson. *“Kamu Arab-Indoensia”*, Surabaya: Pustaka Progressif, 1997.
- Ali Bin Muhammad, Asy-Syaukani Al Imam Muhammad Bin. *“Tafsir Fathul Qadir”*, Penj. Amir Hamzah Dan Besus Hidayat Amin, Jakarta: Pusataka Azzam, 2012.
- Al-Maraghiy, Mushthafa *“Tafsir Al-Maraghiy”*, Penj. Hery Noer Aly, K. Anshori Umar Sitanggal, Dan Bahrin Abu Bakar, Juz XVI, Semarang: Tohaputra Semarang, 1987.
- Al-Maraghiy, Mushthafa. *“Tafsir Al-Maraghiy”*, Penj. Hery Noer Aly, K. Anshori Umar Sitanggal, Dan Bahrin Abu Bakar, Semarang: Tohaputra Semarang, 1988.
- Al-Muqbil, Umar Abdullah Bin Abdullah. *“50 Kaidah Alquran Untuk Jiwa Dan Kehidupan”*, Penj. Muhammad Yasir, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2015.
- As-Suyuthi, Jalaluddin. *“Sebab Turunnya Ayat Alquran”*, Penj. Tim Abdul Hayyie, Jakarta: Gema Insani, 2008.
- Cangara, Hafied. *“Pengantar Ilmu Komunikasi”*, Depok: Rajawali Pers, 2019.
- Citra, Endis Dkk. *“Media Dan Perkembangan Budaya”*, Malang: Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Bekerja Sama Dengan Intrans Publishing Group, 2020.
- Dedy Rahman Prehanto, *“Buku Ajar Konsep Sistem Infromasi”*, Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020.

Departemen Pendidikan, "*Kamus Besar Bahasa Indoensia*" Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama, 2008.

Effendy, Onong Uchjana. "*Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*", Bandung: Pt Citra Aditya Bakti, 2003.

Fitria Halim, Dkk. "*Marketing Dan Sosial Media*", Bandung: Media Sains Indonesia, 2020.

Gunawan, Hami, Dkk. "*Religion Society Dan Social Media*", Yogyakarta: Deepublish, 2018.

Gunawan, K. Adi. "*Kamus Lengkap Inggris- Indonesia*, Surabaya: Kartika, 2016.

Haris, Abudul. "*Etika Hamka Konstruksi Etik Berbasis Rasional-Religius*", Yogyakarta: Lkis, 2010.

Hefni, Harjani. "*Komunikasi Islam*", Jakarta: Prenadamedia Group, 2015

Hikmat, Mahi M. "*Jurnalistik: Literary Journalism*", Jakarta: Prenadamedia Group, 2018.

<https://Republika.Co.Id/Berita/Qhgibx335/Kominfo-Pengguna-Internet-Di-Indoensia-Capai-17555-Juta>. Di Akses Tanggal 30 Desember 2020. Pukul 13.00 Wib.

<https://Skata.Info/Article/Detail/488/6-Fakta-Tentang-Media-Sosail-Yang-Remaja-Harus-Tahu>. Di Akses Tanggal 30 Desember 2020. Pukul 13.00 Wib.

Ilman, Mas. "*Karakter Manusia Beriman Dalam Alquran*", Jakarta: Guepedia, 2020.

Imarah, Muhammad. "*Islam Dan Keamanan Sosial*", Jakarta: Gema Insani, 1999.

Jalinus, Nizwarddi Dan Ambiyar. "*Media Dan Sumber Pembelajaran*", Jakarta: Kencana, 2016.

Juju, Dominikus Dan Feri Sulianta. "*Hitam Putih Facebook*", Jakarta: PT Elix Media Komputindo, 2010.

Junaedi, Fajar. "*Etika Komunikasi Di Era Siber: Teori Dan Praktik*", Depok: Rajawali Pers, 2019.

- Junaedi, Fajar. *“Etika Komunikasi Di Era Siber”*, Jakarta: Rajawali Pers, 2019.
- Kementerian Agama RI, *“Komunikasi Dan Informasi (Tafsir Alquran Tematik)”*, Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Alquran, 2011.
- Kementrian Agama, *“Alquran Terjemah Dan Tajwid”*, Bandung: Sygma, 2014.
- Lajnah Pentashihan Mushaf Alquran Abdan Litbang Dan Diklat Depatremen Agama RI, *“Etika Berkelaurga, Bermasyarakat, Dan Berpolitik Tafsir Alquran Tematik”*, Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Alquran, 2009.
- Masduha, *“Al-Alfaazh Buku Pintar Memahami Kata-Kata Dalam Alquran”*, Jakarta: Pustaka Al-Akutsar, 2017.
- Muhammad Haramain, *“Prinsip-Prinsip Komunikasi Dalam Alquran”*, Soreang: Iain Parepare Nusantara Press, 2019.
- Muslimin, Koirul. *“Komunikasi Politik”*, Yogyakarta: Unisnu Press, 2020.
- Nabila, Dhifa, Dkk. *“Peradaban Media Sosial Di Era Industri 4.00”*, Malang: Intans Publishing Group, 2020.
- Nasir, Munawir. *“Etika Dan Komunikasi Dalam Bisnis”*, Makassar: Cv. Social Politic Genius, 2019.
- Naufaly, Yusril Rifqy Dkk. *“Relasi Kuat Antara Generasi Millenial Dan Media”*, Malang: Intrans Publishing Group, 2020.
- Niam, M. Khusnun. *“Menalar Fenomena Agama Dan Kemanusiaan”*, Klaten: Lakeisha, 2020.
- Nurdin, Ismail. *“Etika Pemerintahan”*, Yogyakarta: Lintang Rasi Aksara Books, 2017.
- Nurudin, *“Ilmu Komunikasi: Ilmiah Dan Populer”*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Octavia, Shilphy A. *“Etika Profesi Guru”*, Yogyakarta: Deepbulish, 2020
- Oei, Istijanto. *Riset Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- Pratama, I Putu Agus Eka. *“Social Media Dan Social Network”*, Bandung: Informatika, 2020.

- Purwanto, Djoko. *“Komunikasi Bisnis”*, Jakarta: Erlangga, 2006
- Rasyid, Daud. *“Islam Dalam Berbagai Dimensi”*, Jakarta: Gema Inasni Press, 1998.
- Rosalin, Sovia Susilowati, Dkk. *“Komunikasi Bisnins (Pendekatan Praktis)”*, Malang: Ub Press, 2020.
- Sari, Renny Nirwana. *“Therapy Self Hater Healing”*, Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020.
- Shihab, M. Quraish. *“Mukjizat Alquran: Ditinjau Dari Aspek Kebahasaan, Isyarat Ilmiah, Dan Pemberitaan Gaib”*, Bandung: Mizan, 1998.
- Shihab, M. Quraish. *“Tafsir Al-Mishbah”*, Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Shihab, M. Quraish. *“Tafsir Al-Mishbah”*, Jilid 2, Jakarta: Lenetra Hati, 2002.
- Shihab, M. Quraish. *“Tafsir Al-Mishbah”*, Vol.2, Jakarta: Lentera Hati, 2000.
- Sukandar, Asep Ahmad Dan Muhammad Hori. *“Pemikiran Pendidikan Islam Sumbangan Para Tokoh Pendidikan Islam Melalui Gagasan, Teori, Dan Aplikasi”*, Bandung: CV Cendekia Press, 2020.
- Supriyono, R.A. *Akuntansi Keperilakuan*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2018.
- Susanto, A.B. Dan R. Masri Sareba Putra, *“60 Management Gems Applying Management Wisdom In Life”*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010.
- Suyanto, M. *“Multimedia Alat Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing”*, Yogyakarta: CV. Andi Offeset, 2005.
- Syahputra, Iswandi. *“Paradigma Komunikasi Profetik Gagasan Dan Pendekatan”*, Bandung: Simbiosia Rekatama Media, 2017.
- Syaifuddin, Dkk. *“Teori Komuniaksi Massa Dan Perubahan Masyarakat”*, Malang: Intrans Publishing Group, 2020.
- Taufik, M. Tata. *“Etika Komunikasi Islam”*, Bandung: Pustaka Setia, 2012
- Tosepu, Yusrin Ahmad. *“Imedia Baru Dalam Komunikasi Politik (Komunikasi Politik I Dunia Virtual)”*, Surabaya: Jakad Publishing, 2018.
- Wahyuddin, Dkk., *“Pendidikan Agama Islam”*, Jakarta: Grasindo, 2009.

West, Richard Dan Lynn H. Turner, "*Teori Komunikasi Analisis Dan Aplikasi Introducing Communication Theroy: Analysis And Application*", Penj. Maria Natalia Damayanti Maer, Jakarta: Salemba Humanika, 2008.

Wiryanto, "*Pengantar Ilmu Komunikasi*", Jakarta: Pt Grasindo, 2004.

Zam, Efvy. "*Buku Sakti Hacker*", Jakarta: Mediakita, 2011.