

ETIKA BERMEDIA SOSIAL DALAM PERSPEKTIF NU

¹Faruqi Ahmad, ²Misbachun Niam, ³Novita Fatmawati,
⁴Aimmatul Uyun, ⁵Isnaini Nur Nabila Firdaus, ⁶Muhammad Nofan Zulfahmi

Universitas Islam Nahdlatul Ulama, Jepara, Indonesia

email: faruqi4hmd@gmail.com

Abstract

This research aims to find out the teachings of Nahdlatul Ulama in regulating morals or ethics in social media. So far, we know that social media is often misused in practice, such as: hate speech, spreading propaganda to fake news. so that it can lead to national disintegration and division. The method used in this research is descriptive qualitative with a literature review approach. the author found a number of explanations of the ethics of social media in the teachings of Nahdlatul Ulama which originate in the Al-Qur'an, Hadith, and other books. The research concludes that in the teachings of Nahdlatul Ulama it has provided various guidelines in using social media. The inculcation of ethics in social media by Nahdlatul Ulama is proven by the existence of various concepts of social media, starting from how to communicate properly to how to process news and its prohibitions. Nahdlatul Ulama explains the prohibitions or limitations contained in various explanations originating from the Al Quran, Hadith, and the books of the Nahdlatul Ulama community. Suggestions for readers should be ethical or moral in exploring the world of social media

Keywords: *Ethics, Social Media, NU*

Abstrak

Riset ini memiliki tujuan untuk mengetahui ajaran Nahdlatul Ulama dalam mengatur akhlak atau etika dalam bermedia sosial. selama ini, kita ketahui bahwa media sosial sering disalah gunakan dalam praktiknya, seperti: ujaran kebencian, menebar propaganda sampai berita bohong. sehingga dapat menimbulkan disintegrasi bangsa dan perpecahan. Metode yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan kajian pustaka. Penulis menemukan sejumlah penjelasan etika bermedia sosial dalam ajaran Nahdlatul Ulama yang bersumber dalam Al-Qur'an, Hadist, dan kitab-kitab. Penelitian menyimpulkan bahwa di dalam ajaran Nahdlatul Ulama telah memberikan berbagai tuntunan dalam bermedia sosial. Penanaman etika dalam bermedia sosial oleh Nahdlatul Ulama dibuktikan dengan adanya berbagai Konsep bermedia sosial, mulai dari cara berkomunikasi dengan baik sampai cara mengolah sebuah berita beserta larangannya. Nahdlatul Ulama menjelaskan larangan atau batasan yang terdapat dalam berbagai penjelasan bersumber dari Al Quran, Hadist, dan kitab-kitab masyarakat Nahdlatul Ulama. Saran bagi pembaca hendaklah beretika atau berakhlak dalam menjelajahi dunia media sosial

Kata Kunci: *Etika, Media sosial, NU*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi khususnya pada bidang media komunikasi telah mengalami *progresivitas* yang cukup tinggi, sehingga menciptakan kemudahan dan efektivitas bagi umat manusia dalam berkomunikasi. Mengingat pada masa masa lalu, masyarakat Indonesia

melakukan penyebaran berita dan informasi menggunakan berbagai peralatan yang masih tradisional, seperti kentongan. Dalam praktiknya, kentongan dipergunakan masyarakat untuk menyampaikan kabar atau informasi, seperti ketika terjadi bencana, pencurian, dan lain-lain. dengan terdengarnya suara kentongan. sehingga memicu masyarakat untuk keluar rumah dan mencari informasi terhadap suatu peristiwa yang terjadi (Syarif, 2019).

Memasuki tahun 1925 di bawah pemerintahan Hindia Belanda. perkembangan komunikasi modern mulai berkembang, dengan dibuktikan berdirinya stasiun Relai di Malabar Jawa Barat. hal ini yang kemudian diikuti dengan pendirian Batavia Radio Vereniging dan NIROM. Berdirinya stasiun radio berperan penting terhadap kemerdekaan bangsa Indonesia. Lewat Gunawan seorang amatir radio pada tahun 1945, ia berhasil menyebarkan Naskah proklamasi kemerdekaan bangsa Indonesia melalui pemancar radio sederhana ciptaannya (Morissan, 2008). Setelah masa radio ini, muncul berbagai media informasi yang lebih kita kenal dengan media sosial

Media sosial merupakan alat yang digunakan seseorang dalam berkomunikasi antara satu dengan yang lainnya. Baik melalui karya, berbagi, dan menjual belikan data atau pemikiran di dalam bisnis secara virtual dan area terdekat (Sihombing, Pardede, Sihombing, & Dewantara, 2022), sedangkan menurut Katler dan Kevin yang dikutip Norita Lumatihunisa menyatakan bahwa media sosial adalah wahana bagi pemakai untuk membagikan informasi berupa tulisan, audio, dan visual (Lumatihunisa, et al., 2021).

Sejarah berdirinya media sosial sekitar tahun 1970 dimulai dengan perkembangan internet. delapan tahun kemudian tepatnya 1978, lahir media sosial pertama di dunia dengan nama Buletin Boart System (BBS), sebuah tempat yang menginformasikan tentang pengumuman pertemuan dan berbagi berita (informasi) dengan cara mengunggahnya di BBS. kemudian disusul dengan kemunculan User Net pada tahun 1979. hingga pada awal tahun 2002 muncul media jejaring sosial dimulai dengan kemunculan Friendster, yang menjadi jejaring pertemanan dunia maya dengan jangkauan yang luas, yaitu seluruh dunia. Mulai 2004 sampai dengan tahun 2022 telah muncul berbagai media sosial, seperti contoh: Facebook, Instagram, Youtube, dan lain- lain (Halim, Sherly, & Sudirman, 2020)

Penggunaan media sosial dan internet pada tahun 2018 yang berada pada 88,46%, sedangkan pada tahun 2021 mengalami peningkatan yang cukup banyak yakni mencapai 90,54%, angka ini mengalami peningkatan dibandingkan dengan tahun 2018. Penggunaan internet dan pergerakan teknologi digital mempengaruhi kehidupan masyarakat secara signifk. Dimana berawal dari telepon kabel hingga menjadi tanpa kabel (BPS, 2022)

Fungsi dari media sosial pada dasarnya adalah berguna dalam melebarkan interaksi sosial antar manusia melalui teknologi berupa web dan internet. media menghasilkan komunikasi dialogis antar pengguna (*many to many*). Melakukan perubahan manusia yang awalnya menggunakan isi pesan bertransformasi menjadi pesannya (Bintang, et al., 2021)

Namun dalam praktiknya media sosial memiliki semacam dua sisi pisau. media memiliki pengaruh yang sangat banyak bagi manusia. mulai dari sisi positif, seperti mempererat hubungan, memberikan pengetahuan secara luas, pemberi data yang akurat tepat terhadap informasi, media berdakwah kontemporer, dan sebagai perluasan relasi teman. namun terdapat sisi negatif yang berada di dalamnya, seperti: menciptakan manusia yang malas berinteraksi di dunia nyata, menjadikan seseorang egois terhadap diri sendiri, seseorang melupakan diksi dan ejaan yang benar, memicu tidak kejahatan, pornografi, ujaran kebencian, bahkan penyebaran informasi yang sifatnya tidak benar (hoaks) (Pahlevi, 2021)

Salah satu permasalahan yang muncul dalam media sosial adalah ujaran kebencian dan penyebaran kabar tidak benar. dilansir dari laman pusiknas Polri kasus penyebaran berita bohong dan ujaran kebencian mengalami peningkatan. Sejak permulaan tahun 2022 Polri telah menindak 162 kasus (PUSIKNAS, 2022). Pencemaran nama baik dan penyebaran informasi bohong dapat beresiko memicu hal-hal yang bersifat negatif. Informasi yang bersifat negatif biasanya berisi tentang fitnah dan hasutan. Penyebaran kabar bohong ini akan menimbulkan emosi dalam masyarakat, sehingga menimbulkan asumsi negatif yang dampaknya sangat tidak baik, hingga memicu disintegrasi antar manusia. tak hanya itu, penyebaran berita bohong akan memprovokasi serta agitasi negatif, yaitu menimbulkan kebencian, hasutan, dan kemarahan terhadap orang banyak (Mauludi, 2018)

Apabila melihat tujuannya, media sosial sendiri adalah tempat berkomunikasi, pengenalan, menjalin hubungan antar individu. Media sosial juga menghubungkan manusia dengan teman dan keluarga yang jauh. Sehingga terjalin silaturahmi dan komunikasi yang harmonis (Purwanto, 2021)

Oleh karena itu, perlu yang namanya etika komunikasi dalam bermedia sosial. guna mengatasi persoalan yang ditimbulkan dalam media sosial, mulai dari penyebaran kabar bohong hingga pencemaran nama baik, yang bisa memicu terjadinya disintegrasi bangsa. Seperti yang dikatakan Franz Magnis Suseno yang dikutip Aep Saepulloh dan A. Rusdiana menyatakan bahwa etika dapat mengurangi dampak negatif. Etika sosial menjadikan diri manusia sadar akan kewajibannya sebagai seorang manusia. Manusia tidak diperbolehkan memiliki sikap berdasarkan pertimbangan antara untung dan rugi, kemauan kelompok, dan lain-lain. Melainkan

berdasar martabat dan rasa tanggung jawab manusia yang tinggi, sebagai seorang manusia (Saepulloh & Rusdiana, 2021)

Penelitian ini bukanlah penelitian yang pertama, mengingat terdapat beberapa penelitian terdahulu, di antaranya: 1). Penelitian oleh Silvia Riskha Fabriar dengan judul "*Etika Media Massa Era Global*", hasil dari penelitian ini adalah pengguna media massa perlu menyaring informasi, saringan yang dimaksud adalah etika yang bertujuan menjaga pengguna dan media dalam jalan yang benar selaras dengan ajaran agama (Fabriar, 2014) 2). Artikel ilmiah oleh Maya Sandra Rosita Dewi dengan judul "*Islam dan Etika bermedia (Kajian Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial Instagram dalam Perspektif Islam)*", hasil dari artikel ini membahas mengenai pentingnya etika dalam bermedia sosial, khusus Instagram yang dapat meminimalisir dampak negatif yang kemunculannya berasal dari perbedaan pandangan seseorang. Etika pendidikan yang baik dalam media sosial adalah selaras dengan ajaran Al Qur'an dan Hadist (Dewi, 2019)., 3). Artikel ilmiah oleh Siti Nurjanah dan Iffatin Nur dengan judul "*Gender Fiqih: the mobilization of gander responsive movements on social media*". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyusun lagi ijtihad fikih dalam merespon isu-isu di media massa dalam persoalan kesetaraan gender. Memahami tentang bagaimana pergerakan pemikiran gender yang terjadi di dunia sosial dan ijtihad hukum gender dalam media sosial. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa interpretasi model ijtihad gender yang digagas berbagai platform dan akun-akun di media sosial telah relevan dengan isu-isu dan pergerakan gender pada masa saat ini. (Nurjanah & Nur, 2022)

Penelitian yang dahulu membahas mengenai etika dalam media massa di masa global secara umum (Fabriar, 2014). Tidak hanya itu ditemukan juga beberapa isu-isu mengenai kesetaraan gender di dalam media massa (Nurjanah & Nur, 2022) dan dampak negatif dalam penggunaan media sosial Instagram yang kemunculannya berasal dari perbedaan pandangan seseorang (Dewi, 2019). Perbedaan penelitian ini dengan beberapa penelitian sebelumnya terletak pada konsep dan paham yang di jadikan rujukan, menyimpulkan beberapa etika yang diajarkan Nahdlatul Ulama dalam menyikapi permasalahan pada media sosial saat ini.

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan di atas tersebut, artikel ini berusaha untuk dapat mengupas tuntas etika bermedia sosial dalam perspektif Nahdlatul Ulama. Ajaran dalam pendidikan multikulturalisme yang telah dijabarkan dalam ajaran Islam Nahdlatul Ulama, seharusnya bisa dibuat sebagai pegangan bagi pengguna media sosial (Adriani, 2019), pengguna yang bersikap bijaksana akan memunculkan manfaat bagi dirinya dan bagi yang lainnya. Semakin berkembangnya dunia digital dan kebebasan dalam menyampaikan informasi, serta pendapat, semestinya tidak boleh disalah gunakan oleh seseorang. Untuk itu, penting bagi

setiap pengguna atau penggiat media sosial untuk memahami dan mempraktikkan etika dalam media sosial sejalan dengan ajaran Islam Nahdlatul Ulama. Rumusan masalah dalam penelitian ini yakni, bagaimana etika bermedia sosial dalam perspektif Nahdlatul Ulama. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui ajaran Nahdlatul Ulama dalam mengatur akhlak atau etika dalam bermedia sosial. Hasil dari penelitian ini di harapkan memberikan implikasi kebermanfaatn, baik secara teoritis atau praktis. Secara teoritis di harapkan penelitian ini memberikan sumbangsih pengetahuan bagi khazanah dunia pengetahuan Masyarakat Nahdlatul Ulama yang berhubungan dengan etika bermedia sosial. Sedangkan secara praktis, penelitian ini sangat di harapkan menjadi rujukan dalam *implementasi* umat Islam khususnya masyarakat Nahdlatul Ulama terhadap etika bermedia sosial dalam perspektif Nahdlatul Ulama

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan menggunakan pendekatan kepustakaan (Sugiyono, 2013). Dengan demikian data yang dipergunakan adalah data-data kepustakaan. Data ini berasal dari literatur-literatur ilmiah, buku, jurnal, Al Qur'an, Hadist, dan kitab-kitab yang relevan dalam menguraikan, serta mendeskripsikan mengenai etika bermedia sosial dalam perspektif Nahdlatul Ulama. Cara dalam menguraikan dan mendeskripsikan data tersebut. dengan menggunakan kajian teoritis, yang dikemukakan para ulama' dan para ahli. Selanjutnya dilakukan analisa dan pendeskripsian berguna untuk mendapatkan kesimpulan. Melalui penelitian ini, diharapkan bisa memberikan penjelasan mengenai etika bermedia sosial dalam perspektif Nahdlatul Ulama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Etika Bermedia Sosial Perspektif Nahdlatul Ulama

Secara etimologi kata etika berasal dari bahasa Yunani *elos* yang memiliki arti sifat, norma atau adat. etika bisa juga diartikan sebagai karakter dan pendidikan tersusun berhubungan dengan pengertian serta hakikat penilaian baik buruk, benar salah, pantas tidak pantas, serta prinsip yang umum dalam membenarkan tentang menggunakan atau melakukan terhadap sesuatu (Fauzi, t.th), secara istilah etika menurut Hasbullah Bakry yang dikutip Muhammad Afif Bahar menjelaskan bahwa etika adalah ilmu yang digunakan dalam membedakan antara baik dan buruk pekerjaan manusia sejauh yang bisa ditangkap oleh akal dan pikiran (Bahar, 2015)

Ajaran Islam sendiri mengajarkan bahwa etika sangat diutamakan. Nabi Muhammad diutus di dunia salah satunya adalah untuk menyempurnakan akhlak atau etika manusia (Ilyas, 2018). Sedangkan dalam Islam etika dikenal dengan berbagai istilah diantara-Nya, seperti suluk, adab, dan akhlak. Kata adab sendiri berasal dari bahasa arab *addaba-yu'addibu-ta'diban* yang memiliki arti budi pekerti, kehalusan, akhlak, dan kesopanan. Menurut nasrullah etika merupakan aturan atau tata cara dalam kehidupan, kehalusan atau memuliakan adat istiadat manusia (HS, 2015)

Media sosial memiliki beberapa pengertian atau definisi. diantara-Nya pengertian media sosial menurut Mc Graw Hill Dictionary yang dikutip Japheson Hutahaeen menyatakan, bahwa media sosial adalah sebuah wahana yang dipergunakan oleh orang-orang dalam berinteraksi antara satu dan lainnya, melalui menciptakan, berbagi/bertukar informasi melalui jejaring media virtual (Hutahaeen, Hermayani, Apdilah, Rahayu, & Siregar, 2022). Media sosial memiliki berbagai jenis, menurut Kaplan dan Haenlein yang dikutip Anang Sujoko menyatakan bahwa media sosial dapat dibagi menjadi enam jenis, yaitu: kolaborasi projek (wikipedia), microblog dan blog (twitter), situs jejaring sosial (Facebook dan Instagram), sosial virtual (second life), konten komunitas (Youtube), dan permainan virtual (world of warcraft) (Sujoko, Haboddin, & Afala, 2020). Sedangkan menurut mayfield berbeda dengan kaplan, ia menyatakan bahwa media sosial bisa dibagi dalam tujuh jenis, yaitu: 1). Wikis, sebuah platform yang membebaskan orang-orang mengirim dan mengedit informasi yang ada di dalamnya seperti wikipedia, Google, dan Ensiklopedia Online., 2). Podcasts, tempat berbagi audio dan file-file video dengan cara berlangganan seperti *Itunes* dari Apple., 3). Jejaring sosial, tempat dalam berinteraksi antar individu seperti: Facebook, Instagram, dan lain-lain., 4). Blog, merupakan wahana untuk menulis dalam sosial media, biasanya berupa artikel ataupun jurnal., 5). Komunitas konten, tempat berbagi dan mengatur konten-konten komunitas, seperti youtube., 6). Microblogging situs sosial yang dikombinasikan dengan blog seperti twitter., 7). Forum diskusi, merupakan forum yang digunakan untuk berdiskusi melalui forum online, seperti zoom meet, google meet, dan lain-lain.

Konsep Etika Bermedia Sosial Perspektif Nahdlatul Ulama

Etika dalam bermedia sosial memiliki peranan yang penting yang dilakukan oleh seseorang di dunia maya melalui media sosial. Terlebih kegiatan komunikasi yang terjadi di media sosial, tidak mempertemukan seseorang secara langsung, maka implementasinya haruslah bijaksana. Nahdlatul Ulama sendiri telah mengajarkan baik berasal dari Al Qur'an maupun As-sunnah tentang panduan etika bermedia sosial, agar terjalin komunikasi yang baik dan efektif (komunikatif) (Sireger, 2021). Di antaranya sebagai berikut:

1. Prinsip Komunikasi

komunikasi merupakan hal yang penting dalam bermedia sosial. Cara komunikasi yang baik ini, harus senantiasa memperhatikan beberapa unsur yang penting mulai dari unsur pesan, cara penyampaian, penggunaan bahasa, dan gaya dalam berbicara (penulisan) (Muslimah, 2016)

Menurut berbagai literatur tentang etika berkomunikasi, penulis menemukan terdapat enam jenis gaya bicara atau perkataan yang penyampaiannya baik secara tulisan maupun ucapan yang dikategorikan sebagai akhlak atau etika dalam berkomunikasi Islami, yakni (Andriani, 2019; Muslimah, 2016; Siregar, 2021) yang pertama, *qoulan sadida* merupakan perkataan yang benar dan bisa dipertanggung jawabkan dari segi substansi maupun redaksinya. Segi substansi meliputi materi yang dibahas, isi, dan pesan-pesan sedangkan dari segi redaksi ialah tentang bagaimana tata Bahasa penyampaian informasi dalam berkomunikasi. Perkataan yang diucapkan atau disebarkan haruslah jujur, sesuai dengan kenyataan faktual, tidak mengada-ada, apalagi berbohong (Sireger, 2021), Sebagaimana disebutkan dalam Q.S. Al-Ahzab ayat 70:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَقُولُوْا قَوْلًا سَدِيْدًا ﴿٧٠﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah Perkataan yang benar” (Al-Ahzab/33:70)

Kedua, *qoulan baligha* merupakan perkataan yang tepat jelas maknanya, komunikatif, dan tepat sasaran. Jika dalam berkomunikasi menggunakan perkataan yang tidak lugas akan menimbulkan makna yang amigu sehingga terjadi multi tafsir. Pemilihan frasa atau kata sesuai dengan kondisi penerima pesan dan lingkungannya. Maka, dalam berkomunikasi diperlukan untuk menggunakan perkataan yang memahamkan dan bisa dipahami tujuannya, *straight to the point*, tidak berbelit-belit sehingga membekas pada hati dan jiwa (Muslimah, 2016), seperti pada firman Allah Q.S. An-Nisa’: 63

اُوْلٰٓئِكَ الَّذِيْنَ يَعْلَمُ اللّٰهُ مَا فِيْ قُلُوْبِهِمْ فَاَعْرَضَ عَنْهُمْ وَعَظَّهُمْ وَقُلَّ لَهُمْ فِيْ

اَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيْغًا ﴿٦٣﴾

Artinya: “Mereka itulah orang-orang yang Allah ketahui apa yang ada di dalam hatinya. Oleh karena itu, berpalinglah dari mereka, nasihatilah mereka, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang membekas pada jiwanya.” (An-Nisa’/4:63)

Ketiga, *qoulan ma’rufa* artinya perkataan yang baik dan pantas, tidak menggunakan sindiran, dan tidak menyinggung perasaan. Perkataan yang baik akan menimbulkan ketenteraman dan damai bagi penerima pesan atau informasi. Contoh dari perkataan yang baik berupa perkataan yang mengandung kemanfaatan, memberikan pengetahuan, menunjukkan solusi dan lain sebagainya (Muslimah, 2016; Siregar, 2021). Sebagaimana sabda dari Rasulullah saw. bahwa “Barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir, hendaklah berkata baik atau diam saja”. Berdasarkan sabda tersebut, jikalau kita tidak berkata baik kepada orang lain maka akan menimbulkan ketersinggungan sehingga kita diperintahkan lebih baik diam saja. Selanjutnya M. Quraish Shihab memberikan argumen bahwa komunikasi yang baik diwujudkan dengan selalu berhati-hati, memikirkan, dan merenungkan apa yang akan diucapkan, dituliskan, atau dikatakan (Muslimah, 2016)

Keempat, *qaulan karima* atau perkataan yang mulia yakni yang dibarengi dengan rasa humor, enak didengar, lemah lembut dan penuh akan tata krama. Penggunaan bahasa yang halus tidak kasar, tidak vulgar perlu dihindari dalam berkomunikasi kepada siapa pun. Memberikan ungkapan atau perkataan yang berkualitas dan bijaksanalalah yang seharusnya diterapkan sehingga dapat menimbulkan kemanfaatan, karena Rasulullah bersabda “Sebaik baiknya manusia adalah manusia yang memberikan manfaat kepada manusia lainnya” (Sireger, 2021)

Kelima, *qoulan layyina* berarti perkataan yang digunakan harus lemah lembut dan tidak keras seperti bentakan, tidak berkata buruk dan lain-lain. Alasannya dikarenakan jika perkataan lemah lembut yang kita gunakan dalam berkomunikasi maka akan menimbulkan simpatik, kedamaian, dan kasih sayang antar komunikan. Hal tersebut sesuai dengan firman Allah Q.S. Thaha: 44

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لِّعَلَّهِ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ .

Artinya: “Berbicaralah kamu berdua kepadanya (Fir’aun) dengan perkataan yang lemah lembut, mudah-mudahan dia sadar atau takut.” (Taha/20:44)

Rasulullah saw. selalu mencontohkan bahwa dalam berkomunikasi kepada siapapun, beliau menggunakan tutur kata yang lemah lembut, enak didengar sehingga dapat menyentuh hati pendengarnya. Jika dikaitkan dalam lingkungan apa pun, maka kita harus berkomunikasi dengan cara lemah lembut, menghindari pemaksaan dan permusuhan, selain itu kita juga berusaha menjadi pendengar atau pembaca yang baik yakni tidak memotong pembicaraan, tidak menelan mentah-mentah apa yang kita dengar dan kita baca (Wijaya, 2015)

Keenam, *qoulan masyura* yakni perkataan yang ringan dan mudah untuk dipahami pikiran serta melegakan perasaan. Firman Allah dijelaskan pada Q.S. Al-Isra': 28

 وَإِمَّا تُعْرِضَنَّ عَنْهُمْ أَبْتِغَاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا مَّيْسُورًا

Artinya: “Jika (tidak mampu membantu sehingga) engkau (terpaksa) berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang engkau harapkan, ucapkanlah kepada mereka perkataan yang lemah lembut. (Al-Isra'/17:28)”

Ketika kita berkomunikasi dengan orang lain maka kita hendaknya menggunakan kata atau frasa yang mudah dipahami, dimengerti, dan dicerna oleh lawan bicara. Dalam ayat tersebut Jalaludin Rahmat memberikan komentar bahwa *qoulan maisura* lebih tepat diartikan dengan “ucapan yang menyenangkan”, mudah dipahami dan pantas (Muslimah, 2016)

Berdasarkan penjabaran di atas terhadap akhlak berkomunikasi dalam perspektif ajaran Islam Nahdlatul Ulama, semua proses penyampaian pesan itu terikat dengan ajaran Islam. Penyampaian pesan harus memikirkan tentang baik buruknya karena hal tersebut selaras dengan konsekuensi yang akan diterima baik secara sosial ataupun agama (Akbar, 2019). Konsekuensi ini berdampak bagi diri kita sendiri atau bagi orang lain. Maka, upaya mengontrol diri untuk mensensor atas informasi yang akan disebarluaskan sangatlah penting adanya. apabila tidak bisa berkata dengan baik maka hendaklah diam seperti Hadist Nabi Muhammad, yang berbunyi:

ومن كان يؤمن بالله واليوم الآخر فليقل خيرا أو لسكت، متفق عليه

Artinya: “barang siapa yang memiliki iman kepada Allah dan hari akhir maka berkatalah dengan baik atau diamlah”. (an-Nawawi, t.th)

2. Prinsip *tabayyun*

Tabayyun merupakan hal yang sangat penting dalam mengurangi atau menghindari berita-berita yang tidak benar (bohong). Kata *tabayyun* sendiri secara bahasa berasal dari bahasa arab *Bana* yang memiliki arti jelas, terang, dan tampak (Munawwir, 1997). Sedangkan Imam Asy-Syawkani mengartikan *Tabayyun* sebagai *at-ta'arruf wa tafahhush* yang artinya mengenali dan melakukan pengecekan atau melakukan pengamatan terhadap suatu kejadian dan berita yang disampaikan (Shawkani, t.th).

Islam sendiri mengartikan *tabayyun* sebagai tradisi dalam mengklarifikasi terhadap permasalahan atau berita (Baidowi, Faiz, Gaffar, & Hasyim, 2021). Hukum *tabayyun* bisa di bagi menjadi tiga secara garis besar, yaitu: pertama hukum melakukan *tabayyun* merupakan kewajiban baik informasi bersumber dari seorang fasik atau pun tidak (adil), kedua hukum dari *tabayyun* merupakan kewajiban, apabila yang menyampaikan informasi tadi masih diragukan tentang keadilannya (fasik), dan terakhir, ketiga hukumnya jelas wajib apabila penyampai informasi merupakan orang fasik dan dianjurkan melakukan *tabbayun* apabila penyampai informasi seorang yang adil. (Faiziah, 2020)

Dasar mengimplementasikan hukum-hukum tabayyun. Maka seseorang harus tahu cara melakukan *tabayyun* tersebut, Ibnu Khaldun kemudian membagi cara *tabayyun* menjadi lima metode, yaitu: *Pertama*, metode *Bayani*. penelitian ini yang ditunjukkan pada pergerakan dan gejala pada alam, serta prosesnya, *Kedua*, metode *Iqtira'i*. Penelitian yang dilakukan guna memperoleh pola-pola kehidupan dan kebudayaan sosial manusia, *ketiga* metode *Jadali*. Penelitian yang menggunakan pendekatan filsafat (rasional) dalam mencari kebenaran atau hakikat sesuatu, *keempat* metode *Burhani*, Penelitian ini memiliki tujuan untuk uji coba (eksperimen), *kelima* metode *Irfani*, penelitian yang berfokus pada hakikat dari ajaran agama Islam. (Rafasanjani, 2018)

Praktik dari ketiga hukum tersebut, maka harus difokuskan terhadap hukum yang ketiga. Dikarenakan, penyampai informasi adalah seorang fasik. Seorang yang fasik memiliki kecenderungan berani dalam melakukan kebohongan untuk kepentingan dirinya sendiri dan bisa memicu kerusakan pada orang lain, dan untuk orang yang adil masih harus di *tabayyunkan* juga dalam rangka menjaga kehati-hatian. Mengingat seseorang bisa saja mendapatkan informasi sebelumnya berasal dari orang fasik atau terjadi informasi yang tidak menyeluruh disebabkan lupa dari dirinya sendiri (orang adil) (Faiziah, 2020).

3. Prinsip *tajannub*

Tajaanub yang dibahas pada bagian ini merupakan *tajannub al-zhann*, yaitu menjauhi pandangan buruk atau dugaan buruk. Sesuai dengan firman Allah dalam surat Al Hujurat ayat 12 yang menjelaskan bahwa *tajanub* berasal dari kata yang pengertian leksikalnya menepilah ke tepi, larangan mendekati atau jauhilah perkara itu (Rahayu, 2021). Allah berfirman yang berbunyi:

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا

وَلَا يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضًا أَنُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا

فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ ﴿١٢﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan purba-sangka (kecurigaan), karena sebagian dari purba-sangka itu dosa. dan janganlah mencari-cari keburukan orang dan janganlah menggunjingkan satu sama lain. Adakah seorang diantara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya. dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima taubat lagi Maha Penyayang. (Al-Hujurat/49:12)”

Pada ayat ini umat muslim diberikan larangan untuk memiliki prasangka tidak baik, mencari kesalahan seorang muslim lain, memunculkan yang telah disembunyikan baginya dan mengejek sebagian yang lain. yang dianggap dugaan atau prasangka pada ayat ini hanya terhadap dugaan yang tidak baik, tidak semua dugaan dilarang, sebab dugaan baik sangat dianjurkan dalam ajaran Islam (Laurenza, 2021). Sebagaimana dalam QS. An-Nur ayat 12

لَوْلَا إِذْ سَمِعْتُمُوهُ ظَنَّ الْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بِأَنفُسِهِمْ خَيْرًا وَقَالُوا هَذَا إِفْكٌ

مُبِينٌ ﴿١٢﴾

Artinya: “mengapa di waktu kamu mendengar berita bohong itu orang-orang mukminin dan mukminat tidak bersangka baik terhadap diri mereka sendiri, dan (mengapa tidak) berkata: "Ini adalah suatu berita bohong yang nyata".(An-Nur/24:12)”

Banyak sekali informasi yang ditelan mentah-mentah oleh pembacanya hanya disebabkan anggapan bahwa informasi tersebut baik dan sepikiran dengan pembaca, sehingga menjadi viral informasi tersebut. Sikap tersebut dahulu sudah pernah dilakukan golongan Karamiyyah dalam memberikan motivasi untuk orang awam dalam melakukan kebaikan, namun melakukan penyebaran kebohongan mengatas namakan agama, Allah, dan Nabi (Laurenza, 2021)

Sekelompok masyarakat yang diselimuti dengan anggapan tidak baik tentu akan menjadikan lemah dan sangat mudah dalam perang antar masyarakat. Berbanding terbalik dengan masyarakat yang dalam hidupnya menghindari perasaan tidak baik, maka kehidupannya akan tenang, damai, dan tenteram serta produktif dalam bekerja dikarenakan mereka tidaklah ragu dalam melangkah dan tidak akan membuang sia-sia energi yang dimiliki terhadap perkara yang tidak penting (Nurdin, 2016). Seseorang yang dapat menjauhi perasaan tidak baik dengan menyibukkan diri melalui aktivitas dan pikiran positif, niscaya dapat menjauhi perasaan tidak baik melalui perasaan baik (*Husnudhon*).

4. Prinsip *tawaquf*

Ketika seseorang mendapatkan sebuah informasi hendaknya *tawaquf*, *tawaquf* merupakan sebuah perilaku yang baik. Sikap *tawaquf* memiliki arti tidak cepat menyetujui, melainkan dengan cara mengkrosceknya dan meneliti sehingga mendapat kebenaran berita yang diperoleh. Secara garis besar *tawaquf* merupakan salah satu cara mengintegrasikan beberapa perkara-perkara benar yang di dalamnya mengandung berbagai pendapat selanjutnya ditetapkan sebagai landasan sementara. Apabila landasan tersebut telah mendatangkan kebenaran dan kebahagiaan bagi berbagai pihak, maka hal tersebut bisa di legitimitas dan permanen (Kahfi, 2022)

Tawaquf hampir sama dengan *ta'ani*, perbedaan diantara keduanya adalah: *tawaquf*, sebelum segala sesuatu hendaknya diteliti dan diperiksa, sehingga jelas kebenarannya. Sedangkan lafadz *ta'ani*, adalah memulai segala sesuatu dengan perasaan hati-hati, sehingga segala sesuatu berjalan dengan semestinya (Al-Ghozali, 2016)

Al Qur'an sendiri menjelaskan *tawaquf* sebagai prinsip menahan diri dalam sebuah informasi untuk tidak serta-merta langsung mempercayainya, atau tidak

mempercai sebuah informasi. Sebagaimana yang terkandung di dalam Al Qur'an surah Al-Isra' ayat ke 36, yang bunyinya:

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ



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

Ayat di atas menjelaskan bahwa kita diperintahkan melakukan apa yang telah Allah perintahkan di atas dan menghindari perkara yang tidak sejalan dengannya serta janganlah kamu mengikuti perkara yang tidak kamu ketahui tentangnya, jangan berkata apa yang tidak kamu ketahui, jangan mengaku mengetahui tapi tidak mengetahui atau mengaku mendengar apa yang kamu tidak dengar. Sesungguhnya hati, pendengaran, dan penglihatan yang merupakan alat-alat mengetahui semua itu, yakni alat-alat tersebut tentangnya akan ditanyai atau diminta pertanggung jawaban sebagaimana pemiliknya memakai (Shihab, 2002)

5. Prinsip *tatsabbut*

Ketika seseorang mendapatkan informasi atau berita tentang suatu kejadian hendaknya *bertatsabbut* terlebih dahulu. *Tatsabbut* sendiri memiliki arti teguh, menguatkan dengan bukti, dan tetap. Kata *tatsabbut* di dalam Al Qur'an sendiri disebut sebanyak 19 kali dalam berbagai *tashrifnya* (Rahayu, 2021).

Kata *tatsabbut* menurut sebagian orang pasti menyamakannya dengan kata *tabanyyun*, akan tetapi keduanya, yaitu: *tatsabbut* dan *tabayyun* jelas berbeda dalam hal maksud yang ada di dalamnya. Adapun makna *tabayyun* adalah menitik beratkan pada pengenalan lebih mendetail dan lebih jauh. Sedangkan makna arti *tatsabbut* memiliki arti *al-annat*, dalam bahasa Indonesia *al-anatt* berarti tidak dengan cepat (tidak tergesa-gesa), melihat dengan saksama mengenai peristiwa dan informasi yang didapatkan sehingga menjadi jelas dan benar dalam menyimpulkan. (Rahman, 2020)

Kedua kata antara *tatsabbut* dan *tabbayun* mungkin memiliki makna yang hampir sama, akan tetapi berbeda. Hal ini bisa dilihat berdasarkan analisis terhadap ayat-ayat Al

Qur'an yang memakai kata ini, diantara-Nya terdapat pada Qur'an surah Al-Isra' ayat ke 74, yang berbunyi:

﴿٧٤﴾ وَلَوْلَا أَنْ ثَبَّتْنَاكَ لَقَدْ كِدْتَ تَرْكَنُ إِلَيْهِمْ شَيْئًا قَلِيلًا

Artinya: “dan kalau Kami tidak memperkuat (hati)mu, niscaya kamu Hampir-hampir condong sedikit kepada mereka”.(Al-Isra’/17:74)”

Pada ayat ini menjelaskan bahwa Nabi Muhammad hampir saja terpengaruh apabila Allah tidak memperkuat Qolbunya dalam menghadapi tipu daya dan tekanan dari kaum Quraisy. Dari ayat ini bisa dipahami bahwa Nabi Muhammad lebih condong dalam mendekati orang-orang Quraisy. Hal ini bukan berarti kelemahan hati Nabi Muhammad, akan tetapi hal ini menunjukkan bahwa begitu besarnya dan hebatnya tipu daya dan tekanan tersebut (Rahayu, 2021).

Perilaku Terlarang dalam Bermedia Sosial Perspektif Nahdlatul Ulama

Menurut berbagai sumber yang ada di dalam Al Qur'an tentang larangan dalam informasi, penulis menemukan terdapat sembilan jenis perilaku terlarang dalam bermedia sosial yang dapat dikategorikan sebagai etika dalam bermedia sosial yakni mengikuti orang yang mudah sumpah, berpikir hina, orang yang senang mencela orang lain, orang yang suka menebar fitnah, orang yang sering melarang, orang yang melampaui batas, orang yang biasa berbuat dosa, orang kejam, orang yang tidak diketahui asal usulnya (NUonline, 2019). Selaras dengan firman Allah dalam Al Qur'an surah Al-Qolam ayat 10-13, yang berbunyi:

﴿١٠﴾ وَلَا تُطِعْ كُلَّ حَلَّافٍ مَّهِينٍ ﴿١١﴾ هَمَّازٍ مَّشَّاءٍ بِنَمِيمٍ ﴿١٢﴾ مَنَّاعٍ لِلْخَيْرِ مُعْتَدٍ أَثِيمٍ ﴿١٣﴾

﴿١٣﴾ عْتُلٍ بَعْدَ ذَلِكَ زَنِيمٍ

Artinya: “dan janganlah kamu ikuti Setiap orang yang banyak bersumpah lagi hina (10), yang banyak mencela, yang kian ke mari menghambur fitnah (11), yang banyak menghalangi perbuatan baik, yang melampaui batas lagi banyak dosa (12), . yang kaku kasar, selain dari itu, yang terkenal kejahatannya (13).”.(Al-Qolam’/68:10-13)”

pertama, jangan ikuti orang yang banyak bersumpah (*Halafin*). Jadi kebohongan dalam menutupi sebuah kebohongan maka harus berbohong terus, pada kebohongan yang pertama merupakan pintu masuk untuk kebohongan selanjutnya. Selaras dengan penjelasan Imam al-Muhasibi yang berbunyi: katakan segala yang benar dimanapun tempatnya dan jangan suka mengatakan sumpah meskipun itu benar, kemudian Syaikh Abdul Fattah Abu Ghuddah menambahkan penjelasan dari perkataan Imam al-Muhasibi, berbunyi ciri seorang pembohong adalah sering mengumbar sumpah meskipun tidak ada yang memintanya (al-Muhasibi, 2010)

kedua, jangan ikuti orang yang hina (*Mahhin*), orang yang perilakunya rendah, pendidikan boleh tinggi akan tetapi budinya rendah, karakternya rendah (jabatan tinggi tapi rendah moralnya). Terkadang ilmu dengan implementasi ilmu berbeda, seorang yang berilmu namun tidak mengerjakan (mengamalkan) maka akan di hukum seperti yang dijelaskan oleh Ibnu Ruslan yang berbunyi

فعالم بعلمه لم يعملن # معدب من قبل عباد الوثن

Artinya: "seorang yang alim akan tetapi tidak mengimplementasikan ilmunya, maka ia akan disiksa (adzab) sebelum para kaum penyembah berhala" (Ar-Romly, t.th).

ketiga, orang yang suka mencela (*Hammaz*). Selama sependapat dengannya disanjung, sedikit saja bertentangan maka akan dicela seperti contoh: ketika tidak sama mereka berkata liberal, padahal mereka tidak mengetahui makna liberal. Sayyidina ali berkata apabila tidak karena lima perkara ini semua orang akan sholeh. Pendapat ini terdapat pada kitab *Nashoihul Ibbad*, yang berbunyi:

عن علي رضي الله عنه لولا خمس خصال اصاب الناس كلهم صالحين اولها القنعة بالجهل والحرص على الدنيا والشح بالفضل والرياء في العمل والاعجاب بالرأي

Artinya: "dari Sayyidina Ali berkata: seandainya tiada lima hal ini, maka semua orang akan menjadi sholeh. Pertama puas akan kebodohnya, kedua ingin memiliki seluruh dunia (rakus), ketiga pelit dalam memberi, keempat memperlihatkan amal, kelima memperlihatkan diri". (Al-Asqolani, t.th)

Keempat, orang yang suka menebar hasutan (adu domba). Di masa saat ini banyak sekali propaganda yang terlewat kebenarannya (*Post Truth*), hal ini sudah ada pada masa Rasulullah. Ketika Nabi mendapatkan wahyu dari Allah dan memerintahkan Ali untuk mengumpulkan orang-orang menuju rumahnya, nabi kemudian berpidato yang isisnya.

Seandainya, dari balik gunung saya katakan ada musuh yang akan menyerang negeri ini, apakah kalian percaya. Kemudian Abu Jahal berdiri dan berkata wahai Muhammad apabila kamu berkata ada unta keluar dari batu, saya pasti percaya. Secara adat musthail unta keluar dari batu, meskipun kalo Allah berkehendak pasti bisa, namun dalam hukum adat-istidat mungkin batu melahirkan unta. Dengan perkataan Abu Jahal ini, secara tidak langsung mengakui bahwa Nabi memiliki integritas mortal yang tinggi. Kemudian Nabi berkata saya Nabi Rasul yang diutus sebagaimana Rasul-rasul terdahulu. Setelah Nabi berkata demikian, Abu Lahab langsung berdiri dan berkata celaka kamu Muhammad, apakah karena ini kamu menyuruh kami berkumpul, ayo bubar (NUonline, 2019)

Kelima, orang yang menghalangi kepada perkara baik (*mannain lil Khoir*). Baik, dalam Al Qur'an tidak melulu memiliki arti baik seperti contoh khoir dimaknai dunia pada QS. Al-Adiyat ayat ke delapan. Seakan-akan menolak perkara dunia namun yang dipergunakan dalam keseharian adalah produk dunia (NUonline, 2019)

Keenam, orang melampui batas (*mu'tad*), ketujuh, orang yang banyak dosa (*atsim*), kedelapa, orang yang berwatak kasar, kaku, dan bengis (*u'thilin*), kesembilan, mengaku berbnasab tinggi (*zanim*) (NUonline, 2019)

SIMPULAN

Etika bermedia sosial dalam perspektif Nahdlatul Ulama sangatlah penting dan sangat dibutuhkan untuk menjadi pedoman guna mengatur manusia dalam bermedia sosial. Lebih-lebih lagi di masa banjir informasi, banyak sekali permasalahan yang turut memberi warna dan kebebasan dalam memberi serta memperoleh informasi di media sosial, maka harus menjadi suatu hal yang perlu ditemukan aturan yang menjadi pedoman di dalamnya, begitulah mengapa etika atau akhlak sangatlah penting terhadap permasalahan-permasalahan yang ada pada media sosial. Apabila seorang pengguna media sosial bisa menerapkan dan memahami etika bermedia sosial yang sesuai ajaran Nahdlatul Ulama dalam penggunaannya, seperti konsep etika bermedia sosial dengan prinsip-prinsip di dalamnya dan larangan-larangan dalam bermedia sosial, tentu hal ini bisa mengurangi permasalahan yang ada dalam media sosial, seperti kabar bohong dan ujaran kebencian. Adapun penelitian ini memberikan implikasi manfaat dan sumbangsih pengetahuan bagi khazanah dunia pengetahuan Islam yang berhubungan dengan etika bermedia sosial dalam perspektif Nahdlatul Ulama. Sedangkan secara praktis, penelitian ini sangat diharapkan menjadi rujukan dalam *implementasi* umat Islam khususnya masyarakat Nahdlatul Ulama terhadap etika bermedia sosial dalam perspektif Nahdlatul Ulama. Selain itu, penulis menyadari dalam penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan dikarenakan baru penelitian

etika bermedia sosial dalam perspektif Nahdlatul Ulama, sehingga masih sangat dibutuhkan penelitian yang lebih jauh lagi, terutama berkaitan dengan pengetahuan terhadap media sosial. Penelitian ini memberikan rekomendasi untuk para pakar dan tenaga ahli dunia digital (*Nahdiyin*) terkhusus media sosial untuk berkolaborasi dalam merealisasikan etika bermedia sosial selaras dengan ajaran Nahdlatul Ulama pada media sosial dan Saran bagi pembaca hendaklah beretika atau berakhlak dalam menjelajahi dunia media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, F. (2019). Perkembangan Etika Komunikasi dalam Bermedia Sosial. *At-Tabasyir: Jurnal Komunikasi* , 55-73.
- Akbar, R. (2019). Etika Komunikasi : Suatu Studi Komparatif Antara Islam Dan Barat. *Lentera Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 61–68.
- Al-Asqolani, S. I. (t.th). *Nashoihul Ibad* (Vol. 1). Surabaya: Maktabah Hidayah.
- Al-Ghozali, I. (2016). *Minhajul Abidin: Jalan Ahli Ibadah*. Jakarta: Shahih.
- al-Muhasibi, A.-H. (2010). *Risalah al-Mustarsyidin: Tuntunan bagi Para Pencari Petunjuk*. Jakarta: Qisthi Press.
- an-Nawawi, A. Z. (t.th). *Riyadlus Shalihin*. Surabaya: Darul Ilmi.
- Ar-Romly, S. S. (t.th). *Ghoyatul Bayan Syarah Zubad Ibnu Ruslan*. Bairut: Dar Al-Kotob Al-Islamiyyah.
- Bahar, M. A. (2015). *Akhlaq Tasawuf*. Serang: A-Empat.
- Baidowi, A., Faiz, A. A., Gaffar, A., & Hasyim, M. A. (2021). *Kiai Istiqomah: Biografi RKH. Muhammad Samsul Arifin*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru.
- Bintang, A., Mujahid, A., Syamsudin, A., Fachrul, A., Umar, B., Razaq, A., et al. (2021). *Sosial Pedia: Efektifitas yang Melupakan Tujuan dari Aktivitas*. Sukabuni: Jejak.
- BPS. (2022). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2021*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Dewi, M. S. (2019). Islam dan Etika Bermedia (Kajian Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial Instagram dalam Perspektif Islam). *Research Fair Unisri*, 3, 144.
- Fabriar, S. R. (2014). Etika Media Massa Era Global. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 70-84.
- Faiziah, U. (2020). Tabayyun dan Hukumnya sebagai Penanggulangan Berita Hoax di Era Digital dalam Perspektif Fiqih. *AL YASINI*, 114-125.

-
- Fauzi, I. (t.th). *Etika Muslim (Panduan Komprehensi Islam Seputar Akhlak dan Moralitas Umat)*. Malinau: Pustaka Kanz Birry.
- Halim, F., Sherly, & Sudirman, A. (2020). *Marketing dan Media sosial*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- HS, N. (2015). *Akhlak Tasawuf*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Hutahaean, J., Hermayani, Apdilah, D., Rahayu, S., & Siregar, E. S. (2022). *Literasi Digital: Bijak dalam Berekreasi dan Bermedia Sosial*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Ilyas, H. (2018). *Fikih Akbar: Prinsip-Prinsip Teologi Islam Rahmatan Lil 'Alamin*. Tangerang: Pt. Alvabet.
- Kahfi, M. M. (2022). *Dialektika Deradikalisme Quranik: Sebuah Tawaran Interpretasi dan Soft Approach Sufisme Perspektif Nazaruddin Umar*. Malang: Literasi Nusantara Abadi.
- Laurenza, S. (2021). Upaya dan Strategi Pemerintah dalam Menanggulangi Berita Bohong (Hoax) dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif (Studi pada Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Lampung). *Universitas Islam Negri Raden Intan Lampung*, 1-112.
- Lumatihunisa, N., Lakoruhut, N. L., Halamuny, O. E., Sorsery, P. M., Mose, P. S., Manuputty, P. L., et al. (2021). *Generasi Cerdas dan Bijak Bermedia Sosial*. Indramayu: Adab.
- Mauludi, S. (2018). *Seri Cerdas Hukum: Awas Hoax! Cerdas Menghadapi Pencemaran Nama Baik, Ujaran Kebencian & Hoax*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Munawwir, A. W. (1997). *Kamus Al-Munawwir Arab-Indonesia Terlengkap*. Surabaya: Pustaka Progresif.
- Muslimah. (2016). Etika Komunikasi dalam Perspektif Islam. *Sosial Budaya*, 115–125.
- NUonline. (2019, Oktober 10). *Etika Bermedia Sosial Menurut Islam | Gus Dhofir Zuhry | Kajian Tafsir Tematik*. Dipetik Desember 1, 2022, dari NU Online: https://youtu.be/5P_oKJ9zVX4
- Nurdin, A. (2016). Wawasan Al-Qur'an tentang Kebhinekaan dan Persatuan. *al-Burhan*, 229-252.
- Nurjanah, S., & Nur, I. (2022). Gender Fiqih: the mobilization of gender responsive movements on social media. *Ijtihad*, 1-18.
- Pahlevi, N. A. (2021). *Pengaruh Media Sosial dan Gerakan Massa Terhadap Hakim*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.

- Purwanto, H. (2021). *Media Sosial: Beas Awas Kebablas*. Surabaya: Media Karya.
- PUSIKNAS. (2022, Januari 19). *Pencemaran Nama Baik Meningkat*. Dipetik November 30, 2022, dari Pusinas Bareskrim Polri: http://pusiknas.polri.go.id/detail_artikel/kasus_pencemaran_nama_baik_meningkat
- Rafasanjani, B. (2018). Sikap Tbayyun dalam Al-Qur'an menurut Mufassir dan Kontektualisasi pada Problematik Pemberitaan Media Sosial. *Universitas Negri Sunan ampel Surabaya*, 1-82.
- Rahayu, Y. (2021). *Etika Komunikasi di Media Sosial: Bonus Naskah Juara 1 dan Harapan IMTQ Nasional ke-XVIII di Sumatra Barat*. Jakarta: Guepedia.
- Rahman, S. (2020). *Wasathiyah dalam Al Qur'an: Nilai-nilai Moderasi Islam dalam Akidah, Syariat, Akhlak*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Saepulloh, A., & Rusdiana, A. (2021). *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar: Dasar-dasar Pengetahuan Sosial dan Konsep-konsep Budaya*. Bandung: Batic Press.
- Shawkani. (t.th). *Fath al-Qadîr juz V*. Beirut: Dâr al-Fikr.
- Shihab, M. Q. (2002). *Tafsir Al-Mishbah pesan kesan dan keserasian Al-Qur'an* (Vol. 7). Jakarta: Lentera Hati.
- Sihombing, N. S., Pardede, E., Sihombing, A., & Dewantara, N. (2022). *Pemasaran Digital*. Banyumas: CV. Pena Persada.
- Sireger, N. S. (2021). *Komunikasi Terapeutik Bernuansa Islami*. Surabaya: Scopindo Media pustaka.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitaid, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujoko, A., Haboddin, M., & Afala, L. O. (2020). *Media dab Dinamika Demokrasi*. Jakarta: Kencana.
- Syarif, N. (2019). *Komunikasi Kontemporer: Bisnis Islam di Era Digital*. Sleman: Deepublish.
- Wijaya, S. (2015). Al-Quran dan Komunikasi. *al-Burhan*, 1-28.