

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan media sosial yang tumbuh secara luas dan cepat seperti sekarang telah mempengaruhi gaya hidup individu kearah yang lebih modern dengan mengikuti perkembangan zaman. Media sosial menjadi sarana komunikasi di era digital tanpa pandang usia, jarak, maupun waktu. Media sosial merupakan bagian dari komunikasi yang mengubah pasar media monologis ke komunikasi dialogis yang partisipatif dan interaktif .¹Sehingga sangat wajar jika media sosial memiliki akses penuh dalam membangun opini terhadap seluruh komponen kehidupan.

Masyarakat modern saat ini dapat merasakan kemudahan, kecepatan, dan keterbukaan dalam proses komunikasi dan distribusi informasi. Dengan hadirnya internet dan media sosial sebagai medium baru (new media), pola berkomunikasi dan bertukar informasi mengalami transformasi dari budaya konvensional menuju virtual.²Jika dimanfaatkan secara efektif dan seefisien mungkin, adanya teknologi digital ini mampu membawa manfaat yang begitu besar dalam berbagai bidang mulai dari pendidikan, keagamaan, pertahanan, dan keamanan hingga bidang

¹ Muhamad Irhamdi, *Menghadirkan Etika Komunikasi Dimedia Sosial*, Komunikasi 10, no. 2 (2018): 139–52.

² Dina Listiorini, *Pengantar Media Sosial; Masa Depan Media Komunitas* (Yogyakarta: Penerbit Combine Resource Institution, 2014), hlm. 9

ekonomi. Berbagai aktivitas dan kegiatan sehari-hari dapat diselesaikan dengan cara yang mudah dan praktis.

Kemudahan dan pengaruh positif dengan hadirnya teknologi (media sosial) ini tidak terlepas dari sisi negative. Dimana pada kenyataannya, media sosial banyak digunakan bertentangan dengan moral dan etika. Pada saat ini banyak sekali dari kalangan masyarakat yang telah mengabaikan perilaku akhlak atau etika yang baik dalam kehidupan sehari-hari, seperti dalam penggunaan media sosial, sebagian orang-orang menggunakan media sosial hanya untuk menyebarkan berita palsu, serta media sosial dijadikan sebagai ajang ghibah, namimah (mengadu domba) dan sejenisnya.

Seringnya kita temui bahwa jika kita tidak menjaga etika, akan membuat kita terkena sanksi sosial atau bahkan ditegur. Biasanya itu yang terjadi di dunia luar media sosial. Namun ketika sudah berada di dalam jaringan media sosial banyak akibat jika kita tidak bisa menjaga etika. Beberapa contoh dampak ketika kita tidak menggunakan etika ketika bermedia sosial yaitu

- a. Kemungkinan bocornya informasi pribadi. Di halaman profil media sosial kita dengan jelasnya memberikan segala data informasi, yang terjadi semua pihak yang ada di dunia digital menjadi tahu kita secara luar dalam. Dampaknya yaitu kita bisa dijauhan oleh orang-orang karena ketidaksopanan kita dalam menggunakan media digital.
- b. Tidak dapat membagi perhatian kita ke dunia luar media sosial. Padahal kita sehari-hari bersama mereka. Misalnya keluarga atau teman sekolah karena

asyik ada di dunia digital kita tidak mengetahui keadaan yang terjadi pada orang-orang di sekitar kita karena tidak lagi merasakan empati sementara mereka juga tidak cerita kepada kita

- c. Menyebarnya konten pornografi juga dapat menjadi dampak akibat kita tidak bisa menjaga etika di dunia digital. Konten pornografi ini juga bisa menjadi ancaman. Misalkan jika ada pasangan yang sering berbagi foto tidak senonoh saat mereka berpisah bisa menjadi ancaman karena tidak mau berpisah . Tidak menjaga etika dan menyebarkan foto atau video tersebut sehingga konten pornografi pun semakin banyak dan menyebar di ruang media sosial. Jika itu sudah tersebar maka akan sulit dihilangkan karena jejak digital sangatlah kuat, seperti apa yang sudah kita posting di media sosial sudah menjadi rahasia publik meskipun sudah kita hapus tapi orang mungkin sudah menangkap layar dan juga sudah memiliki persepsi mengenai diri kita. Jika orang mempunyai niat jahat tentu lah mereka menggunakan kesempatan itu.
- d. *Cyberbullying* itu sudah pasti terjadi jika tidak menjaga etika di media digital. Berkomentar yang buruk/mencela seseorang juga termasuk perundungan terlebih dilakukan berkali-kali itu dapat menghancurkan mental seseorang dan membuat seseorang itu *insecure*/tidak percaya diri lagi.

Penggunaan media sosial memiliki kaitan dengan etika khususnya etika berkomunikasi, dengan kata lain harus ada nilai untuk saling menghargai antara sesama pengguna media sosial. Masyarakat akan menempatkan suatu perilaku saat

berinteraksi dengan pengguna lain. Perilaku tersebut dapat berupa perilaku yang baik dan tidak menutup kemungkinan disertai dengan perilaku yang buruk. Untuk mencegah munculnya perilaku negatif, penerapan nilai-nilai etika dalam diri masyarakat menjadi hal yang sangat penting. Masyarakat perlu mengetahui bagaimana etika yang seharusnya ditanamkan pada saat bermedia sosial.³ Maka dari itu, penelitian ini menjelaskan dan memaparkan bagaimana etika atau kebiasaan dalam bermedia sosial menurut Al-Qur'an.

Dalam Al-Qur'an terdapat beberapa kata kunci yang berkenaan dengan etika bermedia sosial. Pada saat bersamaan, kata kunci tersebut diiringi pula akan pentingnya sikap berhati-hati, cerdas, dan mawas diri terhadap suatu hal yang merugikan diri sendiri. Apalagi di zaman modern yang lebih mengutamakan teknologi dalam berkomunikasi, mengharuskan umat Islam untuk bijak dan memahami literasi yang berkenaan dengan media sosial terutama dalam hal yang berkaitan dengan etika. Adapun tuntunan-tuntunan tersebut antara lain:

1. Memberikan informasi yang valid dan terpercaya. Sebagai seorang muslim sudah seharusnya menghindari perilaku *qaul zur* yaitu perilaku yang memberikan kesaksian yang dibuat-buat dan palsu kepada orang lain. Pada QS. al-An'am ayat 112, Allah menetapkan bahwa orang yang suka berbohong menjadi musuh Allah dan para Nabi.

³ Silvia Riskha Fabriar, *Etika Media Massa Era Global*, An-Nida : Jurnal Komunikasi Islam 6, no. 1 (2014), hlm. 70–85.

2. Menghindari prasangka. Prasangka yang dilontarkan tanpa dasar yang menjadi akar dari kebenaran sebuah informasi dapat menimbulkan perilaku membully dan membunuh karakter seseorang. Sehingga dalam menyampaikan informasi hendaknya berpegang erat pada asas praduga tak bersalah.

3. Menghindari *sukhriyah*. *Sukhriyah* merupakan suatu perilaku yang merendahkan orang lain yang dilakukan dengan mencaci-maki, mengolok-olok dan menghina seseorang sehingga pada akhirnya menimbulkan kebencian dalam diri seseorang. *Sukhriyah* ini sama halnya dengan perilaku membully. Hal ini tidak hanya terjadi di dunia nyata, namun kerap kali terjadi di media sosial. Allah telah melarang perilaku ini di dalam QS Al-Hujurat ayat 11, dimana ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah SWT tidak menyukai orang beriman baik laki-laki ataupun perempuan menghina dan mengolok antara satu dengan lainnya. Karena bisa jadi orang yang menjadi korban olok lebih baik di sisi Allah SWT.

5. Menjauhi namimah atau mengadu domba. Perilaku namimah ialah suatu tindakan yang berusaha untuk mengadu domba antara pihak satu dengan pihak lainnya. Hal ini patut dihindari oleh orang muslim dan sudah seharusnya mawas diri.

Perihal ketidaksadaran para penikmat setia media sosial mengenai adanya etika di dunia maya dapat membuat seseorang bermasalah dan berada dalam penyimpangan informasi. Pergerakan teknologi yang membahas pentingnya etika dalam menyikapi media sosial sesungguhnya telah dibahas dalam Al-Qur'an lebih dulu sebelum pergerakan dari teknologi itu berkembang pesat didalam sebuah kelompok masyarakat. Maka, pembahasan terkait etika dalam bermedia sosial

sangatlah penting untuk di paparkan sesuai dengan apa yang dibahas oleh Al-Qur'an.

Beberapa artikel sebelumnya memuat beberapa ayat Al-Qur'an yang juga menjelaskan tentang etika bermedia sosial dalam Al-Qur'an, seperti ayat-ayat berikut:

1.Q.S. Al-An'am: 116

وَأَنْ تُطِيعَ أَكْثَرَ مَنْ فِي الْأَرْضِ يُضِلُّوكَ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ إِنَّ يَتَّبِعُونَ إِلَّا الظَّنَّ وَأَنْ هُمْ إِلَّا

يُخْرَصُونَ

Artinya: Dan jika kamu mengikuti kebanyakan orang di bumi ini, niscaya mereka akan menyesatkanmu dari jalan Allah. Yang mereka ikuti hanya persangkaan belaka dan mereka hanyalah membuat kebohongan.⁴

Ayat ini merupakan penegasan bahwa Al-Qur'an merupakan barometer kebenaran. Hal ini karena banyak dari manusia yang beragama tidak mengikuti Al-Qur'an, melainkan mengikuti hawa nafsu yang akhirnya membawa mereka kepada kesesatan. Oleh karena itu, perlu ada pemahaman, jika melihat akun yang banyak *follower*-nya atau konten yang sedang *trending*, kita tidak perlu ikut-ikutan.

2. QS. Asy-Syu'ara: 183

⁴ Departemen Agama RI, *Alquran dan Tajwid*, Raja Publishing, Jakarta, 2011, hlm. 142

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

Artinya: “Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan”.⁵

Ayat ini menjelaskan larangan menciptakan atau merugikan sesuatu karena apa yang kita lakukan. Jika ini berkaitan dengan penggunaan media sosial, berarti memanfaatkan media sosial dengan sebaik baiknya dan tidak menyalah gunakannya untuk keuntungan pribadi. Seperti menjiplak atau menyalin dan membagikan konten tanpa izin atau atribusi dari pemilik, yang merupakan tindakan ilegal.

Beberapa ayat yang dipaparkan merupakan ayat-ayat yang juga menjelaskan tentang etika bermedia sosial. Namun dalam penelitian ini, penulis lebih fokus mengkaji “ETIKA BERMEDIA SOSIAL MENURUT AL QUR’AN”, khususnya pada QS Al Hujurat:6 dan QS An Nahl:43 yang lebih fokus dan menjadi dasar etika penggunaan media sosial. Pada QS Al Hujurat:6, Allah memerintahkan untuk tabayyun atau mencari tahu (meneliti) terlebih dahulu informasi yang kita dapat apakah itu benar atau salah, supaya tidak terjebak dalam kebodohan dan penyesalan pada akhirnya. Tabayyun artinya meminta penjelasan atau mengklarifikasi sebuah informasi sebelum bertindak terhadap informasi yang diterima. Secara tersirat ayat ini mengatakan jika memeriksa kebenaran berita tidak hanya dari isi beritanya saja melainkan diperiksa latar belakang sipembawa berita juga. Sedangkan pada QS An Nahl:43, kita dianjurkan Untuk mendapatkan ilmu pengetahuan yang baik yakni dengan cara belajar kepada orang yang tepat yakni orang yang berilmu. Sebagian

⁵ Ibid,.hlm.374

penuntut ilmu beranggapan bahwa dirinya memiliki kemampuan memperoleh ilmu dari buku-buku dan kebanyakan pada saat ini dari media sosial dengan tanpa merujuk kepada para ulama dalam mendapatkan penjelasan, keterangan, dan solusi persoalannya.

Meskipun sudah ada beberapa jurnal dan kajian yang membahas tentang etika bermedia sosial dalam Al-Qur'an, namun belum ditemukan penelitian yang secara khusus membahas topik ini. Oleh karena itu, peneliti membatasi kajian ini pada dua ayat Al Qur'an yaitu pada QS Al Hujurat:6 dan QS An Nahl:43 yang secara lebih khusus membahas tentang etika bermedia sosial dalam Al-Qur'an. Adapun uraian dari kedua ayat tersebut yaitu Al-Qur'an Surah al-Hujarat ayat 6:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصِيحُوا عَلَىٰ مَا
فَعَلْتُمْ نُدْمِينَ

Artinya: "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".⁶

Ayat di atas merupakan landasan etika bermedia sosial dengan makna yang jelas, yaitu tabayyun (mencari kebenaran berita kembali ke sumbernya). Ayat ini dijabarkan dengan menggabungkan pandangan berbagai ahli tafsir tentang etika dalam memanfaatkan dan menggunakan media sosial.

⁶ *Ibid*, hlm.516

Penelitian ini juga akan menguraikan terkait etika bermedia sosial dalam surah An- Nahl ayat 43 yang berbunyi:

وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ قَبْلِكَ إِلَّا رِجَالًا نُوْحِيْ اِلَيْهِمْ ۗ فَسْأَلُوْا اَهْلَ الدِّيْكْرِ اِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُوْنَ

Artinya: “Dan Kami tidak mengutus sebelum kamu, kecuali orang-orang lelaki yang Kami beri wahyu kepada mereka; maka bertanyalah kepada orang yang mempunyai pengetahuan jika kamu tidak mengetahui”⁷

Dengan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk menganalisis dan menjelaskan bagaimana konsep etika media sosial yang tercermin dalam Al-Qur’an, khususnya dalam QS Al-Hujarat:6 dan Surah An-Nahl:43. Karya ini kemudian peneliti beri judul “ETIKA BERSOSIAL MEDIA MENURUT AL QUR’AN”.

Kemajuan teknologi bukan untuk di hindari namun untuk di sikapi. Sebagai seorang muslim yang berilmu dan cerdas, sudah selayaknya mampu memahami, merespon, menilai dan menyaring berbagai informasi yang beredar dan diterima melalui teknologi media sosial. Namun ternyata banyak pihak yang tidak bertanggung jawab atas validitas penyebaran informasi tersebut.

Adapun seperti yang telah dipaparkan di atas, media sosial yang berguna sebagai media dalam menghubungkan antar seseorang di berbagai dimensi. Berbagai informasi dapat menghambur secara cepat yang bukan hanya menimbulkan dan memberikan efek positif, tetapi juga menyebabkan berbagai dampak negative saat media sosial tidak digunakan dengan sebaik mungkin.

⁷ *Ibid*, hlm.272

Sementara tantangan dari era teknologi yang sangat berkembang pada era ini yaitu cara atau langkah masyarakat dalam mempergunakan media sosial sebaik mungkin menuju arah yang positif terutama dalam hal menerima informasi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah diuraikan, penulis merumuskan masalah pokok yang bertujuan agar pembahasan penelitian ini terstruktur dengan baik. Menurut paham penulis, kedua ayat Al Qur'an yang tercantum dalam QS. Al Hujurat:6 dan QS. An Nahl:43 cukup untuk menjelaskan daripada topic yang diteliti yaitu ETIKA BERMEDIA SOSIAL MENURUT AL QUR'AN. Adapun rumusan masalahnya antara lain:

- a. Bagaimana etika bermedia sosial menurut Al Qur'an khususnya dalam QS. Al Hujurat:6 dan QS. An Nahl:43?
- b. Bagaimana konsep etika bermedia sosial berdasarkan penafsiran QS. Al Hujurat:6 dan QS. An Nahl:43 menurut ulama tafsir?

C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

Sesuai dengan topik penelitian dan rumusan masalah yang dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui etika bermedia sosial menurut Al Qur'an khususnya dalam QS. Al Hujurat:6 dan QS. An Nahl:43
- a. Untuk mengetahui konsep etika bermedia sosial berdasarkan penafsiran QS. Al Hujurat:6 dan QS. An Nahl:43 menurut ulama tafsir?

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan manfaat paling tidak dari dua aspek (hal), antara lain:

1. Aspek teoritis

Hasil akhir dari kajian ini diharapkan dapat memberikan informasi baru tentang perkembangan ilmu pengetahuan di bidang Al-Qur'an dan tafsir. Penelitian atau kajian ini juga diharapkan memiliki berbagai kelebihan atau manfaat untuk penelitian serupa di masa mendatang yang dapat digunakan untuk memperluas dan mempertajam analisis. Meskipun terdapat beberapa penelitian sejenis pada penelitian sebelumnya, namun diharapkan penelitian ini dapat melengkapi dan menyempurnakan nilai-nilai konsep etika media sosial yang lebih spesifik dan terfokus dibandingkan penelitian sejenis sebelumnya khususnya pada kedua ayat yang akan dibahas.

2. Aspek Praktis

Kajian ini diharapkan dapat menjadi pelajaran dan jalan keluar dari berbagai permasalahan yang muncul di kalangan individu atau kelompok tertentu, khususnya ketika mengamalkan konsep-konsep etika di media sosial Al-Quran. Maka dengan mengetahui dan mempelajari berbagai nilai etika media sosial menurut Al-Qur'an dapat meningkatkan sikap “kehati-hatian” dalam menggunakan dan menyebarkan informasi.

D. Batasan Istilah

Dalam menghindari kesalahan untuk mengartikan dan memahami pokok kajian penelitian ini, maka perlu dijelaskan batas-batas pengertian dan maksud dari

penelitian ini hingga terbentuk suatu pengertian yang utuh sesuai dengan maksud yang sebenarnya dari judul penelitian tersebut antara lain:

- a) “Pengertian etika”. Etika berasal dari bahasa Yunani *ethos* (kata tunggal) yang berarti: tempat tinggal, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, watak, sikap, cara berpikir. Bentuk jamaknya adalah *ta, etha*, yang berarti adat istiadat. Dalam hal ini, kata etika sama pengertiannya dengan moral. Moral berasal dari kata latin: *Mos* (bentuk tunggal), atau *mores* (bentuk jamak) yang berarti adat istiadat, kebiasaan, kelakuan, watak, tabiat, akhlak, cara hidup.⁸ Dalam penelitian ini etika sangat berpengaruh terhadap penggunaan media sosial, dimana etika hadir sebagai arah dalam sikap, tindakan, dan perilaku manusia ketika informasi yg berbeda diterima dari media sosial sehingga akan ada standar penilaian untuk menentukan media sosial yang baik atau buruk, yang benar atau salah, dan yang tepat atau tidak tepat.
- b) Kata media berasal dari bahasa latin yang merupakan bentuk jamak kata *medium*. Secara harafiah, media berarti perantara, yaitu perantara antara sumber pesan (*a source*) dengan penerima pesan (*a receiver*). Beberapa hal yang termasuk ke dalam media adalah film, televisi, diagram, media cetak (*printed material*), computer, dan lain sebagainya.⁹

⁸ Abuddin Nata, *Akhlak Tasawuf dan Karakter Mulia*,(Jakarta: Raja Grafindo, 2012)

⁹ Dian Indriana, *Ragam Alat Bantu Pengajaran*, cet pertama. (Jogjakarta: DIVA Press,2011), hlm. 13

- c) Sosial berasal dari bahasa Inggris yaitu *society* asal kata *socius* yang berarti kawan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), sosial adalah hal-hal yang berkenaan dengan masyarakat atau sifat-sifat kemasyarakatan yang memperhatikan kepentingan umum. Sedangkan menurut Soedjono Soekanto, bahwa yang dimaksud dengan sosial adalah prestise secara umum dari seseorang dalam masyarakat.¹⁰
- d) Al-Qur'an adalah sebuah kitab petunjuk bagi manusia yang menyeru kepada jalan kehidupan yang benar sehingga manusia mampu meraih kebahagiaan, kebajikan, dan kedamaian hidup di dunia.¹¹

Dari batasan istilah di atas, maka dapat ditegaskan bahwa yang dimaksud dengan Judul penelitian ini adalah ETIKA BERMEDIA SOSIAL MENURUT AL-QUR'AN.

E. Telaah Pustaka

Dalam penelitian, telaah kepustakaan penting dilakukan untuk menemukan hasil penelitian dari kajian-kajian sebelumnya. Namun, beberapa penelitian yang ditemukan hanya menemukan perkiraan umum. Oleh karena itu para ulama ingin memfokuskan pembahasan konsep etika media sosial dalam Al-Qur'an {QS. Al-Hujarat:6 dan QS. Al-Nahl:43}. Sehingga ada perbedaan antara penelitian terdahulu dan penelitian berikutnya. Kedua ayat ini memberikan penjelasan tentang bagaimana seharusnya kita sebagai umat muslim yang beriman dan cerdas menyikapi berbagai berita dan informasi yang didapat dari sosial media dengan

¹⁰ Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012)

¹¹ Afzalur Rahman, *Al Qur'an Sumber ilmu Pengetahuan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), hlm. 258

tabayyun dan menuntut ilmu dari orang yang tepat yaitu orang yang berilmu sehingga kita tidak berada dalam kebodohan. Adapun beberapa penelitian yang masih berkaitan dengan jenis penelitian ini, antara lain:

- a. Etika Islam dan Media Sosial Bagi Generasi Milenial: Telaah Surat Al-'Asr, Wiji Nurasih et.all, Jurnal, Al-Mishbah, 2020. Artikel jurnal ini membahas tentang etika sosial media dalam Surat Al-'Asr yang menyimpulkan bahwa manusia harus memanfaatkan waktunya dengan sebaik-baiknya. Penelitian ini secara detail hanya menjelaskan tentang etika media sosial yang hanya ada di Surat Al-'Asr.¹²
- b. Fikih Jurnalistik sebagai Landasan Etika Bermedia Sosial karya Siti Khoirotul Ula. Dalam karya ini Fikih jurnalistik, sebagai landasan etika yang ditawarkan Islam mengusung nilai-nilai universal yaitu keadilan, demokrasi, toleransi dan juga konsistensi¹³, sedangkan penulis lebih terfokus kepada QS. Al Hujarat:6 dan QS. Al-Nahl:43}, jadi jelas sangat berbeda dengan penelitian di atas.
- c. Adab bermedia sosial dalam Islam karya dari Juminem. Tulisan ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, hasil dari penelitian ini yaitu bahwa setiap muslim dalam bersosialisasi dengan menggunakan media sosial hendaknya menjunjung tinggi adab dalam bersosialisasi serta bijak dalam menggunakan media sosial dengan

¹² Wiji Nurasih et.all, *Islam Dan Etika Bermedia Sosial Bagi Generasi Milenial: Telaah Surat Al-'Asr*, Jurnal Al-Mishbah, Vol.16 No. 1 (Januari- Junin 2020)

¹³ Siti Khoirotul Ula, *Fikih Jurnalistik sebagai Landasan Etika Bermedia Sosial*, Jurnal Qolamuna Nomor 2, (2017).

mengedepankan etika, logika, dan perasaan serta berbagi nasehat yang baik, bijak dan ikhlas, karena setiap perbuatan yang dilakukan ataupun dikerjakan di dunia ini akan dipertanggungjawabkan kelak di akhirat. Dari karya ini terdapat perbedaan dengan skripsi penulis yaitu terdapat pada metode ataupun hasil dari penelitian yang dilakukan, yang mana penulis lebih terfokus kepada QS. Al Hujurat:6 dan QS. An Nahl: 43, sedangkan karya di atas terfokus dari bagaimana pandangan Islam itu sendiri mengenai adab bermedia sosial.¹⁴

- d. Artikel tentang Etika Media Sosial Menanggapi Pemberitaan Hoax dari Perspektif Hadis oleh M. Zia Al-Ayyub. Al-Munawwir, Krapyak, Yogyakarta, 2018. Pada artikel ini, fokus pembahasan etika bermedia sosial dari perspektif hadits, yang tentunya berbeda dengan pembahasan yang disajikan dalam penelitian ini yang lebih fokus pada etika bermedia sosial media sosial berbasis Al-Qur'an.¹⁵
- e. Etika komunikasi Islam media sosial perspektif Al-Qur'an dan dampaknya terhadap keutuhan negara, artikel jurnal Nazaruddin dan Muhammad Alfiansyah, Jurnal Peurawi, 2021. Artikel jurnal ini membahas tentang etika komunikasi sosial media yang mempererat hubungan antar negara dan tidak membahas tentang etika sosial media, seperti yang terjadi pada penelitian ini.

¹⁴ Juminem, *Adab Bermedia Sosial dalam Pandangan Islam*, Jurnal Pendidikan Agama Islam Nomor 1, (2019).

¹⁵ M. Zia Al-Ayyub et.all, *Etika Media Sosial Menanggapi Pemberitaan Hoax dari Perspektif Hadis*, (Yogyakarta, 2018)

Berdasarkan pada penelitian hasil-hasil skripsi yang sudah terpapar diatas, memang sudah ada penelitian-penelitian yang serupa dengan yang akan penulis teliti. Akan tetapi kajian tentang etika bermedia sosial menurut Al-Qur'an khususnya dalam QS. Al-Hujurat:6 dan QS An-Nahl:43 tidak pernah dibahas. Oleh karena itu diperlukan lebih banyak penelitian untuk menjawab permasalahan dan kemajuan yang berkembang pesat di era sekarang (2023)

F. Sistematika Pembahasan

Dengan berbagai catatan yang menyertainya untuk memudahkan pembahasan. Sistem penulisan ini dibagi menjadi lima bab, yang dibagi menjadi:

Bab I: Pendahuluan Dalam bab ini akan dibahas beberapa hal seperti latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, batasan istilah, dan sistematika penulisan

Bab II: Landasan Teori: Merupakan uraian terkait teori yang digunakan dan konsep dalam bermedia sosial secara umum, didalamnya terdapat definisi etika, media sosial, dampak, dan fungsi dari media sosial dalam tinjauan berbagai tokoh.

Bab III: Metode Penelitian Bab ini berisikan tentang metode penelitian yang menjelaskan tentang jenis penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab IV: Merupakan hasil penelitian yang menyajikan dan memaparkan hasil penelitian yang didapatkan mengenai analisis terkait konsep etika bermedia sosial menurut Al –Qur'an terkait QS. Al- Hujurat:6 Dan QS. Al- Nahl:43 untuk dapat dikorelasikan dengan problematika pada sekarang ini.

Bab V : Merupakan bab terakhir yang berisi tentang kesimpulan dan saran-saran. Kesimpulan menampilkan hasil dari penelitian dan jawaban atas pertanyaan dari rumusan masalah yang ditetapkan. Dalam bab ini juga ditampilkan saran yang ditujukan pada penelitian sejenisnya.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Kerangka Teori Etika

1. Pengertian Etika Secara Umum

Definisi Etika Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia ialah ilmu mengenai apa yang baik dan apa yang buruk.¹ Sedangkan di Kamus Umum Bahasa Indonesia dipersempit maknanya menjadi ilmu tentang pengetahuan mengenai prinsip-prinsip moral (akhlak).² Etika bersumber dari Bahasa Yunani yakni Ethos (karakter). Sementara itu makna istilahnya, etika ialah sebuah ilmu yang terstruktur dan dikonseptualisasikan dari nilai yang baik, jahat, buruk, salah, benar dan nilai yang lainnya.

Pengertian etika adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak). Definisi etika secara khusus adalah ilmu mengenai perilaku dan kesusilaan manusia di dalam lingkungan pergaulannya yang menyangkut aturan dan prinsip mengenai tingkah laku yang benar. Munculnya etika saat manusia merefleksikan unsur-unsur etis ke dalam pendapat-pendapat yang spontan. Kebutuhan akan refleksi tersebut bisa dirasakan, karena pendapat etis bisa saja berbeda dengan pendapat orang lain. Itulah mengapa akhirnya dibutuhkan

¹ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2008), hlm.383

² W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia Edisi ketiga* (Jakarta Timur: Balai Pustaka, 2017), hlm.326

etika, di mana tujuannya untuk mencari tahu apa yang harus dilakukan oleh manusia.

2. Pengertian Etika Di Dalam Al-Qur'an

Agama Islam menyebut etika sebagai akhlak atau adab (bahasa Arab: أخلاق إسلامية, *akhlāq Islāmiyah*) yang dianjurkan di dalam ajaran Islam yang tercantum di dalam Al-Qur'an dan Sunnah, dengan mengikuti contoh dari teladan Nabi Muhammad SAW yang di dalam akidah Islamiyah dinyatakan sebagai manusia yang paling sempurna akhlaknya. Perilaku yang amat mulia di atas ilmu, dikarenakan orang yang memiliki ilmu tanpa dibarengi dengan akhlak, maka sama saja dengan orang hanya memiliki ilmu tanpa mengamalkan ilmunya. Sedangkan orang yang memiliki etika di dalam dirinya pasti merupakan orang berilmu, karena tidaklah mungkin orang itu tahu mengenai etika yang baik tanpa adanya sebuah ilmu. Dalam sebuah semboyan Islam menitikberatkan bahwa "*Al-Adabu Fauqol 'Ilmi*, yakni adab itu lebih tinggi nilainya dari pada ilmu.

Terdapat banyak dalil dari Al-Qur'an dan As-Sunnah yang menyebutkan tentang tingginya kedudukan seseorang yang beradab dan berakhlak yang baik, di antaranya QS.Ali-Imran: 134

الَّذِينَ يُنْفِقُونَ فِي السَّرَّاءِ وَالضَّرَّاءِ وَالْكُظُمِينَ الْغَيْظِ وَالْعَافِينَ عَنِ النَّاسِ ۗ وَاللَّهُ يُحِبُّ

الْمُحْسِنِينَ

Artinya: (yaitu) orang yang berinfak, baik di waktu lapang maupun sempit dan orang-orang yang menahan amarahnya dan memaafkan (kesalahan) orang lain. Dan Allah mencintai orang yang berbuat kebaikan³

Pengertian etika menurut beberapa pakar, diantaranya adalah:

- a. Aristoteles merupakan seorang filsuf asal Yunani dan murid dari Plato berpendapat dengan membagi etika menjadi dua pengertian, yakni *Terminus Technicus* dan *Manner and Cutom*. *Terminus Technicus* merupakan etika sebagai ilmu pengetahuan yang mempelajari problema tingkah laku atau perbuatan individu (manusia), sedangkan *Manner and Cutom* merupakan pengkajian etika berkaitan dengan tata cara dan adat yang melekat dalam diri individu, serta terkait dengan baik dan buruknya tingkah laku, perbuatan, ataupun perilaku individu tersebut.
- b. Wilfridus. J. S Poerwadarminta merupakan salah satu tokoh sastra Indonesia, mengemukakan bahwa etika adalah ilmu pengetahuan terkait perbuatan dan perilaku manusia dilihat dari sisi baik dan sisi buruknya yang ditentukan oleh manusia pula.
- c. Louis O. Kattsoff memberikan pandangan bahwa etika pada hakikatnya lebih cenderung berkaitan dengan asas-asas pembenaran dalam relasi tingkah laku antarmanusia.
- d. H. A Mustafa mengemukakan pengertian etika adalah ilmu yang menelaah suatu tingkah laku atau perbuatan manusia dari segi baik dan buruknya

³ Departemen Agama RI, *Alquran dan Tajwid*, Raja Publishing, Jakarta, 2011, hlm. 67

dengan memperhatikan perilaku manusia tersebut sejauh yang diketahui oleh akal pikiran manusia.

- e. William Benton mengatakan bahwa etika bersumber dari Bahasa Yunani “ethos” yang artinya adalah karakter studi sistematis dari konsep- konsep nilai yang baik atau buruk, benar atau salah, ataupun adat isitiadat yang membenarkan sesuatu dalam prinsip-prinsip umum. Sehingga etika juga sering didefinisikan sebagai moral (akhlak/ tingkah laku).⁴
- f. Dalam buku Komunikasi Interpersonal (225-226) Frans Magnis Suseno menuliskan “...etika dapat mengantar orang pada kemampuan bersikap kritis dan rasional, guna membentuk pendapatnya sendiri dan bertindak sesuai dengan apa yang dapat dipertanggungjawabkannya..”
- g. Professor Robert Salomon mengelompokkan etika dengan dua definisi arti⁵:
 - 1) Etika merupakan karakter dari setiap pribadi. Mengenai ini, yang dimaksudkan bahwa setiap individu yang mempunyai nilai etika termasuk orang yang bernilai baik.

⁴ Fahrur Razi, *Komunikasi Islam dan Etika Mujadalah Menurut Al- Qur'an* ,(Jurnal Komunikasi Islam, Vol. 3 No.1 Juni 2013), hlm.98

⁵ Teguh Wahyono, *Etika Komputer dan Tanggung Jawab Profesional di bidang Teknologi Informasi*,3

2) Etika adalah hukum sosial. Dalam hal ini, etika adalah hukum yang mengatur, mengendalikan, dan membatasi hal yang dilakukan bagi setiap orang.

Kesimpulan dari beberapa penjelasan sebelumnya, bahwa etika adalah akhlak atau perilaku yang erat pada kepribadian manusia yang dapat dinilai dari tingkah laku yang dilakukan oleh pribadi tersebut, baik pada saat sendiri maupun saat berinteraksi dengan khalayak ramai.

Islam adalah agama rahmatan lil ‘alamin yang banyak mendeskripsikan terkait akhlak atau adab yang termuat dalam Al-Qur’an maupun Assunnah sebagai pedoman hidup. Khususnya dalam hal bermedia sosial yang bertujuan untuk mengantarnya ke hal yang dapat dipahami dan dapat memberikan kemaslahatan juga saling menguatkan ukhwah di dalam ikatan persaudaraan antar kehidupan, terutama dalam kehidupan bernegara yang masyarakatnya multicultural.

Terdapat banyak hal yang berkaitan dengan adab, perilaku ataupun akhlak sebagaimana kata yang sepengertian dengan “etika”. Etika secara praktis disajikan dalam Al-Qur’an dengan memberikan contoh keteladanan akhlak Rasulullah SAW sebagai Uswatun Hasanah, khususnya dalam hal etika (akhlak) yang baik dalam Al-Qur’an sesuai dengan ajarannya yang akan berguna bagi seluruh umat Islam yang tau dan belajar terkait etika bermedia sosial.

3. Macam-Macam Etika

a. Etika Deskriptif

Etika deskriptif merupakan moralitas yang ada pada setiap pribadi, kebudayaan, bagian tradisi atau kebudayaan tertentu yang ada di era sejarah dan lain- lain. Contohnya saat seseorang cendekiawan yang hendak membuat sebuah pendirian yang berbobot mengenai permasalahan korupsi, maka ia diharuskan untuk lebih dulu mengetahui perihal korupsi yang ada pada masyarakatnya sendiri atau yang lain di masa sekarang atau lampau. Dalam hal ini, cendekiawan wajib mengetahui perihal sosiologis dan historisnya agar dapat menguasai hal tersebut dan penelitiannya akan lebih sistematis dan sempurna.

b. Etika Normatif

Etika normatif ialah bagian yang paling penting dalam etika, dalam hal ini ahli yang bersangkutan tidak menduduki posisi menjadi penonton yang netral seperti di dalam etika deskriptif, namun dirinya ikut terjun dengan menyumbangkan pendapatnya.

Etika normative memiliki tujuan untuk memberikan prinsip beraturan yang bisa untuk dipertanggung jawabkan dengan cara yang rasional juga bisa dipraktikkan. Etika normative dibagi menjadi dua:

1. Etika Umum, yakni memandang dengan term-term atau tema umum. Tema-tema ini menjadikan objek penyelidikan dari etika umum.
2. Etika Khusus, yaitu etika yang mengaplikasikan prinsip-prinsip etis umum pada wilayah pribadi seseorang yang khusus. Dalam etika khusus itu premis

normative dikaitkan dengan premis faktual agar sampai pada hasil akhir kesimpulan etis (beraturan) dan bersifat normatif juga.

c. Mataetika

Pada Bahasa Yunani meta memiliki makna “melebihi”, atau “melampaui”. Sebutan ini dipakai guna menampilkan bahwasannya yang dibahas disini bukanlah moralitas secara langsung, namun perkataan perkataan kita di bidang moralitas. Mataetika seakan-akan ada pada tempat yang lebih tinggi ketimbang tingkah etis, yakni pada “Bahasa etis” ataupun bahasa yang kita pakai pada disiplin moral.

4. Fungsi Etika

Etika memiliki beberapa fungsi, yaitu:

- a. Sebagai tempat untuk mendapatkan pandangan atau perspektif kritis yang berhadapan langsung dengan berbagai suatu moral yang membingungkan.
- b. Guna pandangan atau orientasi etis ini perlu adanya mengambil suatu sikap yang wajar dalam situasi dan kondisi masyarakat yang majemuk (pluralisme).
- c. Guna memperlihatkan suatu keterampilan berpikir jernih, yaitu suatu kebolehan untuk berargumentasi secara kritis dan rasional.
- d. Berfungsi sebagai pembeda mana yang boleh diubah dan mana yang tidak dapat diubah.
- e. Berfungsi menyelidiki suatu konflik atau permasalahan hingga ke akar-akarnya.
- f. Berfungsi untuk membantu sebuah konsistensi

- g. Berfungsi untuk menyelesaikan konflik, baik konflik moralitas maupun konflik sosial lainnya, dengan bentuk gagasan yang tersistematis juga kritis.

5. Manfaat Etika

Etika sebagai sesuatu yang melekat pada diri manusia, tentunya memiliki beberapa manfaat di dalam kehidupan bermasyarakat dan bersosial. Berikut ini akan dijabarkan secara singkat manfaat dari etika di kehidupan bermasyarakat.

- a. Sebagai penghubung antarnilai. Contohnya, arti budaya dan nilai agama, dengan adanya etika maka dua hal ini akan bisa jadi suatu kesatuan kebiasaan yang melekat di dalam masyarakat, tanpa ada pihak yang merasa dirugikan sekalipun.
- b. Sebagai pembeda antara yang baik dan buruk. Etika yang telah melekat pada diri individu lambat laun akan membuat individu tersebut mengetahui dan memahami secara penuh terhadap hal atau sesuatu yang ada di sekitarnya. Pemahaman yang dimaksud di atas adalah sesuatu yang dianggap baik dan buruk.
- c. Menjadikan individu memiliki sikap kritis. Etika yang sudah lama tertanam pada diri individu membuat dirinya lebih kritis dalam menghadapi sebuah kondisi dan situasi. Individu tersebut tak hanya pasrah pada keadaan, melainkan ikut memikirkan jalan keluar atau solusi yang tepat.
- d. Sebagai suatu pendirian dalam diri. Individu yang paham betul akan etika tentu akan berperilaku sesuai tata aturan yang berlaku, tanpa dirinya merasa

terpaksa. Hal ini bisa dikatakan akan memengaruhi pendirian individu atas pemahaman etika yang ada di dalam masyarakat.

- e. Membuat sesuatu sesuai dengan peraturan
- f. Membantu dalam menentukan pendapat. Di dalam suatu forum diskusi, tentu ada etika dalam mengemukakan gagasan atau pendapat. Dengan begitu, individu telah sepakat untuk menghargai siapapun itu yang hendak menyampaikan pendapatnya.

6. Contoh Etika dalam Kehidupan Sehari-hari

Pada dasarnya, etika ini sudah ada dalam kehidupan kita sehari-hari, hanya saja tidak semua orang sadar akan pentingnya menerapkan etika dalam kehidupan sehari-hari. Sebagai contohnya yaitu:

- a. Menunjukkan sikap hormat kepada orang lain
- b. Tidak memandang rendah orang lain
- c. Berperilaku sopan
- d. Menghargai perbedaan pendapat
- e. Membantu orang lain yang membutuhkan

B. Kerangka Teori Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Media sosial terdiri atas dua kata, media dan sosial. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, media berarti surat kabar komunikasi, contohnya: koran,

majalah, film, televisi, baliho, spanduk serta alat komunikasi lainnya.⁶ Secara historis, media sendiri lahir dari sesuatu yang menjadi agen atau perantara dalam mengirimkan pesan. Pada dasarnya, media ialah suatu bentuk dari medium yang pada Bahasa Inggris ialah suatu bentuk dari kata kerja tunggal dari media, medium ialah alat- alat yang bersifat teknis atau fisik yang menkonversikan pesan sinyal hingga dapat dikirim melalui sebuah saluran.⁷ Tetapi media berangkat pada arti teknologi, Tatkala medium mempunyai definisi yang lebih merata daripada arti asli dari teologi. Media adalah pembawa pesan, sedangkan medium membawa dua hal yakni konten dan konteks.

Pada Kamus Besar Bahasa Indonesia, sosial berarti hubungan dengan masyarakat. Muhammad Irhamdi secara istilah menguraikan bahwasannya media sosial merupakan wadah atau tempat berkomunikasi melintasi platform internet secara online seperti halnya Youtube, whatsapp, Instagram, twitter dan lain-lain, sehingga mempermudah untuk berkomunikasi dari berbagai cara tanpa terhalangan oleh jarak atau waktu.⁸ Media sosial adalah cara untuk menjangkau banyak pengguna melalui media yang berbeda dengan gaya dan media yang banyak juga variatif, sehingga tidak heran jika akses pada media sosial bersifat tak terbatas dan membentuk opini tentang berbagai aspek kehidupan. Memahami kata sosial

⁶ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, hlm.892

⁷ John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, terj. Hapsari Dwiningtyas, (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2014), hlm.29

⁸ Muhammad Irhamdi, *Menghadirkan Etika Komunikasi Dimedia Sosial (Facebook)*, Komunikasi 10, no. 2 (1 Desember 2018), hlm139–52

dalam kaitannya dengan media sosial tidaklah mudah. Untuk itu penulis menguraikan pengertian sosial menurut beberapa sosiolog. diantaranya:

1. Philip Wexler

Pengertian sosial menurut Philip Wexler adalah suatu sifat dasar yang dimiliki oleh setiap individu manusia.

2. Lewis

Menurut Lewis, pengertian sosial ialah suatu hal yang dapat dicapai, dihasilkan dan ditetapkan dalam suatu proses interaksi yang terjadi sehari-hari antara warga atau masyarakat yang berada di suatu negara dengan pemerintahannya.

3. Enda M.C

Menurut Enda M.C, pengertian sosial adalah suatu cara tentang bagaimana setiap individu saling berhubungan satu dan lainnya.

4. Ruth Aylett

Sosial menurut Ruth Aylett adalah sesuatu yang dipahami sebagai suatu perbedaan, akan tetapi tepat terintegrasi serta tetap ingeren.

5. Keith Jacobs

Definisi sosial menurut Keith Jacobs adalah suatu hal yang dibangun dan terjadi di dalam sebuah situs komunitas.

6. Peter Herman

Peter Herman menjelaskan pengertian sosial sebagai sesuatu yang dipahami sebagai suatu perbedaan, akan tetapi masih termasuk dalam satu kesatuan.

7. Engine Fahri I

Sosial menurut Engine Fahri I ialah suatu inti dari bagaimana para individu manusia berhubungan meskipun masih ada perdebatan mengenai pola berhubungan di antara para individu tersebut.

8. Paul Ernest

Ernest menjelaskan bahwa sosial adalah sejumlah manusia secara individu yang terlibat di dalam berbagai kegiatan bersama.

9. Lena Dominelli

Dominelli berpendapat bahwa sosial merupakan bagian yang tak utuh dari suatu hubungan manusia, sehingga membutuhkan sebuah pemakluman atas hal-hal yang memiliki sifat rapuh di dalamnya.

10. Durkheim

Menurut Durkheim social menunjuk pada fakta sosial bahwasannya setiap orang mengerjakan sebuah aksi yang menyumbangkan kontribusi pada masyarakat lain. Dalam hal ini berarti fakta dari media juga adalah seluruh perangkat lunak juga berarti sosial dalam arti bahwa diantara keduanya adalah hasil produk dari sebuah proses sosial.

Dari berbagai macam teori yang dikembangkan oleh tokoh-tokoh sosial di atas, didapati kesimpulan bahwasannya media sosial dapat dinilai dari rangkaian perkembangan bagaimana keterkaitan hubungan antar individu dengan perangkat media.

Ada beberapa pengertian media sosial menurut para ahli, diantaranya sebagai berikut:

1. Menurut Kottler dan Keller, media sosial adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, video dan informasi dengan orang lain.⁹
2. Taprial dan Kanwar mendefinisikan media sosial ialah media yang digunakan seseorang untuk menjadi sosial, atau mendapatkan daring sosial dengan berbagi isi, berita, foto dan lain-lain dengan orang lain.¹⁰
3. Kaplan dan Haenlein menyatakan bahwa media sosial ialah sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun dengan dasar-dasar ideologis dari web 2.0 yang berupa platform dari evolusi media sosial yang memungkinkan terjadinya penciptaan dan pertukaran dari User Generated Content.⁵

Berdasarkan dari beberapa pendapat para ahli di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa media sosial adalah tempat bersosialisasi berupa aktivitas berbagi info, teks,

⁹ Philip Kottler dan Kevin Lane Keller, *Handbook Of Research Of Effective Advertising Strategies In The Social Media Age*, (Cambridge: IGI Global, 2016), hlm. 338.

¹⁰ Varinder Taprial dan Priya Kanwar, *Understanding Social Media*, (London: Ventus Publishing ApS, 2012), hlm. 8.

gambar, video dan lain-lain. Dengan cara ini orang bersosialisasi dengan orang lain dalam media sosial yang terhubung dengan bantuan internet.

Penulis dapat mengambil kesimpulan dari uraian di atas bahwa media sosial adalah perangkat pembantu yang berupa aplikasi dalam jaringan internet yang digunakan untuk melakukan interaksi sosial, baik komunikasi, sharing berbagai informasi ataupun hal lain yang erat kaitannya dengan komunikasi, pesan, dan pemberitaan yang dilakukan oleh berbagai masyarakat yang satu bertindak sebagai komunikator dan yang lain bertindak sebagai komunikan.

Berdasarkan dari beberapa pendapat para ahli di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa media sosial adalah tempat bersosialisasi berupa aktivitas berbagi info, teks, gambar, video dan lain-lain. Dengan cara ini orang bersosialisasi dengan orang lain dalam media sosial yang terhubung dengan bantuan internet.

Kesimpulan dari uraian di atas bahwa media sosial adalah perangkat pembantu yang berupa aplikasi dalam jaringan internet yang digunakan untuk melakukan interaksi sosial, baik komunikasi, sharing berbagai informasi ataupun hal lain yang erat kaitannya dengan komunikasi, pesan, dan pemberitaan yang dilakukan oleh berbagai masyarakat yang satu bertindak sebagai komunikator dan yang lain bertindak sebagai komunikan.

Kehadiran Media sosial sebagai media baru yang kontras dibandingkan media lampau (tradisional) seperti halnya media cetak dan media audio visual. Hal yang berbeda antara media sosial dengan media tradisional ialah perihal kualitas, jangkauan, frekuensi, kegunaan, kedekatan dan sifatnya yang permanen, seperti

internet. Kemajuan media sosial dengan mendukung platform online bagi para pengguna untuk ikut secara aktif dan interaktif dengan kemudahan yang di dapati oleh masyarakat dalam berkomunikasi dengan seluruh penggunanya dalam aktivitas komunikasi maupun informasi.

Dari berbagai uraian diatas, etika berkomunikasi di media sosial menurut Al-Qur'an ialah tata cara, sikap (akhlak) komunikasi yang baik dan serasi dengan yang terkandung dalam kaidah Islam (Al-Qur'an dan As-Sunnah) di media sosial.

2. Jenis- Jenis Media Sosial

Andreas M. Kaplan dan Michael Haenlein membagi berbagai jenis media sosial ke dalam 6 (enam) jenis, yaitu :

- a. *Collaborative projects* memungkinkan adanya kerjasama dalam kreasi konten yang dilakukan oleh beberapa pengguna secara simultan, misalnya adalah beberapa situs jenis ini mengizinkan penggunanya untuk melakukan penambahan, menghilangkan, atau mengubah konten. Bentuk lain dari *collaborative projects* adalah *social bookmarking* yang mengizinkan koleksi berbasis kelompok dan peringkat kaitan internet atau konten media.
- b. *Blogs* merupakan salah satu bentuk media sosial yang paling awal yang tumbuh sebagai web pribadi dan umumnya menampilkan *date-stamped entries* dalam bentuk jenis blog yang sangat populer adalah blog berbasis teks.
- c. *Content communities* memiliki tujuan utama untuk berbagi konten media diantara para pengguna, termasuk didalamnya adalah teks, foto, video, dan

powerpoint presentation. Para pengguna tidak perlu membuat halaman profil pribadi.

- d. *Social networking sites* memungkinkan para pengguna untuk terhubung dengan menciptakan informasi profil pribadi dan mengundang teman serta kolega untuk mengakses profil dan untuk mengirim surat elektronik serta pesan instan. Profil pada umumnya meliputi foto, video, berkas audio, blogs dan lain. Contoh dari *social networking sites* adalah Facebook, MySpace, dan Google+.
- e. *Virtual games worlds* merupakan platform yang mereplikasi lingkungan ke dalam bentuk tiga-dimensi yang membuat para pengguna tampil dalam bentuk avatar pribadi dan berinteraksi berdasarkan aturan-aturan permainan.
- f. *Virtual sosial worlds* memungkinkan para inhabitants untuk memilih perilaku secara bebas dan untuk hidup dalam bentuk avatar dalam sebuah dunia virtual yang sama dengan kehidupan nyata. Contohnya adalah Second

Puntoadi menuturkan bahwa ada bermacam-macam jenis media sosial, yakni:

a. Bookmarking

Bookmarking memberikan sebuah kesempatan untuk membagikan link dan tag yang diminati. Hal demikian bertujuan agar setiap orang dapat menikmati yang kita sukai.

b. Wiki

Sebagai situs yang memiliki macam-macam karakteristik yang berbeda, misalnya situs knowledge sharing, wikitravel yang memfokuskan sebagai suatu informasi pada suatu tempat.

c. Flickr

Merupakan situs milik Yahoo, yang menghususkan sebuah image sharing dengan para bidang kontributor dalam bidang fotografi di semua penjuru dunia. Flickr membuat setiap produk foto katalognya dapat dipromosikan dan dipasarkan.

d. Creating opinion

Media sosial memberikan sarana yang dapat untuk berbagi opini dengan orang lain di seluruh dunia. Melalui media sosial tersebut, semua orang dapat menulis jurnal, sekaligus sebagai komentator.

d. Jejaring Sosial

Merupakan konten sharing dimana banyak pengguna membuat berbagai media dan juga publikasi guna dibagikan kepada para penikmatnya. Jejaring sosial merupakan media paling populer pada kategori media sosial. Karakter utama dari situs ini ialah membentuk sebuah jaringan pergaulan baik yang lama ataupun yang baru.

Dalam QS. Al-Hujurat:13, Allah swt telah menjelaskan karakteristik daripada jejaring sosial. Sebagaimana ayatnya yaitu:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ

اللَّهِ أَتْقَاكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya: "Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling takwa di antara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal."¹¹

Surah Al- Hujurat ayat 13 menegaskan bahwa sebagai seorang makhluk hidup dianjurkan untuk saling mengenal, membentuk jaringan pertemanan dan menyambung tali silaturahmi sehingga bisa memberi manfaat pada sesama. Perkenalan dibutuhkan untuk saling menarik pelajaran dan pengalaman, yang menjadi modal meningkatkan ketakwaan kepada Allah SWT. Hasilnya tiap manusia bisa merasakan kedamaian, kesejahteraan duniawi, dan kebahagiaan ukhrowi.

Ada beberapa macam media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat pada saat ini yaitu:

1. Youtube

¹¹ Departemen Agama RI, *Alquran dan Tajwid*, Raja Publishing, Jakarta, 2011, hlm. 517

Youtube sendiri merupakan media sosial yang memungkinkan para penggunanya untuk melihat, mengirim, dan berbagi video.

2. Whatsapp

Whatsapp atau yang biasa disebut dengan WA merupakan media sosial chatting tanpa menggunakan biaya, namun cukup menggunakan koneksi internet saja. Situs ini adalah aplikasi bertukar pesan lintas dengan mudah dan dapat berinteraksi melalui pesan teks, suara ataupun video

3. Facebook

Layanan jejaring sosial yang dikeluarkan oleh Mark Zuckerberg mempunyai lebih pengguna aktif yang jumlahnya lebih dari satu miliar. Para pengguna facebook dapat membuat profil pribadi, menambah teman, bertukar pesan secara langsung dengan orang-orang yang berteman di facebook itu serta berbagi informasi dan berjualan lewat marketplace.

4. Instagram

Instagram ialah aplikasi yang memungkinkan para pemiliknya untuk menangkap video, mengedit, mengaplikasikan filter digital, dan meng-uploadnya yang didukung oleh banyak fitur seperti kolom komentar, Direct Message (DM) yang berguna untuk saling bertukar pesan antar pengguna.

5. Twitter

Twitter merupakan layanan situs jaringan dan microblog daring yang memiliki kegunaan hampir sama dengan facebook. Didalamnya setiap penikmatnya saling mengirim dan membaca pesan teks sampai 280 karakter.

Dari beberapa contoh di atas dapat disimpulkan bahwa media sosial mempunyai tujuan untuk saling berbagi, bertukar informasi, dan memberikan manfaat untuk satu sama lain.

3. Fungsi Media Sosial

Media sosial selain sebagai media berkomunikasi, juga berpengaruh dalam kehidupan bermasyarakat dan interaksi sosial, diantaranya yaitu:

- a. Media yang dibuat guna memperbesar aktivitas sosial manusia dengan memakai internet dan teknologi web
- b. Transformasi praktik komunikasi sejalan media siaran yang berawal dari satu instansi media ke banyak audience "*one to many*" menjadi praktik komunikasi dialogis dengan audience-audience "*many to many*"
- c. Sebagai sumber pengetahuan dan informasi.
- d. Sebagai media dan ajang bisnis

Kemudahan yang ditawarkan media sosial dalam mempublikasikan distribusi konten memberikan banyak manfaat untuk pebisnis. Salah satu manfaat terbesar adalah menjangkau pelanggan di mana saja dan kapan saja. Dengan media sosial, seorang pebisnis dapat membuat konten yang menarik dan membagikannya kepada audiens dalam hitungan detik dan memperluas jangkauan bisnis ke luar negeri tanpa harus keluar dari ruangan. Dengan media sosial, pebisnis dapat dengan mudah

menjangkau maupun memantau (*monitoring*) pelanggan dengan mudah, cukup hanya dengan melibatkan waktu dan energy. Kegiatan ini memungkinkan pebisnis dapat membuat keputusan strategis bisnis agar berada di garis depan dengan inovasi yang selalu berkembang. Hal ini seperti dalam firman Allah pada QS An- Nisa: 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ

وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya :Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.¹²

Ayat di atas menjelaskan bahwasannya dalam mencari rezeki dengan jalan berniaga, meskipun berbeda dengan zaman dahulu yang dapat melangsungkan perdagangan lewat tatap muka. Namun jika aspek dalam berniaga tersebut memehuhi kaidah Al-Qur'an, maka hal tersebut justru menjadi jalan memudahkan manusia dalam mencari rezeki di zaman modern seperti saat ini. Adapun beberapa fungsi dari media sosial antara lain:

a. Sarana berteman dan penyambung silaturahmi

¹² *Ibid*, hlm.83

Media sosial memudahkan penggunaannya untuk mencari teman, menambah teman, dengan aneka fitur di dalamnya seperti coment, like, share yang didasari dengan etika di dalamnya. Begitu pula dengan silaturahmi, dimana dengan media sosial pengguna dapat bertemu dan berkomunikasi dengan kerabat yang jauh dengan mudah.

b. Sebagai Media Sharing Ide dan Karya Ilmiah

Media sosial membuka peluang bagi para penulis untuk mengshare berbagai artikel mereka. Berbagai hoby manusia khususnya dalam hal menulis dan membaca jika dimanfaatkan dengan benar dan memiliki niat yang baik untuk berbagi ilmu sangat dianjurkan. Apalagi jika didasari dengan niat yang juga baik pastinya akan mendapatkan pahala di dalamnya. Seperti firman-Nya dalam surah Al- Isra': 7

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا فَإِذَا جَاءَ وَعْدُ الْآخِرَةِ لِيَسُئُوا وُجُوهَكُمْ

وَلْيَدْخُلُوا الْمَسْجِدَ كَمَا دَخَلُوهُ أَوَّلَ مَرَّةٍ وَلِيُتَبِّرُوا مَا عَلَوْا تَتْبِيرًا

Artinya : Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik untuk dirimu sendiri.

Dan jika kamu berbuat jahat, maka (kerugian kejahatan) itu untuk dirimu sendiri.

Apabila datang saat hukuman (kejahatan) yang kedua, (Kami bangkitkan musuhmu) untuk menyuramkan wajahmu lalu mereka masuk ke dalam masjid

(Masjidil Aqsa), sebagaimana ketika mereka memasukinya pertama kali dan mereka membinasakan apa saja yang mereka kuasai.¹³

4. Sebagai media dalam menyampaikan pesan dakwah

Berdakwah dengan media sosial merupakan sebuah inovasi dalam mengajak serta mengingatkan kembali untuk taat pada perintah Allah SWT dan menjauhi larangan-Nya melalui konten menarik dan informasi yang mudah dipahami. Ketika berdakwah melalui media sosial hendaknya berniat agar kebaikan yang kita lakukan dinilai hanya karena Allah SWT. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an surah Al-Hijr ayat 94:

فَاَصْدَعْ بِمَا تُؤْمَرُ وَأَعْرِضْ عَنِ الْمُشْرِكِينَ

“Maka sampaikanlah olehmu (Muhammad) secara terang-terangan segala apa yang diperintahkan (kepadamu) dan berpalinglah dari orang-orang yang musyrik.”¹⁴

Dalam konteks saat ini, kita dapat berdakwah dan mengajak pada kebaikan dengan cara memberikan ulasan atau gagasan yang positif di *Facebook*, menampilkan foto-foto di *Instagram* dengan konten menarik dan bermanfaat, atau menyampaikan ilmu bermanfaat dari *channel* *YouTube* kita. Kemudian menghiraukan komentar negatif dari orang lain jika kita tidak sanggup

¹³ *Ibid*, hlm.282

¹⁴ *Ibid*, hlm.267

menerimanya atau bisa menganggapnya sebagai saran atau masukan agar kita lebih baik lagi kedepannya.

4. Dampak Media Sosial

Seiring perkembangan zaman, kehadiran media sosial menjadi semakin beragam. Sebagian orang menganggap perubahan ini memberikan dua dampak media sosial, yaitu positif dan negatif.

a. Pengaruh positif media sosial

- a) Dapat memperat hubungan silaturahmi dan juga berhubungan dengan ilmu pengetahuan
- b) Interaksi dengan banyak orang menjadi semakin mudah
- c) Lebih mudah mengekspresikan diri
- d) Pergaulan menjadi luas
- e) Menambah wawasan berpikir dan pengetahuan lewat media sosial.
- f) Menghemat biaya

b. Dampak negative media sosial

- a) Maraknya kejahatan yang bersal dari media sosial
- b) Terjadinya *cyber-bullying* dan *cyber crimes*
- c) Membuat orang dekat menjadi jauh dan sebaliknya.
- d) Dapat menurunkan hubungan secara tatap muka
- e) Menimbulkan adanya konflik
- f) Menjadikan seorang individualistik dan acuh kepada yang lain.

- g) Situs Jejaring Sosial adalah lahan subur bagi predator/pemangsa manusia (anak-anak) untuk melakukan kejahatan dan masih banyak dampak buruk lain dari media sosial.

Setiap individu bebas untuk mengeluarkan pendapat, opini, maupun gagasan di dalam media sosial. Namun kebebasan yang berlebihan akan memberikan potensi konflik yang lebih besar dan berujung pada sebuah perpecahan. Oleh karenanya, peneliti dalam hal ini akan menampilkan etika bermedia sosial ketika:

1. Ketika datang informasi dan berita yang datang dari orang yang diragukan
2. Saat mengamati *content* yang hanya mengutip tanpa mengetahui asal muasalnya.