



Etika Komunikasi Media Sosial Dalam Perspektif Hadits

Samil

STAI YDI Lubuk Sikaping Pasaman Sumatera Barat, Indonesia

 samil070105@gmail.com

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel

Diterima: [2026-01-31]

Direvisi: [2026-04-05]

Disetujui: [2026-06-20]

Keywords

Communication ethics,
social media, hadith,
tabayyun (verification),
Islamic .

ABSTRACT

The development of social media as part of digital technology has brought significant changes to people's communication patterns. The ease of sharing information and interacting without the constraints of time and space not only provides benefits but also presents various ethical challenges, such as the spread of hoaxes, hate speech, cyberbullying, and a low awareness of responsible communication. This article aims to examine the ethics of social media communication from the perspective of the hadith of the Prophet Muhammad (peace be upon him). The method used is a literature review, analyzing literature related to communication, social media ethics, and relevant hadith. The results of the study indicate that Islamic teachings provide ethical communication guidelines that are highly relevant to the digital context, including the recommendation to speak kindly or choose to remain silent and the obligation to conduct tabayyun (clarification) before disseminating information. These principles can serve as a moral foundation for building responsible communication on social media. By applying communication ethics based on the hadith, social media can be utilized as a positive, educational, and constructive tool, while minimizing negative impacts that harm individuals and society.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam cara manusia berkomunikasi, terutama melalui media sosial. Platform seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, X, dan TikTok memberikan kemudahan bagi pengguna untuk saling berinteraksi tanpa batas ruang dan waktu. Namun, kemudahan ini juga menghadirkan tantangan baru yang berkaitan dengan etika komunikasi. (Syakhrani & Widijatmoko, 2024)

Media sosial tidak hanya menjadi sarana berbagi informasi dan ekspresi diri, tetapi juga dapat menjadi ruang penyebaran hoaks, ujaran kebencian, cyberbullying, serta praktik komunikasi yang tidak bertanggung jawab. Fenomena ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi tidak selalu diikuti oleh kedewasaan dalam bertindak, sehingga diperlukan pedoman moral sebagai pengarah perilaku komunikasi pengguna di ruang digital. (Mas et al., 2025)

Nilai etika komunikasi telah lama dijelaskan melalui berbagai konsep, termasuk perintah untuk berkata baik dan larangan menyebarkan informasi tanpa klarifikasi. Hadis Nabi menegaskan pentingnya menjaga ucapan, memilih diam ketika tidak mampu berkata baik, serta kewajiban melakukan *tabayyun* sebelum menyebarkan berita. Prinsip-prinsip ini sangat relevan di era media sosial, ketika informasi dapat tersebar hanya dalam hitungan detik dan mampu memengaruhi banyak orang. Kurangnya verifikasi sering menyebabkan kabar bohong dianggap benar karena penyebaran masif di berbagai grup dan platform. (Yusuf, 2025)

Maraknya transaksi digital juga membutuhkan sikap kritis dan kehati-hatian. Banyak kasus penipuan terjadi karena pengguna tidak melakukan pemeriksaan kredibilitas penjual. Oleh karena itu, nilai *tabayyun* bukan hanya berlaku dalam penyampaian informasi, tetapi juga dalam interaksi digital secara umum. (25 Jurnal Wasatiyah : Jurnal Hukum Vol. 1, No. 2, Desember 2020, 2020)

Dengan demikian, penting untuk mengkaji kembali etika komunikasi media sosial berdasarkan perspektif hadis. Prinsip-prinsip Islam mengenai ucapan yang baik, kehati-hatian, dan klarifikasi menjadi landasan moral yang dapat menjaga kualitas komunikasi digital serta mencegah dampak negatif yang merugikan individu maupun masyarakat.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menganalisis pengaruh influencer terhadap persepsi publik dalam komunikasi massa modern. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena pengaruh influencer yang terjadi di platform media sosial dan bagaimana hal itu membentuk persepsi publik. Studi kasus ini berfokus pada lima influencer yang memiliki pengikut lebih dari satu juta orang di media sosial seperti Instagram, YouTube, dan TikTok, yang aktif mempengaruhi opini publik melalui konten-konten yang mereka bagikan. Pemilihan influencer didasarkan pada kriteria jumlah pengikut yang signifikan, frekuensi pembuatan konten yang dapat mempengaruhi pandangan masyarakat, dan keterlibatan mereka dalam isu-isu sosial, politik, atau komersial.

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian adalah content analysis, dengan langkah-langkah: Memiliki ide umum tentang topic penelitian, mencari informasi pendukung, Mempertegas fokus (perluas atau persempit dan mengorganisasi bacaan), Mencari dan menemukan bahan yang diperlukan, Mengorganisasikan kembali, Mereview dan memperkaya kembali bahan bacaan, mengorganisasikan lagi bahan atau catatan dan mulai menulis (Zed, 2004).

Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah buku-buku yang berkaitan dengan kemanusiaan, artikel, buku ilmiah, majalah-majalah, dokumen, media massa, koran dan tulisan-tulisan lain sebagai pembanding dan penunjang yang berkaitan dengan paradigma kemanusiaan dalam pendidikan Islam. Sedangkan dalam analisis data menggunakan langkah-langkah, yaitu: menuangkan dan menjelaskan pembahasan atau teks yang ada sesuai dengan hasil rancangan yang ditawarkan, rancangan tersebut diproses secara sistematis sesuai dengan kategori dan klasifikasinya, proses pembahasan masalah dianalisa berdasarkan deskripsi yang dimanifestasikan, dari analisa permasalahan tersebut diambil kesimpulan secara umum (Muhadjir, 1996).

3. Pembahasan

A. Manfaat Dan Tantangan Media Sosial

Media sosial merupakan kumpulan platform atau aplikasi digital yang memungkinkan individu maupun kelompok untuk saling terhubung, berbagi informasi, berinteraksi, serta melakukan kolaborasi maupun aktivitas hiburan secara daring. Ciri utama media sosial adalah adanya *user-generated content* (UGC), yaitu konten dalam berbagai bentuk yang dihasilkan dan dibagikan langsung oleh para penggunanya.

Berbeda dengan media massa konvensional yang berada di bawah kendali editor, media sosial memberi peluang kepada setiap individu untuk berperan sebagai

penghasil informasi. Melalui mekanisme tersebut, pengguna memiliki kebebasan untuk membuat, membagikan, dan mendistribusikan pesan, sehingga media sosial tumbuh sebagai ruang komunikasi yang aktif, partisipatif, dan senantiasa mengalami perubahan seiring dengan keterlibatan penggunanya.

Van Dijk dalam Nasrullah menyatakan bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media social dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial. (Astari Clara, 2018)

Media sosial telah menarik minat banyak orang karena menyenangkan. Berkat media sosial, orang mudah untuk berbagi ide, foto, video dengan dunia pada umumnya dan juga dengan mudah mencari tahu apa perasaan dan pikiran seseorang yang dicurahkan ke dalam media sosial. (Sindang Ennoch, 2013)Manfaat Media sosial menarik banyak pengguna karena sifatnya yang interaktif dan menghibur.

Platform ini memudahkan individu untuk berbagi ide, foto, dan video, sekaligus mengetahui pikiran serta perasaan orang lain. Dalam aspek komunikasi, media sosial memberikan berbagai manfaat, seperti mempermudah proses komunikasi tanpa batas ruang dan waktu melalui pesan teks, suara, maupun video. Selain itu, media sosial memungkinkan akses informasi yang cepat dan real-time dari berbagai belahan dunia. Media sosial juga mendorong kreativitas serta membuka peluang usaha baru melalui promosi, pemasaran digital, dan pengembangan personal branding. Di bidang pendidikan, media sosial berfungsi sebagai sarana pembelajaran yang fleksibel melalui konten edukatif dan diskusi daring. Selain itu, media sosial membantu membangun dan memperluas jaringan sosial, baik personal maupun profesional, hingga membentuk komunitas global.

Tantangan media sosial juga menghadirkan berbagai tantangan. Penyebaran hoaks dan disinformasi menjadi masalah serius akibat kurangnya verifikasi informasi. Informasi palsu sangat mudah menyebar dengan cepat karena banyak orang cenderung langsung membagikan sesuatu tanpa mengecek kebenarannya terlebih dahulu.(Batubara, Maria Ulfa, 2023) Selain itu, cyberbullying dan ujaran kebencian kerap muncul dan berdampak negatif pada kondisi emosional korban.

Penggunaan berlebihan juga dapat menyebabkan kecanduan dan gangguan kesehatan mental, seperti stres, kecemasan, dan FOMO.

Kebebasan dalam berkomunikasi sering kali disalahartikan oleh sebagian orang sebagai ruang untuk menyerang, menghina, atau merendahkan individu maupun kelompok tertentu. (Farwati, Riska, 2023). Masalah keamanan data dan privasi turut menjadi perhatian karena informasi pribadi rentan disalahgunakan. Selain itu, fenomena *filter bubble* membatasi sudut pandang pengguna karena algoritma hanya menampilkan konten yang sejenis, sehingga dapat menurunkan kemampuan berpikir kritis.

B. Etika Komunikasi Dalam Media Sosial

Istilah etika berasal dari bahasa Yunani *ethos* yang bermakna kebiasaan, karakter, atau tindakan yang dinilai baik oleh suatu masyarakat. (Annur, Ysrin Fajri, 2021) Etika merupakan seperangkat nilai atau norma yang terbentuk dari kebiasaan dan karakter masyarakat dalam menilai baik atau buruknya suatu tindakan. Etika juga dipahami sebagai proses berpikir kritis dan rasional mengenai nilai-nilai yang memengaruhi perilaku manusia. Berdasarkan berbagai pandangan tersebut, etika dapat disimpulkan sebagai seperangkat norma atau pedoman yang mengarahkan manusia untuk bertindak secara baik, benar, dan sesuai dengan prinsip moral serta sosial.

Sementara itu, komunikasi merupakan proses interaksi yang melibatkan dua makhluk hidup atau lebih. Dengan demikian, komunikasi tidak terbatas pada hubungan antarmanusia, tetapi juga dapat terjadi antara manusia dan makhluk hidup lainnya. Pada hakikatnya, komunikasi adalah upaya menyampaikan gagasan, perasaan, atau informasi kepada pihak lain agar pesan tersebut dipahami. Komunikasi juga dapat dimaknai dengan kemampuan mentransfer pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media tertentu untuk memperoleh respons. Agar berjalan efektif, komunikasi memerlukan unsur-unsur utama berupa komunikator, pesan, media atau saluran, komunikan, serta umpan balik. (Rahmawati dan Anngun Citra Dini Dwi Puspitasari, 2025)

Dalam perspektif Islam, komunikasi antarmanusia dijelaskan melalui konsep *ḥablumminnānās*, yaitu hubungan horizontal antar sesama manusia. Konsep ini

menjadi landasan bagi manusia untuk berinteraksi, bekerja sama, dan membangun hubungan sosial. Islam membedakan hubungan manusia dengan Tuhan (*ḥablumminallāh*) yang diwujudkan dalam ibadah, serta hubungan antarmanusia yang diatur dalam ruang *mu'āmalāt*. Ruang ini mencakup berbagai aspek kehidupan sosial, seperti ekonomi, budaya, politik, dan bentuk interaksi lainnya. Oleh karena itu, komunikasi—termasuk komunikasi melalui media sosial—memiliki dimensi etika yang tidak dapat diabaikan.

Perkembangan teknologi menjadikan media sosial sebagai bagian penting dalam kehidupan sehari-hari. Media sosial berfungsi sebagai sarana utama untuk berkomunikasi, memperoleh informasi, dan berbagi pengalaman. Namun demikian, pemahaman terhadap hakikat media sosial tetap diperlukan. Pada dasarnya, media sosial hanyalah alat komunikasi; meskipun berlangsung di ruang digital, pengguna tetap berperan sebagai komunikator dan komunikan. Oleh sebab itu, prinsip-prinsip komunikasi yang baik harus tetap diterapkan, baik dalam interaksi terbuka di platform seperti Facebook, Instagram, dan X, maupun dalam komunikasi privat melalui aplikasi pesan.

Media sosial tidak menghilangkan esensi komunikasi itu sendiri. Teknologi berperan sebagai media penyampai pesan, bukan pengganti nilai-nilai komunikasi. Karena itu, etika komunikasi menjadi sangat penting di ruang digital. Tanpa etika, interaksi di media sosial berpotensi menimbulkan konflik, kesalahpahaman, serta ujaran kebencian. Meskipun tidak terjadi secara tatap muka, kata-kata yang disampaikan secara daring dapat memberikan dampak yang signifikan bagi orang lain. Sebagai makhluk sosial, manusia tidak dapat terlepas dari aktivitas komunikasi. Setiap ucapan, sikap, dan tindakan mengandung makna tertentu yang disampaikan kepada orang lain. Interaksi yang berlangsung secara terus-menerus kemudian membentuk norma sosial yang menjadi dasar dalam berkomunikasi. Dari sinilah lahir konsep etika komunikasi, yaitu seperangkat nilai moral yang membimbing manusia agar berkomunikasi secara tepat dan bertanggung jawab.

Etika komunikasi dibutuhkan karena hubungan antarmanusia bersifat kompleks. Komunikasi dapat menciptakan kesepahaman, tetapi juga berpotensi memicu konflik jika dilakukan tanpa pertimbangan etis. Etika berfungsi sebagai

pedoman untuk membedakan tindakan komunikasi yang pantas dan tidak pantas. Komunikasi yang berlandaskan etika dapat membangun hubungan yang harmonis dan saling menghargai, sedangkan komunikasi yang mengabaikannya dapat menimbulkan perselisihan bahkan perpecahan. Dalam etika komunikasi terdapat beberapa prinsip utama, seperti menjaga ucapan, bersikap jujur, menghindari penyebaran informasi palsu, bersikap sopan dan santun, berhati-hati dalam berbicara, serta menghargai orang lain. Prinsip-prinsip tersebut berlaku baik dalam komunikasi langsung maupun komunikasi berbasis digital. Dalam konteks media sosial, urgensi etika semakin meningkat karena pesan dapat tersebar dengan cepat dan menjangkau khalayak luas. Satu unggahan dapat diakses oleh banyak orang dalam waktu singkat. Tanpa etika, media sosial rentan menjadi sarana penyebaran hoaks, fitnah, dan ujaran kebencian, yang tidak jarang menimbulkan dampak psikologis serius bagi pihak lain.

Selain itu, media sosial juga mengaburkan batas antara ruang privat dan ruang publik. Banyak pengguna belum sepenuhnya menyadari bahwa unggahan mereka dapat diakses oleh siapa saja. Oleh karena itu, sikap berhati-hati, empati, dan rasa tanggung jawab sangat diperlukan dalam berkomunikasi di media sosial. Setiap pesan yang disampaikan perlu dipertimbangkan konsekuensinya. Dengan demikian, penerapan etika komunikasi di media sosial bukan sekadar anjuran, melainkan sebuah keharusan. Nilai-nilai moral yang berlaku dalam komunikasi tatap muka harus tetap dijaga dalam komunikasi digital. Mengamalkan prinsip berkata baik, menjauhi kebohongan, menjaga privasi, dan bersikap sopan merupakan bagian dari tanggung jawab sosial. Dengan penerapan etika yang baik, media sosial dapat berfungsi sebagai sarana komunikasi yang positif dan mempererat hubungan antarmanusia.

C. Etika Komunikasi Media Sosial Perspektif Hadits

Ajukan dalam materi saya ini yaitu sebagai berikut :

1. Anjuran untuk berkata kata baik

مَنْ (حَدَّثَنَا قُتَيْبَةُ بْنُ سَعِيدٍ: حَدَّثَنَا أَبُو الْأَحْوَصِ، عَنْ أَبِي حَصِينٍ، عَنْ أَبِي صَالِحٍ، عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلَا يُؤْذِي جَارَهُ، وَمَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكْرِمْ ضَيْفَهُ، وَمَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيَقُلْ خَيْرًا أَوْ لِيَصْمُتْ [طرفه في: ٥١٨٥].

Artinya :

Qutqibah bin sa'id telah menceritakan kepada kami: Abul Ahwash menceritakan kepada kami, dari Abu Hashin, dari Abu Shalih, dari Abu Hurairah, beliau mengatakan: Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda, "Siapa saja yang beriman kepada Allah dan hari akhir, janganlah ia mengganggu tetangganya. Siapa saja yang beriman kepada Allah dan hari akhir, muliakanlah tamunya. Dan siapa saja yang beriman kepada Allah dan hari akhir, maka ucapkanlah perkataan yang baik atau diam.

Hadis yang diriwayatkan oleh Abu Hurairah r.a. ini menegaskan bahwa keimanan kepada Allah dan hari akhir harus tercermin dalam perilaku sosial dan komunikasi seorang Muslim. Rasulullah ﷺ mengaitkan kualitas iman dengan tiga sikap utama, yaitu tidak menyakiti tetangga, memuliakan tamu, serta berkata baik atau memilih diam. Hal ini menunjukkan bahwa iman tidak hanya bersifat ritual, tetapi juga diwujudkan dalam hubungan sosial dan

2. Selektif dalam memilah berita dan tidak menyebarkan hoax

إِنَّ الْعَبْدَ لَيَتَكَلَّمُ بِالْكَلِمَةِ لَا يَرَىٰ بِهَا بَأْسًا " : عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، أَنَّهُ سَمِعَ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ يَهْوِي بِهَا بَأْسًا يَهْوِي فِي النَّارِ أَبْعَدَ مِمَّا بَيْنَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ

Artinya:

Dari Abu Hurairah ia mendengar Rasulullah saw. Bersabda Sesungguhnya seorang hamba Allah mengucapkan sesuatu tanpa berpikir (benar/salah), ia akan tergelincir ke dalam neraka, yang jaraknya lebih jauh dari jarak antara timur (dan barat). (HR. Bukhārī, no. 6477).

Hadis yang diriwayatkan oleh Abu Hurairah r.a. ini menegaskan bahaya besar dari ucapan yang disampaikan tanpa pertimbangan yang matang. Rasulullah ﷺ menjelaskan bahwa seseorang dapat terjerumus ke dalam siksa yang berat hanya karena satu kalimat yang diucapkan tanpa memikirkan kebenaran maupun dampaknya. Hal ini menunjukkan bahwa dalam Islam, ucapan bukanlah perkara ringan, melainkan memiliki konsekuensi moral dan spiritual yang serius.

Hadis ini sangat relevan dengan fenomena penyebaran hoaks di era media sosial. Kemudahan membagikan informasi sering kali membuat pengguna tergesa-gesa menyebarkan berita tanpa mengecek keabsahannya. Padahal, satu unggahan atau pesan yang tidak benar dapat menimbulkan kesalahpahaman, merusak reputasi,

memecah belah masyarakat, bahkan memicu konflik sosial. Hadis ini menjadi peringatan keras bahwa kelalaian dalam menyampaikan informasi dapat membawa dampak yang jauh lebih besar daripada yang disadari.

4. Penutup

Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial merupakan sarana komunikasi yang memiliki peran penting dalam kehidupan modern. Media sosial memberikan berbagai manfaat, seperti kemudahan komunikasi, akses informasi yang cepat, peluang pengembangan kreativitas, pendidikan, serta perluasan jaringan sosial. Namun, di balik manfaat tersebut, media sosial juga menghadirkan tantangan serius, seperti penyebaran hoaks, ujaran kebencian, cyberbullying, gangguan kesehatan mental, serta ancaman terhadap keamanan data dan privasi.

Dalam perspektif hadis, etika komunikasi menjadi landasan utama dalam menyikapi penggunaan media sosial. Hadis Nabi Muhammad ﷺ menegaskan pentingnya menjaga lisan dengan berkata baik atau memilih diam, serta kewajiban bersikap selektif dan melakukan tabayyun sebelum menyampaikan informasi. Prinsip-prinsip tersebut menunjukkan bahwa setiap bentuk komunikasi, termasuk komunikasi digital, memiliki konsekuensi moral dan tanggung jawab sosial.

Dengan menerapkan etika komunikasi berdasarkan ajaran Islam, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat pertukaran informasi, tetapi juga sebagai sarana membangun hubungan yang harmonis, menjaga persatuan, dan mencegah konflik sosial. Oleh karena itu, etika komunikasi dalam media sosial bukan sekadar anjuran, melainkan keharusan bagi setiap individu agar interaksi digital tetap bernilai positif, bermanfaat, dan sesuai dengan prinsip keimanan.

Daftar Pustaka

- 25 *Jurnal Wasatiyah : Jurnal Hukum* Vol. 1, No. 2, Desember 2020. (2020). 1(2), 99–108.
- Annur, Ysrin Fajri, R. Y. dan S. T. (2021). Pendidikan Karakter dan Etika dalam Pendidikan. *Prosiding Seminar Nasional Program Pascasarjana Universitas Pgri Palembang*.
- Astari Clara. (2018). Komunikasi dan Media Sosial. *Jurnal The Mesengger* 3.2, 234.
- Batubara, Maria Ulfa, dan S. H. (2023). Isu Hoaks Meningkat Menjadi Potensi Kekuatan

- Informasi. *Device Journal of Information System Computer Selence and Information*, 64–67.
- Farwati, Riska, dan W. P. R. N. (2023). Ujaran Kebencian dan Perundungan di Dunia Maya: Tantangan Etika dalam Ruang Digital Indonesia. *Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2, 213–225.
- Mas, F., Jeluhur, H., Negat, K., & Tefa, A. (2025). *Etika Dalam Media Sosial Antara Kebebasan Ekspresi Dan Tanggung Jawab Digital*. 2(2), 235–246.
- Rahmawati dan Anngun Citra Dini Dwi Puspitasari. (2025). Implementasi Nilai-Nilai Etika dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia untuk Membangun Kemampuan Berpikir Kritis Peserta Didik. *Riset Rumpun Ilmu Pendidikan*, 4, 615–625.
- Sindang Ennoch. (2013). *Manfaat Media Sosial dalam Ranah Pendidikan*. Pusdiklat Knpk.
- Syakhrani, A. W., & Widijatmoko, E. K. (2024). *PERKEMBANGAN KOMUNIKASI DIGITAL : DAMPAK MEDIA SOSIAL PADA INTERAKSI SOSIAL DI ERA MODERN*. 2(12), 919–925.
- Yusuf, S. (2025). *Etika dan Filsafat Komunikasi Prespektif teori dan praktik*. K-Media.