

Etika Bermedia Sosial dalam Perspektif Hukum Islam

Annisa Tifani Ridha¹, Asher Ebenneazer Ginting²,
Natanael Naibaho³, Vika Oktavia Situmorang⁴, Syuratty Astuti Rahayu Manalu⁵
^{1,2,3,4,5} Universitas Negeri Medan

e-mail: tifaniridha730@gmail.com¹, asherebenneazergintingsuka@gmail.com²,
naibahonatanael09@gmail.com³, situmorangvika44@gmail.com⁴, syurattymanalu@unimed.ac.id⁵

Article Info

Article history:

Received September 12, 2026
Revised September 23, 2026
Accepted October 05, 2026

Keywords:

Social Media Ethics, Islamic Law, Tabayyun, Qaulan Sadidan, Hoaxes

ABSTRACT

The development of social media in the digital era has made it easier for people to receive, communicate, and disseminate information. However, this convenience has also given rise to various ethical issues, such as the spread of hoaxes, slander, ghibah (backbiting), hate speech, and unverified information. This study aims to analyze social media ethics from the perspective of Islamic law, particularly regarding the principles of tabayyun (verification), honesty, responsibility in conveying information, and the application of Islamic values to prevent the dissemination of information that may harm society. This study employs a qualitative method using a library research approach. Data were obtained from the Qur'an, Hadith, books, scholarly journals, and relevant Islamic scholars' fatwas, and were subsequently analyzed using content analysis and thematic analysis. The findings indicate that social media ethics in Islamic law places the principle of tabayyun as a fundamental basis for receiving and disseminating information. Qur'an Surah Al-Hujurat verse 6 teaches the importance of verifying the truth of information before believing or disseminating it, while Surah Al-Ahzab verse 70 emphasizes the importance of speaking truthfully, or qaulan sadidan. These two principles should be implemented together with honesty, politeness, respect for the dignity and privacy of others, and consideration of the potential impact of every piece of information shared. Therefore, the application of Islamic legal ethics in social media use can serve as a guideline for users to utilize social media wisely and responsibly, while preventing the spread of hoaxes, slander, and social conflict.

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



Article Info

Article history:

Received September 12, 2026
Revised September 23, 2026
Accepted October 05, 2026

Kata kunci:

Etika Bermedia Sosial, Hukum Islam, Tabayyun, Qaulan Sadidan, Hoaks

ABSTRAK

Perkembangan media sosial di era digital memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam menerima, menyampaikan, dan menyebarkan informasi. Namun, kemudahan tersebut juga menimbulkan berbagai persoalan etika, seperti penyebaran hoaks, fitnah, ghibah, ujaran kebencian, serta informasi yang belum terverifikasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis etika bermedia sosial dalam perspektif hukum Islam, khususnya mengenai prinsip tabayyun, kejujuran, tanggung jawab dalam menyampaikan informasi, serta penerapan nilai-nilai Islam dalam mencegah penyebaran informasi yang dapat merugikan masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan (library research). Data diperoleh dari Al-Qur'an, hadis, buku, jurnal ilmiah, serta fatwa ulama yang relevan, kemudian dianalisis menggunakan analisis isi dan analisis tematik. Hasil kajian menunjukkan bahwa etika bermedia sosial dalam hukum Islam menempatkan prinsip tabayyun sebagai dasar dalam menerima dan menyebarkan informasi. QS. Al-Hujurat

ayat 6 mengajarkan pentingnya memeriksa kebenaran informasi sebelum mempercayai atau menyebarkannya, sedangkan QS. Al-Ahzab ayat 70 menekankan pentingnya menyampaikan perkataan yang benar atau qaulan sadidan. Kedua prinsip tersebut perlu diterapkan bersama dengan sikap jujur, santun, menghormati kehormatan dan privasi orang lain, serta mempertimbangkan dampak dari setiap informasi yang dibagikan. Dengan demikian, penerapan etika hukum Islam dalam bermedia sosial dapat menjadi pedoman bagi pengguna untuk menggunakan media sosial secara bijak, bertanggung jawab, dan mencegah terjadinya hoaks, fitnah, serta konflik sosial.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Annisa Tifani Ridha
Universitas Negeri Medan
Email: tifaniridha730@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial di era digital telah mengubah cara masyarakat menerima, menyampaikan, dan menyebarkan informasi. Platform seperti Instagram, TikTok, X (Twitter), Facebook, dan WhatsApp menjadi saluran utama dalam pertukaran informasi sehari-hari. Kemudahan akses dan kecepatan penyebaran membuat siapa saja dapat menjadi produsen dan konsumen informasi secara simultan. Namun, kemudahan ini juga memunculkan permasalahan etika yang serius. Banyak pengguna media sosial menyampaikan informasi bohong (hoaks) tanpa verifikasi, menyebarkan konten yang belum jelas kebenarannya, atau menerima informasi secara mentah-mentah tanpa tabayyun. Praktik semacam ini tidak hanya menyesatkan publik, tetapi juga berpotensi menimbulkan keresahan sosial, fitnah, dan konflik horizontal. Hukum Islam memberikan panduan jelas terkait etika dalam menerima, menyampaikan, dan menyebarkan informasi. Prinsip tabayyun (verifikasi) dalam QS. Al-Hujurat ayat 6 menjadi landasan utama agar umat Islam tidak menerima dan menyebarkan informasi tanpa klarifikasi. Selain itu, larangan menyebarkan berita bohong, fitnah, dan ghibah dalam Al-Qur'an dan Hadis menegaskan bahwa setiap kata dan tulisan di media sosial memiliki konsekuensi hukum dan moral. Fatwa MUI Nomor 24 Tahun 2017 juga menekankan pentingnya verifikasi informasi dan larangan menyebarkan konten yang belum jelas kebenarannya. Dengan demikian, kajian tentang etika bermedia sosial dalam perspektif hukum Islam menjadi relevan untuk membangun kesadaran umat Muslim dalam menerima, menyampaikan, dan menyebarkan informasi secara bertanggung jawab dan sesuai prinsip syariah.

Dalam penggunaan media sosial, setiap orang memiliki kebebasan untuk menerima dan menyampaikan informasi, tetapi kebebasan tersebut tetap perlu disertai dengan tanggung jawab. Dalam hukum Islam, terdapat pedoman yang dapat dijadikan dasar dalam berkomunikasi di media sosial. QS. Al-Hujurat ayat 6 mengajarkan pentingnya melakukan tabayyun, yaitu memeriksa terlebih dahulu kebenaran suatu informasi sebelum menyebarkannya. Sementara itu, QS. Al-Ahzab ayat 70 mengajarkan umat Islam untuk menyampaikan perkataan yang benar. Kedua ayat tersebut menunjukkan bahwa dalam bermedia sosial seseorang tidak hanya perlu memperhatikan apa yang disampaikan, tetapi juga memastikan kebenaran informasi dan mempertimbangkan dampak dari perkataannya. Dengan demikian, nilai-nilai dalam hukum Islam dapat menjadi pedoman bagi masyarakat untuk

menggunakan media sosial secara lebih bijak, bertanggung jawab, dan tetap menjaga hubungan baik dengan orang lain. Di era digital, informasi dapat tersebar dengan cepat dan mudah melalui media sosial. Kondisi tersebut membuat pengguna perlu lebih berhati-hati dalam menerima dan menyebarkan informasi. Salah satu prinsip yang dapat diterapkan adalah tabayyun, yaitu memeriksa dan memastikan kebenaran suatu informasi sebelum mempercayai atau menyebarkannya. Prinsip ini sejalan dengan QS. Al-Hujurat ayat 6 yang mengajarkan agar suatu berita diperiksa terlebih dahulu sehingga tidak menimbulkan kerugian bagi orang lain. Selain itu, QS. Al-Ahzab ayat 70 menekankan pentingnya menyampaikan perkataan yang benar. Dengan menerapkan prinsip tersebut, pengguna media sosial dapat lebih bertanggung jawab dalam menyampaikan informasi serta menghindari penyebaran hoaks, fitnah, dan informasi yang dapat menimbulkan konflik. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis etika bermedia sosial dalam perspektif hukum Islam, khususnya mengenai prinsip tabayyun, tanggung jawab dalam menerima dan menyampaikan informasi, serta penerapan nilai-nilai Islam dalam mencegah penyebaran hoaks, fitnah, dan informasi yang dapat menimbulkan konflik di masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif berbasis studi kepustakaan (library research). Data primer digali melalui penelusuran ayat-ayat Al-Qur'an dan hadis Nabi SAW yang relevan dengan prinsip komunikasi dan interaksi sosial. Data sekunder bersumber dari buku, jurnal ilmiah terakreditasi, serta fatwa-fatwa ulama kontemporer terkait hukum informasi dan transaksi elektronik. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan dokumentasi pustaka, sedangkan metode analisis data menggunakan analisis isi (content analysis) dan analisis tematik untuk merumuskan integrasi hukum Islam ke dalam etika siber.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media Sosial Dalam Kehidupan Masyarakat

Media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat dan digunakan untuk berbagai keperluan, seperti berkomunikasi, mencari informasi, hiburan, pendidikan, serta kegiatan ekonomi. Platform seperti Instagram, TikTok, Facebook, WhatsApp, X (Twitter), dan YouTube memudahkan masyarakat dalam berinteraksi tanpa harus bertemu secara langsung. Media sosial juga menjadi ruang bagi masyarakat untuk menyampaikan pendapat, membagikan informasi, dan mengikuti berbagai peristiwa yang terjadi di lingkungan sekitar. Dengan demikian, keberadaan media sosial memiliki peran dalam membentuk cara masyarakat berkomunikasi dan berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari.

Selain memberikan berbagai kemudahan, penggunaan media sosial juga dapat menimbulkan dampak negatif apabila tidak digunakan dengan baik. Media sosial dapat menjadi tempat penyebaran informasi yang tidak benar, penghinaan, ujaran kebencian, maupun perkataan yang dapat merugikan orang lain. Hal tersebut dapat menimbulkan perselisihan dan mengganggu hubungan antarmasyarakat. Oleh karena itu, penggunaan media sosial perlu dilakukan dengan memperhatikan etika dan tanggung jawab. Dalam Hukum Islam, penggunaan media sosial juga perlu memperhatikan nilai-nilai seperti berkata baik, menjaga kehormatan orang lain, menghindari fitnah, serta memastikan kebenaran informasi sebelum menyebarkannya. Dengan menerapkan nilai tersebut, media sosial dapat digunakan secara lebih bertanggung jawab dan memberikan manfaat dalam kehidupan masyarakat.

Konsep Etika Bermedia Sosial dalam Hukum Islam

Etika bermedia sosial dalam hukum Islam berakar pada sumber-sumber normatif ajaran Islam, yaitu Al-Qur'an dan hadis, yang kemudian dikembangkan melalui ijtihad ulama dan fatwa lembaga keagamaan kontemporer seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI). Secara kontekstual, etika ini tidak hanya berfungsi sebagai pedoman moral individu, melainkan juga sebagai instrumen pengaturan sosial (kontrol sosial) yang bertujuan menjaga keharmonisan, keadilan, dan kemaslahatan publik di ruang digital. Prinsip utama yang menjadi fondasi etika bermedia sosial adalah tabayyun (verifikasi informasi), yang secara eksplisit diperintahkan dalam QS. Al-Hujurat ayat 6: "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". Ayat ini menegaskan bahwa setiap umat Islam memiliki kewajiban epistemologis untuk memastikan kebenaran informasi sebelum disebarluaskan, sehingga mencegah dampak destruktif seperti fitnah, ketakutan massal, atau kerusakan reputasi individu dan kelompok.

Etika bermedia sosial dalam perspektif hukum Islam merupakan pedoman yang mengatur perilaku seseorang ketika menggunakan media sosial, baik dalam menerima, membuat, maupun menyampaikan informasi. Penggunaan media sosial tidak hanya berkaitan dengan kebebasan dalam berkomunikasi, tetapi juga harus memperhatikan nilai moral dan tanggung jawab terhadap orang lain. Islam mengajarkan agar setiap komunikasi dilakukan dengan cara yang baik, jujur, sopan, serta tidak menimbulkan kerugian bagi pihak lain. Oleh karena itu, aktivitas di media sosial perlu didasarkan pada prinsip akhlak Islam agar perkembangan teknologi komunikasi dapat memberikan manfaat bagi kehidupan masyarakat.

Salah satu prinsip penting dalam etika bermedia sosial adalah kejujuran dalam menyampaikan informasi. Dalam Islam, seseorang dianjurkan untuk menyampaikan perkataan yang benar dan tidak melakukan kebohongan atau manipulasi informasi. Prinsip ini sesuai dengan konsep qaulan sadidan, yaitu menyampaikan perkataan yang benar dan sesuai dengan kenyataan. Dalam penggunaan media sosial, prinsip tersebut dapat diterapkan dengan tidak membuat berita palsu, tidak mengubah fakta untuk kepentingan tertentu, serta tidak menyebarkan informasi yang dapat menyesatkan masyarakat. Hal ini sejalan dengan QS. Al-Ahzab ayat 70 yang memerintahkan umat Islam untuk menyampaikan perkataan yang benar.

Islam juga menekankan pentingnya tabayyun atau memeriksa kebenaran informasi. Prinsip ini menjadi semakin penting karena media sosial memungkinkan suatu informasi tersebar dengan cepat tanpa melalui proses pemeriksaan yang memadai. QS. Al-Hujurat ayat 6 mengajarkan agar seseorang melakukan pemeriksaan terhadap berita yang diterima sebelum mengambil tindakan berdasarkan informasi tersebut. Dalam konteks media sosial, tabayyun dapat dilakukan dengan memeriksa sumber informasi, membandingkan dengan sumber lain, serta tidak langsung membagikan informasi yang kebenarannya belum dapat dipastikan. Dengan demikian, tabayyun menjadi salah satu bentuk tanggung jawab pengguna media sosial dalam mencegah penyebaran informasi yang salah.

Etika bermedia sosial juga mencakup penghormatan terhadap kehormatan dan privasi orang lain. Islam melarang perilaku yang dapat merendahkan martabat, membuka aib, melakukan fitnah, maupun menyebarkan informasi pribadi seseorang tanpa alasan yang dibenarkan. Oleh sebab itu, pengguna media sosial perlu mempertimbangkan dampak dari setiap unggahan, komentar, foto, maupun video yang dibagikan. Kebebasan dalam menggunakan media sosial harus tetap dibatasi oleh penghormatan terhadap hak dan kehormatan orang lain. Sikap tersebut merupakan bagian dari penerapan akhlak Islam dalam kehidupan digital.

kesantunan dalam berkomunikasi menjadi bagian penting dalam etika bermedia sosial. Islam mengajarkan umatnya untuk menggunakan perkataan yang baik dan tidak menyakiti

orang lain. Prinsip komunikasi seperti qaulan kariman, qaulan ma'rufan, dan qaulan layyinan menunjukkan bahwa cara menyampaikan suatu pesan juga memiliki nilai moral. Oleh karena itu, perbedaan pendapat di media sosial sebaiknya disampaikan dengan bahasa yang santun, tidak menggunakan penghinaan, ujaran kebencian, atau kata-kata yang dapat memicu konflik. Dengan komunikasi yang santun, media sosial dapat menjadi ruang interaksi yang lebih sehat dan bermanfaat.

Prinsip Tabayyun dalam Penyebaran Informasi

Hukum Islam menempatkan aktivitas menerima, menyampaikan, dan menyebarkan informasi sebagai bagian dari muamalah yang terikat oleh prinsip etika dan tanggung jawab moral. Dalam konteks media sosial, prinsip tabayyun (verifikasi) menjadi landasan utama agar umat Islam tidak mudah menerima berita bohong, menyebarkan hoaks, atau menyampaikan informasi tanpa kejelasan sumber. Tabayyun bukan sekadar prosedur teknis, melainkan sikap kritis, kehati-hatian, dan tanggung jawab dalam mengelola informasi sebelum dipercaya atau disebarluaskan. Prinsip ini mencakup tiga dimensi etika: pertama, etika dalam menerima informasi dengan tidak langsung mempercayai setiap konten yang beredar; kedua, etika dalam menyampaikan informasi dengan memastikan kebenaran dan relevansinya; ketiga, etika dalam menyebarkan informasi dengan mempertimbangkan dampak sosial dan moral yang ditimbulkannya.

QS. Al-Hujurat ayat 6 menegaskan perintah Allah kepada orang beriman untuk melakukan tabayyun ketika menerima informasi, terutama dari sumber yang tidak jelas kredibilitasnya. Allah berfirman:

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

yang artinya: "orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan, yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu." Ayat ini mengajarkan bahwa menerima informasi secara mentah-mentah tanpa verifikasi dapat menimbulkan dampak buruk, seperti menyakiti pihak lain, memicu konflik, atau menyebarkan fitnah. Dalam konteks media sosial, prinsip ini menuntut pengguna untuk mengecek fakta, memastikan sumber, dan mempertimbangkan dampak sebelum menyebarkan informasi. Dengan demikian, tabayyun menjadi benteng pertama dalam mencegah penyebaran hoaks dan disinformasi yang dapat merusak tatanan sosial dan moral masyarakat.

QS. Al-Ahzab ayat 70 melengkapi etika penyampaian informasi dengan perintah bertakwa kepada Allah dan mengucapkan perkataan yang benar (qawlan sadidan). Allah berfirman: يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا yang artinya "wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar." Ayat ini menekankan bahwa setiap informasi yang disampaikan harus didasarkan pada kebenaran, kejujuran, dan niat baik. Dalam konteks media sosial, prinsip ini melarang pengguna untuk menyebarkan berita bohong, hoaks, atau informasi yang belum jelas kebenarannya, karena hal tersebut bertentangan dengan perintah Allah untuk berbicara benar dan bertanggung jawab. Qawlan sadidan juga mengisyaratkan bahwa informasi yang disampaikan harus bermanfaat, tidak menyesatkan, dan tidak merugikan pihak lain. Dengan demikian, kedua ayat ini membentuk kerangka etika yang saling melengkapi: tabayyun dalam menerima informasi dan qawlan sadidan dalam menyampaikan informasi.

Penerapan Etika Hukum Islam dalam Bermedia Sosial

Hukum Islam tidak hanya mengatur persoalan ibadah, tetapi juga mengatur etika dalam berkomunikasi, termasuk komunikasi di ruang digital. Media sosial pada dasarnya adalah sarana (wasilah) yang hukumnya mengikuti cara penggunaannya. Apabila digunakan untuk menyebarkan kebenaran, mempererat silaturahmi, dan berdakwah, maka penggunaannya

bernilai baik. Sebaliknya, apabila digunakan untuk menyebarkan hoaks, fitnah, atau ujaran yang menyakiti orang lain, maka penggunaannya menjadi tercela dan berpotensi menimbulkan dosa (Abdillah, 2021; Haliza et al., 2022). Dalam kajian ini, penerapan etika tersebut difokuskan pada dua ayat, yaitu QS. Al-Hujurat ayat 6 yang menekankan tabayyun dalam menerima informasi, dan QS. Al-Ahzab ayat 70 yang menekankan kebenaran dalam menyampaikan perkataan.

QS. Al-Hujurat ayat 6 berbunyi, “Wahai orang-orang yang beriman, jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu” (Kementerian Agama RI, 2019). Ayat ini memerintahkan orang beriman untuk melakukan tabayyun, yaitu meneliti dan memastikan kebenaran suatu berita sebelum mempercayai atau meneruskannya, terutama jika berita tersebut dibawa oleh sumber yang tidak dapat dipercaya (fasik) (Shihab, 2002; Maimanah et al., 2025). Menurut sejumlah riwayat, ayat ini turun berkaitan dengan peristiwa Al-Walid bin Uqbah yang melaporkan kepada Nabi Muhammad saw. Bahwa Bani Musthaliq enggan membayar zakat, padahal laporan tersebut tidak sesuai dengan kenyataan (Shihab, 2002). Meskipun turun dalam konteks tertentu, ayat ini bersifat umum sehingga berlaku pula bagi arus informasi di media sosial saat ini (Maimanah et al., 2025).

Penerapan ayat ini dalam bermedia sosial dapat diwujudkan dengan tidak langsung percaya pada judul, potongan video, tangkapan layar, atau pesan berantai yang belum jelas sumbernya. Pengguna juga perlu memeriksa sumber informasi, yaitu apakah berasal dari media atau lembaga yang kredibel, kapan informasi itu dibuat, dan apakah ada pemberitaan pembandingan dari sumber lain. Selain itu, pengguna sebaiknya tidak membagikan informasi sebelum terbukti benar, karena menyebarkan informasi yang belum diverifikasi berarti ikut bertanggung jawab atas dampaknya. Apabila informasi menyangkut kehormatan seseorang atau kelompok, pengguna perlu mengklarifikasinya kepada pihak yang bersangkutan atau pihak yang berkompeten, serta bersedia mengoreksi atau menghapus unggahan apabila ternyata informasi yang disebarkan keliru. Sikap-sikap tersebut sejalan dengan tujuan ayat, yakni mencegah timbulnya kerugian pada orang lain akibat kecerobohan dan mencegah penyesalan di kemudian hari (Maimanah et al., 2025; Haliza et al., 2022). Semangat ini juga sejalan dengan Fatwa MUI Nomor 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah melalui Media Sosial yang melarang penyebaran informasi yang belum jelas kebenarannya (Majelis Ulama Indonesia, 2017).

Adapun QS. Al-Ahzab ayat 70 berbunyi, “Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar” (Kementerian Agama RI, 2019). Ayat ini memerintahkan orang beriman untuk bertakwa kepada Allah dan mengucapkan qaulan sadida, yang oleh para mufasir dimaknai sebagai perkataan yang benar, lurus, tepat sasaran, jujur, serta tidak mengandung kebohongan, kebatilan, maupun maksud menyakiti orang lain (Shihab, 2002; Trisnawati & Mubarak, 2020). Perintah ini diawali dengan seruan takwa, yang menunjukkan bahwa menjaga lisan, termasuk menjaga tulisan dan unggahan, merupakan bagian dari wujud ketakwaan. Di media sosial, perkataan tidak terbatas pada ucapan lisan, tetapi mencakup tulisan, komentar, unggahan, video, gambar, meme, hingga pesan pribadi (Rinwanto et al., 2021).

Penerapan qaulan sadida dalam bermedia sosial berarti seseorang hanya menyampaikan informasi yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan, serta tidak membuat atau memutarbalikkan fakta. Seorang Muslim juga dituntut untuk tidak menyebarkan fitnah, ghibah, ujaran kebencian, perundungan siber, maupun membuka aib orang lain. Ketika berbeda pendapat atau memberikan kritik, ia harus menggunakan bahasa yang santun dan tepat, serta mempertimbangkan manfaat dan mudarat sebelum mengunggah sesuatu karena setiap kata yang dituliskan akan dimintai pertanggungjawaban. Seluruhnya perlu disertai niat agar

bermedia sosial bernilai kebaikan, misalnya untuk berdakwah, berbagi ilmu, dan menebar manfaat (Mardi et al., 2024). Dengan demikian, ayat ini menjadi dasar etika bahwa kebebasan berekspresi dalam Islam tetap dibatasi oleh kebenaran, kejujuran, dan tanggung jawab.

QS. Al-Hujurat ayat 6 dan QS. Al-Ahzab ayat 70 saling melengkapi. Al-Hujurat ayat 6 mengatur sisi masuk informasi, yaitu bagaimana seorang Muslim menyikapi berita yang diterimanya dengan cara melakukan verifikasi. Adapun Al-Ahzab ayat 70 mengatur sisi keluar informasi, yaitu bagaimana seorang Muslim menyampaikan dan memproduksi perkataan atau konten dengan jujur dan benar. Apabila keduanya diterapkan secara bersamaan, rantai penyebaran hoaks dapat diputus karena pengguna tidak menerima informasi secara mentah-mentah dan tidak pula meneruskannya tanpa kepastian. Dengan demikian, penerapan etika hukum Islam dalam bermedia sosial dapat dirumuskan dalam dua langkah mendasar, yaitu memeriksa sebelum percaya dan menyebarkan (tabayyun), serta berkata benar dan baik sebelum mengunggah (qaulan sadida). Kedua prinsip ini menjadikan media sosial bukan sekadar ruang berekspresi, melainkan juga ruang amal yang kelak dipertanggungjawabkan, sehingga pengguna tetap terjaga dari hoaks, fitnah, dan konflik di tengah masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan bagian penting dalam kehidupan masyarakat karena memberikan kemudahan dalam berkomunikasi, memperoleh informasi, menyampaikan pendapat, dan berinteraksi. Namun, kebebasan dalam menggunakan media sosial harus disertai dengan etika dan tanggung jawab. Dalam perspektif hukum Islam, setiap informasi yang diterima, dibuat, maupun disebarluaskan perlu mempertimbangkan kebenaran, manfaat, serta dampaknya terhadap orang lain. Prinsip tabayyun dalam QS. Al-Hujurat ayat 6 menjadi dasar penting dalam menerima dan menyebarkan informasi. Pengguna media sosial perlu memeriksa sumber, membandingkan informasi, dan memastikan kebenarannya sebelum membagikannya. Sementara itu, QS. Al-Ahzab ayat 70 melalui prinsip qaulan sadida menegaskan kewajiban untuk menyampaikan perkataan yang benar, jujur, dan dapat dipertanggungjawabkan. Kedua prinsip tersebut saling melengkapi, yaitu tabayyun mengatur bagaimana seseorang menyikapi informasi yang masuk, sedangkan qaulan sadida mengatur bagaimana informasi disampaikan kepada orang lain. Dengan menerapkan prinsip tersebut, pengguna media sosial dapat menghindari penyebaran hoaks, fitnah, ghibah, ujaran kebencian, serta informasi yang dapat merugikan orang lain. Oleh karena itu, etika hukum Islam dapat menjadi pedoman dalam membangun penggunaan media sosial yang lebih bijak, santun, bertanggung jawab, dan memberikan kemaslahatan bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, N. (2021). Hukum dan etika berinteraksi melalui media sosial menurut islam. *FATAWA: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(2), 108-119.
- Aprial, T. A. (2021, May 24). Pengaruh media sosial terhadap perilaku masyarakat. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bengkulu.
- Fahmi, Z., & Sadding, A. (2026). Formulasi Etika Penyampaian Informasi Digital dalam Al-Qur'an: Analisis Tafsir Maqasidi. *KACA (Karunia Cahaya Allah): Jurnal Dialogis Ilmu Ushuluddin*, 16(2), 380-406.
- Halid, I. (2024). Cherry picking fallacy dan etika kejujuran dalam komunikasi Islam: analisis tafsir qs Al-Ahzab ayat 70 (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

- Haliza, D. A. N., Erina, M. D., Nisa, I. F. C., Nasrum, A. J., & Yusuf, M. (2022). Etika bermedia sosial dalam perspektif Al-Qur'an dan hukum negara di era revolusi industri 4.0 dan society 5.0. *Jurnal Riset Agama*, 2(1), 100-118.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2019). *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.
- KPI UMY. (2026, February 10). Tahukah kamu? Prinsip tabayyun adalah dasar literasi media Islami.
- Mardi, I. I., Bahrum, S. N. S. B., Zaih, A. S. A., Ismail, F. A., Efandi, A. A. M., & Azman, M. L. N. (2024). Etika dan Adab Islam dalam Penggunaan Media Sosial: Cabaran dan Implikasi Kontemporari. *E-Journal of Islamic Thought & Understanding*, 7(1), 118-127.
- Majelis Ulama Indonesia. (2017). Fatwa Nomor 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial. Diambil dari <https://mirror.mui.or.id/wp-content/uploads/files/fatwa/Fatwa-No.24-Tahun-2017->
- Mustofa, A., & bin Salman, A. M. (2026). Urgensi tabayyun sebagai upaya pencegahan disinformasi (hoax) agama menurut QS Al-Isra ayat 36 dan QS Al-Hujurat ayat 6: Analisis tafsir maudhu'i. *Al-Muhith: Jurnal Ilmu Qur'an dan Hadits*, 5(1), 188-203.
- Rahmana, A. A., Wulandari, A. S., Putra, L. R. R., Kalista, N., Rahayu, R. F., Putri, R. A., & Suresman, E. (2026). Peran hukum Islam dalam membentuk etika generasi muda di media sosial: Analisis terhadap hoaks, ujaran kebencian, dan ghibah online. *TASHDIQ: Jurnal Kajian Agama dan Dakwah*, 18(4), 1-12.
- Prayogo, M. B. Media sosial dalam kehidupan masyarakat modern. *Kompasiana*.
- Syahputra, F. A. D. (2025, November 26). Dampak media sosial terhadap kehidupan masyarakat: Antara manfaat dan ancaman. *Universitas Negeri Surabaya*.
- Shihab, M. Q. (2002). *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, kesan, dan keserasian Al-Qur'an*. Jakarta: Lentera Hati.
- Trisnawati, I., & Mubarak, M. S. (2020). Etika berkomunikasi dalam Islam (kajian dalam Surat Al-Ahzab ayat 32 dan ayat 70). *At-Tahdzib: Jurnal Studi Islam dan Muamalah*, 8(1), 46-60.