

Integrasi Nilai Al-Qur'an dalam Etika Bermedia Sosial: Tafsir Tematik dan Implementasinya di Era Digital

Ghina Alfiyah¹, Siti Ayu Khoirunnisa², Ahmad Haromaini³, Faiz Fikri Al Fahmi⁴

^{1,2,3,4}Universitas Islam Syekh-Yusuf, Tangerang, Indonesia

Email: ¹2403020061@students.unis.ac.id, ²2403020060@students.unis.ac.id, ³aharomaini@unis.ac.id,

⁴ffkri@unis.ac.id

Received:

30 Mei 2025

Revised:

26 Juni 2025

Accepted:

18 Juli 2025

Published:

19 Agustus 2025

ABSTRACT

Keyword

Al-Qur'an Values;
Social Media Ethics;
Thematic Exegesis;
Digital
Communication;
Islamic Ethics

The rapid development of social media has transformed the way people obtain, produce, and share information. Alongside these benefits, digital communication has also created ethical challenges, including misinformation, hate speech, cyberbullying, privacy violations, and backbiting (ghibah). This study aims to examine the integration of Qur'anic values into social media ethics through thematic Qur'anic interpretation and to identify their implementation in digital communication. The study employed a qualitative approach using library research and tafsir maudhu'i (thematic interpretation). Primary data consisted of Qur'anic verses related to communication ethics, particularly Surah Al-Hujurat verses 6 and 12, Surah Al-Ahzab verse 70, Surah Al-Isra' verse 36, and Surah Al-Humazah verse 1. Secondary data were obtained from Qur'anic commentaries, books, and relevant scientific publications. Data were analyzed through content analysis by identifying, classifying, interpreting, and relating Qur'anic values to contemporary social media practices. The findings indicate that Qur'anic guidance emphasizes tabayyun (verification), qaulan sadidan (truthful speech), responsibility in receiving and disseminating information, protection of human dignity and privacy, and avoidance of ghibah, hate speech, and harmful communication. These values provide an ethical foundation for developing digital communication that is truthful, respectful, responsible, and oriented toward mutual benefit.

ABSTRAK

Kata Kunci:

Nilai Al-Qur'an;
Etika Bermedia
Sosial; Tafsir
Tematik;
Komunikasi Digital;
Etika Islam

Perkembangan media sosial telah mengubah cara masyarakat memperoleh, memproduksi, dan menyebarkan informasi. Di samping memberikan kemudahan dalam komunikasi, penggunaan media sosial juga menghadirkan berbagai persoalan etika, seperti penyebaran hoaks, ujaran kebencian, *cyberbullying*, pelanggaran privasi, dan *ghibah*. Penelitian ini bertujuan menganalisis integrasi nilai-nilai Al-Qur'an dalam etika bermedia sosial melalui tafsir tematik serta menjelaskan implementasinya dalam komunikasi digital. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (*library research*) dan pendekatan tafsir *maudhu'i* (tematik). Data primer berupa ayat-ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan etika komunikasi, yaitu QS. Al-Hujurat ayat 6 dan 12, QS. Al-Ahzab ayat 70, QS. Al-Isra' ayat 36, dan QS. Al-Humazah ayat 1. Data sekunder diperoleh dari kitab tafsir, buku, dan publikasi ilmiah yang relevan. Data dianalisis melalui *content analysis* dengan mengidentifikasi, mengelompokkan, menafsirkan, dan menghubungkan nilai-nilai Al-Qur'an dengan praktik bermedia sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Al-Qur'an memberikan landasan etika melalui prinsip *tabayyun*, *qaulan sadidan*, tanggung jawab dalam menerima dan menyampaikan informasi, menjaga kehormatan dan privasi, serta menghindari *ghibah*, ujaran kebencian, dan komunikasi yang merugikan. Nilai-nilai tersebut dapat menjadi dasar pembentukan komunikasi digital yang jujur, santun, bertanggung jawab, dan berorientasi pada kemaslahatan bersama.



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

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara manusia berinteraksi. Media sosial tidak lagi terbatas pada komunikasi antarpersonal, tetapi telah menjadi ruang publik digital untuk memperoleh informasi, menyampaikan pendapat, membangun relasi, belajar, hingga menyebarkan dakwah Islam. Kemudahan tersebut membuat informasi dapat diterima dan dibagikan dalam waktu singkat tanpa batas geografis. Pada saat yang sama, kecepatan komunikasi digital membawa persoalan baru ketika informasi disebarkan tanpa mempertimbangkan kebenaran, kepatutan, dan dampaknya terhadap orang lain. Marlenda dan Bashori (2025) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dalam dakwah berbasis Al-Qur'an membutuhkan literasi digital agar penyampaian pesan keagamaan tetap bertanggung jawab dan sesuai dengan karakter ruang digital.

Persoalan etika semakin terlihat dalam penyebaran informasi yang belum terverifikasi, hoaks, ujaran kebencian, penghinaan, dan berbagai bentuk komunikasi yang dapat menimbulkan kerugian sosial. Media sosial memungkinkan sebuah informasi diteruskan berkali-kali dalam waktu yang sangat singkat. Tanggung jawab tidak hanya berada pada pembuat informasi, tetapi juga pada pengguna yang menerima dan menyebarkannya kembali. Parhan et al. (2021) menemukan bahwa hoaks di media sosial dapat menimbulkan kepanikan, kesalahpahaman, kebencian, perpecahan, dan fitnah. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya *tabayyun*, terutama ketika seseorang berhadapan dengan informasi yang belum jelas sumber dan kebenarannya.

Persoalan lain muncul dalam bentuk *cyberbullying*, ujaran kebencian, penghinaan, fitnah, dan penyebaran aib. Ruang digital membuat tindakan semacam ini dapat menjangkau lebih banyak orang dan meninggalkan jejak komunikasi yang sulit dikendalikan. Basid dan Rahmah (2023) menempatkan ujaran kebencian di era digital sebagai persoalan yang perlu dibaca melalui etika komunikasi Al-Qur'an. Prinsip komunikasi Qur'ani, seperti *qaulan sadidan*, memberikan dasar bagi penggunaan bahasa yang benar, santun, dan tidak merugikan pihak lain. Nilai tersebut menjadi semakin penting ketika komunikasi berlangsung di ruang digital yang memungkinkan seseorang menyampaikan komentar secara cepat tanpa berhadapan langsung dengan pihak yang menjadi sasaran.

Al-Qur'an memberikan sejumlah prinsip yang dapat digunakan untuk membaca persoalan tersebut. QS. Al-Hujurat ayat 6 menempatkan *tabayyun* sebagai sikap penting ketika menerima berita. QS. Al-Ahzab ayat 70 mengajarkan *qaulan sadidan*, yaitu perkataan yang benar. QS. Al-Isra' ayat 36 mengingatkan manusia agar tidak mengikuti sesuatu tanpa pengetahuan yang memadai. QS. Al-Hujurat ayat 12 melarang prasangka buruk, mencari-cari kesalahan, dan *ghibah*. QS. Al-Humazah ayat 1 memberikan peringatan terhadap perilaku mencela dan merendahkan orang lain. Jika dibaca secara utuh, ayat-ayat tersebut tidak hanya mengatur apa yang disampaikan, tetapi juga bagaimana seseorang memperoleh informasi, memastikan kebenarannya, memilih kata, memperlakukan orang lain, serta mempertimbangkan akibat dari komunikasi yang dilakukan.

Dalam penggunaan media sosial, persoalan kehormatan dan privasi juga perlu mendapat perhatian. Foto, video, percakapan, maupun informasi pribadi dapat dengan mudah disalin dan disebarkan tanpa persetujuan pemiliknya. Kebiasaan membagikan informasi pribadi, membuka aib, atau mengomentari kehidupan orang lain menunjukkan bahwa batas antara ruang pribadi dan ruang publik semakin mudah ditembus. Ariza et al. (2026) menjelaskan bahwa etika bermedia sosial dalam perspektif ayat-ayat akhlak berkaitan dengan *tabayyun*, *qaulan sadidan*,

larangan *tajassus*, dan larangan *ghibah*. Nilai-nilai tersebut memberikan dasar untuk membangun komunikasi digital yang tetap menghormati kehormatan, privasi, dan martabat manusia.

Pembahasan mengenai etika komunikasi Al-Qur'an juga semakin berkembang seiring perubahan pola komunikasi masyarakat. Muchlis et al. (2025) menunjukkan bahwa prinsip *tabayyun*, *qaulan sadidan*, *qaulan ma'rufa*, *qaulan karima*, *qaulan maisura*, dan *qaulan layyina* memiliki relevansi dengan praktik komunikasi digital abad ke-21. Prinsip-prinsip tersebut dapat diterapkan untuk membangun komunikasi yang benar, baik, santun, dan menghargai pihak lain. Marlenda dan Bashori (2025) juga menekankan pentingnya kemampuan literasi digital dalam penggunaan media sosial berbasis pesan Al-Qur'an. Hal ini memperlihatkan bahwa nilai keislaman dan kecakapan menggunakan media digital perlu ditempatkan dalam satu kerangka etis.

Meski sudah terdapat berbagai pembahasan mengenai etika komunikasi Islam, persoalan etika bermedia sosial masih perlu dilihat secara lebih utuh. Hoaks, penghinaan, *cyberbullying*, *ghibah*, dan pelanggaran privasi bukan persoalan yang berdiri sendiri. Semuanya berkaitan dengan cara seseorang menerima informasi, memeriksa kebenaran, memilih kata, menghormati orang lain, serta mempertimbangkan akibat sebelum mengunggah atau membagikan suatu konten. Penelitian ini menempatkan beberapa ayat Al-Qur'an dalam satu rangkaian pembahasan melalui pendekatan tafsir tematik agar hubungan antarnilai tersebut dapat terlihat secara lebih jelas.

Penelitian ini bertujuan menganalisis integrasi nilai Al-Qur'an dalam etika bermedia sosial melalui pendekatan tafsir tematik serta menjelaskan penerapannya dalam kehidupan digital. Fokus penelitian diarahkan pada QS. Al-Hujurat ayat 6 dan 12, QS. Al-Ahzab ayat 70, QS. Al-Isra' ayat 36, dan QS. Al-Humazah ayat 1. Nilai yang dianalisis meliputi *tabayyun*, *qaulan sadidan*, tanggung jawab dalam menerima dan menyampaikan informasi, menjaga kehormatan dan privasi, serta menghindari *ghibah*, penghinaan, dan komunikasi yang merugikan orang lain. Melalui pembacaan tersebut, nilai Al-Qur'an ditempatkan bukan hanya sebagai ajaran normatif, tetapi sebagai pedoman etis yang dapat diterapkan dalam praktik komunikasi di media sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (*library research*). Penelitian diarahkan untuk memahami nilai-nilai etika bermedia sosial berdasarkan ayat-ayat Al-Qur'an serta menjelaskan penerapannya dalam komunikasi digital. Sumber data primer berupa ayat-ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan etika komunikasi, yaitu QS. Al-Hujurat ayat 6 dan 12, QS. Al-Ahzab ayat 70, QS. Al-Isra' ayat 36, serta QS. Al-Humazah ayat 1. Sumber sekunder berupa kitab tafsir, antara lain *Tafsir Al-Misbah* karya M. Quraish Shihab, *Tafsir Ibnu Katsir*, dan *Tafsir Al-Azhar* karya Hamka. Penelitian juga menggunakan buku, artikel jurnal ilmiah, serta sumber akademik lain yang relevan dengan etika komunikasi Islam, media sosial, dan literasi digital.

Pendekatan tafsir yang digunakan adalah *tafsir maudhu'i* atau tafsir tematik. Ayat-ayat yang berkaitan dengan etika komunikasi dihimpun berdasarkan tema, kemudian dibaca dan dibandingkan untuk menemukan nilai yang terkandung di dalamnya. Pembacaan diarahkan pada makna *tabayyun*, *qaulan sadidan*, tanggung jawab dalam menerima dan menyampaikan informasi, larangan *ghibah*, larangan mencela, serta penghormatan terhadap kehormatan manusia. Nilai-nilai tersebut selanjutnya ditempatkan dalam konteks penggunaan media sosial sehingga hubungan antara pesan Al-Qur'an dan persoalan komunikasi digital dapat dijelaskan secara lebih konkret.

Data dikumpulkan melalui studi dokumentasi. Prosesnya dilakukan dengan membaca sumber yang telah ditentukan, mencatat bagian yang relevan, mengidentifikasi informasi berdasarkan fokus penelitian, kemudian mengelompokkannya sesuai tema yang ditemukan. Data dari ayat Al-Qur'an dan kitab tafsir menjadi dasar utama dalam memahami pesan etika, sedangkan buku dan artikel ilmiah digunakan untuk memperkuat pembacaan terhadap persoalan komunikasi di ruang digital. Pemilihan sumber dilakukan berdasarkan keterkaitan dengan tema penelitian dan kebutuhan analisis.

Analisis data menggunakan *content analysis* atau analisis isi. Proses analisis dilakukan melalui empat tahap, yaitu reduksi data, klasifikasi, interpretasi, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi, data yang tidak berkaitan langsung dengan etika bermedia sosial disisihkan. Data yang relevan kemudian dikelompokkan berdasarkan nilai etika yang ditemukan dalam ayat dan penafsiran. Tahap interpretasi dilakukan dengan membaca hubungan antara nilai tersebut dan praktik komunikasi di media sosial, seperti menerima berita, membagikan informasi, memberikan komentar, menjaga privasi, serta memperlakukan orang lain di ruang digital. Hasil analisis kemudian disusun untuk memperoleh gambaran mengenai bagaimana nilai-nilai Al-Qur'an dapat diterapkan sebagai dasar etika bermedia sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Etika Bermedia Sosial dalam Perspektif Al-Qur'an

Perkembangan media digital telah mengubah cara manusia menerima, mengolah, dan menyampaikan informasi. Media sosial kini menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, baik untuk berkomunikasi, memperoleh berita, belajar, berdakwah, maupun membangun hubungan sosial. Kemudahan tersebut membawa manfaat yang besar, tetapi pada saat yang sama membuat persoalan etika semakin kompleks. Informasi dapat tersebar dalam hitungan detik, sementara kebenaran, konteks, dan dampaknya belum tentu diperiksa terlebih dahulu. Noh et al. (2023) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dalam perspektif Islam tidak hanya berkaitan dengan manfaat teknologi, tetapi juga dengan tujuan dan cara penggunaannya.

Al-Qur'an memang tidak membahas media sosial sebagai teknologi modern. Namun, Al-Qur'an memberikan prinsip yang dapat digunakan untuk menilai perilaku manusia dalam berkomunikasi, termasuk ketika komunikasi berlangsung melalui ruang digital. Prinsip tersebut mencakup kehati-hatian dalam menerima informasi, kejujuran dalam menyampaikan pesan, tanggung jawab terhadap informasi, penghormatan terhadap kehormatan manusia, serta larangan mencela dan merendahkan orang lain. Amelia dan Nasrulloh (2024) menjelaskan bahwa nilai-nilai etika komunikasi Al-Qur'an dapat menjadi dasar dalam membangun perilaku bermedia sosial yang lebih baik. Muchlis et al. (2025) juga menunjukkan bahwa prinsip komunikasi Qur'ani tetap memiliki relevansi dalam praktik komunikasi digital abad ke-21.

Hasil analisis terhadap ayat-ayat yang menjadi fokus penelitian menunjukkan lima nilai utama yang saling berkaitan, yaitu *tabayyun*, *qaulan sadidan*, tanggung jawab terhadap informasi, menjaga kehormatan manusia, serta menghindari perilaku mencela. Kelima nilai tersebut tidak berdiri sendiri. *Tabayyun* berkaitan dengan proses menerima informasi, *qaulan sadidan* berkaitan dengan cara menyampaikan pesan, tanggung jawab berkaitan dengan kesadaran atas akibat dari informasi yang disebar, sedangkan menjaga kehormatan dan menghindari celaan berkaitan dengan dampak komunikasi terhadap orang lain.

Tabayyun dalam QS. Al-Hujurat Ayat 6

Salah satu persoalan yang paling mudah ditemukan dalam penggunaan media sosial adalah penyebaran informasi yang belum jelas kebenarannya. Pengguna dapat menerima berita melalui unggahan, grup percakapan, video pendek, tangkapan layar, maupun pesan berantai. Kecepatan penyebaran sering membuat seseorang langsung mempercayai dan membagikan informasi tanpa memeriksa sumbernya. Dalam kondisi seperti ini, QS. Al-Hujurat ayat 6 memberikan prinsip *tabayyun* sebagai dasar dalam menerima sebuah berita.

Allah Swt. berfirman:

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

“Wahai orang-orang yang beriman! Jika seorang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu.”

Pesan utama ayat tersebut terletak pada perintah untuk memeriksa berita sebelum mengambil tindakan. *Tabayyun* bukan sekadar mencari informasi tambahan, tetapi merupakan sikap berhati-hati agar seseorang tidak bertindak berdasarkan informasi yang keliru. Prinsip ini menjadi semakin penting ketika informasi dapat diteruskan kepada banyak orang hanya dengan satu kali menekan tombol *share*.

As-Tsauri dan Sulfa (2024) menghubungkan QS. Al-Hujurat ayat 6–8 dengan persoalan bermedia sosial. Ayat tersebut memberikan dasar bahwa informasi yang diterima perlu diperiksa sebelum dipercaya atau disebarkan. Dalam konteks digital, penerapan *tabayyun* dapat dilakukan dengan melihat sumber informasi, membaca isi berita secara utuh, memeriksa waktu dan konteks publikasinya, membandingkan informasi dengan sumber lain yang dapat dipercaya, serta tidak menjadikan popularitas sebuah unggahan sebagai ukuran kebenaran.

Tabayyun juga menunjukkan bahwa pengguna media sosial memiliki tanggung jawab sejak sebelum sebuah pesan disampaikan kepada orang lain. Seseorang tidak cukup mengatakan bahwa ia hanya meneruskan informasi dari orang lain. Ketika sebuah informasi diteruskan, pengguna turut mengambil bagian dalam proses penyebarannya. Karena itu, kehati-hatian dalam menerima informasi menjadi bagian penting dari etika komunikasi Islam.

Qaulan Sadidan dalam QS. Al-Ahzab Ayat 70

Etika komunikasi tidak berhenti pada proses memastikan kebenaran informasi. Setelah informasi dipastikan, cara menyampaikannya juga menjadi bagian dari tanggung jawab moral. Al-Qur'an memberikan prinsip *qaulan sadidan* dalam QS. Al-Ahzab ayat 70:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

“Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar.”

Qaulan sadidan dapat dipahami sebagai perkataan yang benar, lurus, tepat, dan dapat dipertanggungjawabkan. Dalam ruang digital, prinsip tersebut tidak hanya berlaku pada tulisan formal, tetapi juga pada komentar, *caption*, unggahan, pesan pribadi, video, maupun tanggapan terhadap suatu peristiwa.

Muchlis et al. (2025) menempatkan prinsip komunikasi Qur'ani sebagai bagian penting dalam membangun komunikasi digital yang beretika. Prinsip tersebut menunjukkan bahwa

kebebasan berkomunikasi perlu berjalan bersama tanggung jawab. Pengguna media sosial memiliki kebebasan untuk menyampaikan pendapat, tetapi kebebasan tersebut tidak menjadi alasan untuk membuat tuduhan tanpa bukti, memanipulasi informasi, atau menyampaikan sesuatu yang sengaja menyesatkan.

Penerapan *qaulan sadidan* dapat terlihat dari kebiasaan menyampaikan informasi berdasarkan fakta, membedakan antara fakta dan pendapat, tidak mengubah informasi untuk kepentingan tertentu, serta menghindari judul atau pernyataan yang sengaja dibuat untuk menimbulkan kesalahpahaman. Prinsip ini juga berlaku ketika seseorang menyampaikan kritik. Kritik tetap dapat diberikan, tetapi harus disampaikan secara proporsional dan tidak berubah menjadi penghinaan.

Ruang digital sering membuat seseorang merasa lebih bebas karena tidak berhadapan secara langsung dengan orang yang menjadi sasaran pesannya. Padahal, pesan yang ditulis di media sosial tetap memiliki dampak sosial dan moral. Karena itu, *qaulan sadidan* menempatkan kejujuran sebagai dasar komunikasi, baik ketika seseorang berbicara secara langsung maupun ketika berinteraksi melalui layar.

Tanggung Jawab Informasi dalam QS. Al-Isra' Ayat 36

Prinsip kehati-hatian dalam komunikasi juga ditegaskan dalam QS. Al-Isra' ayat 36:

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

"Janganlah engkau mengikuti sesuatu yang tidak engkau ketahui. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan, dan hati, semuanya itu akan dimintai pertanggungjawaban."

Ayat ini memberikan penekanan pada tanggung jawab manusia terhadap apa yang didengar, dilihat, dan diyakininya. Dalam kehidupan digital, pesan tersebut dapat diterapkan pada berbagai bentuk informasi yang diterima melalui media sosial. Seseorang tidak seharusnya menyimpulkan suatu persoalan hanya berdasarkan potongan video, judul berita, tangkapan layar, atau komentar orang lain.

Persoalan ini menjadi semakin penting dalam penyebaran konten keagamaan. Irawan dan Bashori (2025) menekankan pentingnya kehati-hatian dalam menyebarkan ayat Al-Qur'an melalui media digital. Kesalahan dalam menulis ayat, memahami konteks, mengutip hadis, atau menjelaskan suatu ajaran dapat menyebabkan pemahaman yang keliru. Karena itu, konten agama juga perlu diperiksa sumber dan konteksnya sebelum disebarkan.

Penerapan QS. Al-Isra' ayat 36 dalam penggunaan media sosial dapat dilakukan dengan tidak membagikan informasi yang sumbernya tidak jelas, tidak memberikan penilaian hanya berdasarkan dugaan, tidak membuat kesimpulan dari informasi yang belum lengkap, serta memastikan bahwa konten yang disampaikan memiliki dasar yang dapat dipertanggungjawabkan. Sikap ini memperlihatkan bahwa literasi digital dalam Islam bukan hanya kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga kemampuan mengendalikan diri ketika menerima dan menyebarkan informasi.

Menjaga Kehormatan dan Menghindari *Ghibah* dalam QS. Al-Hujurat Ayat 12

Persoalan etika di media sosial tidak hanya berkaitan dengan benar atau salahnya sebuah informasi. Cara seseorang memperlakukan orang lain juga menjadi bagian penting dari komunikasi digital. Media sosial dapat menjadi ruang munculnya *ghibah*, penyebaran aib,

penghinaan, dan pembicaraan mengenai kehidupan pribadi seseorang. QS. Al-Hujurat ayat 12 memberikan larangan yang tegas terhadap *ghibah*:

وَلَا يَغْتَابَ بَعْضُكُم بَعْضًا ۚ أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَحِيمٌ

"Janganlah ada di antara kamu yang menggunjing sebagian yang lain. Apakah ada di antara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Tentu kamu merasa jijik. Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima Tobat, Maha Penyayang."

Larangan *ghibah* menunjukkan bahwa Islam memberikan perhatian besar terhadap kehormatan manusia. Di media sosial, *ghibah* dapat muncul dalam bentuk unggahan, komentar, video, percakapan grup, atau konten yang membicarakan kekurangan seseorang ketika orang tersebut tidak hadir untuk memberikan penjelasan.

Persoalan kehormatan juga berkaitan dengan privasi. Membagikan foto, percakapan pribadi, identitas, atau informasi mengenai kehidupan seseorang tanpa izin dapat menimbulkan kerugian, meskipun informasi tersebut benar. Karena itu, menjaga kehormatan dalam komunikasi digital tidak cukup hanya dengan menghindari kebohongan, tetapi juga membutuhkan kesadaran untuk menghormati ruang pribadi orang lain.

As-Tsauri dan Sulfa (2024) menunjukkan bahwa QS. Al-Hujurat ayat 11–12 memiliki hubungan yang kuat dengan persoalan perilaku bermedia sosial. Nilai yang terkandung di dalamnya dapat diterapkan dengan tidak mencari-cari kesalahan orang lain, tidak menyebarkan aib, tidak menjadikan kelemahan seseorang sebagai bahan hiburan, serta tidak menggunakan informasi pribadi untuk mempermalukan orang lain.

Larangan Mencela dan Merendahkan dalam QS. Al-Humazah Ayat 1

Al-Qur'an juga memberikan perhatian terhadap perilaku mencela dan merendahkan orang lain. QS. Al-Humazah ayat 1 berbunyi:

وَيْلٌ لِّكُلِّ هُمَزَةٍ لُّمَزَةٍ

"Celakalah bagi setiap pengumpat dan pencela."

Ayat tersebut memberikan peringatan terhadap perilaku yang merendahkan orang lain. Dalam konteks media sosial, bentuknya dapat berupa komentar yang menghina, ejekan terhadap fisik, olok-olok terhadap pekerjaan atau latar belakang seseorang, meme yang mempermalukan, maupun konten yang sengaja dibuat untuk menjatuhkan reputasi orang lain.

Perilaku tersebut dapat berkembang menjadi *cyberbullying* ketika dilakukan secara berulang dan ditujukan untuk menyakiti atau mempermalukan seseorang. Basid dan Rahmah (2023) menunjukkan bahwa persoalan ujaran kebencian di era digital perlu dihadapi dengan prinsip etika komunikasi Al-Qur'an. Hal ini memperlihatkan bahwa komunikasi digital membutuhkan batas moral agar kebebasan berpendapat tidak berubah menjadi tindakan yang merugikan orang lain.

Penerapan QS. Al-Humazah ayat 1 bukan berarti setiap kritik harus dihindari. Kritik tetap dibutuhkan dalam kehidupan sosial. Yang perlu dijaga adalah cara menyampaikannya. Kritik terhadap gagasan dapat dilakukan tanpa menyerang pribadi, sedangkan perbedaan pendapat dapat disampaikan tanpa penghinaan. Pada titik ini, etika Qur'ani memberikan ruang bagi kebebasan berbicara sekaligus menetapkan tanggung jawab terhadap martabat orang lain.

Etika Penyebaran Konten Keagamaan di Media Sosial

Media sosial telah membuka ruang yang luas bagi penyebaran pengetahuan dan dakwah Islam. Ayat Al-Qur'an, hadis, ceramah, nasihat, dan berbagai materi pendidikan agama dapat menjangkau masyarakat dalam waktu singkat. Kondisi ini memberikan peluang besar bagi penguatan literasi keagamaan, tetapi juga menghadirkan tanggung jawab yang tidak ringan bagi orang yang memproduksi dan membagikan konten keagamaan.

Irawan dan Bashori (2025) menekankan pentingnya ketelitian dalam penyebaran ayat Al-Qur'an di media digital. Kesalahan dalam menulis teks ayat, menerjemahkan, mengutip sumber, atau menjelaskan konteks dapat membuat pesan agama dipahami secara berbeda dari maksud sebenarnya. Karena itu, penyebaran konten keagamaan perlu mengikuti prinsip yang sama dengan komunikasi lainnya: informasi harus diperiksa dan pesan harus disampaikan secara benar.

Dalam praktiknya, *tabayyun* dapat digunakan untuk memeriksa sumber ayat, hadis, dan informasi keagamaan sebelum dibagikan. *Qaulan sadidan* dapat menjadi pedoman agar pesan disampaikan secara tepat dan tidak menyesatkan. QS. Al-Isra' ayat 36 juga mengingatkan agar seseorang tidak mengikuti atau menyampaikan sesuatu yang belum diketahui dengan baik.

Tanggung jawab tersebut penting karena konten keagamaan memiliki pengaruh terhadap cara masyarakat memahami ajaran Islam. Jumlah *likes*, *views*, atau *shares* tidak dapat dijadikan ukuran kebenaran sebuah pesan. Konten yang populer belum tentu memiliki dasar yang kuat. Karena itu, kualitas sumber, ketepatan isi, konteks, dan manfaat bagi masyarakat perlu menjadi pertimbangan sebelum sebuah pesan keagamaan disebar.

Implementasi Nilai Al-Qur'an bagi Generasi Z

Generasi Z tumbuh dalam lingkungan yang sangat dekat dengan teknologi digital. Media sosial digunakan untuk berkomunikasi, memperoleh informasi, belajar, mencari hiburan, dan mengekspresikan diri. Kedekatan tersebut membuat pembentukan etika digital menjadi bagian penting dalam pendidikan generasi muda.

Assyifa et al. (2025) menunjukkan bahwa nilai Al-Qur'an dan hadis dapat digunakan sebagai dasar pembentukan etika digital generasi Z. Kemampuan menggunakan teknologi perlu berjalan bersama kemampuan mengendalikan perilaku. Seseorang dapat memiliki kemampuan digital yang tinggi, tetapi tetap membutuhkan pedoman moral ketika menentukan apa yang layak dibagikan, dikomentari, atau disebar.

Implementasinya dapat dimulai dari kebiasaan sederhana. Generasi muda perlu membiasakan diri memeriksa informasi sebelum membagikannya, menggunakan bahasa yang baik ketika memberikan komentar, menghormati privasi, tidak ikut menyebarkan penghinaan, serta tidak menjadikan sesuatu yang sedang viral sebagai alasan untuk mengabaikan etika.

Pendidikan Islam memiliki ruang yang penting dalam proses tersebut. Nilai *tabayyun*, *qaulan sadidan*, tanggung jawab, menjaga kehormatan, dan menghindari celaan dapat diterjemahkan menjadi kebiasaan nyata dalam kehidupan digital. Pendidikan tidak hanya mengajarkan bagaimana teknologi digunakan, tetapi juga membantu peserta didik memahami kapan, untuk apa, dan dengan cara bagaimana teknologi digunakan secara bertanggung jawab.

Implementasi Nilai-Nilai Al-Qur'an dalam Penggunaan Media Sosial

Hasil analisis terhadap ayat-ayat yang menjadi fokus penelitian dapat diringkas dalam beberapa bentuk penerapan berikut.

Tabel 1. Implementasi Nilai-Nilai Al-Qur'an dalam Etika Bermedia Sosial

No.	Nilai Qur'ani	Dasar Ayat	Implementasi dalam Media Sosial
1	<i>Tabayyun</i>	QS. Al-Hujurat: 6	Memeriksa kebenaran sumber dan isi berita sebelum membagikannya.
2	<i>Qaulan Sadidan</i>	QS. Al-Ahzab: 70	Menyampaikan informasi secara jujur, tepat, dan dapat dipertanggungjawabkan.
3	Tanggung Jawab	QS. Al-Isra': 36	Tidak menyebarkan informasi yang belum diketahui kebenaran dan konteksnya.
4	Menjaga Kehormatan	QS. Al-Hujurat: 12	Menghindari <i>ghibah</i> , penyebaran aib, dan pembukaan informasi pribadi tanpa izin.
5	Tidak Mencela	QS. Al-Humazah: 1	Menghindari penghinaan, ejekan, perundungan, dan komentar yang merendahkan.

Kelima nilai tersebut memperlihatkan bahwa etika bermedia sosial dalam Al-Qur'an mencakup seluruh rangkaian komunikasi. Etika dimulai sejak seseorang menerima informasi, kemudian memeriksa kebenarannya, mempertimbangkan apakah informasi tersebut layak disampaikan, memilih cara penyampaian yang tepat, hingga memperhatikan dampaknya terhadap orang lain.

Penerapannya tidak selalu membutuhkan tindakan yang rumit. Membaca informasi secara utuh sebelum membagikannya, memeriksa sumber, tidak meneruskan pesan yang belum jelas, memilih kata yang sopan, meminta izin sebelum membagikan informasi pribadi, dan menahan diri dari komentar yang merendahkan merupakan bentuk nyata dari etika tersebut.

Relevansi Nilai Al-Qur'an dengan Problematika Media Sosial di Era Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelima nilai Qur'ani tersebut memiliki hubungan langsung dengan persoalan yang muncul dalam penggunaan media sosial. *Tabayyun* memberikan pedoman ketika pengguna menghadapi informasi yang belum terverifikasi. *Qaulan sadidan* mengarahkan pengguna untuk menyampaikan pesan secara benar. QS. Al-Isra' ayat 36 memperkuat kesadaran bahwa informasi yang diterima dan disampaikan memiliki konsekuensi moral. QS. Al-Hujurat ayat 12 memberikan perlindungan terhadap kehormatan manusia, sedangkan QS. Al-Humazah ayat 1 memberikan batas terhadap perilaku mencela dan merendahkan.

Persoalan teknologi dapat berubah, tetapi kebutuhan manusia terhadap kejujuran, tanggung jawab, kehormatan, dan hubungan sosial yang baik tetap ada. Hal inilah yang membuat nilai Al-Qur'an dapat dibaca dalam konteks komunikasi digital tanpa harus mengubah prinsip dasarnya. Media sosial hanya menjadi ruang baru tempat manusia menjalankan perilaku komunikasinya.

Noh et al. (2023) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dalam perspektif Islam perlu diarahkan pada tujuan yang memberikan manfaat. Prinsip tersebut menjadi semakin penting ketika media sosial tidak hanya digunakan untuk komunikasi pribadi, tetapi juga menjadi ruang pendidikan, dakwah, perdagangan, dan pembentukan opini publik. Amelia dan Nasrulloh (2024) juga memperlihatkan bahwa etika komunikasi Al-Qur'an dapat digunakan untuk membangun perilaku bermedia sosial yang lebih bertanggung jawab.

Media sosial pada akhirnya tidak dapat dipandang hanya sebagai teknologi. Ia merupakan ruang tempat manusia memperlihatkan sikap, menyampaikan penilaian, membangun hubungan,

dan memengaruhi orang lain. Karena itu, kecakapan digital perlu berjalan bersama kecakapan moral. Pengguna yang memahami teknologi tetapi tidak memiliki kendali terhadap informasi dan perkataannya tetap dapat menimbulkan persoalan bagi dirinya maupun orang lain.

Nilai-nilai Al-Qur'an menawarkan dasar yang cukup jelas untuk membangun perilaku tersebut: memeriksa sebelum percaya, berkata benar sebelum menyampaikan, bertanggung jawab sebelum membagikan, menjaga kehormatan sebelum membicarakan orang lain, dan menahan diri sebelum mencela. Rangkaian nilai ini menunjukkan bahwa etika bermedia sosial bukan sekadar persoalan sopan santun, tetapi bagian dari tanggung jawab seorang Muslim dalam menggunakan teknologi.

Pada akhirnya, penerapan nilai Al-Qur'an dalam media sosial dapat diarahkan pada terbentuknya ruang digital yang lebih sehat. Media sosial dapat digunakan untuk berbagi pengetahuan, memperluas silaturahmi, menyampaikan dakwah, mendukung pendidikan, dan menyebarkan informasi yang bermanfaat tanpa mengabaikan kebenaran serta martabat manusia. Di sinilah nilai-nilai Qur'ani memperoleh makna praktis: bukan hanya dipahami sebagai ajaran, tetapi diterapkan dalam keputusan-keputusan kecil yang dibuat setiap kali seseorang menerima, menulis, mengomentari, atau membagikan sesuatu di ruang digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa nilai-nilai Al-Qur'an dapat menjadi landasan etika dalam penggunaan media sosial di era digital. Melalui pendekatan tafsir tematik terhadap QS. Al-Hujurat ayat 6 dan 12, QS. Al-Ahzab ayat 70, QS. Al-Isra' ayat 36, serta QS. Al-Humazah ayat 1, ditemukan lima prinsip utama, yaitu *tabayyun*, *qaulan sadidan*, tanggung jawab terhadap informasi, menjaga kehormatan, serta menghindari perilaku mencela dan merendahkan. Kelima prinsip tersebut membentuk rangkaian etika yang tidak hanya mengatur cara menyampaikan pesan, tetapi juga bagaimana seseorang menerima informasi, memastikan kebenarannya, mempertimbangkan dampaknya, dan menghormati orang lain dalam interaksi digital.

Secara praktis, temuan ini dapat menjadi pedoman bagi pengguna media sosial, pendidik, keluarga, maupun pengelola konten keagamaan dalam membangun perilaku digital yang lebih bertanggung jawab. Penerapan *tabayyun* dapat diwujudkan melalui verifikasi informasi, *qaulan sadidan* melalui penyampaian pesan yang benar dan santun, sedangkan prinsip menjaga kehormatan dan menghindari celaan dapat diterapkan melalui penghormatan terhadap privasi serta penolakan terhadap *ghibah*, penghinaan, dan perundungan digital. Bagi pendidikan Islam, nilai-nilai tersebut dapat dikembangkan menjadi bagian dari pembiasaan literasi digital yang tidak hanya menekankan kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga membentuk kesadaran moral dalam menggunakannya.

Penelitian ini masih terbatas pada analisis kepustakaan dan ayat-ayat tertentu sehingga belum menggambarkan bagaimana nilai-nilai tersebut dipraktikkan secara langsung oleh pengguna media sosial. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan temuan ini melalui penelitian lapangan, khususnya dengan melibatkan generasi Z, pelajar, pendidik, maupun komunitas keagamaan untuk melihat penerapan prinsip Qur'ani dalam perilaku digital sehari-hari. Penelitian berikutnya juga dapat mengkaji lebih jauh hubungan antara nilai Qur'ani, literasi digital, dan pembentukan karakter agar diperoleh model etika bermedia sosial yang lebih operasional dan sesuai dengan dinamika ruang digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Aiman Noh, N., Lokman, M. A. A., Suyurno, S. S., & Ayub, M. S. (2023). Islamic Views on the Objectives of Social Media Usage: A Systematic Literature Review. *Environment-Behaviour Proceedings Journal*, 8(SI14), 11–21. <https://doi.org/10.21834/e-bpj.v8iSI14.5051>
- Amelia, U., & Nasrulloh. (2024). Konsep Etika Komunikasi Bermedia Sosial bagi Generasi Milenial Perspektif Al-Qur'an. *Al-Fahmu: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*, 3(2), 163–174.
- Anshar, M., & Arsal, A. F. (2023). The Ethics of Digital Communication and Message Sharing on Social Media. *Jurnal Komunikasi Islam*, 13(2), 249–268.
- Ariza, F. N., Khofifa, S., Nabilla, S. H., Dawamah, H., & Simamora, M. (2026). Etika Bermedia Sosial dalam Perspektif Ayat-Ayat Akhlak. *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara*, 2(1). <https://doi.org/10.59435/menulis.v2i1.928>
- As-Tsauri, S., & Sulfa, N. (2024). Bermedia Sosial Perspektif Al-Qur'an: Aplikasi Hermeneutika Hassan Hanafi atas QS. Al-Hujurat 6–8 dan 11–12. *Hamalatul Qur'an*.
- Assyifa, M. U., et al. (2025). Etika Digital dalam Perspektif Al-Qur'an dan Hadis: Upaya Membentuk Akhlak Generasi Z di Era Media Sosial. *MERDEKA: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*.
- Awalia, D., Dasuki, A., Masruroh, U., Rusdeana, Jainah, & Rahmatunnaimah. (2025). Kajian Q.S. An-Nur Ayat 27 dalam Tafsir Al-Misbah: Relevansinya terhadap Etika Komunikasi Digital. *MAGHZA: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*, 10(2), 296–308. <https://doi.org/10.24090/maghza.v10i2.13853>
- Basid, & Rahmah. (2023). Ujaran Kebencian di Era Digital (Perspektif Etika Komunikasi Al-Qur'an dan Solusinya). *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 6(1).
- Fadli, M. (2025). Etika Bermedia Sosial dalam Al-Qur'an: Solusi Mengatasi *Flexing* di Media Sosial. *Jurnal Studi Ilmu Alquran dan Tafsir*.
- Falah, & Ramadan. (2025). Etika Bermedia Sosial dalam Perspektif Ayat-Ayat Akhlak.
- Harahap, M. I. F., Dalimunthe, A. M. M., & Adnir, F. (2026). Literasi Digital dalam Perspektif Al-Qur'an: Analisis Q.S. Al-Hujurat Ayat 6 Perspektif Tafsir Al-Munir dan Relevansinya terhadap Pendidikan di Era Digital. *Al-Muhajirin: Jurnal Pendidikan Islam*, 3(1). <https://doi.org/10.63911/5ze8m214>
- Hasan, K., Abdullah, & Ahyar. (2024). Islamic Communication Ethics: Concepts and Applications in the Digital Era. *Jurnal Fikrah*, 13(1), 97–111.
- Hemalia, Y., & Ronaydi, M. (2024). Etika Komunikasi Virtual: Solusi Normatif Surat Al-Hujurat Ayat 11 dalam Mengatasi *Cyberbullying*. *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam*, 5(2), 287–308.
- Irawan, J., & Bashori. (2025). Etika Penyebaran Ayat Al-Qur'an dalam Media Digital: Kajian Literatur atas Tantangan dan Prinsip Qur'ani. *Fathir: Jurnal Studi Islam*.
- Jenuri, et al. (2021). Etika Komunikasi Islami dalam Menghadapi Hoaks di Media Sosial. *Jurnal Common*, 5(2).
- Marlenda, & Bashori. (2025). Peran Literasi Digital dalam Dakwah Berbasis Al-Qur'an: Implementasi dan Tantangan di Media Sosial. *Al-Ukhwah*, 4(1), 1–12. <https://doi.org/10.47498/jau.v4n1.5131>

- Muchlis, K. M., Rusli, R., & Islamdini, M. (2025). Konsep Etika Komunikasi dalam Al-Qur'an dan Relevansinya terhadap Praktik Komunikasi Digital Abad ke-21: Studi Tafsir Tematik. *Halaqah: Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*.
- Murtadho, A. J., NR, A. F., & Wirastho, E. (2024). Penafsiran Ayat tentang *Bullying* dalam Al-Qur'an: Studi Komparasi Tafsir Al-Azhar dan Tafsir Al-Misbah. *El-Wasathy: Journal of Islamic Studies*, 2(1), 182–196.
- Mutiarani, U. P., Karimah, I. N., & Syarafa, Y. P. (2024). Etika Komunikasi dalam Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Harmoni Nusa Bangsa*, 1(2), 204–215.
- Nazila, A. F. (2026). Etika Bermedia Sosial dalam Perspektif Al-Qur'an: Kajian QS. Al-Hujurat: 11–12 dan Implikasinya terhadap Materi Akhlak dalam Pendidikan Agama Islam. *AHSANA MEDIA: Jurnal Pemikiran, Pendidikan dan Penelitian Ke-Islaman*, 12(1), 90–98. <https://doi.org/10.31102/ahsanamedia.12.1.2026.90-98>
- Nursafitri, D. (2026). Konstruksi Nilai Tenggang Rasa dalam Al-Qur'an dan Implementasinya dalam Komunikasi Digital: Studi Tafsir Fi Zilal Al-Qur'an. *Halaqah: Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 3(1), 18–39. <https://doi.org/10.62509/hjis.v3i1.397>
- Parhan, Z., & Jais, A. (2026). Peran Literasi Digital dalam Mencegah Konflik Keagamaan di Media Sosial. *Jurnal Al-Qolamuna: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 3(1), 1–13.
- Revan Marhamah, R., Ilyas, A., Hanilah, S., Daheri, M., & Pohan, S. (2026). Rekonstruksi Etika Digital Berbasis Al-Qur'an: Upaya Menjaga Kerukunan Umat Beragama Abad ke-21. *Kreatif: Jurnal Studi Pemikiran Pendidikan Agama Islam*, 24(2), 463–477.
- Rohman, A., & Rahman, A. (2023). Ragam Komunikasi Dakwah *Bi Al-Lisan* dalam Perspektif Al-Qur'an. *Al-Fahmu: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*, 2(2), 151–164.
- Safuan, M., & Aufa, K. R. (2022). Adab Komunikasi dalam Islam: Bijak dalam Bermedia Sosial. *Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam*, 16(2), 280–296.