

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah secara fundamental cara manusia berinteraksi, bekerja, dan hidup sehari-hari. Dari awal komputer yang besar dan mahal hingga perangkat yang dapat dipakai di saku, seperti *smartphone*, merupakan evolusi yang mengesankan. Internet telah menjadi jaringan global yang menghubungkan miliaran orang di seluruh dunia, memungkinkan pertukaran informasi secara instan dan kolaborasi lintas batas. Inovasi seperti kecerdasan buatan, *Internet of Things* (IoT), dan komputasi awan semakin memperluas kemampuan teknologi informasi, membuka pintu bagi solusi yang lebih cerdas dan terhubung dalam berbagai bidang, mulai dari kesehatan hingga transportasi.

Salah satu produk dari berkembangnya teknologi informasi adalah media sosial. Media sosial telah mengubah lanskap komunikasi dengan memudahkan interaksi antarindividu secara cepat dan efisien. Dengan hanya beberapa ketukan pada layar ponsel atau klik pada *mouse*, seseorang dapat terhubung dengan teman, keluarga, atau bahkan orang asing dari berbagai belahan dunia. Pesan teks, panggilan video, dan fitur-fitur lainnya memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi secara langsung tanpa hambatan waktu atau ruang. Selain itu, platform media sosial menyediakan ruang bagi pertukaran ide, informasi, dan dukungan, memungkinkan komunitas-komunitas online untuk berkembang dan berinteraksi. Kemudahan akses ini telah memperluas jangkauan komunikasi, membuka pintu untuk kolaborasi yang lebih luas dan meningkatkan koneksi sosial dalam masyarakat global yang semakin terhubung.

Pada masa kini, media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari rutinitas sehari-hari masyarakat, meliputi segala usia, dari anak-anak, remaja, hingga dewasa. Karenanya, perangkat *gadget* seperti *smartphone* menjadi tidak terpisahkan dari genggaman mereka ketika mereka melakukan aktivitas. Media

sosial telah menjadi kebutuhan pokok dalam kehidupan sehari-hari mereka yang harus terpenuhi.¹

Penggunaan media sosial yang semakin meluas di masyarakat sebagian besar dipengaruhi oleh fitrah manusia sebagai makhluk sosial yang memiliki naluri untuk berkomunikasi. Komunikasi merupakan elemen yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia karena semua aktivitas manusia melibatkan interaksi komunikasi. Melalui kemampuan berkomunikasi, manusia dapat membangun dan memelihara hubungan sosialnya. Kapasitas komunikasi manusia memungkinkannya untuk membentuk pemahaman bersama, menjalin persahabatan, menyebarkan pengetahuan, serta menjaga dan memperkaya peradaban manusia.² Hal ini dipertegas dalam Al-Qur'an:

الرَّحْمَنُ ۝ عَلَّمَ الْقُرْآنَ ۝ خَلَقَ الْإِنْسَانَ ۝ عَلَّمَهُ الْبَيَانَ ۝

“(Allah) Yang Maha Pengasih, telah mengajarkan Al-Qur'an. Dia menciptakan manusia. Dia mengajarnya pandai menjelaskan.” (QS. Al-Rahman: 1-4).

As-Syaukani dalam tafsir *Fath Al-Qadir* menafsirkan lafadz الْبَيَانَ sebagai kemampuan berkomunikasi.³ Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi adalah fitrah yang melekat pada manusia sejak lahir. Sebagai makhluk sosial, manusia secara alami memiliki naluri untuk berinteraksi dan berbagi informasi dengan sesamanya. Kemampuan berkomunikasi memungkinkan manusia untuk menyampaikan ide, emosi, dan kebutuhan mereka kepada orang lain, serta membangun hubungan yang kuat dengan lingkungan sekitarnya. Apalagi disertai dengan perkembangan teknologi dan media sosial yang semakin mempermudah manusia untuk berinteraksi dengan sesamanya.

¹ Arus Informasi Santri Nusantara, *Kitab Medsos: Rujukan Bagi Santri Untuk Menjadi Kreator Konten* (Lamongan: Dawuh Guru, 2021). 6

² Nur Marwah, 'Etika Komunikasi Islam', *Al-Din: Jurnal Dakwah Dan Sosial Keagamaan*, 7.1 (2021) <<https://doi.org/https://doi.org/10.35673/ajdsk.v7i1.1704>>.

³ Muhammad As-Syaukani, *Fath Al-Qadir Al-Jami' Baina Fann Al-Riwayah Wa Al-Dirayah Fi 'Ilm Al-Tafsir* (Beirut: Dar Al-Marefah, 2007).

Selain mempermudah interaksi antarindividu, media sosial juga menjadi sarana yang efisien dalam mendapatkan informasi. Namun, keberadaannya juga membawa dampak negatif, seperti banjirnya informasi yang sulit dikendalikan. Fenomena ini berpotensi menyebabkan kebingungan antara fakta dan opini. Berita palsu, atau yang dikenal sebagai *hoax*, sering kali tersebar luas tanpa verifikasi yang memadai. Tingginya jumlah *hoax* dapat mempengaruhi persepsi dan memicu kesalahpahaman di kalangan masyarakat.⁴

Meskipun media sosial telah memberikan kemudahan-kemudahan yang signifikan dalam berinteraksi dan berbagi informasi, sayangnya, kemudahan ini seringkali berbalik menjadi bumerang dalam kehidupan sosial masyarakat, terutama di ranah dunia maya. Berbagai penyalahgunaan dan penyelewengan dalam penggunaan media sosial kerap terjadi. Fenomena ini mencakup penyebaran berita palsu, praktik fitnah, tindakan *cyberbullying*, ujaran kebencian, pencurian data, dan sebagainya. Keberadaan platform media sosial yang sangat terbuka memungkinkan individu atau kelompok tertentu untuk dengan mudah menyebarkan konten yang merugikan, tanpa pertimbangan etika atau konsekuensi hukum. Dengan demikian, sementara media sosial memberikan aksesibilitas dan konektivitas yang belum pernah terjadi sebelumnya, kita juga harus berhati-hati terhadap potensi dampak negatifnya terhadap kehidupan sosial dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Salah satu contoh kasus penyelewengan diantaranya adalah viralnya sebuah video yang menunjukkan tindakan asusila seorang ibu muda, R (22), terhadap anaknya. R ditipu oleh seseorang di Facebook yang menjanjikan Rp.15 juta untuk konten tidak senonoh, termasuk melibatkan anaknya. Kasus ini menyoroti bahaya predator di media sosial yang memanfaatkan kondisi ekonomi korban.⁵ Selain kasus penyebaran video asusila, kasus penipuan

⁴ Arus Informasi Santri Nusantara. *Kitab Medsos: Rujukan Bagi Santri Untuk Menjadi Kreator Konten*. 7

⁵ Budi Prihantoro, 'Kisah Ibu Lecehkan Anak Kandung, Terperangkap Janji Palsu Medsos', *Rri.Co.Id*, 2024 <<https://www.rri.co.id/daerah/734883/kisah-ibu-lecehkan-anak-kandung-terperangkap-janji-palsu-medsos>>.

online pun seringkali terjadi. Penipuan online kerap menargetkan orang tua yang kurang paham teknologi. Studi CfDS UGM terhadap 1.700 responden di 34 provinsi pada Agustus 2023 menunjukkan 66,6% pernah menjadi korban penipuan online. Jenis penipuan paling umum meliputi berkedok hadiah (36,9%), mengirim tautan (33,8%), penipuan jual beli (29,4%), situs web atau aplikasi palsu (27,4%), dan krisis keluarga (26,5%). Media utama penipuan adalah SMS/telepon (64,1%), media sosial (12,3%), aplikasi percakapan (9,1%), situs web (8,9%), dan email (3,8%).⁶

Kemudian, kasus yang paling banyak terjadi di masyarakat adalah kasus penyebaran berita hoax. Tercatat bahwa selama tahun 2023, Kementerian Komunikasi dan Informatika menangani 1.615 konten isu hoaks di platform digital. Sejak Agustus 2018, total 12.547 konten hoaks telah ditangani. Tahun 2023 mencatatkan peningkatan dibandingkan 2022 dengan 1.528 isu hoaks. Kategori terbanyak adalah kesehatan, diikuti kebijakan pemerintah dan penipuan, serta politik. Tim AIS yang dibentuk pada Januari 2018, bekerja 24/7 untuk mengidentifikasi dan memutus akses konten hoaks.⁷

Berikut contoh berita hoaks yang tersebar di media: 1) Pengobatan Ida Dayak di Semarang: Warga Semarang tertipu berita hoaks tentang pengobatan Ida Dayak di depan Masjid Agung Kauman pada 8 Mei 2023, yang disebar oleh pihak tidak bertanggung jawab. 2) Email Palsu Wajib Pajak: Di Jawa Tengah, warga menerima email palsu dari Direktorat Jenderal Pajak, yang diklarifikasi oleh Kominfo DIY pada 5 Mei 2023. 3) Surat Panggilan Kerja Palsu Pertamina: Surat undangan interview palsu mengatasnamakan PT Pertamina beredar, yang telah dikonfirmasi sebagai hoaks oleh Pertamina melalui Twitter,⁸ dan lain sebagainya.

⁶ Andrean W. Finaka, 'Maraknya Penipuan Di Era Digital', *Indonesiabaik.Id*, 2023 <<https://indonesiabaik.id/infografis/maraknya-penipuan-di-era-digital>>.

⁷ Kominfo, 'Hingga Akhir Tahun 2023, Kominfo Tangani 12.547 Isu Hoaks', *Kominfo.Go.Id*, 2024 <https://www.kominfo.go.id/content/detail/53899/siaran-pers-no-02hmkominfo012024-tentang-hingga-akhir-tahun-2023-kominfo-tangani-12547-isu-hoaks/0/siaran_pers>.

⁸ Izzah Putri Jurianto, 'Contoh Berita Hoax Di Indonesia, Cek Dulu Keasliannya!', *Detik.Com*, 2023 <<https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6723337/contoh-berita-hoax-di-indonesia-cek-dulu-keasliannya>>.

Selain itu, kasus penghinaan juga marak terjadi, terutama pada remaja. UNICEF menyatakan 45 persen remaja Indonesia usia 14-24 tahun pernah mengalami *cyberbullying*. Rinciannya, 45 persen mengalami pelecehan melalui aplikasi chatting, 41 persen mengalami penyebaran foto atau video tanpa izin, dan sisanya bentuk lain. Penyebab utama *cyberbullying* adalah rendahnya adab digital di Indonesia, yang menempati urutan 29 dari 32 negara dalam survei Microsoft tentang *digital civility index*. Anonimitas di media sosial juga menjadi faktor penyebab, karena pengguna merasa tidak perlu bertanggung jawab atas tindakan amoral mereka.⁹

Maka dari itu, langkah pertama untuk meminimalisir perilaku negatif pengguna media sosial adalah dengan memahami dan mengimplementasikan etika yang baik dalam bermedia sosial. Hal ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan *online* yang nyaman, memperoleh manfaat positif, serta menghindari kejahatan yang mungkin timbul akibat interaksi di platform tersebut. Salah satu upaya awal adalah dengan mengacu pada sumber hukum Islam yang berlaku sebagai pedoman hidup manusia yaitu Al-Qur'an. Meskipun Al-Qur'an memiliki fleksibilitas yang memungkinkannya untuk relevan dengan perkembangan zaman, prinsip dasar Al-Qur'an tetap menjadi pedoman yang mengontrol segala perubahan zaman, baik masa lampau maupun masa kini (*shalih li kulli zaman wa al makan*).¹⁰

Al-Qur'an tidak hanya dikenal sebagai kitab suci umat Islam, tetapi juga dianggap sebagai pedoman hidup yang mengusung paradigma etika dan moral yang mendalam. Di dalamnya terdapat ajaran-ajaran yang mencakup etika secara vertikal, yang mengarah kepada hubungan manusia dengan Sang Pencipta, serta etika secara horizontal yang menyangkut interaksi antar sesama manusia. Al-Qur'an memberikan pedoman tentang bagaimana manusia

⁹ Fauziah Akmal, '45 Persen Remaja Di Indonesia Jadi Korban Cyberbullying, Ini Contoh Kasus Yang Terjadi', *Radarsolo.Jawapos.Com*, 2024 <<https://radarsolo.jawapos.com/pendidikan/844678168/45-persen-remaja-di-indonesia-jadi-korban-cyberbullying-ini-contoh-kasus-yang-terjadi>>.

¹⁰ Dila Alfiana Nur Haliza and others, '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 (2022), 100–118 <<https://doi.org/10.15575/jra.v2i1.15685>>.

seharusnya berperilaku dalam segala aspek kehidupan, baik itu dalam kaitannya dengan ibadah, pergaulan, maupun kehidupan sehari-hari. Ajaran moral dan etika yang terkandung dalam Al-Qur'an tidak hanya berlaku pada masa lampau, tetapi juga relevan untuk diterapkan dalam konteks zaman modern. Dengan mengikuti nilai-nilai etika yang terdapat dalam Al-Qur'an, manusia diharapkan dapat hidup harmonis dan bermakna, serta membentuk masyarakat yang berkeadilan dan beradab.

Al-Qur'an memang tidak secara eksplisit menjelaskan tentang etika-etika dalam menggunakan media sosial. Namun terdapat ayat-ayat suci nya yang dapat diterapkan dan diimplementasikan ke dalam kehidupan bermasyarakat terutama di dunia maya. Misalnya firman Allah SWT berikut:

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

“Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan(-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu.” (QS. Al-Hujurat: 6).

Ayat tersebut jika melihat pada terjemahan bahasa nya, dapat diambil pemahaman bahwa setiap berita yang datang haruslah diteliti terlebih dahulu kebenarannya. Supaya berita tersebut tidak menjadi problem yang dapat meresahkan masyarakat.

Kemudian dalam ayat yang lain Allah SWT berfirman:

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

“Janganlah engkau mengikuti sesuatu yang tidak kau ketahui. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan, dan hati nurani, semua itu akan diminta pertanggungjawabannya.” (QS. Al-Isra: 36).

Pada ayat tersebut juga jika memahami dari terjemahan bahasa nya, dapat dijelaskan bahwa janganlah mengikuti atau langsung mempercayai hal-hal

yang sebenarnya belum tentu benar, apalagi sesuatu tersebut di luar dari pengetahuan kita. Hal ini sebenarnya sejalan dengan QS. Al-Hujurat: 6 yang dipaparkan sebelumnya.

Namun, memahami pesan-pesan yang terkandung dalam Al-Qur'an hanya dengan membaca terjemahannya saja tidaklah mencukupi. Sebab, hal tersebut hanya akan memberikan pemahaman pada level permukaan dan secara global saja, tanpa menyelami makna-makna yang lebih dalam dan rinci. Oleh karena itu, pentingnya peran tafsir Al-Qur'an menjadi sangat signifikan dalam konteks ini. Melalui tafsir, teks Al-Qur'an dapat dipelajari dengan lebih mendalam, mengungkapkan makna-makna tersembunyi, konteks historis, serta relevansi dengan kehidupan masa kini. Tafsir memberikan penjelasan yang luas dan mendetail mengenai ayat-ayat Al-Qur'an, membantu umat Islam untuk memahami ajaran-ajaran agama dengan lebih baik dan menyeluruh. Dengan demikian, peran tafsir menjadi sangat penting dalam memperdalam pemahaman terhadap ajaran moral, etika, dan nilai-nilai yang terkandung dalam Al-Qur'an, sehingga dapat diaplikasikan secara relevan dalam kehidupan sehari-hari.¹¹

Definisi tafsir secara singkat dan cukup mencakup menurut Quraish Shihab adalah *"Penjelasan tentang maksud firman-firman Allah SWT sesuai dengan kemampuan manusia"*.¹² Berdasarkan konsep tersebut, tafsir Al-Qur'an merupakan hasil refleksi dan interpretasi manusia yang memerlukan dedikasi dan keterulangan dalam upaya untuk mengungkapkan makna yang benar dan bertanggung jawab. Karena Al-Qur'an dianggap sebagai firman Allah SWT yang memiliki dampak signifikan dalam kehidupan, penafsiran terhadapnya harus didasarkan pada landasan yang kuat dan bukan sekadar perkiraan semata. Tafsir merupakan produk dari pemikiran manusia yang melibatkan penggunaan seluruh kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki, dan karenanya, hasilnya akan beragam dalam hal kedalaman pemahaman, cakupan makna, dan pendekatan interpretatif. Setiap mufassir memiliki latar belakang dan sudut pandang yang berbeda-beda, yang

¹¹ Siti Chodijah, *Ulumul Qur'an* (Bandung: Lembaga Penelitian UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2013). 153

¹² Quraish Shihab, *Kaidah Tafsir* (Tangerang: Lentera Hati, 2015). 9

membuat tafsir menjadi subjektif dalam beberapa aspek. Meskipun demikian, karena sumbernya bersumber dari Al-Qur'an, ada kemungkinan bahwa berbagai interpretasi tersebut memiliki nilai kebenaran masing-masing.¹³

Terkait ayat-ayat yang mengandung pesan dalam beretika di media sosial, para ulama tafsir tentunya berbeda dalam upaya menumpahkan pemikirannya. Salah satunya adalah Syaikh Muhammad Ali Ash-Shabuni yang dikenal sebagai *mufasssir* dengan keluasan dan kedalaman pengetahuannya, juga sifat *wara'* nya.¹⁴ Dalam tafsirnya *Shafwah At-Tafasir*, beliau menafsirkan QS. Al-Hujurat: 6 dengan menyatakan bahwa, “Jika datang kepada kalian seseorang yang terkenal fasik dengan membawa sebuah informasi atau berita, dimana orang fasik tersebut adalah orang yang tidak dapat dipercaya kebenarannya dan keadilannya. Maka hal yang dilakukan terlebih dahulu adalah memeriksa dan meneliti terhadap berita atau kabar yang dibawa orang tersebut. Hal ini dilakukan agar ketika menyampaikan kembali informasi tersebut kepada orang lain, tidak akan menimbulkan kekacauan ataupun masalah akibat informasi tersebut.”¹⁵

Ketika dikaitkan dengan konteks penggunaan media sosial, persoalan penyebaran berita palsu di dunia maya menjadi relevan. Dalam konteks ini, penting untuk menyadari bahwa setiap kali menerima informasi, kita harus melalui proses penyaringan, penelaahan, dan verifikasi sebelum menyebarkannya lebih lanjut kepada orang lain. Hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa banyak individu cenderung menyebarkan informasi tanpa memeriksa kebenarannya, yang dapat berdampak negatif pada masyarakat. Terutama jika orang yang pertama kali menyebarkan informasi tersebut memiliki reputasi sebagai pembohong, hal ini bisa menyebabkan kepanikan atau ketidakpastian di kalangan masyarakat.

Quraish Shihab, seorang *mufasssir* ternama di Indonesia, turut membahas isu yang serupa. Namun, dia menekankan bahwa istilah "fasik" dalam konteks ini tidak selalu merujuk pada orang yang menyebarkan berita, karena mungkin saja pembawa berita tersebut bukanlah individu yang bermoral buruk dan suka berbohong. Oleh

¹³ Shihab, *Kaidah Tafsir*. 10

¹⁴ Wahyudi and others, 'Analisis Pemikiran As-Shabuni Tentang Poligami Dalam Kitab Shafwatut Tafasir', *Jurnal Semiotika: Kajian Ilmu Al-Quran Dan Tafsir*, 3.2 (2023). 176-191

¹⁵ Muhammad Ali As-Shabuni, *Shafwah At-Tafasir* (Beirut: Dar Fikr, 2001). 216

karena itu, penting untuk melakukan penyaringan dan verifikasi terhadap sumber asal berita. Selain itu, Quraish Shihab menyoroti bahwa popularitas suatu berita yang banyak disebar oleh orang-orang tidak menjamin kebenaran informasi tersebut. Karena dalam sejarah keilmuan, para ulama ketika menyeleksi riwayat hadits Nabi sering mempertimbangkan penerimaan dari sejumlah individu yang diyakini tidak mungkin sepakat untuk berbohong, yang dikenal sebagai hadits mutawatir. Walaupun diakui oleh para ahli, namun perlu diingat bahwa jumlah besar penyampaian ini harus memenuhi kriteria tertentu. Artinya, walaupun banyaknya saksi, bukanlah jaminan kebenaran informasi tersebut. Bisa saja para penyampai berita tidak memahami isu yang dibahas atau memiliki asumsi yang keliru.¹⁶ Hal ini tentunya sangat berkaitan pula dengan tuntunan dalam penggunaan media sosial.

Kemudian, dalam tafsir Al-Quran tematik yang disusun oleh Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran (LPMQ) Kemenag RI disebutkan bahwa Jika informasi yang disebar, meskipun oleh banyak orang, tidak terlepas dari berbagai faktor kepentingan seperti ideologi, ekonomi, atau politik, hal ini bisa menjadi penyebab ketidakbenaran informasi tersebut sehingga harus ditolak. Ketika memilih dan memilah berita, akan lebih baik jika dilakukan pengecekan atas kebenaran berita yang diterima. Al-Qur'an juga mengingatkan agar orang yang menerima informasi bertanya kepada orang yang mengetahui (pakar/ahli) dan dapat mempertanggungjawabkan informasinya.¹⁷

Selain berpijak pada Al-Quran dan tafsirnya, untuk menanggulangi penyelewengan dalam penggunaan media sosial, terutama terkait penyalahgunaan data atau penyebaran fitnah dan ujaran kebencian, regulasi perundang-undangan negara menjadi sangat penting untuk mengatur etika dalam kebebasan menyampaikan pendapat dan berkomunikasi. Pemerintah merespons dengan mengeluarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Tujuan utama undang-undang ini adalah untuk menetapkan batasan-batasan agar masyarakat tidak menggunakan teknologi digital seperti media

¹⁶ Quraish Shihab, *Tafsir Al Mishbah: Pesan, Kesan, Dan Keserasian Al-Qur'an* (Ciputat: Lentera Hati, 2010). 388

¹⁷ Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran, *Tafsir Al-Quran Tematik Seri Komunikasi Dan Informasi* (Jakarta: Kemenag RI, 2011). hal. 95

sosial secara sembarangan tanpa memperhatikan hak-hak orang lain, sekaligus menghormati kebebasan dan hak-hak individu lainnya. UU No. 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik mengatur tentang perilaku yang dilarang bagi pengguna media sosial, termasuk larangan menyebarkan informasi yang bertujuan untuk mencemarkan nama baik atau menghina orang lain di platform-platform digital.¹⁸

Berdasarkan uraian di atas, pembahasan mengenai etika dalam penggunaan media sosial menjadi topik yang menarik untuk dikaji. Dalam proses penelitian ini, penulis akan memusatkan perhatian pada ayat-ayat Al-Quran tertentu yang menyampaikan pesan dan prinsip etika dalam bermedia sosial. Sumber rujukan yang akan digunakan adalah kitab tafsir "*Shafwah At Tafasir*" karya Ali Ash-Shabuni, tafsir "*Al-Misbah*" karya Quraish Shihab, dan tafsir Al-Quran tematik yang disusun oleh LPMQ Kemenag RI. Ketiga tafsir ini dipilih karena muncul pada era modern kontemporer, yang memastikan relevansi pemikiran mereka dengan isu-isu masa kini. Selain itu, ketiganya memiliki pendekatan "*Adab al-Ijtima'i*" dalam tafsir mereka, yang mana muncul sebagai respons terhadap tuntutan sosial dan masyarakat saat ini.¹⁹ Perbedaan demografi wilayah tempat tinggal kedua *mufasssir*, yaitu Ali Ash-Shabuni di Timur Tengah dan Quraish Shihab di Indonesia, dapat mempengaruhi corak pemikiran mereka, namun memungkinkan untuk membandingkan pandangan mereka dalam konteks penggunaan media sosial. Di sisi lain, tafsir Al-Quran tematik Kemenag RI disusun secara praktis berdasarkan tema-tema aktual di tengah masyarakat, sehingga diharapkan dapat memberi jawaban atas pelbagai problematika umat sesuai dengan dinamika masyarakat dan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.²⁰ Diharapkan pengkomparasian ini akan memberikan pemahaman yang komprehensif tentang etika dalam

¹⁸ Nur Haliza and others. 'Etika Bermedia Sosial Dalam Perspektif Al-Qur'an Dan Hukum Negara Di Era Revolusi Industri 4.0 Dan Society 5.0' 100-118

¹⁹ Bustami Saladin, 'Reaktualisasi Corak Tafsir Adab Al-Ij Tima'i Dalam Menjawab Realitas Sosial Kemasyarakatan Dan Perkembangan Zaman', *Jurnal Sosial Politik Kajian Islam Dan Tafsir*, 2.2 (2021), 301–26 <<https://doi.org/10.20414/sophist.v2i2.30>>.

²⁰ Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran, *Tafsir Al-Quran Tematik Seri Komunikasi Dan Informasi*. hal. xiv

menggunakan media sosial dan memberikan manfaat bagi kehidupan sosial, terutama di dunia maya.

Oleh karena itu, penulis hendak melakukan penelitian dengan judul **“Etika Penggunaan Media Sosial Menurut Tafsir *Shafwah At-Tafasir*, Tafsir *Al-Misbah* Dan Tafsir *Al-Quran Tematik* Kemenag RI Serta Korelasinya Dengan UU ITE No 19 Tahun 2016”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, penulis mempersempit cakupan masalah yang hendak dibahas dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana persamaan dan perbedaan etika bermedia sosial menurut Ali Ash-Shabuni dalam *Shafwah At Tafasir*, Quraish Shihab dalam Tafsir *Al-Misbah*, dan Tim LPMQ Kemenag RI dalam Tafsir *Al-Quran Tematik*?
2. Apa yang melatarbelakangi terjadinya perbedaan penafsiran antara Ali Ash-Shabuni, Quraish Shihab dan LPMQ Kemenag RI terhadap ayat-ayat yang berkaitan dengan etika bermedia sosial dalam *Al-Quran*?
3. Bagaimana korelasi konsep etika bermedia sosial menurut Ali Ash-Shabuni, Quraish Shihab dan LPMQ Kemenag RI dengan UU ITE No 19 Tahun 2016 serta implementasinya dalam kehidupan?

C. Tujuan Penelitian

Merujuk pada rumusan masalah yang telah dibuat sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui Bagaimana persamaan dan perbedaan etika bermedia sosial menurut Ali Ash-Shabuni dalam *Shafwah At Tafasir*, Quraish Shihab dalam Tafsir *Al-Misbah*, dan Tim LPMQ Kemenag RI dalam Tafsir *Al-Quran Tematik*.
2. Mengetahui latarbelakang terjadinya perbedaan penafsiran antara Ali Ash-Shabuni, Quraish Shihab dan LPMQ Kemenag RI terhadap ayat-ayat yang berkaitan dengan etika bermedia sosial dalam *Al-Quran*.

3. Memahami korelasi konsep etika bermedia sosial menurut Ali Ash-Shabuni, Quraish Shihab dan LPMQ Kemenag RI dengan UU ITE No 19 Tahun 2016 serta implementasinya dalam kehidupan.

D. Manfaat Hasil Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan memberikan banyak manfaat, diantaranya sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang kajian Ilmu Al-Quran dan Tafsir. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat memperluas pemahaman tentang etika dalam penggunaan media sosial dengan memperhatikan pandangan dari tokoh *mufassir* seperti Ali Ash-Shabuni, Quraish Shihab, dan tim LPMQ Kemenag RI.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan tidak hanya menjadi sumbangan intelektual dalam akademisi, tetapi juga memiliki dampak yang lebih luas dalam masyarakat secara umum. Dengan menjadi sumber referensi yang penting, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pedoman konkret bagi individu dan kelompok untuk mengimplementasikan prinsip-prinsip etika dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam menghadapi dinamika interaksi dan komunikasi yang semakin kompleks di dunia maya. Melalui pemahaman yang diperoleh dari penelitian ini, diharapkan masyarakat dapat memperkuat nilai-nilai moral dan etika dalam berinteraksi di dunia digital, sehingga menciptakan lingkungan online yang lebih aman, santun, dan bermanfaat bagi semua pihak.

E. Kerangka Pemikiran

Asal mula etika berasal dari kata Yunani "ethos" yang merujuk pada adat kebiasaan. Menurut KBBI, etika diartikan sebagai ilmu yang mempelajari konsep baik dan buruk, serta hak serta kewajiban moral (akhlak).²¹ Walaupun seringkali dianggap sinonim, terdapat perbedaan substansial antara etika dan moral. Secara sederhana, sementara moral menitikberatkan pada penilaian "nilai baik dan buruk dalam tindakan manusia", etika lebih mengkaji konsep "kebaikan dan keburukan" secara teoritis. Sebagai gambaran, etika berperan sebagai kerangka teoritis tentang baik dan buruk, sedangkan moral merupakan implementasinya dalam praktik sehari-hari.²²

Sedangkan media sosial, dalam penafsiran etimologisnya, terdiri dari dua kata, yaitu "media" dan "sosial". Secara linguistik, media merujuk pada alat atau sarana komunikasi, sementara sosial berkaitan dengan hal-hal yang terkait dengan masyarakat.²³ Secara konseptual, media sosial dapat dijelaskan sebagai suatu bentuk alat komunikasi yang memfasilitasi interaksi antarindividu dalam konteks masyarakat. Dengan memanfaatkan teknologi digital, media sosial memungkinkan individu untuk terhubung, berbagi informasi, dan berinteraksi dengan sesama pengguna di seluruh dunia.

Pentingnya etika dalam penggunaan media sosial tidak dapat diabaikan dalam era digital saat ini. Etika memainkan peran penting dalam memandu perilaku dan interaksi online agar tetap berada dalam batas-batas yang bermoral dan bertanggung jawab. Dengan adanya etika yang kuat, pengguna media sosial dapat membangun lingkungan online yang lebih positif, menghormati privasi dan hak asasi manusia, serta menghindari menyebarkan konten yang bersifat merugikan atau merugikan orang lain. Selain itu, dengan menerapkan etika dalam penggunaan media sosial, individu dapat mempromosikan toleransi, penghargaan, dan keberagaman, serta membantu mencegah penyebaran informasi palsu atau berbahaya. Dengan demikian,

²¹ Pusat Bahasa, 'Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)', KBBI, 2023 <<https://kbbi.web.id/>>.

²² Sri Wahyuningsih, 'Konsep Etika Dalam Islam', *Jurnal An-Nur: Kajian Ilmu-Ilmu Pendidikan Dan Keislaman*, 8.1 (2022), 1–9.

²³ Pusat Bahasa. 'Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)'.

penggunaan media sosial yang dijalankan dengan etika akan memberikan kontribusi yang positif bagi individu, masyarakat, dan lingkungan online secara keseluruhan.

Al-Quran, sebagai pedoman utama bagi umat Muslim, menjadi landasan bagi perilaku etis dalam kehidupan sosial, baik di dunia nyata maupun di dunia maya. Namun, pemahaman yang mendalam terhadap Al-Quran tidak dapat hanya bergantung pada terjemahan semata. Oleh karena itu, penafsiran yang komprehensif diperlukan untuk memahami isi Al-Quran secara menyeluruh. Dalam upaya merumuskan konsep etika dalam bermedia sosial yang berakar pada Al-Quran, penelitian ini mengacu pada tiga kitab tafsir kontemporer yang memiliki metodologi yang berbeda, yakni Ali Ash-Shabuni dengan tafsir nya *Shafwah At Tafasir*, Quraish Shihab dengan tafsir nya Al-Misbah dan LPMQ Kemenag RI dengan tafsir Al-Quran tematiknya.

Adapun dalam upaya mendapatkan pemahaman yang utuh tentang etika bermedia sosial dalam Al-Quran berdasarkan pemikiran dua *mufassir* tersebut, maka penulis menggunakan model riset komparatif (*muqaran*). Konsep tafsir *muqaran*, seperti yang dijelaskan oleh Al-Kumi, melibatkan analisis terhadap ayat-ayat Al-Quran dengan membandingkan pandangan sejumlah *mufassir*, menelusuri keragaman pendapat dan kecenderungan mereka, serta memeriksa upaya penyesuaian di antara ayat-ayat yang mungkin terlihat bertentangan. Penelitian ini mengacu pada serangkaian ayat dalam Al-Quran sebagai titik awal, kemudian menyelidiki penafsiran mereka melalui pendapat para *mufassir* dalam karya-karya tafsir mereka. Pendekatan ini mencakup berbagai pandangan, baik dari *mufassir* tradisional maupun modern, serta dari berbagai aliran tafsir, baik yang bersifat literal maupun interpretatif. Hasilnya, peneliti akan membandingkan berbagai pendekatan ini untuk mengetahui pengaruh perbedaan mazhab dan upaya untuk memperkuat pandangan dari masing-masing kelompok.²⁴

²⁴ Muhammad Hariyadi and Achmad Muhammad, 'Rekonstruksi Tafsir Muqâran', *Mumtaz: Jurnal Studi Al-Qur'an Dan Keislaman*, 6.1 (2022), 1–17.

Setelah melakukan riset komparasi, penulis akan mengamati hubungan antara gagasan-gagasan para *mufasssir* dengan ketentuan hukum yang berlaku di Indonesia, terutama terkait dengan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) Nomor 19 Tahun 2016. Selanjutnya, penelitian akan mengulas implementasi prinsip etika dalam penggunaan media sosial dalam konteks kehidupan sehari-hari.

F. Hasil Penelitian Terdahulu

Dalam proses perencanaan penelitian ini, beberapa studi sebelumnya telah memberikan kontribusi berarti dalam pembentukan ide-ide dan memainkan peran penting sebagai landasan teoritis untuk eksplorasi lebih lanjut. Selain itu, penelitian-penelitian tersebut juga membantu menetapkan batasan-batasan dalam ruang lingkup kajian, membantu penulis dalam menentukan fokus yang tepat untuk penelitian ini. Adapun penelitian terdahulu dengan tema kajian yang sama diantaranya adalah sebagai berikut.

Penelitian yang dilakukan oleh Siti Nadia Fatma (2022) dengan judul “*Etika Bermedia Sosial dalam Al-Quran Surah Al-Hujurat Ayat 6, 11-13 dan Relevansinya dengan Pembentukan Akhlakul Karimah*”.²⁵ Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Konsep etika penggunaan media sosial dalam surah al-Hujurat ayat 6, 11-13 yaitu: *Tabayun*, menghormati dan menghargai orang lain, larangan berburuk sangka dan *ghibah*, dan persamaan derajat. Adapun relevansi etika bermedia sosial dengan pembentukan *akhlakul karimah* dalam surah al-Hujurat ayat 6, 11-13 yaitu: (a) Relevansi konsep *tabayun* dengan pembentukan *akhlakul karimah*, (b) Relevansi konsep sikap menghormati dan menghargai orang lain dengan pembentukan *akhlakul karimah*, (c) Relevansi konsep larangan berburuk sangka dan *ghibah* dengan pembentukan *akhlakul karimah*, (d) Relevansi konsep persamaan derajat dengan pembentukan *akhlakul karimah*. Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah

²⁵ Siti Nadia Fatma, ‘Etika Bermedia Sosial Dalam Al-Quran Surah Al-Hujurat Ayat 6, 11-13 Dan Relevansinya Dengan Pembentukan Akhlakul Karimah’ (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam, 2022).

bahwa pada penelitian Fatma, hanya berfokus pada Surah Al-Hujurat ayat 6, 11-13 saja, sedangkan yang dikaji penulis adalah beberapa ayat yang berkaitan dengan etika dalam bermedia sosial.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Jauhar Syarifah (2022) dengan judul *“Etika Bersosial Media Menurut Al-Qur’an (Studi Penafsiran QS. Al-Hujurat [49]:6 dan QS. Al- Nahl [16]: 43)”*.²⁶ Penelitian ini juga hanya berfokus pada dua ayat saja, yang mana menurut Jauhar etika bersosial media berdasarkan hasil analisis terhadap berbagai sumber penafsiran QS. Al Hujurat: 6 dan QS. An-Nahl: 43 adalah: (a) tidak terburu buru dalam meng-*share* atau menerima berita, b) bersikap *tabayyun* sebelum menyebarkan dan menerima berita yang datang, c) melakukan klarifikasi atas berita kepada sumbernya. Hal ini tentunya berbeda dengan yang hendak penulis kaji, dimana penulis mendapati beberapa ayat serta menggunakan riset komparatif sebagai model penelitiannya.

Lalu penelitian yang dilakukan oleh Jumriani, Hamdani Thaha, dan Amalia Harani (2022) dalam artikel jurnal nya yang berjudul *“Etika Berkomunikasi Di Media Sosial Dalam Perspektif Al-Qur’an”*.²⁷ Artikel ini berfokus pada membahas hakikat etika berkomunikasi untuk mendeskripsikan pandangan Al-Quran tentang etika komunikasi di media sosial. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Komunikasi Islam membawa pesan penting tentang cara menyampaikan dan menerapkan nilai-nilai Islam yang bersumber dari Al-Quran dan Hadis dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Dengan kata lain, komunikasi Islam terfokus pada misi dakwah, karena Al-Quran dan Hadis menjadi pedoman utama bagi umat Islam dalam mengatur kehidupan mereka, baik di dunia maupun di akhirat. Komunikasi dianggap baik dan sesuai dengan ajaran agama Islam ketika telah memperhatikan etika komunikasi dari 6Q yakni *Qaulan ma’rufan* (Ungkapan yang baik dan pantas), *Qaulan kariman*

²⁶ Jauhar Syarifah, ‘Etika Bersosial Media Menurut Al-Qur’an (Studi Penafsiran QS. Al-Hujurat [49]:6 Dan QS. Al- Nahl [16]: 43)’ (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2022).

²⁷ Jumriani Jumriani, Hamdani Thaha, and Amalia Harani, ‘Etika Berkomunikasi Di Media Sosial Dalam Perspektif Al-Qur’an’, *MADDIKA : Journal of Islamic Family Law*, 3.2 (2022), 58–68 <<https://doi.org/10.24256/maddika.v3i2.3758>>.

(perkataan yang mulia dan berharga), *Qaulan Maysuran* (perkataan yang ringan dan mudah), *Qaulan balighan* (perkataan yang membekas pada jiwa dan mudah di pahami), *Qaulan layyinan* (perkataan yang lemah lembut), dan *Qaulan sadidan* (perkataan benar, lurus dan jujur). Perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan adalah terletak pada fokus penelitiannya dan ayat-ayat yang dijadikan pembahasan serta berbeda pula dalam metode risetnya.

Artikel jurnal yang berjudul “*Etika Berkomunikasi dalam Menyikapi Berita Bohong di Media Sosial Perspektif Al-Quran Surat An-Nūr*”.²⁸ Artikel ini ditulis oleh Ramdanil Mubarak dan Tutik Hamidah (2022). Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa perspektif Al-Qur’an surat an-Nur ayat 11-16 tentang berita bohong antara lain: orang yang menyebarkan berita bohong mendapat azab, orang menerima berita hendaknya melakukan *tabayyun*, orang yang membawa berita hendaknya mempunyai empat orang saksi, orang yang menyebarkan berita harus mengetahui asal usul berita. Etika berkomunikasi di media sosial hendaknya menghindarkan diri dari menyebarkan berita bohong, selalu berprasangka baik, melakukan *tabayyun* terhadap suatu berita, menghindarkan diri dari perbuatan dusta sehingga terhindar dari dosa. Artikel ini hanya menjabarkan perspektif dari satu surat saja, sedangkan penulis disini mengkaji beberapa ayat dari surat yang berbeda serta dari penafsiran dua *mufassir* yang dikomparasikan sehingga diharapkan mendapatkan pemahaman yang lebih luas.

Selanjutnya artikel jurnal yang ditulis oleh Futihatul Janah dan Apriyadi Yusuf (2020) yang berjudul “*Etika Komunikasi di Media Sosial Melalui Prinsip SMART (Salam, Ma’ruf, dan Tabayyun) Perspektif Al-Quran*”. Tulisan ini menyampaikan bahwa Islam sejak dulu telah mengajarkan prinsip etika komunikasi dalam bermedia sosial yakni dengan prinsip *Qaulan ma’rufan*, *Qaulan kariman*, *Qaulan Maysuran*, *Qaulan balighan*, *Qaulan layyinan*, dan

²⁸ Ramdanil Mubarak and Tutik Hamidah, ‘Etika Berkomunikasi Dalam Menyikapi Berita Bohong Di Media Sosial Perspektif Al-Quran Surat An-Nur’, *MAGHZA: Jurnal Ilmu Al-Qur’an Dan Tafsir*, 7.2 (2022), 1–21 <<https://doi.org/10.24090/maghza.v7i2.5189>>.

Qoulān sadīdan. Selain itu, konsep yang dapat diterapkan dalam bermedia sosial dengan menggunakan konsep SMarT (*Salam, Ma'ruf, Tabayyun*), agar informasi yang di terima bukan merupakan informasi *hoax* yang menyesatkan, isu sara yang mengganggu ketentraman keberagaman umat, bahkan *hate speech* yang melahirkan sikap-sikap intoleran antar sesama masyarakat. Pada artikel ini, pembahasan hanya berfokus pada bagaimana upaya dalam menanggulangi *hoax* dalam penyebaran informasi di media sosial. Lalu karena pembahasannya juga terkait dengan komunikasi, maka prinsip yang didapati kurang lebih sama seperti penelitian Ramdanil dan Tutik (2022) yaitu prinsip 6Q. Sedangkan penelitian yang penulis lakukan adalah hendak mengkaji etika bermedia sosial secara umum dan menyeluruh dengan mengkomparasikan dua penafsiran *mufassir* yang kemudian selanjutnya menjabarkan implementasinya dalam kehidupan bermasyarakat.

Berdasarkan berbagai sumber literatur yang telah diulas sebelumnya, pembahasan memperlihatkan kesamaan namun dianalisis melalui metode dan tujuan yang beragam. Fokus penulis terletak pada perbandingan interpretasi ketiga tafsir kontemporer dengan latar belakang yang berbeda. Selain itu, penulis juga mengidentifikasi adanya ayat-ayat Al-Quran yang belum dibahas terkait dengan tema penelitian ini, sehingga penelitian ini hadir untuk melengkapi dan memperluas wawasan dalam khazanah keilmuan Islam terhadap penelitian-penelitian sebelumnya.