

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Islam merupakan satu-satunya agama di dunia ini yang menjadikan bahasa sebagai alat yang penting untuk memelihara keutuhan dan kemurnian ajarannya. Fungsi bahasa, dalam hal ini merupakan alat pembentukan kepribadian dan di dalam bahasa pula terkandung suatu bentuk kebudayaan. Tidak perlu penjelasan lagi bahwa bahasa mutlak diperlukan dalam mempelajari dan mendalami ilmu pengetahuan. Karena, sebagaimana kita semua ketahui, buku-buku atau kitab-kitab sumber pengetahuan, terutama yang lebih luas dan lebih lengkap pada umumnya masih dimuat dalam bentuk tulisan.¹

Pada zaman sekarang banyak remaja yang sudah kehilangan nilai etika dan moral. Sebenarnya nilai-nilai tersebut tumbuh dari lingkungan kehidupan bermasyarakat. Setiap individu yang dilahirkan dalam lingkungan suatu masyarakat akan bersosialisasi untuk menerima segala aturan-aturan masyarakat yang telah ada. Dalam hal tersebut etika dan moral memiliki peran penting untuk menjalankan hubungan manusia dalam kehidupan bermasyarakat. Karena dengan kedua hal tersebut, manusia akan mendapatkan kedamaian sesama manusia dalam menjalankan kehidupan di lingkungannya. Manusia diciptakan oleh Allah SWT dengan dibekali akal dan pikiran. Dengan kelebihan itu membuat manusia dapat membedakan mana yang baik dan mana yang buruk dalam menjalankan kehidupan sehari-hari.

Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak bisa lepas dari berinteraksi dengan orang lain. Interaksi adalah proses dimana orang-orang berkomunikasi saling mempengaruhi dalam pikiran dan tindakan.² Tetapi tidak selamanya interaksi yang terjadi berjalan dengan baik, ada kalanya dapat menimbulkan hal-hal lain yang negatif.

¹ (Relevansi Bahasa Arab dalam Dakwah : Refleksi atas kedudukan bahasa arab sebagai bahasa Al-Quran (Tinjauan Literatur) | Ath-Thariq: Jurnal Dakwah dan Komunikasi, t.t.)

² (Nasution dkk., t.t.)

Sehingga dalam bergaul manusia harus bisa berkomunikasi dengan baik dan sopan. Berkomunikasi merupakan kebutuhan manusia dalam setiap kegiatan. Terutama dalam bidang lita'arafu, komunikasi memegang peran penting dalam keberagaman tersebut. Dengan komunikasi yang baik dapat menumbuhkan persahabatan dan kasih sayang antar sesama manusia. Selain itu juga dapat membentuk pengertian ketika ada perbedaan. Dalam berkomunikasi tidak hanya terbatas terhadap kata-kata yang terucap saja, melainkan berbagai jenis interaksi, seperti senyuman, anggukan kepala, sikap badan, ungkapan minat, lambaian tangan dan lain sebagainya. Diterimanya pengertian yang sama merupakan kunci dalam berkomunikasi. Di dalam al-Qur'an Allah SWT memerintahkan manusia untuk saling mengingatkan untuk berbuat kebaikan dan menjauhi segala keburukan. Hal tersebut dilakukan seharusnya menggunakan komunikasi dan norma yang baik, sehingga tidak menimbulkan kesalah pahaman sesama manusia. Al-Qur'an merupakan kitab suci bagi umat Islam, di dalamnya mengandung berbagai macam aturan-aturan yang harus dilakukan bagi pemeluknya. Begitu juga tentang komunikasi. Walaupun tidak secara eksplisit masalah komunikasi dijelaskan. Akan tetapi, apabila kita melakukan penelusuran maka ada ayat-ayat yang memberikan gambaran secara umum tentang berkomunikasi. Dengan demikian, sebagai umat Islam maka seharusnya kita menggunakan etika yang tertera dalam al-Qur'an.³

Hukum Islam diturunkan untuk seluruh umat manusia disuatu tempat dan zaman sampai kehidupan alam ini berakhir kelak pada hari kiamat. Hukum Islam memiliki karekteristik yang khas, karena itu ia bersifat universal dan abadi. Hal ini karena selain beribadah yang baik kepada Allah Swt. juga harus baik kepada sesama manusia baik tindakan ataupun perkataan (lisan), Lisan merupakan salah satu nikmat Allah yang diberikan kepada kita. Lisan merupakan anggota badan manusia yang cukup kecil jika dibandingkan anggota badan yang lain. Akan tetapi, ia dapat menyebabkan pemiliknya ditetapkan sebagai penduduk surga atau bahkan dapat menyebabkan pemiliknya dilemparkan ke dalam api neraka. Membiasakan berkata baik atau berdiam dari perkataan buruk menjadi sifat Mukmin sejati. Sebaliknya, perkataan buruk memiliki efek dan tempat yang buruk dalam Islam. Perkataan yang

³ (Trisnawati & Mubarak, 2020)

mencela, mencaci dan sejenisnya tidak hanya dibenci oleh manusia secara fitrah, tetapi juga disalahkan oleh Malaikat. Suatu waktu Rasulullah sedang berkumpul bersama para Sahabat, tiba-tiba datang seseorang mencaci Abu Bakar. Abu Bakar diam dan tidak merespon. Kemudian ia kembali mencaci, Abu Bakar tetap diam dan tidak merespon. Ketiga kali ia kembali mencaci, dan Abu Bakar meresponnya. Maka Rasulullah beranjak meninggalkan majelis. Abu Bakar mengikuti Rasulullah dan bertanya: “Apakah engkau marah kepadaku wahai Rasulullah? Rasulullah menjawab: “Malaikat telah turun dari langit, menyalahkan perkataan orang tadi, namun saat engkau mengomentarnya datanglah setan, dan aku tidak mendatangi tempat jika di sana setan hadir”. (HR. Abu Dawud). Agar kemampuan berbicara yang menjadi salah satu ciri manusia ini menjadi bermakna dan bernilai ibadah, Allah SWT menyerukan umat manusia untuk berkata baik dan menghindari perkataan buruk. Allah SWT berfirman: “Dan katakan kepada hamba-hamba-Ku. “Hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang lebih baik (benar) sesungguhnya syaitan itu menimbulkan perselisihan di antara mereka. Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagi manusia.” (QS.17: 53)

Baiknya keberislaman seseorang bisa dilihat dan diketahui diantaranya dari ucapannya. Satu waktu Rasulullah saw pernah ditanya: “Keislamanan bagaimana yang utama? Beliau menjawab: siapa yang perkataan dan perbuatannya menjadikan orang Islam selamat (tidak terganggu). (HR. Bukhari dan Muslim). Betapa pentingnya menjaga lisan, ia diumpamakan bagai icon dari beragam amal perbuatan seseorang. Rasulullah bersabda: “Setiap kali manusia memasuki pagi hari maka seluruh anggota tubuh merendahkan lisan dan berkata kepadanya: takutlah kepada Allah dalam bersama kami, karena kami tergantung kepadamu, jika kamu baik kami ikut baik, dan jika kamu menyimpang kami jadi menyimpang juga”. (HR. At-Tirmidzi). Menjaga lisan menjadi perbuatan yang amat mulia dalam islam. Karena itu siapa mampu menjaga lisannya, ia berpeluang besar mendapat jaminan rumah di Surga Allah SWT. Sahal bin Sa’ad meriwayatkan bahwa Rasulullah saw bersabda: “Barangsiapa yang menjamin untukku (menjaga) antara dua jenggotnya dan antara dua kakinya, niscaya aku jamin untuknya surga.” (HR. Bukhari). Sebagaimana hati, sejauh mana penjagaan dan pengendalian terhadap lisan, itu menjadi ukuran baik atau buruknya amal seseorang. Maka, antara hati dan lisan

saling berkaitan dan mempengaruhi amal perbuatan. Rasulullah saw bersabda: “Tidak lurus iman seseorang hingga lurus hatinya, dan tidak lurus hati seseorang hingga lurus lisannya”. (HR. Ahmad).

Menjaga lisan berarti tidak berbicara atau berungkap kecuali dengan baik, menjauhi perkataan buruk dan kotor, menggossip (ghibah), fitnah dan adu domba. Menjaga lisan merupakan perkara yang tidak boleh dianggap remeh, karena setiap manusia akan dimintai pertanggungjawaban atas setiap perkataannya. Firman Allah berbunyi: “Tiada suatu ucapanpun yang diucapkannya melainkan ada di dekatnya malaikat pengawas yang selalu hadir”. (QS. Qaaf: 18). Kita dapat melihat contoh ulama yang selalu menjaga lisannya bahkan sampai dalam keadaan sakit. Imam Ahmad pernah didatangi oleh seseorang dan beliau dalam keadaan sakit. Kemudian beliau merintih karena sakit yang dideritanya. Lalu ada yang berkata kepadanya (yaitu Thowus, seorang tabi’in yang terkenal), “Sesungguhnya rintihan sakit juga dicatat (oleh malaikat).” Setelah mendengar nasehat itu, Imam Ahmad langsung diam, tidak merintih. Beliau takut jika merintih sakit, rintihannya tersebut akan dicatat oleh malaikat.⁴

Selain itu dalam Al-Qur’an ada juga larangan untuk melakukan tajassus. Tajassus merupakan tindakan seseorang untuk mencari atau menggali informasi mengenai orang lain yang mempunyai konotasi negatif kemudian disebarluaskan ke khalayak umum.⁵ Perilaku tersebut dilakukan bermaksud untuk menghina orang lain serta menyakiti mentalnya. Larangan untuk melakukan tajassus dijelaskan dalam al-Qur’ān:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بََعْضُكُم بَعْضًا
أَيُّبُ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْنَاهُ وَأَتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ

Wahai orang-orang yang beriman, jauhilah banyak prasangka! Sesungguhnya sebagian prasangka itu dosa. Janganlah mencari-cari kesalahan orang lain dan 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 lagi Maha Penyayang.⁶

⁴ (Puniman, 2018)

⁵ (Juminem, t.t.)

⁶ (Surat Al-Hujurat Ayat 12, t.t.-a)

Menurut Quraish Shihab, kata *tajassus* dalam ayat ini di maknai dengan mata-mata atau usaha menggali informasi secara rahasia. Sedangkan menurut at-Thabari yaitu larangan untuk mencari-cari kejelekan seseorang atau kelompok setelah itu di sebar luaskan ke publik.⁷ Sejalan dengan pendapat di atas, *tajassus* menurut Ibnu Kasir yaitu mencari-cari informasi yang secara umum untuk hal yang tidak baik, dan menurut Al-Marāghī kata *tajassus* mempunyai arti mematai-matai yakni mencari-cari keburukan dan cacat orang lain dengan tujuan mengetahui aib-aibnya.⁸ Ditambah dengan pesatnya perkembangan teknologi menjadikan informasi lebih mudah untuk dicari.

Dewasa ini, masyarakat Indonesia telah mengalami lonjakan penggunaan internet dan media sosial. Data dari *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2025* menunjukkan bahwa pada tahun 2025, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 212 juta jiwa, sementara pengguna aktif media sosial mencapai 143 juta jiwa dari total jumlah penduduk sebesar 285 juta jiwa.⁹ Dalam hal spesifiknya, terdapat beberapa situs web yang banyak dikunjungi oleh orang-orang di Indonesia pada tahun 2025. Tiktok, sebagai media sosial, menempati peringkat ke-sebelas dengan total 81,9 juta pengunjung, sedangkan Instagram berada di peringkat ke-tujuh dengan total 137 juta pengunjung. Dalam kategori *e-commerce*, Shopee.co.id dan Tokopedia.com menduduki peringkat ke-delapan dan ketigabelas dengan masing-masing 120 juta pengunjung untuk Shopee.co.id dan 66,4 juta pengunjung untuk Tokopedia.com. Tren ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam akses dan penggunaan media sosial oleh masyarakat, yang menandai peralihan ke era masyarakat digital. Namun, seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial, masyarakat dihadapkan pada berbagai masalah sosial yang memiliki implikasi sosial terhadap agama. Hal ini terlihat di ruang-ruang digital, dimana media sosial bukan hanya menjadi arena persaingan untuk menentukan kebenaran, tetapi juga dimanfaatkan oleh kelompok tertentu untuk memperkuat konflik. Ruang digital saat ini cenderung didominasi oleh nilai-nilai keagamaan yang cenderung eksklusif. Bahkan, cara intoleransi di masa kini

⁷ (Lutfi, 2020)

⁸ (Terjemah Tafsir Al-Maraghi, Jilid 9 | PERPUSTAKAAN UMSU, t.t.)

⁹ (Maddalena, 2025)

mengalami perubahan dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk menyebarkan pesan propaganda. Hal ini menunjukkan adanya evolusi dalam metode penyebaran intoleransi yang semakin berkembang dengan teknologi informasi modern.¹⁰

Media telah membingkai praktik sosial budaya dalam masyarakat menjadi dinamika dalam masyarakat itu sendiri, budaya serta media menggambarkan fakta bahwa sebuah realitas yang dimediasi (*mediated realities*) bukan hanya terdiri dari konteks komunikasi massa, lebih daripada itu ialah proses hamper keseluruhan aspek kehidupan. Pemahaman ini yang menjadi dasar bahwasannya media bukan hanya lagi sekedar medium, melainkan sebuah alat yang memiliki kemampuan menanamkan pesan tersendiri, artinya media dapat membuat pesan diluar dari yang hanya ingin disampaikan oleh komunikator. Beberapa ahli memiliki perbedaan pendapat terkait konsep seperti *medialization*, *mediation*, serta *mediatization* ini merupakan indikasi dari adanya pembaharuan tradisi serta pendekatan berbeda. Dalam tatanan masyarakat, konsep mediatisasi merupakan proses dimana masyarakat mengalami peningkatan derajat aktivitas atau keterlibatan dalam media beserta seperangkat “aturan main” yang berlaku. Proses ini didukung oleh dualitas media yang telah semakin terintegrasi dalam operasi institusi sosial lain dalam kehidupan manusia. Dalam prespektif komunikasi ada sebuah teori yang bernama “*medium theory*” yang memandang bahwasannya implikasi media atas kesadaran sosial bermuara pada kecenderungan mereka untuk mengeskpos “*frontstage*” dan “*backstage*” pada suatu tindakan sosial, kultural, dan politik. Disisi lain, sebuah klaim mengatakan bahwa efek media berada pada modernitas adalah perannya dalam meruntuhkan klaim kebenaran tradisional. Dalam keagamaan, fenomena mediatisasi agama ditandai dengan fakta bahwa media memiliki potensi besar sebagai sumber informasi penting terkait urusan keimanan, hal ini berimplikasi pada perubahan mendasar bagi kehidupan beragama, meskipun sejatinya media tidak memiliki intensi maupun tanggungjawab dalam menyebarkan pandangan dari suatu keyakinan. Kebanyakan representasi media atas agama tidak berasal dari

¹⁰ (Fadli, 2023)

agama institusional atau berhubungan dengan teks keagamaan, sehingga validitasnya dipertanyakan kebenarannya.¹¹

Oleh karena itu, mediatisasi agama sebagai teori dibuat berdasarkan asumsi mendasar diantaranya: *Pertama*, media telah bertransformasi sehingga memiliki *bargaining positive* yang lebih kuat berhadapan dengan agama baik sebagai teks, tokoh, maupun intruksi. *Kedua*, media tidak lagi berada diluar masyarakat tetapi telah menyatu dalam seluruh aspek kehidupan bermasyarakat termasuk agama. *Ketiga*, kekuatan logika media lebih dominan sehingga berdampak pada kontruksi makna dan praktik agama yang sering berbeda. *Keempat*, media bersifat publik, estetis, dan bernuansa *entertainment* berdampak pada representasi agama serta bersifat publik sehingga dalam jangka panjang dapat berstruktur sebagai perilaku keagamaan di tingkat masyarakat. *Kelima*, seluruh perubahan merupakan proses keberlanjutan sehingga media akan terus melahirkan pemahaman baru tentang agama. Oleh sebab itu, di satu sisi mediatisasi agama merupakan gambaran dimana media semakin aktif dan kreatif dalam melakukan transmisi dan representasi agama dalam media (*religion in media*) yang berdampak bagi penganutnya baik sebagai individu maupun kelompok. Di sisi lain, mediatisasi agama juga merupakan sebuah fenomena yang menggambarkan media sebagai agama (*religion as media*), yaitu berasumsi media sebagai situs keagamaan dimana masyarakat mendapat makna agama melalui berbagai jenis keterlibatan tertentu, dengan batasan tertentu. Lebih jauh seluruh praktik ini akan memiliki implikasi melahirkan cara baru dalam praktik dan ekspresi keagamaan.¹²

Dengan mediatisasi tersebut salah satu cara yang sudah banyak diterapkan adalah dakwah. Dakwah mencakup upaya mengajak, menyampaikan, atau menyeru masyarakat agar secara sadar memahami, menerima, dan mengamalkan ajaran agama. Tujuannya adalah untuk membangkitkan potensi fitrah dan mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat. Munawwir menekankan bahwa istilah dakwah, jika dilihat dari isim mashdarnya, mencakup arti memanggil, mengundang, meminta tolong, meminta, dan memohon.¹³ Dakwah merupakan ajaran agama yang

¹¹ (Fakhrurroji, 2021)

¹² *Ibid.*

¹³ (Nurfitri & Arzam, 2022)

membawa rahmat bagi umat manusia dan memuat nilai-nilai positif seperti ketentraman, rasa aman, dan kesejukan (al-amn). Dalam praktik dakwah, penting untuk memperhatikan dua aspek, yaitu substansi dan format dakwah (isi dan bentuk), mencakup pesan yang disampaikan dan metode penyampaian dakwah (esensi dan metode). Meskipun keduanya tidak dapat dipisahkan, isi dan pesan dakwah memiliki dimensi universal yang tidak terikat oleh ruang dan waktu tertentu.¹⁴ Ghazali mendefinisikan dakwah sebagai proses penyampaian ajaran agama Islam dengan tujuan mendorong umat Islam agar melaksanakan perintah agama dengan sepenuh hati. Dakwah adalah proses ajakan kepada seseorang untuk beriman kepada Allah dan rasul-Nya, dengan cara membenarkan segala sesuatu yang telah disampaikan serta melakukan perintah agama. Pentingnya dakwah dalam perspektif Islam dijelaskan sebagai kewajiban bagi setiap pemeluk agama Islam. Oleh karena itu, dakwah menjadi kegiatan menyampaikan segala bentuk ajaran agama Islam dengan mengajarkan kebaikan melalui ajakan atau seruan kepada seluruh umat Islam dengan syariat-syariat Islam.¹⁵ Dakwah juga merupakan bagian dari komunikasi profetik, mengandung ajaran-ajaran Islam yang mengacu pada sunnah Nabi Muhammad Saw dan isi Al-Qur'an. Nabi Muhammad SAW menyebarkan ajaran Islam ke seluruh dunia melalui dakwah, yang dapat dilakukan melalui lisan maupun perbuatan. Dakwah lisan dapat berupa ceramah, ajakan untuk berbuat baik, seruan agar umat Islam selalu beribadah kepada Allah, mengingatkan untuk selalu berbuat baik dan berkata jujur, menjauhi perbuatan buruk, dan melaksanakan perbuatan baik.¹⁶

Tujuan utama dakwah adalah menciptakan kesejahteraan dan kebahagiaan manusia di dunia dan akhirat dengan ridha Allah Swt. Shohib menjelaskan bahwa dakwah bertujuan membentuk masyarakat Islam menjadi masyarakat dengan predikat Khairu Ummah, yaitu masyarakat dengan aqidah yang benar dan kuat dalam segi ekonomi, sosial politik, dan kultural. Tujuan dakwah adalah menjadikan manusia Muslim, tunduk dan berserah diri hanya kepada Allah Swt., dengan fungsi mengajak dan menyeru umat manusia kepada kehidupan yang sempurna dalam

¹⁴ (R. Wahyuni & Harahap, 2023)

¹⁵ (C. S. Wahyuni, 2022)

¹⁶ (Romli, 2019)

berbagai aspek. Secara umum, dakwah terfokus pada perbaikan Aqidah dan implikasinya, menjadi misi utama para nabi dan utusan Allah Swt.¹⁷ Objek dakwah adalah tujuan utama yang ingin dicapai melalui dakwah. Objek dakwah terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang tersegmentasi dan terklasifikasi berdasarkan usia, jenis kelamin, kemampuan berfikir, cara berfikir, tingkat pendidikan, status sosial, wilayah, dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini, objek dakwah melibatkan seluruh umat Islam, termasuk yang menggunakan media sosial untuk mendapatkan informasi terkait dengan keagamaan.¹⁸

Seiring dengan kemajuan teknologi, para Da'i yang melakukan dakwah telah berhasil menyesuaikan diri dengan perkembangan tersebut. Hal ini terbukti dengan penggunaan media sebagai sarana efektif dalam kegiatan dakwah. Media menjadi salah satu alat utama untuk menyampaikan pesan dakwah, terutama media baru yang telah mengubah bentuk media melalui konvergensi.¹⁹ Peran media dalam dakwah berfungsi sebagai alat penyampai pesan dakwah, baik melalui komunikasi verbal maupun non-verbal. Dakwah verbal dapat berupa ceramah, tulisan keagamaan dalam bentuk artikel atau jurnal, status dalam media sosial, meme, dan lain sebagainya. Di sisi lain, dakwah non-verbal mencakup sikap dan perilaku yang ditunjukkan oleh para Da'i kepada mad'u (orang yang didakwahi) sebagai contoh perbuatan baik, memberikan pemahaman mengenai apa yang baik dan buruk, serta mengajarkan tindakan yang sebaiknya dilakukan atau dihindari. Fungsi ini menjadikan media memiliki peranan yang sangat penting dalam melaksanakan dakwah, sebagaimana dijelaskan oleh Jumantoro bahwa dakwah adalah upaya mengajak kepada kebaikan melalui komunikasi lisan, tulisan, tingkah laku, dan bentuk-bentuk lainnya, baik dilakukan secara sadar maupun terencana, dengan tujuan mempengaruhi orang lain, baik secara individual maupun kelompok, agar mereka memahami, menghayati, dan mengamalkan ajaran agama sebagai pesan yang disampaikan tanpa unsur paksaan.²⁰ Namun, seiring dengan adanya konvergensi media, banyak umat Islam beralih dari sumber dakwah tradisional, seperti televisi atau radio, menuju media sosial. Pesona media sosial mampu

¹⁷ Romli, *Ibid*

¹⁸ (Kholid, 2017)

¹⁹ (Perssela dkk., 2022)

²⁰ Nurfitria dan Arzam, *Op.Cit.*

memikat pengguna dan bahkan menjadi konsumsi massif. Saat ini, hampir setengah dari pengguna media sosial berasal dari berbagai latar belakang masyarakat, yang dapat mengakses berbagai informasi termasuk politik, seni, sosial, budaya, dan agama. Oleh karena itu, dalam menghadapi fenomena ini, Da'i perlu bersaing untuk tetap menyebarkan kebaikan dan menyebarluaskan ajaran agama Islam tanpa tertinggal oleh perkembangan zaman. Oleh karena itu, perlu adanya pembaruan dalam hal peningkatan kemampuan teknologi modern.²¹ Beberapa orang memiliki persepsi bahwa para pendakwah cenderung kuno, tua, dan tidak bersedia berubah, dengan anggapan bahwa mereka memiliki pemikiran konservatif dan kurang antusias terhadap perubahan. Namun, perlu dicatat bahwa kenyataannya, banyak pendakwah saat ini berasal dari kalangan milenial, dan bahkan yang lebih dewasa juga telah memahami cara yang bijak dalam menggunakan media sosial sebagai sarana berdakwah. Dakwah dapat dilakukan di berbagai tempat dan melalui berbagai media, selama tetap sesuai dengan ajaran dan syari'at Islam serta menjunjung tinggi nilai-nilai, norma, aturan, dan petunjuk yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Al-Hadis.²² Sebagai contoh, pendakwah dapat memulai kegiatan berdakwah dengan membuat konten. Konten yang disebarakan melalui media sosial memiliki peranan penting, karena di dalamnya mengandung strategi dan teknik pemasaran, serta alasan bagaimana tampilan konten dapat disajikan semenarik dan sekreatif mungkin untuk menarik perhatian pengguna media. Dengan pendekatan ini, tidak ada batasan untuk memastikan bahwa pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.²³

Dibalik sisi positif dari media sosial tersebut, terdapat pula sisi negatif berupa hilangnya batasan antar individu karena kehidupan seolah merupakan konsumsi bersama, sebuah fenomena dewasa ini di beberapa *platform* media sosial seperti X (dahulunya Twitter) serta Tiktok banyak mengandung perbincangan terkait isu yang belum tentu kebenarannya atau biasa disebut gosip atau dalam islam biasa dikenal dengan istilah ghibah. Ghibah dalam media sosial merupakan evolusi dari perbincangan di dunia nyata namun skala nya lebih besar karena semua orang

²¹ (Hotmian, 2024)

²² Romli, *Op.Cit.*

²³ Kholid, *Op.Cit.*

dapat bergabung bahkan sama-sama memberikan suatu pandangan, meskipun tidak disebutkan secara eksplisit bahwa hal tersebut ghibah atau gosip melainkan dengan kata-kata yang lebih halus yaitu “*spill the tea*”. *Spill the tea* adalah idiom bahasa gaul (*slang*) yang berarti membocorkan gosip, rahasia, atau informasi menarik. Istilah ini berasal dari budaya *drag queen* dan komunitas LGBTQ+ di Amerika Serikat, khususnya dalam *African American Vernacular English* (AAVE) pada tahun 1980-an/1990-an. “*Tea*” (teh) awalnya berasal dari huruf “T”, singkatan dari Truth (kebenaran).²⁴ Asal-usul Istilah (T/Truth): Awalnya, frasa ini berbunyi *spill the T* (membocorkan kebenaran). Dalam budaya *drag* kulit hitam, “T” atau *tea* digunakan untuk merujuk pada informasi rahasia atau gosip yang sesungguhnya. Huruf “T” kemudian berkembang menjadi homofon “*tea*” (teh) agar terdengar lebih jenaka dan santai, mengacu pada situasi bergosip sambil minum teh (terinspirasi dari adegan bergosip di *talk show* seperti Wendy Williams). Kemudian istilah ini juga dikaitkan dengan idiom Inggris lama *spill the beans* (membocorkan rahasia), namun *spill the tea* lebih spesifik merujuk pada gosip personal atau informasi sensasional. Istilah ini populer melalui buku (*Midnight in the Garden of Good and Evil*), acara televisi (*RuPaul's Drag Race*), dan tersebar luas ke arus utama melalui media sosial seperti TikTok dan X.²⁵

Fenomena *spill the tea* ini lebih lanjut akan berkembang pada sebuah gangguan psikologi berupa *voyeurisme*. Voyeurisme atau mengintip merupakan budaya yang muncul di kalangan masyarakat yang memiliki kaitan dengan konsumsi visual atau menonton. Adanya *voyeurism* terbentuk dari keinginan dalam diri untuk mengetahui kehidupan orang lain. Adanya rasa ingin tahu yang mengarah pada hal-hal yang melanggar hak privasi orang lain. Hingga saat ini, *voyeurism* menjadi “budaya” yang sulit untuk dihilangkan dan sudah menjadi kebiasaan pada hampir sebagian masyarakat.²⁶ Kegiatan mengintip memang bukan hal yang sama sekali baru. Namun, keberadaan media memfasilitasi proses tersebut. Praktik mengintip tidak dapat dilepaskan dari keberadaan media sosial, dan terutama fasilitas yang disediakan. Fasilitas menyediakan sarana bagi pengintip untuk

²⁴ (What is *Spill the tea*? Meaning and usage of idiom, t.t.)

²⁵ (What Does “*Spill Some Tea*” in a Conversation Mean?, t.t.)

²⁶ (Sofiyanti & Rianto, 2021)

memuaskan hasrat mereka, sedangkan bagi korban (subjek yang diintip) maka media sosial menyediakan sarana untuk memamerkan diri. Pameran inilah yang membuka ruang bagi proses pengintipan tersebut. *voyeurism* dapat terjadi karena motif atau dorongan dari dalam diri pelaku seperti rasa suka saat mengamati orang lain. Namun, dapat dipicu oleh kondisi atau konteks lain yang mendukung seperti dari konten yang mereka dapat di media sosial. Hingga saat ini, *voyeurism* sulit untuk dihilangkan dan sudah menjadi kebiasaan pada hampir sebagian masyarakat.²⁷ *voyeurism* berkembang menjadi budaya seperti adanya media sosial dengan berbagai fiturnya mendukung para pelaku melakukan aktivitas *voyeurism*. Motif yang muncul direalisasikan dengan menggunakan fitur-fitur yang tersedia di Instagram seperti feeds dan instastory, yang mana tempat konten tersebut berasal. Selanjutnya mereka menggunakan fitur *send to*, *save*, *direct message*, *like*, dan *comment*.

Kegiatan tersebut dapat menimbulkan sebuah kegaduhan di kalangan netizen atau warganet berupa *digital vigilantisme* apabila pelaku dari *voyeurism* melakukan aksinya bukan pada kaumnya. *Digital vigilantism* adalah aksi main hakim sendiri secara daring di mana warganet secara kolektif mengawasi, menyelidiki, dan menghukum individu atau kelompok yang dianggap melanggar norma sosial/hukum. Fenomena ini memanfaatkan media sosial untuk *doxing* (membocorkan data pribadi), mempermalukan (*naming and shaming*), dan perundungan siber (*trolling*) sebagai respon atas ketidakpercayaan terhadap aparat penegak hukum.²⁸ Aksi ini tidak dibenarkan oleh hukum namun di Indonesia kepuasan terhadap penegakkan hukum yang rendah menjadikan aksi ini menjadi marak dilakukan terhadap sesuatu yang dianggap menyimpang.

Dalam konteks ini, *vigilantisme digital* dapat dilihat sebagai suatu bentuk aktivitas nyata dimana individu terlibat dalam aktivitas *online* yang meniru perilaku *vigilantisme konvensional* namun didorong oleh kondisi lingkungan digital yang tidak nyata.²⁹ Tindakan-tindakan ini seringkali dimotivasi oleh keinginan untuk memperbaiki ketidakadilan yang dirasakan atau menegakkan ketertiban moral di

²⁷ (Aji & Tohir, 2020)

²⁸ (Trottier, 2017)

²⁹ (Astuti, 2023)

ruang digital. Namun, bentuk vigilantisme digital ini berbeda dari vigilantisme konvensional karena ia beroperasi dalam ranah simulasi dan representasi, bukan dalam dunia fisik. Dalam konteks hiperealitas, vigilantisme digital dapat dilihat sebagai ekspresi kecenderungan simulasi menggantikan kenyataan. Ruang digital menampilkan banyak simulasi, mulai dari berita palsu hingga gambar yang dimanipulasi, yang dapat menimbulkan kebingungan mengenai mana yang nyata dan mana yang tidak.³⁰

Dari fenomena *spill the tea* tersebut apabila ditinjau secara Islamiyah, sangat bertentangan dengan konsep *Irdh* (Arab: العرض) Dalam literatur klasik, istilah al-‘ird (العرض) secara leksikal berarti kehormatan diri, nama baik, dan harga diri seseorang yang harus dijaga dari segala bentuk celaan, fitnah, atau pelecehan.³¹ Secara terminologis, al-‘ird dalam konteks hukum Islam termasuk dalam lima perlindungan pokok maqāṣid al-syarī‘ah (al-ḍarūriyyāt al-khamsah), yaitu ḥifẓ al-dīn, ḥifẓ al-naḥs, ḥifẓ al-‘aql, ḥifẓ al-nasl, dan ḥifẓ al-māl. Sebagian ulama, termasuk al-Syātibī, menyebutkan bahwa ḥifẓ al-‘ird merupakan bagian yang inheren dalam perlindungan ḥifẓ al-nasl, tetapi juga memiliki dimensi mandiri karena berkaitan dengan integritas moral dan sosial seseorang.³² Menurut al-Syātibī, maqāṣid al-syarī‘ah bertujuan untuk “memelihara keberlangsungan tatanan kehidupan manusia dalam rangka kemaslahatan dunia dan akhirat” (هــلـلـصـ قـمـادـتـسـاـو قـمـلأ مـاـظـن ظـفـح عـيـر شـل) (ا دصا قم) dan di dalamnya, ḥifẓ al-‘ird adalah perlindungan terhadap martabat dan kehormatan manusia agar tidak ternoda oleh perilaku yang merendahkan nilai kemanusiaannya. Dalam kerangka ini, al-‘ird tidak hanya bermakna moralitas seksual, tetapi juga meliputi izzah (kemuliaan), karāmah (martabat), dan perlindungan dari tindakan yang menistakan nama baik.³³

Secara struktural, ḥifẓ al-nasl (لسن ل ا ظفح) berfokus pada pelestarian keturunan dan legitimasi nasab, yaitu menjaga keberlanjutan generasi yang sah secara syar‘i. Sementara ḥifẓ al-‘ird menitikberatkan pada penjagaan martabat individu dan keluarga dari perbuatan yang menodai kehormatan, seperti zina,

³⁰ (Barroso, 2022)

³¹ (Marcelino dkk., 2025)

³² (Hidayatullah, 2018)

³³ Hidayatullah, *Ibid.*

tuduhan palsu, atau perilaku amoral yang merusak reputasi seseorang. Dengan demikian: ḥifẓ al-nasl melindungi struktur biologis dan legalitas nasab; ḥifẓ al-‘ird melindungi struktur moral dan sosial dari kehinaan. Namun, keduanya saling terkait erat: menjaga kehormatan (al-‘ird) merupakan syarat moral bagi pelestarian keturunan (al-nasl). Tanpa kehormatan, keturunan kehilangan legitimasi sosial dan spiritualnya; tanpa keturunan yang sah, kehormatan keluarga menjadi tercemar. Oleh karena itu, dalam maqāṣid al-syarī‘ah, kedua maqṣad ini berjalan paralel sebagai dua sisi perlindungan eksistensial manusia.³⁴

Menjaga kerahasiaan atas kekurangan orang lain merupakan bentuk nyata dari upaya memuliakan martabat kemanusiaan dalam tatanan sosial yang beradab. Tindakan menutup aib ini berfungsi sebagai benteng kokoh yang melindungi kehormatan seseorang agar tetap terjaga dari penghakiman publik yang sering kali tidak objektif. Dengan tidak menyebarkan keburukan sesama, kita memberikan ruang bagi individu tersebut untuk berbenah dan memperbaiki diri tanpa harus merasa tertekan oleh beban sosial. Sikap bijak ini mencerminkan kedewasaan karakter seseorang dalam menghargai privasi sekaligus mempererat tali persaudaraan yang didasari rasa saling percaya. Menahan diri untuk tidak mengumbar cela adalah investasi moral jangka panjang yang mampu menjaga harmoni serta kemurnian nama baik kolektif. Ketika kita memilih untuk diam atas kesalahan orang lain, kita sebenarnya sedang membangun ekosistem masyarakat yang lebih empati dan jauh dari budaya fitnah. Menutup aib juga mencegah munculnya permusuhan yang berakar dari rasa malu atau dendam akibat harga diri yang terinjak-injak di depan umum. Hal ini menjadi bukti bahwa kehormatan sejati tidak hanya terletak pada kebaikan diri sendiri, tetapi juga pada kemampuan kita menjaga kehormatan orang lain. Pada akhirnya, sikap ini akan berbalik pada diri kita sendiri, di mana orang lain pun akan merasa enggan untuk mencari-cari kesalahan yang kita miliki. Dengan demikian, menjaga lisan dari membicarakan keburukan adalah pilar utama dalam menciptakan kehidupan yang penuh kedamaian dan rasa hormat.

³⁴ Hidayatullah, *Ibid*.

Beberapa hadist menyebutkan bahwasannya menutup aib menegaskan siapa pun yang menutupi aib seorang Muslim, Allah akan menutupi aibnya di dunia dan akhirat, serta memberikan pertolongan selama ia menolong saudaranya. Ini adalah perbuatan mulia yang menjaga kehormatan sesama. Rasulullah ﷺ bersabda

مَنْ سَتَرَ مُسْلِمًا سَتَرَهُ اللَّهُ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ:

Barang siapa menutupi (aib) seorang muslim, Allah akan menutupi (aib)nya di dunia dan di akhirat.” (HR. Muslim no. 2699).³⁵

Menutupi bukan berarti membenarkan dosa, tapi bentuk kasih sayang agar seorang hamba masih punya ruang untuk bertobat. Para ulama menyebut hal ini sebagai *الإفالة عن العثرات* (*iqālatul ‘atsarāt*) yaitu memaafkan dan menutupi kesalahan orang yang tergelincir, selama tidak berkaitan dengan pelanggaran hukum Allah. Seringkali pengguna media sosial mudah menekan tombol *share*, tapi jarang menekan tombol tahan dulu, pikir dulu. Padahal dalam Islam, menjaga kehormatan sesama muslim adalah ibadah yang besar.

Dalam islam para ulama menjelaskan bahwa manusia terbagi menjadi 2 golongan. Pertama orang yang menjaga kehormatannya dan tidak kenal dosa, Jika ia tergelincir dalam kesalahan, maka tidak boleh aibnya disebar. Ia lebih butuh nasihat, bukan penghakiman. Rasulullah ﷺ bersabda:

أَقْبِلُوا دَوِيَّ الْهَيْبَاتِ عَثَرَاتِهِمْ إِلَّا الْخُدُودَ

Maafkanlah kesalahan orang-orang yang berakhlak baik di antara kalian, kecuali dalam perkara hukum Allah.” (HR. Abu Dawud no. 4375, an-Nasa’i no. 4887).³⁶

Kedua orang yang terang-terangan berbuat dosa dan bangga dengan maksiatnya, Untuk mereka, masyarakat tidak boleh menormalisasi perbuatannya. Namun tetap dengan adab, bukan dengan cercaan, hujatan, atau perundungan. Sayangnya, di zaman ini, banyak orang lebih sibuk mencari kesalahan orang lain, sementara lupa bahwa dirinya pun memiliki dosa yang Allah masih tutupi. Menutupi aib bukan kelemahan, tapi tanda keimanan dan kasih sayang. Ibnu Hajar al-Asqalani -rahimahullah- menjelaskan dalam Fath al-Bari, bahwa makna “menutupi” dalam hadis di atas mencakup dua hal:

³⁵ (Anshori, 2025)

³⁶ (Anshori, 2025)

1. Menjaga kehormatan orang yang berbuat salah agar tidak rusak di mata manusia.
2. Tidak menyebarkan kesalahannya agar ia punya kesempatan memperbaiki diri.

Rasulullah ﷺ juga bersabda:

لَا يَسْتُرُ عَبْدٌ عَبْدًا فِي الدُّنْيَا إِلَّا سَتَرَهُ اللَّهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ

Seorang hamba tidak menutupi (aib) saudaranya di dunia, kecuali Allah akan menutupi aibnya di Hari Kiamat.” (HR. Ahmad no. 19891, dinilai sahih oleh Al-Albani).³⁷

Setiap kali kita menahan diri dari menjelekkan orang lain, sebenarnya kita sedang menyiapkan perlindungan Allah untuk diri kita sendiri.

Dewasa ini Fenomena bangga memamerkan aib di ruang digital merupakan dampak langsung dari komodifikasi privasi, di mana batas antara ruang personal dan publik telah melebur demi mengejar metrik popularitas yang instan. Dalam ekosistem media sosial yang haus akan atensi, kejujuran yang brutal termasuk pengakuan dosa atau skandal sering kali dianggap sebagai bentuk "autentisitas" yang lebih dihargai oleh audiens daripada pencitraan yang sempurna namun terasa palsu. Pergeseran dari *shame culture*, yang dulunya mengandalkan sanksi sosial komunitas untuk menjaga kehormatan, kini bermutasi menjadi budaya yang merayakan eksposur diri karena rasa malu telah kalah oleh dopamin hasil dari jumlah *likes* dan *views*. Validasi sosial kini tidak lagi bersumber dari reputasi moral yang terjaga, melainkan dari sejauh mana seseorang mampu menjadi pusat pembicaraan, meskipun itu berarti harus mengorbankan martabat atau privasi orang lain. Secara psikologis, dorongan untuk "curhat" secara terbuka di *platform* publik memberikan rasa lega semu yang didukung oleh komunitas digital yang cenderung permisif dan sering kali menormalisasi perilaku menyimpang sebagai bentuk kebebasan berekspresi. Akibatnya, rasa bersalah dalam *guilt culture* yang seharusnya bersifat internal pun terkikis karena individu merasa mendapatkan pembenaran dari massa yang memiliki nilai serupa, sehingga standar moral kolektif pun ikut bergeser. Algoritma *platform* yang memprioritaskan konten kontroversial secara tidak langsung memberi insentif ekonomi bagi mereka yang berani mengeksploitasi sisi gelap kehidupan mereka, menciptakan siklus di mana aib

³⁷ (Anshori, 2025)

dipandang sebagai aset pemasaran yang sangat menguntungkan. Fenomena ini juga mencerminkan hilangnya rasa malu secara sistematis karena individu merasa terlindungi oleh layar gawai, yang menciptakan jarak emosional terhadap dampak nyata dari kata-kata atau tindakan mereka di dunia fisik. Pada akhirnya, ketika "viralitas" menjadi mata uang utama dalam struktur sosial modern, integritas pribadi sering kali dikorbankan demi mendapatkan pengakuan dari jutaan orang asing yang sebenarnya tidak peduli secara mendalam. Transformasi nilai ini menandakan era baru di mana privasi bukan lagi sesuatu yang harus dijaga dengan sakral, melainkan komoditas yang siap dilelang kepada penawar tertinggi dalam pasar perhatian global yang tidak pernah tidur.

Salah satu isu yang menjadi topik paling menarik di media sosial adalah isu terkait perselingkuhan baik dari *public figure* maupun orang biasa, perselingkuhan dapat terjadi diakibatkan oleh beberapa sebab dalam rumah tangga yang notabene bukan merupakan urusan orang lain. Isu perselingkuhan telah bertransformasi menjadi komoditas paling laku di media massa karena ia mengeksploitasi naluri dasar manusia yang cenderung tertarik pada konflik moral dan drama emosional yang ekstrem. Secara psikologis, publik memiliki kecenderungan *voyeurism* digital, yaitu keinginan untuk mengintip kehidupan privat orang lain, yang dalam kasus perselingkuhan, memberikan sensasi "hiburan" sekaligus penghakiman moral yang memicu dopamin. Berita perselingkuhan sering kali digunakan oleh media sebagai alat pendulang klik (*clickbait*) karena algoritma *platform* digital sangat memprioritaskan konten yang memicu amarah (*outrage*) dan perdebatan sengit di kolom komentar. Membaca atau menonton konten perselingkuhan membuat audiens merasa berada di posisi moral yang lebih tinggi (*moral high ground*). Menghujat pelaku selingkuh memberikan kepuasan ego seolah-olah penonton adalah individu yang lebih setia dan beretika.³⁸ Banyak orang merasa terwakili rasa sakit hatinya melalui kisah orang lain. Mereka meluapkan emosi pribadinya terhadap trauma masa lalu dengan cara menyerang subjek yang sedang viral, di era yang mana perhatian adalah mata uang, skandal seks dan pengkhianatan jauh lebih menarik bagi massa dibandingkan isu kebijakan publik atau ekonomi yang

³⁸ (Nasiru dkk., 2023)

kompleks, sehingga media terus memproduksi narasi serupa demi menjaga performa iklan karena hampir setiap orang pernah merasakan atau takut akan pengkhianatan, isu ini memiliki daya tarik universal yang menjangkau semua lapisan sosial-ekonomi. Dalam konteks politik, isu perselingkuhan pesohor sering kali menjadi "tabir asap" yang efektif untuk mengalihkan perhatian publik dari isu-isu kenegaraan yang lebih krusial namun membosankan.³⁹

Algoritma media sosial beroperasi layaknya sebuah mesin predator yang tidak mengenal etika, di mana mekanisme utamanya berfokus sepenuhnya pada eksploitasi emosi pengguna untuk memperpanjang durasi penggunaan aplikasi. Ketika konten kontroversial seperti pengkhianatan atau pembongkaran aib pribadi muncul, sistem kecerdasan buatan segera mendeteksi lonjakan aktivitas yang tidak biasa melalui metrik kecepatan interaksi pada menit-menit awal. Konten semacam ini memicu reaksi amarah dan perdebatan sengit di kolom komentar, yang oleh algoritma diterjemahkan sebagai sinyal "kualitas tinggi" karena mampu memaksa pengguna untuk berhenti menggulir layar dan mulai mengetik balasan. Secara teknis, setiap kali terjadi perdebatan antara kubu yang pro dan kontra, algoritma akan terus menyuapi kedua belah pihak dengan konten serupa guna menciptakan lingkaran setan keterlibatan yang disebut dengan *engagement loop*.⁴⁰

Sistem ini juga memanfaatkan pemrosesan bahasa alami untuk mengelompokkan kata kunci populer yang sedang memicu sensitivitas publik, lalu secara agresif mendorong narasi tersebut ke beranda pengguna yang memiliki kecenderungan psikologis serupa. Melalui analisis perilaku, algoritma memahami bahwa manusia jauh lebih rentan terhadap godaan voyeurisme digital dan kepuasan semu dari menghakimi moralitas orang lain dibandingkan dengan mengonsumsi konten edukatif yang tenang. Hal ini menciptakan ilusi viralitas yang terakselerasi, di mana skandal diprioritaskan untuk tampil di urutan teratas demi mengejar keuntungan iklan dari trafik yang meledak. Pada akhirnya, algoritma bukan sekadar penyaring informasi, melainkan kurator yang secara aktif membentuk realitas sosial dengan cara memonetisasi sisi tergelap dari rasa ingin tahu manusia.

³⁹ (Anggy, 2020)

⁴⁰ (Hikmah Febryan dkk., 2024)

Dalam ekosistem digital, isu perselingkuhan bekerja layaknya bahan bakar oktan tinggi bagi mesin algoritma karena ia menyentuh titik saraf emosional yang paling primitif dalam diri manusia. Ketika sebuah unggahan mengenai pengkhianatan muncul, algoritma segera menangkap sinyal *negativity bias*, yaitu kecenderungan otak manusia untuk lebih cepat bereaksi terhadap ancaman sosial atau pelanggaran norma dibandingkan berita baik. Kecepatan viralitas ini didorong oleh mekanisme *shareability* yang luar biasa tinggi, di mana audiens merasa perlu untuk segera menyebarkan "peringatan" atau sekadar bergosip, yang oleh sistem dibaca sebagai bukti bahwa konten tersebut memiliki relevansi universal. Algoritma kemudian secara otomatis memperluas jangkauan konten tersebut melampaui lingkaran pertemanan pengunggah, mendorongnya ke ranah publik yang lebih luas karena adanya jaminan bahwa isu perselingkuhan akan memicu durasi tonton yang lama; orang akan cenderung memperhatikan setiap detail foto, tangkapan layar percakapan, hingga video klarifikasi untuk memuaskan rasa ingin tahu mereka.

Lebih jauh lagi, konten perselingkuhan menciptakan medan tempur di kolom komentar yang sangat disukai oleh sistem peringkat media sosial, di mana setiap hujatan atau pembelaan dianggap sebagai aktivitas berharga yang meningkatkan nilai jual iklan pada *platform* tersebut. Fenomena ini menciptakan efek bola salju, di mana semakin banyak orang yang menghujat, semakin kuat algoritma mendorong konten itu ke permukaan, seolah-olah memaksa seluruh pengguna untuk ikut menyaksikan drama tersebut. Secara teknis, sistem tidak membedakan antara interaksi positif atau negatif; bagi algoritma, kemarahan publik terhadap pelaku selingkuh adalah komoditas yang menghasilkan data perilaku yang sangat kaya. Akibatnya, isu privat yang seharusnya diselesaikan di ruang tertutup dipaksa menjadi konsumsi massal oleh algoritma yang hanya peduli pada angka, mengubah tragedi domestik menjadi tontonan nasional yang mendatangkan keuntungan finansial bagi *platform* dan pembuat konten.

Beberapa kasus perselingkuhan yang viral belakangan ini adalah sebagai berikut:

1. Perselisihan Baim Wong dan Paula Verhoeven

Kasus ini menjadi salah satu yang paling menyita perhatian karena melibatkan pasangan yang selama ini dicitrakan harmonis. Baim Wong secara terbuka menuduh Paula berselingkuh dengan orang terdekat mereka. Setelah sempat dinyatakan terbukti melakukan perselingkuhan dalam putusan awal Pengadilan Agama, situasi berbalik pada akhir 2025 ketika Pengadilan Tinggi Agama menyatakan tuduhan tersebut tidak terbukti, memicu debat panjang di media sosial mengenai validitas klaim di ruang publik.

2. Agnes Jennifer dan Skandal "Gayung Lope Pink"

Selebgram Agnes Jennifer menghebohkan publik pada Februari 2025 setelah membongkar dugaan perselingkuhan suaminya. Kasus ini menjadi unik dan sangat viral karena munculnya istilah "gayung lope pink" yang disematkan pada sosok wanita yang diduga sebagai selingkuhan. Istilah tersebut bahkan berkembang menjadi meme nasional, menunjukkan bagaimana aib rumah tangga dapat berubah menjadi budaya pop digital.

3. Kasus Julia Prastini (Jule) dan Na Daehoon

Isu perselingkuhan selebgram Julia Prastini dengan seorang pria bernama Safrie Ramadan sempat menjadi trending topic di platform X pada akhir 2025. Kasus ini memicu kemarahan netizen karena Jule diduga mengkhianati suaminya, Na Daehoon. Jule kemudian merilis permintaan maaf secara terbuka melalui akun Instagram pribadinya setelah bukti-bukti fotonya beredar luas.

4. Perselingkuhan Pilot dan Pramugari via CCTV Lift

Pada akhir 2025, sebuah video rekaman CCTV yang menunjukkan kemesraan seorang pilot dan pramugari di dalam lift menjadi viral setelah dibongkar oleh istri sah sang pilot. Kasus ini menjadi "komoditas" karena menyediakan bukti visual yang gamblang, yang memuaskan rasa ingin tahu (voyeurisme) publik terhadap bukti fisik pengkhianatan.

5. Ridwan Kamil dan Beberapa Wanita yang Diduga menjadi Simpanan

Isu ini berkembang dari akhir 2025 hingga 2026 bertepatan dengan perceraian Ridwan Kamil dan Atalia Prataya, hal ini bermula saat tiba-tiba seorang wanita bernama Lisa Mariana mengaku memiliki anak dari mantan

Gubernur Jawa Barat tersebut namun dibantah dan dilakukannya tes DNA untuk membuktikan kebenarannya, kemudian setelah itu muncul nama Aura Kasih sebagai simpanan Ridwan Kamil dengan berbagai konten "cocoklogi" di TikTok dan Instagram mengenai kesamaan barang (seperti Vespa kuning) hingga keberadaan di lokasi yang sama di luar negeri digunakan oleh algoritma untuk mempertahankan durasi tonton pengguna, meskipun pihak Aura Kasih telah memberikan bantahan tegas melalui kuasa hukumnya.

Industri media massa dalam ekosistem digital kontemporer telah terjebak dalam pusaran ekonomi atensi, di mana nilai berita sering kali ditentukan oleh potensi viralitasnya dibandingkan dengan kepentingan publik secara substantif. Portal berita daring secara sistematis melakukan komodifikasi terhadap isu-isu privat, seperti skandal perselingkuhan, dengan menerapkan teknik *news framing* yang sensasional dan provokatif guna memicu respons emosional audiens yang berujung pada klik. Penggunaan judul-judul *clickbait* yang eksploitatif tidak hanya berfungsi sebagai penarik trafik untuk meningkatkan pendapatan dari adsense, tetapi juga secara aktif merekayasa narasi yang mendorong publik untuk terus merasa penasaran melalui penyajian informasi yang bersifat sepotong-sepotong (*incremental reporting*).

Praktik "menggoreng" isu ini diperparah oleh ketergantungan redaksi terhadap algoritma mesin pencari dan media sosial yang mengutamakan kecepatan daripada akurasi, sehingga proses *gate keeping* dan verifikasi sering kali terabaikan demi mengejar status *breaking news*. Dalam perspektif akademik, fenomena ini mencerminkan degradasi fungsi pers dari pengawas sosial menjadi agen provokator yang memperluas jangkauan *cyberbullying* melalui amplifikasi aib individu. Media massa dalam konteks ini tidak lagi berperan sebagai ruang publik yang mencerahkan, melainkan sebagai arena sirkus digital yang memonetisasi tragedi personal dan polarisasi moral netizen. Akibatnya, keberulangan narasi kontroversial yang terus diproduksi oleh portal berita menciptakan normalisasi atas pelanggaran privasi, yang pada akhirnya merusak tatanan etika jurnalistik serta menurunkan kualitas literasi informasi di tengah masyarakat.

Transformasi perilaku digital masyarakat kontemporer telah menandai pergeseran paradigma dari budaya malu (*shame culture*) menuju ruang publik yang merayakan pajanan aib sebagai komoditas informasi yang bernilai ekonomis. Dalam ekosistem media sosial yang digerakkan oleh algoritma maksimisasi atensi, isu perselingkuhan telah bermutasi menjadi instrumen utama untuk mendulang viralitas, di mana batas-batas privasi domestik sengaja dikaburkan demi mendapatkan validasi sosial maupun keuntungan material melalui trafik yang meledak. Fenomena ini diperburuk oleh hilangnya tradisi tabayun di kalangan netizen atau mad'u, yang secara kolektif cenderung meninggalkan nalar kritis demi pemuasan dorongan voyeurisme digital dan penghakiman moral instan.

Alih-alih melakukan verifikasi informasi, audiens digital lebih sering terjebak dalam arus agresivitas massa atau *cyberbullying* yang dianggap sebagai bentuk "keadilan sosial" semu, padahal perilaku tersebut hanyalah manifestasi dari deindividuasi di ruang siber. Fenomena pengadilan oleh netizen (*trial by the press*) ini menciptakan lingkungan di mana kehormatan seseorang dapat dihancurkan dalam hitungan detik tanpa adanya proses klarifikasi yang berimbang, mencerminkan degradasi etika komunikasi yang sangat mengkhawatirkan. Akibatnya, konstruksi moralitas publik tidak lagi berpijak pada nilai-nilai kebenaran objektif, melainkan pada sejauh mana sebuah skandal mampu memicu emosi kolektif yang eksploitatif. Penelitian ini mendesak untuk dilakukan guna membedah bagaimana komodifikasi aib dan hilangnya budaya tabayun telah merekonstruksi standar moralitas serta dampak psikososialnya terhadap integritas komunikasi di era pasca-kebenaran (*post-truth*).

Perubahan pola komunikasi di era digital tidak hanya menyentuh aspek teknis pengiriman pesan, namun telah merambah ke wilayah fundamental yaitu perilaku dan moralitas audiens dakwah atau yang disebut sebagai Mad'u. Fenomena "*Spill the Tea*" yang masif di media sosial secara perlahan telah melakukan dekonstruksi terhadap pemahaman Mad'u mengenai batasan antara ruang privat dan ruang publik. Dalam perspektif Komunikasi Penyiaran Islam, dampak ini dapat ditinjau melalui beberapa indikator pergeseran akhlak. Dampak paling nyata dari konsumsi konten "bongkar aib" secara terus-menerus adalah terjadinya desensitisasi moral atau penumpukan rasa sensitif terhadap perbuatan dosa. Ghibah

(membicarakan keburukan orang lain), yang dalam Al-Qur'an diibaratkan seperti memakan bangkai saudara sendiri.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بَعْضُكُم بَعْضًا
أَيُّحِبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ

Wahai orang-orang yang beriman, jauhilah banyak prasangka! Sesungguhnya sebagian prasangka itu dosa. Janganlah mencari-cari kesalahan orang lain dan 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 lagi Maha Penyayang.⁴¹

Kini mengalami "pencucian istilah" menjadi *spill the tea*, "berbagi informasi", atau "edukasi agar tidak tertipu". Mad'u yang terpapar konten ini setiap hari mulai menganggap bahwa membicarakan urusan domestik atau perselingkuhan orang lain adalah hal yang lumrah dan menghibur. Rasa bersalah (*guilty*) yang seharusnya muncul saat mendengar aib sesama Muslim perlahan hilang, digantikan oleh rasa penasaran yang candu. Hal ini menciptakan masyarakat digital yang tidak lagi memiliki "rem" moral dalam berkomentar, sehingga perilaku mencela, menghina, dan memfitnah menjadi bagian dari aktivitas harian di kolom komentar.

Akhlak Mad'u yang ideal senantiasa mengedepankan prinsip Tabayyun (klarifikasi) sebelum menyebarkan berita

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

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..⁴²

Budaya "*Spill the Tea*" memaksa individu untuk bereaksi cepat tanpa verifikasi. Narasi satu pihak (biasanya dari pihak yang mengaku korban) langsung diterima sebagai kebenaran mutlak. Fenomena ini melahirkan perilaku *Digital Vigilantism* atau main hakim sendiri di ruang digital. Mad'u merasa memiliki otoritas moral untuk menghakimi pelaku perselingkuhan dengan cara melakukan

⁴¹ (Surat Al-Hujurat Ayat 12, t.t.-b)

⁴² (Surat Al-Hujurat Ayat 6, t.t.)

doxing (menyebarkan identitas pribadi), memboikot usaha milik pelaku, hingga menyerang keluarga yang tidak bersangkutan. Tindakan ini sering kali dibungkus dengan niat "menegakkan keadilan", namun dalam prosesnya justru melanggar prinsip keadilan Islam ('Adalah) karena dilakukan tanpa pengadilan yang sah dan melampaui batas (*israf*).

Rasulullah SAW bersabda bahwa "Malu adalah bagian dari iman." Dalam fenomena "*Spill the Tea*", budaya malu ini mengalami degradasi yang sangat tajam. Tidak hanya penonton (*audiens*) yang kehilangan malu saat mengonsumsi aib, tetapi juga subjek yang terlibat seringkali merasa bangga atau merasa "berdaya" saat membongkar aib pribadinya sendiri (atau pasangannya) ke publik demi mendapatkan simpati atau keuntungan materi (*monetisasi konten*). Bagi Mad'u, melihat orang lain dengan mudah membuka aurat sosialnya (aib) di media massa memberikan pembenaran bahwa privasi tidak lagi sakral. Akibatnya, komitmen sosial untuk saling menutupi kekurangan (*satar al-aura*) runtuh. Masyarakat digital lebih menghargai kejujuran yang vulgar (*raw and honest*) daripada menjaga kehormatan (*iffah*). Jika hal ini terus berlanjut, identitas Mad'u sebagai pribadi yang shaleh secara sosial akan tergantikan oleh pribadi yang haus akan skandal dan *ekspose*.

Dampak terakhir adalah pergeseran fokus perhatian Mad'u. Waktu yang seharusnya digunakan untuk meningkatkan kapasitas keilmuan atau ibadah justru habis tersita untuk mengikuti "utas" (*thread*) perselingkuhan yang berjilid-jilid. Hal ini menyebabkan pesan-pesan dakwah yang substantif kalah bersaing dengan konten-konten receh yang provokatif. Mad'u menjadi lebih ahli dalam menganalisis kasus perselingkuhan orang lain daripada menganalisis kekurangan akhlak diri sendiri (*muhasabah*).

Fenomena *cyber-vigilantism* yang dimanifestasikan melalui praktik memviralkan isu perselingkuhan di media sosial ini telah memicu paradoks keadilan yang tajam, di mana upaya penegakan moralitas publik justru berbenturan dengan prinsip-prinsip etika fundamental dalam Islam. Di satu sisi, masyarakat digital (*netizen*) mengonstruksi tindakan mereka sebagai bentuk implementasi doktrin Amar Ma'ruf Nahi Munkar, sebuah upaya kolektif untuk menekan angka

kemoralan melalui hukuman sosial berupa sanksi reputasi. Namun, narasi keadilan yang dibangun oleh netizen ini sering kali terjebak dalam paradoks destruktif; mereka berusaha menghapuskan satu kemungkaran dengan cara menciptakan kemungkaran baru yang secara normatif dilarang dalam hukum Islam. Praktik spilling atau pembongkaran aib di ruang publik secara substansial menabrak larangan tajassus (mencari-cari kesalahan orang lain) dan pengabaian terhadap prinsip sattu al-'uyub (menutupi aib sesama), yang dalam tradisi hukum Islam dipandang sebagai pilar penjaga martabat kemanusiaan (hifdzun nafs).

Lebih lanjut, paradoks ini semakin diperparah oleh pergeseran dari keadilan restoratif menuju keadilan retributif yang liar, di mana tujuan utama bukan lagi perbaikan situasi domestik atau perlindungan korban, melainkan penghancuran eksistensi sosial pelaku secara permanen. Penggunaan ruang digital sebagai "pengadilan massa" mengaburkan batasan antara dakwah dan penghakiman sepihak, mengingat dalam etika Islam, proses tabayyun (verifikasi) dan penjagaan lisan adalah prasyarat mutlak sebelum sebuah keputusan moral dijatuhkan. Ketidakadilan muncul ketika intensitas hukuman sosial yang diterima pelaku melalui perundungan siber, *doxing*, hingga pemutusan hubungan kerja sering kali melampaui kadar kesalahan yang dilakukan, bahkan berdampak buruk pada pihak ketiga yang tidak bersalah seperti anak-anak dan keluarga besar. Dengan demikian, alih-alih mencapai keadilan yang maslahat, fenomena memviralkan perselingkuhan ini justru menciptakan "anarki moral" di mana nilai-nilai agama dipinjam untuk melegitimasi perilaku yang secara adab justru bertentangan dengan esensi dakwah yang seharusnya bersifat rahmatan lil 'alamin dan penuh kesantunan.

Paradoks keadilan dalam digitalisasi aib ini dapat dibedah lebih dalam melalui kacamata *Social Learning Theory* yang dicetuskan oleh Albert Bandura, khususnya melalui mekanisme *Observational Learning* (pembelajaran observasional).⁴³ Dalam ekosistem media sosial, influencer atau tokoh publik sering kali berperan sebagai model simbolik yang melakukan praktik *spilling* atau membongkar perselingkuhan dengan narasi "pembelaan terhadap kebenaran". Masyarakat luas, yang dalam konteks dakwah berperan sebagai mad'u (objek

⁴³ (Akers & Jennings, 2015)

dakwah), mengalami proses kognitif yang disebut sebagai *Vicarious Reinforcement* (penguatan tidak langsung). Ketika mad'u mengamati bahwa influencer tersebut mendapatkan penguatan positif berupa lonjakan pengikut, pujian sebagai sosok yang "berani", hingga validasi moral dari netizen lain, maka muncul kecenderungan kuat untuk meniru perilaku tersebut. Peniruan ini tidak hanya terjadi pada tataran tindakan, tetapi juga pada pengadopsian pola pikir bahwa menghancurkan reputasi seseorang adalah instrumen keadilan yang sah secara etika.

Proses imitasi ini semakin diperparah oleh mekanisme Moral Disengagement (pelepasan moral), di mana individu melepaskan kontrol diri dari standar etika agama yang seharusnya melarang ghibah dan tajassus. Melalui pengaruh model di media sosial, terjadi proses Euphemistic Labeling, di mana perilaku membongkar aib yang secara esensial adalah pelanggaran adab Islam, dilabeli ulang dengan istilah yang lebih mulia seperti "dakwah nahi munkar" atau "edukasi agar publik waspada". Akibatnya, mad'u tidak lagi merasa sedang melakukan kemaksiatan kolektif, melainkan merasa sedang menjalankan tugas religius. Efek pemodelan ini menciptakan standarisasi perilaku baru di ruang digital, di mana agresi verbal dan pelanggaran privasi dianggap sebagai bentuk kesalehan sosial. Hal ini pada akhirnya menciptakan siklus paradoks di mana perilaku yang diadopsi dari para influencer tersebut justru mengikis nilai-nilai luhur Islam yang seharusnya dijunjung tinggi dalam proses dakwah, mengubah wajah dakwah dari upaya perbaikan (ishlah) menjadi upaya penghancuran karakter (*character assassination*).

Dalam perspektif *Social Learning Theory*, keberhasilan proses imitasi terhadap perilaku *spilling* terlihat jelas pada hilangnya empati atau dehumanisasi terhadap subjek yang diviralkan. Ketika mad'u melihat influencer melakukan serangan verbal tanpa konsekuensi, mereka mengalami disinhibisi online sebuah kondisi di mana kendali diri dan kesantunan (akhlak) luntur karena merasa tersembunyi di balik layar. sering kali ditemukan kata-kata semacam:

"Gak usah sok bahas adab dan tutup aib buat pezina kayak gini. Orang kayak gini emang pantas dibuat mati pelan-pelan kariernya, biar tahu rasa dunia-akhirat!"

Komentar ini menunjukkan penggunaan agama untuk menjustifikasi kebencian. Nilai rahmah (kasih sayang) dalam Islam sepenuhnya digantikan oleh keinginan untuk membalas dendam secara sosial. Selain itu ada pula yang menggunakan agresi semacam:

"Muka tembok, gak punya malu! Binatang aja lebih mending daripada lo. Netizen, ayo kita silaturahmi ke akun kantornya biar dipecat sekalian!"

Penggunaan diksi "binatang" menunjukkan hilangnya pengakuan terhadap martabat manusia (karamah insaniyah). Upaya pemecatan secara kolektif membuktikan adanya pergeseran dari sekadar memberi nasihat menjadi tindakan penghancuran sumber penghidupan. Kemudian yang terakhir didapati pula pelabelan seperti:

"Kita begini bukan karena jahat, tapi ini bagian dari jihad kecil buat bersihin masyarakat dari virus pelakor. Kalau gak diviralin, mereka gak bakal tobat!"

Penggunaan istilah "jihad" dan "virus" mengonstruksi perilaku *cyber-bullying* seolah-olah sebagai tindakan medis atau religius yang suci, sehingga rasa bersalah (akhlak) sang komentator tereliminasi.

Berdasarkan paparan fenomena yang telah dijelaskan sebelumnya, terdapat sebuah benang merah yang menunjukkan adanya diskoneksi antara nilai-nilai luhur Islam dengan realitas perilaku komunikasi masyarakat modern. Di era digital ini telah muncul "ekosistem penyiaran baru" di mana setiap individu adalah penyiar (*broadcaster*) bagi dirinya sendiri. Namun, kebebasan ini tidak dibarengi dengan literasi etika komunikasi Islam yang memadai. Peneliti melihat bahwa jika fenomena *spill the tea* terus dibiarkan tanpa adanya kajian kritis dari perspektif Komunikasi Penyiaran Islam (KPI), maka fungsi media sebagai sarana edukasi (al-ta'dib) akan bergeser sepenuhnya menjadi sarana penghakiman massal. Penelitian ini mendesak untuk dilakukan guna memetakan sejauh mana kerusakan struktur akhlak Mad'u akibat normalisasi pengungkapan aib yang dikemas sebagai konten informasi. Komitmen sosial untuk menutup aib (satar al-aura) adalah fondasi dari ketahanan sosial umat. Ketika aib individu terutama isu domestik seperti perselingkuhan dijadikan konsumsi publik, yang hancur bukan hanya reputasi individu tersebut, tetapi juga sakralitas institusi keluarga di mata masyarakat. Ada

bahaya laten berupa munculnya persepsi bahwa perselingkuhan adalah hal yang "biasa karena sering viral", sementara membongkar aib adalah "aksi heroik".

Penelitian ini hadir untuk mengkritisi pergeseran persepsi tersebut dan mengingatkan kembali urgensi menjaga marwah (muru'ah) dalam interaksi sosial. Penelitian ini memiliki urgensi praktis bagi pengembangan strategi dakwah. Selama ini, dakwah seringkali hanya berfokus pada konten-konten normatif, namun gagap dalam merespon fenomena budaya populer seperti *spill the tea*. Dengan menganalisis pergeseran akhlak Mad'u, tesis ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi para praktisi komunikasi Islam dan da'i dalam merumuskan metode pendekatan yang lebih relevan. Kita perlu memahami mengapa Mad'u lebih tertarik pada "teh yang tumpah" (aib) daripada "telaga ilmu" (dakwah), serta bagaimana mengembalikan komitmen mereka pada akhlakul karimah di ruang digital.

Secara yuridis, fenomena ini tidak hanya membentur dinding etika agama, tetapi juga menciptakan preseden buruk dalam tatanan hukum dan sosial bangsa. Pelanggaran terhadap batasan Sattar al-'uyub (menutupi aib) dalam Islam berjalan beriringan dengan pelanggaran terhadap Pasal 27A UU ITE terkait penyerangan kehormatan dan nama baik di ruang siber. Ketika netizen memviralkan perselingkuhan seorang warga biasa maupun *public figure* hingga mengakibatkan pemutusan hubungan kerja atau pengucilan sosial tanpa proses tabayyun yang sah, mereka sebenarnya sedang melakukan *cyber-vigilantism* yang merusak asas *due process of law*. Hal ini menandakan sebuah krisis sosial di mana masyarakat lebih memercayai "hukum rimba digital" daripada supremasi hukum nasional. Akibatnya, terjadi anomali di mana upaya menegakkan moralitas publik justru dilakukan dengan cara-cara yang melanggar hukum positif dan mengabaikan standar etika penyiaran, yang pada akhirnya bukan menciptakan masyarakat yang lebih beradab, melainkan masyarakat yang terbiasa memvalidasi kekejaman sosial sebagai bentuk keadilan semu.

Meskipun kajian mengenai media sosial sudah banyak dilakukan, penelitian yang secara spesifik membenturkan budaya *spill the tea* dengan konsep satar al-aura dan pergeseran akhlak Mad'u masih sangat terbatas. Kebaruan penelitian ini

terletak pada upaya mensinergikan fenomena komunikasi kontemporer dengan tipologi perilaku audiens dakwah dalam lingkup KPI. Berdasarkan argumen di atas, peneliti memandang perlu untuk melakukan studi mendalam dengan judul: "**Fenomena “*Spill The Tea*” Dan Erosi Etika Analisis Konten Dalam Prespektif Islam Di Media TikTok Periode 1 Januari 2026 – 1 April 2026**"

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana transformasi ekosistem Tiktok sebagai *New Media* memfasilitasi pergeseran batas antara ruang privat (aib) dan ruang publik dalam konten *spill the tea*?
2. Bagaimana kreator konten mengonstruksi manajemen kesan melalui digital dramaturgy untuk membangun legitimasi moral sebagai korban (*the victim*) atau penyintas (*the survivor*) di hadapan audiens?
3. Bagaimana *online disinhibition effect* memengaruhi perilaku agresif kreator dan partisipasi netizen dalam melakukan penghakiman sosial (*digital vigilantism*) di kolom komentar?
4. Bagaimana fenomena konten tersebut mencerminkan erosi etika komunikasi islam (khususnya pelanggaran ghibah, tajassus, dan satar al-aura) serta apa implikasi terhadap nilai muru'ah dan tanggung jawab moral kolektif umat islam?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. Menganalisis transformasi ekosistem Tiktok sebagai *New Media* memfasilitasi pergeseran batas antara ruang privat (aib) dan ruang publik dalam konten *spill the tea*;
2. Menganalisis kreator konten mengonstruksi manajemen kesan melalui digital dramaturgy untuk membangun legitimasi moral sebagai korban (*the victim*) atau penyintas (*the survivor*) di hadapan audiens;

3. Menganalisis *online disinhibition effect* mempengaruhi perilaku agresif kreator dan partisipasi netizen dalam melakukan penghakiman sosial (*digital vigilantism*) di kolom komentar;
4. Menganalisis fenomena konten tersebut mencerminkan erosi etika komunikasi islam (khususnya pelanggaran ghibah, tajassus, dan satar al-aura) serta apa implikasi terhadap nilai muru'ah dan tanggung jawab moral kolektif umat islam.

4.1. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah bagi pengembangan khazanah ilmu komunikasi dan dakwah, di antaranya:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai etika komunikasi Islam (Al-Akhlaq fi al-Ittishal), khususnya dalam merekonstruksi konsep Satar al-Aura (menutup aib) di tengah gempuran budaya digital yang transparan dan eksploitatif. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dalam memetakan batasan antara hak publik untuk tahu (*public's right to know*) dengan hak privasi individu dalam perspektif syariat.
2. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman mengenai perilaku Mad'u (objek dakwah) saat ini. Hal ini mencakup analisis terhadap pergeseran mentalitas audiens yang mengalami desensitisasi moral akibat paparan konten ghibah digital secara masif, sehingga memberikan perspektif baru bagi studi sosiologi dakwah dalam memahami dinamika masyarakat siber.
3. Penelitian ini menawarkan kerangka teoretis mengenai bagaimana budaya populer (seperti fenomena "*Spill the Tea*") melakukan dekonstruksi terhadap komitmen sosial tradisional. Hal ini bermanfaat bagi pengembangan teori-teori kritis di program studi Komunikasi Penyiaran Islam, terutama dalam melihat pertarungan nilai antara norma agama dan tren viralitas media sosial.
4. Hasil penelitian ini dapat dijadikan pijakan atau data sekunder bagi peneliti lain yang ingin mendalami tema terkait *Digital Vigilantism*, komodifikasi aib, atau perilaku netizen Muslim dalam merespon isu-isu privat di ruang publik.

1.4.2. Manfaat Praktis

Bagi Praktisi Dakwah (Da'i)

Penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dan referensi dalam menyusun strategi dakwah yang lebih relevan dengan perilaku masyarakat digital. Hasilnya dapat membantu para dai dalam merumuskan materi dakwah yang mampu menjawab tantangan fenomena *Spill the Tea* dan mengedukasi Mad'u tentang urgensi menjaga lisan serta kehormatan sesama Muslim di media sosial.

Bagi Pengelola Media dan Content Creator

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi para penyedia konten dan pengelola media massa agar lebih mengedepankan etika komunikasi Islam dalam memproduksi berita. Hal ini bertujuan agar media tidak hanya mengejar *rating* atau *engagement* melalui eksploitasi aib (komodifikasi isu perselingkuhan), melainkan tetap menjaga fungsi edukasi dan tanggung jawab sosial.

Bagi Masyarakat Luas (Mad'u)

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan literasi media berbasis akhlak bagi masyarakat. Dengan memahami dampak negatif dari budaya *Spill the Tea*, masyarakat diharapkan lebih bijak dalam mengonsumsi informasi, mampu melakukan tabayyun (klarifikasi), dan kembali memiliki komitmen kolektif untuk menjaga marwah pribadi maupun orang lain di ruang publik.

Bagi Instansi/ Lembaga Penyiaran (KPI/MUI)

Penelitian ini dapat menjadi sumbangsih pemikiran atau rekomendasi bagi lembaga terkait dalam merumuskan kebijakan atau pedoman etika penyiaran konten di *platform* digital, khususnya yang berkaitan dengan perlindungan privasi dan pencegahan normalisasi pengungkapan aib yang merusak tatanan moral bangsa.

1.4.3. Manfaat Sosial dan Kemanusiaan

Pemulihan Budaya Saling Menghargai (Harmonisasi Sosial)

Penelitian ini bermanfaat untuk mengingatkan kembali pentingnya kohesi sosial melalui budaya saling menjaga kehormatan. Dengan mengkritisi fenomena

"*Spill the Tea*", penelitian ini berkontribusi dalam meminimalisir potensi konflik, fitnah, dan perpecahan di masyarakat yang sering kali dipicu oleh viralitas aib yang belum tentu benar (*hoax*).

Perlindungan terhadap Harkat dan Martabat Kemanusiaan

Penelitian ini menekankan bahwa setiap individu terlepas dari kesalahannya memiliki hak asasi atas privasi dan martabat. Penelitian ini bermanfaat dalam membangun kesadaran kolektif untuk menghentikan "pembunuhan karakter" (*character assassination*) dan perundungan siber (*cyberbullying*) yang seringkali menyebabkan trauma psikologis berkepanjangan bagi korban maupun keluarga yang tidak bersalah.

Rehabilitasi Standar Moral di Ruang Publik

Penelitian ini berkontribusi dalam mengembalikan standar moral masyarakat agar tidak terjebak dalam "*Vigilantism Digital*" (main hakim sendiri). Secara sosial, ini membantu masyarakat untuk lebih dewasa dalam menyikapi konflik pribadi orang lain tanpa harus merasa berhak menjadi hakim moral yang menghancurkan masa depan sesamanya.

Edukasi Literasi Empati bagi Masyarakat Digital

Penelitian ini diharapkan dapat menumbuhkan kecerdasan emosional dan empati sosial di kalangan netizen. Manfaat kemanusiaannya adalah mengubah pola pikir masyarakat dari yang semula "haus akan skandal" menjadi masyarakat yang lebih mengedepankan simpati, bantuan, dan perbaikan (*ishlah*) daripada penghakiman massal yang tidak manusiawi.

4.2. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan dasar teoritis dan konseptual yang menggambarkan hubungan setiap variabel penelitian yang berfungsi untuk memetakan pemecahan terhadap permasalahan dalam penelitian. Dalam penelitian ini kerangka pemikiran digunakan untuk memetakan pemecahan masalah terkait fenomena "*Spill the Tea*" serta komitmen sosial untuk menutup aib dalam masyarakat digital, permasalahan tersebut akan dipecahkan dengan mengintegrasikan tiga teori sebagai pisau analisis yang saling berhubungan, teori

tersebut yaitu: Teori *New Media* – Manuel Castells dan Lev Manovich sebagai *Grand Theory*, *Digital Dramaturgy* – Erving Goffman sebagai *Middle Range Theory*, dan *Online Disinhibition Effect* – John Suler sebagai *Applicated Theory*.

Fenomena “*Spill the Tea*” tidak muncul dalam ruang hampa, melainkan merupakan produk dari ekosistem Media Baru (*New Media*). Berdasarkan kerangka teori Manuel Castells dan Lev Manovich, media baru dicirikan oleh digitalisasi, interaktivitas, dan *networked society*. TikTok, sebagai *platform* dominan saat ini, memanfaatkan algoritma *For You Page* (FYP) yang secara aktif mengkurasi konten berdasarkan minat pengguna, bukan berdasarkan keterikatan sosial yang nyata.

Dalam perspektif media baru, batasan ruang privat yang dahulu dijaga oleh norma sosial kini kehilangan kekuatannya karena sistem "konten yang dapat disebarluaskan" (*shareable content*). Keunggulan teknis *platform*, kemudahan mengunggah video, fitur *remix*, serta duet memungkinkan narasi aib yang bersifat sangat personal bertransformasi menjadi objek tontonan publik yang masif. Media baru tidak hanya berfungsi sebagai saluran, tetapi sebagai aktor yang memfasilitasi terjadinya erosi etika dengan menyediakan infrastruktur yang menguntungkan "drama" dibandingkan dengan dialog yang substantif. Pada level ini, kerangka pemikiran penelitian menempatkan teknologi sebagai katalisator utama yang memaksa individu untuk menyesuaikan perilaku mereka dengan logika *platform* demi mencapai popularitas.

Untuk memahami strategi di balik konten ini, penelitian menggunakan Teori *Digital Dramaturgy* dari Erving Goffman yang dimodifikasi oleh Zizi Papacharissi. Goffman membagi interaksi sosial menjadi *front stage* (panggung depan) dan *back stage* (panggung belakang). Dalam komunikasi konvensional, *back stage* adalah tempat di mana aib, rahasia, dan kelemahan disimpan. Namun, di era digital, terjadi fenomena "panggung yang runtuh" (*collapsed context*).

Para kreator konten “*Spill the Tea*” secara sengaja melakukan manajemen kesan (*impression management*). Mereka membawa elemen-elemen *back stage* (tangkapan layar chat pribadi, rekaman suara rahasia) ke atas *front stage digital*. Strategi ini bukan sekadar berbagi informasi, melainkan sebuah konstruksi narasi yang terukur. Kreator memosisikan diri mereka melalui peran yang dikotomis: jika

bukan sebagai sosok yang "terzalimi" (*the victim*), maka mereka memosisikan diri sebagai sosok yang "berani jujur" (*the survivor*). Dengan menggunakan teori dramaturgi, penelitian ini menganalisis bahwa aib yang diumbar bukanlah sebuah kecelakaan, melainkan properti panggung yang dirancang untuk membangkitkan empati audiens dan memvalidasi tindakan kreator. Degradasi etika dimulai ketika kehormatan seseorang dikorbankan demi memperkuat karakter atau peran yang sedang dimainkan di depan audiens virtual.

Erosi etika tersebut mendapatkan dukungan luas dari netizen alasannya terletak pada Teori *Online Disinhibition Effect* yang dikemukakan oleh John Suler. Suler menyatakan bahwa interaksi di dunia maya menghilangkan hambatan psikologis yang biasanya menahan seseorang untuk berperilaku kasar atau tidak etis di dunia nyata. Komponen-komponen seperti anonimitas yang semu, asinkronisitas, serta interaksi melalui layar menciptakan rasa "terpisah" dari konsekuensi moral yang nyata.

Dalam konten *spill the tea*, efek disinhibisi ini bekerja dalam dua arah. Pertama, pada diri kreator, mereka merasa memiliki hak absolut untuk mengekspos orang lain karena tidak adanya tatap muka langsung yang memicu rasa sungkan atau takut. Kedua, pada diri netizen, efek ini menciptakan "Hakim Digital". Netizen merasa berhak menghujat, mencaci, dan menyebarkan kebencian karena mereka merasa anonim dan terlindungi oleh kerumunan digital. Kondisi ini menjelaskan mengapa penghakiman sosial dapat terjadi secara brutal; batasan moral yang ada di dalam diri individu tereduksi oleh kemudahan teknologi. Perilaku ini menjadi "normal" karena setiap orang di dalam kerumunan TikTok melakukannya, sehingga tidak ada tekanan sosial untuk berperilaku santun.

Setelah membedah fenomena melalui pendekatan sosiologis dan psikologis, penelitian ini menempatkan Etika Komunikasi Islam sebagai pisau bedah evaluatif. Islam memiliki pandangan yang sangat ketat mengenai penyebaran informasi dan penjagaan martabat manusia. Jika *New Media* memfasilitasi eksposur dan Dramaturgi memanipulasi simpati, maka etika Islam berfungsi sebagai "rem" yang seharusnya ditaati oleh seorang Muslim.

Dalam kerangka ini, setiap konten *spill the tea* diukur berdasarkan lima pilar:

1. Satar al-Aura: Kewajiban menutup aib sebagai cerminan iman. Konten yang membongkar aib dengan sengaja adalah pelanggaran teologis berat.
2. Tabayyun: Perintah untuk melakukan verifikasi. Konten yang menghakimi sepihak tanpa mendengar jawaban dari pihak tertuduh adalah antitesis dari *tabayyun*.
3. Tajassus: Larangan mencari-cari kesalahan orang lain. Praktik *spill* yang diawali dengan investigasi ilegal (seperti menyadap atau memata-matai) adalah dosa yang dilarang.
4. Muru'ah: Penjagaan kehormatan diri. Mengumbar aib di depan umum bukan hanya merusak kehormatan orang lain, tetapi juga menjatuhkan marwah diri sendiri sebagai seorang Muslim.
5. Dosa Jariyah: Pertanggungjawaban di akhirat. Setiap ketukan "share" adalah investasi dosa yang akan terus mengalir selama konten tersebut masih diakses oleh orang lain.

Pendekatan ini menunjukkan bahwa erosi etika yang terjadi bukan sekadar masalah teknis atau psikologis, melainkan krisis moralitas yang mendalam karena masyarakat Muslim digital mulai mengabaikan hukum Allah demi kepuasan nafsu informasi.

Sebagai sintesis, kerangka pemikiran penelitian ini membangun proposisi bahwa terjadi pergeseran paradigma dari "masyarakat berbasis akhlak" menuju "masyarakat berbasis algoritma". Ketika algoritma media baru (*Grand Theory*) dipadukan dengan strategi manajemen kesan (*Middle Theory*) dan didukung oleh efek psikologis disinhibisi (*Application Theory*), maka yang terbentuk adalah masyarakat yang memaklumi pengkhianatan terhadap kehormatan sebagai hiburan.

Implikasi dari sintesis ini adalah munculnya Dosa Jariyah Kolektif. Ini bukan lagi tentang dosa seorang individu, melainkan bagaimana sistem, kreator, dan audiens secara bersama-sama membentuk sebuah tatanan sosial yang rusak. Kerangka pemikiran ini menegaskan bahwa untuk memperbaiki tatanan komunikasi digital, tidak cukup hanya dengan edukasi teknis, melainkan perlu ada restorasi kesadaran teologis bahwa setiap tindakan digital adalah tindakan ibadah

atau kemaksiatan yang akan dimintai pertanggungjawaban di hadapan Allah SWT. Dengan demikian, penelitian ini memosisikan etika komunikasi Islam bukan sebagai elemen tambahan, melainkan sebagai fondasi utama dalam mengevaluasi apakah sebuah tindakan di dunia digital layak dilakukan atau tidak.

