

## **HUKUM DAN ETIKA BERINTERAKSI MELALUI MEDIA SOSIAL MENURUT ISLAM**

**Nanang Abdillah**

STAI Al-Azhar Menganti Gresik

[nanangabdillah2020@gmail.com](mailto:nanangabdillah2020@gmail.com)

### **Abstract**

*Social media is an electronic media, which is used to participate, share, and create content in the form of blogs, social networks, forums, virtual worlds, and other forms. On social media people are free to interact and interact. For those who care about the limits of the Shari'a, they will obey the Shari'a rules. For those who do not, then the rules of the Shari'a will be hit. Lately, social media has become increasingly out of control, even at the stage of being biased into plunging a person into the devil's strong trap. Why not, social media (social media) which should be used as a vehicle to strengthen ties of friendship, share experiences and news that is enlightening and soothing, is actually being used massively to spread false news to launch attacks on other parties. From the point of view of religious law, every Muslim who interacts through social media is prohibited or prohibited from producing, distributing and making accessible content/information that is not true to the public, hoaxes, backbiting, slander, namimah, disgrace, bullying, hate speech, and other things. other similar matters relating personally to other people and the general public. Meanwhile, from the point of view of Islamic ethics, social media can be used as a means to establish friendship, disseminate information, da'wah, education, recreation, and for positive activities in the fields of religion, politics, economy, and social and culture. Therefore Islam also teaches ethics in social media. Interacting through social media must be done without violating religious provisions and statutory provisions.*

**Keywords:** *Social Media, Interaction, Law and Ethics*

### **Abstrak**

Media sosial merupakan media elektronik, yang digunakan untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi dalam bentuk blog, jejaring sosial, forum, dunia virtual, dan bentuk lain. Di media sosial orang-orang bebas berinteraksi dan berinteraksi. Bagi mereka yang peduli dengan batasan syariat maka mereka akan patuh dengan aturan syariat. Bagi yang tidak, maka aturan syariat akan diterjang. Akhir akhir ini media sosial semakin tidak terkontrol bahkan pada tahapan bias menjerumuskan seseorang pada perangkap kuat setan. Betapa tidak, media sosial (medsos) yang seharusnya dijadikan wahana untuk mempererat tali silaturahmi, berbagi pengalaman dan berita yang mencerahkan serta menyejukkan, justru digunakan secara masiv menyebar berita bohong untuk melancarkan serangan kepada pihak lain. Dari sudut pandang hukum agama, setiap muslim yang berinteraksi melalui media sosial diharamkan atau dilarang memproduksi, menyebarkan dan membuat dapat diaksesnya konten / informasi yang tidak benar kepada masyarakat, hoax, ghibah, fitnah, namimah, aib, bullying, ujaran kebencian, dan hal-hal lain sejenis terkait pribadi kepada orang lain dan khalayak umum. Sedangkan dari sudut pandang etika Islam melihat bahwa media sosial dapat digunakan sebagai sarana untuk menjalin silaturrahi, menyebarkan informasi, dakwah, pendidikan, rekreasi, dan

untuk kegiatan positif di bidang agama, politik, ekonomi, dan sosial serta budaya. Oleh karena itu Islam juga mengajarkan etika dalam bermedia sosial. Berinteraksi melalui media sosial harus dilakukan tanpa melanggar ketentuan agama dan ketentuan peraturan perundang-undangan.

**Kata kunci:** Media Sosial, Interaksi, Hukum dan Etika

## Introduction

WhatsApp, Facebook, Twitter atau internet secara umum adalah salah satu buah kemajuan teknologi. Seperti halnya Televisi, Handphone dan Radio, media media tersebut bisa digunakan untuk hal hal positif dan bisa juga digunakan untuk hal hal negatif. Di media sosial orang-orang bebas berinteraksi dan berinteraksi. Bagi mereka yang peduli dengan batasan syariat maka mereka akan patuh dengan aturan syariat yaitu membatasi dan meminimalkan interaksi lawan jenis yang bukan mahram, berinteraksi jika ada keperluan yang mendesak saja. Nah di dunia nyata mungkin mereka akan malu dan tidak berani akan tetapi di dunia maya lebih mudah dan tersembunyi.

Di media sosial, gambar-gambar begitu mudahnya didapati dan terlihat. Pandangan yang bisa memacu syahwat dan melemahkan hati dan iman. Misalnya di facebook ada gambar-gambar para wanita termasuk juga kerabat kita yang memajang foto mereka dengan berbagai mode dan gaya (entah asli atau sudah diedit). Bagi laki-laki yang saat itu imannya tidak kuat mereka bisa saja menikmati gambar tersebut, bagi yang sudah mempunyai istri maka mereka akan membanding-bandingkan sehingga muncul sifat tidak qanaah dan bersyukur dengan apa yang ada pada istri mereka bahkan rasa sayang bisa berubah menjadi sikap kasar. Belum lagi gambar-gambar iklan di samping kanan facebook yang gambar dan judulnya membuat laki-laki tergoda untuk membukanya dan memang hal tersebut disengaja agar meningkatkan kunjungan ke situs mereka.

Di media sosial, sering terjadi perdebatan yang tidak ada ujungnya. Ada perdebatan urusan dunia, ada perdebatan urusan agama juga akhirat. Perdebatan itu hanya berdasarkan nafsu belaka, tidak didasari dengan pengetahuan yang memadai sehingga yang ada terkadang saling mengejek dan menjelekkan. Hal itu banyak terjadi pada mereka yang minim ilmu, iman dan akhlak. Dunia maya adalah wadah yang aman bagi mereka yang berjiwa kerdil dan pengecut. Tekadang juga debat disertai kata-kata kasar dan tidak layak bahkan bisa sampai memvonis bid'ah dan sesat bahkan kafir. (Endah Triastuti, dkk, 2017: 21-45) Hal ini membuang-buang waktu dan tidak bermanfaat apalagi lawan debatnya adalah orang yang tidak berilmu juga, maka bagaimanapun juga tidak akan ada jawaban yang benar dan tidak ada jalan keluar.

Akhir akhir ini media sosial semakin tidak terkontrol bahkan pada tahapan bias menjerumuskan seseorang pada perangkat kuat setan. Betapa tidak, media sosial (medsos) yang seharusnya dijadikan wahana untuk mempererat tali silaturahmi, berbagi pengalaman dan berita yang mencerahkan serta menyejukkan, justru digunakan secara masif menyebar berita bohong untuk melancarkan serangan kepada pihak lain. Fitnah yang dalam agama jelas dilarang keras, di era keterbukaan informasi ini justru semakin marak, dan medsos lagi-lagi dijadikan sebagai media untuk menyebarkannya. Tidak hanya fitnah, medsos juga menjadi ajang ghibah, namimah (adu-domba) dan sejenisnya. Sekali lagi, ini persoalan nasional yang berpotensi menimbulkan konflik politik, keagamaan, hingga perpecahan nasional.

Tentu sebagai umat mayoritas, atas persoalan yang melilit bangsa dan negara ini, Islam dan kaum muslim adalah yang paling bertanggung jawab untuk terlibat aktif menemukan solusi hingga tuntas. Terlebih Islam adalah agama yang sempurna, yang menyentuh seluruh aspek kehidupan, termasuk cara atau adab bermedia. Berkenaan dengan kemajuan teknologi, Islam bukan agama yang menutup diri dari kemajuan teknologi. Akan tetapi Islam telah memberi batasan-batasan penggunaan teknologi agar tidak disalahgunakan. Batasan tersebut telah disimpulkan dalam makna kemaslahatan untuk umat manusia itu sendiri. Maka segala sesuatu yang ada maslahatnya harus digunakan dan jika membahayakan manusia baik kesehatan, akhlak atau keimanannya, maka hal tersebut harus dihindari.

### **Research Method**

Penelitian ini menggunakan pendekatan konsep (*conceptual approach*), dan pendekatan hukum Islam (*law approach*) dengan jenis penelitian yuridis normative, (Soerjono Soekanto, 2004: 14) yang mana dengan metode tersebut peneliti bisa menganalisis tentang konsep hukum Islam dan etika dalam berinteraksi melalui media social. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri data primer dan sekunder. Data primernya adalah al-Qur'an, al-Hadis dan kitab kitab para ulama. sedangkan data sekundernya adalah buku, jurnal, hasil penelitian dan artikel yang terkait dengan transformasi hukum Islam.

(Burhan Bungin, 2001: 15) Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode dokumenter. Studi dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang langsung ditujukan kepada dokumen-dokumen tertentu. (Imam Suprayogo & Tobroni MS, 2003: 164) Dokumen merupakan bahan tertulis atau benda yang berkaitan dengan suatu peristiwa/aktifitas tertentu.

(Burhan Bungin: 292) Teknik analisa data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah *content analisis*, dengan asumsi bahwa analisa selalu

menampilkan tiga syarat yaitu obyektifitas, pendekatan sistematis dan generalisasi. Dengan demikian, peneliti memulai analisa data dengan menggunakan lambang-lambang tertentu, mengklasifikasi data dengan kriteria-kriteria tertentu serta melakukan prediksi dengan teknik tertentu.

## Results and Discussion

### 1. Interaksi Melalui Media Sosial

Interaksi dalam bahasa fikih masuk kategori muamalah. Muamalah merupakan proses interaksi antar individu atau kelompok yang terkait dengan hubungan antar sesama manusia (*hablun minannaas*) meliputi pembuatan (produksi), penyebaran (distribusi), akses (konsumsi), dan penggunaan informasi dan komunikasi. Sedangkan media sosial adalah media elektronik, yang digunakan untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi dalam bentuk blog, jejaring sosial, forum, dunia virtual, dan bentuk lain.

Dalam berinteraksi melalui media sosial tidak bisa lepas dari hal hal dibawah ini;

- a. Informasi. (KBBI Daring, *Pencarian Kata Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia*)

Informasi adalah keterangan, pernyataan, gagasan, dan tanda-tanda yang mengandung nilai, makna, dan pesan, baik data, fakta maupun penjelasannya yang dapat dilihat, didengar, dan dibaca yang disajikan dalam berbagai kemasan dan format sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara elektronik ataupun non elektronik.

- b. Ghibah (Menggunjing). (Ibid)

Ghibah adalah penyampaian informasi faktual tentang seseorang atau kelompok yang tidak disukainya.

- c. Fitnah. (Ibid)

Fitnah adalah informasi bohong tentang seseorang atau tanpa berdasarkan kebenaran yang disebarkan dengan maksud menjelekkan orang (seperti menodai nama baik, merugikan kehormatan orang)

- d. Namimah (Adu domba). (Ibid)

Namimah adalah adu domba antara satu dengan yang lain dengan menceritakan perbuatan orang lain yang berusaha menjelekkan yang lainnya kemudian berdampak pada saling membenci.

- e. Ranah publik.

Ranah Publik adalah wilayah yang diketahui sebagai wilayah terbuka yang bersifat publik, termasuk dalam media

sosial seperti twitter, facebook, grup media sosial, dan sejenisnya. Wadah grup diskusi di grup media sosial masuk kategori ranah publik.

## 2. Hukum Media Sosial Menurut Pandangan Islam

MUI memberikan pendapat melalui komisi fatwanya bahwa dalam berinteraksi dengan sesama, baik di dalam kehidupan riil maupun media sosial, setiap muslim wajib mendasarkan pada keimanan dan ketakwaan, kebajikan (*mu'asyarah bil ma'ruf*), persaudaraan (*ukhuwwah*), saling wasiat akan kebenaran (*al-haqq*) serta mengajak pada kebaikan (*al-amr bi al-ma'ruf*) dan mencegah kemunkaran (*al-nahyu 'an al-munkar*). (Majlis Ulama' Indonesia, 2017:12) Setiap muslim yang berinteraksi melalui media sosial wajib memperhatikan hal-hal sebagai berikut.

- a. Senantiasa meningkatkan keimanan dan ketakwaan, tidak mendorong kekufuran dan kemaksiatan.
- b. Mempererat persaudaraan (*ukhuwwah*), baik persaudaraan ke-Islaman (*ukhuwwah Islamiyyah*), persaudaraan kebangsaan (*ukhuwwah wathaniyyah*), maupun persaudaraan kemanusiaan (*ukhuwwah insaniyyah*).
- c. Memperkokoh kerukunan, baik intern umat beragama, antar umat beragama, maupun antara umat beragama dengan Pemerintah.
- d. Setiap muslim yang berinteraksi melalui media sosial **diharamkan** untuk:
  - 1) Melakukan ghibah, fitnah, namimah, dan penyebaran permusuhan.
  - 2) Melakukan bullying, ujaran kebencian, dan permusuhan atas dasar suku, agama, ras, atau antar golongan.
  - 3) Menyebarkan hoax serta informasi bohong meskipun dengan tujuan baik, seperti info tentang kematian orang yang masih hidup.
  - 4) Menyebarkan materi pornografi, kemaksiatan, dan segala hal yang terlarang secara syar'i.  
Menyebarkan konten yang benar tetapi tidak sesuai tempat dan/atau waktunya.
  - 5) memproduksi, menyebarkan dan/atau membuat dapat diaksesnya konten/informasi yang tidak benar kepada masyarakat hukumnya haram.
  - 6) memproduksi, menyebarkan dan/atau membuat dapat diaksesnya konten/informasi tentang hoax, ghibah, fitnah, namimah, aib, bullying, ujaran kebencian, dan hal-hal lain sejenis

terkait pribadi kepada orang lain dan/atau khalayak hukumnya haram.

- 7) Mencari-cari informasi tentang aib, gosip, kejelekan orang lain atau kelompok hukumnya haram kecuali untuk kepentingan yang dibenarkan secara syar'i.
- 8) Memproduksi dan/atau menyebarkan konten/informasi yang bertujuan untuk membenarkan yang salah atau menyalahkan yang benar, membangun opini agar seolah-olah berhasil dan sukses, dan tujuan menyembunyikan kebenaran serta menipu khalayak hukumnya haram.
- 9) Menyebarkan konten yang bersifat pribadi ke khalayak, padahal konten tersebut diketahui tidak patut untuk disebar ke publik, seperti pose yang mempertontonkan aurat, hukumnya haram.
- 10) Aktifitas buzzer di media sosial yang menjadikan penyediaan informasi berisi hoax, ghibah, fitnah, namimah, bullying, aib, gosip, dan hal-hal lain sejenis sebagai profesi untuk memperoleh keuntungan, baik ekonomi maupun non-ekonomi, hukumnya haram. Demikian juga orang yang menyuruh, mendukung, membantu, memanfaatkan jasa dan orang yang memfasilitasinya.

### **3. Etika Bermedia Sosial Menurut Islam**

#### **a. Pedoman Umum**

- 1) Media sosial dapat digunakan sebagai sarana untuk menjalin silaturahmi, menyebarkan informasi, dakwah, pendidikan, rekreasi, dan untuk kegiatan positif di bidang agama, politik, ekonomi, dan sosial serta budaya.
- 2) Berinteraksi melalui media sosial harus dilakukan tanpa melanggar ketentuan agama dan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- 3) Hal yang harus diperhatikan dalam menyikapi konten/informasi di media sosial, antara lain:
  - a) Konten/informasi yang berasal dari media sosial memiliki kemungkinan benar dan salah.
  - b) Konten/informasi yang baik belum tentu benar.
  - c) Konten/informasi yang benar belum tentu bermanfaat.
  - d) Konten/informasi yang bermanfaat belum tentu cocok untuk disampaikan ke ranah publik.
  - e) Tidak semua konten/informasi yang benar itu boleh dan pantas disebar ke ranah publik.

#### **b. Pedoman Verifikasi Konten / Informasi.**

- 1) Setiap orang yang memperoleh konten/informasi melalui media sosial (baik yang positif maupun negatif) tidak boleh langsung



menyebarkannya sebelum diverifikasi dan dilakukan proses tabayyun serta dipastikan kemanfaatannya.

- 2) Proses tabayyun terhadap konten/informasi bisa dilakukan dengan langkah sebagai berikut:
  - a) Dipastikan aspek sumber informasi (sanad)nya, yang meliputi kepribadian, reputasi, kelayakan dan keterpercayaannya.
  - b) Dipastikan aspek kebenaran konten (matan)nya, yang meliputi isi dan maksudnya.
  - c) Dipastikan konteks tempat dan waktu serta latar belakang saat informasi tersebut disampaikan.
  - d) Cara memastikan kebenaran informasi antara lain dengan langkah :Bertanya kepada sumber informasi jika diketahui. Permintaan klarifikasi kepada pihak-pihak yang memiliki otoritas dan kompetensi.
  - e) Upaya tabayyun dilakukan secara tertutup kepada pihak yang terkait, tidak dilakukan secara terbuka di ranah publik (seperti melalui group media sosial), yang bisa menyebabkan konten/informasi yang belum jelas kebenarannya tersebut beredar luar ke publik.
  - f) Konten/informasi yang berisi pujian, sanjungan, dan atau hal-hal positif tentang seseorang atau kelompok belum tentu benar, karenanya juga harus dilakukan tabayyun.

c. Pedoman Pembuatan Konten / Informasi

Pembuatan konten/informasi yang akan disampaikan ke ranah publik harus berpedoman pada hal-hal sebagai berikut:

- 1) menggunakan kalimat, grafis, gambar, suara dan/atau yang simpel, mudah difahami, tidak multitafsir, dan tidak menyakiti orang lain.
- 2) konten/informasi harus benar, sudah terverifikasi kebenarannya dengan merujuk pada pedoman verifikasi informasi sebagaimana bagian A pedoman berinteraksi dalam Fatwa ini.
- 3) konten yang dibuat menyajikan informasi yang bermanfaat.
- 4) Konten/informasi yang dibuat menjadi sarana amar ma'ruf nahi munkar dalam pengertian yang luas.
- 5) konten/informasi yang dibuat berdampak baik bagi penerima dalam mewujudkan kemaslahatan serta menghindarkan diri dari kemafsadatan.
- 6) memilih diksi yang tidak provokatif serta tidak membangkitkan kebencian dan permusuhan.

- 7) kontennya tidak berisi hoax, fitnah, ghibah, namimah, bullying, gosip, ujaran kebencian, dan hal lain yang terlarang, baik secara agama maupun ketentuan peraturan perundang-undangan.
  - 8) kontennya tidak menyebabkan dorongan untuk berbuat hal-hal yang terlarang secara syar'i, seperti pornografi, visualisasi kekerasan yang terlarang, umpatan, dan provokasi.
  - 9) Kontennya tidak berisi hal-hal pribadi yang tidak layak untuk disebar ke ranah publik.
  - 10) Cara memastikan kemanfaatan konten/informasi antara lain dengan jalan sebagai berikut:
    - a) bisa mendorong kepada kebaikan (al-birr) dan ketakwaan (al-taqwa).
    - b) bisa mempererat persaudaraan (ukhuwwah) dan cinta kasih (mahabbah)
    - c) bisa menambah ilmu pengetahuan
    - d) bisa mendorong untuk melakukan ajaran Islam dengan menjalankan seluruh perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya.
    - e) tidak melahirkan kebencian (al-baghdla') dan permusuhan (al-'adawah).
    - f) Setiap muslim dilarang mencari-cari aib, kesalahan, dan atau hal yang tidak disukai oleh orang lain, baik individu maupun kelompok, kecuali untuk tujuan yang dibenarkan secara syar'y seperti untuk penegakan hukum atau mendamaikan orang yang bertikai (ishlah dzati al-bain).
    - g) Tidak boleh menjadikan penyediaan konten/informasi yang berisi tentang hoax, aib, ujaran kebencian, gosip, dan hal-hal lain sejenis terkait pribadi atau kelompok sebagai profesi untuk memperoleh keuntungan, baik ekonomi maupun non-ekonomi, seperti profesi buzzer yang mencari keuntungan dari kegiatan terlarang tersebut.
- d. Pedoman Penyebaran Konten / Informasi.
- Konten/informasi yang akan disebar kepada khalayak umum harus memenuhi kriteria sebagai berikut:
- 1) Konten/informasi tersebut benar, baik dari sisi isi, sumber, waktu dan tempat, latar belakang serta konteks informasi disampaikan.
  - 2) Bermanfaat, baik bagi diri penyebar maupun bagi orang atau kelompok yang akan menerima informasi tersebut.
  - 3) Bersifat umum, yaitu informasi tersebut cocok dan layak diketahui oleh masyarakat dari seluruh lapisan sesuai dengan



keragaman orang/khalayak yang akan menjadi target sebaran informasi.

- 4) Tepat waktu dan tempat (*muqtadlal hal*), yaitu informasi yang akan disebar harus sesuai dengan waktu dan tempatnya karena informasi benar yang disampaikan pada waktu dan/atau tempat yang berbeda bisa memiliki perbedaan makna.
- 5) Tepat konteks, informasi yang terkait dengan konteks tertentu tidak boleh dilepaskan dari konteksnya, terlebih ditempatkan pada konteks yang berbeda yang memiliki kemungkinan pengertian yang berbeda.
- 6) Memiliki hak, orang tersebut memiliki hak untuk penyebaran, tidak melanggar hak seperti hak kekayaan intelektual dan tidak melanggar hak privacy.
- 7) Cara memastikan kebenaran dan kemanfaatan informasi merujuk pada ketentuan bagian B angka 3 dan bagian C angka 2 dalam Fatwa ini :
  - a) Tidak boleh menyebarkan informasi yang berisi hoax, ghibah, fitnah, namimah, aib, ujaran kebencian, dan hal-hal lain sejenis yang tidak layak sebar kepada khalayak.
  - b) Tidak boleh menyebarkan informasi untuk menutupi kesalahan, membenarkan yang salah dan menyalahkan yang benar, membangun opini agar seolah-olah berhasil dan sukses, dan tujuan menyembunyikan kebenaran serta menipu khalayak.
  - c) Tidak boleh menyebarkan konten yang bersifat pribadi ke khalayak, padahal konten tersebut diketahui tidak patut untuk disebar ke ranah publik, seperti ciuman suami istri dan pose foto tanpa menutup aurat.
  - d) Setiap orang yang memperoleh informasi tentang aib, kesalahan, dan atau hal yang tidak disukai oleh orang lain tidak boleh menyebarkannya kepada khalayak, meski dengan alasan tabayyun.
  - e) Setiap orang yang mengetahui adanya penyebaran informasi tentang aib, kesalahan, dan atau hal yang tidak disukai oleh orang lain harus melakukan pencegahan.
  - f) Pencegahan sebagaimana dimaksud dalam angka 7 dengan cara mengingatkan penyebar secara tertutup, menghapus informasi, serta mengingkari tindakan yang tidak benar tersebut.

- g) (Ibid: 12-15) Orang yang bersalah telah menyebarkan informasi hoax, ghibah, fitnah, namimah, aib, ujaran kebencian, dan hal-hal lain sejenis kepada khalayak, baik sengaja atau tidak tahu, harus bertaubat dengan meminta maaf kepada Allah (istighfar) serta; (i) meminta maaf kepada pihak yang dirugikan (ii) menyesali perbuatannya; (iii) dan komitmen tidak akan mengulangi.

#### 4. Sikap Muslim terhadap berita hoax

Sekarang ini hoaks telah dibudidayakan seperti hewan ternak, tersebar dimana-mana dan disebar oleh siapa saja. Daya kritis manusia dalam memahami berita seakan mati rasa. Apapun yang dibaca, jika sesuai dengan selera, dimakan mentah-mentah dan dipercaya. Jika tidak sesuai dengan selera, langsung divonis sebagai berita bohong. Ini masalah serius. Melihat berita dengan 'selera' telah menghalangi terciptanya kultur tabayyun (konfirmasi informasi) di masyarakat kita. Pemilahan berita tidak berdasarkan fakta jurnalistik. Selama berita itu sesuai dengan 'selera', kita akan menyebarkannya kemana-mana, melalui media sosial (medsos) yang telah hampir dipakai seluruh penduduk Indonesia. Lalu, bagaimana agama menyikapi hal ini?

Sikap agama jelas, tidak ada ruang untuk kebohongan (hoaks) dalam agama. Anehnya, ada orang yang mengatakan, penyebaran hoaks adalah bentuk kepasrahan kepada Allah, dalam arti berjuang di jalanNya. Ada pula yang menganggap wajar penambahan sebuah berita, apalagi jika berhubungan dengan agama. Ini adalah hal yang benar-benar aneh. Dalam tradisi Islam, terdapat disiplin ilmu musthalah al-hadîts. Saya tidak akan membicarakan panjang lebar ilmu tersebut. Saya hanya ingin mengatakan, dalam memahami berita umat Islam seharusnya mengacu pada ilmu tersebut. Tidak mudah mengambil kesimpulan dan harus melakukan kroscek kritis dari mulai sumber berita, siapa yang memberitakannya sampai proses pengikisan penambahan berita bohong yang menyertainya.

(Muhammad bin Idrîs al-Syâfi'i, al-Risâlah, hlm 401) Imam al-Syâfi'i dalam al-Risâlah menyebutnya sebagai al-kadzib al-khafi (kebohongan yang halus), yaitu "dzalika al-hadîts 'an man lâ yu'rafu sidquhu –menyebarkan hadits dari orang yang tidak diketahui kejujurannya." Artinya, sebelum benar-benar mengetahui kejujuran orang yang memberitakannya secara langsung dan meneliti secara kritis sumber berita tersebut, kita sebaiknya menahan diri untuk menyebarkannya. Jika berita itu benar, kita tidak mendapatkan dosa. Jika berita itu bohong, kita telah turut serta dalam menyebarkan fitnah.

Di era berkemajuan ini, media telah membawa zaman ke arah 'mediakrasi', sehingga propaganda disebut pengetahuan dan gosip disebut berita. Setiap hari kita disuguhi berita-berita semacam itu. Efeknya, cara pandang kita terhadap dunia perlahan-lahan bergeser, dari justifikasi logis-kritis menjadi justifikasi propagandis, meski bisa dikatakan tidak semua orang termakan oleh hal itu.

Bagaimana dengan penyebaran berita hoaks sebagai bentuk syiar agama? Jawabannya sama, ketika berkaitan dengan fitnah (pembunuhan karakter) agama tidak memberikan ruang, dengan alasan apapun, "al-fitnah asyaddu min al-qatl ; fitnah lebih jahat dari pembunuhan." Kita harus berhati-hati dalam membaca berita. Lakukan critical analysis (al-tahlil al-naqdli, analisa kritis), penelusuran sumber (takhrij dan kritik sanad) dan evaluasi konten berita (kritik matan). Jangan dimakan mentah-mentah dan disebarkan begitu saja. (Muhammad Afiq Zahara, *etika-islam-dalam-bermedsos*) Pembacaan kritis ini sangat diperlukan agar terhindar dari budidaya fitnah dalam bentuk berita. Sebaik-baik berita yang kita baca, lebih baik berita yang kita dengar dan lihat secara langsung.

### **Suggestion**

Setiap muslim yang berinteraksi melalui media sosial diharamkan atau dilarang memproduksi, menyebarkan dan membuat dapat diaksesnya konten / informasi yang tidak benar kepada masyarakat, hoax, ghibah, fitnah, namimah, aib, bullying, ujaran kebencian, dan hal-hal lain sejenis terkait pribadi kepada orang lain dan khalayak umum. Begitu juga Memproduksi dan menyebarkan konten / informasi yang bertujuan untuk membenarkan yang salah atau menyalahkan yang benar, membangun opini agar seolah-olah berhasil dan sukses, dan tujuan menyembunyikan kebenaran serta menipu khalayak. Termasuk juga mencari-cari informasi tentang aib, gosip, kejelekan orang lain atau kelompok hukumnya diharamkan agama kecuali untuk kepentingan yang dibenarkan secara syar'i.

Islam melihat bahwa media sosial dapat digunakan sebagai sarana untuk menjalin silaturahmi, menyebarkan informasi, dakwah, pendidikan, rekreasi, dan untuk kegiatan positif di bidang agama, politik, ekonomi, dan sosial serta budaya. Oleh karena itu Islam juga mengajarkan etika dalam bermedia sosial. Berinteraksi melalui media sosial harus dilakukan tanpa melanggar ketentuan agama dan ketentuan peraturan perundang-undangan. Ada hal hal yang harus diperhatikan dalam menyikapi konten / informasi di media sosial. Konten / informasi yang berasal dari media sosial memiliki kemungkinan benar dan salah, yang baik belum tentu benar, yang benar belum

tentu bermanfaat, yang bermanfaat belum tentu cocok untuk disampaikan ke ranah publik dan tidak semua konten / informasi yang benar itu boleh dan pantas disebar ke ranah publik.

### References

- Bungin, Burhan (2001). *Metodologi Penelitian Sosial, Format- format Kuantitatif-kualitatif.*, Surabaya: Airlangga University Press.
- Daring, KBBI, *Pencarian Kata Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Laman resmi <https://kbbi.kemendikbud.go.id>
- <https://m.detik.com/news/kolom/islam-dan-etika-bermedia-sosial>
- Majlis Ulama' Indonesia (2017). *Fatwa MUI no 24 tahun 2017 tentang hukum dan pedoman berinteraksi melalui media social*. Jakarta: Komisi Fatwa MUI.
- Soekanto, Soerjono (2004). *Penelitian Hukum Normatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Suprayogo, Imam & Tobroni MS (2003). *Metodologi Penelitian Sosial Agama*, Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Triastuti, Endah dkk (2017). *Kajian Dampak Penggunaan Media Sosial Bagi Anak Dan Remaja*. Depok: PUSKAKOM FISIP UI.
- Zahara, Muhammad Afiq, <http://www.nu.or.id/post/read/81629/etika-islam-dalam-bermedsos>