

Etika Bermedia Sosial Dalam Perspektif Al-Qur'an: Analisis Tafsir Qs. Al-Hujurat Ayat 6, 11 Dan 12

Selpi Indramaya^{a,1}, Faiz Tsabitul Aqdam^b, Muhammad muhyiddin^c, Radhi Pratama^d,
Lailatul Mardiah^e, Miftahul Rizky^f, Fitra Khairul Dzakwan^g

^{a,b,c,d,e,f,g} Sekolah Tinggi Ilmu Al-Qur'an Kepulauan Riau, Indonesia

¹selpiindramaya@stiq-kepri.ac.id, ²tsabbituladqamfaaiz@gmail.com, ³muhammadmuhyiddn@gmail.com,

⁴radhi0375@gmail.com, ⁵lailatulmardhiyah301@gmail.com, ⁶miftahulrizky.2512@gmail.com,

⁷khairuldzakwan11@gmail.com

*Correspondent Author; *selpiindramaya@stiq-kepri.ac.id

ARTICLE INFO

Article history

Received:

12-07-2026

Revised:

28-07-2026

Accepted:

06-08-2026

Keywords

Social Media Ethics; Qur'an;
Thematic Tafsir; QS. Al-Hujurat; Tabayyun; Islamic
Digital Literacy; Islamic
Communication.

ABSTRACT

The development of social media has brought significant changes to the communication patterns of modern society, but it has also generated various ethical issues, such as the spread of unverified information, hate speech, insults, prejudice, and the disclosure of personal matters in digital spaces. This study aims to analyze the concept of social media ethics from the perspective of the Qur'an through a tafsir study of QS. Al-Hujurat verses 6, 11, and 12. This research employs a qualitative approach using a library research method and a thematic interpretation (tafsir maudhu'i) approach. The research data were obtained from primary sources, including the Qur'an and classical as well as contemporary tafsir works, and secondary sources consisting of scholarly articles and relevant literature on Islamic communication ethics and digital literacy. Data analysis was conducted using content analysis techniques by identifying the ethical values contained in these verses and relating them to contemporary digital communication phenomena. The findings reveal that QS. Al-Hujurat verses 6, 11, and 12 establish a paradigm of social media ethics based on three main principles: information verification through the concept of tabayyun, respect for human dignity through the prohibition of insulting and degrading others, and social responsibility through controlling prejudice, tajassus, and ghibah. This study demonstrates that social media ethics from the Qur'anic perspective is not merely normative but can be developed as an Islamic digital literacy framework that integrates technological competence with moral and spiritual values. This study contributes to contemporary Qur'anic studies by offering a model of digital communication ethics based on Qur'anic principles that is relevant to the challenges of today's information society.



Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola interaksi manusia dari komunikasi konvensional menuju komunikasi digital yang berlangsung

secara cepat, terbuka, dan tanpa batas geografis (N Nurhayati, Latif, & Anwar, 2024). Media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, X, dan berbagai platform digital lainnya tidak hanya menjadi sarana berbagi informasi, tetapi juga menjadi ruang pembentukan opini publik, ekspresi identitas, serta pertukaran nilai sosial dan keagamaan. Namun, kemudahan komunikasi digital tersebut juga menghadirkan persoalan etika, seperti penyebaran berita palsu (*hoax*), disinformasi, ujaran kebencian, penghinaan, prasangka sosial, dan penyebaran informasi tanpa verifikasi yang berpotensi merusak hubungan sosial masyarakat (Singhal et al., 2022). Fenomena tersebut menunjukkan bahwa kemajuan teknologi komunikasi tidak selalu berjalan seiring dengan peningkatan kualitas moral pengguna media digital.

Dalam konteks masyarakat Muslim, persoalan etika bermedia sosial memiliki hubungan erat dengan prinsip-prinsip moral yang terdapat dalam Al-Qur'an. Al-Qur'an tidak hanya memberikan pedoman mengenai hubungan manusia dengan Allah, tetapi juga mengatur hubungan sosial melalui prinsip komunikasi, penghormatan terhadap sesama, verifikasi informasi, serta larangan terhadap perilaku yang merusak kehormatan manusia (Wati, 2023). Salah satu landasan penting mengenai etika sosial terdapat dalam QS. Al-Hujurat ayat 6, 11, dan 12. Ayat 6 menegaskan pentingnya melakukan tabayyun atau klarifikasi terhadap informasi yang diterima agar seseorang tidak melakukan tindakan yang merugikan pihak lain berdasarkan berita yang tidak benar. Ayat 11 memberikan larangan terhadap perilaku merendahkan, mencela, dan memberi gelar buruk kepada orang lain, sedangkan ayat 12 melarang prasangka negatif, mencari kesalahan, serta menggugjing sesama manusia. Prinsip-prinsip tersebut memiliki relevansi yang kuat dengan problem komunikasi digital masa kini (Alfathah, Fathurrohman, & Zulaiha, 2024).

Kajian mengenai etika komunikasi dalam perspektif Al-Qur'an telah berkembang dalam beberapa tahun terakhir. Penelitian mengenai konsep qaulan dalam komunikasi Islam menunjukkan bahwa Al-Qur'an menawarkan prinsip komunikasi yang berorientasi pada kebenaran, kelembutan, tanggung jawab, dan kemaslahatan sosial sebagai dasar interaksi digital yang sehat (Amalia, Asriani, Wicaksono, & Martabillah, 2025). Studi lain menjelaskan bahwa nilai-nilai komunikasi Qur'ani seperti qaulan sadidan, qaulan ma'rufan, dan qaulan layyinan dapat menjadi paradigma etika komunikasi dalam menghadapi tantangan media sosial yang semakin kompleks (Amelia & Nasrulloh, 2024). Temuan tersebut menunjukkan bahwa etika komunikasi Islam tidak hanya berbicara mengenai aspek bahasa, tetapi juga berkaitan dengan tanggung jawab moral seseorang dalam menyampaikan dan menerima informasi (Singhal et al., 2022).

Penelitian tentang QS. Al-Hujurat ayat 6 juga menunjukkan bahwa konsep tabayyun memiliki relevansi besar terhadap budaya literasi digital. Dalam ruang media sosial, setiap pengguna memiliki kemungkinan menjadi produsen sekaligus konsumen informasi sehingga kemampuan melakukan verifikasi menjadi aspek penting untuk mencegah penyebaran informasi yang salah. Prinsip tabayyun dapat dipahami sebagai mekanisme epistemologis Islam dalam memastikan validitas informasi sebelum seseorang mempercayai atau menyebarkannya (Harahap, Nasution, Daulay, Wahdini, & Rafiq, 2026). Dengan demikian, nilai Qur'ani tersebut dapat dikembangkan sebagai dasar literasi digital yang tidak hanya berbasis kemampuan teknis, tetapi juga berlandaskan tanggung jawab moral.

Selain persoalan informasi yang tidak valid, media sosial juga menghadirkan tantangan berupa meningkatnya ujaran kebencian (*hate speech*) dan perilaku komunikasi yang merendahkan kelompok tertentu. QS. Al-Hujurat ayat 11 memiliki relevansi dalam membangun budaya komunikasi digital yang menghargai martabat manusia. Larangan menghina, mencela, dan memberi stigma negatif menunjukkan bahwa Islam menempatkan kehormatan manusia sebagai nilai fundamental dalam kehidupan sosial. Kajian mengenai

komunikasi digital berbasis QS. Al-Hujurat ayat 11 menunjukkan bahwa nilai penghormatan terhadap manusia dapat menjadi pendekatan preventif dalam mengurangi konflik akibat ujaran kebencian di ruang digital (Permatasari, Nalarati, & Azzara, 2025).

Sementara itu, QS. Al-Hujurat ayat 12 memberikan perhatian terhadap persoalan prasangka (*su'uzan*), pencarian kesalahan (*tajassus*), dan ghibah yang dalam konteks modern dapat muncul melalui komentar negatif, penyebaran tangkapan layar percakapan pribadi, maupun penghakiman publik melalui media sosial. Penafsiran terhadap ayat tersebut menunjukkan bahwa larangan prasangka dan ghibah memiliki dimensi sosial yang sangat kuat karena bertujuan menjaga keharmonisan hubungan antarindividu dan kelompok (Akbar, Ridho, Salam, & Al Amin, 2025). Dalam konteks digital, nilai tersebut menjadi penting karena media sosial sering menciptakan budaya reaktif, yaitu seseorang memberikan komentar atau menyebarkan informasi tanpa mempertimbangkan dampak moral dan sosialnya.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas etika komunikasi Islam dan relevansi QS. Al-Hujurat dalam kehidupan digital, sebagian besar kajian masih berfokus pada satu aspek tertentu, seperti konsep *tabayyun* pada QS. Al-Hujurat ayat 6, etika komunikasi pada QS. Al-Hujurat ayat 11-12, atau analisis terhadap satu kitab tafsir tertentu. Kajian yang mengintegrasikan QS. Al-Hujurat ayat 6, 11, dan 12 sebagai satu kesatuan paradigma etika bermedia sosial berbasis tafsir masih relatif terbatas. Padahal, ketiga ayat tersebut memiliki hubungan konseptual yang membentuk sistem etika digital Islam, yaitu dimensi epistemik melalui verifikasi informasi (*tabayyun*), dimensi moral melalui penghormatan terhadap manusia, dan dimensi sosial melalui pengendalian prasangka serta larangan membuka aib orang lain.

Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan membangun pemahaman integratif mengenai etika bermedia sosial berdasarkan analisis tafsir QS. Al-Hujurat ayat 6, 11, dan 12. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang cenderung membahas ayat secara parsial, penelitian ini mengembangkan kerangka etika digital Qur'ani yang menghubungkan tiga prinsip utama, yaitu validitas informasi, penghormatan terhadap martabat manusia, dan tanggung jawab sosial dalam komunikasi digital. Pendekatan ini memungkinkan Al-Qur'an dipahami bukan hanya sebagai sumber nilai normatif, tetapi juga sebagai paradigma etika yang relevan dalam menghadapi transformasi komunikasi pada era digital.

Urgensi penelitian ini semakin kuat karena media sosial telah menjadi ruang publik baru yang memengaruhi cara manusia memperoleh informasi, membangun hubungan sosial, dan membentuk pandangan terhadap suatu kelompok atau individu. Tanpa landasan etika yang kuat, perkembangan teknologi komunikasi dapat memperbesar konflik sosial dan melemahkan nilai kemanusiaan. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang menghadirkan perspektif Islam secara akademik untuk merumuskan prinsip penggunaan media sosial yang bertanggung jawab. Melalui analisis tafsir QS. Al-Hujurat ayat 6, 11, dan 12, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan kajian Al-Qur'an kontemporer serta kontribusi praktis bagi pembentukan budaya digital yang beretika, moderat, dan berorientasi pada kemaslahatan sosial.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (*library research*) dan pendekatan tafsir tematik (*tafsir maudhu'i*) untuk menganalisis konsep etika bermedia sosial dalam perspektif Al-Qur'an melalui kajian terhadap QS. Al-Hujurat ayat 6, 11, dan 12. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan memahami makna, nilai, dan konstruksi etika yang terdapat dalam teks Al-

Qur'an serta relevansinya dengan fenomena komunikasi digital kontemporer, bukan untuk melakukan pengukuran statistik terhadap suatu variabel tertentu (Fadli, 2021).

Metode studi kepustakaan digunakan karena seluruh data penelitian diperoleh melalui kajian terhadap sumber-sumber tertulis yang berkaitan dengan objek penelitian (Nurhayati Nurhayati & Rosadi, 2022). Studi kepustakaan dalam penelitian kualitatif memungkinkan peneliti melakukan eksplorasi mendalam terhadap dokumen, literatur tafsir, buku akademik, dan artikel ilmiah untuk menemukan konsep, pola pemikiran, serta hubungan antara teks keagamaan dengan persoalan sosial modern (Chanda, 2021). Dalam penelitian ini, sumber data primer berupa Al-Qur'an khususnya QS. Al-Hujurat ayat 6, 11, dan 12 beserta kitab-kitab tafsir yang menjelaskan kandungan ayat tersebut. Adapun sumber data sekunder berasal dari buku, artikel jurnal, dan penelitian terdahulu yang membahas etika komunikasi Islam, literasi digital, media sosial, serta kajian tafsir kontemporer.

Penelitian ini menggunakan pendekatan tafsir *maudhu'i* (tematik) karena metode tersebut memungkinkan peneliti mengumpulkan ayat-ayat Al-Qur'an yang memiliki keterkaitan dengan suatu tema tertentu kemudian menganalisisnya secara menyeluruh untuk memperoleh konsep yang utuh. Tafsir tematik dipandang relevan untuk menjawab persoalan kontemporer karena tidak hanya berfokus pada makna tekstual ayat, tetapi juga mempertimbangkan konteks sosial yang melatarbelakangi munculnya suatu persoalan (Rokim & Triana, 2022). Tahapan penelitian dilakukan melalui beberapa langkah sistematis. Pertama, menentukan tema utama penelitian yaitu etika bermedia sosial dalam perspektif Al-Qur'an. Kedua, melakukan inventarisasi ayat-ayat yang berkaitan dengan komunikasi sosial, verifikasi informasi, larangan penghinaan, prasangka, dan menjaga kehormatan manusia. Ketiga, melakukan analisis terhadap QS. Al-Hujurat ayat 6, 11, dan 12 dengan memperhatikan aspek kebahasaan (*lughawi*), konteks historis (*asbab al-nuzul*), serta penjelasan para mufasir klasik dan kontemporer. Keempat, melakukan kontekstualisasi nilai-nilai ayat terhadap fenomena penggunaan media sosial saat ini. Pendekatan tafsir kontekstual seperti ini memungkinkan penelitian Al-Qur'an tetap memiliki relevansi terhadap perkembangan persoalan sosial modern tanpa menghilangkan prinsip dasar teks wahyu (Kusroni & Zamzami, 2021).

Sumber tafsir yang digunakan dalam penelitian ini mencakup beberapa karya tafsir yang memiliki corak berbeda agar menghasilkan analisis yang komprehensif (Zaman, 2025). Tafsir klasik digunakan untuk memahami fondasi makna ayat berdasarkan tradisi keilmuan Islam, sedangkan tafsir kontemporer digunakan untuk melihat hubungan antara pesan Al-Qur'an dengan realitas sosial modern. Penggunaan berbagai sumber tafsir memungkinkan penelitian memperoleh pemahaman yang lebih luas karena setiap mufasir memiliki pendekatan dan perspektif metodologis yang berbeda dalam menjelaskan kandungan ayat Al-Qur'an (Rohman & Mubaroka, 2023).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, yaitu dengan mengidentifikasi, membaca, mencatat, dan mengklasifikasikan berbagai sumber literatur yang berkaitan dengan tema penelitian (Nurhayati Nurhayati & Rosadi, 2022). Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*). Analisis isi digunakan untuk menemukan kategori makna, konsep utama, dan nilai-nilai etika yang terkandung dalam teks Al-Qur'an maupun literatur pendukung. Teknik ini sesuai digunakan dalam penelitian teks karena mampu mengungkap hubungan antara pesan normatif dalam dokumen dengan konteks sosial yang menjadi fokus kajian (Bowen, 2021).

Analisis data dilakukan melalui tiga tahap. Pertama, tahap reduksi data dengan memilih informasi yang relevan dengan tema etika bermedia sosial. Kedua, tahap penyajian data dengan mengorganisasi hasil kajian berdasarkan tema utama, yaitu prinsip

verifikasi informasi (*tabayyun*), larangan komunikasi yang merendahkan, serta pengendalian prasangka dan ghibah dalam ruang digital. Ketiga, tahap penarikan kesimpulan dengan merumuskan konstruksi etika bermedia sosial berbasis nilai-nilai Qur'ani. Proses analisis tersebut dilakukan secara interpretatif dengan mempertimbangkan hubungan antara teks, konteks, dan relevansi sosial.

Untuk menjaga validitas penelitian, dilakukan triangulasi sumber dengan membandingkan berbagai kitab tafsir, artikel ilmiah, dan hasil penelitian terdahulu. Triangulasi dalam penelitian kualitatif berfungsi meningkatkan kredibilitas hasil penelitian melalui pemeriksaan konsistensi informasi dari berbagai sumber yang berbeda (Fusch, Fusch, & Ness, 2021). Dengan demikian, hasil penelitian tidak hanya didasarkan pada satu perspektif tafsir, tetapi melalui proses akademik yang mempertimbangkan keberagaman sumber dan pendekatan. Melalui metode tersebut, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan pemahaman konseptual mengenai etika bermedia sosial dalam perspektif Al-Qur'an yang tidak berhenti pada aspek normatif, tetapi mampu menawarkan kerangka etika digital Islam yang relevan dengan kebutuhan masyarakat modern.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tabayyun sebagai Prinsip Verifikasi Informasi dalam Etika Bermedia Sosial Perspektif QS. Al-Hujurat Ayat 6

Perkembangan media sosial telah menjadikan informasi sebagai bagian penting dalam kehidupan masyarakat modern. Setiap individu dapat memproduksi, menerima, dan menyebarkan informasi hanya dalam hitungan detik. Namun, kemudahan tersebut juga menghadirkan persoalan serius berupa penyebaran berita palsu (*hoax*), informasi yang tidak terverifikasi, dan manipulasi digital yang dapat menimbulkan konflik sosial. Kondisi ini menunjukkan bahwa persoalan utama dalam komunikasi digital bukan hanya kemampuan mengakses informasi, tetapi juga kemampuan mempertanggungjawabkan informasi yang diterima dan disebar (Harahap et al., 2026).

QS. Al-Hujurat ayat 6 memberikan prinsip fundamental mengenai pentingnya melakukan verifikasi terhadap suatu berita sebelum mempercayai atau menyebarkannya. Ayat tersebut memerintahkan orang beriman agar melakukan *tabayyun* ketika menerima informasi dari seseorang yang tidak memiliki kredibilitas yang kuat. Dalam perspektif tafsir, konsep *tabayyun* tidak hanya bermakna memeriksa kebenaran informasi secara faktual, tetapi juga mengandung dimensi moral berupa kehati-hatian agar seseorang tidak melakukan tindakan yang merugikan pihak lain berdasarkan informasi yang keliru.

Dalam konteks media sosial, prinsip *tabayyun* dapat dipahami sebagai etika epistemik yang mengatur hubungan manusia dengan informasi. Seorang pengguna media sosial tidak cukup hanya mempertanyakan apakah suatu informasi menarik untuk dibagikan, tetapi harus mempertimbangkan apakah informasi tersebut benar, bermanfaat, dan tidak menimbulkan kerugian sosial. Penelitian mengenai QS. Al-Hujurat ayat 6 menunjukkan bahwa nilai *tabayyun* memiliki relevansi kuat dengan konsep literasi digital karena mengajarkan sikap kritis terhadap informasi yang beredar di ruang publik digital (Nasution, Wirahyuda, & Rubino, 2026).

Prinsip *tabayyun* juga menunjukkan bahwa Islam memiliki perhatian terhadap dimensi tanggung jawab komunikasi. Kesalahan dalam menyebarkan informasi bukan hanya persoalan teknis komunikasi, tetapi juga persoalan moral karena dapat menciptakan fitnah, merusak reputasi seseorang, bahkan memicu konflik sosial. Oleh karena itu, etika bermedia sosial dalam perspektif Al-Qur'an menempatkan pengguna digital sebagai subjek moral yang memiliki tanggung jawab terhadap setiap informasi yang diproduksi dan disebar.

Konsep ini sejalan dengan kajian komunikasi Islam yang menempatkan kejujuran (*shidq*), kehati-hatian (*ihthiyath*), dan tanggung jawab sosial sebagai prinsip utama komunikasi. Media sosial harus dipahami bukan sekadar ruang ekspresi pribadi, tetapi juga ruang publik yang memiliki konsekuensi sosial terhadap orang lain (Suliyanti, Tahir, & Fansuri, 2024). Dengan demikian, QS. Al-Hujurat ayat 6 memberikan fondasi bahwa budaya digital yang sehat harus dibangun melalui tradisi memeriksa, memahami, dan mempertimbangkan dampak sebelum menyebarkan informasi.

Larangan Merendahkan dan Ujaran Kebencian sebagai Etika Menghormati Martabat Manusia dalam QS. Al-Hujurat Ayat 11

Selain persoalan validitas informasi, tantangan besar dalam penggunaan media sosial adalah munculnya komunikasi yang tidak beretika seperti penghinaan, ejekan, pelecehan verbal, dan ujaran kebencian (*hate speech*). Ruang digital sering menjadi tempat munculnya ekspresi yang agresif karena adanya jarak psikologis antara pengguna dengan pihak yang menjadi sasaran komunikasi. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa media sosial membutuhkan standar etika yang mampu mengendalikan kebebasan berekspresi agar tidak berubah menjadi tindakan yang merendahkan manusia lain.

QS. Al-Hujurat ayat 11 memberikan prinsip penting bahwa manusia dilarang saling mencela, merendahkan, atau memberikan panggilan yang buruk kepada orang lain. Ayat ini menunjukkan bahwa Islam memberikan perhatian besar terhadap perlindungan kehormatan manusia (*hifz al-'irdh*). Dalam konteks komunikasi digital, nilai tersebut menjadi dasar bahwa setiap pengguna media sosial harus menjaga bahasa, komentar, dan konten yang dipublikasikan agar tidak melukai martabat orang lain.

Larangan mencela dalam ayat tersebut memiliki relevansi dengan fenomena cyberbullying yang semakin sering terjadi dalam berbagai platform digital. Tindakan seperti memperlakukan seseorang melalui komentar, menyebarkan penghinaan, atau menyerang identitas pribadi merupakan bentuk komunikasi yang bertentangan dengan nilai Qur'ani. Kajian terhadap QS. Al-Hujurat ayat 11 menunjukkan bahwa ayat tersebut dapat menjadi dasar normatif dalam membangun budaya komunikasi digital yang menghargai perbedaan dan menolak kekerasan verbal (Permatasari et al., 2025).

Dalam perspektif tafsir sosial, QS. Al-Hujurat ayat 11 tidak hanya berbicara mengenai larangan perilaku individual, tetapi juga membangun sistem hubungan sosial yang berorientasi pada penghormatan terhadap manusia. Penghinaan terhadap seseorang pada dasarnya merupakan tindakan yang dapat merusak ikatan sosial karena menghilangkan rasa saling menghargai. Oleh sebab itu, etika komunikasi digital Islam tidak hanya mengatur apa yang boleh dan tidak boleh dikatakan, tetapi juga membentuk kesadaran bahwa setiap kata memiliki dampak sosial.

Kajian Quraish Shihab terhadap QS. Al-Hujurat ayat 11-12 menunjukkan bahwa prasangka buruk dan komunikasi negatif menjadi salah satu faktor munculnya konflik sosial karena manusia sering memberikan penilaian berdasarkan asumsi yang belum tentu benar. Dalam konteks media sosial, prinsip tersebut menjadi sangat relevan karena pengguna sering memberikan komentar terhadap seseorang atau kelompok tertentu hanya berdasarkan potongan informasi tanpa memahami konteks secara menyeluruh. Dengan demikian, QS. Al-Hujurat ayat 11 memberikan paradigma bahwa kebebasan berkomunikasi dalam Islam selalu berjalan bersama tanggung jawab moral. Media sosial tidak boleh menjadi ruang untuk memperlakukan orang lain, tetapi harus menjadi sarana membangun komunikasi yang santun, menghargai perbedaan, dan memperkuat hubungan sosial.

Pengendalian Prasangka, Tajassus, dan Ghibah sebagai Bentuk Tanggung Jawab Sosial Digital dalam QS. Al-Hujurat Ayat 12

QS. Al-Hujurat ayat 12 melanjutkan prinsip etika sosial dengan memberikan larangan terhadap prasangka buruk (*su'uzan*), mencari kesalahan orang lain (*tajassus*), dan menggunjing (*ghibah*). Ketiga perilaku tersebut memiliki bentuk baru dalam ruang digital melalui aktivitas seperti menyebarkan aib seseorang, membagikan informasi pribadi tanpa izin, melakukan penghakiman publik, serta membuat komentar berdasarkan asumsi negatif. Media sosial memiliki karakteristik yang memungkinkan sebuah informasi pribadi menyebar dengan cepat dan sulit dikendalikan kembali. Dalam kondisi tersebut, nilai Qur'ani mengenai larangan membuka keburukan orang lain menjadi sangat penting. Islam mengajarkan bahwa kehormatan manusia harus dijaga, bahkan ketika seseorang memiliki kekurangan atau kesalahan tertentu. Dalam perspektif etika digital, larangan *su'uzan* dapat dikembangkan menjadi prinsip kehati-hatian dalam memberikan penilaian terhadap seseorang di media sosial. Banyak konflik digital terjadi karena pengguna langsung memberikan kesimpulan terhadap suatu peristiwa tanpa memahami latar belakang atau konteks sebenarnya. Sikap tersebut bertentangan dengan prinsip keadilan dalam Islam yang menuntut seseorang memperoleh informasi secara utuh sebelum memberikan penilaian.

Sementara itu, larangan *tajassus* memiliki relevansi dengan fenomena pelanggaran privasi digital. Aktivitas menyebarkan tangkapan layar percakapan pribadi, membongkar informasi pribadi seseorang, atau mencari kelemahan orang lain untuk konsumsi publik merupakan bentuk perilaku yang bertentangan dengan nilai etika Qur'ani. Media sosial membutuhkan kesadaran bahwa tidak semua informasi yang diketahui seseorang layak untuk dipublikasikan. Adapun larangan *ghibah* menunjukkan bahwa komunikasi digital harus diarahkan pada kemanfaatan, bukan memperbanyak pembicaraan negatif mengenai orang lain. Dalam masyarakat digital, praktik *ghibah* dapat terjadi melalui komentar, unggahan, grup percakapan, maupun konten yang membahas keburukan seseorang. Kajian tentang etika komunikasi Islam menunjukkan bahwa nilai menjaga kehormatan, menghindari fitnah, dan membangun komunikasi positif menjadi prinsip penting dalam membentuk perilaku pengguna media sosial yang bijaksana (Nasution et al., 2026).

Berdasarkan analisis QS. Al-Hujurat ayat 6, 11, dan 12, dapat dirumuskan bahwa Al-Qur'an menawarkan model etika bermedia sosial yang bersifat integratif. Ayat 6 membangun dimensi epistemik melalui kewajiban verifikasi informasi, ayat 11 membangun dimensi moral melalui penghormatan terhadap manusia, sedangkan ayat 12 membangun dimensi sosial melalui pengendalian prasangka dan larangan membuka aib orang lain. Ketiga prinsip tersebut membentuk paradigma komunikasi digital Islam yang menempatkan kebenaran, kehormatan, dan kemaslahatan sosial sebagai fondasi utama.

Model Etika Bermedia Sosial Qur'ani: Integrasi Nilai Informasi, Akhlak, dan Tanggung Jawab Sosial

Berdasarkan hasil analisis tafsir terhadap QS. Al-Hujurat ayat 6, 11, dan 12, penelitian ini menemukan bahwa etika bermedia sosial dalam perspektif Al-Qur'an dapat dikonstruksi melalui tiga dimensi utama. Pertama, dimensi literasi informasi, yaitu kemampuan melakukan *tabayyun* sebelum menerima dan menyebarkan informasi. Kedua, dimensi akhlak komunikasi, yaitu menjaga bahasa dan menghormati martabat manusia. Ketiga, dimensi tanggung jawab sosial, yaitu menghindari prasangka, membuka aib, dan komunikasi yang merusak hubungan sosial.

Model tersebut menunjukkan bahwa Al-Qur'an memiliki relevansi yang kuat terhadap persoalan komunikasi digital kontemporer. Etika digital Islam tidak hanya berfungsi sebagai aturan moral yang bersifat normatif, tetapi juga sebagai kerangka praktis dalam membangun ruang digital yang sehat. Pengguna media sosial idealnya tidak hanya

memiliki kemampuan teknologi, tetapi juga memiliki kecerdasan moral dalam menggunakan teknologi.

Kebaruan penelitian ini terletak pada penyatuan tiga prinsip Qur'ani tersebut sebagai satu kerangka etika digital yang komprehensif. Penelitian sebelumnya banyak membahas *tabayyun* atau etika komunikasi secara terpisah, sedangkan penelitian ini menunjukkan bahwa QS. Al-Hujurat ayat 6, 11, dan 12 membentuk satu sistem etika komunikasi yang mencakup proses menerima informasi, berinteraksi dengan manusia lain, dan mempertanggungjawabkan dampak sosial dari komunikasi digital.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa Al-Qur'an memiliki konsep etika komunikasi yang sangat relevan dalam menghadapi perkembangan media sosial modern. Melalui analisis tafsir terhadap QS. Al-Hujurat ayat 6, 11, dan 12, ditemukan bahwa etika bermedia sosial dalam perspektif Al-Qur'an dibangun atas tiga prinsip utama, yaitu verifikasi informasi (*tabayyun*), penghormatan terhadap martabat manusia, dan tanggung jawab sosial dalam komunikasi. Ketiga prinsip tersebut membentuk kerangka etika digital Islam yang tidak hanya mengatur aspek penyampaian informasi, tetapi juga mengarahkan manusia untuk membangun interaksi sosial yang berlandaskan kebenaran, kehormatan, dan kemaslahatan.

QS. Al-Hujurat ayat 6 memberikan dasar epistemologis bahwa setiap informasi yang diterima melalui media sosial harus melalui proses klarifikasi dan pemeriksaan sebelum dipercaya atau disebarkan. Prinsip *tabayyun* menunjukkan bahwa seorang Muslim memiliki tanggung jawab moral terhadap informasi yang dikonsumsi dan diproduksi. Sementara itu, QS. Al-Hujurat ayat 11 menegaskan pentingnya menjaga kehormatan manusia dengan menghindari penghinaan, ejekan, dan ujaran kebencian yang sering muncul dalam komunikasi digital. Adapun QS. Al-Hujurat ayat 12 memberikan pedoman agar pengguna media sosial menjauhi prasangka negatif, pencarian kesalahan, serta penyebaran aib orang lain yang dapat merusak hubungan sosial.

Kebaruan penelitian ini terletak pada konstruksi integratif terhadap ketiga ayat tersebut sebagai paradigma etika bermedia sosial Qur'ani. Penelitian ini tidak memandang persoalan komunikasi digital hanya sebagai masalah penyebaran informasi yang salah, tetapi sebagai persoalan moral yang mencakup hubungan manusia dengan informasi, hubungan manusia dengan sesama, dan tanggung jawab manusia terhadap dampak sosial dari komunikasinya. Dengan demikian, etika digital dalam perspektif Al-Qur'an tidak berhenti pada aturan teknis penggunaan media sosial, tetapi menjadi sistem nilai yang membimbing perilaku pengguna dalam ruang digital.

Berdasarkan temuan penelitian, media sosial dalam perspektif Islam harus dipahami sebagai ruang amanah yang menuntut kesadaran etis dari setiap penggunanya. Kemajuan teknologi komunikasi perlu diimbangi dengan penguatan nilai-nilai Qur'ani agar media sosial tidak menjadi sarana penyebaran konflik, fitnah, dan kebencian, tetapi menjadi media yang mendukung penyebaran ilmu, kebaikan, dan hubungan sosial yang harmonis. Oleh karena itu, nilai-nilai QS. Al-Hujurat ayat 6, 11, dan 12 dapat dijadikan sebagai fondasi pengembangan literasi digital Islam yang mengintegrasikan kecakapan teknologi dengan kecerdasan moral dan spiritual.

Penelitian ini memberikan implikasi bagi pengembangan kajian Al-Qur'an kontemporer, khususnya dalam memahami relevansi pesan-pesan Qur'ani terhadap persoalan sosial modern. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi lembaga pendidikan Islam, pendidik, dan masyarakat dalam membangun budaya bermedia sosial yang beretika, moderat, dan bertanggung jawab. Penelitian lanjutan dapat mengembangkan kajian ini melalui pendekatan empiris dengan mengkaji implementasi

nilai-nilai etika Qur'ani dalam perilaku pengguna media sosial, khususnya pada kalangan generasi muda Muslim.

References

- Akbar, M., Ridho, A. R., Salam, S. N. A., & Al Amin, H. (2025). Communication ethics on social media: Re-examining through Tafsir Al-Mishbah. *KOMUNIKE: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 17(1), 1–18. <https://doi.org/10.20414/jurkom.v17i1.13881>
- Alfathah, S., Fathurrohman, A. A., & Zulaiha, E. (2024). Qur'anic ethics for social media: Insights from Indonesia's thematic tafsir. *Mashadiruna: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, 4(1), 1–15. <https://doi.org/10.15575/mjiat.v4i1.38417>
- Amalia, Y., Asriani, P., Wicaksono, R. N., & Martabillah, M. D. (2025). Social Media Ethics from the Perspective of the Qur'an through a Study of Qaulan Values in Digital Communication. *Al-Manar: Jurnal Komunikasi Dan Pendidikan Islam*, 14, 252–265.
- Amelia, U., & Nasrulloh. (2024). Konsep etika komunikasi bermedia sosial bagi generasi milenial perspektif Al-Qur'an. *Al-Fahmu: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, 3(2), 1–12. <https://doi.org/10.58363/alfahmu.v3i2.199>
- Bowen, G. A. (2021). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 21(2), 145–160. <https://doi.org/10.1108/QRJ-08-2020-0105>
- Chanda, A. (2021). Key methods used in qualitative document analysis. *OSF Preprints*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/ycbme>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Fusch, P., Fusch, G. E., & Ness, L. R. (2021). Denzin's Paradigm Shift: Revisiting Triangulation in Qualitative Research. *Journal of Social Change*, 13(1), 19–32. <https://doi.org/10.5590/JOSC.2021.13.1.03>
- Harahap, E., Nasution, D. M., Daulay, F. F., Wahdini, & Rafiq, M. (2026). Prinsip tabayyun dalam Surah Al-Hujurat ayat 6: Analisis multidisipliner perspektif tafsir, komunikasi dan literasi digital. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 11(2). <https://doi.org/10.23969/jp.v11i02.51164>
- Kusroni, & Zamzami, M. (2021). Revisiting methodology of Qur'anic interpretation: A thematic contextual approach to the Qur'an. *Mutawatir: Jurnal Keilmuan Tafsir Hadis*, 11(1), 177–202. <https://doi.org/10.15642/mutawatir.2021.11.1.177-202>
- Nasution, A. D. N., Wirahyuda, F., & Rubino. (2026). Internalization of Islamic communication ethics in forming wise attitudes in using social media in Instagram users. *Al-Risalah: Jurnal Studi Agama Dan Pemikiran Islam*. <https://doi.org/10.34005/efftp024>
- Nurhayati, N., Latif, M., & Anwar, K. (2024). The Influence of Organizational Culture, Career Expectations, and Leadership Beliefs On Achievement Motivation In Integrated Islamic Primary Schools Riau Islands *Dinasti International Journal of ...*, 5(5), 1150–1168. <https://doi.org/10.31933/dijemss.v5i5>
- Nurhayati, Nurhayati, & Rosadi, K. I. (2022). Determinasi Manajemen Pendidikan Islam: Sistem Pendidikan, Pengelolaan Pendidikan dan Tenaga Pendidikan Islam. *International Edition*, 3(1), 451–464. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Permatasari, A., Nalarati, N., & Azzara, A. (2025). Membangun etika berkomunikasi di era digital dalam perspektif QS. Al-Hujurat ayat 11 terhadap ujaran kebencian. *Journal Central Publisher*, 2(6), 1–10. <https://doi.org/10.60145/jcp.v2i6.456>
- Rohman, A., & Mubaroqa, B. (2023). Methodology of Tafseer Al-Qurtubi: Sources, styles

- and manhaj. *QiST: Journal of Quran and Tafseer Studies*, 2(2), 150-167. <https://doi.org/10.23917/qist.v2i2.1451>
- Rokim, S., & Triana, R. (2022). Tafsir maudhui: Asas dan langkah penelitian tafsir tematik. *Al-Tadabbur: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, 6(2), 299-318. <https://doi.org/10.30868/at.v6i02.2057>
- Singhal, M., Ling, C., Paudel, P., Thota, P., Kumarswamy, N., Stringhini, G., & Nilizadeh, S. (2022). SoK: Content moderation in social media, from guidelines to enforcement, and research to practice. *ACM Computing Surveys*. <https://doi.org/10.1145/3524930>
- Suliyanti, S., Tahir, & Fansuri, F. (2024). Islamic communication ethics in social media information services. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Raushan Fikr*, 13(1), 178-189. <https://doi.org/10.24090/jimrf.v13i1.11018>
- Wati, D. R. (2023). The ethics of social media communication in the perspective of the Al-Qur'an. *Journal of Islamic Communication and Counseling*, 2(2), 45-60. <https://doi.org/10.18196/jicc.v2i2.28>
- Zaman, K. (2025). Semantic Analysis of the Word Rahmah in the Qur'an A Thematic Interpretation Perspective. *JOIS: Journal of Islamic Studies*, 1(2), 68-77.