

At Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam

IAIN Kudus

ISSN : 2338-8544

E-ISSN : 2477-2046

DOI : <http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v6i1.5586>

Vol. 6 No. 1, 2019

<http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/komunikasi>

## PERKEMBANGAN ETIKA KOMUNIKASI ISLAM DALAM BERMEDIA SOSIAL

**Faricha Andriani**

*IAIN Kudus, Jawa Tengah, Indonesia*

*farichaandriani@gmail.com*

### Abstrak

Manusia dikenal sebagai makhluk sosial yang tidak lepas dari kegiatan saling berinteraksi dengan sesama manusia. Melalui kegiatan interaksi inilah manusia otomatis melakukan kegiatan komunikasi. Pada perkembangannya, komunikasi tidak hanya dilakukan secara langsung dalam kehidupan nyata, melainkan juga dapat dilakukan melalui media virtual dengan memanfaatkan akun-akun media sosial. Akan tetapi, pada praktik komunikasi dalam media sosial, masih didapati pelanggaran etika komunikasi dengan adanya penyebaran pesan hoax serta hate speech. Sehingga perlu adanya pengembangan pada etika komunikasi, khususnya etika komunikasi islam. Etika komunikasi islam tidak hanya dijadikan sebagai pemahaman ilmu saja, melainkan adanya implikasi dalam kegiatan komunikasi dalam bermedia sosial. Adanya pemahaman dan pengaplikasian tersebut mampu memberikan pemahaman yang lebih akan pentingnya etika komunikasi dalam bermedia sosial, karena media sosial tidak hanya sebagai sarana komunikasi, melainkan bagian dari budaya interaksi dalam dunia modern.

Kata kunci: etika, komunikasi islam, media sosial.

## Pendahuluan

Komunikasi dipandang sebagai salah satu kebutuhan dasar manusia. Melalui komunikasi mampu membentuk interaksi dengan manusia yang lain sebagai suatu bagian dari kebudayaan di masyarakat. Komunikasi selalu mewarnai kehidupan manusia. Perkembangan komunikasi sejalan dengan perkembangan manusia pada umumnya. Pada kegiatan komunikasi tidak lepas dari berbagai bentuk simbol komunikasi. Simbol-simbol tersebut dikembangkan oleh manusia dalam melakukan praktik komunikasi dalam berinteraksi antara manusia satu dengan manusia yang lainnya. Simbol-simbol komunikasi tersebut dapat berupa bahasa lisan, bahasa tulis maupun bahasa non-verbal yang diungkapkan melalui gesture, mimik muka, dan lain sebagainya.

Apalagi pada jaman modern sekarang ini. Komunikasi tidak hanya digunakan sebagai media interaksi yang terjadi dalam dunia nyata, melainkan juga terjadi dalam dunia virtual. Hal tersebut dikarenakan, perkembangan teknologi mempengaruhi budaya komunikasi dalam masyarakat global. Masyarakat pada era industry seperti sekarang ini cenderung lebih menikmati kehidupan dalam dunia virtual, sehingga dalam kegiatan komunikasinya cenderung lebih mengutamakan komunikasi dengan menggunakan tulisan jika dibandingkan dengan komunikasi yang dilakukan secara langsung seperti halnya dalam berinteraksi pada dunia nyata. Hal tersebut, dapat dilihat dari data Kominfo, bahwa sekitar 88 juta penduduk Indonesia aktif dalam penggunaan media sosial/ jejaring sosial, 77% diantaranya pengguna twitter, sisanya yakni facebook dan Instagram (Yunita, 2017). Hal tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian dari komunikasi masyarakat modern. Yang mana, dijadikan sebagai salah satu media interaksi antara manusia satu dengan manusia yang lain.

Konvergensi media komunikasi dalam masyarakat modern seperti sekarang ini, tidak lepas dari peranan new media sebagai bagian dari produk perkembangan media komunikasi yang ada. Adanya bentuk kebebasan dalam melakukan komunikasi tanpa adanya sekat pembatas, menjadikan semakin mudahnya dalam melakukan interaksi maupun dalam akses informasi. Informasi yang ada tidak hanya lagi diperoleh melalui komunikasi langsung. Berbagai informasi mampu didapatkan secara cepat melalui internet yang menjadi bagian dari new media sekarang ini. Internet dapat diartikan sebagai sebuah jaringan computer/ gawai yang mampu menghubungkan seluruh

pengguna yang tersebar di dunia yang mana di dalamnya terdapat berbagai informasi yang bersifat pasif, dinamis sampai dengan interaktif (Sabrina, 2015).

Sehingga, perkembangan media komunikasi mampu menjadi hard power sekaligus soft power dalam perkembangan masyarakat global. Hal tersebut dikarenakan, perkembangan media komunikasi mampu menghasilkan informasi, menyimpan dan mampu mengaksesnya lagi, serta mampu diproses kemudian disebar luaskan kepada pengguna lainnya (Ahmad, 2013). Penyebaran berbagai informasi tersebut dapat dilakukan dengan melakukan unggahan baik melalui berbagai situs yang tersebar luas dalam dunia maya, akan tetapi biasanya para pengguna memanfaatkan media sosial sebagai bagian dari interaksi antara pengguna satu dengan pengguna yang lainnya. Hal tersebut dikarenakan, media sosial dianggap mudah dalam penyebaran suatu informasi yang ada.

Akan tetapi, penggunaan media sosial yang dipandang sebagai simbol modernitas komunikasi tidak dibarengi dengan etika yang semestinya. Hal tersebut terbukti dengan banyaknya berita hoax yang beredar secara berantai di media sosial. Data dari Kominfo menyatakan, bahwa ada sekitar 8000 kasus berita hoax yang beredar di media sosial dan terus berkembang setiap tahunnya (Yuliani, 2017). Peningkatan secara drastis terjadi pada akhir tahun 2016 yakni meningkat sekitar 4600 kasus (Yunita, 2017). Berbagai kasus penyebaran informasi hoax tersebut mampu mempunyai dampak yang signifikan pada beberapa pengguna media sosial. tidak itu saja, penyebaran informasi hoax mampu memicu berbagai konflik karena adanya kesalah pahaman dalam pemaknaan pada setiap pengguna dalam menafsirkan informasi yang beredar dalam dunia virtual tersebut.

Selain itu, survey awal pada 50 orang antara usia 16-35 tahun di kecamatan Kalinyamatan menunjukkan bahwa ada sekitar 65% pernah menyebarkan informasi yang belum tentu kebenarannya, 15% pernah melakukan bully melalui media sosial. berdasarkan studi awal, pembullyingan tersebut dilakukan melalui beberapa akun yang ada di media sosial dengan cara melakukan perundungan serta pengintimidasian dalam kelompok chatting yang dilakukan secara terus menerus kepada korban. Sehingga, perlu digaris bawahi bahwa, adanya penurunan dalam beretika yang dilakukan oleh beberapa pengguna sosial media dalam melakukan praktik komunikasinya dalam dunia virtual. Oleh karena itu, pengembangan etika dalam berkomunikasi di pandang sebagai bagian penting dalam proses komunikasi dalam dunia virtual.

Maraknya penyalahgunaan pemanfaatan internet dalam penggunaan media sosial sebagai salah satu media interaksi ini menjadikan rentannya perilaku saling menghargai dan menghormati antara sesama manusia yang di junjung tinggi dalam tatanan ajaran islam serta melenceng dari hakikat dakwah dalam pandangan islam. Media sosial yang pada dasarnya mampu untuk dijadikan sebagai pijakan dan langkah awal dalam pembentukan dakwah islamiah yang mampu menembus generasi muda, akan tetapi justru media sosial seringkali dijadikan sebagai sarana untuk berbuat yang tidak baik dan menebarkan fitnah sesama manusia dalam kehidupan bermasyarakat.

Menanggapi permasalahan tersebut, maka penulis berpendapat bahwa pengembangan etika dalam berkomunikasi hendaknya dioptimalkan keberadaannya. Sehingga, setiap pengguna media sosial memahami adanya batasan sebagai bagian dari etika dalam berinteraksi dalam dunia virtual tersebut. Apalagi dengan mengaplikasikan tatacara/ etika komunikasi islam yang sesuai dengan kaidah yang diajarkan dalam Al-Qur'an dan hadis. Pemahaman tentang etika komunikasi islami tidak hanya sebagai sebuah ilmu tentang nilai atau norma, melainkan sebagai fondasi dasar berkembangnya etika yang baik dalam bermedia sosial, sehingga memunculkan interaksi yang beradab dalam pemanfaatan media sosial sebagai bagian dari praktik komunikasi di era modern seperti sekarang ini. Guna memberi pemahaman lebih lanjut maka dapat dirumuskan permasalahan bagaimanakah perkembangan etika komunikasi islam dalam bermedia sosial?;

Untuk menjawab permasalahan tersebut maka diperlukan kajian dan telaah lebih lanjut dengan melakukan kajian literature/library research yang didukung dengan pengembangan kajian teoritis, yang bersumber dari buku, jurnal penelitian serta literature yang lain yang dianggap relevan dengan topic yang akan dibahas dalam artikel ini. Sehingga, dalam artikel ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan mendiskripsikan secara jelas proses penerapan etika komunikasi secara islami dalam praktik komunikasi di media sosial/ dalam dunia virtual yang ada dalam masyarakat modern dewasa ini.

## **Pembahasan**

Setiap manusia melakukan komunikasi sebagai bentuk interaksi dengan sesama manusia dalam kehidupan bermasyarakat. Melalui komunikasi, mampu membentuk suatu kebudayaan dalam tatanan kehidupan bermasyarakat. Pada kegiatan interaksi

melalui kegiatan komunikasi tersebut tentu saja mengikuti kaidah norma yang sesuai dengan norma dipegang dalam masyarakat. Sehingga, pada kegiatan interaksi melalui proses komunikasi tersebut tentunya harus dilandasi etika yang sesuai dengan kaidah yang telah diajarkan oleh agama Islam, sehingga proses interaksi yang dibentuk dengan komunikasi mampu berjalan dengan baik serta tetap menghormati satu dengan yang lainnya. Hal tersebut dikarenakan, komunikasi dipandang sebagai sebuah jembatan penghubung dalam kegiatan interaksi manusia. Interaksi sesama manusia mampu dipandang baik, jika komunikasi yang terlaksana baik, serta memegang prinsip dan etika komunikasi yang sesuai dengan kaidah yang ada.

Pada praktik kegiatan komunikasi secara umum ada etika/ tata cara yang harus dipatuhi. Etika komunikasi secara umum dipandang sebagai sesuatu yang mendasar yang dijadikan acuan pada kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh manusia. Selain itu, ada juga etika komunikasi yang dipandang secara khusus. Yang mana, etika komunikasi ini meliputi bidang kehidupan tertentu. Etika komunikasi khusus ini dibagi menjadi etika komunikasi individual dan sosial. etika komunikasi individual dapat dipahami bahwa, etika komunikasi yang mencakup atau distandarkan pada manusia itu sendiri. Sedangkan etika komunikasi sosial yakni standar acuan dalam melaksanakan komunikasi yang ditujukan pada kemaslahatan sosial masyarakat (Suryanto, 2015).

Pada perkembangan kajian keilmuan komunikasi, adanya kajian komunikasi islam dipandang sebagai salah satu alternative solusi yang ditawarkan dalam kehidupan agama islam. Karena dalam komunikasi islam di dasarkan pada hal-hal yang sesuai dengan yang tertulis dalam Al-Qur'an dan hadis nabi. Yang mencakup etika komunikasi dengan mengedepankan rasa saling menghargai dan menghormati antara manusia satu dengan manusia yang lain. Yang mana, dalam kajian komunikasi islam, pada praktik komunikasi yang dilakukan senantiasa mengacu pada etika yang telah ada dalam Al-Qur'an dan hadis. Pada tindakan pengaplikasian etika dalam komunikasi islam tersebut tentu saja, telah dicontohkan oleh Rasulullah sebelumnya dalam penyebaran agama Islam.

### *Etika Komunikasi Islam*

Etika komunikasi merupakan komponen yang juga perlu diperhatikan dalam proses komunikasi. Secara bahasa, etika berasal dari kata "*ethos*" yang berasal dari bahasa Yunani yang berarti akhlak, atau cara berpikir (Mufid, 2009). Sedangkan dalam

Kamus Besar Bahasa Indonesia, etika dapat diartikan sebagai suatu kumpulan asas atau nilai yang berhubungan dengan akhlak (Tim Penyusun, 2008). Sehingga etika dapat dikaitkan dengan baik-buruknya sesuatu yang dilakukan oleh seseorang (Solihin, 2011). Sedangkan menurut Suseno (1987), etika merupakan suatu ajaran moral yang mempunyai tingkatan dalam penggunaannya.

Berdasarkan berbagai pengertian dari etika, maka dapat disimpulkan bahwa etika merupakan suatu asas atau nilai standart yang digunakan manusia dengan memandang baik-buruknya prilaku seseorang yang digunakan sebagai tolok ukur dalam tatanan kehidupan sosial. Dalam pandangan islam, etika erat kaitannya dengan akhlak. Akhlak dipandang sebagai bagian dari fitrah manusia yang diberikan Allah, berhubungan dengan prilaku seseorang (Zainuddin, 2016). Secara bahasa akhlak, berasal dari kata "*khuluq*" (bahasa Arab) yang berarti sifat, tabiat, kebiasaan, budi pekerti yang mampu mendorong praktik prilaku dalam kehidupan sehari-hari, baik berupa perbuatan, pemikiran, gesture dan lain sebagainya (Zainuddin, 2016; Al Ghazali, 2014).

Akhlak dijunjung tinggi dalam ajaran agama islam yang digunakan dalam berbagai kegiatan interaksi antar manusia. Sesuai yang telah disampaikan Rasulullah Saw dalam sabdanya; "*Sesungguhnya aku diutus untuk menyempurnakan Akhlak yang mulia*" (Al Ghazali, 2014). Hal tersebut menjelaskan bahwa, keutamaan menjaga dan mengaplikasikan akhlak dalam kehidupan sehari-hari, terkhusus dalam melakukan komunikasi sangat dianjurkan guna menjaga terjalinnya interaksi sesama manusia dengan baik. Untuk itu dalam berperilaku komunikasi juga diperlukan adanya etika agar mampu memberi batasan seseorang dalam melakukan proses komunikasi berdasarkan tingkatan dalam kehidupan sosial, tidak terkecuali dalam proses komunikasi dalam bermedia sosial.

Etika komunikasi memberikan peran dalam proses komunikasi yang dipandang sebagai proses aturan yang dikembangkan individu dalam melakukan kegiatan komunikasi dengan sesamanya (Tompkins, 2015). Pandangan tersebut juga berlaku pada kegiatan komunikasi dalam bermedia sosial, tentunya juga harus mengembangkan etika komunikasi dalam proses komunikasinya dengan menitik beratkan pada pesan yang disampaikan ketika bersentuhan dengan media sosial (Mikkelsen, 2017; Tompkins, 2015). Agar mampu memberikan pesan yang tepat guna bagi responden/ penerima

pesan di media sosial serta tidak menimbulkan hal-hal yang mampu memecah persatuan umat beragama.

Secara keislaman pengaplikasian etika komunikasi didasarkan pada aturan yang tertuang dalam Al-qur'an dan hadis sesuai dengan yang telah dicontohkan Rasulullah Saw. Hal tersebut juga perlu dilakukan dan dikembangkan dalam praktik komunikasi dalam era modern seperti sekarang ini, khususnya dalam melakukan komunikasi dengan menggunakan media sosial. Dalam hal ini, praktik penyampaian pesan atau komunikasi menggunakan media sosial tentu saja lebih menekankan pada isi daripada hubungan, sehingga dalam mengimplikasikan etika komunikasi secara islam harus mampu mengaplikasikan bentuk-bentuk etika dalam berkomunikasi islam sesuai dengan isi pesan yang di publish di media sosial untuk masyarakat pada umumnya.

Meskipun dalam penggunaan media sekarang ini telah mengalami konvergensi, akan tetapi hendaknya tetap mempertimbangkan serta mempraktikkan etika komunikasi islam sesuai yang dijelaskan oleh ajaran Islam yang tertuang dalam Al-qur'an sesuai dengan kaidah yang telah dicontohkan Rasulullah Saw (Hefni, 2017;Dahlan, 2014;Solihin, 2011), antara lain:

### *Qoulan Ma'rufan*

Etika komunikasi islam ini dituangkan dalam ayat Al-Qur'an beberapa kali, salah satunya dalam QS. Al-Baqarah: 235, Allah berfirman “.....*kecuali mengucapkan (kepada mereka) perkataan yang ma'ruf*”. Hal tersebut menjelaskan bahwa, ketika melakukan proses komunikasi hendaknya menggunakan kata yang ma'ruf yakni dengan kata yang halus dan tidak menyakiti hati pihak lain yang bersangkutan.

### *Qoulan Kariman*

*Qoulan Kariman* ini dipandang sebagai salah satu etika dalam berkomunikasi islam yakni proses terjadinya komunikasi dilakukan dengan sopan dan menghormati orang lain. Hal tersebut banyak dijelaskan dalam ayat-ayat qur'an, salah satunya yakni yang tercantum dalam firman Allah QS. Al-Isra':23, yang artinya “ .... *dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkan lah kepada mereka ucapan yang mulia*”. Hal tersebut menjelaskan perlu adanya perilaku kesopanan dalam menjalankan praktik komunikasi dengan sesama manusia.

### *Qoulan Maysuran*

Dapat diartikan sebagai kata yang mudah, dalam hal ini isi pesan yang akan disampaikan sumber hendaknya dikemas dalam bentuk bahasa yang sederhana dan mampu memberikan penjelasan yang mudah dipahami oleh penerima pesan. Hal tersebut dikarenakan agar mampu terjadinya kesepahaman pemaknaan pesan sehingga tetap mampu menjaga kedamaian masyarakat pada umumnya. Kata qoulan maysuran telah dijelaskan Allah melalui ayat-ayat al-qur'an salah satunya tercermin dalam QS. Al-Isra': 28; yang artinya " .... Maka ucapkan pada mereka kata yang pantas". Dalam ayat tersebut dapat tergambar bahwa, perlunya etika dalam berkomunikasi yang dituangkan dalam bentuk pesan dengan menggunakan ungkapan bahasa yang mudah serta tidak ambigu yang mengandung pemahaman yang berbeda antara penerima satu dengan penerima yang lain.

### *Qoulan Balighan*

Yakni etika komunikasi islam yang mengarahkan dalam praktik komunikasi pesan yang disampaikan kepada penerima harus tepat sasaran agar mampu membekas di hati, sehingga penerima mampu memahami dan memetik pelajaran dari pesan yang disampaikan oleh sumber informasi. Etika komunikasi islam tersebut dijelaskan dalam firman-Nya dalam QS. An-Nisa: 63; yang artinya " ... dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka". Sehingga pada ayat ini salah satunya menekankan pada aspek pengembangan komunikasi secara efektif.

### *Qoulan Layyinan*

Merupakan etika komunikasi islam dengan menitik beratkan pada penyampaian pesan yang lemah lembut. Hal tersebut sesuai dengan firman Allah dalam QS. Thoha: 44, yang artinya " Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata lemah lembut...". Pengaplikasian etika komunikasi islam ini yakni ketika melakukan proses komunikasi yakni dilakukan dengan tidak menggunakan julukan ketika menyebut nama orang, tidak memberikan votis baik atau buruk pada orang lain, dan sebagainya.

### *Qoulan Sadidan*

Pada etika komunikasi islam ini yakni lebih menitik beratkan pada pengungkapan pesan yang di sampaikan pada penerima hendaknya mengungkapkan hal-hal yang mencakup kebenaran, serta menghindari fitnah antara pihak satu dengan pihak yang lainnya. Sehingga mampu terbentuk kerukunan di masyarakat. *Qoulan sadidan* ini dijelaskan Allah dalam firman-Nya dalam QS. An-Nisa: 9, yang artinya “... dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar”. Pada pengaplikasian etika komunikasi islam ini, hendaknya tidaklah mengumbar aib seseorang ataupun menyebarkan gossip di media sosial atau secara langsung, hendaknya setiap proses komunikasi dibarengi dan berpegang teguh pada kejujuran.

Beberapa istilah etika komunikasi yang ada, akan lebih baik jika dipraktikkan dalam setiap proses komunikasi dalam kehidupan sehari-hari, tidak hanya dalam dunia nyata saja melainkan juga ketika melakukan komunikasi dengan menggunakan media sosial. Jika pengembangan dari etika komunikasi islam sesuai yang diajarkan Rasulullah dapat dimaksimalkan pengaplikasiaanya, maka akan terbentuk kesatuan antara pihak satu dengan pihak lain tanpa adanya perpecahan dalam masyarakat.

### *Etika Komunikasi Islam dalam Bermedia Sosial*

Media sosial pada era modern seperti sekarang ini bukanlah sesuatu hal yang asing lagi. Setiap individu menggunakan media sosial sebagai bagian dari kehidupan sosial masyarakat. Media sosial tidak hanya digunakan sebagai bentuk interaksi tegur sapa saja, melainkan juga digunakan sebagai hal-hal yang lain, seperti media belajar, media bisnis, sampai dengan media hiburan. Seseorang mampu mengupkankan ide ataupun yang dirasakan tanpa batas melalui media sosial kepada pihak lain.

Media sosial merupakan bagian dari perkembangan new media komunikasi yang berkembang di era modern. Media sosial dapat diartikan sebagai bentuk komunikasi elektronik yang digunakan oleh pengguna untuk menyebarluaskan informasi, bentuk pemikiran, *private chat* (pesan pribadi), serta konten yang lainnya. Dapat juga diartikan sebagai bentuk aplikasi yang digunakan untuk berinteraksi sosial (Taprial & Kanwar, 2012). Seyfi dan Güven (2016) mengartikan sosial media sebagai sesuatu bentuk aplikasi yang digunakan sebagai media/ alat untuk merepresantasikan diri kepada orang lain dengan cara membagi segala sesuatu yang terjadi yang terjadi

pada dirinya. Sedangkan Gradinaru (2018) mendefinisikan sosial media sebagai bentuk media atau alat yang digunakan oleh individu untuk mengungkapkan ide, menulis, membaca ataupun mencari suatu informasi.

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa sosial media merupakan suatu aplikasi yang dikembangkan sebagai alat untuk mengungkapkan ide, persaan ataupun konten yang lain sebagai bentuk representasi diri dengan berbagai tujuan tertentu. Hal tersebut dikarenakan, penggunaan sosial media sekarang ini tidak hanya mengerucut pada satu kepentingan saja, melainkan juga mempunyai tujuan yang berbeda, sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Adapun jenis-jenis media sosial yang ditawarkan sesuai dengan yang diungkapkan oleh Rahadi (2017), antara lain:

### *Collaborative Projects*

Merupakan jenis media sosial yang memuat berbagai konten yang dalam pembuatannya dapat diedit dan diakses oleh khalayak. Misalkan Wikipedia. Pada perkembangannya Wikipedia ini diragukan kebenarannya, karena konten yang ada dapat diubah oleh siapa saja, sehingga mempengaruhi keakuratan informasi yang ada.

### *Blog dan microblog*

Merupakan jenis media sosial yang memuat konten tentang suatu berita, pengetahuan, kegiatan sehari-hari, fiksi dan sebagainya. Konten dalam blog ini dapat dituangkan dalam bentuk video, gambar, tulisan, maupun menggabungkannya, yang secara bebas sehingga mampu menggambarkan sesuai dengan keadaan/ yang penulis maksud. Hal tersebut dikarenakan informasi yang ditampilkan dalam blog disajikan secara runtut dan detail. Misalkan Twitter.

### *Content Communities*

Jenis media sosial ini biasanya dibuat guna sebagai bagian dari promosi ataupun membangun citra perusahaan/ instansi terkait. Jadi segala sesuatu yang berhubungan dengan instansi terkait mampu tertampung dengan maksimal. Serta mampu memberikan tempat berinteraksi antara instansi dengan khalayak. Sehingga khalayak mampu mengungkapkan ide maupun kritik pada instansi tersebut.

### *Jejaring Sosial*

Merupakan jenis media sosial yang mampu menghubungkan individu satu dengan individu yang lain. Pada media sosial jenis ini, pengguna dengan bebas dapat mengungkapkan ide, tulisan, video yang bersifat pribadi ke pengguna yang lainnya. Serta dapat pula diatur sesuai dengan keinginan pengguna. Misalkan; facebook, Instagram, line, BBM, what's app, you tube, dan lain sebagainya.

### *Virtual game world*

Merupakan media sosial yang menghubungkan pengguna melalui game online. pada media sosial ini berbagai pemain virtual game bersama-sama dan berinteraksi dalam permainan multiplayer yang menekankan pada kekompakan setiap anggotanya. Dengan demikian para gamer secara otomatis terhubung dan melakukan komunikasi secara virtual dengan gamer yang lain. Media sosial ini misalkan: AOV, mobile legend, hayday dan lain sebagainya.

Beberapa sosial media tersebut setiap saat bersentuhan dan berkembang di masyarakat. Media sosial yang populer di masyarakat, diantaranya; blog, jejaring sosial, Wikipedia, game online (Taprial & Kanwar, 2012). Semua media sosial tersebut digunakan sesuai porsi kebutuhan masing-masing individu. Akan tetapi, media sosial yang populer di masyarakat lebih pada jejaring sosial. Penggunaan jejaring sosial (facebook, line, Instagram, whats app, dan sebagainya) dalam kegiatan komunikasi inilah yang sering digunakan di dalam masyarakat. Sehingga mampu memberikan pengaruh dengan cara mampu merubah pola pikir dan prilaku masyarakat. perubahan prilaku tersebut yang mampu mendorong pengaplikasian etika dalam proses komunikasi.

Etika komunikasi islam dipandang sebagai alternative dalam praktik komunikasi yang berkembang dimedia sosial. Penggunaannya diharapkan dapat membantu sebagai batasan dalam penyampaian pesan kepada masing-masing pengguna media sosial. Menurut Romli (2016), mengungkapkan etika komunikasi islam dalam bermedia sosial mengikuti kaidah antara lain:

1. Adanya bentuk tanggung jawab. Maksudnya, setiap konten yang di publish ke khlayak haruslah dipertanggung jawabkan nilai kebenarannya, tidak hanya tanggung jawab dengan sesama manusia, melainkan juga dengan Allah.

2. Keakuratan konten dan objektivitas. Maksudnya, setiap pengguna media sosial hendaknya mempublish setiap konten sesuai dengan kenyataan, tanpa melakukan fitnah maupun ghibah pada pihak lain.
3. Memandang asas adil. Maksudnya bukan hanya adil dengan diri sendiri melainkan juga adil kepada orang lain, hal ini dapat menunjukkan adanya rasa toleran pada setiap pengguna media sosial.

Media sosial dalam kegiatan komunikasi modern mampu memberikan pengaruh dalam kehidupan sosial masyarakat. Sehingga terjadi dinamika sosial dalam masyarakat. Individu lebih banyak berinteraksi dalam dunia virtual jika dibandingkan dengan dunia nyata (Ahmad, 2013). Etika yang dikembangkan dalam berkomunikasi pun mengalami mobilitas. Dalam melakukan interaksi dalam dunia virtual menggunakan media sosial, seseorang cenderung lebih bebas dan mampu mengungkapkan yang dirasakan tanpa memandang batasan yang jelas, sehingga setiap individu dengan bebas tidak lagi memandang baik-buruknya perilaku komunikasi dalam dunia virtual tersebut.

Jadi penggunaan etika pada komunikasi islam tidak hanya berhubungan dengan tanggung jawab pada masyarakat, melainkan juga hubungannya dengan Allah sebagai bagian dari fitrah manusia sebagai makhluk tuhan yang beragama.

### *Perkembangan Etika Komunikasi Islam di Media Sosial*

Praktik komunikasi islam dalam pemanfaatan media sosial tampaknya sudah menjadi kebutuhan para penggunanya, terkhusus dalam melakukan dakwah. Para da'i menggunakan media sosial sebagai sarana dakwah guna meningkatkan kemajuan umat islam (Ahmad, 2013). Jika ditilik lebih lanjut, komunikasi islam berkembang berbanding lurus dengan keberadaan manusia, karena komunikasi ada sejak awal adanya manusia (Hefni, 2014). Tentu saja etika komunikasi islam mengikuti perkembangan komunikasi yang ada.

Pada perkembangan komunikasi islam sendiri, Rasulullah lah yang dijadikan figur dalam pelaksanaan komunikasi yang ada. Sesuai dengan sabda Rasulullah Saw “ ... *hendaklah berbicara efektif atau lebih baik daiam*” (Markarma, 2014). Pada penggunaan media sosial, komunikasi yang digunakan yakni *written communication*, yakni komunikasi yang memberikan pemahaman kepada pengguna lain dengan rujukan yang

tepat sehingga mampu memberikan pemahaman serta rasionalitas sehingga memunculkan keselarasan dalam interpretasi pesan yang disampaikan (Batubara, 2013; Markarma, 2014).

Perkembangan etika komunikasi pun berkembang sesuai dengan dinamika masyarakat yang ada. Prilaku masyarakat dalam mengembangkan komunikasi tentu saja dipengaruhi oleh kondisi lingkungan yang ada. Perubahan budaya yang terjadi dalam masyarakat ini yang akan mempengaruhi dalam pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi modern yang akan mempengaruhi terjadinya praktik dalam berkomunikasi (Rajab, 2014).

Pada hakikatnya etika komunikasi islam erat kaitannya dengan etika dakwah, sehingga penerapan dalam media sosial hendaknya sesuai dengan yang telah dicontohkan Rasulullah Saw. Ketika sebelum adanya media komunikasi modern, perkembangan dakwah dilakukan dengan metode komunikasi oral, maka sekarang dapat menggunakan media tulis yang mampu menjangkau berbagai lapisan masyarakat (Markarma, 2014).

Sehingga dalam melakukan praktik penaplikasian penerapan etika komunikasi islam (dakwah) haruslah mengembangkan dan memperhatikan hal-hal antara lain: kebenaran, kesederhanaan, kebaikan, kejujuran, keshahihan dan pertanggung jawaban kepada Allah (Bakti & Meidasari, 2014). Pada perkembangannya beberapa tokoh dakwah islam telah memanfaatkan sosial media sebagai media dakwahnya. Seperti halnya misalkan pada akun @Yusuf\_Mansur, dengan kurang lebih 3 juta followers. Pada media sosial twitter, beliau sering menyiarkan yang mengarah pada kebaikan. Seperti tweet beliau pada tanggal 25 Agustus 2018 “ *Saat kita mengeluh kepada sesama, terbuka peluang dosa-dosa lain. Seperti ngomongin orang, buka aib orang, kemarahan, menuduh orang dan buang-buang waktu*”. Berdasarkan ulasan tersebut, maka dapat dipahami bahwa, pada pesan beliau mengandung makna nasihat serta tidak mudah mengeluh dalam setiap permasalahan. Pada penggunaan simbol komunikasi yang berupa bahasa tulis dapat dipahami bahwa beliau mengaplikasikan *qoulan maysuran* dalam penyampaian pesan dakwahnya sebagai bagian dari unsur komunikasi dengan memanfaatkan media sosial.

Selain ustadz Yusuf Mansur, ustadz lain yang memanfaatkan media sosial sebagai bagian dari seruan kebaikan yakni ustadz Abdullah Gymnastiar. Pada media

sosial, beliau memanfaatkan salah satunya melalui twitter, dengan akun @aagym yang memiliki kurang lebih 2,7 juta followers. Beliau sering memposting pesan-pesan dakwah beliau dengan bahasa yang indah dan mempunyai makna yang mendalam. Misalkan tweet beliau pada tanggal 24 Agustus 2018, beliau menyampaikan “ *Marilah kita mengambil hikmah dari karakter air yang lembut, menyegarkan, menentramkan, merekatkan. Bahkan air bisa menjadi perekat yang menyatukan berbagai jenis bahan-bahan yang berbeda*”. Jika dikaji lebih lanjut, maka pada pesan yang disampaikan beliau menggunakan etika komunikasi islam juga menggunakan *qoulun maysura*. Selain kedua ustadz tersebut, masih banyak ustadz/ pendakwah lain yang menggunakan media sosial dalam melaksanakan dakwahnya, sehingga mampu mengaplikasikan komunikasi islam dalam kegiatan komunikasi dalam pemanfaatan media sosial pada penyampaian pesan dakwahnya.

Selain para pemuka agama yang mengembangkan komunikasi islam dalam setiap pesan dakwah yang menjadi salah satu unsur komunikasi dengan menggunakan bahasa tulis dalam media sosial, dijumpai pula beberapa akun dalam media sosial yang memuat konten yang mampu memicu intoleran antara satu dengan yang lain. Pada akun twitter @ibhaskiss, atas nama Ibhaskiss. Pada akun tersebut diindikasikan adanya pesan yang dianggap sebagai *hate speech* yang mengarah pada salah satu kelompok yang mampu memicu konflik.

Selain dalam akun twitter, dalam akun facebook juga ditemukan adanya akun yang tidak bertanggung jawab dalam melakukan komunikasi dengan bahasa tulis, sehingga tidak melaksanakan etika dalam berkomunikasi secara umum maupun komunikasi secara keislaman. Akun tersebut dengan menggunakan nama Rio Wibowo. Akun tersebut aktif sekitar Juli 2016 sampai Agustus 2017, postingan yang ada pada akun tersebut seringkali menyebarkan berita bohong dan hate speech.

Berdasarkan kedua kegiatan komunikasi tulis dengan memanfaatkan media sosial dapat digaris bawahi bahwa dalam pemanfaatan media sosial dalam kegiatan komunikasi sebagai bentuk interaksi yang berkembang dalam masyarakat, memiliki perbedaan pandangan dan pemahaman. Padahal merujuk pada teori jarum hipodermik Berlo dalam ilmu komunikasi (Suryanto, 2015) menyebutkan bahwa, pesan yang ada dalam media terkhusus media sosial mampu diibaratkan seperti peluru yang menembus ingatan para pengguna yang mengikuti akun media sosial tersebut. Pesan- pesan yang disampaikan dapat diibaratkan sebagai jarum suntik yang menginjeksi sebagai besar

warganet, sehingga mampu memberikan pengaruh yang signifikan pada diri warganet. Pengaruh tersebut dapat berupa pengaruh terhadap pemahaman, sikap yang ditunjukkan serta perilaku yang menggiring warganet.

Lalu, menanggapi hal tersebut bagaimanakah seharusnya etika yang perlu dikembangkan generasi selanjutnya dalam bermedia sosial?. Pada era globalisasi seperti abad 21 sekarang ini, media sosial merupakan bagian dari budaya manusia. media sosial tidak lagi dipandang sebagai bagian dari interaksi manusia, melainkan dijadikan sebuah perlambang eksistensi manusia, terkhusus pada generasi sekarang ini. konvergensi media menjadikan kebebasan dalam berkomunikasi. Ide, pandangan, kritik mampu dengan bebas dituangkan dalam media sosial tanpa adanya batasan.

Akan tetapi kecanggihan media komunikasi tampaknya bagaikan dua mata pisau yang tajam, jika tidak dibarengi dengan adanya etika yang semestinya dalam praktik komunikasi tersebut. Media sosial dipandang sebagai bagian dari komunikasi massa, hal tersebut dikarenakan jangkauan interaksi komunikasi yang dilakukan mampu mencapai beberapa kelompok, dengan beragam komunikasi yang ada (Suryanto, 2015). Tansparansi jaringan komunikasi serta kehidupan virtual menjadikan kurangnya batasan moral sebagai pengikatnya. Kondisi ini mampu mempengaruhi pada; kepercayaan, nilai, sikap yang dikembangkan oleh seseorang; pandangan seseorang akan dunia nyata; persepsi pada diri sendiri dan orang lain (Bray & Rzepecka, 2018; Wattie, 2011).

Menurut Wattie (2011) komunikasi dalam lingkup media sosial merupakan peleburan antara komunikasi interpersonal dengan komunikasi massa, yang mana komunikasi massa merupakan tingkatan komunikasi yang paling luas cakupan komunikannya. Sehingga, disaat yang bersamaan ketika seseorang menggunggah konten dalam akun media sosial yang seseorang miliki, saat itu juga terjadi keterlibatan semua pihak yang menikmati konten tersebut. Hal tersebut yang dijadikan syarat terjadinya komunikasi massa.

Sehingga perlu etika yang dikembangkan dalam proses kegiatan komunikasi dalam media online tersebut. Etika tersebut tidak hanya sebagai bentuk pemahaman saja, melainkan perlu dipraktikkan dalam melakukan kegiatan komunikasi. Etika komunikasi islami yang harus dikembangkan yakni dengan berpegang pada etika komunikasi yang ada dalam Al-qur'an (Badruzaman, 2014), yakni dengan mengaplikasikan: (1) qoul ma'ruf (lemah lembut). Pada komunikasi tulis dalam media

sosial, pengaplikasian qoul ma'ruf yakni dengan mempublish naskah, gambar ataupun video dalam media sosial hendaknya dipilih bahasa yang halus dan menjunjung tinggi kesopanan, tidak mengumpat, ataupun menjelekkan satu pihak dengan pihak yang lain (adu domba). Dengan mengaplikasikan qoul ma'ruf dalam kegiatan komunikasi via media sosial, maka followers dari akun-akun yang terhubung akan terjalin rasa solidaritas dan mengurangi konflik dan prasangka yang ada antara pihak satu dengan pihak yang lainnya; (2) qoul sadid (kebenaran). Pada kegiatan dalam penyampaian pesan melalui media sosial, pengaplikasian qoul sadid yakni dengan menulis hal-hal yang memang sesuai dengan fakta yang ada. Ketika mempublish pesan hendaknya sitelusuri terlebih dahulu tingkat kebenarannya sehingga tidak menyebarkan fitnah, maupun berita hoax. Sehingga, keabsahan suatu informasi yang ada dapat dipertanggung jawabkan kepada public.

Meskipun dalam komunikasi tulis melalui media sosial tidak berinteraksi secara langsung. Akan tetapi, pada perinsipnya ada sesuatu norma yang harus dipatuhi. Selain etika komunikasi yang telah diajarkan Rasul. Pemerintah pun memberikan batasan dengan menerapkan undang-undang dalam bermedia sosial. hendaknya generasi muda perlu memperhatikan setiap tulisan yang diunggah melalui media sosial. karena setiap unggahan perlu adanya pertanggung jawaban, tidak hanya tanggung jawab kepada Allah dan diri sendiri, melainkan juga pertanggung jawaban kepada khalayak pengguna sosial media.

## **Simpulan**

Pada dasarnya kegiatan komunikasi dilakukan oleh setiap orang dalam melakukan interaksi dengan manusia yang lain. Baik dalam lingkup dunia nyata, maupun dalam lingkup dunia virtual. Kecanggihan teknologi komunikasi yang ada menjadikan suatu ketransparanan dalam kegiatan komunikasi, sehingga para pengguna melampaui batasan norma yang ada dalam kegiatan komunikasi. Adanya lampauan batasan tersebut menyebabkan adanya pesan-pesan yang disampaikan cenderung memicu konflik dan banyaknya pesan hoax yang beredar dalam media sosial.

Sehingga, perlu adanya batasan yang berupa etika komunikasi guna membatasi para pengguna media sosial. Etika komunikasi bukan hanya sebagai bagian dari pemahaman ilmu saja, melainkan juga perlu adanya aplikasi nyata dalam kegiatan komunikasi tulis di media sosial. Dalam pandangan islam telah menerapkan etika

komunikasi tersebut agar mampu memberikan batasan dan tetap menjaga toleransi serta solidaritas sesama manusia. pada praktik komunikasi tulis dalam menggunakan media sosial, dapat beberapa etika yang ditawarkan yang tertuang dalam Al-qur'an, disesuaikan dengan kebutuhan dalam penyampaian pesan melalui akun-akun media sosialnya.

Etika komunikasi islam tersebut diantaranya dapat menggunakan qoul ma'ruf dan qoul sadid. Pada etika komunikasi tersebut mengajarkan bahasa yang halus yang disertai dengan kejujuran. Dengan mengimplikasikan kedua etika komunikasi tersebut, maka akan tercipta suasana yang nyaman sesama pengguna media online, juga akan menimbulkan sikap solidaritas serta toleransi sesama pengguna media sosial serta masyarakat pada umumnya. Hal tersebut dikarenakan, komunikasi menggunakan media internet/ media sosial merupakan bagian dari komunikasi massa, yang mampu memberikan pengaruh pada kelaslahatan masyarakat.

### Referensi

- Ahmad, A. (2013). Dinamika Komunikasi Islami di Media Online. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 44–58.
- Al Ghazali, A. H. (2014). *Mengobati Penyakit Hati Membentuk Akhlak Mulia*. Jakarta: Mizan.
- Badruzaman, A. (2014). Etika Berkomunikasi: Kajian Tematik Term Qaul dalam al-Qur'an. *Epistemé*, 9(1), 177–204.
- Bakti, A. F., & Meidasari, V. E. (2014). Trendsetter Komunikasi di Era Digital: Tantangan dan Peluang Pendidikan Komunikasi dan Penyiaran Islam. *Jurnal Komunikasi Islam*, 4(1), 20–44.
- Batubara, A. K. (2013). Studi Media Dalam Perspektif Komunikasi Islam (Analisis Esensi Komunikasi Islam Dalam Diseminasi Informasi). In *Annual International Conference on Islamic Studies* (pp. 2795–2815). Yogyakarta: Perpustakaan UIN Surabaya.
- Bray, P., & Rzepecka, M. (2018). Introduction: Communication and Conflict. *Koninklijke Brill Nv, Leiden*, 1–10. [https://doi.org/10.1163/9789004373679\\_002](https://doi.org/10.1163/9789004373679_002)

- Dahlan, M. S. (2014). Etika Komunikasi dalam Al-Qur'an dan Hadits. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 15(1), 115–123.
- Gradinaru, C. (2018). Social Media and Literature: A Troublesome Relationship. *Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric*, 16(1), 35–50.
- Hefni, H. (2014). Perkembangan Ilmu Komunikasi Islam. *Jurnal Komunikasi Islam*, 4(2), 326–343.
- Hefni, H. (2017). *Komunikasi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Markarma, A. (2014). KOMUNIKASI DAKWAH EFEKTIF DALAM PERSPEKTIF ALQURAN. *Hunafa: Jurnal Studia Islamika*, 11(1), 127–151.
- Mikkelsen, J. F. (2017). Communication ethics and the receiver: Contribution to an ethic of strategic mass communication. *Journal of Media and Communication Research*, 63, 85–102.
- Mufid, M. (2009). *Etika dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Rahadi, D. R. (2017). PERILAKU PENGGUNA DAN INFORMASI HOAX DI MEDIA SOSIAL. *Jurnal Management & Kewirausahaan*, 5(1), 58–70.
- Rajab, M. (2014). DAKWAH DAN TANTANGANNYA DALAM MEDIA TEKNOLOGI KOMUNIKASI. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 15(1), 69–90.
- Romli, K. (2016). *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Grasindo.
- Sabrina, A. (2015). *Menjelajah Dunia Maya*. Bandung: Hapsa Jaya Bandung.
- Seyfi, M., & Güven, D. (2016). Influence of new media on intercultural communication: an example of an Erasmus student. *Informacijos Mokslai*, 74, 24–37. <https://doi.org/dx.doi.org/10.15388/Im.2016.74.9921>
- Solihin, A. M. (2011). *Etika Komunikasi Lisan Menurut Al-Qur'an: Kajian Tafsir Tematik*. Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Suseno, F. M. (1987). *Etika Dasar: Masalah Masalah Pokok Filsafat Moral*. Yogyakarta: PT Kanisius.

- Taprial, V., & Kanwar, P. (2012). *Understanding Social Media*. India: Ventus Publishing ApS.
- Tim Penyusun. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional.
- Tompkins, P. S. (2015). Acknowledgment, Justice, and Communication Ethics. *Review of Communication*, 15(3), 240–257.  
<https://doi.org/dx.doi.org/10.1080/15358593.2015.1078490>
- Wattie, E. D. S. (2011). Komunikasi dan Media Sosial. *The Messenger*, 3(1), 69–75.
- Yuliani, A. (2017). Ada 800.000 Situs Penyebar Hoax di Indonesia. Retrieved July 8, 2018, from <https://kominfo.go.id/content/detail/12008/ada-800000-situs-penyebar-hoax-di-indonesia/0/sorotan-media>
- Yunita. (2017). Melawan Hoax. Retrieved July 8, 2018, from <https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/8904/melawan-hoax/0/sorotan-media>
- Zainuddin, D. (2016). *Pendidikan Budi Pekerti dalam perspektif Islam*. Jakarta: AMP Press.