



Etika Komunikasi Media Sosial Perspektif Hadis (Kajian Living Sunnah)

AR. Miftah Al Farouqy

Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
miftahfarouqy@gmail.com

M. Fahrur Ridla

Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
ridlafahrur@gmail.com

Abstract: *Communication became a necessity for mankind. The development of information technology also leads humans to interact and communicate within the realm of social media. Social networking platforms as communication media are not unfamiliar in this era. These developments brought with them a variety of new problems and pollutants. While it is a media, the essence of the value of the communication ethic cannot be overemphasized in practice. Islam also has great attention to the ethical problem of communication. With the living sunnah approach, the hadiths of the communication theme are exposed, and their sense comprehension contextual and therefore can be applied in practice. This qualitative study uses library methods, and writers do data collecting from sources from the famous books hadiths. The hadiths used were critically studied from the ith path by jarh wa ta'dil method, and then writers also mentioned similar hadis originated from other sources. Research has concluded that among the social media communication ethics in hadith perspective is first to say well or try to create positive content and comments and if unable to better be silent; second, speak not ill or evil-containing elements, bullying, and defamation; The third is always selective in selecting information or dealing online and not spread unclear information easily to avoid involvement in the hoax deployment.*

Keywords: *Communication ethics, hadiths, social media, hoax*

Abstrak: Komunikasi menjadi kebutuhan bagi umat manusia. Perkembangan teknologi informatika juga menuntun manusia untuk dapat berinteraksi dan berkomunikasi dalam ranah media sosial. *platform* jejaring sosial sebagai media komunikasi bukan hal yang asing di era ini. Perkembangan ini menimbulkan beragam masalah dan polemik baru. Meskipun merupakan media, esensi nilai dari etika komunikasi tidak dapat dikesampingkan dalam praktiknya. Islam juga memiliki perhatian besar dalam masalah etika komunikasi. Dengan pendekatan *living sunnah*, hadis-hadis seputar tema komunikasi dipaparkan dan pemahaman maknanya dikontekstualkan sehingga dapat diaplikasikan dalam praktiknya. Penelitian kualitatif ini menggunakan metode pustaka, pengumpulan data dilakukan penulis dari sumber dari kitab-kitab hadis ternama. Hadis yang digunakan, diteliti secara kritis dari jalur sanadnya dengan metode *jarh wa ta'dil*,



kemudian peneliti juga menyebutkan hadis serupa yang dikeluarkan dari sumber yang lain. Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa di antara etika komunikasi media sosial dalam perspektif hadis adalah *pertama*, berkata baik atau berusaha membuat konten dan komentar positif dan jika tidak mampu lebih baik menahan diri atau diam; *Kedua*, tidak berkata buruk atau yang mengandung unsur negatif, *bullying* dan pencemaran nama baik; *ketiga* selalu selektif dalam memilah informasi maupun bertransaksi jual beli daring dan tidak mudah menyebarkan informasi yang belum jelas agar tidak terlibat dalam penyebaran hoax.

Kata Kunci: Etika Komunikasi, Hadis, Media Sosial, Hoax

Pendahuluan

Perkembangan kehidupan manusia saat ini begitu mengagumkan, banyak teknologi-teknologi baru bermunculan untuk mempermudah kebutuhan manusia. Dengan bermunculannya aneka teknologi itu disebutlah era ini sebagai era digital. Teknologi informasi dan komunikasi mengalami perkembangan yang signifikan di abad ke-21 ini. Tidak hanya di Indonesia, di dunia mengakui kemajuan dalam bidang ini dengan ditandai akses internet yang semakin mudah didapatkan oleh setiap kalangan. Kemudahan akses yang didapatkan menjadikan teknologi ini menjadi kebutuhan individu yang sedikit banyak memberikan manfaat dalam kehidupan sehari-hari.

Salah satu kemudahan di era digital saat ini yaitu seseorang dengan mudahnya mendapatkan berbagai informasi baik dari media berita digital atau media sosial. Menurut hasil survei pengguna media sosial bisa menghabiskan 5 sampai 6 jam sehari untuk membuka media sosial. Hal ini membuktikan bahwa adanya media sosial dapat mempengaruhi kehidupan saat ini¹. Hasil survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia tahun 2017 mengatakan bahwa penggunaan internet di Indonesia terus menerus menunjukkan peningkatan. Pada tahun 2017 sebanyak 143,26 juta penduduk Indonesia telah menggunakan internet, jika dibandingkan tahun 2016 angka itu meningkat 10,56 juta jiwa.

¹ Muhammad Rizki Wahyu, *Peradaban Media Sosial Di Era Industri 4.0*, ed. by Nurudin (Malang: PT. Cita Intrans Selaras, 2020), hlm 3
<<https://books.google.co.id/books?id=ouPsDwAAQBAJ&pg=PA22&dq=media+sosial&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwiu1-XQ-cjsAhWG9XMBHUnRBo0Q6AEwAnoECAEQAg#v=onepage&q=media+sosial&f=false>>.



Adapun *platform* media sosial yang kerap kali di akses yaitu facebook, instagram, youtube, twitter ².

Adanya media sosial yang beragam ternyata dapat menimbulkan ragam permasalahan baru di Indonesia. Ada beberapa kasus yang bermula dari media sosial. Seperti, kasus penipuan yang dialami oleh seorang wanita yang awal mualanya dia berkenalan dengan seorang pria (tersangka) di Facebook, dengan kemahiran si pria (tersangka) merayu wanita akhirnya mereka berpacaran walaupun sebatas media sosial saja bahkan si wanita rela meminjamkan uang yang nilainya sangat fantastis yaitu Rp 15,8 M. Aksi penipuan ini dilakukan selama 3 bulan, pada akhirnya si wanita menyadari bahwa dia telah ditipu setelah si pria menghilang yang kemudian si wanita melaporkan kejadian tersebut kepada polisi ³. Dalam kasus lain, penipuan yang terjadi pada pengguna instagram, kasus ini menggunakan modus menjual masker dengan sistem pre order dengan harga Rp 280.000 per boxnya dan calon pembeli harus mentransfer pembayarannya terlebih dahulu, namun pada akhirnya barang yang dipesan tidak dikirim ⁴. Lain dari pada itu banyak juga permasalahan yang timbul akibat berita *hoax* yang biasanya disebarakan melalui *whatsapp* atau media lainnya.

Media sosial tidak hanya berdampak kepada orang dewasa saja, kemudahan akses bagi anak-anak juga mendatangkan problematika yang lain. Komisioner KPAI melaporkan adanya kenaikan pengaduan kasus *bullying* dalam rentang tahun 2011-2019 di dunia pendidikan maupun media sosial. Pemicu terjadinya adalah kontrol sosial masyarakat yang berubah akibat media sosial menjadi lebih agresif dan cepat, sangat mudah ditiru oleh anak⁵. Data ini

² Rizki Aprilia, Aat Sriati, and Sri Hendrawati, "Tingkat Kecanduan Media Sosial Pada Remaja," *Jnc* 3, no. 1 (2018): 41–53.

³ Jpnn.com, "Duh, Wanita Ini Tertipu Rayuan Pacar Di Facebook, Ditipu Hingga Rp 15 Miliar," *Jpnn.Com*, last modified 2020, accessed January 5, 2021, <https://www.jpnn.com/news/duh-wanita-ini-tertipu-rayuan-pacar-di-facebook-ditipu-hingga-rp-15-miliar>.

⁴ M. Ilman Nafian, "Cerita Korban Tertipu Akun Instagram Modus Jual Masker, Uang Belasan Juta Raib," *Detik News*, last modified 2020, accessed January 5, 2021, <https://news.detik.com/berita/d-4972627/cerita-korban-tertipu-akun-instagram-modus-jual-masker-uang-belasan-juta-raib/>.

⁵ Tim KPAI, "Sejumlah Kasus Bullying Sudah Warnai Catatan Masalah Anak Di Awal 2020, Begini Kata Komisioner KPAI," last modified 2020, accessed January 5, 2021,



diperkuat dengan pemaparan data dari Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak yang menyebutkan sekitar 5,2 juta anak menjadi korban kekerasan. Perhatian yang dituju dari penyebab kasus kekerasan mengarah ke media sosial tempat yang marak terjadi *cyber bullying*.⁶

Dalam menjalankan kehidupan sosial, ajaran Islam juga memberikan pandangan bagaimana seharusnya seorang muslim itu berinteraksi dalam ranah sosial. Ajaran Islam ini bersumber dari *al-Qurān* dan *as-Sunnah* sebagai pedoman hidup. Sebagai pedoman, ajaran Islam yang bersumber dari *as-Sunnah* sangat mudah dipahami oleh para muslim dengan cara mempraktikkan dan meneladani perilaku dari Nabi Muhammad saw. Upaya meneladani sunnah Nabi ini telah menjadi tradisi lintas zaman. Di era ini, tradisi sunnah dianggap relevan dengan perkembangan zaman, dan salah satu upayanya dengan kontekstualisasi pemahaman hadis dalam gerakan living hadis. *Living* hadis sebenarnya bukanlah terma yang baru, terminologi serupa telah lama eksis di masa setelah Rasulullah saw. dengan istilah *living sunnah* yang dalam bentuk tradisi ahli Madinah. Kajian living sunnah tidak hanya bertumpu kepada sanad dan matan, akan tetapi kajian ini bertumpu dan lebih terfokus pada praktik (konteks) masyarakat yang didasari oleh teks hadis⁷.

Merujuk dari beberapa kasus dan peristiwa di atas yang kerap terjadi di Indonesia, maka penulis tertarik untuk mengetahui bagaimanakah etika komunikasi media sosial dalam perspektif Islam. Dalam penelitian ini, penulis mencoba mengkaji problematika komunikasi di media sosial dalam perspektif hadis, dengan begitu diharapkan dapat merumuskan solusi dan rambu-rambu dalam menggunakan media sosial.

<https://www.kpai.go.id/berita/sejumlah-kasus-bullying-sudah-warnai-catatan-masalah-anak-di-awal-2020-begini-kata-komisioner-kpai>.

⁶ Devi Fitria Wilandari, "DAMPAK KEKERASAN ANAK DI MEDSOS AKIBAT CYBER BULLYING," *Koran Tangsel Pos*.

⁷ Saifuddin Zuhri Qudsy, "Living Hadis: Genealogi, Teori, Dan Aplikasi," *Jurnal Living Hadis* 1, no. 1 (2016): 177., 178-181



Pembahasan

Media sosial adalah suatu media *online* yang dapat diakses oleh semua orang dari manapun dan kapanpun untuk saling memberikan informasi dan komentar dengan cepat dan tidak terbatas.⁸ Menurut Lewis media sosial adalah label dari teknologi digital yang dijadikan sebagai wadah dalam berinteraksi dengan sesama dan saling berbagi pesan.⁹ Dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah sebuah media yang dapat digunakan oleh semua orang selama terjangkau oleh internet untuk mendapatkan atau memberi suatu informasi, dan memungkinkan semua penggunanya saling berinteraksi langsung baik komentar atau usulan.

Ada beberapa *platform* media sosial berbentuk situs jejaring sosial (*interaction networks*) yang tengah populer di kalangan masyarakat kini, yaitu:

a. Instagram

Kata instagram berasal dari dua kata yaitu *instant* dan *telegram*, *instant* berarti cepat atau mudah dan *telegram* berarti media pengiriman sebuah informasi yang begitu cepat. Instagram merupakan aplikasi berbagi foto dan video yang salah satu fiturnya memungkinkan penggunanya saling berkomentar, aplikasi ini dibuat oleh perusahaan Burbn,inc pada tahun 2010.¹⁰ Dapat dipahami bahwa instagram adalah sebuah aplikasi yang dapat digunakan oleh semua orang dari berbagai kalangan dari usia dini hingga dewasa selama memiliki jaringan internet, adapun salah satu fitur-fitur yang dapat dinikmati penggunanya yakni berbagi foto, saling berkomentar, dan menambah *follower* (teman) sesuai keinginan.

b. Facebook

Facebook merupakan media sosial yang paling banyak penggunanya dan memiliki banyak fitur didalamnya, facebook didirikan oleh Mark Zuckerberg. Menurut wikipedia facebook adalah sebuah layanan jejaring sosial yang penggunanya dapat membuat profil diri, saling mengirimkan pesan,

⁸ Sitti Nurhalimah, *Media Sosial Dan Masyarakat Pesisir*, ed. Fahmi Gunawan and Heksa Biopsi Puji Hastuti, 1st ed. (Sleman: Deepublish, 2019)., 35

⁹ Adelia Septiani Restanti Tania, *Media Sosial, Identitas, Transformasi Dan Tantangannya* (Malang: Intrans Publishing Grup, 2020)., 136

¹⁰ Nurhalimah, *Media Sosial Dan Masyarakat Pesisir*., 36.



menambahkan teman, berkomentar, dan pengguna juga dapat bergabung dengan grup komunitas yang diminati.

c. Whatsapp

Whatsapp adalah sebuah aplikasi *smartphone* mengirim pesan secara *online* lintas platform seperti Apple iOS, android, dan lainnya.¹¹ Dengan menggunakan whatsapp seseorang tidak lagi memerlukan pulsa untuk mengirim pesan. Tidak hanya sebatas pesan teks saja namun whatsapp memberikan fitur kirim file, gambar, video dan lainnya. Whatsapp yang merupakan bagian dari facebook memiliki banyak fitur komunikasi yang lebih tertutup di banding *platform* sebelumnya. Penggunaan platform ini lebih mengarah ke komunikasi interpersonal dengan fitur *chat* secara personal. Meskipun demikian, komunikasi kelompok juga bisa dilakukan melalui fitur *group chat*. Jaminan keamanan privasi juga menjadi pertimbangan utama para *user* yang menggunakan *platform* ini.

Manfaat dan Tantangan Media Sosial

Kemajuan teknologi informatika meniscayakan manusia selalu terikat dan terhubung dalam media. Dalam perspektif Uses-and-gratifications (U & G), dengan mengadopsi sisi sosio-psikologis khalayak dijelaskan apa yang dilakukan khalayak (*audience*) dengan media. Teori yang dikembangkan oleh Katz dan Gurevic, media yang memenuhi kebutuhan khalayak mengalami perkembangan dari media tradisional ke media baru (internet), bahkan ke aplikasi tertentu. Khalayak dianggap sebagai agen yang aktif dalam mencari, menggunakan media atas dasar motif, dorongan, kebutuhan *audience* baik dari dimensi sosial maupun psikologis. Karman menjelaskan dalam penelitiannya kehadiran media baru (*new media*) dalam bentuk internet yang menawarkan *audience* pemenuhan kebutuhan sosial (*social need*) dan kebutuhan psikologi (*psychological need*). Atas dasar tersebut, tentunya media sosial kemudian menjadi kebutuhan bagi manusia¹²

¹¹ Nuril Anwar and Imam Riadi, "Analisis Investigasi Forensik WhatsApp Messenger Smartphone Terhadap WhatsApp Berbasis Web," *Jurnal Ilmiah Teknik Elektro Komputer dan Informatika* 3, no. 1 (2017): 1., 1-10

¹² Karman, "Riset Penggunaan Media dan Perkembangannya Kini". *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, Vol. 17, No. 1 (Januari 2013), 103-121.



Media sosial yang pada dasarnya dirancang sebagai sebuah media interaksi sosial yang sangat mudah diakses oleh siapa saja, namun pada perkembangannya media sosial juga dimanfaatkan untuk beragam kegunaan, seperti pendidikan. Tidak dapat dipungkiri adanya media sosial juga memberikan dampak positif bagi dunia pendidikan. Saat ini pendidikan tidak selalu membutuhkan ruangan dalam melakukan proses belajar mengajar, mereka juga dapat menggunakan media sosial dalam prosesnya.¹³ Tidak hanya dunia pendidikan, dunia bisnis juga memanfaatkan kecanggihan yang ditawarkan. Media sosial memiliki berdampak signifikan terhadap kinerja pemasaran pedagang pada pasar tradisional hal ini dibuktikan bermunculannya *olshop* (*online shop*) sebagai digital market dan media promosi para pedagang secara stimulan berdampak signifikan terhadap perekonomian masyarakat.¹⁴

Terlepas dari banyaknya dampak positif dan yang dimiliki media sosial, media sosial juga memiliki dampak negatif. Menurut Samovar & Porter RE media sosial dapat mengakibatkan perubahan unsur budaya, yaitu:

- a. Perubahan pada kepercayaan (*belief*), nilai (*values*), dan sikap (*attitudes*), hal ini terlihat dari antara hubungan manusia dengan Tuhannya tidak lagi dianggap sebagai hubungan pribadi, namun ibadahnya dapat dibagikan kepada orang lain melalui media sosial. Media sosial juga dapat merubah nilai dan sikap, contohnya kerap kali ditemukan komentar-komentar pedas bahkan umpatan tanpa memperdulikan perasaan yang dikomentari dan ini merupakan penyimpangan yang jauh dari nilai-nilai sopan santun yang ada di Indonesia.
- b. Cara pandang dunia (*worldview*). Salah satu dampak negatif media sosial adalah berubahnya cara pandang dari tradisional ke cara pandang global yang kemudian mengakibatkan bentrokan budaya, misalnya budaya *mem-posting* dengan menggunakan pakaian yang terbuka bagi wanita di barat, sekarang di

¹³ Muhammad Fajar dan Hadi Machmud, "Penggunaan Media Sosial di Kalangan Siswa Sekolah Dasar", *Diniyah : Jurnal Pendidikan Dasar*, vol. 1, no. 1 (2020): 46-52

¹⁴ Deddy Prihadi dan Yana Mulyana, "Efektivitas E-Commerce dan Media Sosial untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Perdagangan Pasar Tradisional". *Jurnal Ilmiah FIFO*, Volume XI, Nomor 1 (Mei 2019), 31-40.



tiru di Indonesia padahal hal tersebut bertentangan dengan budaya di Indonesia.

- c. Tabiat manusia (*human Nature*), hal ini tampak pada banyaknya pengguna media sosial yang menampakkan sikap pamer dan ingin dinilai lebih oleh orang lain, bahkan mereka tidak segan merendahkan orang lain agar mereka dipandang lebih baik oleh orang lain.¹⁵

Etika Komunikasi dalam Media Sosial

Kata etika berasal dari bahasa Yunani yaitu *ethos* yang artinya suatu kebiasaan baik. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia etika adalah nilai benar atau salah yang diyakini oleh suatu kelompok atau masyarakat. Menurut Keraf etika ialah etika adalah sebuah refleksi kritis dan rasional tentang nilai yang menentukan tingkah laku manusia.¹⁶ Dari pendapat-pendapat tersebut dapat dipahami bahwa etika adalah aturan yang mengatur tingkah laku manusia agar manusia berperilaku baik.

Komunikasi merupakan bentuk interaksi antara dua makhluk hidup atau lebih, sehingga artian komunikasi tidak hanya interaksi antara manusia saja. Komunikasi juga didefinisikan sebagai sebuah upaya untuk menyatakan ide, perasaan agar diketahui dan dipahami orang lain dan juga sebuah kemampuan untuk menyampaikan informasi dari komunikator ke komunikan melalui suatu media dengan maksud mendapatkan umpan balik. Unsur-unsur yang terdiri dalam terjadinya komunikasi adalah komunikator, pesan, media/channel, komunikan dan umpan balik/respon.¹⁷

Dalam pandangan Islam, gambaran komunikasi antara sesama manusia dibangun secara horizontal dengan istilah *ḥablumminnāṣ*. Hubungan transenden antara manusia dan Tuhan secara vertikal memiliki aturan yang dicerminkan dalam ritual-ritual peribadatan, sedangkan komunikasi vertikal antara manusia,

¹⁵ Fahmi Anwar, "Perubahan Dan Permasalahan Media Sosial," *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni* 1, no. 1 (2017): 137-144.

¹⁶ Andi Rasyid Pananrangi and Murlinah, *Etika Birokrat*, ed. Muhammad Darwis, 1st ed. (Makassar: CV. Sah Media, 2017), 96.

¹⁷ Afna Fitria Sari, "ETIKA KOMUNIKASI," *TANJAK: Journal of Education and Teaching* (2020), 129.



diatur secara normatif dalam ranah *mu'āmalāt* yang mencakup banyak aspek, seperti sosial, ekonomi, politik, budaya dan lainnya.¹⁸

Sebagai makhluk sosial, manusia tidak terlepas dan sangat membutuhkan komunikasi, bahkan tingkah laku dan gerak gerik merupakan perwujudan dari komunikasi. Selain itu, interaksi antara manusia juga melahirkan kesepakatan berupa norma bersama yang menjadi landasan dan pedoman hidup bermasyarakat. Dalam berkomunikasi antara sesama, terdapat norma yang berkembang dengan istilah etika komunikasi.

Etika komunikasi menjadi kebutuhan yang urgen dikarenakan terjalinnya hubungan manusia yang dinamis melalui proses komunikasi. Etika memberikan landasan berupa prinsip-prinsip dasar moral yang berkaitan apa yang baik dan buruk dan mana yang harus diikuti oleh manusia. Etika komunikasi yang baik dapat menciptakan hubungan yang baik dan harmonis antara individu yang terlibat, begitu pula sebaliknya. Etika yang buruk dalam berkomunikasi dapat mendatangkan kesalahpahaman yang berdampak timbulnya perpecahan dan pertengkaran. Beberapa Etika dasar dalam komunikasi antar manusia adalah: menjaga ucapan; jujur; sopan santun; cermat, efektif dan efisien; dan saling menghargai.¹⁹

Menggunakan berbagai macam *platform* media sosial dalam kehidupan sehari-hari pada saat ini sudah dianggap sangat urgen. Akan tetapi, memahami terlebih dahulu esensi dari media sosial tidak kalah penting. *Platform* jejaring sosial yang seringkali digunakan oleh masyarakat esensinya adalah sebuah media. Masyarakat yang berinteraksi dalam *platform* tersebut tetap menjadi komunikator dan komunikan. Dalam berinteraksi melalui *platform* jejaring sosial terbuka seperti *facebook* dan *instagram*, maupun secara tertutup melalui *whatsapp* atau fitur pesan singkat lainnya, etika komunikasi tetap dibutuhkan. Hal ini dikarenakan, esensi dari komunikasi tidak membatasi antara interaksi langsung dan interaksi tidak langsung dan media sosial tidak menghilangkan esensi dari

¹⁸ Joko Susanto, "Etika Komunikasi Islami," *Waraqat* I, no. 1 (2016): 1–24.

¹⁹ Sari, "ETIKA KOMUNIKASI.", 130-132.



komunikasi itu sendiri. Dengan demikian mengatualkan nilai-nilai dari etika komunikasi dalam bermedia sosial merupakan keharusan dan kewajiban.

Etika komunikasi media sosial dalam perspektif Hadis

Dalam tema artikel ini, penulis mencoba menginventarisasi hadis-hadis relevan terkait komunikasi dalam media sosial. hadis yang disajikan berikut berasal dari kitab-kitab hadis ternama dan diupayakan hadis yang dikaji merupakan hadis yang autentik. Hadis yang autentik (*ṣaḥīḥ* dan *ḥasan*), baik *āḥād* maupun *mutawātir* dapat dijadikan hujah atau dalil agama dalam bidang hukum, akhlak, ekonomi, sosial dan sebagainya kecuali akidah.²⁰

Jika melihat fenomena yang terjadi di media sosial masa kini, setidaknya ada dua permasalahan pokok yang mewarnai komunikasi di media era ini. *Pertama*, permasalahan *cyber bullying*, pencemaran nama baik, saling mencela dan bertukar komentar negatif dan segala konten yang bermuatan negatif. Khususnya di Indonesia, perbedaan pendapat dalam ideologi dan politik kerap menyulut perdebatan di media sosial yang mengarahkan ke ujaran kebencian. Bentuk kejahatan dan kekerasan semacam *cyber bullying* dan ujaran kebencian dalam media sosial ini tidak hanya terjadi di kalangan dewasa, bahkan juga memakan korban dari golongan anak di bawah umur yang mana statistiknya meningkat dalam kurun waktu 10 tahun belakangan ini.²¹

Kedua, permasalahan penyebaran informasi palsu secara masif. Kasus ini, merupakan dampak langsung dari banjirnya informasi di era *post-truth* sebagai sumber alternatif mendapatkan berita di samping tersedianya berita dari media *mainstream*. Permasalahan ini juga disebabkan kredibilitas media utama yang disinyalir menyajikan berita dengan warna yang sarat akan kepentingan para elit, penguasa dan orang-orang berkepentingan, sehingga masyarakat teralihkan untuk mencari alternatif lain dari media sosial yang rentan dan marak terjadinya *hoax*. Jika diperhatikan permasalahan ini bukan pada bagaimana mendapatkan berita,

²⁰ Idri, *Problematika Autentisitas Hadis Nabi Dari Klasik Hingga Kontemporer*, 1st ed. (Jakarta: Prenadamedia Group, 2020), 21.

²¹ KPAI, "Sejumlah Kasus Bullying Sudah Warnai Catatan Masalah Anak Di Awal 2020, Begini Kata Komisioner KPAI."



akan tetapi bagaimana masyarakat mencerna informasi yang benar.²² Masalah ini diperkuat dengan algoritma *filter bubble* yang diterapkan oleh Facebook. Algoritma ini menyebabkan para penggunanya terisolasi secara intelektual, yang mana algoritma tersebut bekerja dengan menampilkan konten-konten yang sesuai dengan jejak digital pengguna. Informasi yang didapatkan para pengguna hanya akan sesuai dengan pandangan-pandangan yang disukai berdasarkan jejak digital tersebut, sehingga pandangan yang dianggap pengguna bertentangan jarang muncul dalam linimasa, hal ini membuat *mindset* dari kebanyakan *user* merasa pandangannya mendapat legitimasi dari informasi yang paling sering diterima dan beredar di timeline dalam pandangnya.²³

Berangkat dari permasalahan di atas, artikel ini yang berkaitan dengan akhlak dan sosial, maka hadis-hadis autentik sangat relevan digunakan sebagai dalil agama dalam permasalahan ini. Jika merujuk ke sifat jejaring sosial yang penuh dengan informasi dan berita, penulis memulai dari hadis-hadis dari tema yang memiliki karakter serupa, yaitu penyampaian berita. Dalam menanggapi kedua masalah pokok dalam komunikasi media sosial, maka etika dalam perspektif hadis dalam komunikasi dan penyampaian berita atau informasi adalah:

a. Anjuran untuk bertutur kata baik

حَدَّثَنَا قُتَيْبَةُ بْنُ سَعِيدٍ حَدَّثَنَا أَبُو الْأَحْوَصِ عَنْ أَبِي حَصِينٍ عَنْ أَبِي صَالِحٍ، عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلَا يُوْذِ جَارَهُ، وَمَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكْرِمْ ضَيْفَهُ، وَمَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُفْلِحْ خَيْرًا أَوْ لِيَصْنَمْ (رواه البخاري، رقم الحديث:

24(6018

Artinya: *Dari Abu Hurairah, ia berkata, "Rasulullah saw. telah bersabda, 'Siapa yang beriman kepada Allah dan Hari Akhir, maka janganlah ia menyakiti tetangganya; siapa saja yang beriman kepada Allah dan Hari Akhir, maka hendaklah ia memuliakan tamunya; dan siapa saja yang*

²² Kharisma Dhimas Syuhada, "Etika Media Di Era 'Post-Truth,'" *Jurnal Komunikasi Indonesia* (2018). 76.

²³ Ibid., 78

²⁴ Al-Imām Abu Abdillāh Muhammad bin Ismā'il Al Bukhārī, *Ṣaḥīḥ Al-Bukhārī* (Beirut: Dar Ibnu Katsir, 2002)., 1509.



beriman kepada Allah dan Hari Akhir, maka hendaklah ia berkata-kata yang baik atau hendaknya dia diam” (HR. Bukhārī, no. 6018)²⁵

Menurut penilaian para ulama’ hadis ini adalah *ḥadīṣ ṣaḥīḥ*. Dalam penilaian para *rāwī*, Qutaibah bin Saīd dinilai oleh al-‘Asqalānī sebagai periwayat yang *ṣiqah ṣabt*²⁶, kemudian Abu Al-Aḥwaṣ seorang *rāwī* yang *ṣiqah mutqin*²⁷, dan Abu ṣaliḥ *ṣiqah ṣabt*²⁸. Para periwayat dari sanad di atas semuanya yang *ṣiqah* dan tidak ada masalah dalam rangkaian sanad, dari segi matan juga tidak terdapat kejanggalan, jika disimpulkan hadis ini merupakan *ḥadīṣ ṣaḥīḥ li dzatihi*.

Dalam *takhrīj* lain, hadis ini dikeluarkan oleh Bukhārī, redaksi yang serupa juga didapatkan dalam *ḥadīṣ* no. 6019, no. 6135, no. 6136, no. 6138 dan no. 6475 dengan jalur periwayatan yang berbeda. Dalam *ḥadīṣ* nomor 6019 dan 6135 sahabat yang meriwayatkan adalah Abu Syurayḥ Al-Ka’bī Al-‘Adawiy, dan sisanya melalui riwayat Abu Hurairah. Selain itu, redaksi *ḥadīṣ* ini juga ditemukan dalam *ṣaḥīḥ muslim* Juz. 1 nomor hadis 47 (74)²⁹ dan Juz.5 nomor hadis 48 (14)³⁰.

Dalam *takhrīj* lain juga ditemukam dalam *sunan Tirmidzi* no. 2500 dan no. 5154, *Muwatta’* Imam Malik no. 2687, Musnad Imam Ahmad no. 6621, no. 7626, no. 16370, no. 16374, no. 24404, no. 27159 dan no. 27161. Seluruh jalur *sanad* dari berbagai sanad bermuara ke dua sahabat; Abu Hurairah dan Abu Syurayḥ Al-Ka’bi Al-‘Adawiy.

Konteks hadis ini berkaitan dengan beberapa sikap seyogyanya seorang mu’min itu bersikap. Dalam poin terakhir dari hadis di atas adalah anjuran untuk berbicara yang baik saja atau jika tidak bisa berbicara baik, dianjurkan untuk diam. Hadis ini sangat relevan jika diaktualisasikan dalam komunikasi media

²⁵ Al-Imām Abu Abdillāh Muhammad bin Ismā’il Al Bukhārī, *Ṣaḥīḥ Al-Bukhari Jilid 5*, ed. Tim Pustaka As-Sunnah, 1st ed. (Jakarta: Pustaka as-Sunnah, 2010)., 168

²⁶ Al-Hāfiẓ Ahmad ibn ‘Alī ibn Hajr Al ‘Asqalānī, *Taqrīb At-Taḥḏīb*, ed. Abu Al-Asybal ṣaghīr Ahmad Syāghif Al-Bākistānī (Riyadh: Dar al Ashimah, n.d.), 799

²⁷ *Ibid.*, 425

²⁸ *Ibid.*, 313

²⁹ Al-Imām Abu Al-Ḥusain Muslim, *Ṣaḥīḥ Muslim Al-Juz’ Al-Awwal*, 1st ed. (Beirut: Dar al kutub al ‘Ilmiyah, 1991)., 68

³⁰ *Ibid.*, 1352



sosial. Bicara baik bisa diartikan berupa membuat konten/tulisan/komentar di medias sosial apapun yang berupa *statement* secara baik. Jika belum bisa bertindak demikian, lebih baik tidak membuat apapun dalam bentuk konten, tulisan atau komentar yang buruk.

Konten yang buruk berpeluang mengundang tanggapan yang buruk dalam komunikasi di media yang terbuka. Dalam hal ini, dapat menyebarkan keburukan yang jelas menyalahi dan merusak norma dalam etika komunikasi. Anjuran untuk diam, adalah upaya untuk menahan diri dari perbuatan yang memiliki dampak lebih buruk.

Anjuran untuk diam juga terdapat dalam hadis lain, yang redaksinya bahwa diam adalah *hikmah* (kebijaksanaan). Terdapat penjelasan bahwa hadis tersebut sanadnya *ḍaʿīf*, akan tetapi sikap diam dan meninggalkan perkataan yang berlebihan memiliki beberapa keutamaan. Berbiacara secara berlebihan (ucapan yang tidak diperlukan) dapat mengarahkan ke banyak perbuatan yang *bāṭil*. Perilaku tersebut juga merupakan narasi awal yang menjerumuskan para pelaku maksiat, dan juga dapat mengarahkan ke perbuatan terlarang lainnya seperti *ghībah* (menggunjing), *namīmah* (mengadu domba) yang mana dapat menimbulkan pertengkaran setelahnya. Tidak menutup kemungkinan, komunikasi dalam media sosial secara berlebihan dan mengangkat pembahasan yang tidak diperlukan, dapat mengarahkan ke tindakan yang memiliki dampak negatif yang lebih besar.³¹

Larangan berkata buruk

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ سِنَانٍ، حَدَّثَنَا فُلَيْحُ بْنُ سُلَيْمَانَ، حَدَّثَنَا هِلَالُ بْنُ عَلِيٍّ، عَنْ أَنَسٍ
قَالَ: لَمْ يَكُنْ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَاجِشًا وَلَا لَعَّانًا وَلَا سَبَّابًا، كَانَ يَقُولُ
عِنْدَ الْمَعْتَبَةِ: "مَا لَهُ تَرَبُّبٌ جَبِيئُهُ" (رواه البخاري، رقم الحديث 6046)

Artinya: Dari Anas, ia berkata, "Rasulullah sawbukanlah seorang yang bertutur kata keji, bukan pelaknat, dan bukan pula pencaci, dan yang diucapkan saat terdapat celaan: 'Dahinya terkena debu.'" (HR. Bukhārī, no. 6046)

³¹ Abu Abdillah Abdu as-Salām 'Allawsy, *Ibānatu Al-Aḥkām Syarḥu Bulūgh Al-Marām*, Juz' 4 (Beirut: Darul Fikr, 2008), 371-372



Kualifikasi para *rāwi* dalam riwayat ini sebagai berikut; Muhammad bin Sinān adalah *rāwi ṣiqah ṣabr*³², Fulaiḥ bin Sulaimān adalah *rāwi* yg *ṣadūq* akan tetapi *kaṣīr al-khaṭa*³³, dan Hilāl bin ‘Alī *rāwi* yang *ṣiqah*³⁴. Jika diamati sanad ini, terdapat *Illah* di kepribadian Fulaiḥ bin Sulaimān, meskipun dia seorang yang *ṣadūq* atau berkepribadian jujur, akan tetapi al-‘Asqalānī memberikan catatan bahwa dia *kaṣīr al-khaṭa*’ atau banyak berbuat kesalahan kecil. Jika melihat standar sifat adil dari periwayat, dia tidak memenuhi salah satu kriteria dari *rāwi* yang adil untuk memenuhi standar *ḥadīṣ ṣaḥīḥ*³⁵. Akan tetapi autentisitas hadis dapat dipertimbangkan kembali karena diriwayatkan Bukhārī dalam *ṣaḥīḥnya*. Metode yang digunakan Bukhārī dalam penghimpunan hadis berlandaskan pada pertimbangan transmisi sanad di antara para periwayat hadis dengan mensyaratkan *mu’āsarah* (sezaman) dan *liqā’* (bertemu) antara guru dan muridnya.³⁶

Takhrīj hadis ini dengan *matan* yang serupa tidak ditemukan di riwayat lainnya, akan tetapi hadis dengan redaksi *lam yakun Rasūlullāhi ṣallallāhu ‘alaihi wa sallama fāḥisyan wa lā mutafahḥisyan...* yang hampir serupa ditemukan di banyak jalur dengan sanad yang kuat dan kualifikasinya *ṣaḥīḥ* seperti dalam Tirmidzī (no. 1975 dan no. 2016), musnad Ahmad (no. 6504, no. 6767 dan no. 6818) dan terdapat pula yang berisnād *ḥasan* dalam *takhrīj Ahmad* (no. 8352, no. 17313 dan no. 17446). Dengan demikian, hadis riwayat Bukhārī ini tetap dinaggap autentik.

Hadis ini memberikan pesan bahwa Rasulullah saw. mencontohkan bagaimana seharusnya seorang muslim itu berkepribadian khususnya dalam komunikasi antar individu hendak bertutur kata baik, tidak melaknat dan juga mencaci. Kontekstual hadis ini dalam ranah media sosial sangat berkaitan erat dengan etika yang ada. Maka, hadis ini mengajarkan meskipun komunikasi dalam *platform* media sosial, tindakan seperti memberikan komentar atau membuat

³² ‘Asqalānī, *Taqrīb At-Taḥzīb.*, 851.

³³ *Ibid.*, 787.

³⁴ *Ibid.*, 1027.

³⁵ Muhammad Abu al-Laiṣ al-Khair Abādī, *Ulūm Al-Ḥadīṣ: ‘Āṣiluhā Wa Mu’Āṣiruhā*, 7th ed. (Selangor: Darul Syakir, 2011), 149.

³⁶ Idri, *Problematika Autentisitas Hadis Nabi Dari Klasik Hingga Kontemporer.*, 15



pernyataan harus menjauhi dari unsur melaknat, caci maki, *bullying* dan yang serupa.

حَدَّثَنَا عُثْمَانُ بْنُ أَبِي شَيْبَةَ، حَدَّثَنَا الْأَسْوَدُ بْنُ عَامِرٍ، حَدَّثَنَا أَبُو بَكْرِ بْنُ عَيَّاشٍ، عَنْ الْأَعْمَشِ، عَنْ سَعِيدِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ جُرَيْجٍ، عَنْ أَبِي بَرزَةَ الْأَسْلَمِيِّ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: "يَا مَعْشَرَ مَنْ آمَنَ بِلِسَانِهِ وَلَمْ يَدْخُلِ الْإِيمَانُ قَلْبَهُ، لَا تَغْتَابُوا الْمُسْلِمِينَ، وَلَا تَتَّبِعُوا عَوْرَاتِهِمْ؛ فَإِنَّهُ مَنِ اتَّبَعَ عَوْرَاتِهِمْ يَتَّبِعِ اللَّهُ عَوْرَتَهُ، وَمَنْ يَتَّبِعِ اللَّهُ عَوْرَتَهُ يَفْصَحْهُ فِي بَيْتِهِ" (رواه أبو داود، رقم الحديث: 4880)

Artinya: wahai orang-orang yang beriman dengan lisannya, tetapi keimanan belum masuk ke dalam hatinya, janganlah kalian mengumpat seorang muslim dan jangan pula mencari-cari kesalahannya. Sebab siapa saja yang mencari-cari kesalahan mereka, maka Allah akan mencari-cari kesalahannya. Maka siapa saja yang Allah telah mencari-cari kesalahannya, Allah tetap akan menampakkannya meskipun ia (bersembunyi) di dalam rumahnya. (HR. Abu Daud, no. 4880)

Tingkatan hadis ini adalah *ṣaḥīḥ li ghayrihi*, dan *isnadnya* bersifat *ḥasan*. Kualifikasi para *rāwī* sebagai berikut: Uṣman bin Abi Syaibah *rāwī ṣiqah hafīdz syahīr* (dapat dipercaya, terkenal memiliki hafalan)³⁷; Al-Aswad bin ‘Amir *rāwī ṣiqah*³⁸; Abu Bakr bin Ayyasy *rāwī ṣiqah ‘ābid* (dapat dipercaya, rajin beribadah), akan tetapi ketika dewasa menurun ingatan hafalannya³⁹; Al-A’masy *ṣiqah hāfiẓ*, ‘*ārif bil qirā’at dan wara’* akan tetapi pernah memalsukan⁴⁰; Sa’īd bin Abdullah bin Jarīj *rāwī ṣadūq* (jujur)⁴¹; dan Abu Barzah al-Aslami seorang *ṣaḥābi*⁴².

Hadis ini juga diriwayatkan Imam Ahmad di musnadnya (no. 19776) dari jalur al-Aswad bin ‘Amir dengan sanad yang serupa. Masih dalam *musnad*

³⁷ ‘Asqalānī, *Taqrīb At-Taḥzīb.*, 668

³⁸ *Ibid.*, 146

³⁹ *Ibid.*, 1118

⁴⁰ *Ibid.*, 414

⁴¹ *Ibid.* 381

⁴² *Ibid.* 1003



Ahmad, terdapat jalur lain (no.19801) melalui Qutbah bin Abdul Aziz dan Hafṣ bin Ghiyāṣ, yang keduanya dari al-A'masy, dari seseorang penduduk Bashrah dan dari Abi Barzah. Kemudian riwayat lain dari kalangan sahabat berasal dari Ibnu Umar, yang diriwayatkan oleh Tirmidzī (no. 2151) dan Ibnu Hibbān (no. 5763) dengan sanad yang kuat.⁴³

Redaksi hadis ini berisi tentang salah satu ciri kesempurnaan iman seseorang tidak sebatas ucapan di lisan, akan tetapi juga diwujudkan berupa keimanan dalam hati. Kemudian cerminan orang yang belum beriman dengan hatinya digambarkan dalam sikap dan tingkah laku yang masih kerap mencaci maki dan membuka aib atau kesalahan orang lain. Dengan demikian, redaksi hadis ini berupa larangan untuk berperilaku mencaci maki seorang muslim dan juga mencari-cari kesalahan dan mengumparnya.

Dalam konteks media sosial, perilaku ini kerap dijumpai dalam komunikasi massa. Umpatan dan membuka aib orang menjadi keresahan yang mewarnai dunia media sosial. Berangkat dari hadis ini, seorang muslim harus bisa menahan diri dari mencaci maki dan terlebih mencari-cari kesalahan dari orang lain.

Selektif dalam memilah berita dan tidak menyebarkan *hoax*

حَدَّثَنِي إِبْرَاهِيمُ بْنُ حَمْرَةَ، حَدَّثَنِي ابْنُ أَبِي حَازِمٍ، عَنْ يَزِيدَ، عَنْ مُحَمَّدِ بْنِ إِبْرَاهِيمَ، عَنْ عِيسَى بْنِ طَلْحَةَ بْنِ عُبَيْدِ اللَّهِ النَّيْمِيِّ، عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ سَمِعَ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: "إِنَّ الْعَبْدَ لَيَتَكَلَّمُ بِالْكَلِمَةِ مَا يَنْبَغُ فِيهَا يَزُلُّ فِي النَّارِ أَبْعَدَ مِمَّا بَيْنَ الْمَشْرِقِ" (رواه البخاري، رقم الحديث : 6477)

Artinya: *Dari Abu Hurairah ia mendengar Rasulullah saw. bersabda "Sesungguhnya seorang hamba Allah mengucapkan sesuatu tanpa berpikir (benar/salah), ia akan tergelincir ke dalam neraka, yang jaraknya lebih jauh dari jarak antara timur (dan barat)." (HR. Bukhārī, no. 6477)*

⁴³ Imām al-Hāfiẓ Abi Dāwūd Sulaimān bin al-Asy'as al-Azdi Al-Sajistānī, *Sunan Abi Dāwūd*, ed. Syu'aib Al-Arna'ut, Muhammad Kāmī Qarah Ballī, and Abdul La'if Khirzullāh (Beirut: Dar al Resalah al- 'alamiyyah, 2009)., 242



Kualifikasi para *rāwi* sebagai berikut: Ibrāhim bin Ḥamzah *rāwi ṣadūq* (jujur)⁴⁴; ibnu Abi Hazim *rāwi ṣadūq faqīh* atau jujur dan seorang ahli fikih⁴⁵; Yazīd bin Abdullah *rāwi ṣiqah muksir*⁴⁶; Muhammad bin Ibrāhīm *rāwi ṣiqah*⁴⁷; ‘Isa bin Ṭalhah *ṣiqah fādil*⁴⁸; dan Abu Hurairah seorang *hāfiẓ* dan sahabat Nabi.⁴⁹ Dari sanad ini, dapat disimpulkan bahwa *ḥadīṣ* ini derajatnya *ṣaḥīḥ*

Hadis ini juga diriwayatkan dalam *ṣaḥīḥ muslim* (juz. 8 no. 2988/49) dari jalur Qutaibah bin sa’id dengan minus kata *mā tabayyana fihā* dan kata ditambah *al-Maghrib* di akhir matan. Selain itu juga terdapat di no 2988/50 dari jalur yang didapat dari Muhammad bin Abi Umar dengan kata *yahwi* ganti dari kata *yazillu* yang memiliki artian sama. Dalam musnad Ahmad (no. 8411), ditemukan juga riwayat dari jalur Abu Nadhr dan hukumnya juga *ṣaḥīḥ*. Semua jalur riwayat *ḥadīṣ* ini bermuara ke sahabat Abu Hurairah.

Kata kunci yang diambil dari redaksi hadis ini adalah *tabayyana* atau klarifikasi sesuatu benar atau salah. Dalam hal ini sangat relevan sekali kaitannya untuk menangani penyebaran kasus hoax yang bertebaran di media sosial di era *post-truth* ini. sejatinya, dalam berkomunikasi, ketika seseorang mendapatkan berita agar terlebih dahulu mengecek secara berulang hingga diyakini berita yang didapatkan benar atau salah. Kebiasaan yang terjadi, sering kali berita berupa broadcast bertebaran di ranah komunikasi grup, kemudian tanpa adanya *check and recheck*, berita tersebut disebarkan ke grup atau ranah lainnya. Kabar berita yang menyebarkan secara masif akan dianggap hal yang benar, namun jika kabar berita itu tidak mengandung kebenaran, maka kebohongan yang menyebar dipercaya sebagai suatu kebenaran. Oleh karenanya, setiap berita bahkan kata, hendaklah diteliti terlebih dahulu kebenarannya sehingga komunikasi dalam media sosial bisa diselamatkan dari *hoax*

⁴⁴ ‘Asqalānī, *Taqrīb At-Taḥzīb.*, 819

⁴⁵ *Ibid.*, 611.

⁴⁶ *Ibid.*, 1077

⁴⁷ *Ibid.*, 819.

⁴⁸ *Ibid.*, 768

⁴⁹ *Ibid.*, 1218



Dalam konteks lain, *tabayyana* juga dapat diaplikasikan dalam kaitannya transaksi digital. Maraknya penipuan melalui aplikasi jual beli digital, dapat diantisipasi dengan *check and recheck* kebenaran dan status dari pedagang *online*. Lebih jelasnya, diperlukan penalaran yang kritis dan kewaspadaan dalam bertransaksi. Harga miring yang ditawarkan para pelapak sering menggiurkan para konsumen, penalaran yang kritis akan menghindari dari kasus penipuan semacam ini. *Tabayyun* dalam konteks ini bisa dilakukan dengan melihat rating dan komentar dari para pembeli sebelumnya dalam aplikasi yang digunakan, atau juga bisa menanyakan ke orang terdekat untuk memastikan apakah akun penjual tersebut *real* atau *fake*. Kewaspadaan juga diperlukan agar tidak gegabah untuk bertransaksi di luar aplikasi, karena untuk melakukan *tabayyun* dalam kasus transaksi ini sangat susah dan tidak transparan.

حَدَّثَنَا عُبَيْدُ اللَّهِ بْنُ مُعَاذٍ الْعَنْبَرِيُّ، حَدَّثَنَا أَبِي ح وَحَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ الْمُثَنَّى، حَدَّثَنَا
عَبْدُ الرَّحْمَنِ بْنُ مَهْدِيٍّ قَالَا: حَدَّثَنَا شُعْبَةُ، عَنْ خُبَيْبِ بْنِ عَبْدِ الرَّحْمَنِ، عَنْ حَفْصِ
بْنِ عَاصِمٍ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: "كَفَى بِالْمَرْءِ
كَذِبًا أَنْ يُحَدِّثَ بِكُلِّ مَا سَمِعَ" (رواه مسلم، ج. 1، رقم الحديث: 5/5)

Artinya: Cukup seseorang dikatakan berdusta, ketika menceritakan setiap apa yang didengarnya. (HR. Muslim, no.5/5)

Hadis ini dihukumi *ṣaḥīḥ* dengan kualifikasi para *rāwī* sebagai berikut: Ubaidullāh bin Mu'āz *rāwī ṣiqah ḥāfiẓ*⁵⁰; Ayah dari Ubaidullāh, Mu'āz bin Naṣr *rāwī ṣiqah mutqin*⁵¹ kemudian dari jalur lain: Abdurrahmān bin Mahdi *rāwī ṣiqah ṣabt ḥāfiẓ 'ārif bi rijāl wa al-ḥadīṣ* atau periwayat yang dapat dipercaya, seorang kuat hafalan, dan memiliki pengetahuan tentang para periwayat dan hadis⁵²; Syu'bah bin al-Ḥajjāj *rāwī ṣiqah* dan *ḥāfiẓ mutqin*⁵³; Khubaib bin Abdurrahman

⁵⁰ *Ibid.*, 645.

⁵¹ *Ibid.* 952.

⁵² *Ibid.*, 601.

⁵³ *Ibid.*, 436



rāwī *siqah* tetapi sedikit meriwayatkan hadis⁵⁴; Hafṣ bin ‘Ashim *siqah*⁵⁵; dan Abu Hurairah sahabat.⁵⁶

Hadis dengan redaksi serupa ditemukan dalam riwayat Abu Dāūd (no. 4992) dari jalur Hafsh bin Umar dan Muhammad bin al-Husain, dengan perbedaan redaksi dari kata *kaziban* (*dusta*) menjadi *isman* (*dosa*). Derajat hadis dari riwayat ini juga *ṣaḥīḥ*.

Makna yang diambil dari hadis ini adalah merupakan perilaku dusta ketika seseorang membicarakan setiap kabar yang diterima. Dalam menerima informasi, seseorang tidak diwajibkan untuk memberitakan setiap informasi tersebut. Hal itu juga berkaitan adanya kemungkinan informasi palsu yang diterima. Permasalahan ini juga sering menjadi cikal-bakal terjadinya hoax. Berita tak berbobot yang diberitakan secara masif, akan memberikan kesan berlebihan sehingga menjadi besar. Dalam proses penyebaran berita dari satu individu ke individu lain, memungkinkan terjadinya manipulasi sehingga esensi berita benar yang tidak terlalu penting bisa saja menjadi berita bohong yang memiliki pengaruh dan dampak yang besar. Jika diamati, hadis ini mengisyaratkan anjuran untuk menahan diri dari menyebarkan setiap informasi yang didapat. Dalam artian lain, seorang komunikan hendaknya selektif dalam memilah berita yang perlu disebarkan dan mana yang hanya dijadikan konsumsi pribadi. Kebiasaan ini dapat mencegah akan terjadinya hoax dan juga menutup kemungkinan terjadinya pelanggaran privasi orang lain. Pelanggaran privasi orang lain bisa saja dalam bentuk ghibah dan fitnah yang asalnya dari penyebaran informasi dari kasus serupa dalam penjelasan ini.

حَدَّثَنَا أَبُو مُوسَى الْأَنْصَارِيُّ، قَالَ: حَدَّثَنَا عَبْدُ اللَّهِ بْنُ إِدْرِيسَ، قَالَ: حَدَّثَنَا شُعْبَةُ،
عَنْ بَرِيدِ بْنِ أَبِي مَرْيَمَ، عَنْ أَبِي الْحَوَّارِ السَّعْدِيِّ قَالَ: قُلْتُ لِلْحَسَنِ بْنِ عَلِيٍّ: مَا
حَفِظْتُ مِنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ؟ قَالَ: حَفِظْتُ مِنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ
عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: دَعْ مَا يُرِيْبُكَ إِلَى مَا لَا يُرِيْبُكَ؛ فَإِنَّ الصِّدْقَ طُمَأْنِينَةٌ، وَإِنَّ الْكَذِبَ

⁵⁴ *Ibid.*, 295

⁵⁵ *Ibid.*, 257.

⁵⁶ *Ibid.*, 1218.



رَبِيعَةُ" وَفِي الْحَدِيثِ قِصَّةٌ، وَأَبُو الْحَوْرَاءِ السَّعْدِيُّ اسْمُهُ رَبِيعَةُ بْنُ شَيْبَانَ، وَهَذَا حَدِيثٌ صَحِيحٌ (رواه الترمذي، ج 4 رقم الحديث 2518)

Artinya: Dari Abu al-Haurā' al-Sa'dy, ia berkata: "aku berkata kepada al-Husain bin Ali, 'apa yang engkau hafal dari (perkataan) Rasulullah saw?'". dia (al-Husein) berkata: "(perkataan) yang aku hafal dari Rasulullah saw: Tinggalkanlah apa yang engkau ragukan pada apa yang tidak engkau ragukan; Sesungguhnya, kebenaran itu membawa pada ketenangan dan dusta menimbulkan keraguan." (HR. Tirmidzi, no. 2518)⁵⁷

Dalam riwayat Tirmidzi, hadis ini dihukumi *ṣaḥīḥ* dengan kualifikasi para rāwinya sebagaimana berikut: Abu Mūsā al-Anshārī *ṣiqah mutqin*⁵⁸; Abdullah bin Idrīs *ṣiqah, faqīh* dan 'ābid⁵⁹; Syu'bah bin al-Ḥajjāj *rāwi ṣiqah* dan *hāfiẓ mutqin*⁶⁰; Buraid bin Abi Maryam *ṣiqah*⁶¹; Abi Al-Ḥaurā' *ṣiqah*⁶²; al-Husain bin Ali keturunan dari Rasulullah saw⁶³.

Hadis ini juga ditemukan dalam riwayat an-Nasā'i (no. 5711) dari jalur Muhammad bin Abān dengan predikat *ṣaḥīḥ*. Dalam musnad Ahmad (no. 1723) dari jalur Yahya bin Sa'īd dengan isnad yang *ṣaḥīḥ*, dengan tambahan keterangan dari al-Husain terkait peristiwa yang melatarbelakangi ucapan Rasulullah saw. ketika itu al-Husain hendak memakan sebiji kurma dari sedekah dan diambil seketika oleh Rasulullah saw, dan kemudian berkata perkataan ini kepada al-Husain. Selain itu, juga terdapat dalam musnad no. 1727, dengan isnad yang juga *ṣaḥīḥ* melalui jalur Muhammad bin Ja'far.

⁵⁷ Muhammad bin 'Isa bin Surah bin as-Silmi al-Būghī at Tirmiẓī, *Jāmi' at-Tirmiẓī* (*Sunan at-Tirmiẓī*), 2nd ed. (Riyadh: Wizārah al-Syu'ūn al-Islāmiyyah wa al-Da'wah wa al-Irsyād al-Su'ūdiyyah, 2000).

⁵⁸ 'Asqalānī, *Taqrīb At-Taḥzīb*.

⁵⁹ *Ibid.*, 491

⁶⁰ *Ibid.*, 436

⁶¹ *Ibid.*, 165

⁶² *Ibid.*, 322

⁶³ *Ibid.*, 240



Jika diteliti, konteks hadis ini berkaitan dengan masalah memakan sesuatu yang hukumnya meragukan, akan tetapi redaksi dengan kata *mā* sebagai kata ganti yang dapat mengisyaratkan sesuatu yang umum. Dengan demikian, perintah meninggalkan suatu hal yang dianggap masih meragukan, tidak hanya terbatas dalam masalah makanan, tapi segala sesuatu yang memang bersifat meragukan.

Kontekstual makna hadis ini juga berupa imbauan agar berhati-hati ketika mendapatkan keraguan dalam kasus transaksi jual-beli via aplikasi sebagaimana yang telah dijelaskan dalam hadis sebelumnya. Dalam kaitannya di media sosial, informasi yang meragukan hendaklah ditinggalkan dan beralih ke informasi yang tidak meragukan. Dalam proses klarifikasi, informasi tersebut sudah dalam keadaan meragukan, maka untuk sementara hendaklah ditinggalkan sampai hilang keraguan tersebut. Dalam artian lain, bisa juga ketika mendapatkan informasi yang tampak keraguan dalam kebenarannya, lebih baik informasi tersebut ditinggalkan dan lebih memprioritaskan terhadap informasi yang tidak ada keraguan benar atau salahnya. Menurut penjelasan dua hadis di atas, sangat penting sekali bagi setiap individu untuk selektif dalam memilah berita dengan cara meninggalkan berita yang memiliki unsur ketidakjelasan sumber dan isi dengan cara klarifikasi ke sumber yang terpercaya, dan kemudian menahan diri untuk tidak memporsir banyak perhatian ke informasi yang belum jelas.

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ نُمَيْرٍ، حَدَّثَنَا أَبُو مُعَاوِيَةَ، وَوَكَيْعٌ، قَالَا: حَدَّثَنَا الْأَعْمَشُ عَنْ وَحْدَنَةَ أَبِي كُرَيْبٍ، حَدَّثَنَا أَبُو مُعَاوِيَةَ، حَدَّثَنَا الْأَعْمَشُ عَنْ شَقِيقٍ، عَنْ عَبْدِ اللَّهِ، قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: "عَلَيْكُمْ بِالصِّدْقِ؛ فَإِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ، وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ، وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَصْدُقُ وَيَتَحَرَّى الصِّدْقَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ صِدْقًا. وَإِيَّاكُمْ وَالْكَذِبَ؛ فَإِنَّ الْكَذِبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ، وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ، وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَكْذِبُ وَيَتَحَرَّى الْكَذِبَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَابًا" (رواه مسلم، ج. 8 رقم الحديث: 2607/105)

Artinya: *Dari Abdullah bin Mas'ūd, ia berkata:, Rasulullah saw. bersabda, "Hendaklah kalian bersikap jujur, karena kejujuran itu akan membawa pada kebaikan, sedangkan kebaikan akan membawa kepada surga. Tidaklah seorang bersikap jujur dan selalu berbuat jujur hingga ia*



ditulis di sisi Allah sebagai orang yang jujur. Dan hendaklah kalian menjauhi sikap dusta, karena dusta itu akan membawa kepada kekejian, sedangkan kekejian akan membawa kepada neraka. Dan tidaklah seorang berbuat dusta dan selalu berdusta hingga ia ditulis di sisi Allah sebagai seorang pendusta.” (HR. Muslim, no. 105/2607)

Hadis ini dinilai *ṣaḥīḥ* dengan kualifikasi *rāwī* nya sebagai berikut: Muhammad bin Abdullah bin Numaīr *ṣiqāḥ* dan *hāfiẓ fāḍil*⁶⁴; Abu Mu’āwiyah *ṣiqāḥ* dan orang paling hafal hadis dari al-A’masy⁶⁵; Wakī’ bin al-jarāḥ *ṣiqāḥ* *hāfiẓ* dan ‘*ābid*⁶⁶; *ṣiqāḥ hafīẓh*, ‘*ārif bil qirā’at* dan *wara’*⁶⁷ dan dari jalur lain: Abu Kuraib *ṣiqāḥ hāfiẓ*⁶⁸; Syaḳīq bin Salmah *ṣiqāḥ* dan seroang *Mukkhḍram*⁶⁹; Abdullah bin Mas’ūd termasuk dalam golongan *as-sābiqūn al-awwalūn* dan juga termasuk salah satu nama besar dari sahabat dan ulama’ terkenal⁷⁰.

Riwayat lain terdapat pada jalur Abu Bakr bin Abu Syaibah dalam sunan Abu Dāūd (no. 4989) dengan tingkatan hadis *ṣaḥīḥ*. Dalam sunan Tirmidzi (no. 1971) diriwayatkan dari jalur Hannād dinilai *ṣaḥīḥ*. Dalam musnad Ahmad, hadis ini didapat melalui jalur Abu Mu’āwiyah (no. 3638) dengan isnad *ṣaḥīḥ ala syart al-syaikhāni*, dan dari jalur wakī’ dan Abu Mu’āwiyah (no. 4108) dengan isnad yang sama.

Hadis di atas menjelaskan tentang perilaku jujur dan dusta. Keduanya memiliki dampak yang besar bagi pelakunya. Sifat jujur membawa pelakunya untuk kerap melakukan tindakan baik, sedangkan kebohongan mengarahkan pelakunya untuk terus berbuat dan berperilaku keji. Kedua sifat kontradiktif ini memiliki pengaruh yang besar dalam perbuatan, karena akan mempengaruhi perbuatan yang menjadikan kebiasaan.

⁶⁴ *Ibid.*, 866

⁶⁵ *Ibid.*, 840

⁶⁶ *Ibid.*, 1037

⁶⁷ *Ibid.*, 414

⁶⁸ *Ibid.*, 885

⁶⁹ *Ibid.*, 439

⁷⁰ *Ibid.*, 545



Menambahkan penjelasan tentang transaksi *online* hadis ini juga relevan tentang kewajiban berlaku jujur dan transparan wajib dimiliki oleh pelaku bisnis daring. Perlu diketahui, tindak kejahatan dan kriminal seperti ini tidak menutup kemungkinan bagi para pelakunya tertangkap dan terjerat kasus hukum yang membawa kesengsaraan bagi mereka.

Dalam kaitannya dengan tema artikel ini, jika dikontekstualkan, kebohongan bisa diartikan tindakan menyebarkan informasi palsu. Sifat ini akan menggiring pelakunya hingga terbiasa dengan kebohongan dan tidak sadar akan dampak negatif darinya. Kebohongan berupa penyampaian berita palsu berdampak negatif terhadap korban yang dirugikan dalam bentuk pencemaran nama baik. Tidak menutup kemungkinan, keburukan itu kembali kepada pelakunya dalam bentuk balasan berupa sangsi sosial seperti dikucilkan, kehilangan kepercayaan dari orang lain bahkan bisa jadi mendapatkan sangsi hukum. Dengan demikian, diharuskan dalam komunikasi media sosial agar menjunjung kejujuran dan transparan dalam penyampaian berita.

Simpulan

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa perkembangan zaman dan hadirnya media baru membawa manusia terbuka untuk melakukan komunikasi melalui *platform* jejaring sosial. Dalam perspektif U&G, media baru menjadi pemenuh kebutuhan khalayak baik kebutuhan sosial maupun kebutuhan psikologi. Komunikasi dalam media sosial tidak mengurangi esensi dari urgensi etika komunikasi yang menjadi norma yang ditegakkan secara bersama. Komunikasi dalam media sosial juga mendapat perhatian besar dalam perspektif Islam. dengan berlandaskan Hadis Nabi, dapat disimpulkan norma-norma yang termasuk dalam etika komunikasi dalam media sosial. Di antara etika komunikasi dalam perspektif hadis adalah: anjuran berkata baik atau diam, larangan berkata buruk dan selektif dalam memilah berita dan tidak menyebarkan *hoax*.

Tentunya pemahaman makna hadis dari sumber yang ada dikontekstualkan dalam ranah media sosial, sehingga norma tersebut yang harusnya diteapkan dapat dipahami sebagai berikut: *pertama*, anjuran untuk membuat/menyebarkan konten



yang baik dalam media sosial, dan juga berlaku dalam memberi respon berupa komentar. Jika tidak dapat berbuat demikian, dianjurkan untuk diam. *Kedua*, tidak membuat/menyebarkan konten yang mengandung unsur ujaran kebencian/penghinaan/*bullying*. Dan *ketiga*, anjuran untuk selektif dalam menerima informasi dan menyebarkannya, dan diharapkan dapat menahan diri dari informasi yang belum jelas, penuh dengan keraguan hingga dapat diklarifikasi kebenaran dari informasi tersebut.



Daftar Pustaka

- ‘Allawsy, Abu Abdillah Abdu as-Salām. *İbānātu Al-Aḥkām Syarḥu Bulūgh Al-Marām, Juz’ 4*. Beirut: Darul Fikr, 2008.
- ‘Asqalānī, al, Al-Ḥāfiẓ Aḥmad ibn ‘Alī ibn Ḥajr. *Taqrīb At-Taḥzīb*. Edited by Abu Al-Asybal ṣaghīr Aḥmad Syāghif Al-Bākistānī. Riyadh: Dar al Ashimah, n.d.
- Abādī, Muhammad Abu al-Laiṣ al-Khair. *Ulūm Al-Hadīṣ: ‘Āṣiluhā Wa Mu‘Āṣiruhā*. 7th ed. Selangor: Darul Syakir, 2011.
- Al-Sajistānī, Imām al-Ḥāfiẓ Abi Dāwūd Sulaimān bin al-Asy’aṣ al-Azdi. *Sunan Abi Dāwūd*. Edited by Syu’aib Al-Arnaūṭ, Muhammad Kāmī Qarah Ballī, and Abdul Laīf Khirzullāh. Beirut: Dar al Resalah al-’alamiyyah, 2009.
- Anwar, Fahmī. “Perubahan Dan Permasalahan Media Sosial.” *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni* 1, no. 1 (2017): 137.
- Anwar, Nuril, and Imam Riadi. “Analisis Investigasi Forensik WhatsApp Messenger Smartphone Terhadap WhatsApp Berbasis Web.” *Jurnal Ilmiah Teknik Elektro Komputer dan Informatika* 3, no. 1 (2017): 1.
- Aprilia, Rizki, Aat Sriati, and Sri Hendrawati. “Tingkat Kecanduan Media Sosial Pada Remaja.” *Jnc* 3, no. 1 (2018): 41–53.
- Bukhārī, al, Al-Imām Abu Abdillāh Muhammad bin Ismā’il. *Ṣaḥīḥ Al-Bukhārī*. Beirut: Dar Ibnu Katsir, 2002.
- . *Saḥih Al-Bukhari Jilid 5*. Edited by Tim Pustaka As-Sunnah. 1st ed. Jakarta: Pustaka as-Sunnah, 2010.
- Fajar, Muhammad dan Hadi Machmud, “Penggunaan Media Sosial di Kalangan Siswa Sekolah Dasar”, Diniyah : Jurnal Pendidikan Dasar, vol. 1, no. 1, 2020.
- Idri. *Problematika Autentisitas Hadis Nabi Dari Klasik Hingga Kontemporer*. 1st ed. Jakarta: Prenadamedia Group, 2020.
- Jpnn.com. “Duh, Wanita Ini Tertipu Rayuan Pacar Di Facebook, Ditipu Hingga Rp 15 Miliar.” *Jpnn.Com*. Last modified 2020. Accessed January 5, 2021. <https://www.jpnn.com/news/duh-wanita-ini-tertipu-rayuan-pacar-di-facebook-ditipu-hingga-rp-15-miliar>.



- Karman, "Riset Penggunaan Media dan Perkembangannya Kini". *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, Vol. 17, No. 1, Januari 2013
- KPAI, Tim. "Sejumlah Kasus Bullying Sudah Warnai Catatan Masalah Anak Di Awal 2020, Begini Kata Komisioner KPAI." Last modified 2020. Accessed January 5, 2021. <https://www.kpai.go.id/berita/sejumlah-kasus-bullying-sudah-warnai-catatan-masalah-anak-di-awal-2020-begini-kata-komisioner-kpai>.
- Muslim, Al-Imām Abu Al-Ḥusain. *Ṣaḥīḥ Muslim Al-Juz' Al-Awwal*. 1st ed. Beirut: Dar al kutub al 'Ilmiyah, 1991.
- Nafian, M. Iman. "Cerita Korban Tertipu Akun Instagram Modus Jual Masker, Uang Belasan Juta Raib." *Detik News*. Last modified 2020. Accessed January 5, 2021. <https://news.detik.com/berita/d-4972627/cerita-korban-tertipu-akun-instagram-modus-jual-masker-uang-belasan-juta-raib/>.
- Nurhalimah, Sitti. *Media Sosial Dan Masyarakat Pesisir*. Edited by Fahmi Gunawan and Heksa Biopsi Puji Hastuti. 1st ed. Sleman: Deepublish, 2019.
- Pananrangi, Andi Rasyid, and Murlinah. *Etika Birokrat*. Edited by Muhammad Darwis. 1st ed. Makassar: CV. Sah Media, 2017.
- Prihadi, Deddy dan Yana Mulyana, "Efektivitas E-Commerce dan Media Sosial untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Perdagangan Pasar Tradisional". *Jurnal Ilmiah FIFO*, Volume XI, Nomor 1, Mei 2019.
- Qudsy, Saifuddin Zuhri. "Living Hadis: Genealogi, Teori, Dan Aplikasi." *Jurnal Living Hadis* 1, no. 1 (2016): 177.
- Sari, Afna Fitria. "ETIKA KOMUNIKASI." *TANJAK: Journal of Education and Teaching* (2020).
- Susanto, Joko. "Etika Komunikasi Islami." *Waraqat* I, no. 1 (2016): 1–24.
- Syuhada, Kharisma Dhimas. "Etika Media Di Era 'Post-Truth.'" *Jurnal Komunikasi Indonesia* (2018).
- Tania, Adelia Septiani Restanti. *Media Sosial, Identitas, Transformasi Dan Tantangannya*. Malang: Intrans Publishing Grup, 2020.
- Tirmizī, at, Muhammad bin 'Isa bin Surah bin as-Silmi al-Būghī. *Jāmi' at-Tirmizī* (*Sunan at-Tirmizī*). 2nd ed. Riyadh: Wizārah al-Syu'ūn al-Islāmiyyah wa al-



Da'wah wa al-Irsyād al-Su'ūdiyyah, 2000.

Wahyu, Muhammad Rizki. *Peradaban Media Sosial Di Era Industri 4.0*. Edited by Nurudin. Malang: PT. Cita Intrans Selaras, 2020.

<https://books.google.co.id/books?id=ouPsDwAAQBAJ&pg=PA22&dq=media+sosial&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwui1-XQ-cjsAhWG9XMBHUnRBo0Q6AEwAnoECAEQAg#v=onepage&q=media+sosial&f=false>.

Wilandari, Devi Fitria. "DAMPAK KEKERASAN ANAK DI MEDSOS AKIBAT CYBER BULLYING." *Koran Tangsel Pos*.