

Etika Komunikasi Islami dalam Menghadapi Hoaks dan Disinformasi di Era Digital

Faisal

Sekolah Tinggi Ilmu Qur`an (STIQ) Darussalam Lhokseumawe

Email: faisalfais92@gmail.com

ABSTRACT

The development of digital technology has accelerated the production and exchange of information while simultaneously increasing the circulation of hoaxes and disinformation within society. The ease of sharing messages without adequate verification may generate misunderstanding, social polarization, reputational damage, and declining public trust. Previous studies have extensively discussed digital literacy, fact-checking, platform regulation, and technological detection of false information. However, relatively few studies have integrated these approaches with the moral responsibility of communicators grounded in Islamic communication principles. This study aims to analyze the principles of Islamic communication ethics and formulate an applicable framework for receiving, verifying, interpreting, and disseminating digital information. It employed library research using a qualitative-descriptive approach. The data were obtained from Islamic normative sources, books, journal articles, research reports, and institutional documents addressing Islamic communication, digital literacy, social media, hoaxes, and disinformation. The data were examined through content and thematic analyses involving literature selection, coding, thematic categorization, source comparison, interpretation, and conceptual synthesis. The findings demonstrate that hoaxes and disinformation emerge from the interaction of technological speed, inadequate verification, emotional impulses, communicators' interests, and weak user responsibility. Proper intention, *tabayyun*, *qaulan sadidan*, trustworthiness, justice, civility, and public benefit constitute relevant Islamic ethical foundations for addressing these challenges. This study proposes an Islamic digital communication model comprising intention orientation, truth verification, benefit evaluation, ethical delivery, and corrective responsibility. It concludes that efforts to address hoaxes become more comprehensive when digital literacy and fact-checking abilities are combined with ethical and religious awareness. The contribution of this research lies in transforming Islamic communication principles from general normative teachings into an operational framework applicable to education, Islamic preaching, journalism, institutional communication, and everyday digital media practices. This framework also positions every media user as a moral subject who is accountable for the accuracy, purpose, method, and consequences of disseminated information.

Keywords: Communication Ethics, Hoaxes, Disinformation

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mempercepat produksi dan pertukaran informasi sekaligus meningkatkan penyebaran hoaks dan disinformasi di tengah masyarakat. Kemudahan membagikan pesan tanpa proses verifikasi dapat menimbulkan kesalahpahaman, polarisasi, kerusakan reputasi, dan penurunan kepercayaan publik. Berbagai penelitian terdahulu telah membahas literasi digital, pemeriksaan fakta, regulasi platform, dan teknologi pendeteksi informasi palsu, tetapi belum banyak mengintegrasikannya dengan tanggung jawab moral komunikator berdasarkan prinsip komunikasi Islami. Penelitian ini bertujuan menganalisis prinsip-prinsip etika komunikasi Islami dan merumuskan kerangka penerapannya dalam menerima, memeriksa, memaknai, serta menyebarkan informasi digital. Penelitian menggunakan metode kepustakaan dengan pendekatan kualitatif-deskriptif. Data diperoleh dari sumber normatif Islam, buku, artikel jurnal, laporan penelitian, dan dokumen kelembagaan yang membahas komunikasi Islam, literasi digital, media sosial, hoaks, dan disinformasi. Data dianalisis melalui analisis isi dan analisis tematik dengan tahapan pemilihan literatur, pengodean, pengelompokan tema, perbandingan antarsumber, interpretasi, dan sintesis konseptual. Hasil kajian menunjukkan bahwa hoaks dan disinformasi berkembang melalui pertemuan antara kecepatan teknologi, rendahnya verifikasi, dorongan emosional, kepentingan komunikator, dan lemahnya tanggung jawab pengguna. Prinsip niat yang benar, *tabayyun*, *qaulan sadidan*, amanah, keadilan, kesantunan, dan kemaslahatan membentuk landasan etika yang relevan untuk menghadapinya. Penelitian ini menghasilkan model komunikasi digital Islami yang terdiri atas orientasi niat, verifikasi kebenaran, evaluasi kemaslahatan, penyampaian etis, dan tanggung jawab korektif. Kajian ini menyimpulkan bahwa penanganan hoaks akan lebih komprehensif apabila literasi digital dan pemeriksaan fakta dipadukan dengan kesadaran etis-keagamaan. Kontribusi penelitian terletak pada pengembangan prinsip komunikasi Islami menjadi kerangka operasional yang dapat diterapkan dalam pendidikan, dakwah, jurnalisme, komunikasi kelembagaan, dan perilaku pengguna media digital.

Kata Kunci: Etika Komunikasi, Hoaks, Disinformasi

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam pola komunikasi manusia. Informasi yang sebelumnya disampaikan melalui media cetak dan komunikasi tatap muka kini dapat disebarkan melalui berbagai platform digital dalam waktu yang sangat singkat. Media sosial, aplikasi percakapan, situs berita, dan layanan berbagi video telah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat modern. Perubahan ini memberikan kesempatan kepada setiap individu untuk menjadi penerima sekaligus produsen informasi. Oleh karena itu, ruang digital telah berkembang menjadi ruang komunikasi publik yang luas, terbuka, dan memiliki pengaruh kuat terhadap pembentukan pengetahuan serta sikap masyarakat (Castells, 2010; UNESCO, 2023a).

Media digital memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berkomunikasi tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Setiap pengguna dapat mengirimkan pesan, memberikan tanggapan, dan membagikan informasi kepada khalayak yang lebih luas. Kecepatan komunikasi tersebut mendukung pertukaran pengetahuan, pengembangan pendidikan, kegiatan dakwah, dan penguatan hubungan sosial. Namun, keterbukaan media digital juga menyebabkan batas

antara komunikator profesional dan pengguna biasa semakin sulit dibedakan. Kondisi ini membuat tanggung jawab atas ketepatan dan dampak informasi tidak hanya berada pada lembaga media, tetapi juga melekat pada setiap pengguna media digital (Kustiawan et al., 2023; Noh et al., 2023).

Di balik manfaat tersebut, media digital juga memberikan ruang yang luas bagi penyebaran informasi yang belum terjamin kebenarannya. Informasi dapat dibagikan hanya karena dianggap menarik, sesuai dengan keyakinan pengguna, atau menimbulkan emosi tertentu tanpa terlebih dahulu diperiksa sumber dan konteksnya. Kecepatan penyebaran sering kali tidak diikuti dengan kemampuan pengguna dalam menilai kredibilitas pesan. Penelitian menunjukkan bahwa berita palsu dapat menyebar lebih jauh, lebih cepat, dan lebih luas dibandingkan berita yang benar karena kebaruan dan daya tarik emosionalnya (Vosoughi et al., 2018). Dengan demikian, kemudahan teknologi dapat berubah menjadi ancaman ketika tidak disertai tanggung jawab komunikasi dan kemampuan verifikasi informasi.

Hoaks dan disinformasi dapat menimbulkan kesalahpahaman, konflik sosial, serta menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga dan sumber informasi. Hoaks merupakan informasi palsu atau menyesatkan yang diterima sebagai suatu kebenaran, sedangkan disinformasi lebih menekankan adanya kesengajaan untuk menipu atau memengaruhi penerima pesan. Selain keduanya, terdapat pula malinformasi, yaitu informasi yang mungkin benar, tetapi disebarkan di luar konteks untuk menimbulkan kerugian tertentu. Ketiga bentuk gangguan informasi tersebut menunjukkan bahwa persoalan komunikasi digital tidak hanya berkaitan dengan benar atau salahnya isi pesan, tetapi juga dengan niat, konteks, dan dampak penyebarannya. Oleh sebab itu, penanganan gangguan informasi membutuhkan pendekatan yang melibatkan literasi, etika, teknologi, regulasi, dan tanggung jawab sosial (Wardle & Derakhshan, 2017; UNESCO, 2023b).

Dalam menghadapi persoalan tersebut, etika komunikasi Islami dapat dijadikan sebagai pedoman moral bagi pengguna media digital. Islam mengajarkan bahwa setiap informasi harus disampaikan secara benar, jujur, bijaksana, dan tidak menimbulkan kerusakan bagi orang lain. Prinsip *tabayyun* mengharuskan seseorang memeriksa informasi sebelum menerima atau menyebarkannya, sedangkan prinsip *qaulan sadidan* menuntut penggunaan perkataan yang benar dan bertanggung jawab. Nilai amanah, keadilan, kesantunan, serta larangan menyebarkan prasangka dan fitnah juga memiliki relevansi yang kuat dengan perilaku komunikasi di media sosial. Penerapan nilai-nilai tersebut dapat membentuk pola komunikasi digital yang tidak hanya cerdas secara teknis, tetapi juga bertanggung jawab secara moral dan sosial (Agustin, 2026; Ahmad, 2018; Mowlana, 2007).

Kajian tentang hoaks dan disinformasi selama ini lebih banyak membahas faktor penyebaran informasi palsu, kemampuan literasi digital, pemeriksaan fakta, regulasi platform, dan penggunaan teknologi pendeteksi. Berbagai penelitian tersebut telah memberikan penjelasan penting mengenai karakteristik pesan, pola penyebaran, kredibilitas sumber, serta perilaku pengguna media sosial. Meskipun demikian, solusi yang bersifat teknis dan regulatif belum sepenuhnya menjawab persoalan moral yang mendasari keputusan seseorang untuk memproduksi atau membagikan informasi. Kemampuan mengenali hoaks tidak selalu membuat seseorang menolak menyebarkannya apabila informasi tersebut dianggap menguntungkan kelompok atau memperkuat keyakinan pribadinya. Dengan demikian, masih diperlukan kajian yang menempatkan tanggung jawab moral komunikator sebagai bagian utama dalam pencegahan hoaks dan disinformasi (Chen et al., 2023; Chaudhuri et al., 2024; Zhou & Zafarani, 2020).

Di sisi lain, penelitian mengenai etika komunikasi Islami umumnya telah mengidentifikasi sejumlah nilai, seperti *tabayyun*, *qaulan sadidan*, amanah, kejujuran, kesantunan, dan larangan menyebarkan fitnah. Kajian tersebut memperlihatkan bahwa ajaran Islam memiliki landasan normatif yang kuat untuk mengarahkan perilaku komunikasi. Akan tetapi, nilai-nilai itu sering dibahas secara parsial dan belum dihubungkan secara sistematis dengan tahapan peredaran informasi digital. Sebagian kajian lebih menekankan satu prinsip tertentu, terutama *tabayyun*, tanpa mengaitkannya secara utuh dengan niat komunikator, proses pemeriksaan, bentuk penyampaian, perlindungan kehormatan, dan pertanggungjawaban setelah pesan disebar. Kondisi ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk mengembangkan kerangka etika komunikasi Islami yang lebih integratif dan sesuai dengan karakter komunikasi digital (Agustin, 2026; Bakar et al., 2020; Kustiawan et al., 2023).

Kesenjangan berikutnya terletak pada belum memadainya penjelasan operasional mengenai penerapan etika komunikasi Islami dalam kehidupan digital sehari-hari. Prinsip-prinsip Islam sering disampaikan sebagai anjuran normatif, tetapi belum selalu diterjemahkan menjadi langkah praktis yang dapat dilakukan pengguna ketika menerima pesan meragukan. Belum banyak kajian yang menyusun hubungan antara pemeriksaan sumber, pembacaan konteks, penilaian manfaat dan mudarat, pemilihan bahasa, serta keputusan untuk membagikan atau menghentikan informasi. Padahal, kerangka operasional diperlukan agar etika Islam tidak berhenti sebagai konsep moral, tetapi menjadi pedoman perilaku komunikasi yang dapat diterapkan. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk mengisi kesenjangan konseptual dan praktis tersebut melalui perumusan model etika komunikasi Islami dalam menghadapi hoaks dan disinformasi (Graf et al., 2022; Shahbazi et al., 2024; UNESCO, 2023a).

Kesenjangan tersebut perlu diisi melalui kajian yang mengintegrasikan teori gangguan informasi dengan prinsip-prinsip komunikasi Islami. Pendekatan integratif diperlukan karena hoaks dan disinformasi bukan sekadar kesalahan informasi, melainkan juga berkaitan dengan niat, sikap, bahasa, tanggung jawab, dan dampak sosial komunikasi. Penyelesaian yang hanya bertumpu pada teknologi dapat mendeteksi pola informasi palsu, tetapi belum tentu mengubah kecenderungan moral penggunanya. Demikian pula, pendekatan normatif yang tidak mempertimbangkan karakter media digital akan sulit diterapkan dalam situasi komunikasi yang cepat dan kompleks. Oleh sebab itu, integrasi antara pemahaman digital dan etika Islam diperlukan untuk menghasilkan kerangka pencegahan yang bersifat teknis, moral, preventif, dan kontekstual.

Penelitian terdahulu telah membahas berbagai aspek penting dalam menghadapi informasi palsu. Vosoughi et al. (2018) menjelaskan pola penyebaran berita palsu yang lebih cepat daripada berita benar, sedangkan Wardle dan Derakhshan (2017) mengembangkan klasifikasi mengenai misinformasi, disinformasi, dan malinformasi. Penelitian lainnya menekankan pentingnya literasi media, pemeriksaan fakta, tata kelola platform, dan peningkatan kemampuan berpikir kritis. Dalam bidang komunikasi Islam, beberapa penelitian telah membahas *tabayyun*, *qaulan sadidan*, serta etika penggunaan media sosial sebagai dasar perilaku komunikatif. Namun, kajian-kajian tersebut belum sepenuhnya menghasilkan kerangka terpadu yang menghubungkan dimensi niat, kebenaran, verifikasi, bahasa, kemaslahatan, dan pertanggungjawaban komunikasi.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis prinsip-prinsip etika komunikasi Islami yang relevan untuk menghadapi hoaks dan disinformasi di era digital. Penelitian juga bertujuan menjelaskan penerapan prinsip tersebut pada tahapan penerimaan, pemeriksaan, pemaknaan, penyampaian, dan evaluasi informasi. Melalui kajian ini, nilai *tabayyun*, *qaulan sadidan*, amanah, keadilan, kesantunan, dan kemaslahatan dirumuskan

dalam hubungan yang saling melengkapi. Penelitian ini berangkat dari proposisi bahwa pencegahan hoaks akan lebih efektif apabila kecakapan literasi digital disertai kesadaran moral dan tanggung jawab keagamaan. Hasil penelitian diharapkan menghasilkan kerangka etika komunikasi Islami yang konseptual sekaligus dapat diterapkan dalam perilaku komunikasi digital.

METODE KAJIAN

Penelitian kepustakaan atau *library research* merupakan metode penelitian yang menjadikan berbagai sumber tertulis sebagai bahan utama untuk memperoleh, mengembangkan, dan menganalisis data penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif untuk memahami prinsip-prinsip etika komunikasi Islami dan relevansinya dalam menghadapi hoaks serta disinformasi. Sumber primer kajian mencakup ayat-ayat Al-Qur'an dan hadis yang berkaitan dengan komunikasi, pemeriksaan informasi, kejujuran, amanah, keadilan, larangan fitnah, dan perlindungan kehormatan. Sumber sekunder meliputi buku, artikel jurnal, laporan penelitian, dan dokumen kelembagaan yang membahas etika komunikasi Islam, literasi digital, media sosial, hoaks, serta disinformasi. Pemilihan metode ini memungkinkan peneliti menghubungkan sumber normatif Islam dengan temuan-temuan kontemporer mengenai komunikasi digital (Snyder, 2019).

Pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran, pemilihan, pembacaan, dan pencatatan literatur yang relevan dengan fokus penelitian. Literatur dipilih berdasarkan kesesuaian tema, kredibilitas penerbit, kejelasan metodologi, dan keterhubungannya dengan pertanyaan penelitian. Kata kunci penelusuran mencakup etika komunikasi Islami, *Islamic communication ethics*, hoaks, misinformasi, disinformasi, *tabayyun*, *qaulan sadidan*, literasi digital, dan media sosial. Data yang diperoleh kemudian dikelompokkan ke dalam beberapa tema, yaitu karakter gangguan informasi, faktor penyebaran, prinsip komunikasi Islam, tahapan verifikasi, etika penyampaian, dan tanggung jawab pengguna. Proses tersebut dilakukan agar bahan kajian tidak hanya dikumpulkan, tetapi juga dipilih secara kritis sesuai kebutuhan analisis.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis isi dan analisis tematik. Analisis isi digunakan untuk mengidentifikasi makna, pesan moral, dan prinsip komunikasi yang terkandung dalam sumber-sumber normatif dan literatur ilmiah. Analisis tematik dilakukan melalui tahapan reduksi data, pengodean, pengelompokan tema, perbandingan antarsumber, interpretasi, dan penarikan kesimpulan. Validitas kajian diperkuat melalui perbandingan sumber normatif, literatur komunikasi, hasil penelitian empiris, dan dokumen lembaga yang kredibel. Hasil analisis selanjutnya disintesis untuk merumuskan kerangka etika komunikasi Islami yang dapat digunakan dalam menerima, memeriksa, menilai, dan menyebarkan informasi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kajian menunjukkan bahwa perkembangan media digital telah menciptakan ekosistem komunikasi yang berkecepatan tinggi dan bersifat partisipatif. Setiap pengguna dapat memproduksi, mengubah, dan menyebarkan informasi tanpa harus melewati proses penyuntingan sebagaimana berlaku dalam media profesional. Keadaan ini memperluas demokratisasi informasi, tetapi sekaligus mengurangi mekanisme pengawasan terhadap ketepatan isi pesan. Informasi yang menarik secara emosional sering kali memperoleh perhatian lebih besar daripada informasi yang telah diverifikasi. Dengan demikian, struktur media digital sendiri menyediakan kondisi yang mendukung percepatan penyebaran hoaks dan disinformasi (Chen et al., 2023; Vosoughi et al., 2018).

Penyebaran informasi palsu tidak semata-mata disebabkan oleh teknologi atau keberadaan akun otomatis. Faktor manusia memiliki peranan besar karena pengguna menentukan informasi yang akan diterima, dipercayai, dikomentari, dan dibagikan. Kecenderungan mencari informasi yang sesuai dengan keyakinan dapat membuat pengguna mengabaikan data yang bertentangan dengan pandangannya. Selain itu, keinginan memperoleh pengakuan, memperkuat identitas kelompok, atau menjadi orang pertama yang membagikan berita turut memengaruhi perilaku komunikasi. Temuan ini menegaskan bahwa masalah hoaks tidak dapat diselesaikan hanya dengan memperbaiki teknologi, tetapi harus menyentuh motivasi dan tanggung jawab moral pengguna (Van Zoonen et al., 2024; Vosoughi et al., 2018).

Kajian ini juga menemukan bahwa hoaks, misinformasi, dan disinformasi memiliki karakter yang berbeda meskipun sama-sama dapat menimbulkan kesalahan pemahaman. Misinformasi dapat disebarkan tanpa maksud menipu karena pelakunya menganggap informasi tersebut benar. Disinformasi sengaja dibuat atau dibagikan untuk menipu, memengaruhi pendapat, merusak reputasi, atau mencapai kepentingan tertentu. Adapun malinformasi menggunakan informasi yang sebenarnya benar, tetapi disajikan secara tidak tepat atau di luar konteks untuk menimbulkan kerugian. Perbedaan tersebut penting karena penilaian etis harus mempertimbangkan kebenaran pesan, niat penyampai, konteks, dan dampak komunikasi secara bersamaan (Wardle & Derakhshan, 2017; UNESCO, 2023b).

Dalam perspektif komunikasi Islami, niat menjadi unsur pertama yang menentukan nilai moral suatu tindakan komunikasi. Penyampaian informasi tidak hanya dinilai dari bentuk pesan, tetapi juga dari tujuan yang hendak dicapai oleh komunikator. Informasi yang secara faktual benar dapat menjadi tindakan tidak etis apabila disebarkan untuk memperlakukan, memecah belah, atau merusak kehormatan seseorang. Sebaliknya, niat yang dianggap baik juga tidak dapat membenarkan penyebaran informasi yang belum teruji kebenarannya. Oleh sebab itu, orientasi niat harus disertai kepatuhan terhadap kebenaran, keadilan, kemaslahatan, dan perlindungan terhadap martabat manusia (Mowlana, 2007; Bakar et al., 2020).

Temuan berikutnya menunjukkan bahwa *tabayyun* merupakan prinsip utama dalam proses penerimaan dan pemeriksaan informasi. *Tabayyun* menuntut pengguna agar tidak terburu-buru mempercayai informasi, terutama apabila sumber, isi, dan tujuannya belum diketahui secara jelas. Dalam praktik digital, prinsip ini dapat diterapkan dengan memeriksa identitas penerbit, tanggal publikasi, bukti pendukung, konteks peristiwa, dan pemberitaan perbandingan. Pemeriksaan juga perlu dilakukan terhadap gambar, video, judul, serta kutipan yang berpotensi dipotong atau dimanipulasi. Dengan demikian, *tabayyun* berfungsi sebagai mekanisme etis dan intelektual untuk menghentikan informasi meragukan sebelum memasuki tahap penyebaran (Agustin, 2026; UNESCO, 2021).

Prinsip *qaulan sadidan* melengkapi *tabayyun* dengan menempatkan kebenaran sebagai dasar penyampaian pesan. Prinsip ini menghendaki perkataan yang benar, lurus, jujur, tepat, dan tidak menyesatkan penerima informasi. Dalam konteks media digital, *qaulan sadidan* menuntut kesesuaian antara judul, isi, data, gambar, dan konteks sebuah pesan. Pengguna tidak dibenarkan membuat judul sensasional yang berbeda dari isi hanya untuk mendapatkan perhatian dan interaksi. Oleh karena itu, *qaulan sadidan* dapat menjadi standar bagi produksi konten, jurnalisme, dakwah digital, dan komunikasi masyarakat secara umum (Kholil et al., 2019; Saputra & Sari, 2022).

Selain kebenaran, amanah ditemukan sebagai prinsip penting dalam pengelolaan informasi digital. Informasi merupakan titipan yang membawa konsekuensi bagi pembuat, penerima, dan pihak yang menjadi objek pembicaraan. Sikap amanah mengharuskan komunikator menjaga ketepatan pesan, menghindari manipulasi, mencantumkan sumber, serta

tidak menghilangkan konteks penting. Amanah juga menuntut pengguna untuk mengakui kesalahan apabila telah membagikan informasi yang tidak benar. Dengan demikian, tanggung jawab komunikasi tidak selesai ketika pesan dikirimkan, tetapi berlanjut pada kesediaan untuk mengoreksi dampak yang ditimbulkannya (Kustiawan et al., 2023; Noh et al., 2023).

Prinsip keadilan mengharuskan informasi disampaikan secara proporsional dan tidak digunakan untuk merugikan pihak tertentu. Komunikator perlu memberikan konteks yang cukup agar penerima tidak membentuk kesimpulan yang keliru. Penyajian informasi yang hanya memilih bagian tertentu untuk memperkuat kebencian dapat dikategorikan sebagai tindakan yang bertentangan dengan keadilan komunikasi. Dalam persoalan yang melibatkan perbedaan pandangan, pengguna perlu membedakan antara kritik terhadap gagasan dan serangan terhadap identitas pribadi atau kelompok. Penerapan keadilan dapat mencegah komunikasi digital berubah menjadi sarana fitnah, persekusi, polarisasi, dan penghilangan martabat manusia (Mowlana, 2007; UNESCO, 2023a).

Kesantunan berbahasa juga menjadi salah satu temuan penting dalam etika komunikasi Islami. Kebenaran informasi tidak menghilangkan kewajiban untuk menyampaikannya dengan cara yang baik, bijaksana, dan mempertimbangkan keadaan penerima. Koreksi terhadap hoaks yang dilakukan melalui penghinaan dapat menimbulkan penolakan dan memperbesar konflik. Sebaliknya, bahasa yang jelas, tenang, argumentatif, dan menghormati pihak lain lebih memungkinkan terjadinya perubahan pemahaman. Dengan demikian, kesantunan bukan sekadar pelengkap komunikasi, tetapi bagian dari strategi etis dalam menyampaikan klarifikasi dan mencegah pertentangan sosial (Kustiawan et al., 2023; Prasanti, 2017).

Kajian ini menemukan bahwa pertimbangan kemaslahatan diperlukan setelah kebenaran informasi berhasil diketahui. Tidak semua informasi yang benar harus disebarkan kepada publik apabila penyebarannya tidak memiliki tujuan yang sah dan justru menimbulkan kerusakan yang lebih besar. Pengguna perlu menilai manfaat, kebutuhan publik, potensi kerugian, perlindungan privasi, serta kehormatan pihak yang terlibat. Pertimbangan tersebut sangat penting dalam penyebaran data pribadi, rekaman konflik, berita duka, tuduhan, dan informasi sensitif. Karena itu, keputusan etis dalam komunikasi digital bukan hanya “apakah informasi ini benar”, tetapi juga “apakah informasi ini perlu dan patut disebarkan” (Bakar et al., 2020; UNESCO, 2023a).

Berdasarkan sintesis berbagai prinsip tersebut, penelitian ini merumuskan lima tahapan model komunikasi digital Islami. Tahap pertama adalah orientasi niat, yaitu memastikan bahwa komunikasi bertujuan menghadirkan kebaikan dan tidak didorong oleh kebencian atau manipulasi. Tahap kedua adalah verifikasi kebenaran melalui pemeriksaan sumber, data, konteks, dan pembanding. Tahap ketiga adalah evaluasi kemaslahatan dengan mempertimbangkan manfaat, mudarat, privasi, dan kehormatan manusia. Tahap keempat adalah penyampaian etis melalui bahasa yang benar, adil, santun, dan proporsional, sedangkan tahap kelima adalah tanggung jawab korektif berupa klarifikasi, permintaan maaf, dan perbaikan apabila terjadi kesalahan.

Model tersebut memperlihatkan bahwa etika komunikasi Islami dapat diterapkan pada seluruh perjalanan sebuah pesan. Pada tahap penerimaan, pengguna perlu menahan reaksi dan tidak langsung mempercayai informasi yang membangkitkan emosi. Pada tahap pemaknaan, pengguna harus memahami konteks dan membedakan fakta, opini, interpretasi, satire, dan manipulasi. Pada tahap penyebaran, pengguna mempertimbangkan kebenaran, kebutuhan, bahasa, audiens, serta kemungkinan dampaknya. Setelah penyebaran, pengguna tetap bertanggung jawab untuk memantau, menjelaskan, atau mengoreksi informasi apabila ditemukan kesalahan.

Penerapan model komunikasi digital Islami membutuhkan dukungan literasi media dan informasi. Kesadaran moral tanpa kemampuan memeriksa sumber dapat membuat pengguna memiliki niat baik, tetapi tetap menyebarkan informasi palsu. Sebaliknya, kemampuan teknis tanpa kesadaran moral dapat digunakan untuk menyusun manipulasi yang lebih canggih. Oleh karena itu, literasi digital dan etika Islam tidak seharusnya dipisahkan dalam pendidikan masyarakat. Keduanya perlu dikembangkan melalui keluarga, sekolah, perguruan tinggi, pesantren, lembaga dakwah, media, dan komunitas pengguna digital (UNESCO, 2021; UNESCO, 2023b).

Lembaga pendidikan Islam memiliki posisi strategis dalam membangun budaya komunikasi yang bertanggung jawab. Pendidikan mengenai hoaks tidak cukup hanya menjelaskan ciri-ciri informasi palsu, tetapi juga perlu membentuk kebiasaan menahan diri, memeriksa, berpikir kritis, dan menghormati orang lain. Materi *tabayyun*, amanah, larangan fitnah, dan perlindungan kehormatan dapat dihubungkan dengan latihan memeriksa konten digital secara langsung. Pembelajaran tersebut membuat nilai agama tidak berhenti pada hafalan, tetapi hadir sebagai keterampilan etis dalam kehidupan sehari-hari. Dengan cara ini, peserta didik dapat dibentuk menjadi pengguna media yang kritis, beradab, dan bertanggung jawab.

Tokoh agama dan pendakwah digital juga memiliki tanggung jawab besar dalam penerapan etika komunikasi Islami. Pengaruh sosial dan kepercayaan yang mereka miliki dapat mempercepat penerimaan suatu informasi oleh masyarakat. Oleh karena itu, materi dakwah, kutipan agama, cerita, data sosial, serta informasi tentang kelompok tertentu harus diperiksa sebelum disampaikan. Pendakwah perlu memberikan contoh mengenai cara mengoreksi kesalahan tanpa mempermalukan dan cara menyampaikan perbedaan tanpa menimbulkan permusuhan. Keteladanan tersebut dapat memperkuat budaya *tabayyun* dan komunikasi santun di tengah masyarakat digital (Noh et al., 2023; Saputra & Sari, 2022).

Media dan platform digital tetap memiliki peranan dalam menciptakan lingkungan informasi yang sehat. Platform perlu meningkatkan transparansi sistem rekomendasi, menyediakan mekanisme pelaporan, membatasi perilaku manipulatif, dan mendukung akses terhadap informasi yang kredibel. Namun, tata kelola platform harus tetap menjaga kebebasan berekspresi dan menghindari penghapusan konten secara sewenang-wenang. Dalam perspektif etika Islam, kebebasan berkomunikasi selalu disertai kewajiban menjaga kebenaran, keadilan, dan hak orang lain. Karena itu, kerja sama antara pengguna, pemerintah, platform, media, lembaga pendidikan, dan organisasi keagamaan menjadi unsur penting dalam menghadapi disinformasi (Chaudhuri et al., 2024; UNESCO, 2023a).

Analisis penulis menunjukkan bahwa kekuatan utama etika komunikasi Islami terletak pada kemampuannya menghubungkan perilaku komunikasi dengan tanggung jawab moral yang lebih mendalam. Pendekatan ini tidak hanya menanyakan kemampuan seseorang dalam membedakan informasi benar dan salah, tetapi juga menilai alasan, cara, tujuan, dan dampak penyampaiannya. Etika Islam mengubah pengguna media dari sekadar konsumen informasi menjadi subjek moral yang bertanggung jawab atas setiap tindakan komunikasinya. Integrasi nilai Islam dengan literasi digital dapat membentuk pencegahan hoaks yang bersifat preventif, korektif, dan transformatif. Oleh karena itu, penyelesaian gangguan informasi memerlukan perubahan budaya komunikasi, bukan hanya peningkatan teknologi pendeteksi atau pemberian sanksi setelah kerusakan terjadi.

PENUTUP

Etika komunikasi Islami dalam menghadapi hoaks dan disinformasi dilaksanakan melalui penerapan nilai moral pada seluruh tahapan komunikasi digital. Nilai tersebut meliputi

niat yang benar, *tabayyun*, *qaulan sadidan*, amanah, keadilan, kesantunan, dan pertimbangan kemaslahatan. Prinsip *tabayyun* mengarahkan pengguna untuk memeriksa sumber, isi, konteks, dan bukti sebelum mempercayai informasi. Prinsip *qaulan sadidan* dan amanah memastikan bahwa informasi disampaikan secara benar, jujur, serta tidak dimanipulasi. Keadilan dan kesantunan mengarahkan cara penyampaian agar tidak merugikan atau merendahkan pihak lain. Dengan demikian, tujuan penelitian untuk merumuskan prinsip etika komunikasi Islami yang relevan dengan persoalan informasi digital telah terjawab.

Penerapan prinsip tersebut perlu didukung oleh literasi digital dan kemampuan pemeriksaan fakta. Kesadaran keagamaan tanpa kecakapan teknis belum cukup untuk mengenali manipulasi gambar, pemotongan konteks, akun palsu, dan berbagai bentuk rekayasa digital. Sebaliknya, kecakapan digital tanpa tanggung jawab moral dapat digunakan untuk menciptakan dan menyebarkan informasi yang menyesatkan. Integrasi keduanya membentuk pengguna media yang mampu memeriksa informasi sekaligus mempertimbangkan akibat moral dan sosialnya. Pengguna juga harus bersedia mengoreksi, menarik, dan meminta maaf apabila telah menyebarkan informasi yang tidak benar. Oleh sebab itu, penanganan hoaks membutuhkan perpaduan antara kecerdasan digital, pengendalian diri, dan tanggung jawab etis.

Kontribusi utama penelitian ini adalah perumusan model komunikasi digital Islami yang terdiri atas lima tahapan. Tahapan tersebut meliputi orientasi niat, verifikasi kebenaran, evaluasi kemaslahatan, penyampaian etis, dan tanggung jawab korektif. Model ini mengembangkan pembahasan etika komunikasi Islam dari sekadar prinsip normatif menjadi kerangka yang lebih operasional. Kerangka tersebut dapat digunakan dalam pendidikan literasi digital, kegiatan dakwah, jurnalisme, komunikasi kelembagaan, dan pembinaan masyarakat. Penelitian ini juga menegaskan bahwa pencegahan hoaks tidak dapat dibebankan hanya kepada teknologi, pemerintah, atau platform digital. Setiap pengguna harus ditempatkan sebagai subjek moral yang bertanggung jawab terhadap kebenaran dan dampak informasi yang disebarkannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, S. (2026). Tabayyun sebagai prinsip komunikasi Islam dalam menghadapi hoaks. *Nubuwwah: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(1), 21–32. <https://doi.org/10.21093/nubuwwah.v4i01.13126>
- Ahmad, S. (2018). Hoaks dalam kajian pemikiran Islam dan hukum positif. *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*, 5(3), 291–306.
- Bakar, O., Alatas, S. F., & Saat, N. (2020). Initial considerations for Islamic digital ethics. *Philosophy & Technology*, 33, 639–657. <https://doi.org/10.1007/s13347-020-00418-3>
- Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- Chaudhuri, N., Gupta, G., Vrontis, D., & Basile, G. (2024). Misinformation on social platforms: A review and research agenda. *Technology in Society*, 78, 102652.
- Chen, S., Xiao, L., & Kumar, A. (2023). Spread of misinformation on social media: What contributes to it and how to combat it. *Computers in Human Behavior*, 141, 107643.
- Graf, A., Sari, D. K., & Ramadani, D. (2022). Context-oriented approaches to misinformation and disinformation in Indonesia and Malaysia. *Journal of Indonesian Islam*, 16(2), 369–392.
- Kholil, S., Iskandar, D., & Rangkuti, M. (2019). Qaulan sadidan principles and factuality in public broadcasting institution news. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 12(2), 239–254.
- Kustiawan, W., Efendi, E., Candra, W., & Zein, A. (2023). A comprehensive review of communication ethics on social media. *Muharrrik: Jurnal Dakwah dan Sosial*, 6(1), 127–142.
- Mowlana, H. (2007). Theoretical perspectives on Islam and communication. *China Media Research*, 3(4), 23–33.
- Noh, N. A., Mohamad, N., & Ibrahim, N. (2023). Islamic views on the objectives of social media usage. *Environment-Behaviour Proceedings Journal*, 8(SI14), 181–187. <https://doi.org/10.21834/e-bpj.v8iSI14.5051>
- Prasanti, D. (2017). Etika komunikasi dalam media sosial bagi ibu-ibu PKK di Desa Mekarmukti Kabupaten Bandung Barat. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 10(1), 21–34. <https://doi.org/10.14421/pjk.v10i1.1219>
- Saputra, R., & Sari, D. P. (2022). Penerapan prinsip komunikasi *qaulan sadida* dalam dakwah di YouTube. *JOISCOM: Journal of Islamic Communication*, 3(2), 1–12. <https://doi.org/10.36085/joiscom.v3i2.3774>
- Shahbazi, M., Wiley, M. T., & Hove, T. (2024). Social media trust: Fighting misinformation in times of crisis. *International Journal of Information Management*, 76, 102780.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- UNESCO. (2021). *Media and information literacy curriculum for educators and learners*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- UNESCO. (2023a). *Guidelines for the governance of digital platforms: Safeguarding freedom of expression and access to information*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.

- UNESCO. (2023b). *Survey on the impact of online disinformation and hate speech*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- Van Zoonen, W., Luoma-aho, V., & Lievonon, M. (2024). Trust but verify? Examining the role of trust in institutions and reasons for sharing unverified information on social media. *Computers in Human Behavior*, 150, 107990.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe.
- Zhou, X., & Zafarani, R. (2020). A survey of fake news: Fundamental theories, detection methods, and opportunities. *ACM Computing Surveys*, 53(5), 1–40. <https://doi.org/10.1145/3395046>