

---

---

## Relasi Hadis dan Al-Qur'an tentang Komunikasi, Tabayyun dan Tanggung Jawab Moral

Eva Aulia<sup>1</sup>, Siti Sa'adatul Rizkiyah<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>UIN Palangka Raya, Indonesia

Email: evaauliapky@gmail.com

---

### Kata Kunci :

Hadis Nabi, Etika  
bermedia Sosial, Literasi  
Digital

### Abstrak

Perkembangan media sosial, khususnya TikTok, telah memunculkan fenomena mengikuti tren yang memengaruhi pola perilaku, komunikasi, dan penyebaran informasi di masyarakat digital. Fenomena ini menimbulkan persoalan etika terkait perilaku imitasi, penyebaran informasi tanpa verifikasi, serta tanggung jawab moral pengguna media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena tren TikTok dalam perspektif hadis Nabi dengan fokus pada etika perilaku dan literasi digital. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan kajian hadis tematik (*maudhu'i*), yaitu menghimpun hadis-hadis yang berkaitan dengan etika komunikasi, penyebaran informasi, dan tanggung jawab sosial, kemudian dianalisis secara kontekstual dengan fenomena media sosial kontemporer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hadis Nabi menekankan prinsip menjaga ucapan, kehati-hatian dalam menyampaikan informasi, serta tanggung jawab sosial sebagai landasan etika dalam bermedia sosial. Prinsip tersebut relevan dalam membangun literasi digital dan sikap kritis terhadap tren yang berkembang di media sosial. Penelitian ini berimplikasi pada penguatan relevansi kajian hadis dalam menjawab persoalan kontemporer serta memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam pembentukan etika bermedia sosial yang sesuai dengan nilai-nilai Islam di era digital.

---

### Keywords :

*Prophet's Hadith, Social  
Media Ethics, Digital  
Literacy*

### Abstract

*The development of social media, particularly TikTok, has given rise to the phenomenon of trend-following, influencing behavioral patterns, communication, and information dissemination in the digital society. This phenomenon raises ethical issues related to imitation behavior, the dissemination of unverified information, and the moral responsibility of social media users. This study aims to analyze the TikTok trend phenomenon from the perspective of the Prophet's hadith, focusing on*

*behavioral ethics and digital literacy. This study uses a qualitative method with a thematic hadith study approach (maudhu'i), namely collecting hadiths related to communication ethics, information dissemination, and social responsibility, then analyzing them contextually with contemporary social media phenomena. The results show that the Prophet's hadith emphasizes the principles of guarding speech, caution in conveying information, and social responsibility as the basis for ethics in social media. These principles are relevant in building digital literacy and a critical attitude towards developing trends in social media. This research has implications for strengthening the relevance of hadith studies in addressing contemporary issues and providing theoretical and practical contributions to the formation of social media ethics that are in accordance with Islamic values in the digital era.*



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY-SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam pola interaksi sosial masyarakat. Kehadiran media sosial sebagai ruang publik digital memungkinkan individu berkomunikasi, berbagi informasi, serta membentuk opini secara cepat dan luas tanpa batas ruang dan waktu. Fenomena ini tidak hanya mempermudah akses informasi, tetapi juga memunculkan berbagai persoalan etika, seperti penyebaran informasi yang tidak terverifikasi, ujaran kebencian, serta rendahnya tanggung jawab moral dalam komunikasi digital (Hakim et al., 2025). Kondisi ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi tidak selalu diiringi dengan kesadaran etis dalam berkomunikasi (Kusuma & P.Lubis, 2016).

Dalam konteks meningkatnya permasalahan etika komunikasi di media sosial, Islam memberikan perhatian besar terhadap etika komunikasi, verifikasi informasi (*tabayyun*), dan tanggung jawab moral dalam kehidupan sosial (Simangunsong & Ferizal Ferizal, 2025). Al-Qur'an dan hadis Nabi Muhammad Saw memuat prinsip-prinsip dasar yang mengatur bagaimana manusia seharusnya berbicara, menyampaikan informasi, serta berinteraksi dengan orang lain. Prinsip-prinsip tersebut mencakup kewajiban berkata baik, larangan menyebarkan berita tanpa verifikasi, serta tanggung jawab atas setiap ucapan dan tindakan. Oleh karena itu, ajaran Islam tidak hanya relevan dalam interaksi langsung, tetapi juga dapat diterapkan dalam konteks komunikasi digital.

Kajian mengenai relasi antara hadis dan Al-Qur'an menjadi penting untuk memahami bagaimana kedua sumber ajaran Islam tersebut saling melengkapi dalam membentuk etika komunikasi. Dalam perspektif kajian hadis, hubungan antara hadis dan Al-Qur'an dapat dianalisis melalui pendekatan relasi antar teks (*munasabah al-nusus*), di mana hadis berfungsi sebagai *bayan* (penjelas) dan *ta'kid* (penguat) terhadap prinsip-prinsip yang telah ditetapkan dalam Al-Qur'an (Azizah et al., 2023). Pendekatan ini memungkinkan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap ajaran

Islam dalam menghadapi persoalan komunikasi dan penyebaran informasi di era digital (Azhar et al., 2024).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis relasi antara hadis dan Al-Qur'an dalam konteks komunikasi, verifikasi informasi (tabayyun), dan tanggung jawab moral. Fokus kajian diarahkan pada bagaimana prinsip-prinsip tersebut dapat diterapkan dalam menghadapi fenomena komunikasi digital dan media sosial. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian hadis tematik kontemporer serta menjadi landasan normatif dalam membentuk etika komunikasi yang bertanggung jawab di era digital.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (library research), yaitu penelitian yang bertumpu pada kajian sumber-sumber tertulis berupa Al-Qur'an, hadis Nabi, kitab syarah hadis, serta literatur ilmiah yang relevan dengan etika bermedia sosial dan literasi digital. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan tematik (maudhu'i) dalam studi hadis, dengan mengumpulkan hadis-hadis yang berkaitan dengan etika komunikasi, verifikasi informasi, dan perilaku sosial, kemudian dianalisis secara komprehensif. Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu pengumpulan data, klasifikasi hadis berdasarkan tema, analisis kualitas hadis (sanad dan matan), serta analisis historis untuk memahami konteks kemunculan hadis. Selanjutnya, penelitian ini menggunakan analisis relasi antar teks (munasabah al-nusus) untuk melihat keterkaitan antara hadis dengan ayat Al-Qur'an serta kaidah-kaidah etika Islam yang relevan dengan fenomena tren media sosial. Hasil analisis kemudian diinterpretasikan secara deskriptif-analitis guna merumuskan konsep etika bermedia sosial dalam perspektif hadis dan relevansinya terhadap tantangan literasi digital di era kontemporer.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Etika Perilaku Dan Penyebaran Informasi Perspektif Hadis**

Islam menempatkan etika perilaku sebagai bagian penting dalam kehidupan sosial. Dalam berbagai hadis, Rasulullah Saw memberikan pedoman tentang bagaimana manusia seharusnya berperilaku, berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain. ajaran tersebut tidak hanya berlaku dalam kehidupan langsung, tetapi juga relevan dalam ruang publik digital seperti media sosial (Pranoto, 2018). Dalam perspektif hadis Nabi Muhammad SAW, komunikasi merupakan aktivitas yang memiliki dimensi moral dan tanggung jawab sosial. Prinsip etika komunikasi dalam Islam menekankan pentingnya menjaga lisan dari perkataan yang merugikan orang lain, menyebarkan kebencian, atau menimbulkan konflik. Prinsip dasar etika komunikasi dalam Islam tercermin dalam sabda Rasulullah Saw:

حَدَّثَنِي حَزْمَلَةُ بْنُ يَحْيَى أَنْبَأَنَا ابْنُ وَهَبٍ قَالَ أَخْبَرَنِي يُونُسُ عَنْ ابْنِ شِهَابٍ عَنْ أَبِي سَلَمَةَ بْنِ عَبْدِ الرَّحْمَنِ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكْرِمْ خَيْرًا أَوْ لِيَصْمُتْ وَمَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكْرِمْ خَيْرًا

“Telah menceritakan kepada kami Harmalah bin Yahya, telah memberitakan kepada kami Ibnu Wahab dia berkata, telah mengabarkan kepadaku Yunus dari Ibnu Syihab dari Abu Salamah bin Abdurrahman dari Abu Hurairah dari Rasulullah, beliau bersabda, Barangsiapa beriman kepada Allah dan hari akhir, maka hendaklah dia mengucapkan perkataan yang baik atau diam. Dan barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir maka hendaklah dia memuliakan tetangganya. Dan barang siapa beriman kepada Allah dan hari akhir maka hendaklah dia memuliakan tamunya”. (HR. Sahih Muslim)

Hadis ini diriwayatkan dalam Sahih Muslim No. 47 pada Syarh Sahih Muslim sehingga memiliki kualitas sahih dan tingkat validitas tinggi. Secara historis, hadis tersebut disampaikan dalam konteks pembinaan akhlak masyarakat Madinah yang plural dan dinamis, dimana potensi konflik sosial melalui ucapan sangat besar. Oleh karena itu, hadis ini muncul sebagai pedoman etika sosial masyarakat muslim awal agar menjaga lisan dari perkataan yang merugikan orang lain, seperti fitnah, celaan dan kebohongan (Hakim et al., 2025, p. 1463).

Dalam konteks media sosial, prinsip ini sangat relevan karena platform tersebut memungkinkan pengguna memproduksi dan menyebarkan konten secara cepat tanpa batasan ruang dan waktu. Fenomena tren viral komentar negatif dan ujaran kebencian menunjukkan pentingnya etika komunikasi digital. Hadis tersebut mengandung kaidah umum bahwa setiap bentuk komunikasi harus mempertimbangkan kemaslahatan dan menghindari mudarat, oleh karena itu, pengguna media sosial dituntut untuk menjaga perkataan, komentar maupun konten yang dibagikan agar tidak mengandung unsur kebohongan, penghinaan atau hal yang merugikan orang lain (Muchlis et al., 2025, p. 19924). Aktivitas di media sosial seperti membuat video, memberikan komentar, maupun menyebarkan informasi merupakan bentuk komunikasi publik yang memiliki dampak luas terhadap masyarakat (Heriansyah, Dafis Qalby & Kahfi, 2024). Dengan demikian, etika berbicara sebagaimana diajarkan dalam hadis tersebut menjadi landasan penting dalam penggunaan media sosial secara bijak (Al Farouqy & Ridla, 2022, p. 230).

Secara intertekstual, hadis ini berkaitan dengan firman Allah dalam QS. Qaf: 18

مَا يَلْفُظُ مِنْ قَوْلٍ إِلَّا لَدَيْهِ رَقِيبٌ عَتِيدٌ

“Tidak ada suatu kata pun yang terucap, melainkan ada di sisinya malaikat pengawas yang selalu siap (mencatat).” (QS. Qaf: 18)

Ayat tersebut menegaskan bahwa setiap ucapan manusia berada dalam pengawasan dan pencatatan. Relasi antara hadis dan ayat tersebut dalam konteks ini bersifat *ta'kid* (penguatan), di mana hadis tentang kewajiban berkata baik atau diam memperkuat prinsip Qur'ani bahwa setiap ucapan memiliki konsekuensi moral dan

akan dipertanggung jawabkan. Dengan demikian, hadis berfungsi mempertegas etika komunikasi yang telah ditegaskan dalam al-Qur'an. Selain itu, al-Qur'an juga mengingatkan agar manusia tidak mengikuti mayoritas tanpa dasar kebenaran, sebagaimana firman Allah dalam QS.Al-An'am: 116:

وَأِنْ تَطَعْتَ أَكْثَرَ مَنْ فِي الْأَرْضِ يُضِلُّوكَ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ إِنَّ يَتَّبِعُونَ إِلَّا الظَّنَّ وَإِنْ هُمْ إِلَّا يَخْرُصُونَ  
 “Jika engkau mengikuti (kemauan) kebanyakan orang (kafir) di bumi ini (dalam urusan agama), niscaya mereka akan menyesatkanmu dari jalan Allah. Mereka hanya mengikuti persangkaan belaka dan mereka hanyalah membuat kebohongan.” (QS. Al-An'am ayat 116)

Ayat ini menunjukkan bahwa kebenaran tidak ditentukan oleh banyaknya pengikut atau popularitas, melainkan oleh kesesuaiannya dengan nilai kebenaran. Dalam konteks media sosial, ayat ini relevan dengan fenomena mengikuti tren viral tanpa pertimbangan etika dan kebenaran. Oleh karena itu, pengguna media sosial dituntut untuk bersikap kritis dan selektif dalam mengikuti perilaku sosial yang berkembang (Qibty, 2023). Ayat ini sejalan dengan hadis Nabi tentang larangan menyerupai suatu kaum:

حَدَّثَنَا عُثْمَانُ بْنُ أَبِي شَيْبَةَ حَدَّثَنَا أَبُو النَّضْرِ حَدَّثَنَا عَبْدُ الرَّحْمَنِ بْنُ ثَابِتٍ حَدَّثَنَا حَيَّانُ بْنُ عَطِيَّةَ عَنْ أَبِي مُنَيْبٍ الْجُرَشِيِّ عَنْ ابْنِ عُمَرَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَنْ تَشَبَّهَ بِقَوْمٍ فَهُوَ مِنْهُمْ

Artinya: Telah menceritakan kepada kami Utsman bin Abi Syaibah, ia berkata: Telah menceritakan kepada kami Abu an-Nadhr, ia berkata: Telah menceritakan kepada kami 'Abdurrahman bin Tsabit, ia berkata: Telah menceritakan kepada kami Hassan bin Athiyah, dari Abu Munib al-Jurasyi, dari Ibnu Umar, ia berkata: Rasulullah bersabda: "Barang siapa yang menyerupai dengan suatu kaum, maka ia termasuk bagian dari mereka." (HR. Abu Dawud)

Hadis ini diriwayatkan dalam Sunan Abu Dawud No. 4031 pada Baitul Afkar Ad Dauliah dan dinilai Hasan Shahih menurut Muhammad Nashiruddin Al Albani sehingga dapat dijadikan sebagai hujjah oleh para ulama. Secara historis, hadis ini muncul sebagai peringatan agar umat Islam menjaga identitas dan tidak meniru kebiasaan yang bertentangan dengan nilai Islam. Dalam konteks modern, hadis ini memberikan peringatan agar umat Islam bersikap selektif dalam mengikuti kebiasaan atau tren yang berkembang di masyarakat. Tidak semua tren mencerminkan nilai kebaikan atau sesuai dengan ajaran Islam. Dalam media sosial, sebagian pengguna cenderung mengikuti tren hanya karena popularitas tanpa mempertimbangkan nilai moral, etika, maupun dampaknya terhadap diri sendiri dan masyarakat.

Jika dianalisis secara tematik, kedua hadis tersebut memiliki hubungan yang saling melengkapi. Hadis pertama menekankan etika komunikasi melalui kewajiban menjaga ucapan, sedangkan hadis kedua menekankan verifikasi informasi (tabayyun). Relasi ini menunjukkan bahwa etika komunikasi dalam Islam tidak hanya

berfokus pada isi ucapan, tetapi juga pada keakuratan informasi yang disampaikan.

Secara integratif, Kedua hadis tersebut membentuk kerangka etika sosial yang utuh, yaitu menjaga ucapan dan berhati-hati dalam informasi. (Nasoha et al., 2025). Dari relasi ini dapat dirumuskan beberapa prinsip etika digital dalam perspektif hadis, yaitu:

1. kewajiban menjaga komunikasi agar tidak menimbulkan mudarat,
2. kewajiban melakukan verifikasi informasi sebelum menyebarkannya,
3. Tanggung jawab moral atas setiap tindakan di ruang publik digital,
4. dan sikap selektif dalam mengikuti tren sosial.

Prinsip-prinsip tersebut menunjukkan bahwa hadis memiliki kesesuaian dengan nilai-nilai Islam serta berperan dalam membentuk perilaku bermedia sosial yang etis dan bertanggung jawab di era digital.

### Literasi Digital dan Prinsip Verifikasi Informasi (Tabayyun)

Selain etika komunikasi, Islam juga menekankan pentingnya verifikasi informasi sebelum menyebarkannya. Rasulullah Saw bersabda:

و حَدَّثَنَا عُيَيْبُ اللَّهِ بْنُ مُعَاذِ الْعَنْبَرِيِّ حَدَّثَنَا أَبِي ح وَ حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ الْمُثَنَّى حَدَّثَنَا عَبْدُ الرَّحْمَنِ بْنُ مَهْدِيٍّ قَالَا حَدَّثَنَا شُعْبَةُ عَنْ حُبَيْبِ بْنِ عَبْدِ الرَّحْمَنِ عَنْ حَفْصِ بْنِ عَاصِمٍ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ كَفَى بِالْمَرْءِ كَذِبًا أَنْ يُحَدِّثَ بِكُلِّ مَا سَمِعَ وَ حَدَّثَنَا أَبُو بَكْرِ بْنُ أَبِي شَيْبَةَ حَدَّثَنَا عَلِيُّ بْنُ حَفْصٍ حَدَّثَنَا شُعْبَةُ عَنْ حُبَيْبِ بْنِ عَبْدِ الرَّحْمَنِ عَنْ حَفْصِ بْنِ عَاصِمٍ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بِمِثْلِ ذَلِكَ

"Dan telah menceritakan kepada kami Ubaidullah bin Mu'adz al Anbari, telah menceritakan kepada kami Bapakku (dalam riwayat lain disebutkan), Dan telah menceritakan kepada kami Muhammad bin al Mutsanna, telah menceritakan kepada kami Abdurrahman bin Mahdi keduanya berkata, telah menceritakan kepada kami Syu'bah dari Khubaib bin Abdurrahman dari Hafsh bin Ashim dia berkata, "Rasulullah Saw bersabda, "Cukuplah seseorang (dianggap) berbohong apabila dia menceritakan semua yang dia dengarkan." Telah menceritakan kepada kami Abu Bakar bin Abu Syaibah, telah menceritakan kepada kami Ali bin Hafsh, telah menceritakan kepada kami Syu'bah dari Khubaib bin Abdurrahman dari Hafsh bin 'Ashim dari Abu Hurairah dari Nabi dengan seperti hadis tersebut." (H.R Muslim dalam Muqaddimah Shahihnya No. 6 Syarh Muslim)

Hadis ini diriwayatkan dalam Sahih Muslim, dari sisi kualitas hadis, riwayat ini termasuk hadis shahih karena tercantum dalam Sahih Muslim yang memiliki sanad bersambung dan perawi yang terpercaya. Secara matan, hadis ini tidak bertentangan dengan al-Qur'an maupun prinsip syariat. Secara substantif, Hadis ini mengajarkan prinsip tabayyun, yaitu sikap kritis dan kehati-hatian dalam menerima dan menyampaikan informasi. Secara historis, hadis ini menjadi pedoman agar tidak menyebarkan berita tanpa verifikasi yang dapat menimbulkan kesalahpahaman dan kerusakan sosial (Putra et al., 2025). Dalam konteks kontemporer, prinsip tersebut

sangat relevan dengan fenomena media sosial yang memungkinkan penyebaran informasi secara cepat tanpa proses verifikasi. Banyak pengguna membagikan konten berdasarkan popularitas tanpa mempertimbangkan kebenaran dan dampaknya, kondisi ini menunjukkan pentingnya literasi digital sebagai kemampuan untuk memahami, mengevaluasi, dan memverifikasi informasi sebelum menyebarkannya (Ma'arif et al., 2025, p. 1878). Misalnya, penyebaran hoaks di media sosial yang sering terjadi tanpa verifikasi menunjukkan rendahnya prinsip tabayyun dalam kehidupan digital.

Hadis ini memiliki relasi dengan QS. Al-Hujurat: 6 yang memerintahkan umat Islam untuk melakukan verifikasi terhadap setiap berita. Dalam analisis *munasabah al-nusus*, relasi ini bersifat bayan (penjelas), karena hadis tidak hanya menguatkan, tetapi juga menjelaskan secara praktis bagaimana verifikasi informasi dilakukan dalam kehidupan sosial. Jika al-Qur'an menetapkan kewajiban verifikasi secara umum, maka hadis menegaskan implementasinya melalui larangan menyampaikan semua informasi tanpa verifikasi.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

“Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan(-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu.” (QS. Al-Hujurat:6)

Dalam analisis relasi antar teks (*munasabah al-nusus*), Hadis tersebut memiliki hubungan makna dengan ajaran Al-Qur'an tentang tabayyun (verifikasi informasi), khususnya dalam QS. Al-Hujurat ayat 6 (Ariza et al., 2026) yang memerintahkan orang beriman untuk memeriksa kebenaran berita sebelum menyebarkannya (Saggaf et al., 2021, p. 26). Relasi bersifat bayan (penjelas) di mana hadis memberikan bentuk praktis dari prinsip al-Qur'ani tersebut (Ma'arif e hadis t al., 2025). Jika Al-Qur'an memerintahkan verifikasi berita, maka hadis menjelaskan bentuk praktisnya, yaitu larangan menyampaikan semua informasi tanpa klarifikasi. Keselarasan antara kedua teks ini menunjukkan bahwa tanggung jawab terhadap informasi merupakan prinsip fundamental dalam Islam (Abas, 2025).

### Analisis Etika Atas Tantangan Media Sosial

Etika bermedia sosial dalam perspektif hadis Nabi berlandaskan pada prinsip tanggung jawab moral dalam komunikasi dan penyampaian informasi. Dalam Islam, aktivitas berbicara, menyampaikan berita, dan berinteraksi dengan orang lain merupakan bagian dari akhlak yang memiliki konsekuensi keagamaan (Malik et al., 2024). Prinsip ini tidak hanya berlaku dalam interaksi langsung, tetapi juga relevan dalam ruang publik digital seperti media sosial (Roudatus Solihah et al., 2024). Oleh karena itu, fenomena mengikuti tren media sosial, termasuk tren TikTok, dapat dianalisis melalui hadis-hadis Nabi yang menekankan verifikasi informasi, larangan membahayakan orang lain, dan kewajiban menjaga kehormatan sesama.

Perkembangan media sosial memberikan manfaat besar dalam mempermudah komunikasi dan pertukaran informasi. Namun, penggunaan media sosial juga menghadirkan berbagai tantangan etis, terutama pada kalangan pelajar dan generasi muda. Penelitian Sagala (Azzahra et al., 2025) menunjukkan bahwa sejumlah 66,7% siswa menggunakan perangkat seluler untuk mengakses media sosial, 23,3% untuk bermain game dan hanya 10% yang memanfaatkannya untuk pembelajaran. Data tersebut menunjukkan adanya ketimpangan pemanfaatan teknologi yang cenderung berorientasi pada hiburan dibandingkan pengembangan pengetahuan (Hakim et al., 2025).

Selain itu, penyebaran hoax dan ujaran kebencian di Indonesia menunjukkan tren yang meningkat. Kementerian komunikasi dan Digital (KOMDIGI) mencatat ribuan konten hoax beredar setiap tahun dalam beberapa sektor, seperti politik, kesehatan dan pendidikan. Ujaran kebencian juga kerap muncul dalam bentuk komentar provokatif, penghinaan, dan fitnah terhadap individu maupun kelompok tertentu. Fenomena ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital tidak selalu diiringi dengan kesadaran etika dan literasi digital yang memadai, sehingga berpotensi menimbulkan disintegrasi sosial dan konflik masyarakat (Putra et al., 2025).

Dalam perspektif hadis, penyebaran informasi tanpa verifikasi merupakan perilaku yang dilarang. Rasulullah SAW bersabda: "Cukuplah seseorang dianggap berdusta apabila ia menceritakan semua yang ia dengar" (HR. Muslim). Hadis ini memiliki relasi dengan QS. Al-Hujarat ayat 6 yang memerintahkan umat Islam untuk melakukan verifikasi terhadap setiap berita. Relasi tersebut bersifat bayan (penjelas), di mana al-Qur'an menetapkan kewajiban verifikasi secara umum, sedangkan hadis menjelaskan implementasinya melalui larangan menyampaikan informasi tanpa klarifikasi. Dalam konteks media sosial, prinsip ini menuntut pengguna untuk bersikap kritis terhadap informasi sebelum menyebarkannya, sehingga dapat mencegah penyebaran hoaks dan kesalahpahaman (Muchlis et al., 2025).

Selain aspek verifikasi informasi, etika komunikasi juga menjadi perhatian utama dalam ajaran Islam. Fenomena ujaran kebencian, fitnah dan perundungan digital (cyberbullying) menunjukkan bahwa media sosial sering kali menjadi ruang berkembangnya perilaku komunikasi yang tidak etis. Dalam hal ini, hadis tentang kewajiban berkata baik atau diam memiliki relasi dengan QS. Al-Qaf ayat 18 yang menegaskan bahwa setiap ucapan manusia diawasi dan dicatat. Relasi ini bersifat ta'kid (penguatan), di mana hadis memperkuat prinsip Qur'ani bahwa setiap bentuk komunikasi memiliki konsekuensi moral. Oleh karena itu, pengguna media sosial diuntut untuk menjaga ucapan dan menghindari konten yang merugikan orang lain (Lesia & Safinatunnajah, 2024).

Fenomena mengikuti tren secara membabi buta menjadi salah satu tantangan dalam penggunaan media sosial. Banyak pengguna mengikuti tren hanya karena popularitas tanpa mempertimbangkan nilai kebenaran dan etika. Dalam hal ini, hadis tentang larangan menyerupai suatu kaum memiliki relasi dengan QS. Al-An'am ayat

116 yang memperingatkan agar tidak mengikuti mayoritas tanpa dasar kebenaran. Relasi ini bersifat ta'kid, di mana ayat memberikan prinsip umum, sedangkan hadis menegaskan pentingnya selektivitas dalam perilaku sosial. Namun demikian, tidak semua bentuk mengikuti tren dapat dikategorikan sebagai tasyabbuh, melainkan terbatas pada perilaku yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam.

Salah satu contoh informasi hoaks yang beredar di media sosial adalah informasi mengenai kenaikan harga Bahan Bakar Minyak (BBM) pada 1 April 2026 sebesar 10% yang dikaitkan dengan pernyataan Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM) dan kondisi geopolitik selat Hormuz (Purworejo, 2026). Informasi tersebut viral dan menimbulkan keresahan di masyarakat padahal informasi ini tidak memiliki sumber resmi dan tidak di beritakan oleh (KOMDIGI, 2026). Namun setelah dilakukan verifikasi, pemerintah dan pihak terkait memastikan bahwa kabar tersebut tidak benar dan tidak ada pengumuman resmi mengenai harga BBM oleh media kredibel, sehingga termasuk kategori informasi tidak terverifikasi. Fenomena ini menunjukkan rendahnya sikap tabayyun di kalangan pengguna media sosial, dalam menerima dan menyebarkan informasi di media sosial, di mana informasi sering kali langsung disebarkan tanpa verifikasi. Dalam perspektif hadis, sikap ini termasuk bentuk penyampaian informasi tanpa verifikasi yang dapat mengarah pada kebohongan.

Berdasarkan analisis tersebut, tantangan utama dalam penggunaan media sosial meliputi ketimpangan pemanfaatan teknologi, rendahnya literasi digital, serta meningkatnya penyebaran konten negatif. Dalam menghadapi kondisi tersebut, relasi antara hadis dan al-Qur'an menunjukkan bahwa etika komunikasi dalam Islam bersifat komprehensif, meliputi kewajiban verifikasi informasi (*tabayyun*), tanggung jawab moral dalam komunikasi, serta kewajiban menjaga kehormatan dan kemaslahatan sosial. Dengan demikian, solusi atas tantangan media sosial tidak hanya bergantung pada regulasi eksternal, tetapi juga pada penguatan kesadaran etis individu yang berlandaskan ajaran Islam. Implementasi prinsip etika komunikasi yang bersumber dari relasi hadis dan al-Qur'an diharapkan mampu membentuk perilaku bermedia sosial yang bertanggung jawab serta menjaga harmoni sosial dalam Masyarakat digital.

Sebagai bentuk penyederhanaan dari pembahasan di atas, prinsip-prinsip etika komunikasi dan penyebaran informasi dalam perspektif hadis dapat dirangkum sebagai berikut.

Tabel 1. Prinsip Etika Komunikasi Dan Penyebaran Informasi Perspektif Hadis

No	Hadis	Ayat Qur'an	Jenis Relasi	Prinsip Utama	Relevansi
1	"Barangsiapa beriman kepada Allah dan hari akhir, maka hendaklah dia mengucapkan perkataan yang baik atau diam (HR. Muslim)	QS. Qaf: 18	<i>Ta'kid</i> (penguat)	Etika Komunikasi	Menghindari ujaran kebencian, komentar negatif dan konflik dalam media sosial.
2	"Barang siapa yang menyerupai dengan suatu kaum, maka ia termasuk bagian dari mereka." (HR. Abu Dawud)	QS. AL-An'am: 116	<i>Ta'kid</i>	Selektif dalam bermedia sosial	Tidak ikut-ikutan menyebarkan berita yang belum tentu kebenarannya
3	"Cukuplah seseorang (dianggap) berbohong apabila dia menceritakan semua yang dia dengarkan." (HR. Muslim)	QS. Al-Hujarat:6	<i>Bayan</i>	Tabayyun (verifikasi)	Tidak menyebarkan berita hoaks, sebelum share informasi cek fakta terlebih dahulu
4	"Tidak boleh berbuat mudarat dan hal yang menimbulkan mudarat." (HR. Ibnu Majah)	QS. Al-A'raf: 56	<i>Ta'kid</i>	Anti kerusakan sosial	Menghindari konten provokatif dan tindakan yang merugikan masyarakat.

Tabel tersebut menunjukkan bahwa ajaran hadis dan al-Qur'an membentuk sistem etika komunikasi yang saling melengkapi, tidak hanya bersifat normatif tetapi juga aplikatif dalam konteks media sosial.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini menunjukkan bahwa perspektif hadis Nabi terhadap fenomena mengikuti tren media sosial, khususnya TikTok, menekankan prinsip etika komunikasi, verifikasi informasi, tanggung jawab sosial, dan selektivitas dalam perilaku digital. Hadis tentang kewajiban berkata baik atau diam menunjukkan bahwa setiap bentuk komunikasi di media sosial harus mengandung nilai kebaikan dan tidak menimbulkan mudarat bagi orang lain. Hadis tentang larangan menyampaikan semua informasi yang didengar menegaskan pentingnya prinsip tabayyun sebagai dasar literasi digital, yaitu sikap kritis dan kehati-hatian dalam menerima serta menyebarkan informasi. Sementara itu, hadis tentang larangan menyerupai suatu kaum menekankan sikap selektif dalam mengikuti tren sosial agar tidak bertentangan dengan nilai moral dan ajaran Islam.

Analisis relasi antar teks menunjukkan bahwa ajaran hadis tersebut memiliki keselarasan dengan prinsip Al-Qur'an tentang tanggung jawab atas ucapan, kewajiban verifikasi informasi, dan larangan mengikuti sesuatu tanpa dasar kebenaran. Keseluruhan ajaran tersebut membentuk kerangka etika digital yang komprehensif dalam Islam yang meliputi kewajiban menjaga ucapan, melakukan verifikasi informasi, menghindari penyebaran konten yang merugikan, serta bersikap kritis terhadap tren yang berkembang di ruang digital.

Dengan demikian, fenomena mengikuti tren TikTok dalam perspektif hadis Nabi tidak hanya dipahami sebagai aktivitas sosial semata, tetapi sebagai tindakan yang memiliki konsekuensi moral dan tanggung jawab keagamaan. Nilai-nilai etika komunikasi dalam hadis memberikan kontribusi penting dalam membangun literasi digital dan perilaku bermedia sosial yang bertanggung jawab, sehingga dapat menjadi pedoman normatif dalam menghadapi tantangan etika di era digital.

## REFERENSI

- Abas, A. D. S. N. (2025). Relevansi Hadis tentang Ghibah terhadap Fenomena Ujaran Kebencian di Media Sosial: Analisis Tematik dan Etika Digital Muslim. *AR Rosyad: Jurnal Keislaman Dan Sosial Humaniora*, 4(1), 83–101.
- Al Farouqy, A. M., & Ridla, M. F. (2022). Etika Komunikasi Media Sosial Perspektif Hadis (Kajian Living Sunnah). *Wardah*, 23(2), 218–244. <https://doi.org/10.19109/wardah.v23i2.7536>
- Ariza, F. N., Khofifa, S., Nabilla, S. H., Dawamah, H., & Simamora, M. (2026). Etika Bermedia Sosial Dalam Perspektif Ayat-Ayat Akhlak. *Jurnal Penelitian Nusantara*, 2(1), 119.
- Azhar, D., Setiawan, R., Kholil, Syarifuddin, H., & Baidan, N. (2024). Fungsi Dan Peran

- Hadits Dalam Syariat Islam Dan Al-Qur'an. *T S A Q O F A H Jurnal Penelitian Guru Indonesia*, 4, 715–729.
- Azizah, N., Simanjuntak, S. K., & Wahyuni, S. (2023). Fungsi Hadis terhadap Al-Qur'an. *Jurnal Dirosah Islamiyah Volume*, 5, 214–225. <https://doi.org/10.17467/jdi.v5i2.3194>
- Azzahra, K., Astri Triyanti, & Desi., Y. (2025). "Media sosial dan tantangan di era digital: penelitian." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1).
- Hakim, A. R., Sundari, K., Pulungan, N. S., Manurung, A. I., & Sinaga, A. I. (2025). Etika Berkomunikasi Dalam Hadist Dan Tantangan Media Sosial Di Era Digital. *Edu Society: : Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 1460–1468.
- Heriansyah, Dafis Qalby, M. S., & Kahfi, A. (2024). Era Industri 4.0: Nilai-Nilai Etika Pada Masyarakat Terhadap Penggunaan Media Sosial Dalam Perspektif Hadis. *JMDIK: Jurnal Manajemen Dakwah Dan Ilmu Komunikasi*, 1(15).
- KOMDIGI, P., & KOMDIGI, P. (2026, July). [HOAKS] Bahlil Umumkan BBM Naik 10 Persen pada 1 April 2026. <https://Www.Komdigi.Go.Id/Berita/Berita-Hoaks/Detail/Hoaks-Bahlil-Umumkan-Bbm-Naik-10-Persen-Pada-1-April-2026>.
- Kusuma, S., & P.Lubis, D. (2016). Media Sosial Dan Kebijakan Kapolri Mengenai "Hate Speech" (Ujaran Kebencian). *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 14.
- Lesia, D., & Safinatunnajah. (2024). Spiritus : Religious Studies and Education Journal Pengaruh Etika Komunikasi Islam terhadap Perilaku Pengguna Media Sosial Tiktok. *Spiritus: Religious Studies and Education Journa*, 3.
- Ma'arif, G. M., Yusmardani, I., Muthi, Hanifah, N., Zamiri, & Sinaga, A. I. (2025). Tabayyun sebagai Etika Literasi Digital: Analisis Hadis Tematik dalam Merespons Disinformasi di Era Media Sosial. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 1870–1881.
- Malik, M. S., Nikmah, L., Wati, I. F., Ardhyantama, V., Imaduddin, M., Andriningrum, H., & Maslahah. (2024). Etika Komunikasi Dalam Perspektif Al-Qur'an Dan Hadis. *ASNA: Jurnal Kependidikan Islam Dan Keagamaan*, 6(2), 24–40.
- Muchlis, K. M. C., Muhajirin, & Hamid, A. R. N. A. (2025). Etika Bermedia Sosial dalam Perspektif Hadis: Studi Tematik Terhadap Nilai-Nilai Komunikasi Islam. *Journal of Innovative and Creativity*, 5(2), 19919–19927.
- Nasoha, A. M. M., Atqiya, A. N., Thohir, H. K., Ramadhani, N. A., & Sabilaa, R. A. (2025). Etika Komunikasi dalam Islam : Analisis terhadap Konsep Tabayyun dalam Media Sosial. *Aladalah: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, 3(2).
- Pranoto, S. S. (2018). Inspirasi Alquran dan Hadis dalam Menyikapi Informasi Hoax. *AL QUDS: Jurnal Studi Alquran Dan Hadis*, 2(1). <https://doi.org/10.29240/alquds.v2i1.371>
- Purworejo, D. (2026, July 6). [HOAKS] Bahlil Umumkan BBM Naik 10 Persen pada 1 April 2026. Dinas Komonikasi Informatika, Statistik Dan Persandian Kabupaten Purworejo. <https://dinkominfo.purworejokab.go.id/hoaks-bahlil-umumkan-bbm-naik-10-persen-pada-1-april-2026>

- Putra, Z. A., Sari, E. K., & Hakim, L. (2025). Etika Media Sosial dalam Tinjauan Hadis ( Studi atas Penyebaran Hoax dan Ujaran Kebencian ). *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Dakwah*, 6(2), 96–107. <https://share.google/30VL4VC4r3BHB8ZIC>
- Qibty, A. S. (2023). Etika Bermedsos dalam Perspektif Hadits. *Gunung Djati Conference Series*, 24, 493–510. <https://conferences.uinsgd.ac.id/>
- Roudatus Solihah, Millah, M., & Nuralisah, S. (2024). Hoaks Di Media Sosial Dalam Perspektif Hadis. *Al-Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Islam*, 2(4), 146–160. <https://doi.org/10.59059/al-tarbiyah.v2i4.1437>
- Saggaf, M. I., Amrullah, W. A., Habibie, M., & Atqiya, K. (2021). Prinsip Komunikasi Islam Sebagai Etika Bermedia Sosial. *Journal of Communication Studies*, 1(01), 15–29. <https://doi.org/10.37680/jcs.v1i01.698>
- Simangunsong, Z. A., & Ferizal Ferizal. (2025). Etika Penggunaan Media Social dalam Perspektif Hadis Studi Tentang Privasi dan Tanggung Jawab Social. *Jurnal Budi Pekerti Agama Islam*, 3(2), 83–94. <https://doi.org/10.61132/jbpai.v3i2.1017>