



**KIND SPEECH IN THE PROPHETIC SUNNAH AND ITS RELEVANCE TO
COMMUNICATION ETHICS ON SOCIAL MEDIA: A HADITH ANALYSIS
FROM THE NARRATIONS OF AL-BUKHARI AND MUSLIM**

**BERKATA BAIK DALAM SUNNAH NABI DAN RELEVANSINYA
TERHADAP ETIKA KOMUNIKASI DI MEDIA SOSIAL: ANALISIS
HADIS DALAM RIWAYAT AL-BUKHARI DAN MUSLIM**

Risma Syahviva

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
rismasyahviva@gmail.com

Uswatun Hasanah*

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
uswatunhasanah_uin@radenfatah.ac.id

Muhammad Ghazali

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
muhammadghazali_uin@radenfatah.ac.id

Received: 24-11-2024; **Accepted:** 01-07-2025; **Published:** 10-07-2025

DOI: <https://doi.org/10.24235/jshn.v7i1.18906>

Abstract

Communication is essential in social interaction. Therefore, even a brief lack of communication can lead to discomfort. This is inseparable from the fact that humans are social creatures. However, the most important aspect is the application of ethics in communication. Something that could be conveyed well may become something negative if it is not communicated with proper ethics. This study analyses the ethics of communicating on social media by reviewing the concept of 'kind speech' from the perspective of Hadith narrated by Imam Bukhari, No. 6024 and Imam Muslim, No. 47. This study aims to examine how the principles contained in the Hadith regarding 'kind speech' can be applied in online interactions. This research is based on a qualitative method using relevant Hadith texts with a focus on their interpretation and application in the context of digital communication. The results show that the meaning of 'kind speech' in the hadith narrated by Al-Bukhari and Muslim has significant relevance to communication ethics on social media. Social media users should always try to use kind speech and avoid bad words on social media. Thus, social media users can maintain harmony in their communication on social media.

Keyword: Kind Speech, Communication Ethics, Hadith, Social Media.



Abstrak

Komunikasi adalah sesuatu yang penting dalam berinteraksi sosial. Jadi, sebentar saja seseorang tidak melakukan komunikasi maka akan muncul ketidaknyamanan. Hal ini tidak terlepas dari fakta yang menyebutkan bahwa manusia merupakan makhluk sosial. Tapi yang terpenting adalah bagaimana penerapan etika dalam berkomunikasi. Bisa jadi sesuatu yang akan di sampaikan dengan baik karena dalam penyampaiannya tidak menerapkan etika maka akan sampai menjadi sesuatu yang buruk. Penelitian ini menganalisis etika berkomunikasi di media sosial dengan meninjau konsep "berkata baik" dalam perspektif Hadis yang di Riwayatkan oleh Imam Bukhari, No. 6024. dan Imam Muslim, No.47. Studi ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana prinsip-prinsip yang terdapat dalam Hadis mengenai "berkata baik" dapat diaplikasikan dalam interaksi di dunia maya. Riset ini didasarkan pada metode kualitatif berdasarkan teks-teks Hadis yang relevan, dengan fokus pada interpretasi dan penerapannya dalam konteks komunikasi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa makna "berkata baik" dalam Hadis Riwayat Al-Bukhari dan Muslim memiliki relevansi yang sangat penting dalam etika berkomunikasi di media sosial. Pengguna sosial media harus selalu berusaha berkata baik dan menghindari perkataan yang buruk di media sosial. Dengan demikian, pengguna sosial media dapat menjaga keharmonisan dalam berkomunikasi di media sosial

Kata Kunci: *Berkata Baik, Etika komunikasi, Hadis, Media Sosial.*

A. Pendahuluan

Di era kontemporer, media sosial berkembang sebagai saluran komunikasi yang paling umum digunakan. Kehadiran media sosial tersebut memberikan kemudahan akses tanpa memiliki keterbatasan dalam penggunaannya, baik bebas dari keterbatasan usia, kelas, gender dan lain sebagainya. Hanya dalam hitungan detik dan waktu yang bersamaan, pengguna media sosial dapat mengunjungi berbagai tempat, mengumpulkan banyak informasi, dan melakukan berbagai aktivitas.¹

Setiap penggunaan media sosial menyimpan tikas digital yang berisi data maupun informasi historis tentang akibat pencarian pengguna media sosial.² Dengan demikian, komunikasi yang etis di media sosial sangat penting. Karena penerapan etika diperlukan dalam komunikasi secara langsung atau secara pribadi, terutama dalam komunikasi online melalui media sosial. Sang pencipta menitahkan manusia supaya berbicara dengan kalimat positif dan lembut, bukan dengan kalimat yang menyebabkan dosa. Maka dari itu, berbicara menggunakan kalimat yang positif juga lembut merupakan cara akurat dalam berkomunikasi.

Dalam konteks modern, kejahatan lebih banyak ditemukan atau berawal dari komunikasi di media sosial, ini disebabkan karena dalam platform media sosial hampir tidak memiliki keterbatasan dalam penggunaannya. Apabila etika dalam berkomunikasi tidak di terapkan dalam penggunaan media sosial, hal ini mampu menyebabkan banyak permasalahan yang akan terjadi.³ Dalam hal ini, apabila menggunakan media sosial tanpa berpegang pada etika yang benar akan lebih besar pula resiko yang diambil dalam penggunaannya.

1 Uswatun Hasanah. (2023). Study of Instagram's Efforts to Maintain Hadith Authenticity on Media Social. *International Conference on Tradition and Religious Studies*, 1(1), 144–61.

2 Iwan, S., Ibnu, R., Anisa, R., & Siti, H. (2022). Jejak Digital Sebagai Alat Bukti Petunjuk Menurut Pasal 184 Kitab Undang Undang Hukum Acara Pidana. *Jurnal Ilmiah Galuh Justisi*, 10(1), 119.

3 Alya, A., & Abderrahmane, A. (2022). Islamic Ethics & Social Media Use: A Study in Theory & Practice. *Journal of Positive School Psychology* 6(3), 6698–6710.

Salah satu realitas yang terjadi di Indonesia sebagai dampak dari cepatnya informasi lewat penggunaan media sosial yaitu pada saat menjelang pemilu, fenomena buzzer baik individu atau kelompok yang dibayar untuk menyebarkan informasi atau propaganda, menjadi semakin umum. Mereka berperan penting dalam membentuk opini publik melalui media sosial, baik dengan menyebarkan informasi positif tentang kandidat tertentu maupun menyerang lawan politik. Hal ini sering kali berujung pada penyebaran hoax dan ujaran kebencian, yang dapat memperburuk polarisasi di masyarakat.⁴

Menarik untuk di bahas dalam penelitian ini, bagaimana pemahaman dan relevansi Hadis ini jika dikaitkan dengan etika berkomunikasi di media sosial? meskipun dalam penerapannya secara langsung sudah ditetapkan dalam peraturan undang – undang ITE, yang membedakannya adalah bagaimana penerapan ini apabila dilihat langsung dalam perspektif Hadis. Perlu di garis bawahi bahwa Hadis hanya digunakan sebagai landasan teologis dalam berinteraksi secara tatap muka, tidak di dunia maya. Maka dari itu, Hadis ini memberikan panduan moral dalam ruang digital, agar mencegah degradasi kualitas dalam interaksi sosial.

Penelitian ini bukanlah persoalan yang baru dilakukan, sudah banyak yang meneliti terkait dengan etika Berkomunikasi. Diantara penelitian tentang etika Berkomunikasi di Media Sosial ini yaitu, oleh oleh Janah Futihatul, dkk. Penelitian ini membahas bagaimana langkah-langkah preventif atau prinsip etika dalam berkomunikasi untuk menangani data yang diperoleh dari media sosial? Hasil analisis menunjukkan bahwa dengan menerapkan sistem SMART (Salam, Ma'ruf, Tabayyun), data yang dihasilkan dapat dipastikan bukanlah data yang menyesatkan, masalah SARA yang merusak keharmonisan, atau ujaran kebencian yang berpotensi menimbulkan intoleransi di masyarakat.⁵

Selanjutnya penelitian oleh Al Farouqy AR Miftah, dkk. Dengan menggunakan studi Living Hadis sebagai landasan, penelitian ini menyelidiki cara-cara untuk menerapkan etika yang baik di media sosial. Penelitian ini menemukan bahwa etika berkomunikasi pada media digital berdasarkan sudut pandang Hadis yaitu dengan cara: menyampaikan pendapat yang positif atau berupaya untuk membuat konten dan tanggapan yang konstruktif. Seandainya tidak bisa, lebih bijak dalam pengendalian diri atau tidak menanggapi; menghindari untuk mengeluarkan pernyataan negatif, mengandung aspek bullying, atau merusak reputasi orang lain; selalu waspada saat memilih informasi dan bertransaksi di dunia maya; serta tidak bergegas dalam menyebarkan informasi yang meragukan guna menghindari keterlibatan dalam penyebaran informasi yang tidak benar.⁶

Terakhir, penelitian oleh Satria Wiranata, dkk. Studi ini membahas tentang prinsip etika seorang Muslim dalam mencegah kerugian akibat penggunaan media sosial berdasarkan sudut pandang Hadis. Studi ini mengidentifikasi sejumlah Hadis yang melarang perilaku tidak etis dalam konteks peristiwa yang sedang berlangsung di media sosial, seperti minimnya upaya Tabayyun, ketidakresponsifan terhadap Hisab, dan Riya'.⁷

Meskipun sudah banyak yang meneliti terkait Etika Berkomunikasi di Media Sosial Perspektif Hadis. Tetapi belum ditemukan analisis tentang Etika Berkomunikasi di Media Sosial menggunakan dasar pemahaman Hadis Riwayat Bukhari dan Muslim yang berfokus pada studi makna berkata baik dan bagaimana Hadis ini mampu diterapkan dalam kehidupan bermedia sosial.

4 Charisma, W., Munadhil, M., & Fitria, A. (2023). Fenomena Buzzer Di Media Sosial Jelang Pemilu 2024 dalam Perspektif Komunikasi Politik Pemilu di Indonesia diselenggarakan Setiap Lima Tahun Sekali Sesuai dengan Asas yang Digariskan dalam Konstitusi dan Merupakan Mekanisme yang disediakan Oleh Eksekutif. *Avant Garde : Jurnal Ilmu Komunikasi* 11(1), 134–47.

5 Futihatul, J., & Apriyadi, Y. (2021). Etika Komunikasi di Media Sosial Melalui Prinsip SMART (Salam, Ma'ruf, Dan Tabayyun) Perspektif Al-Quran. *Jawi*. 3(2), 101–18.

6 AR, F., M., R. (2022). Etika Komunikasi Media Sosial Perspektif Hadis (Kajian Living Sunnah). *Wardah* 23(2), 218–44..

7 Satria, W., & Abdillah, D. (2023). Etika Komunikasi Muslim dalam Bermedia Sosial Perspektif Hadits. *JOISCOM (Journal of Islamic Communication)*, 4(2), 11–19.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan dua pendekatan utama: Ma'anil hadis dan living hadis. Pendekatan Ma'anil hadis akan digunakan untuk menganalisis teks hadis terkait dengan konsep "berkata baik" yang diriwayatkan oleh Imam Al-Bukhari dan Muslim. Analisis ini melibatkan kajian terhadap teks hadis, konteks historis, serta makna yang terkandung di dalamnya, untuk menggali prinsip-prinsip etika komunikasi yang diajarkan oleh Rasulullah SAW. Pendekatan living hadis akan digunakan untuk melihat penerapan nilai-nilai tersebut dalam kehidupan sosial saat ini, khususnya dalam komunikasi di media sosial. Penelitian ini akan dilakukan dengan menganalisis konten untuk mengidentifikasi bagaimana nilai "berkata baik" diterapkan dalam ruang publik.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Etika Komunikasi dan Makna Berkata Baik

Ucapan tidak hanya mengandung pengertian atau signifikasi khusus, tetapi kerap kali dapat menghadirkan kekuatan tertentu atau bahkan berdasarkan kontradiksinya. Perkataan sering digunakan sebagai alat untuk memberikan dorongan, baik untuk diri sendiri maupun orang lain.⁸ Pada Al-Qur'an, istilah *Qaulan Ma'rufa* digunakan untuk menggambarkan ucapan yang positif. *Qaulan Ma'rufa* merupakan ungkapan yang enak didengar, tidak sulit dipahami, serta ungkapan yang tidak memicu rasa emosional orang lain.⁹ Maka dari itu, penerapan etika dalam berkomunikasi harus selalu berlandaskan pada konsep Al-Qur'an dan Hadis.

Pada aspek ini, teori "*Qaulan Ma'rufa*" merefleksikan nilai-nilai tersebut dalam interaksi sehari-hari. Menjaga perkataan secara umum dinilai sebagai landasan kesantunan berbahasa, karena lidah adalah alat utama untuk berinteraksi secara langsung antara sesama manusia dalam berbagai kepentingan dan situasi. Memelihara perkataan adalah inti dari kesopanan dalam berkomunikasi. Setiap individu memiliki tanggung jawab untuk menjaga ucapan mereka dengan mengucapkan kata-kata yang baik demi kebaikan.

Perkara ini menimbulkan fakta bahwa orang yang bertanggung jawab dalam menjaga perkataan, maka mereka akan mempertimbangkan apa yang mereka lakukan, termasuk keterkaitan dengan Allah SWT dan interaksi dengan sesama manusia, sehingga tidak membawa permusuhan dan kebencian.¹⁰ Dalam Kitab Shahih Tafsir Ibnu Katsir, Jilid 2 (Al-Mubarakfuri, 2006) diuraikan terdapat beberapa perintah untuk berbuat baik kepada individu yang menjadi tanggung jawab dengan memberikan kehidupan yang layak, serta berbicara dengan ucapan dan sikap yang positif.¹¹

Selain itu, Al-Razi menyatakan *Qaulan Ma'rufa* ialah ucapan positif, yang sudah terinternalisasi dalam diri, sehingga orang yang diajak berbicara tidak merasakan pandangan rendah (*Safih*). Ucapan mencerminkan kekecewaan saat belum mampu memberikan bantuan. Ucapan yang tidak menyakiti dan sudah diakui sebagai ungkapan yang positif.¹²

Dalam bahasa Yunani, "etika" mempunyai arti sebagai "tempat tinggal, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, karakter, emosi, sikap, dan pola pikir." Etika adalah pengetahuan tentang kebiasaan. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, "etika" dapat merujuk pada pemahaman yang terkait dengan aspek-aspek yang dianggap positif dan negatif,

8 Siti, H., & Dzikri, N. (2014). Pemahaman Hadis Tentang Optimisme. *Jurnal Studia Insania*, 2(2), 115.

9 Saibatul, S., Hamidah, H., Aulia, I., & Khabib, M. (2021). Menggaungkan Pendidikan Qawlan Ma'rufa Sebagai Etika Pergaulan Dalam Menyikapi Body Shaming. *Jurnal Pendidikan Agama Islam Al-Thariqah*, 6(1), 36–55.

10 Satriah. (2024). Prinsip-Prinsip Kesantunan Berbahasa Dalam Islam. *Jurnal Ilmu Pendidikan dan Sosial*. 2(1), 61–68.

11 Subhan, A., & Irwan, K. (2021). Ragam Komunikasi Verbal Dalam Al-Qur'an. *Jurnal Komunikasi*, 15(2), 153–70.

12 Subur, W. (2015). Al-Quran dan Komunikasi (Etika Komunikasi dalam Perspektif Al-Quran). *Al Burhan: Jurnal Kajian Ilmu Dan Pengembangan Budaya Al-Qur'an*, 15(1), 1–28.

tanggung jawab dan hak-hak moral (etika); sekumpulan nilai yang berkaitan dengan etika; prinsip-prinsip moral yang dianut oleh sekelompok orang atau komunitas.¹³

Nurudin memaparkan terdapat beberapa alasan yang mengharuskan individu untuk mempelajari etika, yaitu: hidup di lingkungan masyarakat yang sangat beragam, sehingga etika sangat penting sebagai panduan dalam berinteraksi sosial. Dengan mempelajari etika, seseorang menjadi sadar akan aturan atau norma yang berlaku dalam masyarakat umum. Sehingga, mereka tahu mana yang sebaiknya dilakukan atau tidak dilakukan.¹⁴

Menurut H.A. Mustafa, etika merupakan salah satu bidang ilmu yang mempelajari prinsip-prinsip moral dengan menilai tindakan manusia berdasarkan pemikiran manusia. Sedangkan, menurut W.J.S. Poerwadarminto etika adalah dasar ilmu yang menyelidiki tentang moral dan akhlak. Demikian juga Ahmad Amin, beliau mengemukakan pandangan yang sama, menurutnya: “Etika ialah disiplin pengetahuan yang mampu menguraikan makna positif dan negatif, menjelaskan tindakan yang semestinya diambil melalui individu, serta tujuan yang perlu dicapai dalam setiap tindakan, dan memberikan panduan tentang bagaimana seharusnya manusia bertindak”.¹⁵

Menurut A. Sonny Kreaf, etika dapat diklasifikasikan menjadi dua kategori utama: Etika Umum, berfokus pada prinsip-prinsip dasar yang mengatur tindakan etis manusia. Etika Khusus, menerapkan prinsip-prinsip tersebut dalam konteks tertentu. Misalnya dalam konteks komunikasi, etika umum mencakup prinsip-prinsip dasar dan nilai-nilai moral yang menjadi pedoman dalam komunikasi secara luas. Sedangkan etika khusus mencakup berbagai bidang seperti komunikasi bisnis, media, interpersonal dan publik. Etika khusus terbagi menjadi dua kategori: Etika individual berfokus pada tanggung jawab dan perilaku individu terhadap pribadi. Etika sosial membahas mengenai tanggung jawab, sikap, dan tindakan individu dalam konteks masyarakat, yang berhubungan dengan nilai-nilai kesopanan, etika dan saling menghargai.¹⁶

Etika dalam berkomunikasi memaparkan norma-norma etis yang diterapkan oleh pelaku dan penerima pesan. Dalam hal ini, tata krama pada saat berkomunikasi memiliki 7 perspektif berbeda dalam pendefinisian, yakni: Perspektif Politik, dalam sudut pandang ini, etika berperan krusial dalam membangun norma-norma ilmiah dalam praktik komunikasi, mengembangkan sikap adil berdasarkan kebebasan, menetapkan motivasi sebagai prioritas, dan menghargai perbedaan. Perspektif Sifat Manusia, perilaku manusia yang bersifat kemanusiaan berasal dari objektivitas yang menyadari apa yang dikerjakan dan melakukannya secara leluasa. Perspektif Dialogis, perspektif ini menyebutkan bahwa komunikasi adalah proses interaksi dialogis yang berlangsung secara dua arah.¹⁷

Selanjutnya berdasarkan sudut pandang Situasi, perspektif ini menyebutkan etika memperhatikan peran dan fungsi komunikator, norma-norma masyarakat, tingkat kesadaran, pentingnya pelaksanaan komunikasi, target dan prinsip masyarakat, serta ukuran untuk komunikasi yang bermoral. Berdasarkan sudut pandang Religius, kitab suci dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam etika komunikasi yang dapat membantu individu menemukan pedoman dalam setiap tindakan mereka. Berdasarkan sudut pandang Utilitarian, perspektif ini digunakan untuk menilai

13 KBBI. (2023). Etika. Retrieved September 18, 2024, from KBBI website: <http://www.kbbionline.com/arti/kbbi/etika>

14 Sri, W. (2021). Etika Berkomunikasi di Media Sosial (Whatsapp). *EUNOIA (Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia)*, 1(2), 156.

15 Joko, S. (2020). Etika Komunikasi Islami. *WARAQAT: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 1(1), 24.

16 Rerim, M., & Suyatno. (2016). Etika Komunikasi dalam Menggunakan Media Sosial (Instagram). *Jurnal Universitas Pamulang*, 8(1), 165–75.

17 Rahmanita, G., Agus, Y., Abdul, R., Sardjana, O., Manullang, Albert, S., Sentosa, Devi, K., Tri, P., Tika, D., Aulia, A., & Faried, E. (2021). *Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing*. R. Fauzi (Eds.) Cirebon: Penerbit Insania.

aspek kegunaan, kepuasan, dan kebahagiaan. Berdasarkan sudut pandang Legal, perspektif ini ditepatkan dengan peraturan yang ada dan dipandang sebagai integritas yang sopan.¹⁸

Selain itu sudah banyak dijelaskan dalam beberapa Undang-Undang ITE tentang kebebasan berependapat namun harus sesuai dengan etika dan hukum yang berlaku. Salah satunya terdapat dalam UUD 1945 Pasal 28E ayat (3) menyebutkan: “Setiap individu mempunyai hak untuk menyampaikan pendapat dan berkomunikasi, tetapi hak ini dapat dibatasi oleh peraturan demi melindungi hak-hak orang lain.” Pasal ini memberikan jaminan konstitusional yang tegas dan langsung kebebasan untuk berserikat, berkumpul, dan mengemukakan pendapat. Ketentuan ini tidak hanya berlaku bagi penduduk asli, namun bagi semua individu, termasuk wisatawan asing.¹⁹

Berdasarkan paparan tersebut, disimpulkan bahwa seseorang yang tak menerapkan etika berkata baik dalam berkomunikasi maka akan di kucilkan oleh lingkungan sekitarnya karena di anggap tidak memiliki kesopansantunan dalam berkomunikasi. Fenomena ini sering kali terjadi terutama pada zaman modern saat ini, hampir seluruh masyarakat menolak seseorang yang tidak menerapkan etika dalam berkomunikasi walaupun masyarakat membutuhkannya. Meskipun orang tersebut seorang tokoh masyarakat, apabila seseorang tersebut tidak menerapkan etika berkomunikasi maka ia akan tetap di kucilkan di lingkungan sekitarnya.

2. Makna Hadis tentang Berkata Baik

Hadis menekankan pentingnya menggunakan bahasa yang baik dalam komunikasi. Nabi SAW mengajarkan untuk memilih kata-kata yang tepat agar komunikasi menjadi efektif dan tidak menimbulkan kesalahpahaman. Selain itu, Hadis juga menyeru umat Islam untuk memilih diam ketika tidak mampu berkomunikasi dengan cara yang baik. Ini berarti, dalam konteks komunikasi, umat Islam dianjurkan untuk menahan diri dari pembicaraan yang tidak berguna atau tidak bermanfaat serta tidak sembarangan ketika berbicara.²⁰

Terdapat beberapa Hadis-Hadis yang relevan dalam makna berkata baik dan penerapan etika berkomunikasi di media sosial salah satunya Hadis yang disampaikan oleh Imam Bukhari dan Imam Muslim, yaitu :

حَدَّثَنَا عَبْدُ اللَّهِ بْنُ يُوسُفَ ، حَدَّثَنَا اللَّيْثُ ، قَالَ : حَدَّثَنِي سَعِيدُ الْمَقْبُرِيُّ ، عَنْ أَبِي شَرِيحٍ الْعَدَوِيِّ ، قَالَ : سَمِعْتُ أُذُنَايَ ، وَأَبْصَرْتُ عَيْنَايَ ، حِينَ تَكَلَّمَ النَّبِيُّ ﷺ فَقَالَ : مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكْرِمْ جَارَهُ ، وَمَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكْرِمْ ضَيْفَهُ جَائِزَتَهُ (٣). قَالَ (٢) : وَمَا جَائِزَتُهُ يَا رَسُولَ اللَّهِ ؟ قَالَ : يَوْمٌ وَلَيْلَةٌ ، وَالضِّيَافَةُ ثَلَاثَةُ أَيَّامٍ ، فَمَا كَانَ وَرَاءَ ذَلِكَ فَهُوَ صَدَقَةٌ (٤) (عَلَيْهِ ، وَمَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكْرِمْ خَيْرًا ، أَوْ لِيَصْنُتْ²¹

Telah menceritakan kepada kami Abdullah bin Yusuf telah menceritakan kepada kami Al Laits dia berkata: telah menceritakan kepadaku Sa'id Al Maqburi dari Abu Syuraih Al 'Adawi dia berkata; "Saya telah mendengar dengan kedua telingaku dan melihat dengan kedua mataku ketika Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam

18 Ginting et al.

19 Bahar, E., Isharyanto., & Agus, R. (2019). Kajian Mengenai Kebebasan Berhimpun dan Berserikat Pasal 28E Ayat (3) Undang-Undang Dasar 1945 Melalui Organisasi Kemasyarakatan Kaitannya dengan Teori Kedaulatan Rakyat dan Hak Asasi Manusia. *Jurnal Hukum Dan Pembangunan Ekonomi*, 7(1), 52.

20 Bahrudin. (2008). Prinsip-Prinsip Komunikasi dalam Hadis Nabi. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 4(11), 1093–1116.

21 Imam, A. B. M. B. I. B. A. A. (2022). *Shahih Al-Bukhari Al-Jami' Al-Musnad Al-Sabeeh Jilid 8*. Nasr-Kairo-Republik Arab Mesir: Pusat Penelitian dan Teknologi Informasi Dar Al-Taseel. & Imam, A. N. (2013). *Syarah Shahih Muslim, Tahqiq Khalil Ma'mun Syiha*. Jakarta : Darus Sunnah.

mengucapkan sabdanya: "Barangsiapa beriman kepada Allah dan hari akhir hendaknya ia memuliakan tetangganya, dan barangsiapa beriman kepada Allah dan hari Akhir hendaknya ia memuliakan tamunya, dan menjamunya" dia bertanya; 'Apa yang dimaksud dengan menjamunya wahai Rasulullah?' beliau menjawab: "yaitu pada siang dan malam harinya, bertamu itu tiga hari, lebih dari itu adalah sedekah bagi tamu tersebut." Dan beliau bersabda: "Barang siapa beriman kepada Allah dan hari akhir, hendaknya dia berkata dengan baik atau diam. (HR. Bukhari Hadis ke 6024 dan Muslim ke 4428).

Menurut para ahli agama, Hadis ini termasuk Hadis Shahih. Berdasarkan pandangan para perawi, Abu Syuraih Al 'Adawi dianggap sebagai perawi yang Tsiqah (terpercaya). Misalnya, An-Nasa'i menilai bahwa Abu Syuraih memiliki kualitas perawi yang tinggi. Abu Hatim juga menilai Abu Syuraih sebagai perawi yang Shaduq (baik), menunjukkan bahwa ia memiliki reputasi yang baik dalam meriwayatkan Hadis. Redaksi Hadis ini juga ditemukan dalam Shahih al-Bukhari (No. 6018, 6136, 6475), Sunan Abu Dawud (No. 5154), Sunan at-Tirmidzi (No. 2500), Sunan Ibnu Majah (No. 3971), Musnad Ahmad (II/267, 433, 463), dan Sunan Al-Baihaqi (VIII/164)].²²

Dalam Hadis ini Imam Bukhari menyebutkan *مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ* (*Barangsiapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir*). Artinya, "Barangsiapa beriman", adalah Iman yang utuh. Artinya, siapapun yang meyakini Allah sebagai penciptanya dan percaya bahwa Dia akan memberikan balasan atas segala amal perbuatan yang telah dilakukan, maka seharusnya ia melaksanakan hal-hal yang telah disebutkan.

فَلْيُكْرِمْ جَارُهُ (*Hendaklah memuliakan tetangganya*). Perintah untuk 'memuliakan' bervariasi tergantung pada individu dan situasi. Sesekali berbentuk *Fardhu A'in* (kewajiban pribadi) dan sese kali *Fardhu Kifayah* (kewajiban bersama) serta bisa juga berupa *Mustahab* (diminati). Namun, semuanya termasuk dalam kategori akhlak yang terpuji.

وَمَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكْرِمْ ضَيْفَهُ (*Barangsiapa beriman kepada Allah dan hari akhir maka hendaklah memuliakan tamunya*).

جَائِزَتُهُ قَالَ وَمَا جَائِزَتُهُ يَا رَسُولَ اللَّهِ قَالَ يَوْمٌ وَلَيْلَةٌ وَالضَّيْفَةُ ثَلَاثَةُ أَيَّامٍ فَ (*Hadiahnya. Beliau berkata. "Apakah hadiahnya wahai Rasulullah?" Beliau bersabda, "Sehari semalam. Menjamu tamu adalah selama tiga hari".*)

وَمَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكُنْ خَيْرًا أَوْ لِيَصْنُتْ أَوْ لِيَصْنُتْ (*Dan barangsiapa beriman kepada Allah dan hari akhir maka hendaklah mengatakan yang baik atau diam*). Ungkapan *liyashmut* dapat dibaca *lisyashmit*. Ini termasuk 'jawami' al kalim' (ungkapan ringkas serta bermakna), sebab ucapan dikelompokkan menjadi positif atau negatif. Segala ucapan yang digunakan, wajib maupun sunnah termasuk dalam kategori kebaikan. Oleh karena itu, diperbolehkan untuk mengucapkannya dalam berbagai bentuk. Sementara itu, hal-hal yang tergolong keburukan, ketika seseorang berisiko terjebak di dalamnya dia dianjurkan untuk diam. Hadis ini dari kedua sumbernya mencakup tiga aspek yang mengumpulkan akhlak yang baik, baik dalam bentuk ucapan maupun tindakan. Dua aspek pertama termasuk dalam kategori tindakan. Sedangkan bagian awal dari keduanya berkaitan dengan menjauhi perilaku yang buruk. Tidak tergesa-gesa untuk kembali pada instruksi menghiasi diri dengan perilaku yang positif.

22 Abu, Z. Y. B. S. (2007). *Arba 'in Nawawi: Matan Dan Terjemah*. Surabaya: Pustaka Syabab Surabaya, 2007).

Sebagai kesimpulan, siapa pun yang beriman, akan menunjukkan sikap kasih sayang kepada makhluk Allah, bisa melalui ucapan yang baik maupun dengan menghindari perbuatan buruk, serta melakukan hal-hal yang bermanfaat atau menjauhi hal-hal yang merugikan.²³

3. Relevansi Hadis Berkata Baik atau Diam dalam Etika Berkomunikasi di Media Sosial

Etika komunikasi tidak hanya melibatkan pilihan kata atau penggunaan bahasa yang formal, melainkan lahir dari niat murni yang dapat diungkapkan melalui kedamaian, ketabahan, dan kepedulian dalam berinteraksi. Hal ini bertujuan untuk menciptakan interaksi timbal balik yang mencerminkan apresiasi, kepedulian, dan support diantara semua entitas yang terlibat.²⁴ Pada saat berkomunikasi seseorang hampir tidak memiliki keterbatasan dalam mengemukakan pendapat, salah satunya keterbatasan dalam media. Artinya, komunikasi dapat dilakukan dengan cara apapun bisa dari mengirim surat, komunikasi secara *face to face* (tatap muka) dan lain sebagainya. Dalam komunikasi interpersonal secara langsung, kelebihan utamanya terletak pada kemampuan untuk mengamati reaksi dan tanggapan lawan bicara secara langsung.²⁵ Sedangkan pada komunikasi digital, kendala geografis tidak lagi menjadi penghalang dalam berkomunikasi, sehingga kualitas interaksi seseorang dapat tetap terjaga tanpa dibatasi oleh perbedaan lokasi.²⁶

Berdasarkan Hadis yang diriwayatkan oleh Imam Al Bukhari mengenai “berkata baik atau diam” memiliki relevansi signifikan dalam etika komunikasi di media sosial. Hadis yang sudah ada sejak zaman Rasulullah SAW, ternyata masih sangat relevan dengan tantangan komunikasi di era digital saat ini. Ini dibuktikan oleh beberapa sumber akademis dan literatur Islam yang menjelaskan prinsip-prinsip etika dalam berinteraksi di dunia virtual. Pada Hadis tersebut ditegaskan bahwa berbicara dengan cara yang baik adalah salah satu aspek utama Iman.²⁷ Ketika berinteraksi di media sosial, seorang Muslim diminta untuk selalu berkomunikasi dengan bahasa yang santun dan bebas dari unsur yang tidak pantas. Selain itu, pada Hadis ini memiliki beberapa poin yang menjelaskan tentang kaitan tersebut, diantaranya :

1. Menjaga ucapan dan menghindari perkataan buruk

Secara kontekstual, penelitian mengenai Hadis ini sangat relevan dalam konteks modern, karena Hadis ini sangat relevan dengan etika berkomunikasi di media sosial, di mana seseorang perlu berhati-hati dengan apa yang diposting atau dalam berkomentar. Seseorang harus selalu diingatkan untuk menjaga ucapan dan menghindari kata-kata kasar, provokasi, atau pernyataan yang mengandung kebencian yang dapat menyakiti orang lain. Sebagai contoh konkrit, Hadis ini mengajarkan bahwa jika seseorang tidak dapat berbicara dengan baik, sebaiknya diam. Ini berarti menghindari postingan atau komentar yang potensial menyakitkan atau menyinggung orang lain.²⁸ Prinsip ini mendorong individu untuk senantiasa memilih perkataan yang bijak dan penuh pertimbangan. Sehingga pada konteks

23 Ibnu, H. A. A. (2021). *Fathul Baari (Penjelasan Kitab Shahih Al Bukhari)*. In S. A. A. Abdullah Bin Baz (Eds) Indonesia: Cetakan Pustaka Azzam.

24 Kismiyati, E., & Uud, W. (2019). Etika Berkomunikasi dalam Menggunakan WhatsApp. In F. Junaedi & G. F. Sukmono (Eds), *Komunikasi Dalam Media Digital*. Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta.

25 Muhammad, A. F., Indry, A. P., & Suhairi, S. (2021). Keterampilan Interpersonal dalam Berkomunikasi Tatap Muka. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, (2)1, 46–58.

26 Pipit, E. P. (2022). *Komunikasi dan Komunikasi Digital*. In. Guepedia/La (Eds) Indonesia: Guepedia.

27 Abdullah, A., Istika, A., & Dwi, I. K. (2022). Etika Komunikasi Islam dalam Media Sosial. *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 1(2), 1–15.

28 Syawal, K. P., Erwin, H., & Arifuddin, A. (2023). Etika Berkomunikasi dalam Prespektif Hadis. *Jurnal Ilmu Pendidikan dan Sosial*, 2(2), 79–89.

digital, ini berarti melakukan penyaringan terhadap setiap pikiran dan pendapat sebelum mengungkapkannya secara publik. Jika menerapkan prinsip tersebut dapat mencegah terjadinya konflik dan menjaga harmoni dalam interaksi sosial, baik secara langsung maupun di ruang digital.

Dalam konteks di mana terdapat penyebaran informasi yang tidak akurat atau berita palsu, seorang Muslim perlu memiliki pengetahuan untuk memilah informasi sebelum menyebarkannya. Ini memastikan bahwa apa yang disebar adalah benar dan tidak merugikan pihak lain. Pada saat berkomunikasi di media sosial, seorang Muslim harus lebih mempertimbangkan beberapa faktor etika. Salah satunya, etika menuntut individu untuk menerapkan perilaku mulia dan arif dalam berbagai aspek kehidupan, baik dalam interaksi langsung maupun digital, sehingga mencerminkan nilai-nilai ajaran Islam dalam setiap tindakan dan komunikasi.²⁹ Dengan menerapkan nilai tersebut, seseorang mampu menciptakan ruang digital yang lebih positif dan bermanfaat bagi semua orang. Selain itu, salah satu alasan mengapa Hadis ini sangat Relevan jika di kaitkan dengan konteks berkomunikasi di media sosial yaitu karena setiap kata yang seseorang tulis atau ucapkan dapat mempunyai pengaruh yang lebih signifikan dibandingkan dengan komunikasi secara tatap muka.

2. Menyebarkan kebaikan dan manfaat

Berdasarkan Hadis yang diriwayatkan oleh Abu Hurairah dalam Kitab Shahih Bukhari dan Muslim dinyatakan: “*Barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir, hendaklah ia berkata yang baik atau diam*”.³⁰ Ini ditegaskan bahwa berbicara melalui pendekatan yang positif merupakan aspek utama iman.³¹ Di media sosial, seseorang memiliki kesempatan untuk menyebarkan kebaikan dan manfaat melalui kata-kata dan konten yang dibagikan. Dengan berkata baik, seseorang mampu memberikan motivasi, ilmu, atau inspirasi kepada orang lain. Contohnya, dalam menggunakan media sosial, seorang Muslim harus berusaha membuat konten yang baik dan memberikan respons yang positif supaya para pengguna media sosial lain mendapatkan manfaat dari konten yang telah di bagikan.³² Hal ini sejalan dengan prinsip dakwah bil hikmah, yaitu menyampaikan kebaikan dengan cara yang bijaksana, santun, dan mengedepankan etika berkomunikasi yang baik.³³ Dengan demikian, media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk menyebarkan kebaikan, menginspirasi, dan memberikan pencerahan bagi sesama, bukan sebaliknya menjadi wadah untuk saling menyakiti, menyebarkan fitnah, atau menebar kebencian.

Postingan yang baik di media sosial dapat memberikan manfaat yang signifikan. Menurut studi kontekstualisasi Hadis dalam kitab Fath al-Bārī Syarah Ḥadīth Ṣaḥīḥ al-Bukhārī, memposting tulisan positif dapat dianggap sebagai sedekah. Ini berarti bahwa tindakan positif di media sosial dapat memberikan kesejahteraan dan ketentraman bagi orang lain.³⁴ Selain berbicara yang baik, seorang Muslim juga harus meningkatkan keimanan dan ketakwaan,

29 Cep, S., Jenuri. (2023). Virtual Communication : Etika Bermedia Sosial. *Comm-Edu*, 6(2), 135–43.

30 Imam, A. B. M. B. I. B. I. B. A. A. (2022). *Shahih Al-Bukhari Al-Jami' Al-Musnad Al-Sabeeh Jilid 8*. Nasr-Kairo-Republik Arab Mesir: Pusat Penelitian dan Teknologi Informasi Dar Al-Taseel. & Imam, A. N. (2013). *Syarah Shahih Muslim, Tahqiq Khalil Ma'mun Syiha*. Jakarta : Darus Sunnah.

31 Diana, L. Skripsi : *Iman Perspektif Nurcholish Madjid*. (Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah, 2017), 79.

32 A. F. Ali. (2023). Etika Bermedia Sosial: Kajian Kontekstual Hadis Al-Muslimu Man Salima Al-Muslimūna Min Lisānihi Wa Yadihi. *Tammat (Journal Of Critical Hadith Studies)*, 1–12.

33 Nur, A. (2019). Urgensi Dakwah Bil Hikmah pada Generasi Millennial. *Idarotuna*, 1(2), 33–46.

34 Althaf, H. M., & Fahrudin, F. (2020). Kontekstualisasi Hadis dalam Interaksi Media Sosial yang Baik di Era Millennial dalam Kitab Fath Al-Bārī Syarah Hadis Al-Bukhārī. *Diroyah : Jurnal Studi Ilmu Hadis*, 5(1), 12–20.

mempererat persaudaraan, dan menyebarkan kebaikan serta menghindari kemunkaran. Hal ini dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti rajin beribadah, mempelajari dan mengamalkan ajaran agama, bersilaturahmi dengan sesama, berbuat baik kepada keluarga, tetangga, dan masyarakat sekitar, serta senantiasa menjalankan *amar ma'ruf nahi munkar* (mengajak kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran).³⁵ Dengan demikian, seorang Muslim tidak hanya menjadi teladan dalam bertutur kata, tetapi juga menjadi inspirator dan motivator bagi lingkungannya dalam menjalani kehidupan yang bermakna, bermoral, dan berakhlak mulia.

3. Menghindari fitnah dan ghibah

Ghibah (menggunjing) dan fitnah (menyebarkan kebohongan) adalah dua perilaku yang sangat dilarang dalam Islam. Ghibah terjadi ketika seseorang membicarakan keburukan orang lain tanpa sepengetahuannya, sedangkan fitnah melibatkan penyebaran informasi palsu yang dapat merusak reputasi seseorang.³⁶ Dalam konteks media sosial, kedua tindakan ini sering kali terjadi dengan cepat dan meluas, sehingga dampaknya bisa sangat merugikan. Di era media sosial, fitnah dan ghibah sangat mudah tersebar. Hadis ini mengingatkan kita untuk tidak membicarakan keburukan orang lain atau menyebarkan informasi yang belum tentu kebenarannya. Dalam situasi di mana seseorang merasa ingin sekali untuk berbicara negatif tentang orang lain, Hadis ini mendorong untuk tidak melakukan tetapi lebih memilih untuk diam. Sikap diam dalam konteks ini bukan berarti pasif atau tidak peduli, melainkan suatu bentuk pengendalian diri yang bijaksana, di mana seseorang memilih untuk meredam amarah, menahan diri dari fitnah, dan lebih memilih untuk introspeksi diri. Dengan berdiam diri, seseorang dapat menghindari perbuatan yang merugikan diri sendiri dan orang lain, serta mencegah penyebaran perkataan yang tidak bermanfaat yang dapat merusak hubungan sosial dan menimbulkan konflik.

Media sosial sering kali menjadi ladang subur bagi prasangka buruk dan rumor. Dalam Al-Qur'an, Allah SWT berfirman: "*Dan janganlah sebagian kamu menggunjing sebagian yang lain*" (QS. Al-Hujurat: 12).³⁷ Dengan menerapkan prinsip "berkata baik atau diam," pengguna media sosial dapat menghindari terjebak dalam siklus ghibah dan fitnah yang merugikan. Sebelum membagikan informasi, penting untuk melakukan *tabayyun* (verifikasi).³⁸ Hadis ini mengajarkan kita agar tidak menyebarkan informasi yang kebenarannya masih diragukan. Dalam konteks media sosial, ini berarti memeriksa fakta sebelum membagikan berita atau komentar, sehingga kita tidak ikut serta dalam menyebarkan fitnah. Jadi, dengan menerapkan prinsip "berkata baik atau diam," seseorang dapat menciptakan lingkungan media sosial yang lebih positif. Ini membantu membangun hubungan yang lebih baik antar individu dan mengurangi konflik di masyarakat. Lebih dari sekadar menjaga keharmonisan, prinsip Hadis ini merupakan manifestasi nyata dari akhlak mulia yang diajarkan dalam Islam, yaitu menjadikan komunikasi sebagai sarana untuk saling menghormati, memahami,

35 Kartini, K., & Fachrur, R. (2021). Implementasi Amar Ma'Ruf Nahi Mungkar dalam Kehidupan Sosial. *At-Tanzir: Jurnal Ilmiah Prodi Komunikasi Penyiaran Islam*, 12(1), 123–38.

36 Yayasan Pendidikan Cendekia Muslim. (2024). Menghindari Ghibah dan Fitnah: Etika Islam dalam Berbicara. Retrieved December 14, 2024, from cendekiamuslim.or.id website: <https://cendekiamuslim.or.id/menghindari-ghibah-dan-fitnah-etika-islam-dalam-berbicara>.

37 Quran.com. (2024). QS. Al-Hujurat: 12. Retrieved December 14, 2024, from quran.com website : <https://quran.com/id/kamar-kamar/12-13>.

38 Rahmanita, G., Agus, Y., Abdul, R., Sardjana, O., Manullang., Albert, S., Sentosa., Devi, K., Tri, P., Tika, D., Aulia, A., & Faried, E. (2021). *Etika Komunikasi dalam Media Sosial : Saring Sebelum Sharing*. R. Fauzi (Eds.) Cirebon: Penerbit Insania.

dan menghadirkan kedamaian.³⁹ Dengan menerapkan kesadaran ini, setiap individu dapat berkontribusi dalam menciptakan ruang digital yang lebih sehat, empati, dan konstruktif, di mana perbedaan pendapat tidak lagi menjadi sumber perselisihan, melainkan peluang untuk saling belajar dan tumbuh bersama.

4. Berpikir sebelum berbicara dan menulis postingan

Dalam konteks ini, Hadis ini menekankan pentingnya “berpikir sebelum berklik” atau “berpikir sebelum berbicara” di media sosial. Seseorang perlu mempertimbangkan baik-baik sebelum memposting atau berkomentar, jika seseorang merasa bahwa pernyataan tersebut tidak akan merugikannya, maka silakan diungkapkan. Namun, jika diperkirakan ucapan tersebut akan membawa mudharat, maka lebih baik diam. Selain itu, media sosial memungkinkan postingan kita menjangkau jutaan orang dalam hitungan detik. Setiap kata yang ditulis atau diucapkan dapat memiliki konsekuensi signifikan, baik itu positif maupun negatif. Hal ini menuntut tanggung jawab yang besar dari setiap pengguna untuk berpikir panjang sebelum memposting atau membagikan konten apa pun.⁴⁰ Kekuatan media sosial terletak pada kemampuannya untuk menciptakan gelombang informasi yang dapat dengan cepat membentuk opini publik, mempengaruhi sikap masyarakat, dan bahkan menggerakkan aksi sosial.⁴¹ Oleh karena itu, diperlukan kesadaran kritis dan etika bermedia sosial yang tinggi, di mana setiap individu memahami bahwa setiap postingan memiliki potensi untuk memberikan manfaat atau justru menimbulkan kerusakan dalam waktu yang sangat luas.⁴²

Maka, Hadis ini mengingatkan untuk menyebarkan informasi yang positif dan berguna. Apabila informasi yang akan disampaikan dapat merusak, menyakiti, atau menyesatkan, lebih baik diam dan tidak menulis atau membagikannya. Hadis ini memiliki prinsip untuk menuntun pengguna media sosial lebih bijak dalam memilih kata-kata. Konten yang negatif atau tidak produktif di media sosial sering kali berasal dari keputusan tergesa-gesa tanpa pemikiran matang.⁴³ Hadis ini mendorong untuk berlatih kebijaksanaan sebelum berbicara atau menulis, baik dalam aktivitas sehari-hari maupun digital. Dengan demikian, seseorang perlu mengembangkan kemampuan introspeksi dan kontrol diri. Praktik ini membutuhkan latihan berkelanjutan untuk mengasah kepekaan sosial, empati, dan kecerdasan emosional, sehingga setiap individu dapat menjadi komunikator yang bertanggung jawab, baik di dunia nyata maupun di ruang digital yang serba terhubung.

5. Menjaga privasi orang lain

Hadis ini menekankan pentingnya menjaga lisan dan tidak mengungkapkan aib orang lain. Dalam konteks media sosial, ini berarti menghindari berbagi informasi pribadi atau negatif tentang orang lain yang dapat merusak reputasi mereka. Karena media sosial adalah tempat di mana seseorang seringkali membagikan informasi pribadi, baik itu foto, video, atau cerita kehidupan sehari-hari. Informasi ini dapat menjadi sangat sensitif dan pribadi.⁴⁴

39 Muhammad, I. S., Muhammad, W. A., Muhammad, H., & Khairul, A. (2021). Prinsip Komunikasi Islam Sebagai Etika Bermedia Sosial. *Journal of Communication Studies*, 1(1), 15–29.

40 Mukhlizar, M., & Fitria, Y. (2023). Hoax dan Tanggung Jawab Sosial Pengguna Sosial Media, *Kaganga: Jurnal Pendidikan Sejarah dan Riset Sosial Humaniora*, 6(2), 461–66.

41 Suhendra., & Feny, S. P. (2024). Peran Komunikasi Digital dalam Pembentukan Opini Publik : Studi Kasus Media Sosial. *IAPA Proceedings Conference*. 293–315.

42 Puji, R. (2019). Literasi Digital dan Etika Media Sosial di Era Post-Truth. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 24.

43 Nisfa, L. I. (2024). Upaya Penanaman Penggunaan Media Sosial dalam Melindungi Anak-Anak dari Dampak Negatif Media Sosial. *JOIES (Journal of Islamic Education Studies)*, 8(2), 232–54.

44 Yulita, R. V., Nur, H., Anna, V. A. N., Istivani, F. A., & Arista, P. (2023). Etika Penggunaan Media Sosial: Memahami

Dalam hal ini, banyak pengguna media sosial cenderung membagikan informasi pribadi atau detail kehidupan orang lain secara berlebihan. Hadis ini memberikan motivasi untuk mempertimbangkan dengan matang apakah informasi yang disebarakan tentang orang lain bermanfaat atau justru melanggar privasi mereka. Jika tidak ada manfaat atau malah bisa merugikan, lebih baik diam dan tidak membagikan informasi tersebut. Penyebaran informasi pribadi yang bersifat negatif bisa berubah menjadi ghibah (menggunjing) atau fitnah.⁴⁵

Dengan memahami maksud Hadis ini, dapat membantu seseorang supaya terhindar dari tindakan membicarakan keburukan atau membagikan aib orang lain di platform media sosial. Islam sangat menjunjung tinggi etika sosial, termasuk dalam menghormati privasi individu.⁴⁶ Hadis ini sejalan dengan nilai-nilai tersebut, mengarahkan seseorang untuk tidak berbicara atau memposting sesuatu yang bisa melanggar hak privasi orang lain, dan hanya berbicara atau bertindak jika itu mendatangkan kebaikan bagi semua pihak.⁴⁷ Prinsip ini mendorong individu untuk menjadi penyaring aktif informasi, mempertimbangkan dampak setiap kata dan tindakan yang akan dilakukan. Hal ini menuntut kesadaran mendalam akan tanggung jawab sosial, di mana setiap komunikasi tidak sekadar diukur dari kebebasan berekspresi, melainkan dari kontribusinya terhadap keharmonisan dan kesejahteraan bersama.⁴⁸ Dengan demikian, media sosial dapat diubah menjadi ruang dialog konstruktif yang mengedepankan empati, saling pengertian, dan upaya membangun hubungan yang lebih bermakna dan bermartabat.

Jadi kesimpulan dari pernyataan diatas adalah bahwa Hadis tentang “Berkata yang Baik atau Diam” yang di Riwayatkan oleh Imam Al Bukhari dan Muslim sangat relevan dalam etika berkomunikasi di media sosial. Hadis ini memberikan panduan untuk selalu mempertimbangkan bagaimana dampak dari apa yang disampaikan baik melalui perkataan secara tidak langsung atau tulisan. Dengan menerapkan tuntunan dari Hadis ini pengguna sosial media secara tidak langsung sudah berkontribusi pada terbentuknya komunikasi yang positif, bijaksana, dan bertanggung jawab di media sosial.

D. Kesimpulan

Artikel ini mengkaji secara mendalam prinsip berkata baik dalam tradisi As-Sunnah dan relevansinya dengan etika berkomunikasi di media sosial berdasarkan riwayat hadis dari Al-Bukhari dan Muslim. Kesimpulan utama yang dapat ditarik adalah bahwa ajaran Islam tentang pentingnya menjaga tutur kata memiliki signifikansi yang sangat relevan dalam konteks komunikasi digital masa kini. Hadis-hadis yang dianalisis memberikan panduan terbaik bagi muslim dalam berkomunikasi, dengan menekankan prinsip-prinsip utama: (1) Menjaga ucapan dan menghindari perkataan buruk; (2) menyebarkan kebaikan dan manfaat; (3) menghindari fitnah dan ghibah; (4) berpikir sebelum berbicara dan menulis postingan; dan (5) menjaga privasi orang lain. Dalam konteks media sosial, prinsip-prinsip ini menjadi sangat krusial mengingat kecepatan dan jangkauan informasi yang dapat mencapai jutaan orang dalam hitungan detik. Penelitian ini menunjukkan bahwa etika komunikasi dalam Islam tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga memiliki aspek praktis yang sangat penting

Perilaku Oversharing pada Aplikasi Instagram. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Sistem Informasi*, 3(1), 535–41.
45 Arsyad, N. H., & Anis, M. (2020). Verifikasi Informasi dan Ancaman Penyebar Hoaks Menurut Q:S Al-Hujurat & An-Nur. *TADWIN : Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 1(1), 13–31.

46 Fatmawati, A. (2024). Etika Sosial dalam Islam. Retrieved December 15, 2024, from [kuliahalislam.com website](https://kuliahalislam.com/etika-sosial-dalam-islam/) : <https://kuliahalislam.com/etika-sosial-dalam-islam/>.

47 Munirah. Skripsi : *Hadis tentang Menjaga Lisan dan Tangan (Suatu Kajian Tahlili)*. (Makassar : UIN Alauddin, 2016), 105.

48 Rusli. (2019). Kebebasan Berkomunikasi dalam Perspektif Islam. *Al-Hikmah*. 1–19.

dalam menghadapi tantangan komunikasi digital saat ini. Oleh karena itu, media sosial tidak hanya dilihat sebagai alat teknologi, melainkan sebagai sarana interaksi yang memerlukan tanggung jawab moral dan etika yang tinggi. Kesimpulannya, ajaran As-Sunnah tentang berkomunikasi tidak hanya relevan, tetapi juga berfungsi sebagai pedoman etis yang sangat diperlukan dalam menjelajahi ruang digital saat ini, di mana setiap orang memiliki tanggung jawab untuk membangun lingkungan komunikasi yang sehat, konstruktif, dan bermartabat.

Daftar Pustaka

- Abdullah, & Dwi, I. K. (2022). Etika Komunikasi Islam dalam Media Sosial. *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 1(2), 1–15.
- Ad-Dimasqi, A. Z. Y. B. S. A. N. (2007). *Arba'in Nawawi: Matan dan Terjemah*. Surabaya: Pustaka Syabab.
- Alhidayatillah, N. (2019). Urgensi Dakwah Bil Hikmah pada Generasi Millenial. *Idarotuna*, 1(2), 33–46.
- Ali, A. F. (2023). Etika Bermedia Sosial: Kajian Kontekstual Hadis Al-Muslimu Man Salima Al-Muslimūna Min Lisānihi Wa Yadihi. *Tammāt (Journal Of Critical Hadith Studies)*, 1–12.
- Alnuaimi, A. J., & Azzi, A. (2022). Islamic Ethics & Social Media Use: A Study in Theory & Practice. *Journal of Positive School Psychology*, 6(3), 6698–6710.
- Bahrudin. (2008). Prinsip-Prinsip Komunikasi dalam Hadis Nabi. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 4(11), 1093–1116.
- Elfudlatsani, B., Isharyanto., & Agus, R. (2019). Kajian Mengenai Kebebasan Berkumpul dan Berserikat Pasal 28E Ayat (3) Undang-Undang Dasar 1945 Melalui Organisasi Kemasyarakatan Kaitannya dengan Teori Kedaulatan Rakyat dan Hak Asasi Manusia. *Jurnal Hukum dan Pembangunan Ekonomi*, 7(1), 52.
- Farouqy, A. M. A., & M, F. R. (2022). Etika Komunikasi Media Sosial Perspektif Hadis (Kajian Living Sunnah). *Wardah*, 23(2), 218–44.
- Fatmawati, A. (2024). Etika Sosial dalam Islam. Retrieved December 15, 2024, from kuliahislam.com website: <https://kuliahalislam.com/etika-sosial-dalam-islam/>.
- Fazri, M. A., I. A. Putri., & Suhairi, S. (2021). Keterampilan Interpersonal dalam Berkomunikasi Tatap Muka. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 2(1), 46–58.
- Ginting, R., A. Yulistiyono., A. Rauf., S. Orba., Manullang., A. L. S. Siahaan., D. P. Kussanti., P. T. E. Ardiansyah., T. R. Djaya., A. S. Ayu., & Faried, E. (2021). *Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing*. Cirebon: Penerbit Insania.
- Hikmat, A. N., & Anis, M. (2020). Verifikasi Informasi dan Ancaman Penyebar Hoaks Menurut Q:S Al-Hujurat & An-Nur. *TADWIN: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 1(1), 13–31.
- Janah, F., & Apriyadi, Y. (2021). Etika Komunikasi di Media Sosial Melalui Prinsip SMART (Salam, Ma'ruf, dan Tabayyun) Perspektif Al-Quran. *Jawi*, 3(2), 101–18.
- Karimah, K. E., & Uud, W. (2019). Etika Berkomunikasi dalam Menggunakan WhatsApp. In F. Junaedi, & G. F. Sukmono (Eds.), *Komunikasi dalam Media Digital*. Yogyakarta: Buku Litera.
- Kartini, K., & Fachrur, R. (2021). Implementasi Amar Ma'Ruf Nahi Mungkar dalam Kehidupan Sosial. *At-Tanzir: Jurnal Ilmiah Prodi Komunikasi Penyiaran Islam*, 12(1), 123–38.
- Lestari, D. (2017). *Iman Perspektif Nurcholish Madjid*. (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). Repositori UIN SH. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/36631>.
- Mukhlizar, M., & Fitria, Y. (2023). Hoax dan Tanggung Jawab Sosial Pengguna Sosial Media. *Kaganga: Jurnal Pendidikan Sejarah dan Riset Sosial Humaniora*, 6(2), 461–66.
- Munirah. (2016). *Hadis Tentang Menjaga Lisan dan Tangan (Suatu Kajian Tahlili)*. (Skripsi, UIN Alauddin Makassar).

- Muzakky, A. H., & Fahrudin. (2020). Kontekstualisasi Hadis dalam Interaksi Media Sosial yang Baik di Era Millenial dalam Kitab Fath Al-Bārī Syarah Hadis Al-Bukhārī. *Diroyah: Jurnal Studi Ilmu Hadis*, 5(1), 12–20.
- Nisfa, L. I. (2024). Upaya Penanaman Penggunaan Media Sosial dalam Melindungi Anak-Anak dari Dampak Negatif Media Sosial. *JOIES (Journal of Islamic Education Studies)*, 8(2), 232–54.
- Priyono, P. E. (2022). *Komunikasi dan Komunikasi Digital*. Indonesia: Guepedia.
- Putra, S. K., E. Hafid., & Arifuddin, A. (2023). Etika Berkomunikasi dalam Prespektif Hadis. *Jurnal Ilmu Pendidikan dan Sosial*, 2(2), 79–89.
- Quran.com. (2024). QS. Al-Hujurat: 12. Retrieved December 14, 2024, from quran.com website: <https://quran.com/id/kamar-kamar/12-13>.
- Rianto, P. (2019). Literasi Digital dan Etika Media Sosial di Era Post-Truth. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2). 24.
- Rusli. (2019). Kebebasan Berkomunikasi dalam Perspektif Islam. *Al-Hikmah*, 1–19.
- Saggaf, M. I., M. W. Arif., M. Habibie., & Khairul, A (2021). Prinsip Komunikasi Islam Sebagai Etika Bermedia Sosial. *Journal of Communication Studies*, 1(1), 15–29.
- Saibatul, H., H. Hamidah., A. M. Ilmiani., & Khabib, M. (2021). Menggaungkan Pendidikan Qawlan Ma'rufa sebagai Etika Pergaulan dalam Menyikapi Body Shaming. *Jurnal Pendidikan Agama Islam Al-Thariqah*, 6(1), 36–55.
- Setiawan, I., I. Rusydi., A. Rahmawati., & Siti, H. (2022). Jejak Digital sebagai Alat Bukti Petunjuk Menurut Pasal 184 Kitab Undang Undang Hukum Acara Pidana. *Jurnal Ilmiah Galuh Justisi*, 10(1), 119.
- Suhendra, & Feny, S. P. (2024). Peran Komunikasi Digital dalam Pembentukan Opini Publik: Studi Kasus Media Sosial. *IAPA Proceedings Conference*, 293–315.
- Supriatna, C., & Jenuri. (2023). Virtual Communication: Etika Bermedia Sosial. *Comm-Edu*, 6(2), 135–43.
- Susanto, J. (2020). Etika Komunikasi Islami. *WARAQAT: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 1(1), 24.
- Vidianti, Y. R., N. Halizah., A. V. A. Naibaho., I. F. Adibah., & Arista, P. (2023). Etika Penggunaan Media Sosial: Memahami Perilaku Oversharing pada Aplikasi Instagram. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Sistem Informasi*, 3(1), 535–41.
- Yayasan Pendidikan Cendekia Muslim. (2024). Menghindari Ghibah dan Fitnah: Etika Islam dalam Berbicara. Retrieved December 14, 2024, from cendekiamuslim.or.id website: <https://cendekiamuslim.or.id/menghindari-ghibah-dan-fitnah-etika-islam-dalam-berbicara>.