



Al-Aqwam: Jurnal Studi Al-Qur'an dan Tafsir
Volume 3 Nomor 2 (Juli-Desember 2024): 187-199
Website: <https://ejournal.iaingorontalo.ac.id/index.php/aq>

Tabayyun Digital QS. Al-Hujurat Ayat 6 sebagai Etika Komunikasi Islam di Era Hoaks

Khaerul Asfar¹, Alkap Prayoga², Hidayatullah³

^{1,2,3}IAIN Sultan Amai Gorontalo, Indonesia

khaerulasfar@iaingorontalo.ac.id¹,

yushandria@gmail.com², hidayatullah@iaingorontalo.ac.id³

Abstract: This article revisits QS. Al-Hujurat (49): 6 as a Qur'anic ground for digital tabayyun in Islamic communication. The problem discussed is not only the spread of hoaxes, but also the speed with which religious messages are shared before their sources, context, and social effects are examined. The study uses a qualitative library approach by reading Qur'anic communication verses thematically and relating them to verification, framing, audience awareness, gatekeeping, and digital literacy. The analysis finds that tabayyun is a moral pause before speaking, posting, forwarding, or framing religious content. Qaulan sadidan emphasizes accurate and honest wording, qaulan baligha calls for audience-sensitive expression, and da'wah bi al-hikmah guides the circulation of messages with wisdom. The article proposes three ethical steps for Islamic communication in digital spaces: verification, formulation, and dissemination. Through these steps, Qur'anic tafsir can speak to contemporary communication practice, so religious messages remain truthful, responsible, and socially calming amid the pressure of viral culture.

Keywords: Digital tabayyun; Islamic communication; Qur'anic communication; tafsir; hoax

Abstrak: Artikel ini membaca ulang QS. Al-Hujurat (49): 6 sebagai dasar Qur'ani bagi tabayyun digital dalam komunikasi Islam. Persoalan yang dibahas bukan hanya hoaks, melainkan kebiasaan membagikan pesan agama sebelum sumber, konteks, dan dampak sosialnya diperiksa. Penelitian ini memakai studi kepustakaan kualitatif. Ayat-ayat komunikasi dibaca secara tematik, lalu dipertemukan dengan konsep verifikasi, framing, kesadaran khalayak, gatekeeping, dan literasi digital. Hasil pembacaan memperlihatkan tabayyun sebagai jeda moral sebelum seseorang berbicara, mengunggah, meneruskan, atau membingkai pesan keagamaan. Qaulan sadidan menuntut bahasa yang jujur dan tepat; qaulan baligha meminta pesan yang peka terhadap khalayak; dakwah bi al-hikmah mengarahkan penyebaran pesan agar tidak kehilangan kebijaksanaan. Artikel ini menawarkan tiga langkah etis bagi komunikasi Islam di ruang digital: verifikasi, formulasi, dan diseminasi. Melalui tiga langkah itu, tafsir Al-Qur'an dapat berdialog dengan praktik komunikasi kontemporer, sehingga pesan dakwah tetap benar, bertanggung jawab, dan menenangkan ruang sosial yang sering gaduh oleh budaya viral.

Kata kunci: Tabayyun digital; komunikasi Islam; komunikasi Qur'ani; tafsir; hoaks

Pendahuluan

Ruang komunikasi keagamaan hari ini tidak lagi sederhana. Media digital membuka jalan luas bagi dakwah Islam untuk menyentuh khalayak yang sebelumnya sulit dijangkau. Ceramah yang dahulu berhenti di mimbar masjid kini hadir di layar telepon genggam, masuk ke ruang keluarga, ruang kelas, warung kopi, bahkan sampai kepada orang yang tidak pernah duduk di majelis. Peluangnya besar. Bebannya juga tidak kecil. Pesan agama bisa dipotong, diberi judul menggoda, ditempel musik dramatis, lalu disebar ulang tanpa konteks. Dakwah yang semula nasihat dapat berubah menjadi umpan klik. Kata-kata yang diniatkan menuntun kadang berbelok menjadi bahan sindiran, serangan, atau alat mempermalukan kelompok lain.

Situasi itu membuat komunikasi Islam digital lebih rumit daripada sekadar kemampuan berbicara di depan publik. Komunikator muslim tidak hanya berhadapan dengan mad'u sebagai pendengar. Ia juga berhadapan dengan algoritma, platform, kolom komentar, potongan video, akun anonim, dan budaya berbagi cepat. Harold D. Lasswell membaca komunikasi melalui pertanyaan siapa mengatakan apa, melalui saluran apa, kepada siapa, dan dengan efek apa.¹ Media digital menambah beberapa soal baru: siapa yang memotong pesan, siapa yang memberi judul, platform mana yang mempercepatnya, kelompok mana yang merasa disasar, dan kerusakan apa yang mungkin muncul setelah pesan itu viral. Di titik inilah kajian Al-Qur'an dan tafsir bertemu secara langsung dengan ilmu komunikasi.

Catatan pemerintah memperlihatkan bahwa hoaks masih menjadi masalah serius. Kementerian Komunikasi dan Digital mengidentifikasi 1.923 konten hoaks sepanjang tahun 2024.² Laporan Status Literasi Digital di Indonesia 2023 mencatat 11.642 konten hoaks yang diidentifikasi Kominfo sejak Agustus 2018 sampai Mei 2023.³ Angka itu bukan sekadar statistik. Ia menunjukkan celah besar dalam budaya komunikasi masyarakat. Orang bisa mahir memakai gawai, sementara kebiasaan memeriksa pesan

¹Harold D. Lasswell, "The Structure and Function of Communication in Society," in *The Communication of Ideas*, ed. Lyman Bryson (New York: Harper, 1948), 37-51.

²Kementerian Komunikasi dan Digital RI, "Komdigi Identifikasi 1.923 Konten Hoaks Sepanjang Tahun 2024," 2025, <https://www.komdigi.go.id/berita/siaranpers/detail/komdigi-identifikasi-1923-konten-hoaks-sepanjang-tahun-2024>.

³Kementerian Komunikasi dan Informatika RI and Katadata Insight Center, *Status Literasi Digital di Indonesia 2023* (Jakarta: Katadata Insight Center, 2023).

belum tentu tumbuh. Orang bisa fasih mengutip ayat, padahal kecermatan membaca konteks sosial ketika ayat itu dipakai untuk menilai orang lain sering tertinggal.

Islam menempatkan informasi sebagai urusan etik. Al-Qur'an memberi perhatian besar pada ucapan, berita, persaksian, nasihat, dan cara menyampaikan kebenaran. QS. Al-Hujurat (49): 6 memerintahkan orang beriman untuk meneliti berita yang datang dari orang fasik, agar tidak menimpakan keburukan kepada suatu kaum karena ketidaktahuan. Ayat ini sering diringkas dengan istilah tabayyun. Maknanya tidak cukup dipersempit menjadi cek fakta teknis. Tabayyun adalah latihan menahan diri: tidak cepat terpancing, memeriksa sumber, membaca akibat, lalu menunda penyebaran pesan sampai duduk perkaranya jelas.⁴

Ilmu komunikasi mengenal sikap semacam itu melalui bahasa verifikasi, gatekeeping, dan tanggung jawab pesan. Gatekeeping tidak lagi hanya milik redaksi media massa. Pengguna media sosial ikut menjadi penjaga gerbang ketika memilih apakah suatu informasi akan diteruskan, dibantah, diperiksa, atau diabaikan. Nasrullah menegaskan bahwa media sosial membentuk ruang interaksi yang memungkinkan pengguna menjadi produsen sekaligus distributor pesan.⁵ Posisi ganda itu memberi setiap orang kuasa kecil dengan akibat yang dapat melebar. Satu unggahan yang dibagikan tanpa berpikir bisa berjalan lebih jauh daripada niat awal pengirimnya. Jempol yang tergesa-gesa, sering kali, bekerja lebih cepat daripada akal sehat.

Riset tentang etika komunikasi Islam telah banyak membahas qaulan sadidan, qaulan ma'rufa, qaulan baligha, qaulan maysura, qaulan layyina, dan qaulan karima sebagai dasar komunikasi dakwah.⁶ Tabayyun juga telah dibaca sebagai sikap Qur'ani saat menghadapi berita palsu di media sosial.⁷ Talalu, Hafid, dan Sakka menegaskan bahwa

⁴Kementerian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya: Edisi Penyempurnaan 2019 (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019); M. Quraish Shihab, Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an (Jakarta: Lentera Hati, 2002).

⁵Rulli Nasrullah, Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017).

⁶N. Dzulhusna, N. Nurhasanah, and Y. N. Suherman, "Qaulan Sadida, Qaulan Ma'rufa, Qaulan Baligha, Qaulan Maysura, Qaulan Layyina dan Qaulan Karima Itu sebagai Landasan Etika Komunikasi dalam Dakwah," *Journal of Islamic Social Science and Communication (JISSC) DIKSI* 1, no. 2 (2022): 76-84, <https://doi.org/10.54801/jisscdiksi.v1i02.114>.

⁷Ahmad Nur, "Makna Tabayyun terhadap Berita dari Media Sosial dalam Perspektif Al-Qur'an," *Gunung Djati Conference Series* 8 (2022): 771-780.

hoaks bertentangan dengan norma Qur'ani, terutama qaulan sadidan, serta berkelindan dengan pesan hadis tentang kejujuran sebagai dasar kebaikan.⁸ Hidayatullah et al. menggeser pembahasan ke medan viralisme media sosial dengan membaca ghibah, namimah, dan sukhriyah digital sebagai persoalan martabat manusia, pengendalian diri, dan tanggung jawab komunikasi berbasis hadis.⁹ Dua kajian terakhir memperlihatkan bahwa masalah hoaks dan kekerasan verbal digital memerlukan lebih dari klarifikasi data; ia juga membutuhkan akhlak menjaga kehormatan orang lain. Ruang yang masih perlu diperjelas terletak pada pertemuan nilai-nilai tersebut dengan watak media digital: cepat, visual, mudah dipotong, dan sangat bergantung pada perebutan perhatian. Tulisan ini diarahkan ke ruang itu melalui pembacaan tafsir-komunikatif atas QS. Al-Hujurat (49): 6 dan ayat-ayat komunikasi lain yang relevan.

Ada tiga pertanyaan yang menjadi arah pembahasan. Pertama, bagaimana QS. Al-Hujurat (49): 6 dapat dibaca sebagai dasar etika verifikasi bagi komunikasi Islam digital? Kedua, bagaimana ayat-ayat qaulan membentuk prinsip penyusunan pesan dakwah yang jernih, santun, dan bertanggung jawab? Ketiga, bagaimana tabayyun dan qaulan dapat dirumuskan sebagai model etika komunikasi Qur'ani bagi produksi konten keagamaan di media digital? Jawaban atas tiga pertanyaan ini diharapkan memberi sumbangan bagi studi Al-Qur'an dan tafsir, juga bagi pengembangan kajian komunikasi Islam kontemporer.

Penelitian ini memakai pendekatan kualitatif berbasis studi kepustakaan. Sumber primer yang dibaca ialah ayat-ayat Al-Qur'an yang memuat prinsip komunikasi, terutama QS. Al-Hujurat (49): 6 tentang tabayyun, QS. Al-Ahzab (33): 70 tentang qaulan sadidan, QS. An-Nisa' (4): 63 tentang qaulan baligha, QS. Al-Isra' (17): 53 tentang memilih perkataan yang lebih baik, dan QS. An-Nahl (16): 125 tentang dakwah dengan hikmah, nasihat yang baik, serta dialog yang lebih baik. Pembacaan ayat dibantu oleh Tafsir Al-Mishbah, Tafsir Al-Azhar, Tafsir Ibnu Katsir, dan terjemahan resmi Kementerian Agama

⁸Taufik R. Talalu, Erwin Hafid, and Abdul Rahman Sakka, "Hoaks dan Etika Berkomunikasi: Perspektif Al-Qur'an dan Hadis," *Al-Aqwam: Jurnal Studi Al-Qur'an dan Tafsir* 1, no. 2 (2022), <https://doi.org/10.58194/alaqwam.v1i2.550>.

⁹Hidayatullah, Taufik R. Talalu, M. Rifian Panigoro, Roshimah Shamsudin, Alkap Prayoga, and Risky Nia Meilani, "Digital Ghibah, Namimah, and Sukhriyah in Social Media Virality: Toward a Hadith-Based Ethics of Digital Communication," *International Conference on Islam Studies and Local Wisdom (ICISLOW)* 1, no. 1 (2023): 56-69.

RI.¹⁰

Analisis dilakukan secara bertahap. Ayat-ayat dikaji secara tematik untuk menemukan pola etika komunikasi yang dibangun Al-Qur'an. Cara ini sejalan dengan pendekatan maudhu'i: menghimpun ayat yang berbicara tentang satu tema, membaca hubungan maknanya, lalu merumuskan pesan pokoknya. Hasil pembacaan tafsir dipertemukan dengan konsep ilmu komunikasi, seperti komunikator, pesan, media, khalayak, efek, gatekeeping, framing, dan literasi digital. Tujuannya bukan menundukkan Al-Qur'an pada teori modern, melainkan memperlihatkan cara nilai Qur'ani bekerja saat berhadapan dengan masalah komunikasi masa kini.

Data sekunder diambil dari buku komunikasi, artikel jurnal tentang etika komunikasi Islam, literasi digital, hoaks, dan dokumen resmi pemerintah yang berkaitan dengan informasi digital. Bahan-bahan itu dibaca, dipilah, dibandingkan, lalu disusun menjadi rumusan konseptual. Penelitian kepustakaan semacam ini tidak menghasilkan angka lapangan. Luaran utamanya berupa argumentasi tentang etika komunikasi Qur'ani untuk dakwah digital dan produksi pesan keagamaan.

Pembahasan

Ruang Publik Digital dan Pergeseran Komunikasi Islam

Komunikasi Islam dahulu lebih mudah dipahami sebagai penyampaian pesan agama melalui mimbar, majelis, radio, televisi, majalah dakwah, atau lembaga keagamaan resmi. Struktur komunikasinya relatif jelas: ada komunikator, ada lembaga, ada jadwal, ada naskah, dan ada batas ruang penyampaian. Media sosial mengacak batas itu. Seorang dai dapat menjadi kreator konten, editor video, admin komentar, sekaligus pengelola citra. Jamaah dapat berubah menjadi distributor pesan hanya dengan menekan tombol bagikan. Potongan ceramah bahkan bisa lebih dikenal daripada ceramah utuhnya. Otoritas pesan akhirnya tidak hanya ditentukan oleh kedalaman ilmu, juga oleh ritme unggahan, kekuatan judul, kualitas visual, dan kerja algoritma.

Perubahan ini membawa manfaat sekaligus risiko. Dakwah dapat keluar dari ruang eksklusif dan menyapa khalayak lintas wilayah. Pesan keagamaan juga bisa menjangkau

¹⁰M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an* (Jakarta: Lentera Hati, 2002); Hamka, *Tafsir Al-Azhar* (Jakarta: Pustaka Panjimas, 1982); Ismail Ibn Katsir, *Tafsir Ibnu Katsir*, trans. (Jakarta: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2004); Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya: Edisi Penyempurnaan 2019* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019).

generasi muda yang jarang hadir di majelis formal. Risiko paling terasa muncul pada penyederhanaan ajaran. Ajaran yang lahir dari tradisi tafsir, hadis, fikih, dan akhlak dapat berubah menjadi kutipan singkat yang memancing emosi. Logika platform kerap membuat pesan yang mengundang marah bergerak lebih cepat daripada pesan yang mengajak orang berpikir pelan. Komunikasi Islam perlu menentukan sikap: mengejar pasar perhatian, atau menjaga amanah keilmuan.

Ilmu komunikasi membantu membaca persoalan tersebut. Pesan tidak pernah benar-benar netral ketika dipilih, dibingkai, diberi gambar, dipotong, lalu disebar. Kriyantono menekankan bahwa kebenaran dalam komunikasi berkaitan dengan fakta, koherensi, dan manfaat sosial.¹¹ Mulyana menunjukkan bahwa makna pesan tidak hanya berada pada kata-kata, melainkan lahir melalui hubungan antara pengirim, penerima, konteks, dan pengalaman sosial.¹² Dakwah digital tidak cukup bertanya, 'Apakah isi pesan ini benar?' Pertanyaan lain perlu menyusul: 'Apakah cara penyampaiannya membuat kebenaran menjadi terang, atau justru menjadi bahan bakar pertengkaran?'

Tabayyun QS. Al-Hujurat Ayat 6 sebagai Etika Verifikasi Pesan

QS. Al-Hujurat (49): 6 berbicara tentang berita yang dibawa oleh orang fasik dan perintah untuk memeriksanya. Terjemahan Kementerian Agama RI menegaskan agar orang beriman tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan, lalu menyesali perbuatan yang telah dilakukan.¹³ Susunan ayat ini penting. Al-Qur'an tidak hanya menyoroti benar-salah informasi. Perhatian utamanya juga tertuju pada akibat sosial dari informasi yang tidak diperiksa. Masalah komunikasi pada ayat ini bukan sekadar kekeliruan data, melainkan kemungkinan lahirnya kezaliman.

Tafsir Al-Mishbah menjelaskan tabayyun sebagai usaha mencari kejelasan sampai kebenaran suatu berita tampak nyata. Shihab menekankan kehati-hatian karena berita dapat menggerakkan tindakan.¹⁴ Pada konteks digital, satu berita keliru dapat memicu reaksi berantai: komentar kasar, persekusi, stigma kepada kelompok tertentu, bahkan

¹¹Rachmat Kriyantono, Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi: Filsafat dan Etika Ilmunya serta Perspektif Islam (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019).

¹²Deddy Mulyana, Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017).

¹³Kementerian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya: Edisi Penyempurnaan 2019 (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019).

¹⁴M. Quraish Shihab, Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an (Jakarta: Lentera Hati, 2002).

tindakan hukum yang didorong tekanan massa. Tabayyun akhirnya bukan hanya tugas wartawan. Ia menjadi kewajiban etis setiap muslim yang ikut menjadi simpul penyebaran informasi.

Teori komunikasi dapat membaca tabayyun sebagai verifikasi sebelum pesan memasuki ruang publik. Ia dekat dengan fungsi gatekeeping, meski memiliki dasar teologis yang lebih kuat. Gatekeeping modern sering dipahami sebagai kerja redaksi memilih dan menyaring berita. Media sosial memindahkan sebagian gerbang itu ke tangan pengguna. Seseorang yang menerima kabar di WhatsApp keluarga, cuplikan ceramah di TikTok, atau tangkapan layar tanpa sumber sedang berdiri sebagai penjaga gerbang kecil. Saat ia membagikannya, ia memberi legitimasi. Saat ia menahannya sampai jelas, ia menjalankan akhlak komunikasi.

Tabayyun menuntut perhatian pada sumber. Ayat tersebut menyebut pembawa berita sebagai unsur yang harus diperiksa. Media digital membuat sumber sering kabur; ia bisa berupa akun, bot, media tidak terverifikasi, kanal anonim, atau potongan video yang asal-usulnya hilang. Tabayyun digital dapat diterjemahkan ke dalam tindakan praktis: mengecek sumber pertama, membaca isi lengkap, membandingkan dengan sumber tepercaya, memeriksa tanggal dan konteks, serta menimbang dampak sebelum membagikan. Tugas ini terdengar sederhana. Medannya berat, sebab manusia sering ingin terlihat paling cepat tahu.

Qaulan Sadidan dan Integritas Pesan Dakwah

QS. Al-Ahzab (33): 70 memerintahkan orang beriman untuk bertakwa kepada Allah dan mengucapkan qaulan sadidan, yakni perkataan yang benar, lurus, dan tepat. Ayat ini menunjukkan bahwa integritas komunikasi tidak terpisah dari ketakwaan. Komunikasi Islam menuntut kebenaran isi pesan berjalan bersama ketepatan bahasa. Pesan yang benar dapat kehilangan nilai ketika disampaikan dengan cara merendahkan, memelintir, atau sengaja membuka ruang salah paham.

Konsep qaulan sadidan mengoreksi budaya clickbait keagamaan. Judul seperti 'Umat Islam Wajib Marah', 'Kelompok Ini Sesat', atau 'Dengarkan Sebelum Terlambat' mungkin berhasil menarik klik, meski belum tentu menjaga kelurusan pesan. Clickbait bekerja dengan memancing takut dan marah; qaulan sadidan bekerja dengan menegakkan kejelasan. Komunikasi Islam tidak seharusnya menjual kecemasan spiritual demi impresi.

Ketika pesan agama dikemas secara manipulatif, yang rusak bukan hanya reputasi komunikator. Cara publik membayangkan agama ikut tercemar.

Dzulhusna et al. menempatkan qaulan sadidan bersama ragam qaulan lain sebagai dasar etika komunikasi dakwah.¹⁵ Temuan itu penting karena Al-Qur'an tidak menawarkan satu gaya komunikasi untuk semua keadaan. Ada ucapan yang perlu tegas, ada yang harus lembut, ada yang harus membekas, ada yang harus mudah dipahami. Prinsip ini sangat komunikatif. Pesan yang baik mempertimbangkan komunikan. Pada ranah komunikasi, komunikator perlu memahami karakter khalayak, latar pengetahuan, kondisi psikologis, dan situasi sosial tempat pesan diterima.

Qaulan Baligha, Framing, dan Kepekaan terhadap Khalayak

QS. An-Nisa' (4): 63 memuat istilah qaulan baligha, yakni perkataan yang sampai, membekas, dan menyentuh sasaran. Baligh dalam dakwah bukan berarti keras, panjang, atau penuh istilah Arab. Baligh berarti pesan mencapai kesadaran khalayak dengan cara yang tepat. Seorang komunikator dapat berbicara selama satu jam, sementara pesannya tidak sampai. Satu kalimat yang jujur dan tepat konteks justru dapat tinggal lama dalam ingatan pendengar.

Perspektif komunikasi mempertemukan qaulan baligha dengan framing. Cara membingkai pesan menentukan bagaimana khalayak memahaminya. Ayat tentang amar ma'ruf dapat dibingkai sebagai ajakan memperbaiki diri, atau dibelokkan menjadi alat menghakimi orang lain. Ayat tentang perbedaan dapat dibaca sebagai rahmat sosial, atau dipotong menjadi bahan kecurigaan. Tafsir menjaga agar ayat tidak dipaksa bicara di luar maksudnya. Ilmu komunikasi membantu membaca cara pesan diterima oleh masyarakat.

Kepekaan terhadap khalayak tidak berarti mengorbankan kebenaran. Kepekaan justru menjaga agar kebenaran tidak disampaikan dengan cara yang membuat orang menolaknya karena luka, malu, atau merasa diserang. QS. An-Nahl (16): 125 menawarkan tiga jalan: hikmah, mau'izhah hasanah, dan dialog dengan cara yang lebih baik. Ayat ini dapat dibaca sebagai pedoman strategi komunikasi dakwah. Hikmah mengandaikan kebijaksanaan membaca keadaan; mau'izhah hasanah menuntut nasihat yang baik; dialog terbaik menolak debat yang hanya ingin menang tanpa mencerahkan.

¹⁵N. Dzulhusna, N. Nurhasanah, and Y. N. Suherman, "Qaulan Sadida, Qaulan Ma'rufa, Qaulan Baligha, Qaulan Maysura, Qaulan Layyina dan Qaulan Karima Itu sebagai Landasan Etika Komunikasi dalam Dakwah," *Journal of Islamic Social Science and Communication (JISSC) DIKSI* 1, no. 2 (2022): 76-84, <https://doi.org/10.54801/jisscdiksi.v1i02.114>.

Media sosial menuntut pendakwah memahami bahasa platform tanpa tunduk sepenuhnya kepada logika platform. Video pendek boleh dipakai, infografis boleh digunakan, judul dapat dibuat menarik, asalkan semua itu menjadi kendaraan kebenaran, bukan topeng untuk sensasi. Dakwah yang efektif tidak selalu dakwah yang paling ramai. Ukuran yang lebih penting ialah apakah pesan itu menambah pengetahuan, memperbaiki akhlak komunikasi, dan mendorong khalayak kepada pemahaman agama yang lebih utuh.

Dakwah Digital, Jurnalisme Islam, dan Tanggung Jawab Setelah Publikasi

Salah satu kelemahan besar komunikasi digital ialah anggapan bahwa tanggung jawab selesai setelah pesan dipublikasikan. Pada komunikasi Islam, tanggung jawab justru berlanjut setelah pesan keluar. Komunikator perlu melihat bagaimana khalayak menafsirkan pesan, apakah ada bagian yang menimbulkan salah paham, apakah potongan pesan dipakai untuk menyerang kelompok lain, dan apakah klarifikasi perlu diberikan. Umpan balik bukan sekadar angka komentar dan tanda suka. Ia menjadi tanda moral untuk menilai dampak pesan.

Jurnalisme Islam dan dakwah digital bertemu pada satu amanah: menyampaikan kebenaran dengan cara yang dapat dipertanggungjawabkan. Bagi jurnalisme, verifikasi adalah jantung kerja redaksi. Bagi dakwah, tabayyun adalah jantung akhlak informasi. Keduanya bertemu dalam praktik yang sama: jangan terburu-buru, jangan memotong konteks, jangan memakai narasumber yang lemah, jangan mempermainkan emosi publik, dan jangan berlindung di balik kalimat 'hanya meneruskan'. Ruang digital membuat tindakan meneruskan pesan tidak lagi netral; ia sudah menjadi tindakan komunikasi.

Bahana menunjukkan bahwa etika komunikasi Islam di media sosial dapat dibaca melalui ayat-ayat seperti QS. An-Nahl (16): 90 dan QS. Al-Hujurat (49): 6 dalam perspektif tafsir.¹⁶ Amaly et al. menekankan pentingnya kompetensi literasi digital saat menghadapi konten hoaks.¹⁷ Dua arah kajian itu saling menguatkan. Tafsir memberi fondasi normatif; literasi digital memberi perangkat kerja. Tanpa tafsir, literasi digital mudah menjadi teknik kosong. Tanpa literasi digital, nilai tabayyun mudah berhenti sebagai slogan khutbah yang indah, lalu gagap ketika pesan hoaks masuk ke grup keluarga.

¹⁶M. H. A. Bahana, "Penggunaan Media Sosial dalam Perspektif Tafsir Al-Misbah: Kajian Etika Komunikasi Islam," *Jurnal Studi Islam Mahad Aly* 1, no. 2 (2023): 1-15.

¹⁷N. Amaly, Armiah, and N. Mahmudah, "Peran Kompetensi Literasi Digital terhadap Konten Hoaks dalam Media Sosial," *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 20, no. 1 (2021): 43-52.

Talalu et al. memberi pijakan langsung bagi pembahasan hoaks karena artikel tersebut menautkan etika komunikasi Al-Qur'an dengan hadis tentang kejujuran.¹⁸ Hidayatullah et al. memperluas batas pembahasan melalui istilah digital ghibah, digital namimah, dan digital sukhriyah.¹⁹ Ketiganya memperlihatkan bahwa kerusakan pesan digital tidak selalu berbentuk berita palsu. Ia dapat tampil sebagai obrolan yang membuka aib, lemparan informasi yang memecah hubungan, atau olok-olok yang dipoles menjadi hiburan. Titik ini penting bagi model etika komunikasi Qur'ani. Verifikasi tidak cukup berhenti pada kebenaran data. Formulasi dan diseminasi juga harus menjaga kehormatan manusia.

Model Etika Komunikasi Qur'ani Berbasis Verifikasi, Formulasi, dan Diseminasi

Pembacaan sebelumnya mengarah pada tiga lapis etika komunikasi Qur'ani di ruang digital. Lapis pertama ialah verifikasi, yang berangkat dari QS. Al-Hujurat (49): 6. Setiap pesan keagamaan, berita sosial, atau kutipan tokoh yang akan disebarluaskan perlu melewati pemeriksaan sumber, konteks, dan akibat. Pada praktik redaksional, lapis ini dapat dibuat sebagai daftar periksa: sumber primer, tanggal peristiwa, konteks ucapan, kesesuaian kutipan, dan kemungkinan dampak terhadap kelompok tertentu.

Lapis kedua ialah formulasi, yang bersumber dari ayat-ayat qaulan, terutama qaulan sadidan dan qaulan baligha. Pesan yang layak disampaikan masih perlu dirumuskan dengan bahasa yang benar, adil, tidak provokatif, dan sesuai dengan khalayak. Formulasi mencakup judul, narasi visual, intonasi suara, potongan video, caption, dan tagar. Pada dakwah digital, kerusakan kadang tidak lahir dari isi ceramah, melainkan dari caption yang dibuat admin. Etika komunikasi mengikat penceramah sekaligus tim media yang mengemas pesan.

Lapis ketiga ialah diseminasi, yang berkaitan dengan QS. An-Nahl (16): 125. Pesan yang benar dan tersusun baik tetap perlu disebarluaskan dengan hikmah. Hikmah berarti mempertimbangkan waktu, sasaran, kanal, dan kesiapan khalayak. Tidak semua pesan cocok untuk semua ruang. Kritik internal umat, misalnya, mungkin lebih tepat

¹⁸Taufik R. Talalu, Erwin Hafid, and Abdul Rahman Sakka, "Hoaks dan Etika Berkomunikasi: Perspektif Al-Qur'an dan Hadis," *Al-Aqwam: Jurnal Studi Al-Qur'an dan Tafsir* 1, no. 2 (2022), <https://doi.org/10.58194/alaqwam.v1i2.550>.

¹⁹Hidayatullah, Taufik R. Talalu, M. Rifian Panigoro, Roshimah Shamsudin, Alkap Prayoga, and Risky Nia Meilani, "Digital Ghibah, Namimah, and Sukhriyah in Social Media Virality: Toward a Hadith-Based Ethics of Digital Communication," *International Conference on Islam Studies and Local Wisdom (ICISLOW)* 1, no. 1 (2023): 56-69.

disampaikan pada forum pembinaan daripada dilempar ke ruang publik dengan gaya memermalukan. Nasihat untuk anak muda memerlukan bahasa yang berbeda dari nasihat untuk pengambil kebijakan. Dakwah yang bijak tidak hanya bertanya apa yang boleh dikatakan, melainkan juga kapan, di mana, dan dengan cara apa ia sebaiknya dikatakan.

Model tiga lapis ini dapat dipakai oleh mahasiswa komunikasi Islam, pengelola media dakwah, jurnalis muslim, dan lembaga keagamaan. Pada level pendidikan, model ini bisa masuk ke kajian produksi konten dakwah, etika jurnalistik Islam, literasi media, dan tafsir tematik. Pada level praktik, model ini menjadi pedoman sederhana sebelum publikasi: apakah sudah ditabayyuni, apakah ungkapannya sadid dan baligh, apakah penyebarannya berhikmah? Tiga pertanyaan itu mungkin tidak selalu membuat konten viral. Ia menjaga dakwah agar tidak berubah menjadi mesin gaduh yang mengutip agama sambil melukai adabnya sendiri.

Penutup

QS. Al-Hujurat (49): 6 memberi dasar kuat bagi etika verifikasi dalam komunikasi Islam digital. Tabayyun bukan sekadar perintah memeriksa informasi. Ia adalah disiplin moral untuk mencegah kezaliman sosial yang lahir dari berita yang belum jelas. Ruang digital membutuhkan tabayyun sebagai kebiasaan memeriksa sumber, konteks, tanggal, isi lengkap, dan dampak pesan sebelum pesan itu dipublikasikan atau dibagikan.

Ayat-ayat qaulan memperkaya prinsip tersebut. Qaulan sadidan menuntut ketepatan dan integritas bahasa; qaulan baligha menuntut kepekaan terhadap khalayak; QS. An-Nahl (16): 125 menuntut hikmah ketika pesan disebarkan. Komunikasi Qur'ani tidak berhenti pada benar-salah isi. Ia juga menilai cara penyampaian, pemingkaiian, dan akibat sosialnya. Pesan agama membawa bobot moral yang lebih besar daripada pesan biasa. Kesalahan menyampaikan pesan agama dapat membuat agama tampak keras, dangkal, atau mudah dipakai untuk menyerang. Kajian hadis tentang ghibah, namimah, dan sukhriyah digital juga mengingatkan bahwa pesan yang faktual tetap bermasalah bila membuka aib, memutus hubungan, atau merendahkan martabat orang lain.²⁰

Tulisan ini menawarkan model etika komunikasi Qur'ani yang terdiri dari verifikasi,

²⁰ Hidayatullah, Taufik R. Talalu, M. Rifian Panigoro, Roshimah Shamsudin, Alkap Prayoga, and Risky Nia Meilani, "Digital Ghibah, Namimah, and Sukhriyah in Social Media Virality: Toward a Hadith-Based Ethics of Digital Communication," *International Conference on Islam Studies and Local Wisdom (ICISLOW)* 1, no. 1 (2023): 56-69.

formulasi, dan diseminasi. Model tersebut dapat dikembangkan melalui studi lapangan terhadap akun dakwah digital, redaksi media Islam, atau praktik literasi digital di lembaga pendidikan Islam. Penelitian berikutnya juga dapat menguji cara khalayak memahami potongan pesan dakwah di media sosial. Harapannya, studi Al-Qur'an dan tafsir tidak berhenti di ruang teks, melainkan ikut bekerja di tengah riuh komunikasi publik yang setiap hari membentuk cara umat memahami agama.

Daftar Pustaka

- Amaly, N., Armiah, and N. Mahmudah. "Peran Kompetensi Literasi Digital terhadap Konten Hoaks dalam Media Sosial." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 20, no. 1 (2021): 43-52.
- Bahana, M. H. A. "Penggunaan Media Sosial dalam Perspektif Tafsir Al-Misbah: Kajian Etika Komunikasi Islam." *Jurnal Studi Islam Mahad Aly* 1, no. 2 (2023): 1-15.
- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Castells, Manuel. *The Rise of the Network Society*. 2nd ed. Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2010.
- Dzulhusna, N., N. Nurhasanah, and Y. N. Suherman. "Qaulan Sadida, Qaulan Ma'rufa, Qaulan Baligha, Qaulan Maysura, Qaulan Layyina dan Qaulan Karima Itu sebagai Landasan Etika Komunikasi dalam Dakwah." *Journal of Islamic Social Science and Communication (JISSC) DIKSI* 1, no. 2 (2022): 76-84. <https://doi.org/10.54801/jisscdiksi.v1i02.114>.
- Hamka. *Tafsir Al-Azhar*. Jakarta: Pustaka Panjimas, 1982.
- Hidayatullah, Taufik R. Talalu, M. Rifian Panigoro, Roshimah Shamsudin, Alkap Prayoga, and Risky Nia Meilani. "Digital Ghibah, Namimah, and Sukhriyah in Social Media Virality: Toward a Hadith-Based Ethics of Digital Communication." *International Conference on Islam Studies and Local Wisdom (ICISLOW)* 1, no. 1 (2023): 56-69.
- Ibn Katsir, Ismail. *Tafsir Ibnu Katsir*. Trans. Jakarta: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2004.
- Kementerian Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya: Edisi Penyempurnaan 2019*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019.
- Kementerian Komunikasi dan Digital RI. "Komdigi Identifikasi 1.923 Konten Hoaks Sepanjang Tahun 2024." 2025. <https://www.komdigi.go.id/berita/siaranpers/detail/komdigi-identifikasi-1923-konten-hoaks-sepanjang-tahun-2024>.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika RI and Katadata Insight Center. *Status Literasi Digital di Indonesia 2023*. Jakarta: Katadata Insight Center, 2023.
- Kriyantono, Rachmat. *Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi: Filsafat dan Etika Ilmunya serta Perspektif Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2019.
- Lasswell, Harold D. "The Structure and Function of Communication in Society." In *The Communication of Ideas*, edited by Lyman Bryson, 37-51. New York: Harper,

1948.

- Mansur, Muhammad, et al. *Metodologi Penelitian Living Qur'an dan Hadis*. Yogyakarta: TH-Press, 2007.
- McQuail, Denis. *McQuail's Mass Communication Theory*. 6th ed. London: Sage Publications, 2010.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017.
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017.
- Nur, Ahmad. "Makna Tabayyun terhadap Berita dari Media Sosial dalam Perspektif Al-Qur'an." *Gunung Djati Conference Series* 8 (2022): 771-780.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011.
- Shihab, M. Quraish. *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*. Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Talalu, Taufik R., Erwin Hafid, and Abdul Rahman Sakka. "Hoaks dan Etika Berkomunikasi: Perspektif Al-Qur'an dan Hadis." *Al-Aqwam: Jurnal Studi Al-Qur'an dan Tafsir* 1, no. 2 (2022). <https://doi.org/10.58194/alaqwam.v1i2.550>.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).