

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pada umumnya manusia ada punya sifat keinginan memiliki pengetahuan, bahkan untuk memahami sesuatu yang terjadi pada dirinya sendiri. Selain itu, manusia juga memiliki keinginan untuk berinteraksi dengan sesama manusia. Rasa keinginan ini mendorong manusia untuk berkomunikasi sebagai sarana mendapatkan informasi tentang peristiwa atau kejadian tertentu dan menjadikannya sebagai makhluk sosial.

Dalam era teknologi saat ini, media sosial menjadi keperluan utama oleh banyak individu. Seringkali, untuk tetap terkoneksi pada dunia luar dengan menggunakan *platform-platform* ini. Kita membangun berbagai jenis hubungan dengan orang-orang yang kita kenal, keluarga, mitra bisnis, atau bahkan orang yang baru kita temui secara *online*. Perkembangan pesat dalam teknologi komunikasi telah menghasilkan banyak ide dan inovasi yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dalam berkomunikasi. Komunikasi dengan media sosial memudahkan proses tersebut.<sup>1</sup>

Perubahan besar terhadap komunikasi bukan saja dengan batas tertentu melalui teori ilmu komunikasi, tetapi juga mencakup kemajuan teknologi komunikasi. Teknologi komunikasi merupakan penggunaan teknologi sebagai

---

<sup>1</sup> Tuty Mutiah, Ilham Albar, Fitriyanto, A Rafiq, "Etika Komunikasi Dalam Menggunakan Media Sosial" *Jurnal Global Komunika 1 (1)*, 2019, 14.

sarana untuk berkomunikasi antara manusia, yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dari disiplin ilmu lainnya.<sup>2</sup>

Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), terutama dalam teknologi digital (internet), menjalani pertumbuhan dengan cepat. Data dari *aseanup.com* pada Januari 2017 menunjukkan bahwa ada 132,7 juta menggunakan internet di Indonesia, dengan 106 juta diantaranya aktif di media sosial. Pada tahun 2018, menurut data pada Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), total penggunaan internet di Indonesia meningkat menjadi 171,17 juta orang.

Menurut Laporan Digital Global tahun 2020 oleh *WeAreSocial* dan *Hootsuite*, tersingkap mengenai jumlah pengguna internet di seluruh dunia sudah menjangkau 4,5 miliar orang, yang menyatakan bahwasanya melebihi setengah populasi dunia, sekitar lebih dari 60 persen, adalah pengguna internet. Sebagian besar dari mereka juga aktif di media sosial, dengan total 3,8 miliar orang. Di Indonesia, sesuai dengan sumber yang sama, diperoleh 175,4 juta pengguna internet pada tahun 2020 dari total populasi sekitar 272,1 juta orang, yang berarti sekitar 64 persen penduduk Indonesia menggunakan internet. Selain itu, ada 160 juta pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2020, yang mewakili 59 persen dari total populasi.<sup>3</sup>

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) telah menyampaikan bahwasanya jumlah penggunaan internet di Indonesia sekarang

---

<sup>2</sup> Mohammad Zamron, "Perkembangan teknologi komunikasi dan dampaknya terhadap kehidupan" *Jurnal Dakwah Vol. X No. 2* Juli-Desember 2009, 198.

<sup>3</sup> Febriansyah, Nani Nurani Muksin, Fenomena Media Sosial: Antara *Hoax*, Destruksi Demokrasi, dan Ancaman Disintegrasi Bangsa, *Sebatik 24 (2)*, 194, 2020

sudah sampai 63 juta orang. Dari jumlah itu, sekitar 95 persennya memakai internet sebagai situs untuk mengakses jejaring sosial. Menurut Selamattha Sembiring, Direktur Pelayanan Informasi Internasional Ditjen IKP, *Facebook* dan *Twitter* merupakan situs jejaring sosial yang sangat terkenal di Indonesia. Indonesia berada di peringkat keempat dalam total keseluruhan pengguna *Facebook* terbanyak di dunia, setelah Amerika Serikat, Brasil, dan India.<sup>4</sup>

Media sosial memiliki peran yang penting dalam membawa dampak globalisasi dari luar ke Indonesia. Walaupun budaya dari luar lebih mudah masuk, hanya sebagian budaya bisa diterima dengan baik oleh masyarakat di Indonesia. Alasan ini seringkali menjadi penyebab perdebatan pendapat karena perbedaan dalam pandangan, kebiasaan, dan budaya. Tidak jarang perdebatan tersebut berakhir dengan komentar yang kasar. Contohnya pengguna media sosial seringkali menyampaikan perkataan merendahkan dengan berisi cacian terhadap pengguna lain sebab pengaruh budaya mereka yang tidak umum atau dianggap tabu di Indonesia.<sup>5</sup>

Perkembangan teknologi informasi yang cepat telah meningkatkan aliran informasi yang sulit dikendalikan. Kemudahan dalam mengakses informasi juga telah menyebabkan kurangnya hati-hati dalam menerima informasi, yang dapat menghasilkan pemahaman yang salah. Media sosial menjadi wadah yang sering

---

<sup>4</sup>[https://www.kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita\\_satker](https://www.kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker), diakses pada 10 September 2023 pukul 13:59 WITA.

<sup>5</sup> Shelma Mayolaika, Valerie Victoria Effendy, Christian Delvin, Mohammad Aqila Hanif, "Pengaruh Kebebasan Berpendapat Di Sosial Media Terhadap Perubahan Etika Dan Norma Remaja Indonesia", *Jurnal Kewarganegaraan* 5 (2), 2021, 827.

dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi palsu (*hoax*) contohnya, dalam grup *WhatsApp*, *Facebook*, *Twitter*, dan *platform* media sosial lainnya.

Tidak jarang kita menyaksikan adanya provokasi dan ekspresi kebencian yang kerap muncul di *platform* media sosial, baik untuk kepentingan politik maupun upaya menjatuhkan individu secara pribadi. Ketika propaganda menjadi hal yang umum di media massa, media sosial sering menjadi pilihan utama. Penyebaran informasi palsu pun telah mengadopsi berbagai metode, seperti pembuatan situs *web* yang menyebarkan fitnah dan informasi yang tidak benar, yang kemudian membagikan tautan ke media sosial dengan judul yang mencolok. Terkadang, banyak netizen yang turut menyebarkan tautan tersebut tanpa membaca kontennya. Yang lebih mengejutkan adalah seberapa cepatnya informasi menyebar di media sosial, bahkan lebih cepat daripada portal berita resmi.

Dalam hal ini, termasuk penyebaran informasi yang berhubungan kepada suku, ras, agama, dan kelompok oleh individu yang tidak bertanggung jawab, menjadi alasan mereka berlaku sewenang-wenang dengan menyebarkan kebencian diantara pengguna media sosial yang aktif. Dalam lingkup yang lebih luas, Suku, Ras, Agama, dan Antar Golongan (SARA) dapat dijelaskan sebagai berbagai pendapat dan perbuatan berdasarkan perasaan jati diri terkait keturunan, agama, kewarganegaraan, etnis, dan kelompok sosial. Segala perbuatan yang mengakibatkan kekerasan, diskriminasi, dan pelecehan berdasarkan identitas individu dan kelompok bisa dianggap sebagai tindakan SARA.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Tesselonicha Leuwol, "Penerapan Sanksi Pidana Terhadap Pelaku Cyber Crime Yang Menyebarkan Isu Suku, Ras, Agama Dan Antar Golongan (Sara) Melalui Media Sosial Ditinjau Dari Undang-Undang Iti Nomor Nomor 19 Tahun 2016", *Lex Crimen* 7 (2), 2018, 27.

Prinsip kenetralan dan kebebasan berkomentar di media sosial memiliki beberapa sisi yang berbeda. Tanpa aturan dan etika yang mengikat terhadap penggunaan media sosial, pengguna memiliki kebebasan penuh, termasuk dalam menerapkan perbuatan yang menyusahkan orang lain, sebagaimana dijelaskan pada contoh sebelumnya. Dalam situasi seperti itu, media sosial bukan lagi sebagai tempat yang aman untuk siapapun.

Dalam menyatakan pendapat, harus ada batasan dan pertimbangan. Hanya karena sesuatu dianggap “aneh” karena perbedaan budaya, pandangan, dan kebiasaan di setiap negara tidak berarti itu dapat dipandang sebagai kesalahan dan ditolak terhadap ucapan yang kasar. Walaupun adanya pembatasan dan pemikiran ketika menyampaikan pendapat, itu bukan berarti bahwa kebebasan berpendapat harus dihapuskan sepenuhnya.<sup>7</sup>

Maka dengan menghadapi peningkatan interaksi manusia dengan teknologi seiring berjalannya waktu, sangat penting untuk memiliki aturan etika yang dapat dijadikan dasar dalam penggunaannya. Aturan ini juga harus dimengerti oleh masyarakat secara luas. Hal ini karena seringkali kita melihat pelanggaran etika dalam penggunaan sehari-hari, yang terlihat dalam tindakan sebagian masyarakat yang memanfaatkannya tanpa memperhatikan etika.<sup>8</sup>

Hal ini menunjukkan bahwa banyak orang mungkin meremehkan kompleksitas komunikasi karena menganggapnya sebagai hal yang mudah dan

---

<sup>7</sup> Shelma Mayolaika, Valerie Victoria Effendy, Christian Delvin, Mohammad Aqila Hanif “Pengaruh Kebebasan Berpendapat Di Sosial Media Terhadap Perubahan Etika Dan Norma Remaja Indonesia”, 827.

<sup>8</sup> Galuh Prasetyaningrum, Finda Nurmayanti, Fallya Azahra, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Etika Sistem Informasi: Moral, Isu Sosial Dan Etika Masyarakat (Literature Review Sim)", *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial* 3 (2), 2022, 521

alami. Mereka cenderung tidak menyadari untuk berkomunikasi dengan baik sesungguhnya adalah tindakan sangat sulit dan rumit dalam kehidupan pribadi.<sup>9</sup>

Islam telah menetapkan prinsip-prinsip tertentu dalam proses komunikasi antara sesama manusia. Prinsip-prinsip ini bertujuan untuk menjaga keamanan dan kesejahteraan global. Mengingat pentingnya interaksi dalam kehidupan bermasyarakat, kita perlu memahami dan menerapkan prinsip-prinsip komunikasi tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Tanpa panduan ini, manusia cenderung melakukan kesalahan dalam berbicara, yang dapat mengakibatkan konsekuensi yang tidak diinginkan.

Untuk memastikan komunikasi yang efektif dan berkesan bagi pendengar, komunikasi harus dilakukan dengan menggunakan kata-kata yang baik, cerdas, dan tepat dalam pengaturan kalimat. Selain itu, penting untuk memahami situasi yang tepat untuk melanjutkan komunikasi. Prinsip-prinsip komunikasi yang ditetapkan oleh Islam menekankan pentingnya hal ini. Kata-kata yang tidak baik atau tidak sesuai dapat membawa dampak negatif pada diri pembicara.<sup>10</sup>

Disinilah penerapan prinsip-prinsip agama menjadi esensial dalam melihat dan memberikan panduan mengenai etika dalam menerima serta menyebarkan informasi. Al-Qur'an merupakan pedoman bagi umat muslim telah memberikan banyak contoh mengenai etika berinteraksi dengan sesama agar apa yang kita bicarakan mudah dipahami dan diterima oleh masyarakat luas.

---

<sup>9</sup> Subur Wijaya, "Al-Qur'an Dan Komunikasi (Etika Komunikasi Dalam Perspektif Al-Quran)", *Al Burhan: Jurnal Kajian Ilmu dan Pengembangan Budaya Al-Qur'an* 15 (1), 2015, 3.

<sup>10</sup> Saifulazry Mokhtar, dkk, "An Analysis Of Islamic Communication Principles In The Al-Qur'an", *International Journal of Law, Government and Communication*, Volume 6 Issue 23, April 2021, 141.

Oleh sebab itu, dalam menghadapi media sosial yang menjadi fenomena di era milenial, manusia menjalani hidup berdasarkan dengan pegangan yang Allah SWT berikan dan mengikuti ajaran agama (al-Qur'an dan Sunah Rasul-Nya). Sebagaimana terkandung pada al-Qur'an menyatakan pesan tentang pentingnya menjaga adab dan nilai-nilai tinggi serta menjaga kehormatan sesama muslim. Ayat-ayat tersebut menegaskan bahwa kita harus memiliki akhlak yang baik, saling menghormati semua manusia tanpa memandang jenis kelamin, dan melarang tindakan seperti memanggil dengan kata-kata yang merendahkan, berprasangka buruk, serta berbicara buruk tentang orang lain (ghibah). Tujuannya adalah untuk mencegah konflik dan kerusakan dalam hubungan sesama muslim yang merupakan perintah Allah SWT.

Dikarenakan berbagai faktor yang telah disebutkan, etika komunikasi efektif pada al-Qur'an meliputi beberapa prinsip utama agar bisa digunakan pada kehidupan sehari-hari dan dengan konteks komunikasi di era perkembangan teknologi yang terus berkembang. Hal ini menjadi alasan untuk peneliti supaya menjadikan topik penelitian dengan judul: **“PRINSIP ETIKA KOMUNIKASI DALAM INTERAKSI DI MEDIA SOSIAL PERSPEKTIF AL-QUR'AN”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan informasi yang sudah disampaikan, permasalahan penelitian yang akan diteliti dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apa saja prinsip etika komunikasi dalam al-Qur'an?
2. Bagaimana pandangan al-Qur'an tentang etika komunikasi dalam interaksi di media sosial?

### **C. Tujuan Dan Signifikan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disebutkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

#### **1. Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah yang telah diungkapkan, penelitian ini dimaksudkan untuk mencapai hal-hal berikut:

- a. Untuk mengetahui prinsip etika komunikasi yang terkandung dalam al-Qur'an
- b. Untuk mengidentifikasi dan memahami pandangan al-Qur'an tentang etika komunikasi dalam interaksi media sosial

#### **2. Manfaat Penelitian**

Peneliti berkeinginan agar hasil penelitian ini dapat berguna yang luas, tidak saja untuk mahasiswa dan akademisi, tetapi juga untuk masyarakat secara umum, serta dapat menjadi kontribusi penting dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang tafsir dan menjadi referensi bagi peneliti di masa depan. Manfaat dari penelitian ini meliputi:

##### **a. Aspek Teoritis**

Penelitian ini bisa berkontribusi pada pengembangan pengetahuan dalam bidang keilmuan, memperluas pemahaman tentang etika komunikasi yang terkandung dalam al-Qur'an. Selain itu, penelitian ini diinginkan mampu jadi rujukan dan sumber informasi yang bermanfaat terhadap penelitian-penelitian serupa di masa depan.

#### b. Aspek Praktis

Dari sudut pandang praktis, penelitian ini diharapkan bisa memberi pemahaman terhadap masyarakat terkait pentingnya etika komunikasi dalam menghadapi perkembangan teknologi di media sosial. Selain itu, penelitian ini juga memiliki tujuan agar meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya penggunaan etika dalam kehidupan sehari-hari.

### **D. Definisi Operasional**

Dalam upaya mencegah terjadinya ketidakpahaman akan topik yang dibahas pada penelitian ini, penulis menganggap penting untuk memuat definisi yang jelas terhadap istilah-istilah yang digunakan. Hal ini bertujuan untuk memberikan penjelasan yang lebih rinci mengenai makna dan konsep yang terkandung dalam penelitian. Dengan demikian, diharapkan agar pembaca bisa dengan mudah memahami terutama tentang permasalahan utama yang menjadi fokus dari judul penelitian ini, maka penulis kemukakan beberapa definisi sebagai berikut.

#### 1. Prinsip

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, ungkapan "prinsip" diartikan sebagai "asas" atau "dasar" (keabsahan yang memicu utama dalam berasumsi dan berbuat). Dagobert D. Runes mendefinisikan prinsip adalah suatu keabsahan terkait perangai secara menyeluruh (universal *truth*) yang merupakan karakteristik

dari suatu perbuatan.<sup>11</sup> Prinsip dapat dipahami sebagai ketentuan yang harus ada atau dijalankan, atau sebagai aturan umum yang dijadikan panduan, misalnya sebagai dasar perilaku. Prinsip berfungsi sebagai pedoman dalam bertindak, bisa dijadikan acuan proses, dan juga sebagai target yang ingin dicapai. Prinsip umumnya mengandung hukum kausalitas atau hubungan sebab dan akibat.

## 2. Etika Komunikasi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, etika adalah ilmu yang mempertimbangkan konsep terkait perilaku terpuji dan tercela serta hak dan kewajiban moral.<sup>12</sup> Sedangkan komunikasi berarti menjadi satu atau bersatu dalam konteks arti atau makna. Jadi, secara etimologis, komunikasi terjadi akibat adanya kesamaan maksud dalam pesan yang diungkapkan dari komunikator dan diterima oleh komunikan.<sup>13</sup> Dari pemaparan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa etika dalam berkomunikasi mencakup tindakan kita yang baik atau buruk saat berinteraksi pada orang lain.

## 3. Interaksi

Kata “interaksi” berasal dari kata “*interact*” dalam bahasa Inggris, yang artinya bertindak satu sama lain. Dari kata ini, muncul kata “*interaction*” dengan dua makna utama. Pertama, ini merujuk pada keterlibatan atau tindakan antara dua atau lebih orang atau benda, di mana mereka saling mempengaruhi. Kedua, dalam konteks komputasi, istilah ini menggambarkan pertukaran informasi dua arah

---

<sup>11</sup> Alfian Khairani, *Prinsip-Prinsip Pendidikan Islam Tarbiyah Islamiyah: Jurnal Ilmiah Pendidikan Agama Islam* 3 (2), 2013, 3.

<sup>12</sup> KBBI, “Etika”, 2016, dalam <http://www.kbbionline.com/arti/kbbi/etika>, diakses pada 9 September 2023 pukul 20:00 WITA.

<sup>13</sup> Nur Marwah, Etika Komunikasi Islam, *Al-Din: Jurnal Dakwah dan Sosial Keagamaan* 7 (1), 2021, 3.

yang berkesinambungan antara komputer dan penggunanya. Dengan berdasarkan definisi ini, kita dapat memahami bahwa interaksi mencakup kegiatan yang terjadi antara berbagai entitas, termasuk interaksi antara orang-orang, serta antara orang dan objek seperti komputer, mobil, tanaman, dan hewan.<sup>14</sup>

#### 4. Media Sosial

Media sosial sebagai sarana *online* dimana individu dapat melakukan dengan mudah dalam berperan serta, berbagi, dan mewujudkan konten seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia maya merupakan jenis media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat global. Terdapat pandangan lain yang menggambarkan media sosial sebagai *platform online* untuk membantu interaksi sosial, dimana teknologi lewat *website* digunakan agar dapat mengatur komunikasi menjadi percakapan interaktif.<sup>15</sup>

### E. Kajian Terdahulu

Sejumlah besar penelitian telah dilakukan oleh ulama dan cendekiawan muslim dalam konteks komunikasi secara umum. Khususnya, mereka telah menyelidiki aspek-aspek ilmu al-Qur'an dalam berbagai bentuk, baik sebagai bab dalam buku maupun sebagai karya yang lebih komprehensif. Dalam bagian ini, penulis menjelaskan dan menelaah berbagai penelitian sebelumnya yang memiliki keterkaitan atau kesamaan terhadap topik yang dibahas dalam penelitian ini. Di bawah ini, disajikan beberapa contoh karya ilmiah terdahulu seperti skripsi dan

---

<sup>14</sup> Nashrillah MG, Peranan Interaksi Dalam Komunikasi Menurut Islam, *Jurnal Warta Edisi* : 52, 2017, 6-7.

<sup>15</sup> Anang Sugeng Cahyono, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia", *Publiciana* 9 (1), 2016, 142.

jurnal yang mengangkat isu-isu yang berkaitan dengan komunikasi dan analisis penafsiran al-Qur'an.

1. Skripsi berjudul "*Penafsiran Term Qaulan Dalam al-Qur'an Sebagai Prinsip Etika Komunikasi Bermedia Sosial (Kajian Tematik Tafsir al-Munîr Dan Tafsir Ibn Katsir)*" karya Asyrifah Luthfiana Azmi dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga 2020. Penelitian skripsi ini mengadopsi pendekatan deskriptif kualitatif, yang melibatkan pengumpulan data dari sumber teks dan kemudian menganalisisnya dengan pola pikir umum berdasarkan dengan kemampuan penulis. Dalam konteks pembahasan tafsir, penelitian ini menerapkan metode *maudhû'i*, yang merupakan metode yang digunakan oleh para mufasir untuk memilih tema pembahasan, mengumpulkan ayat-ayat yang relevan dengan tema tersebut, dan kemudian merangkainya menjadi satu pembahasan yang utuh. Dalam penelitian ini, dua sumber tafsir yang digunakan adalah Tafsir *al-Munîr* dan Tafsir *Ibn Katsir*.<sup>16</sup> Penelitian ini memiliki fokus yang lebih spesifik pada penafsiran term "*qaûlan*" dalam al-Qur'an sebagai prinsip etika komunikasi dalam konteks media sosial, lebih berorientasi pada analisis linguistik dan tafsiran ayat-ayat tertentu dalam al-Qur'an. Sedangkan dalam peneliti lebih berfokus pada prinsip-prinsip komunikasi dalam al-Qur'an sebagai panduan umum untuk etika komunikasi di media sosial. Ini lebih umum dalam cakupan dan melibatkan lebih banyak aspek pendukung.

---

<sup>16</sup> Asyrifah Luthfiana Azmi, "*Penafsiran Term Qaulan Dalam al-Qur'an Sebagai Prinsip Etika Komunikasi Bermedia Sosial (Kajian Tematik Tafsir al-Mûnir Dan Tafsir Ibn Katsir)*", (Salatiga : IAIN Salatiga, 2020).

2. Skripsi berjudul “*Etika Komunikasi Di Media Sosial Perspektif Al-Qur’an*” karya Nur Khairunnisa dari UIN Sumatera Utara 2021. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran seluruh pengguna media sosial tentang pentingnya etika komunikasi dalam perspektif al-Qur’an. Selain itu, penelitian ini mempunyai tujuan untuk mendorong penerapan pengetahuan dan kesadaran terkait etika komunikasi di media sosial pada kehidupan sehari-hari.<sup>17</sup> Penelitian ini lebih menyoroti konsep-konsep umum terkait etika komunikasi yang terkandung dalam al-Qur’an, sementara peneliti lebih menekankan pada penerapan prinsip-prinsip etika komunikasi al-Qur’an khususnya dalam interaksi di media sosial.
3. Skripsi berjudul “*Studi Analisis Etika Komunikasi Di Media Sosial Dalam Surah al-Hujurât Perspektif Musthofa Al-Maraghi*” karya Shilvyddiny Akmalia dari UIN Kiai Haji Achmad Siddiq 2023. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif yang bersumber dari pendekatan pustaka. Metode pengumpulan data yang diterapkan yaitu teknik dokumentasi, dimana data diperoleh dari dua jenis sumber, yaitu sumber data primer berupa ayat 6-13 dari surat al-Hujurât dalam al-Qur’an, dan sumber data sekunder yang mencakup berbagai referensi seperti buku, jurnal, dan Tafsir al-Maraghi. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menerapkan metode tafsir *tahlilî*, yang bertujuan untuk menjabarkan etika komunikasi di media sosial

---

<sup>17</sup> Nur Khairunnisa, “*Etika Komunikasi Di Media Sosial Perspektif Al-Qur’an*”, (Medan : UIN Sumatera Utara 2021).

berdasarkan penafsiran dari ayat-ayat tersebut dalam tafsir.<sup>18</sup> Penelitian ini lebih berfokus pada sudut pandang dan pemahaman Musthofa Al-Maraghi tentang ayat-ayat tersebut dalam konteks komunikasi. Sedangkan peneliti lebih berfokus pada pemahaman teks al-Qur'an itu sendiri dan bagaimana ayat-ayat tersebut dapat diinterpretasikan dan diterapkan dalam konteks etika komunikasi di media sosial.

4. Skripsi berjudul "*Etika Berbicara Dalam Tafsir Al-Mishbah Karya M. Quraish Shihab*" karya Rofi'i Hanafi dari IAIN Ponorogo 2021. Penelitian ini berbicara terkait konsep relevansi yang dapat diterapkan dalam era milenial menurut M. Quraish Shihab dalam Tafsir al-Mishbah tentang etika berbicara, melalui metode analisis deskriptif dengan pendekatan tafsir kontemporer. Tujuannya adalah memberikan panduan kepada umat muslim tentang menjaga etika berbicara sesuai ajaran al-Qur'an, terutama dalam menghadapi tantangan yang ada pada zaman milenial.<sup>19</sup> Penelitian ini lebih berfokus pada konsep etika berbicara yang ada dalam al-Qur'an dan bagaimana tafsiran M. Quraish Shihab yang memiliki cakupan yang lebih luas karena akan mencakup berbagai aspek etika berbicara dalam konteks al-Qur'an. Sedangkan peneliti memiliki cakupan yang lebih umum dalam pendekatannya, dengan menitikberatkan pada prinsip-prinsip etika komunikasi dalam Al-Qur'an yang dapat diterapkan dalam interaksi di media sosial.

---

<sup>18</sup> Shilvyddiny Akmalia, "*Studi Analisis Etika Komunikasi Di Media Sosial Dalam Surah AL-Hujurat Perspektif Musthofa Al-Maraghi*", (Jember : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq 2023).

<sup>19</sup> Rofi'i Hanafi, "*Etika Berbicara Dalam Tafsir Al-Mishbah Karya M. Quraish Shihab*", (Ponorogo : IAIN Ponorogo 2021).

5. Skripsi berjudul “*Etika Bermedia Sosial Dalam Al-Qur’an (Analisis Tahlilî Terhadap Surah al-Hujurât)*” karya Muhamad Luqman dari Institut PTIQ Jakarta 2021. Penelitian ini berusaha untuk menyelidiki masalah etika yang dihadapi oleh netizen saat ini dalam penggunaan media sosial, termasuk isu seperti ungkapan SARA, penyebaran berita *hoax*, dan konflik *online*. Semua ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman dan pelatihan mengenai etika dalam bermedia sosial. Oleh sebab itu, penelitian ini akan memfokuskan pada bagaimana ajaran agama, terutama surah al-Hujurât dalam al-Qur’an, dapat menjadi panduan untuk bersikap etis dalam bermedia sosial. Tujuan utamanya adalah untuk memberikan pemahaman kepada pengguna media sosial tentang norma-norma yang seharusnya diterapkan dalam interaksi *online*, dengan harapan agar media sosial bisa menjadi lingkungan yang nyaman dan damai, bukan tempat yang penuh dengan konflik.<sup>20</sup> Analisis *tahlilî* pada penelitian ini mengambil pendekatan yang lebih menyeluruh dalam memahami etika bermedia sosial dalam Islam dengan merujuk pada keseluruhan isi al-Qur’an. Sedangkan peneliti lebih berfokus pada penerapan praktis prinsip-prinsip etika komunikasi dalam situasi media sosial dengan menggunakan ayat-ayat dengan tema khusus sebagai panduan.

---

<sup>20</sup> Muhamad Luqman, “*Etika Bermedia Sosial Dalam Al-Qur’an (Analisis Tahlili Terhadap Surah al-Hujurat)*” Skripsi, (Jakarta: Institut PTIQ 2021)

## F. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan jenis penelitian pustaka (*library research*), yang berfokus pada literatur dan masih memiliki relevansi yang kuat saat ini karena metodenya terbukti efisien dalam menyelesaikan tantangan penelitian dengan memanfaatkan beragam sumber tulisan. Selain itu, studi berbasis literatur dapat berperan sebagai panduan dalam menjalankan penelitian mengenai perkembangan fenomena baru dalam masyarakat, dan banyak cendekiawan Islam juga memilih untuk menggunakan metode ini.<sup>21</sup>

Oleh sebab itu, persoalan dalam penelitian ini sesuai untuk digarap melalui studi kepustakaan dengan pendekatan kualitatif didalamnya. Penelitian kualitatif berfokus pada pemahaman mendalam tentang makna, konsep, symbol, dan deskripsi suatu fenomena melalui prosedur ilmiah yang sistematis.<sup>22</sup>

### 2. Data dan Sumber Data

#### a. Data

- 1) Data primer, yaitu data informasi yang didapat secara langsung melalui sumber utama yang menjadi fokus penelitian ini. Penulis mengarah terhadap ayat-ayat dalam al-Qur'an beserta penafsirannya

---

<sup>21</sup> Mestika Zed, *Metode Penelitian Kepustakaan*, (Bekasi: Yayasan Obor Indonesia, 2004), 2.

<sup>22</sup> Umar Sidiq, Moh. Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*, (Ponorogo: CV. Nata Karya, 2019), 4.

- 2) Data Sekunder, Informasi ini memuat data dari sumber-sumber seperti buku, artikel, dan jurnal, yang memberikan dukungan tidak secara spontan terhadap data primer. Sumber-sumber ini berasal dari peneliti yang ahli dalam bidangnya dan membahas topik eksploitasi manusia secara khusus atau secara tersirat.

b. Sumber Data

Dalam proses pengumpulan data, penelitian ini merujuk pada tempat atau subjek dimana peneliti memperoleh informasi. Definisi ini juga mencakup objek atau individu, dimana peneliti melakukan observasi, membaca, atau memberikan pertanyaan terkait informasi yang relevan dengan permasalahan penelitian. Informasi yang diperoleh pada sumber tersebut kemudian disebut sebagai data.<sup>23</sup> Dalam proses pengumpulan data, penelitian ini memanfaatkan dua jenis sumber data yaitu:

- 1) Sumber data primer, yakni sumber data utama pada penelitian ini ialah al-Qur'an, kitab Tafsir al-Misbah, kitab Tafsir al-Azhar dan Tafsir Kemenag.
- 2) Sumber data sekunder, yakni sumber data pendukung pada penelitian ini adalah buku-buku tentang etika dan komunikasi.

---

<sup>23</sup> Rahmadi. *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Banjarmasin: Antasari Press, 2011), 60.

c. Teknik Pengumpulan Data

Mengingat penelitian ini menggunakan studi kepustakaan, jadi peneliti memanfaatkan metode pengumpulan data dengan fokus pada pengumpulan dan analisis penafsiran ayat-ayat al-Qur'an.

d. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini mengadopsi pendekatan analisis deskriptif. Pilihan untuk menggunakan analisis deskriptif sebagai teknik analisis adalah pilihan tepat karena metode ini memberikan penjelasan secara objektif terkait fenomena yang diteliti. Dalam pengolahan data ini menerapkan metode *maudhû'i* (tematik) yaitu Metode tafsir yang melibatkan pemilihan satu tema pada al-Qur'an, pengumpulan ayat-ayat yang mempunyai arah dan tema yang serupa, dan penafsiran untuk menjabarkan makna dari tema tersebut. Pendekatan ini bertujuan mencari jawaban dalam al-Qur'an dengan menyusun ayat-ayat yang membahas topik atau judul tertentu, disesuaikan dengan konteks masa turun dan sebab-sebabnya, serta mengekstraksi hukum-hukum dari penjelasan, keterangan, dan hubungan antar-ayat.

Dalam penelitian ini juga menerapkan pendekatan komunikasi, yaitu komunikasi massa. Pendekatan komunikasi massa membantu untuk memahami efek komunikasi di media sosial terhadap masyarakat secara keseluruhan, termasuk bagaimana pesan yang disebarluaskan di media sosial dapat mempengaruhi pandangan, persepsi, dan perilaku banyak orang.

## **G. Sistematika Penulisan**

Dalam rangka memudahkan jalannya penelitian dan untuk memastikan hasil yang optimal, pembahasan akan diorganisir dengan struktur lima bab yang berikut ini:

Bab I diawali dengan pendahuluan yang membahas latar belakang masalah, kemudian dilanjutkan dengan rumusan masalah yang dikemukakan oleh peneliti, dilanjutkan lagi dengan tujuan dan signifikansi penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu, metode penelitian, data dan sumber data serta sistematika penulisan.

Bab II kerangka teori yang menyajikan pandangan umum terkait definisi etika komunikasi, prinsip etika komunikasi dalam Islam dan media sosial sebagai komunikasi.

Bab III berisi data tentang komunikasi dalam al-Qur'an dan ayat-ayat prinsip etika komunikasi dalam al-Qur'an.

Bab IV membahas tentang konsep media sosial dalam pandangan al-Qur'an dan etika penggunaan media sosial berdasarkan prinsip-prinsip komunikasi dalam al-Qur'an.

Bab V merupakan bagian akhir dari pembahasan ini mencakup rangkuman yang diperoleh dari seluruh rangkaian proses penelitian yang selesai dilakukan, dan merupakan jawaban atas permasalahan yang telah diteliti. Pada bagian ini, penulis juga akan memberikan saran untuk penelitian berikutnya.