

P-ISSN: 2613-9707	Volume. 04	Nomor. 01	Januari – Juni 2022
-------------------	------------	-----------	---------------------

ETIKA KOMUNIKASI PERSPEKTIF AL-QUR'AN: TELAAH KRITIS SOLUSI MENGATASI PROBLEMATIKA HOAX DI MEDIA SOSIAL

Muhamad irhamdi

Dosen KPI Fakultas dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Mataram
Email: irham@uinmataram.ac.id

Bukran Efendi

Mahasiswa Pasca Sarjana KPI UIN Mataram
Email: bookran.efendi@gmail.com

Abstract

The insistence of the flow of social media must be acknowledged that it brings various consequences in the line of life that must be borne by modern civilization. In addition to offering as an enjoyment of life that tends to be material and physical, social media has brought many negative impacts, especially in the social area. Good communication ethics over time and changing times have eroded. The number of hoax news that is scattered in the media seems to be human food for social media users. The contextualization of the holy book (al-Qur'an) today is the right answer to this modern problem. the main focus in this research is tracking the deep communication ethics of the Qur'an as a solution in responding to the problem of hoaxes on social media. The type of research used is library research, namely research that is used to solve conceptual-theoretical problems. The data sources used in this paper are primary and secondary sources. The analytical method of writing this work is descriptive-analytical.

Keywords: Al-Qur'an, Problematics, Social Media

Abstrak

Desakan arus media sosial harus diakui membawa berbagai konsekuensi dalam lini kehidupan yang harus ditanggung peradaban modern. Disamping memberi tawaran pelbagai kenikmatan hidup yang cenderung bersifat material dan fisik, media sosial telah membawa banyak dampak negatif khususnya pada wilayah sosial. Etika komunikasi yang baik seiring berkembangnya waktu dan berubahnya zaman mengalami pengikisan. Bayangkannya berita hoax yang berceceran di media seolah menjadi makanan manusia pengguna medsos. Adanya kontekstualisasi kitab suci (al-Qur'an) pada masa sekarang adalah jawaban tepat terhadap problem modern ini. fokus utama dalam kajian ini adalah melacak sekaligus mendalami etika komunikasi al-Qur'an sebagai solusi dalam merespon problematika hoax di media sosial. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kepustakaan (library research) yaitu penelitian yang digunakan untuk memecah permasalahan yang sifatnya konseptual-

P-ISSN: 2613-9707	Volume. 04	Nomor. 01	Januari – Juni 2022
-------------------	------------	-----------	---------------------

teoritis. Sumber data yang digunakan pada tulisan ini adalah sumber primer dan sekunder. Metode analisis penulisan karya ini ini adalah diskriptif-analitis.

Kata Kunci : Al-Qur'an, Problematika, Media Sosial

A. PENDAHULUAN

Diskursus kajian keislaman era sekarang mengalami kemajuan dalam tingkatan tinggi. Berawal pada 15 abad yang lalu, Islam dan umatnya telah mengalami persoalan sosiologis yang kompleks, baik dari bidang filsafat, hukum, politik, budaya, dan sebagainya. (Harun 1985) Namun kesemuanya, mampu dilewati, dijawab serta direspon dengan baik. Puncaknya adalah saat Islam mampu mencapai kegemilangannya pada era klasik (600 M), hingga masa pertengahan awal (1500 M). (Yayan dan dadan, 2013)

Umat Islam dan dunia pada era modern-kontemporer mengalami suatu percepatanpencapaian dalam epistemologi yang gemilang (*golden age*). Modernisasi telah mengalami kemajuan pesat. Hal ini mengantarkan manusia pada kebaruaran. Sistem tekhnologi yang efektif dan efesien mampu menciptakan sistem yang tidak pernah terjadi sebelumnya. Indikator dari kemajuan tersebut dapat dikontekstualisasikan pada media sosial. Stabilitas media sosial itu mampu mendemonstrasikan manusia pada suatu peradaban baru sehingga mengalami sebuah proses dialogis dan dialektis. (Fahrudin, 2015)

Salah satu yang kemudian menjadi *benang merah* (mata rantai) dan isu penting pembahasan di media sosial adalah terkait etika komunikasi yang terkikis dengan derasnya laju desiminasi media sosial. Eksistensinya telah mengantarkan pada kuantitas berita/informasi bohong/*hoax*. Faktanya, ditemukan 800 situs penyebar berita bohong yang terjadi di media sosial. ([http.Kominfo](http://Kominfo), 2021) Sebagai tambahan, ditemukannya *cyber bullying*, penghinaan, penyepelan, penistaan, cercaan, dan lainnya adalah bukti konkrit

P-ISSN: 2613-9707	Volume. 04	Nomor. 01	Januari – Juni 2022
-------------------	------------	-----------	---------------------

yang terjadi di media sosial. (Ketuk, *Jurnal Ilmu Agama dan sosial*) Tetapi harus diakui bahwa modernisasi adalah sebuah proses berkembangnya peradaban manusia- sangat sukar mengatakan tidak.

Kajian al-Qur'an dewasa ini, mengalami perkembangan yang dinamis beriringan dengan situasi sosial-budaya peradaban manusia yang berkembang. Keinginan umat Islam untuk selalu mendialogkan al-Qur'an sebagai bagian teks yang terbatas dengan problematika kemanusiaan adalah spirit tersendiri terhadap dinamika kajian kekinian. (Abdul Mustaqim, *Epistemologi Tafsir Kontemporer*) Meskipun kehadirannya pada masa lalu, tetapi hadir dan relevan pada era kontemporer. Artinya problem-problem kontemporer dapat dipecahkan melalui studi mendalam al-Qur'an.

Dalam historisitas agama, al-Qur'an merupakan merupakan sebuah dokumen sejarah yang merefleksikan kondisi heurmenetis dan sosio-ekonomis, relegius, termasuk politis selama berabad-abad. William A. Graham pernah mendiskripsikan sebagai *A Canonical writing is something people ready and study, a scripture something people live by and for.* (Wiliam, 1985) Bahkan al-Qur'an mampu membentuk kontruksi berfikir serta mengalir pada wacana keseharian. (Wiliam, 1985)

Apabila dipahami secara benar, al-Qur'an dapat difungsikan sebagai 'kompas' penunjuk arah terhadap konteks modern ini. Nilai-nilai al-Qur'an yang menonjolkan pada sikap keadilan dan egalitarian tetap selamanya aktual. Implikasi berjayanya iptek ialah melebarnya jurang diantara *the have* dan *the have not.* (Amin, 2002) Apabila terjadi suatu tarikan konsumerisme terhadap kenyataan perkembangan media sosial yang begitu deras, namun advokasi al-Qur'an merupakan sumber pegangan utama dalam membedah pelbagai permasalahan kontemporer.

P-ISSN: 2613-9707	Volume. 04	Nomor. 01	Januari – Juni 2022
-------------------	------------	-----------	---------------------

Dengan demikian, fokus utama dalam kajian ini adalah melacak sekaligus mendalami etika komunikasi al-Qur'an sebagai solusi dalam merespon problematika *hoax* di media sosial.

B. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis dari penelitian yang penulis gunakan pada pengkajian ini adalah berjenis penelitian kepustakaan (*library research*) yaitu penelitian yang digunakan untuk memecah permasalahan yang sifatnya konseptual-teoritis, terutama pada fokus kajian yaitu terkait etika komunikasi dalam kaca mata al-Qur'an dan solusi mengatasi problematika *hoax* yang media sosial. Data yang terhimpun terbagi atas beberapa ayat-ayat al-Qur'an serta bahan dan literature-literatur tertulis yang telah dipublikasikan, misalnya buku, jurnal, artikel, dan lainnya, dan menjadikannya sebagai subyek utama dalam analisis. (Nana, 2012) Tentunya, data yang dimaksudkan adalah data yang berkaitan langsung dan tidak langsung dengan pokok kajian.

Berikutnya, sumber data yang digunakan pada tulisan ini adalah sumber primer dan sekunder. Sumber primer adalah suatu sumber utama yang digunakan sebagai rujukan. (Noer, 2002) Adapun data sekunder adalah literatur yang memiliki keterkaitan dengan pokok kajian. . (Noer, 2002) Metode analisis dalam tulisan ini berbentuk *diskriptif-analitis*, berfungsi guna menentukan korelasi antara satu kategori dengan kategori lainnya, bertujuan sebagai sebuah konstruksi-teoritis sesuai dengan problematika kajian.

C. PEMBAHASAN

1. Melacak Konsep Etika Komunikasi Dalam Kacamata Teoritik

Konsep tentang komunikasi sebenarnya tidak hanya membicarakan mengenai cara berinteraksi/berkomunikasi dengan lawan bicara, tetapi juga berbicara tentang etika berbicara. Masuknya reformasi

P-ISSN: 2613-9707	Volume. 04	Nomor. 01	Januari – Juni 2022
-------------------	------------	-----------	---------------------

sebagai suatu era baru setelah lunturnya periodesasi kekuasaan orde lama mengundang euforia masyarakat Indonesia, bebas berbicara terkait apapun, terhadap siapapun, dan dalam kondisi bagaimanapun. Sehingga perlu dilakukan pengkajian dan penelaah mendalam untuk menemukan suatu konstruksi dan konsep etika komunikasi.

Asal-usul dari penyebutan terminologi etika berasal dari bahasa Yunani, *ethos* berarti watak kesusilaan atau adat. Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, etika dimaknai sebagai suatu disiplin keilmuan yang mengkaji terkait norma atau nilai akhlak. (Poerwadarminta, 1991) Dari penjabaran tersebut, etika memiliki keterkaitan erat dengan perilaku dalam kehidupan manusia. (Nata, Akhlak Tasawuf)

Tidak cukup dengan penjabaran diatas, beberapa merumuskan pendapatnya masing-masing, misalnya: Argumentasi Austin Fogothey, Frankena, atau Soegarda Foerbakawatja. Melalui Ahmad Charris Zubair, Austin mendemonstrasikan bahwa etika yang berkaitan dengan ilmu-ilmu kemanusiaan dan kemasyarakatan, misalnya psikologi, antropologi, sosiologi, budaya, dan ilmu hukum. (Achmad Haris Zubair, *Kuliah Etika*) Selanjutnya, Frankena melihat etika sebagai bagian dari kajian ilmu filsafat dan ilmu filologi, baik terkait filsafat sebagai metode pemikiran atau filsafat sebagai teori, moralitas, dan problematika moral. (Achmad Haris Zubair, *Kuliah Etika*) Berbeda dari Austin dan Frankena, Soegarda Foerbakawatja melihat etika sebagai bagian dari filsafat kesenian,, menilai seorang tingkah laku, mempelajari, kemudian mengaktualisasikannya dalam kehidupan. (Dewantara, 1979)

Berlandaskan pada perspektif para ahli diatas, penulis menarik suatu generalisasi terkait etika bahwa maksudnya adalah suatu disiplin keilmuan yang bersifat *humanistis* dan *anthropocentris*, artinya unsur dan

P-ISSN: 2613-9707	Volume. 04	Nomor. 01	Januari – Juni 2022
-------------------	------------	-----------	---------------------

landasan berpikir berasal dari manusia dan ditujukan kepada manusia. Dalam bahasa lain ialah suatu gagasan dan aturan yang bersumber dari prinsip manusia.

Selanjutnya sebutan komunikasi berakar kata bahasa latin *communication*, dimana penggunaan istilah tersebut dititikberatkan pada pemilihan label, symbol, dan identitas tertentu. (Mulyasana, 2019) Sebenarnya komunikasi berakar dua istilah *com* bermakna bersamaan, dan *unio* berarti persatuan. Jadi, *communication* mendeskripsikan *to onion with or onion together-* menjadi satu atau bersamaan dengan. (Liliwari, 2011)

Secara universal, komunikasi memiliki banyak definisi, tergantung pada pendekatan yang digunakan seseorang. Misalnya komunikasi dalam aspek ontologis dan epistemologis keilmuan merupakan suatu disiplin ilmu yang otoritatif dan kredibel untuk memberikan informasi kepada khalayak umum. Sementara jikalau ditinjau dari ontologis dan aksiologis, komunikasi dapat diintegrasikan dan dinterkoneksi dalam suatu ajaran keagamaan. (Arifin, 2018) Berlanjut, apabila ditelisik dan digunakan sebagai bahan kajian, komunikasi dikatakan sebagai keilmuan yang memiliki teori-teori ilmiah dalam menerangkan terkait tindakan dan cara manusi berinteraksi dengan sesama. (Arifin, 2018)

Hasilnya, meskipun terdapat pengertian yang berbeda diantara para ahli, setidaknya kesemua dari defnisi tersebut memiliki satu definisi besar yaitu suatu proses berinteraksi, bertukar kabar, dan informasi baik melalui surat kabar, media cetak atau elektronik. Singkatnya, komunikasi adalah proses terciptanya suatu kebersamaan diantara media massa maupun dengan khalayak ramai.

P-ISSN: 2613-9707	Volume. 04	Nomor. 01	Januari – Juni 2022
-------------------	------------	-----------	---------------------

2. Karakteristik Komunikasi Dalam Al-Qur'an

Timbulnya berbagai keadaan sosial baru sekaligus temuan dalam dinamisasi teknologi dan pergeseran paradigam (*shifting paradigm*) mengharuskan Islam memberikan respon positif dalam setiap problematika yang terjadi. Berasal dari konstruksi lama sebagai ilmu yang mapan, kemudian bergerak dan terjadi keanomalian dan krisis sehingga memunculkan kontruksi baru. Dan dalam epistemologi keimuan yang berkembang, hal tersebut dianggap sebagai sebuah keniscayaan. Terhadap etika komunikasi, al-Qur'an memberikan beberapa tawaran yang selaras berhubungan dengan komunikasi. Dalam menggali al-Qur'an penulis menemukan beberap karakteristik etika komunikasi yang baik dalam pandangan al-Qur'an :

a. Kejujuran

Kejujuran dalam berinteraksi dan berkomunikasi ialah suatu etika yang berlandas dan berpedoman pada sebuah fakta. Artinya dari fakta itulah nantinya menunjukkan kejujuran. Dalam melaporkan atau membagikan tidak sampai memutarbalikkan berita. Fakta adalah suatu transfer berita dimana berita tersebut teruji kevaliditasannya. Dalam al-Qur'an kejujuran disebut (*amanah*) berarti percaya. Al-Qur'an menerangkan :

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ
إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya

P-ISSN: 2613-9707	Volume. 04	Nomor. 01	Januari – Juni 2022
-------------------	------------	-----------	---------------------

kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.” (Q.S An-Nisā’ /4:58)

Kata **أمانة** memiliki persamaan kata dengan **صدق**. Dengan berlandaskan pada term tersebut maka seseorang yang berkomunikasi dengan lawannya, tidak akan melakukan kedustaan.

b. Keadilan

Nilai keadilan dalam komunikasi mengandung perintah untuk menyajikan berita yang adil, tentunya tidak ada keberpihakan. Al-‘adl dalam istilah al-Qur’an berarti memberikan sesuatu yang menjadi hak seseorang atau mengambil benda/suatu yang menjadi miliknya. Lawan dari adil adalah zalim. Artinya seseorang yang tidak memiliki sikap adil pada orang lain dapat dikategorikan zalim. Allah menerangkan dalam al-Qur’an :

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ وَأَوْفُوا بِالْكَيْلِ وَالْمِيزَانَ
بِالْقِسْطِ لَا تُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ وَبِعَهْدِ اللَّهِ
أَوْفُوا ذَٰلِكُمْ وَصَامُكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

“Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. Dan apabila kamu berkata, maka hendaklah kamu berlaku adil, kendatipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat.”

Ayat tersebut mengandung suatu pesan bahwa ketika menyampaikan suatu berita maka hendaklah disampaikan dengan penuh keadilan. Al-Maraghi mendeskripsikan bahwa adanya keadilan mampu memberikan dan membawa umat pada situasi yang baik karena adil adalah sendi pokok dalam menegakkan asas keagamaan. (Al-Maraghi, 1969)

P-ISSN: 2613-9707	Volume. 04	Nomor. 01	Januari – Juni 2022
-------------------	------------	-----------	---------------------

c. Kepatutan

Sikap antipati dan mempertimbangkan kepatutan dalam berkomunikasi dan menyampaikan informasi. Sikap patut tersebut adalah satu dari banyak hal yang dapat dilakukan dalam memberikan berita. Terpentingnya adalah tidak terjebak pada pemutarbalikan fakta atau dikenal fitnah, al-Qur'an memberikan sebuah perhatian khusus dalam surah al-Baqarah :2/263.

قَوْلٌ مَّعْرُوفٌ وَمَغْفِرَةٌ خَيْرٌ مِنْ صَدَقَةٍ يَتْبَعُهَا أذىٌ وَاللَّهُ غَنِيٌّ حَلِيمٌ

“Perkataan yang baik dan pemberian maaf lebih baik dari sedekah yang diiringi dengan sesuatu yang menyakitkan (perasaan si penerima). Allah Maha Kaya lagi Maha Penyantun.”

Ayat tersebut menginformasikan bahwa urgensi dari komunikasi apabila didasarkan pada komunikasi yang baik dan patut. Hal tersebut dapat dikontekstualisasikan di era globalisasi ini, dimana banyaknya pengguna media sosial justru terjebak pada *negative media*.

d. Keakuratan Informasi

Salah satu dari prinsip yang perlu dibangun dalam etika komunikasi adalah berusaha untuk memberikan suatu informasi yang akurat dan tepat. Akurat dan orisinalnya sebuah berita dapat dilihat dari cermat dan tidaknya pembaca dalam menerima berita tersebut. Akomodasi yang ditawarkan Islam yakni berusaha melakukan suatu pengecekan sekaligus menelaah secara mendalam. Dalam al-Qur'an disebutkan term *tabayyun*, sebagaimana Allah mengaturnya dalam al-Qur'an :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصِحُّوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

P-ISSN: 2613-9707	Volume. 04	Nomor. 01	Januari – Juni 2022
-------------------	------------	-----------	---------------------

“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.”

Lafadz *tabayyun* dalam ayat tersebut, disebutkan oleh Al-Thabari bahwa dia memerintahkan untuk berhati-hatilah terhadap sebuah berita sampai informasi tersebut jelas secara sanad. (Mahali, 2002)

e. Bertanggungjawab

Adanya kebebasan untuk memainkan media sosial mengantarkan manusia *wrong action*. Banyaknya cibiran, makian, amarah, penghinaan hingga *cyber bullying* adalah sekelumit persoalan yang bersumber dari media sosial. (Astajaya, *Jurnal: Ilmiah Ilmu Agama dan Ilmu Sosial Budaya*, Vol. 15, No. 1) Ditambah, banyaknya informasi dan berita *hoax* yang berserekan. (Mukti Ali, 2017) Terlebih dengan hadirnya covid-19 di tengah permukaan. Dapat dipastikan, berbagai horison-horisan persepektif yang berbeda dan kemudian mengkristal menjadi suatu perdebatan dan pertikaian. Hasilnya, sikap bertanggungjawab adalah hal yang urgent untuk diperhatikan bagi seseorang yang memainkan media sosial. Karena sejatinya segala hal yang dilakukan akan dipertanggungjawabkan. Allah menerangkan:

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا

“Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggung jawaban.” (Q.S al-Isra’/17:36)

P-ISSN: 2613-9707	Volume. 04	Nomor. 01	Januari – Juni 2022
-------------------	------------	-----------	---------------------

3. Dinamika Media Sosial

New media merupakan media yang menawarkan digitisation, conver-gence, interactiviy, dan development of network terkait pembuatan pesan dan penyampaian pesannya. Kemampuannya menawarkan interaktifitas ini memungkinkan pengguna dari *new me- dia* memiliki pilihan informasi apa yang dikonsumsi, sekaligus mengendalikan keluaran informasi yang dihasilkan serta melakukan pilihan-pilihan yang diinginkannya. Kemampuan menawarkan suatu *interactivity* inilah yang merupakan konsep sentral dari pemahaman tentang new media. (Terry, 2002)

Media massa mempunyai karakteristik yakni mampu memberikan jangkauan dalam skala yang besar. Dari pandangan politik, media massa menjadi suatu media yang berpengaruh besar dalam demokratisasi di Indonesia. Tidak jarang di sosial media, seperti Facebook, Instagram, atau WA, dijadikan ladang untuk saling menyerang diantara satu sama lainnya. Komentar-komentar berisi maki-makian, olok-olokan, *bulying* hampir sering terjadi.

4. Kajian Analitis: Problematika Dan Solusi Mengatasi Berita Hoax Di Media Sosial

Kemajuan teknologi dan informasi yang begitu pesat, keterbukaan untuk mengeluarkan pendapat dan berpikir kritis telah membawa kearah peradaban baru umat dunia. Dengan kejadian tersebut, pada giliran selanjutnya membawa seseorang untuk bersikap sadar kembali, memikirkan, bahkan merevisi kembali pelbagai argumentasi ataupun sikap bahkan berita yang diyakini dan diperacayai kevaliditasannya, termasuk berita-berita *hoax* yang berceceran di dunia media sosial.

P-ISSN: 2613-9707	Volume. 04	Nomor. 01	Januari – Juni 2022
-------------------	------------	-----------	---------------------

Media sosial yang mengalami kemajuan pada era globalisasi memposisikan umat untuk berhadapan dengan pelbagai tantangan baru yang tidak pernah ada sebelumnya. Masuknya media sosial sebagai media informasi cepat dan tangkap telah meninggalkan polemik-polemik baru dan teridentifikasi sehingga menimbulkan sebuah perdebatan. Tidak sampai disitu, banyaknya istilah-istilah baru yang bermunculan dalam kategori negative tidak jarang terjadi. Berkaitan dengan hal tersebut al-Qur'an memerintahkan untuk melakukan pengklarifikasian dalam menerima berita baru.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن نُّصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَيَّ مَا فَعَلْتُمْ

تَادِمِينَ

“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.”

Mutawalli al-Sya'rawi memfokuskan kata tabayyun pada kelompok fasik yang harus disikapi secara kehatiian ketika mengirimkan berita atau informasi. Tabayyun juga melindungi yang bernuansa dair berita maksiat atau tindakan yang dilarang Allah Swt. (Mutawalli al-Sya'rawi, *Tafsir al-Sya'rawi*) Sayyid Quthub dalam ayat tersebut memfokuskan pada orang fasik, sebab dia dicurigai sebagai sumber kebohongan dan supaya hal demikian tidak tersebar pada khalayak lain. sementara Quraish Shihab memproklamirkan bahwa tabayyun ialah bentuk dan proses untuk menelisik lebih mendalam kabar/informasi yang bermunculan. Proses mencermati dari siapa yang mengeluarkan berita dan mendalami kebenarannya. (Shihab, 2008)

P-ISSN: 2613-9707	Volume. 04	Nomor. 01	Januari – Juni 2022
-------------------	------------	-----------	---------------------

Dengan demikian terdapat beberapa pokok inti yaitu: pertama, prinsip memperhatikan pembawa berita terkait fasik atau tidak orang yang membawa berita. Kedua, prinsip untuk berhati-hati dan bersikap teliti dalam menerima berita. Ketiga, memberikan peringatan kepada kita terkait bahayanya seseorang apabila telah terpengaruhi oleh orang informasinya orang fasik.

D. KESIMPULAN

Zaman dan tantangan kehidupan manusia selalu dinamis. Akan tetapi Islam melalui pelbagai esensi nilai-nilai relevan untuk menawarkan jawabannya terhadap aspek-aspek kekinian. Khususnya adalah bagaimana al-Qur'an hadir secara eksplisit dalam membuka pemikiran dan wawasan beretika yang baik dalam al-Qur'an. Secara garis besarnya, al-Qur'an telah menyatakan bahwa menyampaikan pesan yang baik, tidak menyebarkan berita hoax adalah kunci dari kemaslahatan.

Konsep *tabayyun* berisi kehatian-hatian dan ketelitian dalam menyikap informasi maupun media penyampai informasi sekaligus sebagai peringatan terkait bagaimana dampak yang ditimbulkan dari penyebaran berita hoax. Dengan demikian, membumikan *tabayyun* adalah sebagai tawaran untuk menguatkan pondasi-pondasi yang terkandung dalam substansi Islam dan memahami seluk beluk media yang berkembang.

P-ISSN: 2613-9707	Volume. 04	Nomor. 01	Januari – Juni 2022
-------------------	------------	-----------	---------------------

E. DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Terjemahnya, Departemen Agama RI. 2004. Bandung: Jumanatul Ali-Art.

Abdullah, M. Amin. 2002. *Studi Agama: Normativitas dan Histoorisitas?*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Al_Sya'rawi. Mutawalli i. 1967. *Tafsir al-Sya'rawi*, Al Azhar: Akhyar Al-Yaum.

Ali, Mukti. 2017. *Melawan Hoax di Media Sosial dan Media Massa*, Yogyakarta: Askopis Press.

Al-Maraghi, Ahmad Mustafa. 1969 *Tafsir Al-Maraghi Juz VIII*, Mesir: Mustafa Al-Bab al-Halabi.

Arifin. 2018 “*Kajian Komunikasi Massa. Pada Surah Al-Hujurat Ayat 6*”, Vol. 7, No. 1. Januari.

Astajaya, Ketuk Manik, “*Etika Komunikasi di Media Sosial*”, *Jurnal : Ilmiah Ilmu Agama dan Ilmu Sosial Budaya*, Vol. 15, No. 1.

Dewantara, Ki Hajar. 1979. *Bagian Pertama Pendidikan*, Yogyakarta: Taman Siswa.

Faiz, Fahrudin. 2015. *Heurmeneutika Al-Qur'an : Tema-Tema Kontroversial*, Yogyakarta: Kalimedia.

Graham, William A. 1985. *Qur'an as Spoken Word*, dalam Richard C. Martin, *Approaches to Islam in Religious Studies*, Berkeley: The University Of Arizona Press.

Liliweri, 2011. *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.

Mahali, A. Mudjab. 2002. *Asbabun Nuzul; Studi Pendalaman Al-Qur'an*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Muhadjir, Noer. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Reka Sarasin.

Mulyasana, Dedi. 2019. “*Komunikasi Dalam Media Sosial*”, *Jurnal: Tajdid*, Vol. 26, No. 1.

Mustaqim, Abdul. 2011. *Epistemologi Tafsir Kontemporer*, Yogyakarta: LKis Group.

Nasution, Harun, 1985. *Islam Ditinjau Dari Berbagai Aspek*, Jakarta: UI Press.

AL-IDZA'AH

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

P-ISSN: 2613-9707	Volume. 04	Nomor. 01	Januari – Juni 2022
-------------------	------------	-----------	---------------------

Nata, Abdullah. 2003. *Akhlak Tasawuf*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Shihab, M. Quraish. 2008. *Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*, Jakarta: Lentera Hati.

Sukmadinata, Nana Syahodin, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2012.

W.J.S Poerwadarminta, 1991. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka.

Yayan Rahtikawati dan Dadan Rusmana. 2013 *Metodologi Tafsir Al-Qur'an*, Jabar: Pustaka Setia.