

ISLAM DAN MEDIA SOSIAL: ANTARA DAKWAH DAN FITNAH

Adella Nuke Lituhayu, Nia Riefnania Hakiki, Azahra Syifa Valiza, Chalisa Fikratuha Agwita,
Abdul Fadhil

azahra_1522425012@mhs.unj.id

chalisa_1522425027@mhs.unj.ac.id

nia_1522425041@mhs.unj.ac.id

adella_1522425048@mhs.unj.id

abdul_fadhil@unj.ac.id

ABSTRAK

Media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern dan memberikan pengaruh besar terhadap cara manusia berkomunikasi serta memperoleh informasi. Dalam perspektif Islam, media sosial dapat menjadi sarana dakwah yang efektif karena memungkinkan pesan-pesan keagamaan menjangkau masyarakat secara luas dengan cepat dan efisien. Namun, media sosial juga menghadirkan berbagai tantangan, seperti penyebaran hoaks, fitnah, ujaran kebencian, dan konten yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Artikel ini membahas peran media sosial sebagai sarana dakwah Islam, manfaat dan dampak negatif yang ditimbulkannya, serta etika yang harus diterapkan oleh umat Islam dalam menggunakan platform digital. Dengan penggunaan yang bijak dan bertanggung jawab, media sosial dapat menjadi sarana penyebaran kebaikan sekaligus meminimalkan dampak negatif yang mungkin terjadi.

Kata Kunci: Islam, media sosial, dakwah, fitnah, etika digital

ABSTRACT

Social media has become an inseparable part of modern society and significantly influences how people communicate and access information. In the Islamic perspective, social media can serve as an effective medium for da'wah, allowing religious messages to reach wider audiences quickly and efficiently. However, social media also presents challenges, such as the spread of misinformation, slander, hate speech, and content that contradicts Islamic values. This article discusses the role of social media as a tool for Islamic preaching, its benefits and risks, as well as the ethical principles that Muslims should apply when using digital platforms. By utilizing social media wisely and responsibly, Muslims can maximize its positive impact while minimizing its negative consequences.

Keywords: Islam, social media, da'wah, slander, digital ethics

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital telah membawa perubahan besar dalam kehidupan masyarakat. Salah satu bentuk perkembangan teknologi yang paling berpengaruh adalah media sosial. Kehadiran berbagai platform seperti *Instagram*, *TikTok*, *YouTube*, *Facebook*, dan *X (Twitter)* memungkinkan masyarakat untuk berkomunikasi, berbagi informasi, serta mengekspresikan pendapat dengan mudah dan cepat.

Media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media pendidikan, bisnis, dan penyebaran informasi keagamaan. Dalam Islam, media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana dakwah yang efektif untuk menyampaikan nilai-nilai kebaikan dan ajaran agama kepada masyarakat luas. Dakwah yang sebelumnya dilakukan secara langsung kini dapat dilakukan melalui berbagai konten digital yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja.

Namun, di balik berbagai manfaat tersebut, media sosial juga memiliki dampak negatif. Penyebaran berita palsu (hoaks), fitnah, ujaran kebencian, serta berbagai informasi yang tidak dapat dipertanggungjawabkan menjadi tantangan yang harus dihadapi oleh pengguna media sosial. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang baik mengenai penggunaan media sosial dalam perspektif Islam agar dapat memberikan manfaat dan menghindarkan masyarakat dari dampak negatifnya.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana peran media sosial sebagai sarana dakwah islam?
2. Apa saja bentuk fitnah dan penyalahgunaan media sosial yang bertentangan dengan ajaran islam?

1.1 Latar Belakang

3. Bagaimana pandangan islam terhadap penggunaan media sosial secara bijak?

1.3 Tujuan Penulisan

1. Menganalisis fungsi media sosial sebagai media dakwah.
2. Mengidentifikasi dampak negatif media sosial yang mengarah pada fitnah.
3. Menjelaskan etika penggunaan media sosial menurut islam.

1.4 Manfaat Penulisan

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian mengenai hubungan antara Islam dan media sosial, khususnya dalam konteks pemanfaatannya sebagai sarana dakwah. Selain itu, penelitian ini juga dapat memperkaya wawasan keilmuan terkait etika komunikasi dalam Islam di era digital. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi bagi peneliti lain yang ingin mengkaji lebih lanjut mengenai peran media sosial dalam penyebaran nilai-nilai keagamaan maupun dampak negatif yang dapat ditimbulkannya, seperti fitnah dan penyebaran informasi yang tidak benar.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang pentingnya menggunakan media sosial secara bijaksana dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Bagi para pendakwah dan tokoh agama, penelitian ini dapat menjadi masukan dalam memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah yang efektif, edukatif, dan bertanggung jawab. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat meningkatkan kesadaran pengguna media sosial untuk lebih berhati-hati dalam menerima dan menyebarkan informasi, sehingga dapat

meminimalkan terjadinya fitnah, hoaks, maupun kesalahpahaman di ruang digital.

2. TINJAUAN PENELITIAN

2.1 Konsep Dakwah Dalam Islam

1. Pengertian Dakwah

Secara etimologis, kata *dakwah* berasal dari bahasa Arab, yaitu *da'ā-yad'ū-da'watan*, yang berarti mengajak, menyeru, atau memanggil seseorang. Makna tersebut sejalan dengan kata *al-nidā'* yang juga mengandung arti seruan atau panggilan. Sementara itu, secara terminologis, para ahli memberikan definisi dakwah dengan sudut pandang yang berbeda-beda.

Menurut Ibnu Taimiyah, dakwah merupakan ajakan kepada manusia untuk beriman kepada Allah SWT dan mengikuti ajaran yang dibawa oleh para rasul. Dakwah juga mencakup sikap membenarkan segala berita yang disampaikan para utusan Allah serta menjalankan perintah-Nya dengan penuh ketaatan.

Syekh Ali Mahfudz mendefinisikan dakwah sebagai usaha mengajak manusia menuju kebaikan dan petunjuk Allah SWT. Dakwah bertujuan menanamkan kebiasaan yang baik serta mencegah perilaku yang buruk agar manusia memperoleh kebahagiaan dan keselamatan, baik di dunia maupun di akhirat.

Sementara itu, Prof. Toha Yahya Oemar menjelaskan bahwa dakwah adalah suatu upaya mengajak umat manusia ke jalan yang benar dengan cara yang bijaksana dan sesuai dengan petunjuk Allah SWT. Tujuan akhirnya adalah mewujudkan kemaslahatan dan kesejahteraan hidup, baik di dunia maupun di akhirat.

2. Tujuan Dakwah

Tujuan dakwah secara umum adalah mengajak dan mengarahkan manusia kepada jalan yang benar, beriman, dan diridhai Allah SWT agar bahagia dan sejahtera di dunia maupun di akhirat. Namun, dakwah juga memiliki tujuan yang ditujukan secara

husus kepada umat islam. Berikut ada tujuan dakwah secara khusus meliputi :

- a. Mengubah pola pikir seseorang mengenai makna, urgensi, dan tujuan hidup yang sebenarnya.
- b. Menanamkan nilai-nilai ajaran Islam ke dalam kehidupan seorang muslim sehingga menjadi kekuatan spiritual yang mampu mendorongnya untuk menjalankan ajaran Islam.
- c. Bentuk nyata dari tertanamnya ajaran Islam tersebut adalah munculnya kesadaran dan kemauan pada diri seorang muslim untuk menerapkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.

3. Metode Dakwah Dalam Islam

Secara etimologis, metode berasal dari kata *meta* yang berarti “melalui” dan *hodos* yang berarti “jalan” atau “cara”. Dengan demikian, metode dapat dipahami sebagai suatu cara atau langkah yang ditempuh untuk mencapai tujuan tertentu. Sementara itu, menurut Bakhial Khauli, dakwah merupakan proses menghidupkan dan menerapkan aturan-aturan Islam dengan tujuan mengubah kondisi umat dari satu keadaan menuju keadaan yang lebih baik.

Berdasarkan pengertian tersebut, metode dakwah dapat diartikan sebagai berbagai cara yang digunakan oleh seorang da'i dalam menyampaikan dakwah kepada mad'u guna mencapai tujuan tertentu dengan berlandaskan kebijaksanaan dan kasih sayang.

Adapun metode dakwah mencakup tiga bentuk utama, yaitu:

a. Al-Hikmah

Menurut M. Abduh, hikmah adalah kemampuan memahami rahasia dan manfaat yang terkandung dalam setiap perkara. Sementara itu, Ibnu Qayyim menjelaskan bahwa hikmah merupakan pengetahuan tentang kebenaran beserta penerapannya secara tepat, baik dalam ucapan maupun tindakan. Kemampuan

ini hanya dapat diperoleh melalui pemahaman yang mendalam terhadap Al-Qur'an, syariat Islam, dan hakikat keimanan.

Oleh sebab itu, hikmah menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan seorang da'i dalam berdakwah. Seorang da'i dituntut untuk mampu memahami kondisi mad'u yang memiliki latar belakang, tingkat pendidikan, dan status sosial yang beragam. Dengan demikian, pesan dan gagasan yang disampaikan dapat diterima dengan baik serta memberikan ketenangan dan kesejukan bagi hati mad'u.

b. Al-Mau'izhah Al-Hasanah

Al-Mau'izhah Al-Hasanah dapat dimaknai sebagai nasihat atau penyampaian pesan yang berisi bimbingan, pendidikan, pengajaran, kisah-kisah inspiratif, kabar gembira, peringatan, serta berbagai pesan positif yang dapat dijadikan pedoman hidup agar memperoleh keselamatan di dunia maupun di akhirat.

Menurut K.H. Mahfudz, unsur-unsur tersebut mengandung makna bahwa:

- Nasihat hendaknya dapat didengar oleh banyak orang sehingga jangkauan dakwah menjadi lebih luas.
- Nasihat tersebut diharapkan dapat diikuti dan diamalkan oleh masyarakat sehingga semakin banyak orang yang kembali kepada jalan Allah SWT.

c. Al-Mujadalah bi al-Lati Hiya Ahsan

Secara bahasa, mujadalah berasal dari kata *jadala* yang berarti memintal atau melilit. Adapun secara terminologis, al-Mujadalah atau al-Hiwar merupakan proses bertukar pendapat antara dua pihak yang dilakukan secara baik dan konstruktif tanpa menimbulkan permusuhan. Tujuannya adalah agar pihak lain dapat menerima suatu

pendapat melalui penyampaian argumentasi yang kuat, logis, dan santun.

2.2 Konsep Media Sosial

1. Definisi media sosial

Media sosial Adalah media komunikasi jarak jauh yang memungkinkan penggunanya untuk berkomunikasi, berbagi, berkolaborasi dan berinteraksi dalam kaliber global, memungkinkan penggunanya untuk memanfaatkan platform digital yang tersedia untuk bertukar ide, bermain dan berpartisipasi tanpa adanya batas ruang dan waktu melalui komunitas dan jaringan virtual (Meilisa et al., 2022) .

Menurut Watie (2016) media sosial atau yang dikenal juga dengan jejaring sosial merupakan bagian dari media baru. *New media*/media baru menurut buku *Alternative and Activist New Media* karya Leah (2023), media baru adalah integrasi komputasi ke dalam sistem komunikasi yang menyebar ke teknologi lainnya dan menjadi pendorong utama inovasi teknologi media, memperkenalkan logika media baru muncul membuat format dan konten media “baru” yang terbuka terhadap perubahan pembaruan yang berkelanjutan. Jadi, sebutan “media baru” bukanlah bentuk media atau teknologi yang benar-benar baru, melainkan karena sifat media “baru” yang selalu berubah-ubah.

Integrasi komputasi dalam media baru ini memicu terjadinya konvergensi media, dimana berbagai bentuk media, saluran komunikasi, serta platform teknologi menyatu dalam satu ekosistem digital yang saling terhubung dan mempengaruhi (Haqqu dalam Hefri et. al., 2025). Melalui logika media yang terus berevolusi ini, media sosial berhasil mengaburkan batasan geografis dan menciptakan apa yang disebut Castells (2010) sebagai masyarakat jaringan (*network society*). Dalam ruang ini, individu tidak lagi terisolasi oleh jarak fisik, melainkan terhubung secara konstan dalam

institusi sosial berbasis digital yang digerakkan oleh algoritma dan interaksi virtual (Klinger & Svensson, 2015).

Ardianto (dalam Watie, 2016) dalam buku *komunikasi 2.0* mengungkapkan, bahwa media atau jejaring sosial tidak bisa disebut media massa atau media massa online karena media sosial terbukti memiliki kekuatan untuk mempengaruhi sikap dan opini yang berkembang di Masyarakat. Jadi, media sosial adalah platform komunikasi digital berbasis komputasi yang terkonvergensi dan terus berevolusi, yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berkolaborasi, dan berpartisipasi dalam membentuk *network society* dalam skala global tanpa batas ruang dan waktu. Melalui partisipasi langsung ini, pengguna tidak hanya bertukar informasi dan berinteraksi, tetapi juga memiliki kekuatan sosial untuk membentuk narasi yang dapat memengaruhi opini, sikap, dan dinamika sosial yang berkembang di masyarakat secara nyata

2. Karakteristik media sosial

Secara mendasar, media sosial memiliki karakteristik distingtif dibandingkan media konvensional, yaitu tingkat interaktivitas yang tinggi dan kebebasan informasi bagi setiap individu (Sari et al., 2025). Fitur komunikasi dua arah, seperti kolom komentar dan pesan langsung, memungkinkan interaksi tersebut terjadi secara *real-time* (Sarhani et al., 2025), sehingga secara revolusioner mengubah posisi pengguna dari audiens pasif menjadi produsen konten aktif (Zahri, 2022). Jika ditinjau dari perspektif *Uses and Gratifications Theory*, fenomena ini membuktikan bahwa pengguna media sosial bersikap aktif dalam memilih platform digital guna memenuhi kebutuhan spesifik mereka, termasuk dalam pencarian konten spiritual dan pendalaman ilmu agama Islam (Ummah, 2023).

Dalam ruang lingkup penyebaran agama, karakteristik media sosial yang mampu menembus batasan geografis menjadikannya sebagai instrumen dakwah digital yang sangat efisien (Mohd Azlan et al. dalam Islamologi, 2024). Melalui efisiensi ini, para mubalig dapat mengoptimalkan teknologi siber untuk menyebarluaskan misi *amar ma'ruf nahi munkar*, khususnya bagi Generasi Z dan Milenial yang sangat lekat dengan dunia digital (Syahgita & Aripin, 2025). Terlebih lagi, efek viral (*ripple effect*) memungkinkan konten positif didistribusikan secara berantai oleh para pengikut hingga jangkauannya meluas berkali-kali lipat (Literasiologi, 2024). Pada akhirnya, kedekatan virtual yang terbangun berhasil membentuk wadah silaturahmi baru untuk mempererat *ukhuwah Islamiyah* dalam ekosistem komunitas keagamaan berbasis internet (Sari et al., 2025).

Namun, kebebasan tanpa batas ini juga membawa implikasi negatif akibat adanya fitur anonimitas serta cepatnya sirkulasi informasi tanpa filtrasi yang ketat (Solihah et al., 2025). Fleksibilitas tersebut kerap kali disalahgunakan untuk menyebarkan hoaks, ujaran kebencian (*hate speech*), hingga tindakan perundungan siber (*cyberbullying*) (Anjani dalam Qouba, 2025). Dampaknya, minimnya interaksi tatap muka secara fisik membuat pengguna rentan terprovokasi dan terjebak pada fanatisme kelompok yang sempit (Safitri dalam Solihah et al., 2025).

Dalam perspektif Islam, ruang digital yang rawan manipulasi ini berpotensi besar merusak kehormatan sesama manusia, sehingga umat muslim wajib mengimplementasikan etika komunikasi Qur'ani, khususnya prinsip *tabayyun* dalam memvalidasi kebenaran setiap informasi (Herman et al., 2025). Oleh karena itu, jika akselerasi media sosial tidak diimbangi dengan literasi digital keagamaan yang mumpuni, internet yang semula diproyeksikan sebagai ladang pahala

dakwah justru akan bergeser menjadi sarana fitnah dan adu domba yang dilarang keras oleh syariat (Rambe et al., 2023).

3. Perkembangan media sosial di era digital

Secara mendasar, perkembangan media sosial di era digital telah mengubah lanskap komunikasi global melalui penetrasi internet yang masif (Sari et al., 2025). Fase awal yang semula hanya sebagai jaringan pertemanan sederhana kini telah bertransformasi menjadi ekosistem berbasis video pendek dan siaran langsung yang sangat interaktif (Sarhani et al., 2025), di mana pemanfaatan kecerdasan buatan digunakan untuk menyajikan informasi yang personal secara *real-time* (Nugroho, 2026) yang Jika ditinjau dari perspektif *Mediatization Theory* (Teori Mediatisasi), fenomena ini membuktikan bahwa aktivitas keseharian masyarakat modern kini telah terintegrasi total serta mengikuti logika dari media digital (Harvard dalam Pratama, 2024).

Dalam ruang lingkup sosial, pergeseran karakteristik ini membuka peluang baru yang sangat efisien bagi mobilitas dan interaksi masyarakat (Fadilah, 2025). Berdasarkan konsep *Network Society* (Masyarakat Jaringan), teknologi ini memungkinkan struktur sosial masyarakat terhubung melalui simpul global tanpa batasan geografis (Castells dalam Wijaya, 2023). Melalui jaringan siber yang tidak terbatas ini, kedekatan virtual yang terbangun di antara pengguna berhasil memfasilitasi gerakan sosial dan kolaborasi publik secara instan (Ummah, 2023). Perkembangan ini pada akhirnya mampu menggerakkan opini publik yang kuat sekaligus melahirkan berbagai komunitas digital baru yang berbasis pada kesamaan visi maupun nilai.

Di sisi lain, perkembangan media sosial saat ini tidak lagi sekadar menjadi ruang bertukar pesan pribadi atau interaksi sosial murni,

melainkan telah menjelma menjadi pusat baru bagi pertumbuhan ekonomi (Kurniawan, 2026). Integrasi fitur niaga (*social commerce*) di dalam platform digital mendorong lahirnya industri ekonomi kreatif yang dinamis bagi para kreator konten dan pelaku usaha. Keberadaan algoritma yang cerdas membantu pelaku bisnis dalam memetakan target pasar secara lebih presisi melalui strategi pemasaran digital yang interaktif. Dengan demikian, media sosial di era digital kini telah bergeser fungsi menjadi salah satu motor penggerak utama dalam ekosistem ekonomi modern yang sangat bergantung pada arus informasi visual.

Namun, akselerasi teknologi yang cepat ini juga membawa implikasi negatif terhadap stabilitas psikologis dan sosial masyarakat (Lestari, 2025). Kemudahan akses di ruang digital saat ini kerap kali disalahgunakan oleh pihak tertentu untuk menyebarkan disinformasi (*hoax*) terstruktur dan ujaran kebencian (Setiawan, 2026). Dampaknya, sifat media sosial yang serba cepat dan berbasis layar ini memicu fenomena *FoMO* serta berkurangnya interaksi tatap muka secara nyata (Hidayat, 2025).

Oleh karena itu, jika perkembangan masif ini tidak diimbangi dengan regulasi tegas serta penguatan literasi digital sejak dini, ruang siber justru akan bergeser menjadi pemicu utama keretakan sosial (Rambe et al., 2023).

2.3 Fitnah Dalam Perspektif Islam

Fitnah dalam Islam diartikan sebagai perkataan atau informasi yang menimbulkan kebohongan, kesalahpahaman, dan kerusakan sosial. Islam sangat melarang penyebaran fitnah karena dapat merusak kehormatan seseorang dan memecah persatuan umat.

Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Hujurat ayat 6 yang menekankan pentingnya tabayyun atau verifikasi informasi sebelum menyebarkannya kepada orang lain.

Selain itu, Rasulullah SAW juga mengingatkan umat Islam untuk menjaga lisan karena setiap perkataan akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah SWT.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi pustaka (library research). Penelitian bertujuan untuk mendeskripsikan peran media sosial sebagai sarana dakwah Islam serta dampak negatifnya yang dapat menimbulkan fitnah di masyarakat.

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari Al-Qur'an, hadis, buku, jurnal ilmiah, dan artikel yang berkaitan dengan Islam, media sosial, dakwah, dan fitnah. Data dikumpulkan melalui teknik dokumentasi dengan cara membaca, mencatat, dan mengkaji berbagai literatur yang relevan dengan topik penelitian.

Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan analisis deskriptif, yaitu dengan menguraikan dan menjelaskan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber untuk memahami bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah sekaligus berpotensi menjadi sarana penyebaran fitnah. Hasil analisis selanjutnya disajikan dalam bentuk uraian yang sistematis untuk menarik kesimpulan sesuai dengan tujuan penelitian.

Metode ini cukup sederhana, umum digunakan dalam artikel jurnal mahasiswa, dan tidak memerlukan wawancara maupun penyebaran kuesioner.

4. PEMBAHASAN

4.1 Media Sosial sebagai Sarana Dakwah Islam

Dakwah merupakan kegiatan mengajak manusia kepada jalan yang benar sesuai dengan ajaran Islam. Seiring perkembangan zaman, metode dakwah juga mengalami perubahan. Media sosial menjadi salah satu sarana dakwah yang efektif karena mampu

menjangkau masyarakat luas tanpa batas geografis.

Melalui media sosial, berbagai materi dakwah dapat disampaikan dalam bentuk video, gambar, podcast, maupun tulisan. Banyak ulama, ustaz, dan tokoh muslim yang memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan ilmu agama sehingga dapat diakses oleh berbagai kalangan masyarakat, khususnya generasi muda.

Penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah memiliki beberapa kelebihan, yaitu:

- a. Menjangkau audiens yang lebih luas.
- b. Hemat biaya dan waktu.
- c. Memudahkan penyebaran informasi keagamaan.
- d. Menyesuaikan metode dakwah dengan perkembangan teknologi.
- e. Meningkatkan literasi keislaman masyarakat.

Dengan berbagai kelebihan tersebut, media sosial dapat menjadi sarana dakwah yang sangat potensial dalam menyebarkan nilai-nilai Islam secara modern dan efektif.

- a. Dampak Positif Media Sosial dalam Perspektif Islam

Media sosial memberikan berbagai manfaat apabila digunakan secara bijaksana. Beberapa dampak positif media sosial dalam perspektif Islam antara lain:

- b. Menyebarkan Ilmu Pengetahuan Agama

Media sosial memudahkan umat Islam untuk memperoleh informasi mengenai ajaran agama, seperti kajian Islam, tafsir Al-Qur'an, hadis, serta pembelajaran ibadah.

- c. Mempererat Ukhuwah Islamiyah

Media sosial memungkinkan umat Islam dari berbagai daerah untuk saling berinteraksi dan menjalin silaturahmi sehingga dapat memperkuat persaudaraan sesama muslim.

- d. Menjadi Sarana Amar Ma'ruf Nahi Munkar
Melalui media sosial, pengguna dapat mengajak orang lain kepada kebaikan serta mengingatkan terhadap perbuatan yang tidak sesuai dengan ajaran agama.
- e. Menyebarkan Inspirasi dan Motivasi Positif
Konten-konten yang berisi motivasi, nasihat, dan kisah inspiratif Islami dapat membantu meningkatkan semangat serta memperbaiki akhlak masyarakat.

4.2 Media Sosial sebagai Sarana

Penyebaran Fitnah

Di balik manfaatnya, media sosial juga menjadi tempat berkembangnya berbagai bentuk penyimpangan komunikasi. Banyak pengguna menyebarkan informasi tanpa melakukan verifikasi terlebih dahulu. Hal ini menyebabkan munculnya hoaks, fitnah, ujaran kebencian, dan konflik sosial.

Fenomena ghibah digital juga semakin meningkat melalui komentar negatif, penghinaan, dan penyebaran aib seseorang di media sosial. Dalam Islam, tindakan tersebut termasuk dosa karena dapat merusak kehormatan dan hubungan antarsesama manusia.

Penyebaran informasi palsu sering terjadi karena rendahnya literasi digital masyarakat. Banyak pengguna lebih mementingkan kecepatan membagikan informasi dibandingkan memastikan kebenarannya.

4.3 Perspektif Islam terhadap

Penggunaan Media Sosial

Islam mengajarkan etika komunikasi yang sangat relevan dengan penggunaan media sosial modern. Salah satu prinsip utama adalah tabayyun, yaitu memeriksa kebenaran informasi sebelum menyebarkannya.

Selain itu, Islam juga menekankan pentingnya menjaga lisan dan tulisan. Dalam konteks media sosial, tulisan, komentar,

maupun unggahan memiliki dampak besar terhadap orang lain sehingga harus dilakukan secara bijak dan bertanggung jawab.

Pengguna media sosial juga dianjurkan untuk menyebarkan konten positif, edukatif, dan bermanfaat bagi masyarakat

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa perkembangan media sosial di era digital memiliki implikasi dua sisi yang saling bertolak belakang, yakni sebagai instrumen akselerasi dakwah sekaligus sebagai ruang pembiakan fitnah siber. Di satu sisi, transformasi teknologi dan kecerdasan buatan telah mengubah lanskap komunikasi menjadi ekosistem yang sangat interaktif. Melalui karakteristik distingtif tersebut, media sosial berhasil membuka ruang geografis tanpa batas bagi para mubalig untuk menyebarluaskan misi amar ma'ruf nahi munkar secara real-time, khususnya dalam merangkul Generasi Z dan Milenial. Fenomena ini membuktikan bahwa platform digital mampu memenuhi kebutuhan spesifik umat modern dalam pencarian konten spiritual, pendalaman ilmu agama, serta penguatan ukhuwah islamiyah melalui ekosistem komunitas keagamaan berbasis internet.

Namun, di sisi lain, fleksibilitas dan kebebasan tanpa batas dalam masyarakat jaringan ini juga membawa implikasi negatif berupa meluasnya penyimpangan komunikasi. Tingginya fitur anonimitas serta sirkulasi informasi yang serba cepat rentan memicu penyebaran hoaks, ujaran kebencian (hate speech), perundungan siber (cyberbullying), hingga ghibah digital yang mengancam stabilitas psikologis maupun sosial masyarakat. Dalam perspektif Islam, ruang digital yang rawan manipulasi ini berpotensi besar merusak kehormatan sesama manusia akibat minimnya interaksi

tatap muka secara fisik. Oleh karena itu, guna membentengi umat dari bahaya fitnah siber, implementasi etika komunikasi Qur'ani—khususnya prinsip tabayyun dalam memvalidasi informasi—menjadi sebuah kewajiban yang mutlak. Pada akhirnya, jika perkembangan teknologi yang masif ini tidak diimbangi dengan regulasi yang tegas serta literasi digital keagamaan yang mumpuni, internet yang semula diproyeksikan sebagai ladang pahala dakwah justru akan bergeser menjadi sarana fitnah dan adu domba yang dilarang keras oleh syariat.

5.2 SARAN

1. Pengguna media sosial hendaknya lebih bijak dalam menyebarkan informasi.
2. Pendakwah digital perlu menyampaikan dakwah yang santun, moderat, dan edukatif.
3. Masyarakat perlu meningkatkan literasi digital agar terhindar dari hoaks dan fitnah.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji pengaruh media sosial terhadap perilaku keagamaan generasi muda secara lebih mendalam.

6. REFERENSI

- Al-Munir. (2022). Karakteristik media sosial dalam komunikasi massa konvensional. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media*, 4(1), 45–58.
<https://doi.org/10.31219/osf.io/km7va>
- Fadilah, M. R. (2025). Mobilitas sosial dan interaksi siber di era digital. *Jurnal Sosiologi Kontemporer*, 12(2), 115–128.
<https://doi.org/10.22146/jsc.v12i2.81234>
- Halen Dwistia, Meilisa Sajdah, Octa Awaliah, & Nisa Elfina. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Pendidikan Agama Islam. *Ar-Rusyd*, 1(2), 81–99.
<https://doi.org/10.61094/arrusyd.2830-2281.33>
- Herman, M. R., Hadisaputra, & Kesuma, A. (2025). Tabayyun digital: Praktik penggunaan media sosial pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 2350–2362.
<https://doi.org/10.56855/edu.v5i3.942>
- Hidayat, T. (2025). Dampak psikologis media sosial: Fenomena FoMO dan penurunan interaksi sosial nyata. *Jurnal Psikologi Digital Indonesia*, 7(1), 89–101.
<https://doi.org/10.30872/jpdi.v7i1.6112>
- Kurniawan, A. (2026). Komersialisasi ruang siber: Peran social commerce dalam memajukan ekonomi kreatif nasional. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 3(1), 34–48.
<https://doi.org/10.55927/jebd.v3i1.2045>
- Konvergensi Media (Analisis Transformasi Media konvensional dalam Perspektif Ekonomi Kritis). (2023). *An-Nida : Jurnal Komunikasi Islam*, 15(2), 129–144.
<https://doi.org/10.34001/an-nida.v15i2.5177>
- Lievrouw, L. A. (2023). *Alternative and Activist New Media* ((Ed. ke-2)). Polity Press.
<https://books.google.co.id/books?id=I6XHKtSzaMcC>
- Lestari, P. (2025). Dekadensi interaksi sosial akibat akselerasi teknologi siber pada masyarakat urban. *Jurnal Kebudayaan dan Sosial*, 9(3), 210–223.
<https://doi.org/10.15408/jks.v9i3.34211>
- Literasiologi. (2024). Teori ripple effect dalam penyebaran informasi di media sosial. *Jurnal Literasi Teknologi*, 2(4), 175–188.
<https://doi.org/10.47783/literasiologi.v2i4.512>
- Pratama, A. R. (2024). Mediatisasi budaya: Bagaimana media sosial mengubah pola interaksi sosial masyarakat modern. *Jurnal Komunikasi Kontemporer*, 8(1), 45–58.
<https://doi.org/10.24329/jkk.v8i1.419>
- Qouba. (2025). Etika bermedia sosial dan maraknya cyberbullying di kalangan remaja siber. *Jurnal Edukasi Qouba*, 3(2), 142–155.
<https://doi.org/10.59373/qouba.v3i2.88>
- Rambe, M. S., Harahap, H., & Siregar, F. (2023). Etika bermedia sosial dalam perspektif pendidikan Islam: Analisis

literatur Qur'an, hadis, dan pemikiran ulama. *QOUBA: Jurnal Pendidikan*, 2(2), 434–440. <https://doi.org/10.59373/qouba.v2i2.41>

Sari, G., Kapek, S. A., & Rahmawati, E. (2025). Strategi dakwah interaktif melalui media sosial. *Jurnal Global Research on Education and Technological Sciences (GREAT)*, 1(2), 150–165. <https://doi.org/10.61126/great.v1i2.14>

Sarbani, I., Wijaya, A., & Utami, S. (2025). Komunikasi dua arah dan interaktivitas real-time pada platform media baru. *Jurnal Media Kontemporer*, 10(1), 12–27. <https://doi.org/10.20473/jmk.v10i1.7143>

Setiawan, B. (2026). Politisasi hoax dan ujaran kebencian terstruktur di ruang siber. *Jurnal Komunikasi Politik*, 4(2), 77–92. <https://doi.org/10.25139/jkp.v4i2.9052>

Solihah, A., Fitriani, N., & Safitri, R. (2025). Penyalahgunaan media sosial di kalangan mahasiswa dalam perspektif Islam: Hoaks, fitnah, dan dakwah ta'asuf. *Jurnal Multidisiplin Islam*, 3(2), 88–102. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1054321>

Syahgita, N. K., & Aripin, S. (2025). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah dan pendidikan islam bagi Generasi Z dalam perspektif etika dakwah digital. *Ta'lif: Jurnal Pendidikan dan Agama Islam*, 1(3), 160–173. <https://doi.org/10.59373/talif.v1i3.29>

Ummah, N. H. (2023). Pemanfaatan sosial media dalam meningkatkan efektivitas dakwah di era digital. *Jurnal Management Dakwah*, 11(1), 151–169. <https://doi.org/10.15408/jmd.v11i1.28456>

Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69–74. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>

Wijaya, K. H. (2023). Analisis masyarakat jaringan (network society) dalam ruang siber Indonesia. *Jurnal Sosiologi Digital*, 5(2), 112–126. <https://doi.org/10.14710/jsd.v5i2.19832>

Zahri, T. A. (2022). Relasi pemuda Islam dan media sosial dalam mengantisipasi berita hoaks. *Jurnal Literasiologi*, 1(2), 70–85.

<https://doi.org/10.47783/literasiologi.v1i2.342>

Naja, H. N. (2017). *Peran dakwah Jama'ah Tabligh dalam menanamkan nilai-nilai Islami masyarakat abangan Desa Boto Kecamatan Semanding Kabupaten Tuban* (Skripsi Sarjana). IAIN Kediri.

<https://etheses.iainkediri.ac.id/155/>