

Research Article

The Relevance of Hadith in the Digital World: Hate Speech on Social Media

Darin Rihhadatul 'Aisy

Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanudin Banten

E-mail: 231370017.darin@uinbanten.ac.id

Endad Musaddad

Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanudin Banten

E-mail: endad.musaddad@uinbanten.ac.id

Copyright © 2025 by Authors, Published by Al-Hukumah: Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Studi Islam

Received : February 22, 2025
Accepted : April 3, 2025

Revised : March 24, 2024
Available online : April 19, 2025

How to Cite: Darin Rihhadatul 'Aisy, & Endad Musaddad. (2025). The Relevance of Hadith in the Digital World: Hate Speech on Social Media. Al-Hukumah: Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Studi Islam, 1(3), 65–78. <https://doi.org/10.63738/al-hukumah.v1i3.23>

Abstract

This study examines the urgency of social media ethics in the perspective of hadith amid the rise of negative comments. The aim is to highlight the Prophet's words as guidelines for polite communication. A qualitative method of literature study was used with sources from hadith books and scientific literature. The results show that hate speech and digital bullying are contrary to Islamic teachings. The Prophetic Hadith encourages the creation of a healthy and moral digital space.

Keywords: Digital Ethics, Social Media, Prophetic Hadiths, Hate Speech.

Relevansi Hadits dalam Dunia Digital: Hate Speech pada Media Sosial

Abstrak

Penelitian ini mengkaji urgensi etika bermedia sosial dalam perspektif hadits di tengah maraknya komentar negatif. Bertujuan menyoroti sabda Nabi sebagai pedoman komunikasi santun. Metode kualitatif studi pustaka digunakan dengan sumber dari kitab hadits dan literatur ilmiah. Hasil menunjukkan bahwa ujaran kebencian dan perundungan digital bertentangan dengan ajaran Islam. Hadits Nabi mendorong terciptanya ruang digital yang sehat dan berakhlak.

Kata Kunci: Etika digital, Media Sosial, Hadits Nabi, Ujaran Kebencian.

PENDAHULUAN

Era digital telah menghadirkan kemudahan luar biasa dalam

berkomunikasi dan menyampaikan informasi. Media sosial menjadi wadah utama interaksi masyarakat modern, di mana setiap individu dapat dengan bebas mengekspresikan pendapat, berbagi pengalaman, dan menjalin koneksi lintas ruang dan waktu. Highlight dari fenomena ini adalah meningkatnya aksesibilitas dan kecepatan penyebaran informasi, yang memberi peluang besar bagi masyarakat untuk terlibat dalam diskursus publik secara langsung dan luas.

Akan tetapi, kebebasan berekspresi yang ditawarkan media sosial sering kali tidak diimbangi dengan kesadaran etis dan tanggung jawab moral. Banyak pengguna yang terjebak dalam praktik komunikasi yang merugikan, seperti ujaran kebencian, perundungan siber (cyberbullying), dan penyebaran informasi palsu (hoax) (Dian Junita Ningrum et al., 2019). Meskipun media sosial sejatinya bersifat netral, namun dalam praktiknya ruang ini kerap digunakan sebagai sarana untuk mencaci, memprovokasi, bahkan merusak reputasi orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua bentuk kebebasan ekspresi di dunia digital mencerminkan nilai kebaikan atau bertujuan konstruktif.

Ada kala nya masyarakat menganggap bahwa berkomentar di media sosial hanyalah bentuk kejujuran atau keterbukaan, padahal tanpa disadari, ucapan yang dilontarkan secara daring bisa menyakiti, menjatuhkan mental, dan menimbulkan perpecahan sosial (Robbins, S.P., dan Judge, 2014). Dalam konteks ini, kebutuhan akan panduan etika dalam bermedia sosial menjadi sangat mendesak, terutama bagi umat Islam yang memiliki landasan normatif dalam Alquran dan hadits terkait akhlak dan komunikasi.

Oleh karena itu, dalam menghadapi kompleksitas komunikasi di era digital, diperlukan integrasi antara nilai-nilai etika Islam dan praktik bermedia sosial. Hadits-hadits Nabi Muhammad SAW yang menekankan pentingnya berkata baik atau diam, menjauhi ghibah, serta mendorong untuk menyebarkan kebaikan, menjadi relevan untuk dijadikan sebagai pedoman dalam membentuk perilaku komunikasi yang santun, bertanggung jawab, dan bernilai ibadah. Oleh karena itu, pembahasan mengenai etika, komunikasi, dan media dalam perspektif Islam khususnya hadits menjadi sangat penting dalam rangka menciptakan ruang digital yang sehat, beradab, dan membawa manfaat bersama (Christiany Juditha, 2017).

Beberapa penelitian telah membahas tema etika komunikasi dalam media digital. Misalnya, Seperti yang ditulis oleh Dita Kusumasari dan S. Arifianto (2020), dengan judul "Makna Teks Ujaran Kebencian pada Media Sosial," Jurnal Komunikasi, Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial sebagai ruang publik tidak lagi sekadar berfungsi sebagai wadah

pertukaran gagasan dan nilai secara terbuka, mandiri, dan demokratis. Sebagiannya kini telah dimanfaatkan oleh kekuatan ekonomi kapitalis dan kepentingan politik pragmatis demi meraih tujuan-tujuan cepat, dengan mengorbankan nilai-nilai serta keindahan sosial budaya yang menyertainya (Dita Kusumasari and S Arifianto, 2020).

Sementara itu, penelitian oleh Atikah Marwa dan Muhammad Fadhlán (2021), "Ujaran Kebencian di Media Sosial Menurut Perspektif Islam," Jurnal al-Afkar, Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap pandangan Islam mengenai ujaran kebencian di media sosial melalui pendekatan kualitatif berbasis studi kepustakaan. Temuan utama menunjukkan bahwa ujaran kebencian merupakan bentuk komunikasi yang bertentangan dengan ajaran agama karena dapat melukai perasaan orang lain. Dalam Islam, bentuk-bentuk ujaran kebencian antara lain meliputi ghibah (menggunjing), dusta, namimah (adu domba), dan fitnah. Untuk mencegah perilaku semacam ini, umat Islam dituntut untuk menjunjung nilai-nilai kejujuran, keadilan, ketepatan informasi, serta niat yang tulus dalam setiap perkataan (Atikah Marwa and Muhammad Fadhlán, 2021). Meskipun demikian, belum banyak kajian yang secara spesifik mengkaji urgensi hadits Nabi dalam membentuk etika bermedia sosial, terutama dalam konteks ujaran kebencian.

Dalam menghadapi realitas media sosial yang terbuka dan bebas, muncul kebutuhan akan kesadaran etis dalam setiap perilaku komunikasi yang terjadi di dalamnya. Kebebasan berekspresi yang tanpa batas sering kali tidak diimbangi dengan tanggung jawab moral, sehingga rawan menimbulkan dampak negatif, baik secara personal maupun sosial. Di sinilah pentingnya nilai-nilai etika yang dapat menjadi pedoman. Ajaran Nabi Muhammad SAW melalui hadits-hadits yang menekankan pentingnya berkata baik, menghindari tindakan menyakiti orang lain, serta mendorong terciptanya perdamaian di tengah perselisihan, menawarkan landasan normatif yang kuat (Ibnu Hadjar, 2006).

Ketika prinsip-prinsip tersebut diintegrasikan dalam praktik bermedia sosial, maka akan terbentuk kesadaran yang mendorong pengguna untuk bersikap lebih arif dan bijak dalam berkomunikasi di ruang digital. Gagasan inilah yang menjadi titik tolak dalam penyusunan kerangka berpikir penelitian ini.

Dalam penelitian ini, pemahaman tentang komunikasi tidak hanya dilihat dari segi teknis penyampaian pesan, tetapi juga diletakkan dalam kerangka etis yang lebih luas. Gagasan tentang etika komunikasi menjadi titik pijak awal, karena komunikasi yang baik menuntut adanya tanggung jawab moral, baik dalam menyampaikan maupun menerima pesan. Untuk memperkuat perspektif ini, media sebagai ruang publik turut digunakan,

di mana media diposisikan sebagai wahana diskusi rasional antar warga, bukan sebagai saluran untuk menyebarkan kebencian atau kepentingan sepihak. Selain itu, dalam konteks keislaman, nilai-nilai normatif diambil dari berbagai hadits Nabi Muhammad SAW yang memberikan tuntunan mengenai etika berbicara dan bersikap, termasuk dalam interaksi di ranah digital (Muhammad Roihan et al., 2023).

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana nilai-nilai etika dalam hadits Nabi Muhammad SAW dapat menjadi pedoman dalam praktik komunikasi di era digital, khususnya dalam merespons fenomena komentar negatif di media sosial (Muhammad Roihan et al., 2023). Tujuan ini mencakup pemahaman terhadap makna etika, komunikasi, dan media dalam konteks modern, penelaahan terhadap komentar negatif melalui kacamata hadits, serta penjabaran relevansi sabda Nabi dalam membentuk etika bermedia sosial di tengah masyarakat saat ini.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi ilmiah terhadap pengembangan literasi etika komunikasi digital berbasis nilai-nilai Islam, khususnya hadits. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi masyarakat, pendidik, serta pengguna media sosial dalam menumbuhkan kesadaran etis dalam berinteraksi di ruang digital. Selain itu, penelitian ini juga berpotensi memberikan perspektif baru dalam kajian hadits yang lebih kontekstual dan aplikatif dalam menjawab tantangan sosial masa kini.

Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini berangkat dari tiga rumusan utama yang saling berkaitan dan relevan dengan fenomena digital saat ini. Pertama, bagaimana makna etika, komunikasi, dan media dipahami dalam era digital yang sarat dengan pertukaran informasi cepat dan lintas batas? Kedua, bagaimana komentar negative sebagai bentuk komunikasi dalam media digital dapat dianalisis melalui sorotan hadits Nabi, khususnya yang berkaitan dengan akhlak dan lisan? Ketiga, sejauh mana sabda Nabi memiliki relevansi dalam membentuk etika bermedia sosial di tengah masyarakat modern? Ketiga aspek ini menjadi dasar untuk menelaah nilai-nilai etis Islam yang dapat dijadikan pedoman dalam berinteraksi di dunia digital, sekaligus menjawab tantangan degradasi moral dalam komunikasi daring.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini disusun dengan menggunakan pendekatan kualitatif, yang bertumpu pada kajian kepustakaan sebagai sumber utama eksplorasi data (Miza Nina Adlini, 2022). Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman mendalam terhadap makna-makna normatif

yang terkandung dalam hadits Nabi Muhammad SAW, khususnya yang berkaitan dengan etika komunikasi di era digital.

Dalam proses penggalian informasi, peneliti merujuk pada berbagai literatur relevan, baik dari kitab-kitab hadits, karya-karya klasik maupun kontemporer dalam bidang komunikasi Islam, serta artikel ilmiah dan kajian akademik yang mengulas dinamika media sosial dan fenomena ujaran kebencian. Dengan demikian, penelusuran sumber dilakukan secara komprehensif untuk memperoleh landasan yang kuat dalam analisis (Dimas Assyakurrohim, 2022).

Pemahaman terhadap teks-teks hadits dan realitas sosial modern dianalisis melalui pendekatan analisis isi, yang memungkinkan peneliti mengaitkan substansi ajaran Nabi Muhammad SAW dengan fenomena komunikasi digital masa kini. Analisis ini tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga interpretative menggali nilai-nilai etika Islam yang relevan dan aplikatif dalam konteks ruang media sosial.

Untuk menjaga kredibilitas hasil kajian, peneliti melakukan pembacaan silang terhadap berbagai sumber, termasuk tafsir hadits, syarah, dan pendapat para ulama serta akademisi kontemporer. Pendekatan ini dimaksudkan agar penafsiran tidak bersifat tunggal, melainkan mencerminkan kedalaman dan keluasan perspektif yang seimbang antara teks dan konteks.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Makna Etika, Komunikasi dan Media dalam Era Digital

Secara etimologis, istilah “etika” berasal dari bahasa Yunani “ethos”. Kata “ethos” memiliki berbagai makna, di antaranya tempat tinggal, kebiasaan, norma, karakter, sikap batin, hingga cara pandang atau perspektif. Dalam bentuk jamak, yaitu “ta etha”, kata ini merujuk pada kebiasaan atau adat istiadat (Sri Wahyuningsih, 2022). Selain itu, istilah yang berhubungan erat dengan etika adalah “usila” dalam bahasa Sanskerta, yang secara khusus menunjukkan prinsip-prinsip dan aturan kehidupan yang lebih baik. Dalam bahasa Arab, istilah yang sepadan adalah “akhlak”, yang berarti moral, sementara etika dapat dimaknai sebagai ilmu yang mempelajari akhlak (Islamil Nurdin, 2027). Sementara itu, apabila etika dimaknai sebagai suatu bentuk kecenderungan atau sifat bawaan, maka etika merujuk pada karakter seseorang yang umumnya menunjukkan kepribadian, sikap, atau kecenderungan moral tertentu (Munawir Nasir, 2020).

Secara etimologis, istilah komunikasi berasal dari kata “communication”, yang berkaitan dengan kata “communis”, keduanya mengandung makna yang mirip. Makna tersebut merujuk pada kesamaan

atau keserupaan dalam arti atau makna yang disampaikan (Effendy Onong Uchjana, 2019). Menyampaikan pikiran kepada orang lain melalui bahasa merupakan esensi dari komunikasi. Proses ini tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, melainkan juga oleh kepribadian kita serta cara menyampaikan dan menafsirkan pesan tersebut. Komunikasi adalah kebutuhan dasar manusia, dan meskipun keberhasilan hidup seseorang tidak semata ditentukan oleh keterampilan komunikasinya, kemampuan ini tetap memegang peran penting. Hal ini disebabkan karena komunikasi melibatkan proses mengemukakan gagasan, diterima, lalu ditafsirkan, hingga tercapai kesepahaman antar pihak.

Kata “media” berasal dari bahasa Latin, merupakan bentuk jamak dari “medium” yang berarti perantara atau sarana. Secara etimologis, media dapat diartikan sebagai alat atau saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari pengirim kepada penerima (Sukiman, 2012). Media sosial merupakan platform daring yang dimanfaatkan sebagai sarana untuk menjalin interaksi sosial secara virtual. Melalui media ini, para pengguna dapat dengan mudah berkomunikasi, berbagi informasi, membangun jaringan, dan melakukan berbagai aktivitas lainnya. Beberapa contoh media sosial yang populer saat ini antara lain WhatsApp, YouTube, Instagram, Facebook, Twitter, Blog, dan lainnya (F. Umroh, 2019).

Disimpulkan bahwa media sosial merupakan sarana berbasis internet yang memungkinkan penggunaannya untuk saling berinteraksi, berkomunikasi, dan berbagi secara virtual. Platform ini menjadi alat komunikasi yang melampaui batas usia, ruang, dan waktu. Oleh karena itu, informasi yang dibagikan seseorang melalui media sosial sangat mudah diakses oleh orang lain. Hal ini menuntut kehati-hatian dalam menggunakan media sosial agar informasi yang tersebar tidak bersifat merugikan atau negatif. Kini, media sosial tidak hanya digunakan untuk menyampaikan informasi, tetapi juga menjadi wadah mengekspresikan perasaan, membagikan pengalaman, mencurahkan emosi, hingga menyebarkan ujaran kebencian. Semua itu bisa dituangkan dalam bentuk tulisan, gambar, maupun video, sering kali tanpa mempertimbangkan etika yang seharusnya diterapkan.

Komentar Negatif dalam Sorotan Hadits

Bagi seseorang, media sosial memiliki peran penting sebagai sarana untuk menjalin interaksi dengan orang lain, berkomunikasi dengan kerabat yang berada jauh, melakukan kegiatan jual beli atau usaha, serta mengakses berbagai jenis informasi. Penyebaran informasi melalui media sosial pun berlangsung dengan sangat cepat. Melalui platform ini,

seseorang dapat dengan mudah terhubung, berkomunikasi, dan menjalankan bisnis tanpa harus berada di tempat yang sama. Tak hanya itu, media sosial juga memberikan ruang bagi setiap orang untuk menyampaikan pandangan, opini, ide, dan gagasan mereka. Namun, kebebasan ini bisa menimbulkan konflik apabila digunakan secara berlebihan di dunia maya (Fenomena Hate Speech, 2022).

Beberapa persoalan yang muncul akibat kurangnya kemampuan dalam mengendalikan ucapan dan tindakan di media sosial antara lain adalah cyber-bullying, ujaran kebencian (cyber-hate), serta penyebaran hoaks. Cyber-bullying merupakan bentuk perundungan yang dilakukan secara daring, baik melalui media sosial, platform permainan (game), maupun ruang percakapan (chat room) (Fahmi Anwar, 2017). Media sosial tercatat sebagai tempat paling sering terjadinya perundungan digital ini. Bentuknya pun bervariasi, seperti penghinaan, ancaman, hingga intimidasi yang dapat menimbulkan rasa tidak nyaman bagi korban (Robby Kurniawan, 2021). Dampaknya bisa berupa gangguan psikologis, seperti stres, yang bahkan dapat memicu gangguan fisik atau mental seperti kehilangan nafsu makan, penyakit fisik, rasa takut, minder, depresi, kecemasan, dan lainnya (Ni Nyoman Ayu, 2019).

Sebuah eksperimen yang dilakukan oleh produsen sabun mandi Dove menunjukkan bahwa 60% perempuan mengakui bahwa komentar negatif di media sosial berpengaruh besar terhadap kepercayaan diri mereka (Astrid Savitri, 2018).

Perasaan seperti cemas, stres, depresi, dan dampak negatif lainnya muncul karena adanya ketidaknyamanan dan ketidakamanan, yang kerap kali disebabkan oleh ucapan maupun tindakan orang lain, seperti perundungan di media sosial. Hal ini jelas bertentangan dengan hadits etika pergaulan dalam Islam, meskipun dilakukan secara tidak langsung melalui perantara media sosial. Selain perundungan yang marak terjadi di media sosial akibat ketidakmampuan individu dalam mengontrol ucapan dan perilaku digital, terdapat pula fenomena ujaran kebencian atau "hate speech". Di Indonesia, bentuk ujaran kebencian sangat bervariasi, mencakup isu-isu politik, sosial, ekonomi, agama, hingga hal-hal yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari. Banyak insiden kekerasan dan konflik di Indonesia yang berawal dari sikap intoleransi. Tidak hanya terjadi di dunia nyata, penyebaran ujaran kebencian melalui media sosial justru jauh lebih masif (Irawan, 2018).

Ujaran kebencian atau "hate speech" merupakan salah satu bentuk komunikasi negatif karena mengandung unsur penghinaan dan cercaan yang disampaikan melalui kolom komentar di media sosial. Secara definisi, "hate speech" merujuk pada pernyataan-pernyataan, baik secara

tertulis maupun lisan, yang disampaikan oleh pengguna media sosial (netizen) dengan tujuan untuk merendahkan, mencaci, melecehkan, atau memprovokasi pihak lain, baik individu maupun lembaga, sehingga menimbulkan luka batin pada pihak yang menjadi sasaran (Dita Kusumasari & Arifianto, 2019). Dalam ajaran Islam, segala bentuk perkataan yang mengandung penghinaan dan cacian dilarang dan termasuk perbuatan haram. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dari sudut pandang hukum Islam, "hate speech" termasuk dalam kategori perbuatan haram, dan seorang mukmin wajib menghindarinya agar terhindar dari murka dan azab Allah.

Peran aktif masyarakat sangat dibutuhkan dalam menyampaikan opini dengan sikap yang bijak serta menghindari komentar negatif di media sosial. Sebagai pengguna media digital, masyarakat diharapkan turut andil dalam mengembangkan literasi digital dan memanfaatkan media sosial secara positif demi kebaikan bersama. Selain itu, mereka juga perlu menjadi penyaring terhadap potensi dampak negatif dari penggunaan media sosial. Dalam beberapa tahun terakhir, marak beredar berita palsu (hoax) serta ujaran kebencian di berbagai platform digital (Anissa Rahmadhany et al., 2021). Penyebaran konten tersebut berlangsung sangat cepat dan luas, melibatkan semua kalangan tanpa batasan usia, dan bahkan menyentuh isu-isu sensitif seperti ras, agama, budaya, etnis, hingga penampilan fisik seseorang.

Relevansi Sabda Nabi dalam Etika Bermedia Sosial

Dalam pandangan Islam, komunikasi merupakan aspek penting dalam kehidupan manusia yang seyogianya mengacu pada ajaran Alquran dan Hadits (Maya Sandra Rosita Dewi, 2019). Namun demikian, dewasa ini kerap muncul berbagai bentuk konflik, pertikaian, permusuhan, hingga perdebatan yang dipicu oleh ucapan atau komentar yang tidak terkendali, khususnya di ranah media sosial.

Tingginya dampak buruk yang muncul akibat ketidak hati-hatian dalam menggunakan lisan dan tangan di media sosial jelas bertentangan dengan prinsip bahwa seorang muslim semestinya mampu menahan diri agar tidak menyakiti orang lain, terutama sesama muslim. Dalam berinteraksi di media sosial, seorang muslim perlu menjunjung tinggi etika, baik saat berperan sebagai pembuat konten (creator), penonton (viewer), maupun pengguna (user).

Sebagai seorang kreator, seorang Muslim seharusnya mampu menyuguhkan konten-konten yang membawa manfaat bagi sesama. Tujuannya adalah agar siapa pun yang menyaksikan konten tersebut dapat merasakan inspirasi dan pencerahan, sehingga terdorong untuk

meneladani serta melakukan kebaikan serupa (M. Fadhel, 2023). Jangan sampai justru sebaliknya, konten yang disebar malah memicu orang lain untuk melakukan hal-hal yang tidak terpuji atau bahkan dilarang. Nilai ini sejalan dengan sabda Rasulullah Saw:

وَحَدَّثَنَا أَبُو بَكْرِ بْنُ أَبِي شَيْبَةَ، وَأَبُو كُرَيْبٍ، وَابْنُ أَبِي عُمَرَ، وَاللَّفْظُ لِأَبِي كُرَيْبٍ، قَالُوا : حَدَّثَنَا أَبُو مُعَاوِيَةَ، عَنِ الْأَعْمَشِ، عَنْ أَبِي عَمْرٍو الشَّيْبَانِيِّ، عَنْ أَبِي مَسْعُودٍ الْأَنْصَارِيِّ، قَالَ : جَاءَ رَجُلٌ إِلَى النَّبِيِّ ﷺ، فَقَالَ : إِنِّي أُبْدِعُ فِي، فَأَحْمِلُنِي. فَقَالَ : "مَا عِنْدِي . " فَقَالَ رَجُلٌ : يَا رَسُولَ اللَّهِ، أَنَا أَذْلُهُ عَلَى مَنْ يَحْمِلُهُ. فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ : "مَنْ دَلَّ عَلَى خَيْرٍ فَلَهُ مِثْلُ أَجْرِ فَاعِلِهِ".

وَحَدَّثَنَا إِسْحَاقُ بْنُ إِبْرَاهِيمَ، أَخْبَرَنَا عَيْسَى بْنُ يُونُسَ، وَحَدَّثَنِي بِشْرُ بْنُ خَالِدٍ، أَخْبَرَنَا مُحَمَّدُ بْنُ جَعْفَرٍ، عَنْ شُعْبَةَ، وَحَدَّثَنِي مُحَمَّدُ بْنُ رَافِعٍ، حَدَّثَنَا عَبْدُ الرَّزَّاقِ، أَخْبَرَنَا سُفْيَانُ، كُلُّهُمْ عَنِ الْأَعْمَشِ بِهَذَا الْإِسْنَادِ.

Artinya: Telah menceritakan kepada kami Abu Bakar bin Abu Syaibah dan Abu Kuraib dan Ibnu Abu Umar dan ini adalah lafadz Abu Kuraib, mereka berkata: telah menceritakan kepada kami Abu Mu'awiyah dari Al A'masy dari Abu 'Amru As Syaibani dari Abu Mas'ud Al Anshari dia berkata: Seorang laki-laki datang kepada Nabi shallallahu 'alaihi wa sallam seraya berkata: "Wahai Rasulullah, jalan kami telah terputus karena hewan tungganganku telah mati, oleh karena itu bawalah saya dengan hewan tunggangan yang lain." Maka beliau bersabda: "Saya tidak memiliki (hewan tunggangan yang lain)." Tiba-tiba ada seorang laki-laki yang berkata: "Wahai Rasulullah, saya dapat menunjukkan seseorang yang dapat membawanya (memperoleh penggantinya)." Maka beliau bersabda: "Barangsiapa dapat menunjukkan suatu kebaikan, maka dia akan mendapatkan pahala seperti orang yang melakukannya."

Dan telah menceritakan kepada kami Ishaq bin Ibrahim telah mengabarkan kepada kami Isa bin Yunus. (dalam jalur lain disebutkan) Telah menceritakan kepadaku Bisyr bin Khalid telah mengabarkan kepada kami Muhammad bin Ja'far dari Syu'bah. (dalam jalur lain disebutkan) Telah menceritakan kepadaku Muhammad bin Rafi' telah menceritakan kepada kami Abdurrazaq telah mengabarkan kepada kami Sufyan semuanya dari Al A'masy dengan sanad ini." (HR. Imam Muslim). (Haditst Shahih 2024 Haditssoft, Imam Muslim h.3509.)

Sebagai penonton (viewer), kita perlu bersikap selektif dalam menentukan jenis bacaan, gambar, dan video yang kita konsumsi. Sebaiknya kita memilih konten yang dapat menambah pengetahuan, memperluas wawasan, dan mendorong kita menjadi pribadi muslim yang

lebih baik. Misalnya, ketika kita menonton video YouTube yang isinya positif, kita tidak hanya memperoleh manfaat dari isi video tersebut, tetapi juga turut berkontribusi dalam meningkatkan jangkauan video itu sehingga lebih mudah ditemukan dan ditonton oleh orang lain. Sebaliknya, ketika kita mengakses konten yang kurang layak, secara tidak langsung kita ikut andil dalam menaikkan peringkatnya, yang dapat memperbesar kemungkinan konten tersebut tersebar lebih luas (Cynthia Dora Moudy and Septia Winduwati, 2023). Oleh karena itu, bersikap cermat dalam memilih konten bukan hanya memberi dampak baik bagi diri sendiri, tetapi juga bagi banyak orang.

Terkait dengan sejumlah contoh penyalahgunaan media sosial seperti cyber-bullying, ujaran kebencian (hate speech), dan penyebaran hoax, maka seorang pengguna (user) khususnya seorang Muslim yang baik semestinya mampu menjaga tutur kata dan perilakunya saat bermedia sosial. Hal ini penting agar tidak terjerumus pada tindakan yang merugikan dan menimbulkan ketidaknyamanan bagi orang lain. Jika belum mampu menyampaikan hal yang bermanfaat, maka sikap diam lebih utama. Seperti yang disampaikan dalam sabda Rasulullah SAW:

حدثنا يحيى عن ابن عجلان، قال: حَدَّثَنِي أَبِي، عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ، عَنِ النَّبِيِّ ﷺ قَالَ: "مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ، فَلَا يُوْذِ جَارَهُ، وَمَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ، فَلْيُكْرِمْ ضَيْفَهُ، وَمَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ، فَلْيُكَلِّمْ خَيْرًا أَوْ لِيَصْمُتْ".

Artinya: Telah menceritakan kepada kami Yahya dari Ibnu 'Ajlan, berkata: bapakku telah menceritakan kepadaku dari Abu Hurairah dari Nabi shallallahu 'alaihi wa sallam, beliau bersabda: "Barangsiapa beriman kepada Allah dan hari akhir maka janganlah sekali-ali menyakiti tetangganya, barangsiapa beriman kepada Allah dan hari akhir hendaklah ia muliakan tamunya, dan barangsiapa beriman kepada Allah dan hari akhir hendaklah ia berkata baik atau lebih baik diam." Yahya dalam riwayat lain menyebutkan dengan lafadz, "Au liyashmut". (Haditst Shahih 2024 Haditssoft, Musnad Ahmad h.9223).

Dan ada pula hadits lain:

حَدَّثَنَا أَحْمَدُ بْنُ مَنِيعٍ، حَدَّثَنَا إِسْمَاعِيلُ بْنُ إِبرَاهِيمَ، عَنْ مَعْمَرٍ، عَنِ الزُّهْرِيِّ، عَنْ حُمَيْدِ بْنِ عَبْدِ الرَّحْمَنِ، عَنْ أُمِّهِ أُمِّ كُثُومٍ بِنْتِ عُقْبَةَ، قَالَتْ: سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، يَقُولُ لَيْسَ بِالْكَاذِبِ مَنْ أَصْلَحَ بَيْنَ النَّاسِ، فَقَالَ خَيْرًا، أَوْ نَمَى خَيْرًا. قَالَ أَبُو عِيسَى: هَذَا حَدِيثٌ حَسَنٌ صَحِيحٌ

Artinya: Telah menceritakan kepada kami Ahmad bin Mani', telah menceritakan kepada kami Isma'il bin Ibrahim dari Ma'mar dari Az Zuhri dari Humaid bin Abdurrahman dari ibunya Ummu Kultsum binti Uqbah, ia berkata: Saya mendengar Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda: "Tidaklah termasuk pendusta, yaitu mereka yang mendamaikan perkara di antara manusia sehingga ia berkata yang baik atau menyampaikan sesuatu yang baik." Abu Isa berkata: Ini adalah hadits hasan shahih. (Haditst Shahih 2024 Haditssoft, Sunan Tirmidzi h.1861).

Ada pula hadits lain yang menerangkan mengenai sosok manusia yang paling buruk.

حدثنا عَبْدُ الرَّزَّاقِ، أَخْبَرَنَا مَعْمَرٌ، عَنِ ابْنِ حُثَيْمٍ، عَنْ شَهْرِ بْنِ حَوْشَبٍ، عَنْ أَسْمَاءَ بِنْتِ يَزِيدَ، أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: "أَلَا أُخْبِرُكُمْ بِخَيْرِكُمْ؟" قَالُوا: بَلَى يَا رَسُولَ اللَّهِ. قَالَ: "الَّذِينَ إِذَا رُؤُوا ذُكِرَ اللَّهُ تَعَالَى. "ثُمَّ قَالَ: "أَلَا أُخْبِرُكُمْ بِشَرِّكُمْ؟" الْمَشَاوُونَ بِالنَّمِيمَةِ، الْمُفْسِدُونَ بَيْنَ الْأَحِبَّةِ، "الْبَاغُونَ لِلْبِرَاءِ الْعَنَتَ".

Artinya: Telah menceritakan kepada kami Abdurrazaq telah mengabarkan kepada kami Ma'mar dari Ibnu Hutsaim dari Syahr bin Hausyab dari Asma' binti Yazid dia berkata: bahwa Nabi shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda: "Maukah aku kabarkan kepada kalian orang yang paling baik di antara kalian?" mereka menjawab, "Tentu wahai Rasulullah." Beliau bersabda: "Yaitu orang-orang yang apabila berdzikir takut kepada Allah Ta'la." Kemudian beliau bersabda: "Maukah aku beritahukan kepada kalian orang yang paling jelek di antara kalian? Yaitu orang-orang yang suka menebar fitnah, yang merusak hubungan di antara dua orang bersaudara dan menganiaya terhadap orang yang tidak disukai dengan menyengsarakannya." (Haditst Shahih 2024 Haditssoft, Musnad Ahmad h.26317).

Seorang muslim yang memiliki etika dalam bermedia sosial akan menghindari menggunakan tangannya untuk menuliskan hal-hal yang dapat menyakiti atau menyinggung perasaan orang lain. Sebaliknya, ia akan memilih untuk menuliskan kata-kata yang membawa kebahagiaan bagi pengguna lainnya (Ari Rosita Putri, 2022). Contohnya, ketika seorang teman mengunggah foto di feed media sosial, maka berikanlah komentar yang positif dan menyenangkan, atau setidaknya berikan tanda suka (like) sebagai bentuk penghargaan dan dukungan.

Penjabaran di atas mengindikasikan bahwa ujaran kebencian merupakan bentuk ekspresi negatif seperti penghinaan, pencemaran nama baik, penodaan, tindakan yang menyinggung perasaan, provokasi, hasutan, hingga penyebaran informasi palsu (hoax), yang kerap dilakukan

oleh pengguna media sosial. Ruang bebas dalam bermedia sosial menjadi faktor pemicu utama yang sulit dibatasi dalam mencegah terjadinya ujaran kebencian. Di tengah merebaknya praktik hate speech, ajaran Nabi tentang anjuran untuk bertutur kata yang baik menjadi sangat relevan dan perlu mendapat perhatian. Sebagaimana telah dibahas pada bagian sebelumnya, nilai moral yang terkandung dalam hadits tentang berkata baik menekankan pentingnya menjaga lisan demi keharmonisan relasi sosial. Jika seseorang merasa tidak mampu atau bahkan enggan mengucapkan kata-kata yang baik, maka Nabi menganjurkan untuk lebih baik memilih diam.

KESIMPULAN

Media sosial sebagai ruang interaksi digital telah menjadi wadah ekspresi yang luas dan bebas. Namun, kebebasan ini kerap disalahgunakan untuk menyebarkan ujaran kebencian, perundungan siber, dan komentar negatif yang merusak tatanan etika komunikasi. Fenomena ini menunjukkan adanya degradasi moral yang cukup serius dalam praktik komunikasi modern.

Dalam konteks ini, hadits Nabi Muhammad SAW menawarkan pedoman moral yang sangat relevan. Prinsip-prinsip seperti berkata baik atau diam, menjauhi fitnah, serta mendorong penyebaran kebaikan merupakan nilai-nilai etika yang harus diinternalisasi oleh pengguna media sosial. Hadits-hadits tersebut tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga aplikatif dalam membentuk perilaku digital yang santun, bertanggung jawab, dan berlandaskan nilai ibadah.

Dengan menjadikan hadits sebagai acuan dalam bermedia sosial, umat Islam diharapkan mampu membentuk ruang digital yang lebih sehat, beradab, dan konstruktif. Etika komunikasi yang dibangun atas dasar ajaran Nabi bukan hanya menjaga individu dari dosa dan kerugian, tetapi juga berperan penting dalam membina kehidupan sosial yang harmonis di era digital. Oleh karena itu, relevansi hadits dalam dunia digital harus terus diarusutamakan sebagai fondasi moral di tengah derasnya arus informasi dan kebebasan berekspresi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adlini, Miza Nina, Anisya Hanifa Dinda, Sarah Yulinda, Octavia Chotimah, and Sauda Julia Merliyana, 'Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka', *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6.1 (2022), pp. 974–80, doi:10.33487/edumaspul.v6i1.3394
- Anwar, Fahmi, 'Perubahan Dan Permasalahan Media Sosial', *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 2017,

doi:10.24912/jmishumsen.v1i1.343

- Assyakurrohim, Dimas, Dewa Ikhrum, Rusdy A Sirodj, and Muhammad Win Afgani, 'Metode Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif', *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3.01 (2022), pp. 1–9, doi:10.47709/jpsk.v3i01.1951
- Ayu Suciartini, Ni Nyoman, and Ni Luh Putu Unix Sumartini, 'Verbal Bullying Dalam Media Sosial', *Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia*, 6.2 (2019), p. 152, doi:10.30659/j.6.2.152-171
- Daulay, Muhammad Roihan, and Lisna Wati Siregar, 'Etika Bermedia Sosial', *Al-Murabbi Jurnal Pendidikan Islam*, 1.2 (2023), pp. 179–91, doi:10.62086/al-murabbi.v1i2.365
- Dewi, Maya Sandra Rosita, 'Islam Dan Etika Bermedia (Kajian Etika Komunikasi Netizen Di Media Sosial Instagram Dalam Perspektif Islam)', *Research Fair Unisri*, 2019
- Djamaly, Muhammad Fadheel, Djumarno Djumarno, Rina Astini, and Daru Asih, 'Literature Review: Peran Media Sosial Dalam Pemasaran Film Indonesia: Analisis Kepuasan Dan Niat Beli Penonton', *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 6.3 (2023), pp. 647–59, doi:10.37481/sjr.v6i3.706
- Haditssoft, *haditst Shahih* 2024, 'Haditssoft_4', 2024
- Hadjar, Ibnu, 'Syari'at Islam Dan Hukum Positif Di Indonesia', *Al-Mawarid*, 16 (2006), pp. 1–10, doi:10.20885/almawarid.vol16.art1
- Irawan, 'Hate Speech Di Indonesia: Bahaya Dan Solusi', *Jurnal Dakwah Dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan*, 2018
- Juditha, Christiany, 'Hatespeech In Online Media: Jakarta On Election 2017-Hatespeech Di Media Online: Kasus Pilkada DKI Jakarta 2017', *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 2017, pp. 137–51
- Kurniawan, Robby, Abdurrahman Alhakim, Nadiya Nur Arafah, Kevin Angelino, Cristina Tan, Universitas Internasional Batam, and others, 'Cintai Diri Sendiri Dan Bangun Simpati Untuk Mencegah Bullying Dan Hate Speech Di Kalangan Pemuda', *Jurnal ABDIMASA Pengabdian Masyarakat*, 2021
- Kusumasari, Dita, and S Arifianto, 'Makna Teks Ujaran Kebencian Pada Media Sosial', *Jurnal Komunikasi*
- Marwa, Atikah, and Muhammad Fadhlán, 'Ujaran Kebencian Di Media Sosial Menurut Perspektif Islam', *Al-Afkar: Journal for Islamic Studies*, 2021
- Moudy, Cynthia Dora, and Septia Winduwati, 'Strategi Personal Branding Kreator Konten TikTok Dalam Mengembangkan Citra Diri Positif',

- Kiwari, 2023, doi:10.24912/ki.v2i2.24001
- Nasir, Munawir, 'Etika Dan Komunikasi Dalam Bisnis', *Makassar: Cv. Social Politic Genius*, 2019
- , *Etika Dan Komunikasi Dalam Bisnis Dalam Tinjauan Al-Qur'an, Filosofis Dan Teoritis*, *Social Politic Genius*, 2020
- Ningrum, Dian Junita, Suryadi Suryadi, and Dian Eka Chandra Wardhana, 'Kajian Ujaran Kebencian Di Media Sosial', *Jurnal Ilmiah KORPUS*, 2.3 (2019), pp. 241–52, doi:10.33369/jik.v2i3.6779
- Onong Uchjana, Effendy, *Ilmu Komunikasi, Teori Dan Praktek, Komunikasi Dalam Sebuah Organisasi*, 2019
- Rahmadhany, Anissa, Anggi Aldila Safitri, and Irwansyah Irwansyah, 'Fenomena Penyebaran Hoax Dan Hate Speech Pada Media Sosial', *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3.1 (2021), pp. 30–43, doi:10.47233/jteksis.v3i1.182
- Robbins, S.P., dan Judge, T.A., 'Perilaku Organisasi (16 Ed)', *Jakarta: Salemba Empat*, 5.1 (2014), pp. 1–10, doi:10.33474/ja.v5i1.16183
- Rosita Putri, Ari, Herta Budiani, Lala Khadijah, and Ani Nur Aeni, 'Penyuluhan Pentingnya Etika Bermedia Sosial Bagi Seorang Muslim Guna Mencegah Penyalahgunaan Dalam Bermedia Sosial', *Literasi Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Inovasi*, 2022, doi:10.58466/literasi.v2i1.1316
- Savitri, Astrid, 'Menggali Pundi-Pundi Lewat Tren Sosial Media', *Yogyakarta: Charissa Publisher*, 2018, pp. 17–19
- Sukiman, 'Pengembangan Media Pembelajaran', *Yogyakarta: Pustaka Insan Madani*, 2012
- Tuban, Info, and Dalam Peningkatan, 'FENOMENA HATE SPEECH DI MEDIA SOSIAL DAN KONSTRUK SOSIAL MASYARAKAT', *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 5.1 (2022), pp. 21–34
- Umroh, F, 'Ujaran Kebencian (Hate Speech) Pada Jejaring Media Sosial', *Jurnal Penelitian, Pendidikan Dan Pembelajaran*, 15.13 (2019), pp. 10–11
- Wahyuningsih, Sri, 'Konsep Etika Dalam Islam', *Jurnal An-Nur: Kajian Pendidikan Dan Ilmu Keislaman*, 2022