

# ETIKA KOMUNIKASI ISLAM DALAM MEMBENDUNG INFORMASI HOAX DI RANAH PUBLIK MAYA

**Ratna Istriyani dan Nur Huda Widiana**

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kudus

Email: ratna.istriyani@gmail.com / nh.widiana@gmail.com

## Abstract

This study is a qualitative research that aims to see changes in the development and use of information and communication technology that is internet. This electronic technology has transformed into a medium that allows individuals to connect with others across boundaries of territory and time and builds a pseudo-space called cyberspace. Cyberspace and the pattern of activity in it has formed a new order and community called the virtual community and has a negative effect that is a hoax. Hoax is considered troubling because it is a false story used to attract mass opinion for material interests. Type hoax information shaped pictures or photos, videos, cartoons, and news. Sources of research data are books and websites related to media, Islamic communication, hoax development from time to time. Methods of data collection using observation and documentation techniques. The results show that the negative effects of hoax can be minimized. The ethics of Islamic communication provide guidance in carrying out communication activities. This ethic is built on Islamic principles that have a spirit of peace, friendliness, and safety based on sufficient knowledge and understanding of Islamic values sourced from the Qur'an and hadith.

\*\*\*

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk melihat perubahan pada perkembangan dan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi yakni internet. Teknologi elektronik ini telah bertransformasi menjadi medium yang memungkinkan individu terkoneksi dengan orang lain pada lintas batas teritori dan waktu serta membangun suatu ruang semu yang disebut dengan ruang maya. Ruang maya dan pola aktivitas di dalamnya telah membentuk suatu tatanan dan komunitas baru yang disebut dengan virtual community dan telah memberikan efek negatif yaitu hoax. Hoax dianggap meresahkan karena merupakan berita bohong yang digunakan untuk menarik opini massa demi kepentingan material. Jenis informasi hoax berbentuk gambar, foto, video, kartun, maupun berita. Sumber data penelitian adalah buku-buku dan website yang berkaitan dengan media, komunikasi Islam, perkembangan hoax dari masa ke masa. Metode pengumpulan data menggunakan observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efek negatif hoax dapat diminimalisir. Etika komunikasi Islam memberikan rambu-rambu dalam menjalankan aktivitas komunikasi. Etika ini dibangun di atas prinsip Islam yang memiliki roh kedamaian, keramahan, dan keselamatan berlandaskan pengetahuan dan pemahaman yang cukup dari nilai-nilai Islam yang bersumber dari al-Qur'an dan hadits.

**Keywords:** Islamic communication ethics, hoax, cyberspace.

## A. Pendahuluan

Modernisasi membawa perubahan yang kompleks bagi kehidupan masyarakat. Salah satunya pada aspek informasi dan komunikasi yang beriringan dengan mode interaksi dan relasi sosial. Pasca revolusi industri, teknologi media atau elektronik berkembang dan menjadi salah satu kebutuhan penting. Tidak hanya sebagai sarana bagi manusia untuk saling berinteraksi melainkan juga sarana untuk memperoleh informasi dan kebutuhan lainnya. Dengan demikian, teknologi informasi dan komunikasi atau yang sering disebut dengan *information and communication technology* (ICT) telah mengukuhkan diri sebagai piranti yang lekat pada kehidupan masyarakat era ini.

Melalui sambungan antara PC (*Personal Computer*) dengan *internet*, masyarakat terkoneksi satu sama lain sampai pada lintas daerah, negara, bahkan benua. Terkoneksi dalam hal ini artinya dapat melakukan percakapan, mencari, bahkan menyebarkan informasi berupa tulisan maupun lisan. Dengan demikian, perkembangan ICT telah mengaburkan batas-batas geografis. Mc Luhan menyebutnya sebagai *Global Village*, sebab kita dapat menjelajah wilayah yang nun jauh di sana meskipun hanya duduk di sebuah ruangan yang terbatas<sup>1</sup>. Pada konteks ini pula, batas waktu juga menjadi tidak berarti. Hal itu juga disinggung oleh Paul Virillio dengan teori Dromologi. Menurutnya teknologi<sup>2</sup> telah menghancurkan batas-batas ruang dan waktu/kecepatan<sup>3</sup>. Misalnya saat ini seseorang bisa berkomunikasi dengan teman atau koleganya di wilayah maupun belahan bumi mana pun dalam hitungan detik dan hal itu menggantikan waktu tempuh yang mungkin bisa mencapai puluhan jam.

Tidak dinafikan pula bahwa teknologi informasi dan komunikasi berkembang dengan begitu cepat. Bukan hanya piranti PC, koneksi melalui internet juga dapat diperoleh dengan piranti yang *portable* dan *handy*. Ponsel atau *handphone* berubah menjadi inovasi yang tidak hanya memenuhi kebutuhan komunikasi melainkan juga informasi, yang kemudian disebut dengan *smartphone* (telepon pintar) dan tablet (atau sejenisnya). Artinya dulu ponsel yang sebatas dapat digunakan untuk

---

<sup>1</sup> Dikutip dari William. H. Dutton. *Social Transformation in an Information Society*. UNESCO: Scientific and Cultural Organization. 2004, hlm.45.

<sup>2</sup> Pada konteks ini Virillio menyebutkan teknologi meliputi teknologi transportasi, komunikasi, telekomunikasi, komputerisasi, dan sebagainya. Namun, majunya sarana komunikasi dan telekomunikasi adalah teknologi yang paling penting dan berperan dalam mendukung hancurnya batas ruang dan waktu tersebut.

<sup>3</sup> Ritzer, Goerge. *Teori Sosial Postmodern*. Terjemahan Nurhadi. Yogyakarta: Kreasi Wacana . 2010, hlm: 230-231)

berkirim pesan singkat kini telah lebih pintar. Dalam konteks ini pintar artinya memiliki fungsi untuk *browsing*, akses media sosial dan akses keperluan lainnya.

Media (*software*) atau aplikasi untuk berkomunikasi pun menunjukkan geliatnya. Jika sebelumnya sebatas bisa mengakses e-mail, blog, dan web sekarang masyarakat disuguhkan dengan opsi mudah dan praktis untuk bisa berhubungan satu sama lain serta menyampaikan berbagai hal di dalamnya melalui media sosial. Dimulai dengan era *Friendster* dan berkembang menjadi Facebook, Twitter, Path, Instagram, Skype, dan sebagainya. Bahkan opsi itu ditambah dengan media chat yang dapat diunduh secara gratis di toko aplikasi seperti Whatsapps, Blackberry Messenger, *LINE*, We Chat, Kakao Talk, dan sebagainya.

Kendati demikian, tidak dapat dinafikan bahwa perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tidak hanya memberikan efek positif tetapi efek laten yang bersifat negatif, terutama dalam aspek jejaring sosial. Salah satu fenomena yang marak akhir-akhir dan merupakan implikasi dari kemudahan akses teknologi adalah *hoax* atau informasi palsu. Palsu karena tidak jelas sumber serta kebenarannya dan disebar melalui media sosial atau pun media *chatting* tanpa klarifikasi dan tanpa bisa melakukan klarifikasi. Akhirnya informasi tersebut mampu menggiring interpretasi pengguna (*user*) sesuai dengan yang diharapkan oleh orang-orang yang memiliki kepentingan di dalamnya. *Hoax* begitu *booming* terutama didukung oleh pola penggunaan internet masyarakat yang lebih banyak untuk akses jejaring sosial dan *instant messaging*.

Berlatar pada realitas dan masalah tersebut, artikel ini berusaha mengupas fenomena *hoax* yang marak belakangan ini sebagai konsekuensi dari realitas teknologis. Salah satu konsekuensi yang dirasakan masyarakat maya adalah munculnya *hoax* diberbagai aspek. Sehingga penulis mencoba memberikan alternatif cara berkomunikasi untuk menangkal *hoax* agar tidak menjadi semacam wabah penyakit yang beredar serta dapat menjangkiti masyarakat secara luas.

## B. Membedah Realitas Teknologi

Sebelum masuk pada pemaparan *hoax*, penulis merasa perlu membahas realitas mengenai perkembangan teknologi. Hal itu karena *hoax* merupakan implikasi dari masifnya penggunaan teknologi elektronik (terutama teknologi informasi dan komunikasi). Sadar atau tidak masyarakat berada di antara kepuangan teknologi yang masif. Bahkan masifikasi teknologi telah mengarah pada bentuk konvergensi teknologi

yaitu suatu teknologi yang diciptakan dan digunakan secara terpisah kemudian bergabung menjadi satu. Misalnya teknologi informasi (media cetak dan elektronik) dan teknologi komunikasi (telepon) kini telah melebur menjadi satu dalam bentuk komputer/*smartphone* dan koneksi, sehingga kita tidak hanya dapat berbincang dengan orang lain namun juga memperbarui informasi. Konvergensi tersebut didorong oleh teknologi digital yang memungkinkan berbagai informasi diorganisasi secara elektronik ke dalam *bytes*. Atau berbagai informasi yang dapat dikompresi dalam proses transmisi dan didekompresi ketika datang. Hal itu kemudian memungkinkan banyaknya informasi yang beredar pada kecepatan yang lebih tinggi dan pada jarak yang jauh.<sup>4</sup> Salah satu kuncinya adalah inovasi jejaring atau *networking* dengan medium internet memungkinkan transmisi itu berlangsung.

Jejaring *internet* yang awalnya digunakan oleh instansi tertentu yaitu militer USA (*Advanced Research Project Agency-ARPA*), secara cepat menjadi medium yang bisa digunakan oleh masyarakat luas. Bahkan akses terhadap internet tidak hanya semakin mudah melainkan juga semakin murah untuk dijangkau. Di Indonesia saja, pengguna internet dua tahun terakhir meningkat lebih dari 50% yaitu 132 juta pengguna.<sup>5</sup>

Realitas yang muncul sebagai efek dari teknologisasi tersebut merupakan bentuk dari budaya elektronik yaitu suatu kebudayaan yang 'diperantarai', di mana ruang interaksi sosial dan kultural terpisah dari kawasan geografis dan sosial tertentu. Artinya batas kawasan geografis dan sosial menjadi kabur atau terabaikan, dan kecepatan merupakan ciri khasnya. Inilah yang kemudian juga menjadi perhatian Paul Virrilio bahwa teknologi dan perubahannya telah menarik masyarakat pada kehidupan yang penuh dengan kecepatan (*speed*) dan begitu mempengaruhi<sup>6</sup>. Realitas itu dapat dilihat dalam kehidupan masyarakat kekinian, di mana determinasi teknologi dan internet cukup kuat. Pentingnya kecepatan atau transmisi yang disampaikan Virrilio nyata tergambar pada kebutuhan masyarakat terhadap jaringan internet dengan akses cepat yang kemudian muncul istilah jaringan 2G, 3G, 4G, dan 4.5G. Bahkan akses terhadap jaringan itu menentukan aktivitas masyarakat pada berbagai aspek seperti ekonomi dan bisnis, pendidikan, politik, hukum, maupun budaya. Semakin

---

<sup>4</sup> Chris Baker. *Cultural Studies: Teori dan Praktik*. Terjemahan Nurhadi Yogyakarta: Kreasi Wacana. 2013

<sup>5</sup> Hasil analisis laporan Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia tahun 2014 dan 2016.

<sup>6</sup> Ritzer, George. *Op.cit.* 231.

cepat akses atau proses transmisi maka semakin banyak yang dapat dilakukan.

Pada kondisi itu pula kemudian konsep *cyberspace* muncul, yang mana konsep tersebut melekat pada tokoh William Gibson yang menerangkan bahwa ada suatu tempat 'yang tidak ada di manapun', di mana *e-mail*, uang elektronik, dan pesan-pesan digital berlalu langang kemudian situs *world-wide web* diakses oleh masyarakat di seantero bumi. Suatu 'tempat yang tidak ada di mana pun' atau yang dapat kita sebut sebagai tempat tanpa ruang mengarah pada definisi di mana kata-kata, hubungan antar manusia, data, kekayaan, dan kekuasaan dimunculkan oleh orang-orang yang menggunakan teknologi komputer- yang mana sekarang sudah meluas pada penggunaan *smartphone* atau tablet yang mudah digenggam dan dibawa ke mana-mana<sup>7</sup>.

### C. Media Sosial: Tren Media Baru di Era Multimedia

Sebelum tahun 1990-an, media massa berupa media cetak (surat harian) disusul dengan media elektronik dan televisi merupakan media populer yang memberikan informasi publik yang efektif dan masif. Namun, bentuk dari komunikasi ini belum memungkinkan suatu interaksi langsung dari pemberi informasi dan penerima, sehingga penerima masih sebagai subyek yang pasif. Sejak ditemukannya komputer dan medium internet, masyarakat disuguhkan dengan kebebasan untuk mengakses informasi atau berbincang satu sama lain tanpa limitasi waktu. Selama medium internet tersedia maka aktivitas berselancar (*surfing*) di ruang maya tidak terbatas oleh waktu.

Jika sebelumnya masyarakat masih dihadapkan pada *e-mail* sebagai media diskusi privat dan terbatas, sekarang adalah era terbuka dan leluasa untuk tersambung dengan siapa pun dan menyimak *trending topic*. Media sosial adalah sebuah tren virtual bagi masyarakat kekinian. Tidak hanya sebagai media komunikasi, media sosial berkembang menjadi sarana berbagi (*share*) informasi atau menanggapi isu terhangat dalam ruang maya. Jumlah pengguna media sosial pun mengalami peningkatan dari waktu ke waktu. Disinyalir pengguna media sosial saat ini telah mencapai 2 Milyar atau sepertiga dari penduduk dunia. Media sosial dengan pengguna terbanyak saat ini masih bertahan di Facebook dan Twitter<sup>8</sup>.

---

<sup>7</sup> Chris Barker. *Log.cit.*

<sup>8</sup> Anonim. *Sejarah Perkembangan Media Sosial Periode Awal Hingga Kini*. Diakses dari <http://articles.id/sejarah-perkembangan-media-sosial-periode-awal-hingga-kini/> tanggal 11 Maret 2017 pukul 10.59 WIB.

Pada tahun 1970-an sebenarnya sudah ada salah satu bentuk yang hampir serupa dengan media sosial, yaitu surat elektronik atau buletin dengan nama *Short for Bulletin Board System* (BBS) yang dapat diakses menggunakan sambungan telepon dan modem. BBS dimanfaatkan untuk mengupload dan mengunduh data, *games*, bahkan *software*. BBS populer digunakan antara tahun 1980-an sampai 1990-an<sup>9</sup>. Tahun 1995 muncul *web hosting* bernama GeoCities. GeoCities adalah pionir dari dunia *web hosting* yang dapat diibaratkan sebagai rumah untuk menyimpan data dan dapat diakses selama terkoneksi dengan internet.

Pasca *web hosting* berkembang, muncul jejaring yang lebih merepresentasikan media sosial secara terperinci. Tren media sosial pertama adalah Classmates.com., kemudian diikuti oleh Sixdegree.com pada tahun 1997. Sixdegree.com sempat menjadi primadona bagi pengguna media sosial karena mudahnya akses untuk melihat profil pengguna lain, membuat grup, dan mengundang teman. Namun kemudian perlahan ditinggalkan karena banyaknya *spam* (sampah).

Tahun 2002, hampir mirip dengan fasilitas Sixdegree.com, Friendster yang dirintis oleh Jonathan Abrams menjadi media sosial paling fenomenal dan digemari masyarakat. Kemudian tahun 2003 muncul varian media sosial yang menawarkan aplikasi berbeda seperti LinkedIn yang lebih mengakomodir kepentingan bisnis dan Myspace yang banyak dilirik oleh penggemar musik dan video.

Tahun 2004, Facebook hadir sebagai inovasi dengan tidak mengulangi kelemahan Friendster sebagai pendahulunya. Media sosial yang dikembangkan oleh Mark Zuckerberg itu memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk mem-*posting* status, info, bahkan foto dan dapat membagikannya kepada teman. Bahkan media ini juga memungkinkan untuk membuat grup dan diskusi dalam ruang *chat* secara privat maupun grup. Hendak menuai kesuksesan yang sama dengan Facebook, korporasi media berlomba untuk mengembangkan aplikasi serupa seperti Twitter, Google+, Sykpe, Instagram, Path, dan sebagainya.

Banyaknya varian media sosial bahkan memungkinkan siapapun untuk menggunakan beberapa *platform* secara bersamaan. Misalnya seseorang bisa membuat akun di Instagram melalui Facebook, Gmail, atau Twitter tanpa harus membuat akun baru. Dengan demikian, pengguna bisa eksis di lebih dari satu media sosial.

---

<sup>9</sup> Saqib Shah. *The History Of Social Networking*. Diakses dari <http://www.digitaltrends.com/features/the-history-of-social-networking/> tanggal 10 Februari 2017 pukul 11.01 WIB.

Perkembangan, varian media sosial, dan inovasi teknologi layar era keempat (*smartphone, tablet, i-pad*, dan sejenisnya) tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah menciptakan suatu ruang baru yang kemudian kita sebut sebagai ruang maya (*cyberspace*). Lebih dari itu, media sosial atau ruang yang terkoneksi dengan jaringan internet telah membentuk sebuah tatanan baru yang lokusnya berbeda dengan masyarakat fisik yaitu masyarakat virtual atau Netizen.

#### **D. Hoax: Konsekuensi Merebaknya Media Sosial**

Seperti yang dipaparkan sebelumnya bahwa perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang ditandai dengan munculnya PC dan koneksi internet telah memunculkan realitas teknologi. Suatu realitas yang berada di suatu tempat di mana tempat itu tidak diketahui secara jelas letaknya. Inilah kemudian yang disebut sebagai ruang maya (*cyberspace*). Maya karena kita tidak menghadirkan fisik pengguna di ruang itu. Dengan didorong oleh inovasi yang seakan *overlap* yaitu poduk portabel PC seperti *laptop, notebook, netbook* hingga teknologi mudah digenggam yang bisa masuk dalam saku baju atau tas (*smartphone* dan *tablet*), memungkinkan semakin melejitnya eksistensi ruang maya. Keadaan itu kemudian menggeser eksistensi dunia fisik atau relasi fisik (*face to face*) dan memunculkan suatu tatanan masyarakat baru yang eksis di dunia maya yaitu masyarakat virtual (*virtual community*), yang didefinisikan oleh Howard Rheingold sebagai berikut.

Virtual community is a group of people who may or may not meet one another face-to-face, and who exchange words and ideas through the mediation of computer bulletin board and network. In cyberspace, we chat and argue, engage in intellectual discourse, perform acts of commerce, exchange knowledge, share emotional support, make plans, brainstorm, gossip, feud, fall in love, find friends and lose them, play games and make games, flirt, create a little high art and a lot of idle talk. We do everthing people do when people get together, but we do it with words on computer screens, leaving our bodies behind. Millions of us have already built communitis where our identities commingle and interact electronically, independent of local time or location. The way a few of us live

now might be the way a large population will live, decades hence.<sup>10</sup>

Dari definisi di atas tampak bahwa satu sama lain dapat melakukan interaksi hanya dengan layar dan tombol *keyboard* yang terkoneksi dengan internet, dan masing-masing bebas melakukan aktivitas itu di manapun dan kapan pun. Identitas antara orang-orang saling bergumul. Merujuk pada modal PC, sambungan, dan fleksibilitas maka sistem keanggotaan dan identitas partisipan pada ruang maya pun juga beragam. Berikut adalah kategori dan sistem keanggotaan dalam masyarakat virtual.

Tabel 1. Sistem Keanggotaan Masyarakat Virtual

	Size	Character	Membership Name
Audience Groups	Several thousand	Open	Anonymous
Mailing Lists	↑	↑	↑
Bulletin Boards			
Discussion List			
Game Groups			
E-mail Groups			
Teleconferencing Group	Few	Close	Real name

*Sumber:*Jan. A.G.M van Dijk. The Reality of Virtual Community, hlm 50.

Dari tabel di atas jelas bahwa identitas dari partisipan terdiri dari 3 jenis yaitu nama asli, nama semu, dan tanpa nama; tergantung pada karakter grup atau medianya. Grup yang anggotanya terbatas cenderung bersifat tertutup dengan identitas anggota yang jelas. Semakin terbuka

<sup>10</sup> Dikutip dari tulisan Jan. A.G.M van Dijk. The Reality of Virtual Community. Diakses melalui [https://www.utwente.nl/bms/vandijk/publications/the\\_reality\\_of\\_virtual\\_communi.pdf](https://www.utwente.nl/bms/vandijk/publications/the_reality_of_virtual_communi.pdf) tanggal 12 Februari 2017 pukul 18.11 WIB.

grup maka identitas keanggotaannya semakin kabur (*pseudo*) atau tidak jelas sama sekali (*anonymous*).

Berkaca pada realitas saat ini dengan merebaknya media sosial dan kesempatan untuk eksis di beberapa platform menunjukkan bahwa siapa pun bisa membuat akun kapan saja dan apa saja. Tidak jauh berbeda pada masyarakat fisik (riil), di dunia virtual sangat mudah untuk membuat grup atau jejaring. Tidak jarang dari kita yang memiliki komputer dan *smartphone* yang terkoneksi dengan internet ternyata juga bergabung dengan grup dalam *facebook*, *whatsapp*, *blackberry messenger*, *LINE*, dan sejenisnya. Tidak ada hambatan atau kesulitan membuat suatu grup, berbagi info, dan mengundang orang lain untuk bergabung bahkan menanggapi diskusi.

Sayangnya, cepatnya transmisi, mudahnya membagi dan mengunggah informasi (audio dan visual) tanpa identitas yang spesifik (*pseudoname* atau *anonym*) memunculkan *chaos* yang sulit diprediksi sebelumnya. *Hoax* atau berita palsu adalah realitas dari kondisi dari *chaos* akibat difusi dari ICT. Tujuannya adalah untuk memperoleh keuntungan dihitung dari banyaknya orang yang mengakses situs dan mem-forward atau *link* melalui berbagai media yang lain. Salah satu *hoax* dan justru masih panas saat ini adalah kasus penistaan agama yang disangkakan kepada calon gubernur petahana DKI Jakarta Basuki Tjahja Purnama. Melenceng dari ranah hukum, kasus itu menggelinging bagai bola panas yang merambah pada isu-isu politis dan melibatkan atau bahkan menyeret banyak pihak baik itu tokoh politik maupun non politik. Fokusnya bukan lagi pada esensi kasus dan akar masalahnya melainkan pada info-info yang dilempar dan menarik reaksi masyarakat. Maka tidak heran jika masyarakat justru dibuat bingung namun seolah paham betul, padahal sumbernya tidak jelas dari mana dan dari siapa.

*Hoax* merupakan imbas dari perilaku mekanis sebagai konsekuensi atas masifnya teknologi dan media sosial. Kemudahan menerima, berbagi, dan memberi komentar melalui media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *whatsapps*, dan sebagainya memperlihatkan bahwa informasi saling bertumpuk, berimplosif, dan berekplosif karena direproduksi melalui opsi *share* dan *salin/copy* yang tersedia dalam sistem media sosial. Bahkan setiap orang bisa mengomentari info yang diterima itu sesuka hati tanpa konfirmasi. Fenomena ini adalah bentuk dari *hyperreality* yaitu kenyataan yang berlebihan yang telah diprediksikan oleh Baudrillard puluhan tahun ketika istilah *hoax* belum dikenal<sup>11</sup>. Dalam hal ini sulit membedakan mana

---

<sup>11</sup> Kristi Poerwandari. "Gaduh di Media". *Kompas*. Edisi 11 Februari 2017.

yang riil dan bukan, atau sulit melakukan klarifikasi karena informasi saling bertumpuk satu sama lain dan sulit melacak dari mana informasi itu berasal. Otentisitas menjadi tidak jelas. Dengan bahasa yang berbeda, realitas teknologi atau *hoax* yang marak selama ini dapat menjelaskan implikasi dari kapitalisme lanjut dalam bahasa Jameson. Di mana komoditas yang ada dalam bentuk *hoax* merepresentasikan bahwa masyarakat virtual era ini abai dengan kedalaman esensi informasi (*depthlessness*) dan ahistoris<sup>12</sup>.

*Hoax* lebih marak di dunia maya dibandingkan media penyiaran *mainstream* seperti televisi, dalam artian mudah menyebar dan menarik *follower* setidaknya karena tiga alasan.

1. Seperti yang dijelaskan di atas bahwa dunia virtual yang ditunjukkan dengan adanya media sosial memberikan kebebasan bagi siapa pun untuk mengaksesnya tanpa batasan atau *rule* yang rumit seperti di masyarakat riil. Bahkan kita seolah menjadi masyarakat aktif<sup>13</sup> yang dapat menanggapi dan membagikan apa yang dibaca melalui opsi berbagi (*share*) konten informasi dan *link* (alamat situs) yang kita peroleh kepada orang lain. Namun, hal itu –sayangnya- tidak diikuti dengan usaha untuk mengklarifikasi dan analisis yang memadai tentang isi berita dan sumber berita. Misal ada konten informasi atau *link* berita melalui *whatsapps* yang di bawahnya terdapat himbuan untuk membagikannya pada orang lain. Tanpa membaca secara detail dan analisis sumber berita secara otomatis pengguna mem-*forward*-nya ke grup *whatsapps* yang lain atau ke media sosial yang lain seperti *BBM*, *Facebook*, *Line*, dan sebagainya. Bisa dibayangkan jika setiap orang membagikan ke satu grup dan dilakukan berantai. Dalam hitungan jam, *hoax* bisa menyebar ke ribuan bahkan jutaan orang.
2. Media penyiaran *mainstream* seperti televisi lebih banyak dikuasi oleh orang atau golongan yang memiliki tendensi politis seperti yang tampak pada Pilpres Tahun 2014 yang mana kepentingan itu tampak pada media televisi yang juga melakukan koalisi. Hal itu menghilangkan netralitas dan merusak kepercayaan masyarakat terhadap media penyiaran<sup>14</sup>. Oleh karena itu masyarakat mulai beralih

---

<sup>12</sup> Untuk penjelasan lebih detail baca Fredric Jameson. *Postmodernism or The Cultural Logic of Late Capitalism*. United States: Duke University Press. 1991, hlm: 111-133.

<sup>13</sup> Pada media penyiaran seperti televisi masyarakat sebagai penerima berita cenderung pasif yaitu sebatas menerima informasi yang ada dan tidak bisa menanggapi secara langsung dan leluasa terhadap berita yang diterima.

<sup>14</sup> Yosep Adi Prasetyo. Menurut Media Hoax dan Upaya Melawannya. Jakarta: Dewan Pers diunduh melalui <https://www.combine.or.id/wp-content/uploads/2017/02/2017>.

ke media sosial sebab di dalamnya mereka bisa menyampaikan opini dan berbagi secara bebas dan luas tanpa distorsi siapa pun dan dari mana pun. Keleluasaan yang kemudian cenderung keblablasan itulah menjadi akar dari munculnya *hoax* seperti saat ini.

3. Saat ini adalah eranya digital dan bertalian dengan poin kedua, maka tidak mengherankan jika *booming*-nya *hoax* juga ditentukan atau bahkan didukung dengan jumlah pengguna jaringan internet yang kian lama meningkat. Berdasarkan survei Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII), tahun 2014 pengguna internet 88,1 juta dari populasi penduduk 252,4 juta kemudian dua tahun kemudian (2016) meningkat secara cukup signifikan yaitu 132,7 juta pengguna dari 256,2 juta orang. Dengan demikian dalam kurun waktu dua tahun belakangan jumlah pengguna internet mengalami peningkatan sebanyak 44,7 juta atau lebih dari 50%. Dirunut dari kuantitas itu, *hoax* bisa menyebar ke hampir separuh penduduk negeri, dan merusak mental masyarakat. Maka tidak pelak fenomena *hoax* belakangan ini dianggap meresahkan dan perlu ditanggulangi agar tidak mengganggu stabilitas masyarakat dan negara.

## E. Hoax dalam Sejarah Manusia

*Hoax* sebagai sebuah fenomena yang sedang *booming* di era informasi saat ini, eksistensinya menyebabkan ke-chaos-an dan berdampak besar diberbagai aspek . *Hoax* bukanlah produk baru zaman digital, kita bisa flash back dalam sejarah manusia dimulai dari Nabi Adam AS sebagai manusia pertama yang menjalani konsekuensi berita bohong dari syaitan. Kala itu, Adam AS mendapatkan kabar bohong dari iblis sehingga harus terusir dari surga. Kabar atau informasi yang bersifat *hoax* tidak berhenti pada masa Nabi Adam AS saja, namun terus berlanjut hingga masa Nabi Muhammad SAW, bahkan dalam kehidupan umat Islam di akhir zaman ini sangat marak terjadi. Bak seperti virus, *hoax* menjadi viral dan terkenal dengan dukungan perangkat teknologi yang canggih sehingga tanpa sadar, banyak orang ikut menyebarkan berita tersebut, bagaikan bola salju menggelinding tanpa diketahui titik permulaannya.

Dampak dari menyebarnya informasi bohong yang nge-trend disebut *hoax* ternyata lebih dahsyat dari bom yang diledakkan di suatu kawasan. Jika bom tersebut di ledakkan disuatu tempat, maka yang akan punah

---

01.12-Berita-Hoax-dan-Upaya-Dewan-Pers.pdf pada tanggal 12 Februari 2017 pukul 23.30 WIB.

adalah satu generasi beserta lingkungan saat itu. Namun kedahsyatan efek *hoax* mampu merusak bukan hanya satu generasi tetapi mampu merusak banyak generasi bahkan berabad-abad lamanya. Seperti halnya *hoax* yang dilakukan Abdullah bin Saba, dengan umat Islam dikalangan Syi'ah sebagai korbannya. Berabad-abad mereka membenci serta memusuhi sahabat Rasulullah SAW yaitu Abu BakarAs-Shidiq, Umar Bin Khatab, dan Usman Bin Affan, bahkan Aisyah istri Nabi pun dituduh berselingkuh<sup>15</sup>.

Begitu dahsyatnya efek yang ditimbulkan *hoax*, jauh sebelumnya Rasulullah SAW memberikan pelajaran pada umatnya pentingnya mengecek kebenaran informasi yang kita terima secara individu atau yang sudah beredar di masyarakat. Rasulullah prihatin dengan kabar bohong karena hal ini akan membawa kehancuran umatnya baik dalam bentuk laten maupun yang dapat diamati secara nyata. Kasus al-Walid bin Uqbah Ibn Abi Mu'ith adalah asbabun nuzul diturunkannya ayat al-Qur'an surat al-hujurat (49): 6 yang berbunyi:

“Hai orang-orang yang beriman jika datang kepada kamu seorang yang fasik membawa suatu berita, maka bersungguh-sungguhlah mencari kejelasan agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa pengetahuan yang menyebabkan kamu atas perbuatan kamu menjadi orang-orang yang menyesal” (al-Hujurat : 6)<sup>16</sup>

Ayat diatas menurut banyak ulama turun menyangkut kasus al-Walid Ibn 'Uqbah Ibn Abi Muith yang ditugaskan Nabi SAW untuk memungut zakat menuju ke Bani al-Musthalaq. Ketika anggota masyarakat yang di tuju mendengar tentang kedatangan utusan Nabi SAW Yakni al-Walid, akhirnya mereka keluar dari perkampungan mereka untuk menyambutnya sambil membawa sedekah mereka. Tetapi al-Walid menduga bahwa mereka akan menyerangnya, karena itu dia kembali sambil melaporkan kepada Rasul bahwa bani al-Musthalaq enggan membayar zakat dan bermaksud untuk menyerang Nabi saw (dalam riwayat lain mengatakan mereka telah murtad). Rasul SAW kemudian mengutus Khalid Ibn Walid untuk menyelidiki keadaan sebenarnya sambil berpesan agar tidak menyerang

---

<sup>15</sup> Kisah ini dapat dilihat di Tafsir Ibnu Katsir saat menafsirkan Al-Qur'an, surat An-Nur ayat 11. Intisari dari kisah itu adalah tentang fitnah yang dilancarkan kepada Aisyah istri Rasulullah bahwa dia telah berselingkuh dengan sahabat bernama Shafwan bin Mu'atthal al-Sulami. Abu al-Fida' Ismail bin Katsir al-Dimasyqi, 1993, Tafsir Al-Qur'an al-Adzim, Madinah: Maktabah al-Ulum wa al-Hikam, jilid 3, hlm 260.

<sup>16</sup> Departemen Agama RI, 1989, al-Qur'an Terjemah, Semarang: Cv Tuha Putra. Hlm 846.

mereka sebelum akar permasalahannya menjadi jelas. Khalid mengutus seorang informannya menyelidiki perkampungan Bani al-Musthalaq yang ternyata di desa itu sedang dikumandangkan azan dan mayarakatnya melaksanakan shalat berjamaah. Khalid Ibn Walid kemudian mengunjungi mereka lalu menerima zakat yang telah mereka kumpulkan. Dalam riwayat lain menyatakan bahwa justru mereka yang datang kepada Nabi SAW sebelum Khalid Ibn al-Walid datang ke perkampungan mereka.<sup>17</sup> Kisah di atas memberikan pelajaran bagi umat manusia untuk tetap melakukan kross cek atau tabayun terhadap berbagai informasi yang diterima supaya tidak terjadi bencana dikemudian hari.

*Hoax* menurut Mursalin Basyah adalah senjata paling ampuh dalam menghancurkan umat di tiap generasi manusia. Menurutnya informasi *hoax* biasanya selalu masuk akal dan menyentuh sisi emosional, sehingga orang yang menerima berita tersebut tidak sadar sedang dibohongi. Bahkan menganggap dengan mudah bahwa berita tersebut adalah fakta dan harus disampaikan pada orang lain yang dianggap membutuhkan.<sup>18</sup> Dalam sejarah Islam yang lain perjalanan *hoax* di masa Siti Maryam ibu Nabi Isa yang dituduh berbuat keji sehingga melahirkan anak tanpa kehadiran seorang bapak. Hingga kemudian Allah mengklarifikasi tuduhan terhadap Maryam tersebut dalam sebuah wahyu yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Maryam: 28.<sup>19</sup> Di masa Nabi Musa *hoax* juga mewarnai perjalanannya dalam menyebarkan risalah. Fir'aun sebagai penguasa menyebarkan berita bohong bahwa Nabi Musa adalah seorang tukang tenung atau penyihir yang akan merebut kekuasaan ayah angkatnya, meskipun dia mengetahui yang dibawa Nabi Musa adalah mu'jizat bukan sihir.(QS. As-syuara: 34-35)<sup>20</sup>

Kisah-kisah di atas merupakan sekelumit dari sekian banyak sejarah *hoax* menyertai perjalanan manusia yang diawali dari adanya manusia pertama, hingga sampai pada generasi selanjutnya tak terkecuali di era

<sup>17</sup> M.Quraish Shihab, 2006, Tafsir Al- Mishbah Pesan, Kesan dari Kesorasian Al-Qur'an, Jakarta: Lentera Hati, hlm 236-237.

<sup>18</sup> Tgk Mursalin Basyah adalah pengurus Ikatan Alumni Timur Tengah (IKAT). Disampaikan saat mengisi pengajian rutin Kaukus wartawan peduli syariat Islam (KWPS) Rumoh Kupa luwak, Jeulinke. Aceh.Tribun News.com. Diunduh 17-02-2017, pukul 08.18.

<sup>19</sup> Artinya: "Hai saudara perempuan Harun, ayahmu sekali-kali bukanlah seorang yang jahat dan ibumu sekali-kali bukanlah seorang pezina". Departemen Agama RI, 1989, al-Qur'an Terjemah, Semarang: CV Tuha Putra. Hlm 465.

<sup>20</sup> Artinya: " Fir'aun berkata pada pembesar-pembesar yang berada disekelilingnya; "sesungguhnya Musa ini benar-benar seorang ahli sihir yang pandai, ia hendak mengusir kamu dari negerimu sendiri dengan sihirnya; maka karena itu apa yang kamu anjurkan?" (QS, Asy-Syu'ara': 34-35) Al-Qur'an terjemah, hml 575.

global saat ini. Artinya dalam situasi dan perkembangan telematika persoalan-persoalan komunikasi sangat mendominasi dunia kontemporer. Kita sangat dekat dan mudah terjangkiti virus *hoax* yang bersumber dari dunia maya. Hal ini setiap saat bisa terjadi karena pada kenyataannya perkembangan media --media massa dari stasiun dan kantor media cetak tetap—bergeser menjadi bergerak dalam “telapak tangan kita”. Munculnya smart phone menjadikan dunia dalam satu genggam. Setiap kejadian bersifat *real time* yaitu dapat dikomunikasikan saat itu juga dengan segmentasi kepenjuru dunia. Komunikasi inilah yang menjadi sorotan dalam tulisan ini karena dengan bekal pengetahuan yang dibingkai etika Islam, seseorang akan dapat mengkonstruksi pesannya dalam bentuk yang sebenar-benarnya, jujur, dan yang terpenting tidak merugikan orang lain.

## F. Etika Islam: Basic Berkomunikasi Di Dunia Maya

Term etika di masyarakat timur sudah sangat familier dalam kehidupan sehari-hari, bahkan setiap gerak dan perilaku seseorang telah dibingkai etika, baik bermula dari keluarga, lingkungan, agama dan negara dalam sekup yang luas. Misalnya, secara umum setiap orang akan menerima pemberian orang lain dengan tangan kanannya. Ketika seseorang menerima sesuatu dengan tangan kirinya maka dia masuk kategori orang yang tidak beretika. Hal ini berbeda di dunia barat dengan frame adat dan budaya berbeda maka akan memiliki makna yang berbeda pula.

Etika berasal dari bahasa Yunani “*ethos*” (dalam bentuk tunggal) atau “*ta etha*” (jamak). Kata *ethos* dalam bentuk tunggal memiliki arti tempat tinggal, padang rumput, kandang, adat istiadat, akhlak, watak, perasaan, cara berpikir. Sedangkan dalam bentuk jamak *ta etha* artinya adat kebiasaan. Dari kata latin tersebut lahir kata moral.<sup>21</sup> Sidi Gazalba memaknai “etika” merupakan teori tentang laku perbuatan manusia, dipandang dari nilai baik dan buruk sejauh yang dapat ditentukan oleh akal.<sup>22</sup> Abd. Haris selanjutnya mengutip dari Ahmad Amin menjelaskan bahwa etika adalah suatu pengetahuan yang menjelaskan arti baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan dan apa yang seharusnya tidak dilakukan kepada orang lain, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia dalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa

---

<sup>21</sup> Hamzah Ya'qub, 1988, Etika Islam, Bandung: Diponegoro. Hlm 12.

<sup>22</sup> Dikutip dari Abd. Haris, 2010, Etika Hamka, Yogyakarta: LKiS. Hlm 34

yang seharusnya diperbuat. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa “etika” adalah ilmu yang mempelajari tentang yang baik dan buruk serta tentang hak dan kewajiban moral (akhlaq). Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa etika adalah nilai- nilai kebaikan yang tumbuh selama kehidupan manusia. Nilai-nilai tersebut sengaja diciptakan untuk mengatur manusia sebagai suatu kebutuhan dalam bermasyarakat dengan akal pikiran sebagai tolak ukurnya. Perbuatan manusia itu tidak terlepas dari baik, buruk, boleh dilakukan atau boleh ditinggalkan.

Dalam kehidupan sehari-hari term etika digunakan secara bergantian bahkan disinonimkan dengan moral dan akhlaq. Jika etika merupakan penilaian terhadap perilaku manusia yang didasarkan pada ukuran akal manusia, maka moral sebenarnya memiliki makna yang tidak jauh berbeda. Moral diambil dari bahasa latin “mores” kata jamak dari “mos” yang berarti adat kebiasaan.<sup>23</sup> Dalam bahasa Indonesia diartikan dengan “susila”. Yang dimaksud dengan moral adalah sesuai dengan ide-ide yang umum diterima tentang tindakan manusia, mana yang baik dan wajar. Jadi disesuaikan dengan ukuran-ukuran tindakan yang oleh umum diterima meliputi kesatuan sosial atau lingkungan tertentu. Dengan demikian letak perbedaan etika lebih bersifat teoritik sedangkan moral lebih banyak bersifat praktis, atau dalam pembahasan Franz Magniz<sup>24</sup> objek etika adalah pernyataan moral.

Berbicara tentang etika dalam Islam tidak dapat dilepaskan dengan ilmu akhlaq sebagai salah satu cabang ilmu pengetahuan dalam agama Islam dianggap sebagai sinonim dari etika. Persamaannya memang ada yaitu ilmu yang membahas tentang kebaikan agar dilakukan oleh manusia serta membahas hal-hal buruk agar dijauhi sebagai aplikasi dari larangan yang telah ditentukan dalam agama. Kata “akhlaq” berasal dari bahasa Arab jama’ dari *Khuluqun* yang menurut lughat diartikan budi pekerti, perangai, tingkah laku atau tabiat. Kalimat tersebut mengandung segi-segi persesuaian dengan perkataan “Khalqun” artinya kejadian, serta erat hubungannya dengan “Khaliq” yang berarti sang pencipta dan “makhluq” berarti yang diciptakan. Perumusan pengertian “akhlaq” timbul sebagai media yang memungkinkan adanya hubungan baik antara Khaliq dengan makhluk, dan antara makhluk dengan makhluk. Untuk dapat menyelaraskan aspek-aspek tersebut maka segala tingkah laku yang bisa dan tidak boleh dilakukan manusia harus didasarkan pada nilai-nilai agama Islam sebagaimana petunjuk dalam hadits yang diriwayatkan oleh Ahmad:

---

<sup>23</sup> Hamzah Ya’qub, Ibid hlm 14.

<sup>24</sup> Hajir Tajiri, 2015, Etika dan Estetika Dakwah, Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Hlm 15

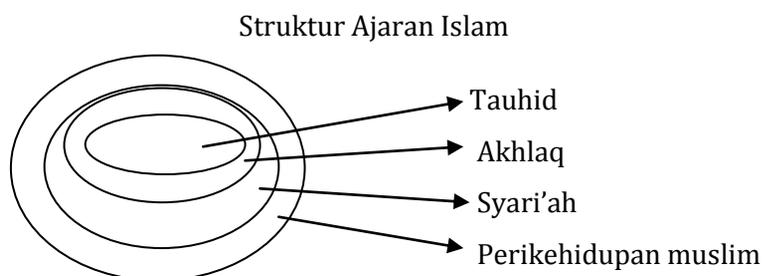
“Aku diutus untuk menyempurnakan kemuliaan budi pekerti” (HR. Ahmad). Dari pemahaman tersebut mengacu pada pendapat Ahmad Amin, akhlaq memiliki pengertian sebagai berikut:<sup>25</sup>

Akhlaq adalah suatu ilmu yang menjelaskan arti baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia kepada lainnya menyatakan tujuan yang harus dituju oleh sebagian manusia dalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang harus diperbuat.

Jadi persamaan antara akhlaq dan etika adalah keduanya mengkaji tentang baik buruknya tingkah laku manusia tetapi akhlaq lebih dekat dengan “kelakuan” atau “budi pekerti” yang bersifat aplikatif sedangkan etika lebih cenderung merupakan landasan filosofisnya.

Pada umumnya para ahli membagi ajaran Islam menjadi tiga aspek. *Pertama* ajaran tentang akidah yang membicarakan tentang keyakinan-keyakinan, berkaitan dengan rukun iman. *Kedua*, syari’ah yang menyangkut masalah hukum Islam biasa disebut dengan fiqh. *Ketiga*, akhlaq yaitu ajaran Islam yang terkait dengan masalah-masalah ajaran moral.

Dalam hal ini seorang ulama dan intelektual muslim Hamka memiliki pandangan yang berbeda tentang ajaran Islam ini. Menurutnya inti ajaran Islam adalah Tauhid . Sedangkan akhlaq atau etika berada dalam urutan kedua setelah ajaran inti atau tauhid. Syari’ah justru menempati urutan ketiga dari ajaran inti tauhid. Baru setelah syariah inilah ajaran-ajaran yang terkait dengan masalah-masalah sosial lainnya. Posisi akhlaq atau etika dalam struktur ajaran Islam menurut Hamka dapat digambarkan sebagai berikut:



Dikutip dari Abd. Haris, 2010, Etika Hamka, hlm 72

<sup>25</sup> Hamzah Ya'qub, ibid hlm 12

Akhlaq atau etika dalam ajaran Islam menempati urutan kedua setelah ajaran inti tauhid. Ini artinya dalam Islam akhlaq seharusnya selalu dijiwai oleh ajaran tauhid. Sedangkan syari'ah sebagai ajaran Islam menempati urutan ketiga dari ajaran inti, tauhid, setelah akhlaq. Berarti syari'ah dalam Islam harus selalu dijiwai oleh tauhid dan akhlaq. Kurang tepatlah jika syari'at dan pelaksanaannya keluar dari kerangka dan ajaran tauhid dan akhlaq. Sedangkan masalah-masalah kehidupan, seperti kebebasan dan yang lainnya, harus selalu terikat atau paling tidak dijiwai oleh syari'at Islam. Syari'at Islam harus bertumpu pada ajaran akhlaq Islam. Sedangkan akhlaq atau etika Islam harus bertumpu pada ajaran tauhid dalam Islam.

Berbicara tentang etika berkomunikasi di dunia maya, patutlah kiranya kita memiliki landasan kuat tentang etika komunikasi dalam ajaran Islam. Etika atau akhlaq dapat mengarahkan perilaku berkomunikasi secara santun, jujur dan tidak merugikan orang lain. Hal ini dapat menjadi perisai agar terhindar dari menyebarkan dan memberikan informasi *hoax*. Di sisi lain dapat menangkal *hoax* ketika menerima pesan. Pandangan semacam ini jelas didasari suatu keyakinan seorang muslim bahwa seluruh perilaku dalam segala perikehidupan dianggap mengandung unsur-unsur dari sumber ajaran Islam (al-Qur'an, hadits, ijma' dan qiyas). Sumber-sumber hukum inilah yang mengarahkan seorang muslim dalam menilai baik dan buruk dalam berkomunikasi. Tentunya tidak cukup hanya mengetahui, tanpa usaha mengaplikasikan dalam bentuk perilaku yang nyata. Aristoteles (384-322 SM) menandakan:

Apa yang berhubungan dengan keutamaan tidak cukup sekedar mengetahui apa keutamaan itu, bahkan harus ditambah dengan melatihnya dan mengerjakannya, atau mencari jalan lain untuk menjadikan diri kita sebagai orang-orang utama dan baik.

Dalam menjalankan aktifitas berkomunikasi di dunia maya tidak akan terlepas dari ruang lingkup kajian ini. Fenomena *Global Village* yang diutarakan McLuhan (1964), yaitu terjadi integrasi melalui media elektronik dan menyatukan masyarakat dunia secara global menimbulkan efek yang sangat luas. Dampak selanjutnya menimbulkan ruang lingkungannya terus meluas dengan jumlah *user* yang bertambah seiring mudah dan murah dalam mengaksesnya. Dua hal yang kemudian menjadi pemicu memasyarakatnya dunia maya adalah situs-situs jejaring sosial dan kemunculan akun-akun pribadi, blog, sebagai sebuah ranah pribadi dan identitas baru dalam dunia maya. Maraknya situs-situs jejaring sosial dan

blog membawa bentuk interaksi baru dan partisipasi di dalamnya membawa dilema atas kebebasan berkomunikasi yang tercipta di dunia maya.

*Hoax* sebagai salah satu dampak kebebasan dalam menyebarkan pesan di dunia maya mengalir bagaikan air bah informasi. Menurut Efendi Gazali<sup>26</sup> di negara Macedonia, *hoax* merupakan lahan bisnis dan dijadikan sebagai cara menyerap tenaga kerja disuatu perusahaan. Dengan jam kerja yang telah ditentukan yaitu 24 jam penuh dengan tiga shif karyawan, perusahaan beroperasi dan eksistensinya dilegalkan oleh negara. Tugas utama dari perusahaan yang mengelola *hoax* adalah bekerja sesuai pesanan klien yang membutuhkan jasa dibidang ini. Dapat kita bayangkan apa yang terjadi disuatu negara jika kebohongan sudah menjadi komoditi serta dilegalkan.

Situs jejaring sosial yang tersedia melalui teknologi informasi dan komunikasi jelas memberikan ruang tersendiri bagi masyarakat. Tak pelak setiap orang memiliki kebebasan dalam berekspresi. Memasuki era 2000an, terutama ketika lahir berbagai situs pribadi, seperti *blogspot* dan jejaring sosial yang diawali oleh *friendster*, gaya berkomunikasi di dunia maya telah mengalami pergeseran.<sup>27</sup> Dunia maya telah mampu menggantikan keakraban yang dahulu hanya bisa kita peroleh melalui komunikasi tatap muka. Berbagai *blog* dan situs jejaring sosial berkembang sangat pesat. Dunia maya telah mampu memfungsikan diri sebagai media relasi sosial antarpribadi.

Sebagaimana masyarakat nyata, tentunya dengan keragaman sifat dan budayanya, terdapat orang-orang yang memiliki perilaku senang mengkritik, humor tidak pada tempatnya baik tulisan, gambar, karikatur, dan terkadang melakukan hal-hal yang melewati batas etika. Salah satu perilaku tersebut diantaranya menyebarkan iklan yang tidak sesuai dengan konteks, provokasi dalam diskusi yang tidak sehat, materi yang menyinggung orang lain, dan yang paling meresahkan saat ini melakukan pesan berantai dengan kebenaran yang tidak terverifikasi.

Dalam hal ini ketidak-sadaran para pengguna internet tentang adanya etika tertulis maupun tidak tertulis dalam berkomunikasi di dunia maya, dapat menyeret seseorang dalam masalah dan berbagai penyimpangan berkomunikasi. Kekurang tahuan serta munculnya pengguna di bawah umur (belum dewasa) merupakan salah satu penyebab seseorang bebas berperilaku di dunia maya. Dalam kasus-kasus penggunaan

---

<sup>26</sup> Efendi ghazali, Apa Kabar Indonesia Pagi wawancara di TV One tanggal 9 pebruari 2017 pukul 07.40

<sup>27</sup> <http://repository.ut.ac.id/2298/1/fisip201011.pdf>

email, chatting, mailing list, upload foto, dapat menyeret para penggunanya kepada situasi yang tidak sehat. Terbukti Melalui jejaring sosial tersebut, mereka terkadang saling memaki, menipu, melakukan pelecehan gender, menghina, membuka rahasia pribadi atau orang lain, menyebarkan berita yang tidak benar atau *hoax* dan lain sebagainya. Oleh karena itu, menurut Santrock tidak mengherankan bila penelitian mengenai internet dan kekerasan di dunia maya/*cyberbully*<sup>28</sup> mengalami peningkatan.

Hal ini terjadi karena relasi pertemanan dalam masyarakat maya berbeda sebagaimana di masyarakat nyata. Jika di masyarakat nyata terdapat pranata untuk mengatur anggota-anggota masyarakat agar tertib, maka di masyarakat maya pun ada namun berbeda. Beberapa pranata yang lazim dalam masyarakat maya dikenal seperti login, password, atau PIN number yang digunakan sebagai “tiket” atau “kata salam” untuk masuk ke *website* tertentu. Pada umumnya pemilik *website* tidak mengizinkan orang lain masuk ke dalam fasilitas tertentu apabila tidak menggunakan tiket atau salam itu. Pranata lain yang ada di dunia maya adalah bahwa semua informasi yang ada dalam dunia maya menjadi milik publik dan dapat diakses oleh semua orang. Kendati ada peringatan untuk secara bebas tidak mengakses data tertentu, namun tetap saja eksistensi informasi itu menjadi milik publik, karena substansi dunia maya adalah milik publik.<sup>29</sup>

Pada dasarnya panduan dalam bersikap dan berperilaku di lingkungan internet sesuai kaidah normatif sudah ada yang disebut dengan *netiquette*. *Netiquette* berasal dari kata *networks* dan *etiquette*, yang berarti; 1) Etika dalam menggunakan Internet, atau 2) Aturan-aturan/kebiasaan/etika/etiket umum yg berlaku di seluruh dunia, sehingga para pelaku internet dapat dengan nyaman dalam berinteraksi di dunia maya.<sup>30</sup> Beberapa aturan yang ada pada *netiquette* ini diantaranya:

1. Amankan dulu diri anda, maksudnya adalah amankan semua properti, mungkin dapat dimulai dari mengamankan komputer, dengan memasang anti virus atau personal firewall
2. Jangan terlalu mudah percaya dengan Internet, sehingga dengan mudah mengupload data pribadi
3. Menghargai pengguna lain di internet, caranya sederhana, yaitu :
  - a. Jangan membiasakan menggunakan informasi secara sembarangan, misalnya plagiat.

---

<sup>28</sup> Ibid hlm 1

<sup>29</sup> M.Burhan Bungin, 2006, Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat, Jakarta: Prenada, hlm 137

<sup>30</sup> <http://eprints.uny.ac.id/7229/1/M-20%20-%20Nur%20Hadi%20W.pdf> diunduh tanggal 3 maret 2017, pukul 18.30

- b. Jangan berusaha untuk mengambil keuntungan secara ilegal dari Internet, misalnya melakukan kejahatan pencurian nomor kartu kredit.
- c. Jangan berusaha mengganggu privasi orang lain, dengan mencoba mencuri informasi yang sebenarnya terbatas.
- d. Jangan menggunakan huruf kapital terlalu banyak, karena menyerupai kegiatan teriak-teriak pada komunitas sesungguhnya.

Berbagai pedoman perilaku di dunia maya bukan hanya ada dalam bentuk *netiquette*, pemerintah pun mengatur hal yang sama dalam bentuk yang lebih makro yaitu undang-undang informasi dan transaksi elektronik (ITE) no 11 tahun 2008, meski tetap ada aspek-aspek yang belum tercover secara jelas dalam pembahasan mengiringi perkembangan zaman dan teknologi. Namun upaya tersebut merupakan aturan yang harus mendapatkan perhatian masyarakat, mengiringi setiap aktifitas di masyarakat maya supaya lebih aman dan tidak ada pelanggaran.

Tidak hanya rambu-rambu di atas, agar para “newbies” tetap aman serta terhindar dari informasi dan komunikasi berbau *hoax*, para blogger memiliki organisasi mereka sendiri yaitu *OnLine New Association*.<sup>31</sup> Tujuan utamanya adalah menjadikan praktik anggota mereka lebih profesional sehingga menambah kepercayaan diri mereka dan memengaruhi wacana publik. *OnLine New Association* memiliki laman situs dengan alamat [cyberjournalist.net](http://cyberjournalist.net). Jika dilihat dari namanya menunjukkan sebagian besar kelompok ini adalah para jurnalis. Oleh karena itu, kelompok ini menciptakan kode etik blogger, yang meniru kode etik masyarakat jurnalis profesional. Dalam pembukaannya kode etik tersebut bertuliskan, “blogger yang bertanggung jawab harus menyadari bahwa mereka menyiarkan tulisan mereka kepada publik sehingga memiliki kewajiban-kewajiban tertentu pada para pembacanya, orang-orang yang mereka tulis dan masyarakat secara umum, integritas adalah fondasi dari kredibilitas. Blogger yang menerapkan kode etik dan standar perilaku ini tidak hanya mempraktekkan jurnalistis etis, tetapi juga mengatakan kepada para pembacanya jika mereka dapat dipercaya (Blogger, 2003). Secara terperinci kode etik blogger yang disepakati yaitu harus jujur dan adil dalam mengumpulkan, melaporkan, dan menafsirkan informasi. Blogger harus memiliki sikap-sikap berikut:

---

<sup>31</sup>Stanley J. Baran dan Dennis K. Davis, 2014, *Mass Communication Theory: Foundation, Ferment, and Future*, Jakarta: Salemba, hlm 155.

1. Jangan pernah menjiplak.
2. Mengidentifikasi dan memberikan tautan kepada sumber sebisa mungkin. Publik memiliki hak atas sebanyak mungkin informasi mengenai reliabilitas sumber.
3. Pastikan bahwa isi blog, kutipan, judul utama, foto dan semua materi tidak menyesatkan. Materi tersebut tidak boleh terlalu menyederhanakan atau mendramatisasi peristiwa sehingga keluar konteks.
4. Jangan pernah mengubah konten foto tanpa menyebutkan apa yang telah berubah. Perbaikan gambar hanya boleh diperbolehkan untuk kebutuhan teknis. Berikan keterangan untuk semua foto dan ilustrasi.
5. Jangan menyiarkan informasi jika diketahui hal tersebut tidak akurat— dan bila menyiarkan informasi yang kurang jelas, katakan dengan jelas bahwa informasi tersebut meragukan.
6. Bedakan antara dukungan, komentar, dengan informasi faktual. Komentar yang bersifat dukungan pun tidak boleh menyesatkan fakta atau konteks.
7. Bedakan informasi faktual dan komentar dengan iklan serta hindari mencampurkan keduanya sehingga menyebabkan batasan-batasan keduanya tidak jelas.

Jika setiap orang atau para newbies mengetahui dan melaksanakan aturan- aturan yang telah ada sebagaimana di atas, sangat mungkin jika berbagai informasi berbau *hoax* akan dapat ditangkal. Karena selain sebagai aplikasi etika secara umum, menyuarakan pendapat kepublik secara sengaja membawa tanggung jawab tertentu atas orang lain bagi setiap individu. Selain itu munculnya undang-undang ITE juga akan memberikan arah pada masyarakat agar tidak terjerumus dalam beraktifitas di dunia maya. Namun eksistensi suatu sistem dan norma di masyarakat maya tidak berfungsi dengan baik jika tidak dibarengi dengan pengetahuan para penghuninya. Hal ini dapat terjadi jika para anggota masyarakat maya tidak tahu akan eksistensi norma-norma tersebut apalagi penghuni masyarakat maya tidak hanya mereka yang dewasa saja namun anak-anak di bawah umur pun lalu-lalang di “rumah-rumah” yang tersedia di dunia maya. Sehingga beragamnya pengetahuan, pengalaman, memicu marak terjadi penyelewengan transaksi informasi yang merugikan orang lain.<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> Penelitian terhadap anak-anak dibawah umur 13 tahun, pengguna media sosial di wilayah kecamatan Pamulang. Hasil dari riset ini adalah terlalu dini anak-anak di bawah usia 13 tahun menggunakan facebook dan twitter melalui ragam ekspresi yang menyebabkan pelanggaran terhadap etika berkomunikasi dan dampak hukumnya.

Jika kode etik, undang-undang ITE, serta budaya di Internet tidak dipahami para netter, sehingga rentan terjadi problem, maka terdapat solusi yang dapat dipakai agar terhindar dari berita-berita *hoax* serta etika berkomunikasi selalu terjaga. Para newbies perlu diberikan petunjuk berbasis akhlaq atau etika islam yang dapat memberikan pengertian dalam berkomunikasi di internet atau media sosial.

Dalam kajian etika Islam, berkomunikasi di dunia nyata dan dunia maya sebenarnya tidak ada perbedaan. Artinya keduanya dengan berbagai karakteristiknya memiliki porsi yang sama untuk mendapatkan hasil komunikasi yang berkualitas tanpa harus merugikan orang lain. Yang dimaksud dengan komunikasi Islam adalah komunikasi yang dibangun diatas prinsip-prinsip Islam yang memiliki roh kedamaian, keramahan dan keselamatan. Komunikasi Islam tunduk dengan sumber utama ajaran Islam, yaitu Al-Qur'an dan As-Sunnah. Dari dua sumber inilah prinsip-prinsip dasar ilmu komunikasi Islam diambil. Prinsip-prinsip ini berlaku untuk segala bentuk komunikasi dengan sesama manusia tak terkecuali komunikasi di ruang publik maya.

Agar terhindar dari komunikasi yang berbasis *hoax* maka prinsip-prinsip komunikasi Islam mengatur diantaranya:<sup>33</sup>

#### 1. Prinsip Ikhlas

Prinsip ikhlas merupakan prinsip paling mendasar dalam komunikasi Islam. Suatu pesan tidak akan berdampak positif kepada komunikan jika diterima dengan hati yang tidak ikhlas. Ikhlas adalah kerja hati. Tidak ikhlas menyampaikan atau menerima pesan artinya tidak sucinya menerima atau menyampaikan suatu pesan. Dalam Islam telah ditetapkan bahwa segala perbuatan harus diniatkan untuk *lillahi ta'ala*. Orientasi hidup seperti ini tertuang dalam firman Allah dalam Surat al-An'am (6):162-163.<sup>34</sup> Prinsip ikhlas merupakan prinsip paling mendasar karena jika kehilangan prinsip ini dari komunikator maupun komunikan akan membuat tujuan utama komunikasi yaitu ibadah menjadi hilang dan kekuatan pesan yang disampaikan menjadi memudar. Kehilangan prinsip ini dari salah satu pihak akan membuat proses komunikasi akan terhambat. Hal ini dapat kita simak melalui

---

munculnya pelanggaran etika berkomunikasi tanpa mereka sadari erat kaitannya dengan UU ITE Bab VII pasal 29 s.d. 32 yang mengatur tentang etika berkomunikasi di dunia maya. <http://repository.ut.ac.id/2298/1/fisip201011.pdf>

<sup>33</sup> Harjani Hefni, 2015, Komunikasi Islam, Jakarta: Prenada Media. Hlm, 14

<sup>34</sup> Artinya: "katakanlah sesungguhnya sembahyangku, ibadatku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam. Tiada sekutu baginya; dan demikian itulah yang diperintahkan kepadaku dan aku adalah orang yang pertama-tama menyerahkan diri kepada (Allah). (QS.Al-An'am: 162-163).

kisah-kisah para Nabi seperti Nabi Saleh yang ikhlas menyampaikan pesan dari Allah kepada umatnya namun tidak membawa dampak positif karena umatnya tidak suka mendengarkan nasihat Allah, (QS. Al-A'raf (7): 79).

## 2. Prinsip Pahala dan Dosa

Prinsip ini menjelaskan bahwa setiap pesan yang disampaikan mengandung konsekuensi pahala dan dosa. Lisan atau komunikasi lewat tulisan memiliki peran kunci dalam berkomunikasi, akan membawa pada kesuksesan atau kehancuran. Agar lisan tidak menjadi alat pengumpul dosa tetapi selalu memproduksi pahala, maka Islam membimbing manusia terutama umatnya sebagai berikut:

- a. Islam melarang berkata kotor dan kasar.
- b. Memberikan motivasi agar selalu berkata yang baik. Rasulullah memberikan motivasi kepada orang yang berkata baik dengan berbagai cara, yaitu:
  - Menyampaikan kabar gembira kepada orang yang selalu berkata baik dan berpesan jangan sembarangan mengeluarkan pernyataan.
  - Berkata baik menyebabkan masuk surga dan mendapatkan tempat yang baik di sana.
  - Berkata baik dikategorikan memberi sedekah.
  - Islam identik dengan ucapan yang baik.

## 3. Prinsip Kejujuran

Lisan dapat membunuh karakter seseorang, bahkan dapat merusak hubungan suami istri, kerabat, kaum bahkan dapat menumpahkan darah. Gara-gara lisan suatu kaum bisa hancur berantakan.<sup>35</sup> Karena itu kejujuran dalam menyampaikan pesan adalah prinsip mendasar dalam komunikasi Islam. Diantara bentuk kejujuran dalam berkomunikasi adalah: 1) Tidak memutar balikkan fakta. 2) Tidak berdusta.

## 4. Prinsip Kebersihan

Islam menekankan prinsip kebersihan dalam segala hal, termasuk dalam menyampaikan pesan. Pesan yang baik akan mendatangkan kenyamanan psikologis bagi yang menerimanya. Sedangkan pesan-pesan yang sarkatis, jorok, adu domba, umpatan dan sebagainya akan berdampak pada keruhnya hati.

---

<sup>35</sup> Hadits berikut menunjukkan hal tersebut: "Dari Abdullah bin 'Amr berkata, Rasulullah SAW bersabda akan terjadi fitnah yang membuat Arab mati bergelimpangan. Lisan pada saat itu jauh lebih tajam dari pada pedang". Al-Tirmidzi, juz 4, hlm. 43 hadits no 2178.

5. Prinsip Berkata Positif  
Pesan positif akan berpengaruh bagi kebahagiaan seseorang dalam kondisi apapun. Seorang komunikator yang sering mengirim pesan positif kepada komunikan akan menyimpan modal yang banyak untuk berbuat yang positif.
6. Prinsip Paket (hati, lisan, dan perbuatan)  
Manusia adalah makhluk yang diciptakan dalam bentuk satu paket lengkap yaitu terdiri dari unsur jiwa dan unsur raga. Gerak raga dalam Islam dipengaruhi oleh hati atau jiwa. Artinya lisan akan berbicara yang baik jika hatinya baik, dan lisan tidak akan mampu berbicara dengan baik tanpa kendali dari jiwanya.<sup>36</sup> konsistensi antara hati, kata dan perbuatan merupakan ciri dari manusia sukses. Allah tidak menyukai inkonsistensi. Bukan hanya Allah saja, manusia juga memandang inkonsistensi adalah bentuk dari kecacatan atau kemunafikan yang dimiliki seseorang. Cacatan ini akan menjatuhkan nilai seseorang menjadi berkurang.
7. Prinsip Dua Telinga dan Satu Mulut  
Prinsip berhati-hati dalam berbicara dan banyak mendengar adalah manifestasi dari struktur fisik manusia yang diciptakan Allah dengan dua telinga dan satu mulut. Semua informasi yang ditangkap dengan dua telinga kemudian difilter oleh akal sebelum dikeluarkan oleh lisan. Orang-orang yang cerdas adalah orang-orang yang mampu memilah dan memilih informasi dan hanya mengambilnya yang terbaik dari informasi yang diterima.
8. Prinsip Pengawasan  
Prinsip pengawasan muncul dari kepercayaan mukmin terhadap Allah Maha Mendengar, Melihat, Mengetahui. Selain itu apapun yang diucapkan dan diperbuat manusia akan dicatat oleh malaikat. Sehingga manusia prinsip ini akan mendorong manusia memiliki keyakinan bahwa setiap mukmin akan selalu dipantau. Orang yang merasa dipantau akan berhati-hati dalam mengeluarkan statemen.
9. Prinsip Selektifitas dan Validitas  
Berbicara dengan data dan informasi akurat merupakan cirri dari pribadi yang berkualitas. Selain menambah kredibilitas, informasi yang akurat menghindarkan kita jatuh kepada kesalahan yang berujung pada penyesalan.

---

<sup>36</sup> Rasulullah SAW bersabda;” ...ketahuilah bahwa ditubuh itu ada satu gumpalan daging, apabila ia baik maka baiklah seluruh jasad dan apabila ia rusak maka rusaklah seluruh jasad, ketahuilah, itu adalah hati”.

#### 10. Prinsip Saling Memengaruhi

Sebagaimana kita ketahui tujuan dari komunikasi adalah saling mempengaruhi, maka membangun komunikasi yang sehat adalah bagian yang tidak terpisahkan dari Islam. Pengaruh pesan tersebut bukan hanya sesaat tetapi terkadang kekal sepanjang hidup komunikan.

#### 11. Prinsip Keseimbangan Berita

Informasi yang seimbang akan membuat keputusan menjadi akurat. Prinsip perimbangan dalam menyerap Informasi sebelum memberikan sikap adalah keharusan. Dengan prinsip ini, berbagai informasi yang diterima akan lebih akurat. Dalam menulis berita dikenal suatu istilah *cover both side* yaitu perlakuan adil pada semua pihak yang menjadi objek berita atau disebut pemberitaan berimbang.

#### 12. Prinsip *Privacy*

Prinsip ini menitik beratkan pada setiap manusia memiliki hak atas ruang privasi yang tidak boleh diungkap di ruang publik. Allah melarang orang beriman untuk mencari-cari informasi tentang masalah-masalah yang masuk pada ruang privasi. Istilah yang dipakai al-Qur'an adalah kata "tajassus" sebagaimana dalam (QS. al-Hujurat (49): 12).

Eksistensi dari prinsip-prinsip berkomunikasi dalam perspektif Islam inilah yang harus *dibumikan* sebagai bagian dari akhlak yang harus dimiliki setiap muslim. Keluarga dapat mengambil peran untuk penanaman akhlak tersebut sebagai bentuk tanggung jawab dalam membimbing diri dan keluarga dari segala bentuk kemunkaran. Sehingga ketika menerima atau memberikan informasi di dunia maya, bukan berlandaskan pada kebohongan, namun seorang muslim tetap mengedepankan kebenaran, kedamaian dan keselamatan untuk memperoleh komunikasi yang lebih berkualitas.

### G. Simpulan

Dalam menjalankan aktifitas di masyarakat maya seharusnya dipahami oleh para penghuninya bahwa bersosialisasi dan berkomunikasi di dalamnya tidak berbeda dari masyarakat nyata. Terdapat norma-norma yang harus dipatuhi dan nilai-nilai dalam beretika harus tetap dikedepankan. Maraknay hoax di dunia maya seharusnya menjadikan pelajaran pada masyarakat untuk tetap selektif dalam mengupload, menerima informasi, mencari berita, menjadikan internet sebagai sumber informasi setiap saat.

Hal-hal yang perlu diperhatikan ketika kita mencari sumber yang valid diantaranya adalah mencari kejelasan pada sumber yang dituju baik secara personal maupun organisasi yang dapat dipertanggung jawabkan. Hal ini dilakukan untuk menghindari informasi yang tidak terverifikasi kebenarannya. Selain itu kejelasan siapa penulisnya harus menjadi dasar kita untuk mempercayai suatu informasi. Sehingga reputasi dari sumber yang kita gunakan tidak sekedar opini atau spekulasi semata, yang lebih mengedepankan prinsip-prinsip subjektifitas. Satu hal yang tidak bisa kita tinggalkan adalah memeriksa kapan situs yang dijadikan referensi itu dibuat sehingga kita dapat kross cek dengan sumber-sumber lainnya. Apakah kita mendapatkan data dan informasi yang up to date atau bahkan sebaliknya data dan informasi yang kita adopsi ternyata sudah usang yang mengakibatkan tidak sesuai dengan perkembangan waktu.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia. 2014. *Profil Pengguna Internet Indonesia 2014*. Jakarta: Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia bekerja sama dengan Pusakom UI.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Infografis: Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. Jakarta: Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia.
- Barker, Chris. 2013. *Cultural Studies: Teori dan Praktik*. Terjemahan Nurhadi. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Baran, Stanley J dan Davis, Dennis K, 2014, *Mass Communication Theory: Foundation, Ferment, and Future*, Jakarta: Salemba.
- Bungin, M. Burhan, 2006, *Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Jakarta: Prenada.
- Departemen Agama RI, 1989, *al-Qur'an Terjemah*, Semarang: Cv Tuha Putra. Hlm 846.
- Haris, Abd, 2010, *Etika Hamka*, Yogyakarta: LKiS.
- Hefni, Harjani, 2015, *Komunikasi Islam*, Jakarta: Prenada Media.
- Jameson, Fredric. 1991. *Postmodernism or The Cultural Logic of Late Capitalism*. United States: Duke University Press.
- Jan. A.G.M van Dijk. The Reality of Virtual Community. Diakses melalui [https://www.utwente.nl/bms/vandijk/publications/the\\_reality\\_of\\_virtual\\_communi.pdf](https://www.utwente.nl/bms/vandijk/publications/the_reality_of_virtual_communi.pdf) tanggal 12 Februari 2017 pukul 18.11 WIB.
- Kristi Poerwandari. Gaduh di Media. *Kompas*. Edisi 11 Februari 2017.
- Ritzer, George. 2013. *Teori Sosial Postmodern*. Terjemahan Nurhadi. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Shah, Saqib. 2016. The History Of Social Networking. Diakses melalui <http://www.digitaltrends.com/features/the-history-of-social-networking/> pada tanggal 10 Februari 2017 pukul 11.01 WIB.
- Shihab, M Quraish, 2006, *Tafsir Al- Mishbah Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, Jakarta: Lentera Hati
- Tajiri, Hajir, 2015, *Etika dan Estetika Dakwah*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

William. H. Dutton. 2004. *Social Transformation in an Information Society*. UNESCO: Scientific and Cultural Organization.

Ya'qub, Hamzah, 1988, *Etika Islam*, Bandung: Diponegoro.

Yosep Adi Prasetyo. Menurut Media *Hoax* dan Upaya Melawannya. Jakarta: Dewan Pers diunduh melalui <https://www.combine.or.id/wp-content/uploads/2017/02/2017.01.12-Berita-Hoax-dan-Upaya-Dewan-Pers.pdf> pada tanggal 12 Februari 2017 pukul 23.30 WIB.

<http://eprints.uny.ac.id/7229/1/M-20%20-%20Nur%20Hadi%20W.pdf>