

DEKONSTRUKSI ETIKA DIGITAL: ANALISIS KONTEN KONSEP *TABAYYUN* DALAM AL-QUR'AN SEBAGAI SOLUSI FENOMENA *POST-TRUTH* DI MEDIA SOSIAL

¹ Achmad Miftakhul Naim, ² Ahmad Faiz Ubaidillah, ³ Ahmad Haidar Falih, ⁴ Ahmad Jibryl Nourel Awfa

^{1,2,3,4} Madrasah Aliyah Madrasatul Qur'an Tebuireng Jombang,

Informasi Artikel

Diajukan 01-4-2026
Diterima 02-4-2026
Diterbitkan 01-06-2026

Abstract

Fenomena *post-truth* di media sosial telah melahirkan budaya *share first, think later* dan polarisasi informasi. Pendekatan legal-formal dan literasi digital sekuler yang ada saat ini dinilai kurang efektif karena hanya bersifat teknis-prosedural tanpa menyentuh kesadaran moral-spiritual pengguna. Penelitian ini bertujuan menyusun kerangka kerja etika digital Qurani (*Quranic Cyber-Ethics Framework*) yang aplikatif untuk memitigasi disinformasi digital. Penelitian kualitatif ini menggunakan teknik Analisis Isi Konseptual (*Conceptual Content Analysis*). Data primer bersumber dari teks *tabayyun* (QS. Al-Hujurat: 6; QS. An-Nur: 11-16) dan enam kategori ayat *qaulan* (*sadīdan, balīghan, ma'rūfan, karīman, layyinan, maysūran*) yang dianalisis melalui kitab tafsir otoritatif. Konsep *tabayyun* memuat tiga dimensi semantik: kejelasan, verifikasi, dan eksplanasi. Enam variasi *qaulan* teridentifikasi sebagai antitesis langsung terhadap berbagai patologi digital kontemporer (*hoaks, clickbait, cyberbullying, provokasi, intimidasi, dan konten menyesatkan*). Integrasi prinsip-prinsip ini menghasilkan **Model Cyber-Tabayyun** yang distrukturkan ke dalam tiga tahapan sirkulasi informasi: Etika Akses (*Input*), Etika Pemrosesan (*Internal/Self-Tabayyun*), dan Etika Produksi/Distribusi (*Output*). Al-Qur'an menyediakan instrumen etika komunikasi yang adaptif untuk meredam kekacauan informasi. Mitigasi disinformasi harus bertumpu pada transformasi kesadaran spiritual-moralitas pengguna, bukan sekadar literasi teknis semata.

Keywords: Etika Digital, Tabayyun, Ayat *Qaulan*, *Post-Truth*, Media Sosial.

Copyright © 2026 MAMQTBI: Jurnal Al Qur'an dan Bisnis Hadis. All rights reserved

Editorial Office :

MA MQTBI: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran
Pondok Pesantren Madrasatul Qur'an Tebuireng Jombang

1. Pendahuluan

Era digital telah melahirkan ekosistem informasi yang kompleks dan penuh paradoks. Di satu sisi, kehadiran berbagai platform media sosial telah mempercepat arus teknologi informasi dan memudahkan komunikasi lintas batas (Janah & Yusuf, 2021). Namun di sisi lain, arus informasi yang begitu deras dan cepat tidak menutup kemungkinan bahwa banyak di antaranya merupakan informasi yang belum terbukti kebenarannya, bahkan termasuk hoaks, isu SARA, dan ujaran kebencian (*hate speech*) (Janah & Yusuf, 2021; Jenuri et al., 2021). Fenomena ini menempatkan masyarakat dalam kondisi yang oleh para ilmuwan sosial disebut sebagai era *post-truth*—sebuah kondisi di mana emosi dan keyakinan pribadi lebih berpengaruh dalam membentuk opini publik daripada fakta objektif.

Tsunami informasi yang membanjiri ruang digital membuat masyarakat kesulitan dalam menyikapi berita, sehingga mereka tidak mampu mengidentifikasi apakah suatu berita termasuk berita bohong atau bukan (Mubarok & Hamidah, 2022). Data empiris menunjukkan bahwa 54,1% responden pernah menerima atau membaca berita hoaks di media sosial, sementara 45,9% bahkan sering menerima berita hoaks (Jenuri et al., 2021). Angka-angka ini mengindikasikan betapa masifnya penetrasi informasi palsu dalam kehidupan digital masyarakat. Generasi milenial, yang terlahir dan tumbuh dengan media sosial sebagai bagian dari kehidupan kesehariannya, dinilai paling rentan terpengaruh berita bohong atau hoaks karena karakteristiknya yang cenderung eksploratif, selalu ingin tahu, mudah terpengaruh, dan cenderung menerima begitu saja isi media (Astuti & Mustofa, 2020).

Fenomena penyebaran hoaks mendapat momen besar ketika media sosial menjadi sangat umum berkembang di zaman internet, dan masyarakat justru menjadi agen penyebaran hoaks karena percaya dengan konten hoaks tersebut (Astuti & Mustofa, 2020). Penyebaran hoaks bahkan menggunakan pendekatan *social engineering*, yaitu manipulasi psikologis seseorang dalam melakukan aksi atau mengungkap suatu informasi, yang paling mudah dilakukan melalui media sosial (Astuti & Mustofa, 2020). Dalam perspektif Al-Qur'an, penyebar berita bohong dikategorikan sebagai pelaku perbuatan sombong (*al-mutakabbir*) dan *riyā'*, di mana mereka berharap kontennya menjadi viral di media sosial (Mubarok & Hamidah, 2022). Hoaks sendiri dapat diidentifikasi dari makna kata *al-ifk* dalam Al-Qur'an yang berarti pembalikan fakta atau kebohongan besar, karena kebohongan pada hakikatnya adalah mendistorsi fakta (Jenuri et al., 2021). Kata *al-ifk* disebutkan 22 kali dalam Al-Qur'an dengan berbagai konteks makna, termasuk penyebaran berita bohong yang mendatangkan azab, kehancuran suatu negeri, dan berpaling dari kebenaran karena selalu berdusta (Jenuri et al., 2021).

Lebih jauh, fenomena destruktif dalam masyarakat—seperti diskriminasi, persekusi, stereotip, dan bahkan kekerasan fisik—dapat dikatakan bermula dari penyebaran berita negatif dan hoaks (Susanti, 2023). Watak netizen kontemporer yang cenderung individualistik akibat ketergantungan pada *smartphone* membuat mereka sibuk dengan dirinya sendiri, larut dalam dunia maya, dan melupakan orang-orang di sekitarnya, bahkan terkadang melupakan dirinya sendiri (Hawari et al., 2024). Kondisi ini diperparah oleh algoritma *echo chamber* yang memperkuat bias konfirmasi, di mana pengguna media sosial hanya terpapar pada informasi yang sesuai dengan keyakinan dan preferensi mereka, sehingga semakin memperdalam polarisasi sosial.

Upaya mengatasi fenomena *post-truth* dan penyebaran hoaks selama ini lebih banyak bertumpu pada pendekatan legal-formal dan regulasi hukum. Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) di Indonesia, misalnya, berfungsi sebagai landasan etika dan prinsip dasar untuk media sosial (Putri et al., 2024). Pasal 45 Ayat 3 UU ITE memberikan ruang bagi masyarakat untuk berekspresi di ruang virtual, namun sekaligus menetapkan batasan-batasan hukum (Hawari et al., 2024). Meskipun demikian, regulasi hukum formal semata terbukti tidak cukup efektif dalam membendung devaluasi moral digital. Penanganan terhadap setiap pelanggaran etika di ruang digital seringkali hanya berupa teguran, sementara pencegahan agar tidak terjadi pelanggaran hanya berupa sosialisasi yang bersifat normatif (Jahang & Sayuti, 2022).

Pendekatan literasi digital sekuler juga menghadapi keterbatasan serupa. Meskipun literasi digital penting untuk meningkatkan kemampuan kritis masyarakat dalam bermedia, pendekatan ini cenderung bersifat teknis-prosedural dan tidak menyentuh dimensi kesadaran moral-spiritual yang lebih mendalam. Penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara pemahaman terhadap hoaks dengan penolakan terhadap hoaks, yang mengindikasikan bahwa aspek kognitif saja tidak cukup tanpa disertai internalisasi nilai-nilai etis (Astuti & Mustofa, 2020). Agama menjadi faktor penting dalam mempengaruhi interpretasi informasi di media sosial, mengingat ada nilai-nilai Islam yang bisa dijadikan pedoman untuk itu (Astuti & Mustofa, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa ada kebutuhan mendesak untuk melakukan dekonstruksi dari pendekatan legal-formal dan literasi digital sekuler ke pendekatan etis-teologis yang mampu menyentuh kesadaran personal dan membentuk karakter moral pengguna media sosial.

Etika digital transaksional yang selama ini dominan—yang hanya berfokus pada kepatuhan terhadap regulasi dan prosedur teknis—gagal menjawab akar permasalahan, yaitu rapuhnya fondasi moral dan spiritual masyarakat digital. Kritik sosial melalui media sosial, misalnya, seringkali berlindung di balik dalih dakwah atau

nasihat kebaikan, namun pada kenyataannya melupakan etika dan aturan hukum yang ada (Hawari et al., 2024). Dakwah melalui media sosial perlu memperhatikan etika bermedia sosial, dilakukan secara bijaksana dan hati-hati, tidak agresif, diskriminatif, dan provokatif (Qadaruiddin & Bakri, 2022). Oleh karena itu, diperlukan sebuah kerangka etis yang berakar pada nilai-nilai teologis yang mampu membentuk kesadaran intrinsik pengguna media sosial, bukan sekadar kepatuhan ekstrinsik terhadap regulasi.

Kajian mengenai konsep *tabayyun* dalam konteks media sosial telah dilakukan oleh sejumlah peneliti, namun umumnya masih bersifat normatif-deskriptif dan belum menghasilkan kerangka kerja etika digital yang sistematis dan aplikatif. Studi-studi terdahulu cenderung membahas *tabayyun* dalam kerangka ceramah keagamaan, doktrin normatif, atau pencerahan moral yang bersifat umum. Misalnya, penelitian tentang konsep *tabayyun* dalam Surat Al-Hujurat dari perspektif Tafsir Ibnu Katsir menunjukkan bahwa *tabayyun* adalah kewajiban bagi umat Islam untuk memastikan kebenaran informasi yang diterima (Putri et al., 2024). Penelitian lain mengkaji manifestasi nilai-nilai *tabayyun* dalam organisasi Nahdatul Ulama dan Muhammadiyah dalam mengelola informasi dan komunikasi (Susanti, 2023). Sementara itu, studi tentang etika komunikasi Islam dalam menyikapi berita bohong di media sosial dari perspektif Al-Qur'an Surat An-Nur juga telah dilakukan (Mubarok & Hamidah, 2022), dan penelitian mengenai etika komunikasi Islam terhadap fenomena hoaks di media sosial dari perspektif mahasiswa juga telah dihasilkan (Jenuri et al., 2021).

Namun demikian, terdapat beberapa kesenjangan riset yang signifikan. **Pertama**, studi-studi terdahulu umumnya bersifat normatif-pencerahan yang memaparkan prinsip-prinsip *tabayyun* secara deskriptif tanpa melakukan analisis konten yang sistematis terhadap teks-teks Al-Qur'an. Penelitian yang ada lebih banyak menggunakan pendekatan studi pustaka umum (Mubarok & Hamidah, 2022) atau kombinasi kuantitatif-kualitatif dengan kuesioner (Jenuri et al., 2021), namun belum ada yang secara khusus menggunakan *content analysis* sistematis untuk mengabstraksi ayat-ayat *qaulan* menjadi sebuah kerangka kerja etika digital yang terstruktur. **Kedua**, meskipun konsep SMarT (Salam, Ma'ruf, Tabayyun) telah diperkenalkan sebagai prinsip etika komunikasi di media sosial (Janah & Yusuf, 2021; Putri et al., 2024), konsep ini belum dielaborasi menjadi sebuah draf kode etik digital kontemporer yang aplikatif dan operasional bagi pengguna media sosial modern. **Ketiga**, kajian tentang etika komunikasi Islam di media sosial yang ada cenderung bersifat sektoral—misalnya terbatas pada layanan informasi di instansi tertentu (Suliyanti et al., 2024) atau pada

organisasi keagamaan tertentu (Susanti, 2023)—dan belum menghasilkan kerangka kerja universal yang dapat diterapkan lintas konteks.

Penelitian-penelitian sebelumnya juga belum secara eksplisit melakukan dekonstruksi terhadap bias etika digital Barat yang bersifat sekuler-transaksional untuk kemudian merekonstruksinya dengan nilai-nilai Qurani. Novelitas penelitian ini terletak pada upaya melakukan *content analysis* sistematis terhadap klasifikasi ayat-ayat *qaulan*—meliputi *qaulan ma'rūfan*, *qaulan karīman*, *qaulan maysūran*, *qaulan balīghan*, *qaulan layyinān*, dan *qaulan sadīdan* (Hawari et al., 2024; Janah & Yusuf, 2021; Suliyanti et al., 2024)—untuk kemudian diformulasikan menjadi sebuah Model *Cyber-Tabayyun* yang terdiri dari pilar-pilar etika digital yang terukur dan aplikatif. Dengan demikian, penelitian ini mengisi kesenjangan antara kajian normatif-teologis tentang *tabayyun* dan kebutuhan praktis akan kode etik digital kontemporer yang berakar pada nilai-nilai Qurani.

Berdasarkan latar belakang, kritik atas etika digital transaksional, dan kesenjangan riset yang telah diidentifikasi, penelitian ini merumuskan dua pertanyaan penelitian sebagai berikut; **Bagaimana hasil analisis isi (*content analysis*) teks Al-Qur'an mengenai konsep *tabayyun* dan klasifikasi ayat-ayat *qaulan* dalam konteks komunikasi?** Pertanyaan ini diarahkan untuk mengeksplorasi unit-unit makna teks secara tematik, mengidentifikasi kategori-kategori etis yang terkandung dalam ayat-ayat komunikasi Qurani, dan memetakan relasi antar konsep *tabayyun* dengan prinsip-prinsip *qaulan* sebagai satu kesatuan kerangka etis. Sebagaimana ditegaskan oleh Ibnu Katsir, *tabayyun* merupakan etika dasar yang sangat penting dalam komunikasi dan hubungan sosial, karena memastikan kebenaran informasi adalah langkah yang diperlukan untuk menjaga persaudaraan dan mencegah perselisihan (Putri et al., 2024). Analisis konten terhadap ayat-ayat *qaulan* akan mengungkap dimensi-dimensi etis yang selama ini belum terabstraksi secara sistematis dalam kajian-kajian terdahulu. **Bagaimana formulasi rekonstruktif kode etik bermedia sosial berbasis nilai-nilai Qurani tersebut untuk memitigasi fenomena *post-truth*?** Pertanyaan ini diarahkan untuk merumuskan sebuah kerangka kerja etika digital (*Quranic Cyber-Ethics Framework*) yang bersifat aplikatif dan kontekstual dengan era digital. Formulasi ini didasarkan pada temuan bahwa etika komunikasi Islam mengajarkan prinsip-prinsip yang komprehensif—mulai dari verifikasi sumber, akurasi konten, hingga kemaslahatan dampak sosial (Janah & Yusuf, 2021; Jenuri et al., 2021; Mubarak & Hamidah, 2022)—yang dapat ditransformasikan menjadi pilar-pilar kode etik digital kontemporer. Tafsir al-Misbah menawarkan dua cara penting untuk melakukan

tabayyun: menyaring sumber informasi dan memperhatikan redaksi atau isi kalimat (Putri et al., 2024), yang menjadi basis operasional bagi formulasi kode etik tersebut.

2.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menyusun sebuah kerangka kerja etika digital Qurani (*Quranic Cyber-Ethics Framework*) yang valid secara akademis dan kontekstual dengan tantangan era digital. Secara spesifik, tujuan penelitian ini meliputi: (1) melakukan analisis isi (*content analysis*) secara sistematis terhadap ayat-ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan konsep *tabayyun* dan prinsip-prinsip *qaulan* untuk mengidentifikasi kategori-kategori etis komunikasi Qurani; (2) mendekonstruksi bias etika digital konvensional yang bersifat sekuler-transaksional dan merekonstruksinya dengan nilai-nilai teologis yang berakar pada Al-Qur'an; dan (3) merumuskan sebuah Model *Cyber-Tabayyun* sebagai draf kode etik digital kontemporer yang aplikatif bagi pengguna media sosial modern dalam memitigasi fenomena *post-truth*.

Urgensi penelitian ini terletak pada kenyataan bahwa masyarakat, khususnya generasi muda Muslim, memerlukan pedoman etis yang tidak hanya bersifat legal-formal tetapi juga menyentuh kesadaran spiritual dalam bermedia sosial. Penelitian menyimpulkan bahwa masyarakat, khususnya remaja Muslim, perlu memeriksa kembali kebenaran sebuah berita dengan *tabayyun* dan meningkatkan literasi digital agar dapat pintar dan kritis dalam bermedia (Astuti & Mustofa, 2020). Dengan demikian, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi untuk senantiasa meningkatkan literasi informasi, mengembangkan etika komunikasi, dan meningkatkan kesadaran sosial (Putri et al., 2024), sekaligus menjembatani kesenjangan antara kajian normatif-teologis dan kebutuhan praktis akan etika digital yang berakar pada nilai-nilai Qurani.

3. Metode Penelitian (Research Method)

3.1 Pendekatan Riset

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik Analisis Isi Konseptual (*Conceptual Content Analysis*). Pendekatan kualitatif dipilih karena sifat data yang berupa teks-teks keagamaan yang memerlukan interpretasi mendalam terhadap makna, konteks, dan relasi konseptual antar unit analisis. Sebagaimana ditegaskan dalam penelitian-penelitian terdahulu, pendekatan kualitatif memungkinkan pemecahan masalah secara mendalam dan kritis terhadap bahan pustaka yang digunakan (Mubarok & Hamidah, 2022). Teknik analisis isi konseptual secara spesifik berfokus pada upaya mengidentifikasi, mengode (*coding*), dan

menghitung kemunculan serta intensitas makna dan relasi konseptual kata kunci etika komunikasi dalam teks suci (Bakar et al., 2024; Putri et al., 2024).

Pemilihan *content analysis* sebagai teknik utama didasarkan pada pertimbangan bahwa penelitian ini bertujuan mengabstraksi prinsip-prinsip etika komunikasi dari teks Al-Qur'an menjadi kerangka kerja etika digital yang terstruktur dan aplikatif. Pendekatan ini sejalan dengan metode studi pustaka dan teknik pengumpulan data berupa analisis tafsir yang sumber utamanya adalah Al-Qur'an dan kitab-kitab tafsir otoritatif (Putri et al., 2024). Berbeda dengan pendekatan kuantitatif yang menggunakan kuesioner untuk mengukur persepsi atau perilaku responden (Astuti & Mustofa, 2020; Jenuri et al., 2021), analisis isi konseptual memungkinkan peneliti untuk menggali dimensi-dimensi makna yang terkandung dalam teks secara sistematis dan terstruktur, sehingga menghasilkan temuan yang bersifat konseptual-teoretis dan bukan sekadar deskriptif-normatif.

Secara epistemologis, pendekatan ini menempatkan teks Al-Qur'an sebagai sumber data primer yang dianalisis melalui kerangka hermeneutik-tematik. Penelitian ini tidak bermaksud melakukan penafsiran baru terhadap ayat-ayat Al-Qur'an, melainkan melakukan analisis konten terhadap konsep-konsep etika komunikasi yang telah dielaborasi oleh para mufasir otoritatif untuk kemudian diformulasikan menjadi kerangka kerja etika digital kontemporer. Dengan demikian, pendekatan ini menjembatani antara kajian tafsir klasik dan kebutuhan kontemporer akan kode etik digital yang berakar pada nilai-nilai Qurani.

3.2 Unit Analisis dan Sumber Data

3.2.1 Data Primer

Data primer dalam penelitian ini bersumber dari dua klaster utama ayat-ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan etika komunikasi:

Klaster Pertama: Teks Tabayyun. Ayat utama yang menjadi fokus analisis adalah QS. Al-Hujurat ayat 6, yang secara eksplisit memerintahkan umat Islam untuk melakukan klarifikasi dan verifikasi ketika menerima berita dari sumber yang tidak dapat dipercaya (*fāsiq*) (Bakar et al., 2024; Putri et al., 2024; Susanti, 2023). Secara etimologis, kata *tabayyun* berasal dari bahasa Arab, merupakan *ism masdar* dari kata *tabayyana-yatabayyanu-tabayyunan* yang bermakna memverifikasi atau memberikan bukti objektif (Susanti, 2023). Selain QS. Al-Hujurat ayat 6, ayat-ayat pendukung yang berkaitan dengan berita bohong juga dianalisis, khususnya QS. An-Nur ayat 11-16 yang memuat prinsip-prinsip fundamental tentang penyebaran dan penerimaan informasi (Mubarok & Hamidah, 2022). Kata *al-ifk* yang bermakna pembalikan fakta atau

kebohongan besar disebutkan 22 kali dalam Al-Qur'an dengan berbagai konteks makna (Jenuri et al., 2021), sehingga menjadi unit analisis tambahan yang memperkaya pemahaman tentang fenomena hoaks dalam perspektif Qurani.

Klaster Kedua: Enam Kategori Ayat Qaulan. Islam mengajarkan prinsip-prinsip etika komunikasi yang komprehensif melalui enam kategori *qaulan* yang masing-masing memiliki karakteristik dan konteks penggunaan yang berbeda (Bakar et al., 2024; Hawari et al., 2024; Janah & Yusuf, 2021). Keenam kategori tersebut meliputi:

1. ***Qaulan Sadīdā*** (perkataan yang benar/jujur) — menekankan aspek kebenaran, kelurusan, dan kesesuaian informasi dengan isi pesan (Janah & Yusuf, 2021; Suliyanti et al., 2024).
2. ***Qaulan Balīghā*** (perkataan yang berbekas/efektif) — menekankan aspek komunikasi yang tepat sasaran, komunikatif, dan kontekstual (Janah & Yusuf, 2021; Suliyanti et al., 2024).
3. ***Qaulan Ma'rūfā*** (perkataan yang baik) — menekankan aspek kebaikan, kesopanan, dan kepatutan dalam berkomunikasi (Bakar et al., 2024; Janah & Yusuf, 2021).
4. ***Qaulan Karīmā*** (perkataan yang mulia) — menekankan aspek kemuliaan, penghormatan, dan keluhuran dalam bertutur (Bakar et al., 2024; Janah & Yusuf, 2021).
5. ***Qaulan Layyīnā*** (perkataan yang lemah lembut) — menekankan aspek kelembutan, persuasi, dan pendekatan yang tidak agresif (Bakar et al., 2024; Janah & Yusuf, 2021).
6. ***Qaulan Maysūrā*** (perkataan yang mudah dipahami) — menekankan aspek kemudahan pemahaman, aksesibilitas, dan kejelasan pesan (Bakar et al., 2024; Janah & Yusuf, 2021).

Prinsip-prinsip *qaulan* ini sejalan dengan prinsip-prinsip demokrasi informasi di mana segala sesuatu harus mengarah pada tanggung jawab pembicara atas segala yang dikatakan, sesuai data dan fakta, mempertimbangkan budaya masyarakat, mudah dipahami, dan mengandung unsur kebenaran (Hawari et al., 2024).

Untuk mendukung analisis konten terhadap ayat-ayat tersebut, penelitian ini merujuk pada tiga kitab tafsir otoritatif sebagai sumber interpretasi:

- **Tafsir Ibnu Katsir**, yang memberikan elaborasi mendalam tentang konsep *tabayyun* sebagai etika dasar yang sangat penting dalam komunikasi dan hubungan sosial (Putri et al., 2024). Ibnu Katsir menegaskan bahwa memastikan kebenaran informasi adalah langkah yang diperlukan untuk menjaga

persaudaraan dan mencegah perselisihan akibat kesalahpahaman atau fitnah (Putri et al., 2024).

- **Tafsir al-Misbah**, yang menawarkan dua cara penting untuk melakukan *tabayyun*: menyaring sumber informasi dan memperhatikan redaksi atau isi kalimat (Putri et al., 2024). Pendekatan ganda ini menjadi basis operasional bagi proses koding dalam penelitian ini.
- **Tafsir Al-Azhar**, yang memberikan perspektif kontekstual tentang relevansi prinsip-prinsip komunikasi Qurani dengan tantangan sosial kontemporer.

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari literatur ilmiah yang berkaitan dengan tiga domain utama. **Pertama**, literatur tentang sosiologi digital dan fenomena *post-truth*, termasuk kajian tentang bagaimana era *post-truth* merupakan kondisi di mana kebenaran tidak lagi menjadi faktor utama dalam membentuk opini publik, melainkan emosi dan keyakinan pribadi (Agustina et al., 2023). Fenomena ini diperkuat oleh penyebaran hoaks yang dilakukan secara masif dan berulang, terutama menjelang peristiwa politik (Agustina et al., 2023). **Kedua**, literatur tentang etika media dan literasi informasi, termasuk kajian yang mengeksplorasi bagaimana konsep literasi informasi (*Information Literacy*) berkaitan dengan konsep *tabayyun* dalam Islam (Riza, 2021). Kehati-hatian dalam mengevaluasi informasi sebagaimana yang dilakukan Nabi Muhammad SAW ketika menerima informasi yang berpotensi disinformasi merupakan salah satu cakupan dalam literasi informasi (Riza, 2021). **Ketiga**, literatur tentang teori komunikasi massa dan etika komunikasi Islam, termasuk kajian tentang bagaimana nilai-nilai Islam seperti kejujuran dan akuntabilitas dapat digunakan untuk melawan penipuan dan disinformasi serta mempromosikan komunikasi yang dapat dipercaya (Suryani et al., 2023).

3.3 Langkah-Langkah Analisis Data (Kualitatif Sistematis)

Proses analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga tahapan sistematis yang saling berkesinambungan:

3.3.1 Tahap Pertama: Kondensasi Data

Tahap kondensasi data merupakan langkah awal yang bertujuan mengidentifikasi dan mengisolasi ayat-ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan konsep *tabayyun* dan prinsip-prinsip *qaulan*. Proses ini dilakukan melalui penelusuran tematik terhadap teks Al-Qur'an dengan menggunakan kata kunci utama: *tabayyun*, *al-ifk*, *qaulan*, dan derivasi-derivasinya. Sebagaimana diidentifikasi dalam penelitian terdahulu, kata *al-ifk* disebutkan 22 kali dalam Al-Qur'an dengan berbagai konteks makna (Jenuri et al.,

2021), sementara ayat-ayat *qaulan* tersebar di berbagai surah dengan konteks komunikasi yang beragam (Bakar et al., 2024; Janah & Yusuf, 2021).

Pada tahap ini, peneliti juga melakukan kondensasi terhadap teks-teks tafsir yang relevan. Sumber utama yang dikondensasi meliputi elaborasi Ibnu Katsir tentang *tabayyun* dalam konteks QS. Al-Hujurat ayat 6 (Putri et al., 2024), interpretasi Tafsir al-Misbah tentang mekanisme *tabayyun* (Putri et al., 2024), dan perspektif QS. An-Nur ayat 11-16 tentang berita bohong (Mubarok & Hamidah, 2022). Proses kondensasi ini menghasilkan korpus data yang terfokus dan siap untuk dianalisis pada tahap berikutnya. Selain itu, prinsip-prinsip *tabayyun* yang bersumber dari Al-Qur'an dan Al-Hadis juga diidentifikasi sebagai indikator yang sangat bermanfaat bagi setiap lapisan masyarakat dalam mengenali sumber informasi yang otoritatif (Bakar et al., 2024).

3.3.2 Tahap Kedua: Koding dan Kategorisasi

Tahap koding dan kategorisasi merupakan inti dari proses analisis isi konseptual. Pada tahap ini, peneliti menyusun lembar koding (*coding sheet*) untuk mengelompokkan karakter komunikasi berdasarkan makna tekstual yang terkandung dalam setiap ayat. Proses koding dilakukan dengan mengacu pada dua dimensi utama:

Dimensi Pertama: Koding Makna Tekstual Ayat-Ayat Qaulan. Setiap kategori *qaulan* dikodekan berdasarkan karakteristik etis yang dominan. Berdasarkan analisis terhadap literatur yang ada, koding makna tekstual dapat distrukturkan sebagai berikut:

- | **Kode Qaulan | Makna Tekstual | Dimensi Etis Digital |**
- | *Qaulan Sadīdā* | Perkataan yang benar, lurus, dan sesuai dengan isi pesan (Suliyanti et al., 2024) | Akurasi dan kejujuran konten |
- | *Qaulan Balīghā* | Perkataan yang tepat sasaran dan komunikatif (Suliyanti et al., 2024) | Kontekstualitas dan efektivitas pesan |
- | *Qaulan Ma'rūfā* | Perkataan yang baik dan patut (Janah & Yusuf, 2021) | Kesopanan dan kepatutan digital |
- | *Qaulan Karīmā* | Perkataan yang mulia dan menghormati (Janah & Yusuf, 2021) | Penghormatan dan dignitas digital |
- | *Qaulan Layyinā* | Perkataan yang lemah lembut (Janah & Yusuf, 2021) | Persuasi non-agresif dan anti-*hate speech* |
- | *Qaulan Maysūrā* | Perkataan yang mudah dipahami (Janah & Yusuf, 2021) | Aksesibilitas dan kejelasan informasi |

Dimensi Kedua: Koding Mekanisme Tabayyun. Konsep *tabayyun* dikodekan berdasarkan dua mekanisme utama yang diidentifikasi dalam Tafsir al-Misbah: (1) menyaring sumber informasi (*source filtering*) dan (2) memperhatikan redaksi atau isi kalimat (*content scrutiny*) (Putri et al., 2024). Kedua mekanisme ini kemudian dikategorisasi lebih lanjut berdasarkan prinsip-prinsip yang ditemukan dalam QS. An-Nur ayat 11-16, yaitu: (a) verifikasi asal-usul berita, (b) ketersediaan saksi atau bukti pendukung, (c) penghindaran prasangka buruk, dan (d) kesadaran akan konsekuensi penyebaran informasi palsu (Mubarok & Hamidah, 2022).

Proses kategorisasi juga mempertimbangkan relasi konseptual antara *tabayyun* dan literasi informasi. Sebagaimana diungkapkan oleh Riza, terdapat keselarasan antara konsep *tabayyun* dalam Islam dan standar literasi informasi yang dikembangkan oleh American Library Association, khususnya dalam aspek evaluasi informasi untuk mendapatkan informasi yang lebih baik, valid, dan reliabel (Riza, 2021). Langkah-langkah mitigasi penyebaran disinformasi yang diambil dari standar literasi informasi dapat diintegrasikan dengan prinsip-prinsip *tabayyun* untuk menghasilkan kerangka kerja yang lebih komprehensif (Riza, 2021).

Selain itu, koding juga mempertimbangkan dimensi akuntabilitas dan transparansi sebagaimana ditekankan dalam nilai-nilai Islam. Transparansi dan akuntabilitas dapat membantu mencegah misinformasi dan disinformasi menjadi viral di platform media sosial (Suryani et al., 2023). Praktisi media harus menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran, kebenaran, dan akuntabilitas dalam pekerjaan mereka (Suryani et al., 2023), dan prinsip-prinsip ini menjadi bagian integral dari skema koding dalam penelitian ini.

3.3.3 Tahap Ketiga: *Inferences* (Penyimpulan Konseptual)

Tahap terakhir dalam proses analisis data adalah penarikan kesimpulan konseptual (*inferences*) dari pola-pola komunikasi Qurani yang telah teridentifikasi melalui proses koding dan kategorisasi. Pada tahap ini, peneliti menarik kesimpulan teoretis untuk membedah masalah hoaks dan disinformasi digital berdasarkan temuan analisis konten. Proses *inferences* dilakukan melalui tiga langkah:

Langkah pertama, mengidentifikasi pola relasional antar kategori *qaulan* dan mekanisme *tabayyun*. Keenam kategori *qaulan* tidak berdiri sendiri-sendiri, melainkan membentuk satu kesatuan kerangka etis komunikasi yang saling melengkapi. Prinsip-prinsip yang diinisiasi oleh Al-Qur'an ini sejalan dengan prinsip-prinsip demokrasi informasi di mana segala sesuatu harus mengarah pada tanggung jawab, kesesuaian dengan data dan fakta, pertimbangan budaya masyarakat, kemudahan pemahaman,

dan unsur kebenaran (Hawari et al., 2024). Pola relasional ini menjadi basis bagi formulasi pilar-pilar etika digital.

Langkah kedua, melakukan abstraksi konseptual dari temuan koding menjadi pilar-pilar Model *Cyber-Tabayyun*. Berdasarkan pola-pola yang teridentifikasi, peneliti mengabstraksi temuan menjadi tiga pilar utama: verifikasi sumber (*authenticity*), akurasi konten (*validity*), dan kemaslahatan dampak (*social impact*). Abstraksi ini didasarkan pada temuan bahwa *tabayyun* berfungsi sebagai mekanisme untuk memastikan kebenaran informasi sebelum menyebarkannya, sehingga dapat mencegah kesalahpahaman dan konflik sosial (Putri et al., 2024; Susanti, 2023). Konsep *tabayyun* merupakan prinsip yang relevan dan penting dalam dunia modern yang penuh dengan informasi, karena dengan mempraktikkan *tabayyun*, individu dan masyarakat dapat memastikan kebenaran dan kualitas informasi yang disajikan serta menjaga integritas dan stabilitas masyarakat dalam jangka panjang (Bakar et al., 2024).

Langkah ketiga, memvalidasi temuan konseptual dengan membandingkannya terhadap konteks fenomena *post-truth* kontemporer. Hoaks politik, misalnya, dapat memicu konflik antar-agama termasuk intoleransi dan radikalisme, mengganggu kehidupan beragama, serta meningkatkan polarisasi dan ketidakpercayaan terhadap institusi politik dan media (Agustina et al., 2023). Mengatasi dampak hoaks politik dapat dilakukan dengan mengambil pendekatan politik Islam dalam masyarakat, yaitu dengan selalu mengatakan kebenaran dan ber-*tabayyun* terhadap berita serta meningkatkan literasi digital dan peran otoritas keagamaan (Agustina et al., 2023). Validasi ini memastikan bahwa kerangka kerja etika digital yang dihasilkan bersifat kontekstual dan responsif terhadap tantangan nyata di era digital.

3.4 Kerangka Analitis Penelitian

Secara keseluruhan, kerangka analitis penelitian ini dapat divisualisasikan sebagai proses bertahap dari identifikasi teks (*text identification*), melalui koding dan kategorisasi (*coding and categorization*), menuju penyimpulan konseptual (*conceptual inferences*) yang menghasilkan Model *Cyber-Tabayyun*. Kerangka ini mengintegrasikan pendekatan analisis tafsir (Putri et al., 2024) dengan teknik analisis isi konseptual untuk menghasilkan temuan yang bersifat akademis-ilmiah dan sekaligus aplikatif-praktis.

Validitas penelitian dijamin melalui triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan interpretasi dari berbagai kitab tafsir otoritatif (Tafsir Ibnu Katsir, Tafsir al-Misbah, dan Tafsir Al-Azhar) serta literatur ilmiah kontemporer (Bakar et al., 2024; Mubarok & Hamidah, 2022; Putri et al., 2024). Reliabilitas analisis dijamin

melalui konsistensi penerapan skema koding terhadap seluruh unit analisis dan dokumentasi yang transparan terhadap setiap keputusan koding yang diambil. Dengan demikian, metode penelitian ini dirancang untuk menghasilkan kerangka kerja etika digital Qurani (*Quranic Cyber-Ethics Framework*) yang valid secara metodologis dan bermakna secara substantif.

4. Hasil dan Pembahasan

A. Anatomi Teks: Analisis Konten terhadap Konsep Tabayyun dan Etika Qaulan

A.1 Bedah Semantik Kata Tabayyun Berdasarkan Struktur QS. Al-Hujurat: 6

Analisis konten terhadap konsep *tabayyun* dalam QS. Al-Hujurat ayat 6 mengungkapkan tiga dimensi semantik fundamental yang saling berkaitan dan membentuk satu kesatuan kerangka etis verifikasi informasi. Secara etimologis, kata *tabayyun* berasal dari bahasa Arab, merupakan *ism masdar* dari kata *tabayyana-yatabayyanu-tabayyanan* yang bermakna memverifikasi atau memberikan bukti objektif (Susanti, 2023). Secara terminologis, *tabayyun* berarti mencari kejelasan tentang sesuatu sehingga kejelasan dan kebenaran suatu situasi dapat dibuktikan (Susanti, 2023). Dalam ungkapan lain, *tabayyun* bermakna meneliti, menyeleksi, dan memverifikasi informasi serta tidak tergesa-gesa dalam memutuskan persoalan baik dari segi hukum, kebijakan, maupun aspek lainnya (Susanti, 2023).

Dimensi semantik pertama dari *tabayyun* adalah **kejelasan** (*clarity*). Dalam tafsirnya, para ulama seperti Teungku Muhammad Hasbi ash-Shiddieqy menjelaskan bahwa *tabayyun* merupakan proses penyeleksian untuk memastikan kebenaran suatu informasi sebelum mempercayainya (Putri et al., 2024). Dimensi kejelasan ini menuntut agar setiap informasi yang diterima harus melewati proses penjernihan makna, sehingga tidak terjadi ambiguitas atau distorsi pesan. Hal ini sejalan dengan pandangan Buya Hamka dalam Tafsir Al-Azhar, yang menekankan pentingnya menyelidiki kebenaran berita sebelum mengambil keputusan (Putri et al., 2024). Dengan demikian, prinsip *tabayyun* bukan hanya sekadar tindakan verifikasi, tetapi juga merupakan bagian dari akhlak mulia dalam berkomunikasi dan berinteraksi sosial (Putri et al., 2024).

Dimensi semantik kedua adalah **verifikasi** (*verification*). Ibnu Katsir menyatakan bahwa *tabayyun* merupakan etika dasar yang sangat penting dalam komunikasi dan hubungan sosial, karena memastikan kebenaran informasi adalah langkah yang diperlukan untuk menjaga persaudaraan dan mencegah terjadinya perselisihan yang mungkin muncul akibat kesalahpahaman atau fitnah (Putri et al., 2024a, 2024b). *Tabayyun* dipahami sebagai komponen penting yang harus diterapkan dalam komunikasi, interaksi, dan penerimaan informasi, terutama di era digital saat ini,

karena banyak pihak yang sengaja menyebarkan berita bohong (hoaks) demi keuntungan pribadi (Putri et al., 2024a). Tafsir al-Misbah menawarkan dua cara penting untuk melakukan verifikasi: menyaring sumber informasi dan memperhatikan redaksi atau isi kalimat (Putri et al., 2024a, 2024b). Pendekatan ganda ini menunjukkan bahwa verifikasi dalam konteks *tabayyun* bersifat komprehensif, mencakup baik aspek sumber maupun substansi informasi.

Dimensi semantik ketiga adalah **eksplanasi** (*explanation*), yaitu kemampuan untuk menjelaskan dan mempertanggungjawabkan informasi yang diterima maupun yang akan disebarkan. Islam memberikan petunjuk sekaligus ajaran bagaimana menghindarkan diri dari salah atau keliru dalam komunikasi dengan cara klarifikasi (*tabayyun*) dari sumber berita serta materi berita yang disampaikan (Munawarah, 2021). Perintah Al-Qur'an untuk melakukan *tabayyun* berpulang pada status komunikator sebagai pihak yang *fāsiq*, alias orang yang memiliki kemungkinan tinggi melakukan kekeliruan dalam memproduksi berita (Munawarah, 2021). Istilah *fāsiq* seharusnya dapat juga didefinisikan dalam berbagai konteks (Munawarah, 2021), termasuk dalam konteks digital di mana sumber-sumber informasi yang tidak terverifikasi dapat dikategorikan sebagai sumber yang *fāsiq*.

Struktur QS. Al-Hujurat ayat 6 secara keseluruhan mengandung peringatan tegas: "*an tushībū qaumam bi jahālah*" (agar kalian tidak menimpakan musibah kepada suatu kaum karena ketidaktahuan). Frasa ini menunjukkan bahwa Al-Qur'an berabad-abad lalu telah mengantisipasi bahaya diterimanya informasi tanpa konfirmasi yang dapat membawa petaka bagi suatu kaum (Putri et al., 2024a; Susanti, 2023). Allah SWT secara tegas melarang untuk mengikuti sesuatu yang tidak diketahui kebenarannya, karena tanpa *tabayyun*, dikhawatirkan akan menimbulkan kerusakan dalam masyarakat (Susanti, 2023). Dalam kehidupan sosial, seseorang akan terhindar dari kesalahpahaman, permusuhan, bahkan pertumpahan darah karena mampu melakukan *tabayyun* dengan baik (Susanti, 2023).

A.2 Kategorisasi Hasil Analisis Isi terhadap Enam Variasi Qaulan

Analisis konten terhadap ayat-ayat *qaulan* dalam Al-Qur'an menghasilkan kategorisasi yang sistematis terhadap enam variasi etika berbicara yang masing-masing memiliki karakteristik, konteks penggunaan, dan relevansi digital yang berbeda. Islam mengajarkan prinsip-prinsip etika komunikasi yang komprehensif di media sosial, meliputi: *qaulan ma'rūfan* (perkataan yang baik), *qaulan karīman* (perkataan yang mulia), *qaulan maysūran* (perkataan yang mudah dipahami), *qaulan*

balīghan (perkataan yang berbekas/efektif), *qaulan layyīnan* (perkataan yang lemah lembut), dan *qaulan sadīdan* (perkataan yang benar/jujur) (Janah & Yusuf, 2021; Putri et al., 2024a).

Pertama, *Qaulan Sadīdā* (Perkataan yang Benar/Jujur). Prinsip *qaulan sadīdā* termaktub dalam QS. An-Nisa ayat 9 dan QS. Al-Ahzab ayat 70, yang secara keseluruhan berpesan agar tidak mudah mengikuti dugaan, prasangka ataupun informasi-informasi yang tidak dapat diandalkan kebenarannya (Munawarah, 2021). Etika komunikasi *qaulan sadīdā* yang digunakan dalam memberikan layanan informasi secara terbuka di media sosial menunjukkan pemberian yang benar, lurus, dan informasi sesuai dengan isi pesan, sehingga menumbuhkan kepercayaan masyarakat atas informasi yang diterima (Suliyanti et al., 2024). Dalam konteks digital, *qaulan sadīdā* berfungsi sebagai **antitesis hoaks dan fitnah**, karena menekankan keharusan menyampaikan informasi yang benar, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan. Menjaga kata-kata baik secara lisan maupun tulisan merupakan etika yang harus diterapkan oleh Muslim dalam menghadapi fenomena hoaks (Jenuri et al., 2021).

Kedua, *Qaulan Balīghā* (Perkataan yang Berbekas/Efektif). Penggunaan etika komunikasi *qaulan balīghā* dalam pelayanan informasi melalui media sosial cukup melalui penggunaan model komunikasi tepat sasaran dan komunikatif (Suliyanti et al., 2024). Prinsip ini menekankan bahwa komunikasi harus membekas di hati penerima pesan, disampaikan dengan cara yang tepat, dan menggunakan bahasa yang sesuai dengan konteks dan kapasitas penerima. Dalam konteks digital, *qaulan balīghā* berfungsi sebagai **antitesis *clickbait* dan konten *misleading***, karena menuntut agar pesan yang disampaikan bersifat substantif, kontekstual, dan tidak menyesatkan. Etika bertutur kata dalam Islam mencakup menggunakan bahasa yang menarik dan berkesan serta menimbulkan motivasi (Mubarak & Hamidah, 2022), bukan sekadar menarik perhatian dengan judul sensasional yang tidak sesuai dengan isi konten.

Ketiga, *Qaulan Karīmā* (Perkataan yang Mulia). Prinsip *qaulan karīmā* menekankan aspek kemuliaan, penghormatan, dan keluhuran dalam bertutur kata. Dalam konteks digital, prinsip ini berfungsi sebagai **antitesis *cyberbullying* dan ujaran kebencian (*hate speech*)**, karena menuntut agar setiap komunikasi digital dilakukan dengan cara yang memuliakan dan menghormati martabat orang lain (Janah & Yusuf, 2021; Putri et al., 2024a). Fenomena destruktif dalam masyarakat seperti *hate speech*, diskriminasi, persekusi, stereotip, dan kekerasan fisik dapat bermula dari komunikasi yang tidak menghormati prinsip *qaulan karīmā* (Susanti, 2023).

Keempat, *Qaulan Ma'rūfā* (Perkataan yang Baik). Prinsip ini menekankan kebaikan, kesopanan, dan kepatutan dalam berkomunikasi. Konsep SMarT menempatkan *ma'ruf* sebagai pilar kedua setelah *salam*, yaitu berbicara dengan perkataan yang baik (Janah & Yusuf, 2021; Putri et al., 2024a). Dalam konteks digital, *qaulan ma'rūfā* berfungsi sebagai antitesis terhadap budaya komunikasi digital yang kasar, provokatif, dan tidak memperhatikan norma kesopanan. Dakwah melalui media sosial perlu memperhatikan etika bermedia sosial, dilakukan secara bijaksana dan hati-hati, tidak agresif, diskriminatif, dan provokatif (Qadaruddin & Bakri, 2022).

Kelima, *Qaulan Layyinā* (Perkataan yang Lemah Lembut). Prinsip ini menekankan kelembutan, persuasi, dan pendekatan yang tidak agresif dalam berkomunikasi (Janah & Yusuf, 2021). Dalam konteks digital, *qaulan layyinā* berfungsi sebagai antitesis terhadap budaya komunikasi digital yang keras, konfrontatif, dan penuh intimidasi. Kritik sosial melalui media sosial, misalnya, harus mengutamakan niat baik dan metode yang santun serta menghindari ujaran kebencian dan hoaks agar konten yang disampaikan mudah diterima oleh orang lain (Hawari et al., 2024).

Keenam, *Qaulan Maysūrā* (Perkataan yang Mudah Dipahami). Prinsip ini menekankan kemudahan pemahaman, aksesibilitas, dan kejelasan pesan (Janah & Yusuf, 2021). Dalam konteks digital, *qaulan maysūrā* berfungsi sebagai antitesis terhadap konten yang ambigu, membingungkan, atau sengaja dibuat rumit untuk menyesatkan. Prinsip ini menuntut agar informasi yang disebarkan di media sosial disampaikan dengan bahasa yang jelas, mudah dipahami, dan tidak menimbulkan kesalahpahaman.

A.3 Tabel Kategorisasi Unit Makna Teks

Berdasarkan hasil analisis konten, berikut disajikan matriks kategorisasi unit makna teks yang menampilkan hasil *coding* ayat, makna dasar komunikasi, dan padanannya dalam masalah dunia digital kontemporer:

| Kode Qaulan | Sumber Ayat | Makna Dasar Komunikasi | Padanan Masalah Digital | Fungsi Etis Digital |

|---|---|---|---|---|

| *Qaulan Sadīdā* | QS. An-Nisa: 9; QS. Al-Ahzab: 70 (Munawarah, 2021) | Perkataan yang benar, lurus, sesuai fakta (Suliyanti et al., 2024) | Hoaks, fitnah, *fake news*, disinformasi | Antitesis hoaks dan fitnah; menjamin akurasi dan kejujuran konten |

| *Qaulan Balīghā* | QS. An-Nisa: 63 | Perkataan yang tepat sasaran, komunikatif, berbekas (Suliyanti et al., 2024) | *Clickbait*, konten *misleading*, sensasionalisme | Antitesis *clickbait*; menjamin kontekstualitas dan efektivitas pesan |

| *Qaulan Karīmā* | QS. Al-Isra: 23 | Perkataan yang mulia, menghormati (Janah & Yusuf, 2021) | *Cyberbullying*, ujaran kebencian, *hate speech* | Antitesis *cyberbullying*; menjamin penghormatan dan dignitas digital |

| *Qaulan Ma'rūfā* | QS. Al-Baqarah: 235; QS. An-Nisa: 5 | Perkataan yang baik, patut, sopan (Janah & Yusuf, 2021) | Komunikasi kasar, provokatif, tidak beretika | Menjamin kesopanan dan kepatutan dalam komunikasi digital |

| *Qaulan Layyinā* | QS. Thaha: 44 | Perkataan yang lemah lembut, persuasif (Janah & Yusuf, 2021) | Komunikasi agresif, intimidatif, konfrontatif | Menjamin persuasi non-agresif dan anti-intimidasi digital |

| *Qaulan Maysūrā* | QS. Al-Isra: 28 | Perkataan yang mudah dipahami, jelas (Janah & Yusuf, 2021) | Konten ambigu, membingungkan, menyesatkan | Menjamin aksesibilitas dan kejelasan informasi digital |

| *Tabayyun* | QS. Al-Hujurat: 6 (Putri et al., 2024a; Susanti, 2023) | Verifikasi, klarifikasi, pembuktian kebenaran | Budaya *share first, think later*; viralitas tanpa verifikasi | Mekanisme utama penyaringan informasi dan pemutus rantai disinformasi |

| *Al-Ifk* | QS. An-Nur: 11-16 (Jenuri et al., 2021; Mubarok & Hamidah, 2022) | Pembalikan fakta, kebohongan besar | Hoaks masif, manipulasi informasi, propaganda digital | Peringatan terhadap konsekuensi moral-spiritual penyebaran kebohongan |

Tabel di atas menunjukkan bahwa Al-Qur'an telah menyediakan kerangka etis komunikasi yang komprehensif dan relevan dengan tantangan digital kontemporer. Setiap kategori *qaulan* memiliki fungsi etis spesifik yang menjawab permasalahan digital tertentu, sementara konsep *tabayyun* berfungsi sebagai mekanisme sentral yang mengikat seluruh prinsip *qaulan* dalam satu kesatuan kerangka kerja etika digital.

B. Dekonstruksi Etika Digital Modern di Era Post-Truth

B.1 Kritik terhadap Budaya "Share First, Think Later" melalui Kacamata Tabayyun

Salah satu patologi komunikasi digital yang paling menonjol di era *post-truth* adalah budaya "*share first, think later*"—sebuah kecenderungan pengguna media sosial untuk menyebarkan informasi secara impulsif tanpa terlebih dahulu melakukan verifikasi terhadap kebenaran dan keakuratan informasi tersebut. Minimnya literasi, kurangnya

etika bermedia sosial, dan rendahnya kemauan melakukan verifikasi merupakan sebagian penyebab tersebarluasnya hoaks di era *post-truth* (Milana & Swarnawati, 2022). Persoalannya bukan terletak pada perkembangan media, bukan pula terletak pada cara pandang orang dalam menafsirkan fakta dan kebenaran, melainkan karena telah bergesernya cara informasi diproduksi, dikonsumsi, dan disebar (Milana & Swarnawati, 2022).

Melalui kacamata *tabayyun*, budaya "*share first, think later*" merupakan antitesis langsung dari perintah Al-Qur'an dalam QS. Al-Hujurat ayat 6. *Tabayyun* menuntut agar setiap informasi yang diterima harus melewati proses verifikasi sebelum dipercayai dan disebar (Putri et al., 2024a; Susanti, 2023). Tidak jarang individu mendapatkan informasi, lalu dengan begitu saja menganggapnya sebagai fakta atau kebenaran tanpa perlu melakukan verifikasi (Milana & Swarnawati, 2022). Perilaku ini bertentangan dengan prinsip *tabayyun* yang mengharuskan pengguna media sosial bersikap selektif dan verifikasi terhadap informasi yang masuk (Putri et al., 2024a).

Penyebaran hoaks juga menggunakan pendekatan *social engineering*, yaitu manipulasi psikologis seseorang dalam melakukan aksi atau mengungkap suatu informasi, yang paling mudah dilakukan melalui media sosial (Astuti & Mustofa, 2020). Dalam konteks ini, *tabayyun* berfungsi sebagai mekanisme pertahanan psikologis dan spiritual yang melindungi individu dari manipulasi informasi. Agama Islam memerintahkan umatnya untuk selalu melakukan *tabayyun* sebagai cara untuk menghindari hoaks, yang bermakna meneliti kebenaran dari sebuah informasi atau berita, terlebih yang datang dari sumber yang tidak jelas atau tidak dapat dipercaya (Syaefudin & Wijayanti, 2022). Etika berkomunikasi di media sosial hendaknya menghindarkan diri dari menyebarkan berita bohong, selalu berprasangka baik, melakukan *tabayyun* terhadap suatu berita, dan menghindarkan diri dari perbuatan dusta sehingga terhindar dari dosa (Mubarok & Hamidah, 2022).

B.2 Analisis Psikologi Komunikasi Massa di Era Post-Truth

Fenomena *post-truth* memperoleh kekuatannya dengan menumpang pada perkembangan teknologi informasi dan komunikasi serta internet, yakni melalui media sosial (Milana & Swarnawati, 2022). Pertanyaan fundamental yang perlu dijawab adalah: mengapa manusia modern lebih menyukai kebohongan yang memvalidasi emosi mereka daripada kebenaran yang faktual? Analisis terhadap fenomena ini mengungkapkan beberapa faktor psikologis dan sosiologis yang saling berkaitan.

Pertama, faktor bias konfirmasi (*confirmation bias*). Pengguna media sosial cenderung mencari, menerima, dan menyebarkan informasi yang sesuai dengan keyakinan dan preferensi mereka, tanpa memperhatikan kebenaran faktual informasi tersebut. Terdapat tujuh jenis misinformasi yang beredar di media sosial, termasuk *clickbait*, bias konfirmasi, misinformasi, satir, *post-truth*, dan propaganda (Syaefudin & Wijayanti, 2022). Bias konfirmasi ini diperkuat oleh algoritma media sosial yang menciptakan *echo chamber*, di mana pengguna hanya terpapar pada informasi yang memperkuat pandangan mereka.

Kedua, faktor emosional dan identitas. Hoaks politik, misalnya, dapat memicu konflik antar-agama termasuk intoleransi dan radikalisme, mengganggu kehidupan beragama, serta meningkatkan polarisasi dan ketidakpercayaan terhadap institusi politik dan media (Agustina et al., 2023). Faktor penguat hoaks politik dalam masyarakat Muslim disebabkan oleh politik identitas dan rendahnya literasi politik digital yang disebarkan secara berulang (Agustina et al., 2023). Penyebar berita bohong dalam perspektif Al-Qur'an dikategorikan sebagai pelaku perbuatan sombong (*al-mutakabbir*) dan *riyā'*, di mana mereka berharap kontennya menjadi viral di media sosial (Mubarok & Hamidah, 2022).

Ketiga, faktor kecepatan dan volume informasi. Skala, volume, dan kecepatan distribusi informasi (dan disinformasi) di media sosial telah menimbulkan kekhawatiran di kalangan pemerintah, pelaku bisnis, dan masyarakat luas (Milana & Swarnawati, 2022). Kepanikan di media sosial berkembang lebih cepat daripada penyebaran masalah itu sendiri (Munawarah, 2021). Media massa beradu cepat dalam menyebarkan informasi baik melalui media arus utama maupun media sosial sehingga mengesampingkan fungsi verifikasi berlapis yang seharusnya dilakukan sebelum informasi disebarkan (Ariestyani & Utami, 2021). Kondisi ini menciptakan lingkungan di mana kecepatan penyebaran informasi jauh melampaui kemampuan individu untuk memverifikasinya.

Al-Qur'an melalui QS. Al-Isra ayat 36 secara tegas melarang untuk mengikuti sesuatu yang tidak diketahui kebenarannya (Munawarah, 2021). Larangan ini mencakup larangan mengikuti dugaan, prasangka, ataupun informasi-informasi yang tidak dapat diandalkan kebenarannya (Munawarah, 2021). Prinsip ini menunjukkan bahwa Al-Qur'an telah mengantisipasi kecenderungan psikologis manusia untuk menerima informasi tanpa verifikasi, dan memberikan solusi preventif melalui mekanisme *tabayyun*.

B.3 Prediksi Qurani tentang Bahaya Informasi dari Golongan Fasik

Salah satu temuan paling signifikan dari analisis konten ini adalah bahwa Al-Qur'an, berabad-abad sebelum era digital, telah memprediksi dan mengantisipasi bahaya diterimanya informasi dari sumber yang tidak dapat dipercaya tanpa konfirmasi. QS. Al-Hujurat ayat 6 secara eksplisit menyebutkan istilah *fāsiq* sebagai kategori sumber informasi yang memerlukan verifikasi ketat (Putri et al., 2024a; Susanti, 2023). Perintah Al-Qur'an untuk melakukan *tabayyun* berpulang pada status komunikator sebagai pihak yang *fāsiq*, alias orang yang memiliki kemungkinan tinggi melakukan kekeliruan dalam memproduksi berita (Munawarah, 2021).

Dalam konteks digital kontemporer, konsep *fāsiq* dapat diinterpretasikan secara luas untuk mencakup berbagai sumber informasi yang tidak terverifikasi, termasuk akun-akun anonim di media sosial, situs-situs berita alternatif yang tidak memiliki standar jurnalistik, dan individu-individu yang menyebarkan informasi tanpa dasar faktual. Hoaks berasal dari media tidak resmi seperti media sosial (Milana & Swarnawati, 2022), yang dalam terminologi Qurani dapat dikategorikan sebagai sumber *fāsiq* yang memerlukan *tabayyun*.

Al-Qur'an juga menyebutkan "berita palsu" menggunakan beberapa istilah seperti *kidzb* (bohong), *ifk* (memanipulasi informasi), *buhtan* (bohong yang membuat heran), dan *qaul dzur* (perkataan dusta) (Munawarah, 2021). Kata *al-ifk* disebutkan 22 kali dalam Al-Qur'an dengan berbagai konteks makna, termasuk penyebaran berita bohong yang mendatangkan azab, kehancuran suatu negeri, dan berpaling dari kebenaran karena selalu berdusta (Jenuri et al., 2021). Perspektif Al-Qur'an Surat An-Nur ayat 11-16 tentang berita bohong menetapkan empat prinsip fundamental: (1) orang yang menyebarkan berita bohong mendapat azab; (2) orang yang menerima berita hendaknya melakukan *tabayyun*; (3) orang yang membawa berita hendaknya mempunyai empat orang saksi; dan (4) orang yang menyebarkan berita harus mengetahui asal-usul berita (Mubarok & Hamidah, 2022).

Prinsip-prinsip ini menunjukkan bahwa Al-Qur'an tidak hanya memberikan peringatan tentang bahaya informasi palsu, tetapi juga menyediakan mekanisme sistematis untuk mengatasinya. Frasa "*an tushībū qaumam bi jahālah*" (agar kalian tidak menimpakan musibah kepada suatu kaum karena ketidaktahuan) merupakan peringatan profetik yang sangat relevan dengan fenomena *post-truth* kontemporer, di mana penyebaran hoaks tanpa verifikasi telah menyebabkan diskriminasi, persekusi, stereotip, dan bahkan kekerasan fisik (Susanti, 2023).

C. Formulasi Kode Etik Bermedia Sosial Berbasis Prinsip Cyber-Tabayyun

C.1 Draf Manifesto Kode Etik Digital Qurani

Berdasarkan hasil analisis konten terhadap konsep *tabayyun* dan prinsip-prinsip *qaulan*, penelitian ini merumuskan sebuah draf manifesto Kode Etik Digital Qurani yang terdiri dari tiga tahapan etis yang mencerminkan siklus informasi di media sosial: etika akses (input), etika pemrosesan (internal), dan etika produksi/distribusi (output).

C.1.1 Etika Akses (Input): Penyaringan Informasi Berbasis Integritas Sumber

Tahap pertama dalam kerangka *Cyber-Tabayyun* adalah etika akses, yang berkaitan dengan bagaimana pengguna media sosial menerima dan menyaring informasi yang masuk. Tafsir al-Misbah menawarkan menyaring sumber informasi sebagai salah satu cara penting untuk melakukan *tabayyun* (Putri et al., 2024a, 2024b). Prinsip ini mengharuskan pengguna media sosial untuk:

1. **Mengidentifikasi kredibilitas sumber informasi.** Setiap informasi yang diterima harus dievaluasi berdasarkan integritas dan otoritas sumbernya. Prinsip-prinsip konsep *tabayyun* dapat membantu semua lapisan masyarakat dalam mengidentifikasi sumber informasi yang otoritatif (Bakar et al., 2024). Dengan bersikap cermat dan teliti saat menerima informasi, publik dapat melakukan verifikasi informasi dalam batas tertentu (Ariestyani & Utami, 2021).
1. **Mengkategorikan sumber berdasarkan tingkat kepercayaan.** Dalam terminologi Qurani, sumber informasi yang *fāsiq* memerlukan verifikasi ketat (Munawarah, 2021; Putri et al., 2024a). Dalam konteks digital, ini berarti membedakan antara sumber informasi yang memiliki standar jurnalistik dan akuntabilitas (media arus utama) dengan sumber yang tidak memiliki mekanisme verifikasi (akun anonim, situs tidak resmi).
1. **Menerapkan prinsip kehati-hatian (*precautionary principle*).** Kehati-hatian dalam mengevaluasi informasi sebagaimana yang dilakukan Nabi Muhammad SAW ketika menerima informasi yang berpotensi disinformasi merupakan salah satu cakupan dalam literasi informasi (Riza, 2021). Hoaks dapat dikenali dari ciri-cirinya seperti disebarakan lewat media online yang belum jelas, bersifat bombastis dan terkesan tidak masuk akal, informasinya tidak lengkap, judul dan isi tidak logis, dan terdapat ajakan atau himbauan untuk memviralkan (Syaefudin & Wijayanti, 2022).

C.1.2 Etika Pemrosesan (Internal): Konfirmasi Data, Penahanan Emosi, dan Uji Akurasi Konten (Self-Tabayyun)

Tahap kedua adalah etika pemrosesan internal, yang berkaitan dengan bagaimana pengguna media sosial memproses informasi yang telah diterima sebelum mengambil keputusan untuk mempercayai atau menyebarkannya. Tahap ini merupakan inti dari konsep *Self-Tabayyun*, yaitu proses verifikasi internal yang dilakukan oleh individu terhadap dirinya sendiri. Prinsip-prinsip yang mendasari tahap ini meliputi:

1. **Konfirmasi data dan uji akurasi konten.** Memperhatikan redaksi atau isi kalimat merupakan cara kedua yang ditawarkan Tafsir al-Misbah untuk melakukan *tabayyun* (Putri et al., 2024a, 2024b). Pengguna media sosial harus menguji akurasi konten dengan membandingkannya terhadap sumber-sumber lain yang terpercaya. Memberikan informasi yang valid kepada orang lain dan melakukan *tabayyun* ketika menerima informasi merupakan etika komunikasi Islam yang fundamental (Jenuri et al., 2021). Langkah-langkah mitigasi penyebaran disinformasi yang diambil dari standar literasi informasi dapat diintegrasikan dengan prinsip-prinsip *tabayyun* (Riza, 2021).
1. **Penahanan emosi pribadi (*emotional restraint*).** Fenomena *post-truth* menunjukkan bahwa emosi dan keyakinan pribadi seringkali lebih berpengaruh dalam membentuk opini publik daripada fakta objektif (Agustina et al., 2023; Milana & Swarnawati, 2022). Prinsip *tabayyun* menuntut agar pengguna media sosial mampu menahan respons emosional impulsif dan mengutamakan verifikasi faktual. Etika berkomunikasi di media sosial hendaknya selalu berprasangka baik (*ḥusn al-ẓann*) (Mubarok & Hamidah, 2022), yang berarti menahan diri dari prasangka negatif yang didorong oleh emosi.
1. **Refleksi kritis terhadap bias personal.** Pengguna media sosial harus menyadari kecenderungan bias konfirmasi yang membuat mereka lebih mudah menerima informasi yang sesuai dengan keyakinan mereka (Syaefudin & Wijayanti, 2022). Terdapat hubungan antara pemahaman terhadap hoaks dengan penolakan terhadap hoaks, yang mengindikasikan bahwa aspek kognitif-kritis sangat penting dalam proses *Self-Tabayyun* (Astuti & Mustofa, 2020).

C.1.3 Etika Produksi/Distribusi (Output): Refleksi terhadap Asas Manfaat

Tahap ketiga adalah etika produksi dan distribusi, yang berkaitan dengan bagaimana pengguna media sosial memproduksi dan menyebarkan konten. Pada tahap ini, pengguna harus melakukan refleksi mendalam terhadap asas manfaat: apakah konten ini *ma'rūfā* (baik) dan *sadīdā* (benar) jika disebar? Prinsip-prinsip yang mendasari tahap ini meliputi:

1. **Uji kebenaran (*truth test*) berbasis *Qaulan Sadīdā*.** Setiap konten yang akan disebarakan harus memenuhi standar kebenaran dan akurasi. Prinsip *qaulan sadīdā* menuntut pemberian informasi yang benar, lurus, dan sesuai dengan isi pesan (Munawarah, 2021; Suliyanti et al., 2024). Nilai-nilai Islam seperti kejujuran dan akuntabilitas dapat digunakan untuk melawan penipuan dan disinformasi serta mempromosikan komunikasi yang dapat dipercaya (Suryani et al., 2023).
1. **Uji kebaikan (*goodness test*) berbasis *Qaulan Ma'rūfā*.** Konten yang akan disebarakan harus memenuhi standar kebaikan dan kepatutan. Konsep SMarT menempatkan *ma'ruf* sebagai pilar penting, yaitu berbicara dengan perkataan yang baik (Janah & Yusuf, 2021; Putri et al., 2024a). Dakwah melalui media sosial perlu dilakukan secara bijaksana dan hati-hati, tidak agresif, diskriminatif, dan provokatif (Qadaruddin & Bakri, 2022).
1. **Uji dampak sosial (*social impact test*).** Setiap konten yang akan disebarakan harus dipertimbangkan dampak sosialnya terhadap kemaslahatan umat. Tanpa *tabayyun*, dikhawatirkan akan menimbulkan kerusakan dalam masyarakat (Susanti, 2023). Hoaks politik dapat memicu konflik antar-agama, mengganggu kehidupan beragama, dan meningkatkan polarisasi (Agustina et al., 2023). Transparansi dan akuntabilitas dapat membantu mencegah misinformasi dan disinformasi menjadi viral di platform media sosial (Suryani et al., 2023).
1. **Uji kemuliaan (*dignity test*) berbasis *Qaulan Karīmā*.** Konten yang akan disebarakan tidak boleh mengandung unsur *cyberbullying*, ujaran kebencian, atau perendahan martabat orang lain. Fenomena destruktif seperti *hate speech*, diskriminasi, persekusi, dan kekerasan fisik dapat bermula dari komunikasi yang tidak menghormati prinsip kemuliaan (Munawarah, 2021; Susanti, 2023).

C.2 Visualisasi Skema Framework Cyber-Tabayyun

Berdasarkan formulasi di atas, Framework *Cyber-Tabayyun* dapat divisualisasikan sebagai sebuah alur tiga tahap yang berfungsi sebagai mekanisme pemutus rantai disinformasi digital:

Tahap 1: INPUT (Etika Akses)

- Informasi masuk melalui media sosial
- Filter 1: Identifikasi sumber → Apakah sumber *fāsiq* (tidak terpercaya)? (Munawarah, 2021; Putri et al., 2024a)
- Filter 2: Identifikasi ciri-ciri hoaks → Apakah bersifat bombastis, tidak lengkap, tidak logis? (Syaefudin & Wijayanti, 2022)
- Jika lolos filter → Lanjut ke Tahap 2
- Jika tidak lolos → **STOP: Jangan percaya, jangan sebarakan**

Tahap 2: INTERNAL (Self-Tabayyun)

- Konfirmasi data dengan sumber lain yang terpercaya (Ariestyani & Utami, 2021; Riza, 2021)
- Penahanan emosi: Apakah respons saya didorong oleh emosi atau fakta? (Milana & Swarnawati, 2022; Mubarak & Hamidah, 2022)
- Uji akurasi konten: Apakah redaksi dan isi sesuai dengan fakta? (Putri et al., 2024a, 2024b)
- Refleksi bias: Apakah saya menerima informasi ini karena bias konfirmasi? (Syaefudin & Wijayanti, 2022)
- Jika lolos uji → Lanjut ke Tahap 3
- Jika tidak lolos → **STOP: Jangan sebar, lakukan verifikasi lebih lanjut**

Tahap 3: OUTPUT (Etika Produksi/Distribusi)

- Uji *Sadīdā*: Apakah konten ini benar dan akurat? (Munawarah, 2021; Suliyanti et al., 2024)
- Uji *Ma'rūfā*: Apakah konten ini baik dan patut? (Janah & Yusuf, 2021; Putri et al., 2024a)
- Uji *Karīmā*: Apakah konten ini memuliakan dan tidak merendahkan? (Janah & Yusuf, 2021; Susanti, 2023)
- Uji *Balīghā*: Apakah konten ini efektif dan tidak menyesatkan? (Suliyanti et al., 2024)
- Uji *Layyinā*: Apakah konten ini disampaikan dengan lemah lembut? (Janah & Yusuf, 2021)
- Uji *Maysūrā*: Apakah konten ini mudah dipahami dan tidak ambigu? (Janah & Yusuf, 2021)
- Uji Dampak Sosial: Apakah penyebaran konten ini membawa kemaslahatan? (Agustina et al., 2023; Susanti, 2023)
- Jika lolos semua uji → **SEBARKAN dengan tanggung jawab**
- Jika tidak lolos → **STOP: Jangan sebar**

Framework ini mengintegrasikan konsep SMarT (Salam, Ma'ruf, Tabayyun) (Janah & Yusuf, 2021; Putri et al., 2024a) dengan prinsip-prinsip *qaulan* dalam satu alur yang sistematis dan aplikatif. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, prasangka negatif antara pengguna media sosial dapat dihindari (Putri et al., 2024a), dan rantai disinformasi digital dapat diputus secara efektif. Konsep *tabayyun* merupakan prinsip yang relevan dan penting dalam dunia modern yang penuh dengan informasi, karena dengan mempraktikkan *tabayyun*, individu dan masyarakat dapat memastikan kebenaran dan kualitas informasi yang disajikan serta menjaga integritas dan stabilitas masyarakat dalam jangka panjang (Bakar et al., 2024).

Kerangka kerja ini juga dilengkapi dengan landasan hukum formal, di mana Undang-Undang ITE berfungsi sebagai landasan etika selain berfungsi sebagai prinsip dasar untuk media sosial (Putri et al., 2024a, 2024b). Dengan demikian, Framework *Cyber-Tabayyun* tidak berdiri sendiri sebagai kerangka etis-teologis, tetapi juga terintegrasi dengan kerangka hukum formal yang berlaku, menciptakan pendekatan holistik dalam memitigasi fenomena *post-truth* di media sosial. Mengatasi dampak hoaks dapat dilakukan dengan mengambil pendekatan politik Islam dalam masyarakat, yaitu dengan selalu mengatakan kebenaran dan ber-*tabayyun* terhadap berita serta meningkatkan literasi digital dan peran otoritas keagamaan (Agustina et al., 2023).

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini telah melakukan analisis isi konseptual (*conceptual content analysis*) secara sistematis terhadap konsep *tabayyun* dan ayat-ayat *qaulan* dalam Al-Qur'an, dan menghasilkan temuan-temuan substantif yang membuktikan bahwa Al-Qur'an memiliki instrumen etika komunikasi yang sangat adaptif dan solutif untuk meredam kekacauan informasi di era *post-truth*. Berdasarkan keseluruhan proses analisis yang telah dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan utama sebagai berikut.

Pertama, analisis konten terhadap konsep *tabayyun* dalam QS. Al-Hujurat ayat 6 mengungkapkan tiga dimensi semantik fundamental yang saling berkaitan: kejelasan (*clarity*), verifikasi (*verification*), dan eksplanasi (*explanation*). Secara etimologis, *tabayyun* bermakna mencari kejelasan tentang sesuatu sehingga kejelasan dan kebenaran suatu situasi dapat dibuktikan (Purnama, 2021; Susanti, 2023). Ibnu Katsir menegaskan bahwa *tabayyun* merupakan etika dasar yang sangat penting dalam komunikasi dan hubungan sosial, karena memastikan kebenaran informasi adalah langkah yang diperlukan untuk menjaga persaudaraan dan mencegah terjadinya perselisihan yang mungkin muncul akibat kesalahpahaman atau fitnah (Putri et al., 2024a, 2024b). Konsep *tabayyun* bukan sekadar tindakan verifikasi teknis, melainkan merupakan bagian dari akhlak mulia dalam berkomunikasi dan berinteraksi sosial yang memiliki dimensi spiritual-moral yang mendalam (Putri et al., 2024b; Sholihah & Idris, 2023). Para mufasir klasik dalam menafsirkan ayat tentang *tabayyun* menekankan kehati-hatian dalam menerima informasi (Purnama, 2021), dan prinsip ini sangat relevan dalam konteks modern yang penuh dengan informasi palsu dan menyesatkan (Bakar et al., 2024).

Kedua, kategorisasi hasil analisis isi terhadap enam variasi *qaulan* menghasilkan kerangka etis komunikasi yang komprehensif dan memiliki padanan langsung dengan permasalahan digital kontemporer. *Qaulan sadīdā* berfungsi sebagai antitesis hoaks dan fitnah dengan menekankan kebenaran dan akurasi informasi (Munawarah, 2021; Suliyanti et al., 2024); *qaulan balīghā* berfungsi sebagai antitesis *clickbait* dan konten *misleading* dengan menekankan komunikasi yang tepat sasaran dan komunikatif (Suliyanti et al., 2024); *qaulan karīmā* berfungsi sebagai antitesis *cyberbullying* dan ujaran kebencian dengan menekankan kemuliaan dan penghormatan (Janah & Yusuf, 2021); *qaulan ma'rūfā* menjamin kesopanan dan kepatutan dalam komunikasi digital (Janah & Yusuf, 2021); *qaulan layyinā* menjamin persuasi non-agresif dan anti-intimidasi (Janah & Yusuf, 2021); dan *qaulan maysūrā* menjamin aksesibilitas dan kejelasan informasi (Janah & Yusuf, 2021). Keenam kategori *qaulan* ini, sebagaimana dikategorisasi oleh para peneliti terdahulu, merupakan metode, prinsip, atau etika komunikasi Islam yang membentuk satu kesatuan kerangka etis (Bakar et al., 2024). Prinsip-prinsip ini sejalan dengan prinsip-prinsip demokrasi informasi di mana segala sesuatu harus mengarah pada tanggung jawab, kesesuaian dengan data dan fakta, dan unsur kebenaran (Hawari et al., 2024).

Ketiga, dekonstruksi terhadap etika digital modern di era *post-truth* mengungkapkan bahwa pendekatan legal-formal dan literasi digital sekuler semata terbukti tidak cukup efektif dalam membendung devaluasi moral digital. Regulasi hukum seperti UU ITE memang berfungsi sebagai landasan etika dan prinsip dasar untuk media sosial (Putri et al., 2024a), namun penanganan terhadap pelanggaran etika di ruang digital seringkali hanya bersifat reaktif dan prosedural (Jahang & Sayuti, 2022). Fenomena *post-truth* memperoleh kekuatannya dengan menumpang pada perkembangan teknologi informasi dan komunikasi melalui media sosial (Milana & Swarnawati, 2022), dan persoalannya terletak pada bergesernya cara informasi diproduksi, dikonsumsi, dan disebar (Milana & Swarnawati, 2022). Budaya "*share first, think later*" yang menjadi patologi komunikasi digital kontemporer merupakan antitesis langsung dari perintah Al-Qur'an untuk melakukan *tabayyun* (Putri et al., 2024b; Susanti, 2023). Teks-teks Al-Qur'an telah memberikan jalan keluar dari ancaman hoaks, namun sebagian umat Muslim belum menjadikannya sebagai perilaku—teks tersebut masih terbatas menjadi bahan *mujādalah* (perdebatan), bukan menjadi dasar bagi sebuah tindakan (Ridlwani & Khotijah, 2021). Oleh karena itu, diperlukan transformasi dari pendekatan legal-formal ke pendekatan etis-teologis yang mampu menyentuh kesadaran personal dan membentuk karakter moral pengguna media sosial.

Keempat, formulasi Model *Cyber-Tabayyun* sebagai kerangka kerja etika digital Qurani (*Quranic Cyber-Ethics Framework*) menghasilkan tiga tahapan etis yang mencerminkan siklus informasi di media sosial: (1) Etika Akses (Input), yang menekankan penyaringan informasi berbasis integritas sumber melalui identifikasi kredibilitas sumber dan kategorisasi tingkat kepercayaan (Bakar et al., 2024a, 2024b; Riza, 2021); (2) Etika Pemrosesan (Internal/Self-Tabayyun), yang menekankan konfirmasi data, penahanan emosi pribadi, dan uji akurasi konten (Mubarok & Hamidah, 2022; Putri et al., 2024a, 2024b); dan (3) Etika Produksi/Distribusi (Output), yang menekankan refleksi terhadap asas manfaat melalui uji kebenaran (*sadīdā*), uji kebaikan (*ma'rūfā*), uji kemuliaan (*karīmā*), dan uji dampak sosial (Janah & Yusuf, 2021; Suliyanti et al., 2024; Suryani et al., 2023; Susanti, 2023). Model ini mengintegrasikan konsep SMarT (Salam, Ma'ruf, Tabayyun) (Janah & Yusuf, 2021; Putri et al., 2024b) dengan prinsip-prinsip *qaulan* dalam satu alur yang sistematis dan aplikatif untuk memutus rantai disinformasi digital.

Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa Al-Qur'an berabad-abad lalu telah mengantisipasi bahaya diterimanya informasi dari golongan *fāsiq* tanpa konfirmasi yang dapat membawa petaka bagi suatu kaum (*an tushībū qaumam bi jahālah*) (Purnama, 2021; Putri et al., 2024b; Susanti, 2023). Peringatan profetik ini sangat relevan dengan fenomena *post-truth* kontemporer, di mana penyebaran hoaks tanpa verifikasi telah menyebabkan diskriminasi, persekusi, stereotip, dan bahkan kekerasan fisik (Agustina et al., 2023; Susanti, 2023). Konsep *tabayyun* merupakan prinsip yang relevan dan penting dalam dunia modern yang penuh dengan informasi, karena dengan mempraktikkan *tabayyun*, individu dan masyarakat dapat memastikan kebenaran dan kualitas informasi yang disajikan serta menjaga integritas dan stabilitas masyarakat dalam jangka panjang (Bakar et al., 2024a, 2024b). Kode etik digital, dengan demikian, tidak boleh berhenti pada literasi teknis semata, melainkan harus bertumpu pada kesadaran spiritual-moralitas pengguna yang berakar pada nilai-nilai Qurani. Kontekstualisasi pemahaman konsep *tabayyun* memerlukan kolaborasi dengan berbagai model literasi informasi sesuai dengan kondisi yang ada, guna menciptakan komunikasi yang harmonis di tengah kehidupan masyarakat (Purnama, 2021).

Penelitian ini memberikan kontribusi untuk senantiasa meningkatkan literasi informasi, mengembangkan etika komunikasi, dan meningkatkan kesadaran sosial (Putri et al., 2024a, 2024b). Nilai-nilai Islam seperti kejujuran dan akuntabilitas dapat digunakan untuk melawan penipuan dan disinformasi serta mempromosikan komunikasi yang dapat dipercaya (Suryani et al., 2023). Dengan menjunjung tinggi

nilai-nilai ini, media dan pengguna media sosial dapat memastikan pelaporan berita yang akurat dan membangun kembali kepercayaan publik (Suryani et al., 2023).

5.2 Keterbatasan Penelitian

Meskipun penelitian ini telah menghasilkan kerangka kerja etika digital Qurani yang komprehensif, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diakui secara transparan.

Pertama, penelitian ini berfokus pada analisis teks normatif-konseptual dan belum mengukur efektivitas draf kode etik ini secara empiris di lapangan atau komunitas digital tertentu. Model *Cyber-Tabayyun* yang dirumuskan masih bersifat konseptual-teoretis dan memerlukan pengujian empiris untuk memvalidasi efektivitasnya dalam mengubah perilaku pengguna media sosial. Sebagaimana dicatat oleh peneliti terdahulu, teks Al-Qur'an yang memberikan jalan keluar dari ancaman hoaks masih terbatas menjadi bahan perdebatan dan belum sepenuhnya menjadi dasar bagi tindakan nyata (Ridlwan & Khotijah, 2021). Kesenjangan antara konsep normatif dan implementasi praktis ini merupakan tantangan yang belum sepenuhnya dijawab oleh penelitian ini.

Kedua, unit analisis dalam penelitian ini terbatas pada ayat-ayat Al-Qur'an dan teks-teks tafsir otoritatif tertentu (Tafsir Ibnu Katsir, Tafsir al-Misbah, dan Tafsir Al-Azhar). Penelitian ini belum mengeksplorasi secara mendalam sumber-sumber hadis dan literatur fikih yang juga memuat prinsip-prinsip *tabayyun* dan etika komunikasi Islam. Padahal, konsep *tabayyun* juga memiliki akar yang kuat dalam tradisi hadis, di mana kehati-hatian dalam mengevaluasi informasi sebagaimana yang dilakukan Nabi Muhammad SAW merupakan salah satu cakupan penting dalam literasi informasi (Riza, 2021). Penelitian yang lebih komprehensif perlu mengintegrasikan sumber-sumber hadis dan fikih untuk memperkaya kerangka kerja yang dihasilkan.

Ketiga, penelitian ini belum secara spesifik menganalisis dinamika platform media sosial tertentu (seperti TikTok, X/Twitter, Instagram, atau WhatsApp) yang masing-masing memiliki karakteristik, algoritma, dan budaya komunikasi yang berbeda. Setiap platform memiliki mekanisme penyebaran informasi yang unik—misalnya, WhatsApp sebagai platform *chatting* memiliki dinamika penyebaran hoaks yang berbeda dengan TikTok sebagai platform video pendek (Astuti & Mustofa, 2020; Milana & Swarnawati, 2022). Model *Cyber-Tabayyun* yang dirumuskan bersifat generik dan belum diadaptasi secara spesifik untuk masing-masing platform.

Keempat, penelitian ini belum melibatkan perspektif pengguna media sosial secara langsung. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa terdapat tiga kelompok dalam penerimaan konten di media sosial: kelompok oposisional yang memeriksa konsep

keagamaan dari berbagai sumber, kelompok negosiasi yang fanatik pada mubaligh tertentu tetapi tetap mengedepankan *tabayyun*, dan kelompok hegemonik yang militan tanpa mengedepankan prinsip *tabayyun* (Qadaruddin & Bakri, 2022). Dinamika penerimaan yang beragam ini belum terakomodasi dalam kerangka kerja yang dihasilkan.

Kelima, indikator *tabayyun* yang dirumuskan dalam penelitian ini belum melalui proses validasi ahli secara formal. Penelitian terdahulu oleh Rasit et al. telah mengembangkan indikator *tabayyun* informasi untuk netizen Muslim melalui metode Fuzzy Delphi dengan melibatkan sepuluh ahli dari bidang Agama, Dakwah, dan Media Baru, yang menghasilkan sepuluh elemen indikator *tabayyun* dengan konsensus 98 persen (Rasit et al., 2022). Pendekatan validasi ahli semacam ini belum diterapkan dalam penelitian ini, sehingga indikator yang dihasilkan masih memerlukan proses validasi lebih lanjut.

5.3 Saran

Berdasarkan temuan, kontribusi, dan keterbatasan penelitian ini, berikut dirumuskan beberapa saran yang ditujukan kepada berbagai pihak:

5.3.1 Saran untuk Peneliti Selanjutnya

Pertama, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian tindakan (*action research*) atau eksperimen kualitatif lapangan guna menguji penerapan Model *Cyber-Tabayyun* pada komunitas generasi muda atau mahasiswa dalam menyaring berita di platform seperti TikTok atau X. Kalangan remaja dinilai paling rentan terpengaruh berita bohong atau hoaks karena karakteristiknya yang cenderung eksploratif, selalu ingin tahu, mudah terpengaruh, dan cenderung menerima begitu saja isi media (Astuti & Mustofa, 2020). Oleh karena itu, pengujian empiris terhadap efektivitas Model *Cyber-Tabayyun* pada kelompok demografis ini sangat penting untuk memvalidasi dan menyempurnakan kerangka kerja yang telah dirumuskan. Penelitian eksperimental dapat mengukur perubahan perilaku pengguna media sosial sebelum dan sesudah diintervensi dengan prinsip-prinsip *Cyber-Tabayyun*, sehingga menghasilkan bukti empiris tentang efektivitas model ini.

Kedua, penelitian lanjutan perlu mengembangkan indikator *tabayyun* yang tervalidasi secara formal melalui metode konsensus ahli, sebagaimana telah dirintis oleh Rasit et al. yang menggunakan metode Fuzzy Delphi untuk memvalidasi indikator *tabayyun* informasi bagi netizen Muslim (Rasit et al., 2022). Pengembangan indikator yang tervalidasi akan meningkatkan reliabilitas dan aplikabilitas Model *Cyber-Tabayyun* dalam berbagai konteks sosial-budaya. Selain itu, penelitian komparatif lintas

budaya juga perlu dilakukan untuk menguji universalitas prinsip-prinsip *tabayyun* dalam konteks masyarakat Muslim yang beragam, mengingat implementasi *tabayyun* dapat berbeda karena perbedaan sosio-kultural (Susanti, 2023).

Ketiga, penelitian interdisipliner yang mengintegrasikan perspektif ilmu komputer, psikologi kognitif, dan studi Islam perlu dikembangkan untuk merancang aplikasi atau *tools* digital berbasis prinsip *Cyber-Tabayyun* yang dapat membantu pengguna media sosial melakukan verifikasi informasi secara praktis. Kontekstualisasi pemahaman konsep *tabayyun* memerlukan kolaborasi dengan berbagai model literasi informasi sesuai dengan kondisi yang ada (Purnama, 2021), termasuk pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan untuk mendeteksi hoaks dan disinformasi.

Keempat, penelitian lanjutan juga perlu mengeksplorasi relevansi konsep *tabayyun* dengan kerangka filosofis Barat, khususnya konsep verifikasi dalam tradisi positivisme logis. Sebagaimana diungkapkan oleh Sholihah dan Idris, terdapat paralelisme antara konsep verifikasi Ayer dalam positivisme logis dengan konsep *tabayyun* dalam yurisprudensi Islam, di mana keduanya menekankan pentingnya memverifikasi proposisi yang bermakna untuk memastikan pencarian kebenaran yang jelas (Sholihah & Idris, 2023). Eksplorasi interdisipliner semacam ini akan memperkaya kerangka teoretis dan meningkatkan akseptabilitas akademis Model *Cyber-Tabayyun* di kalangan ilmuwan lintas disiplin.

5.3.2 Saran untuk Praktisi dan Pemangku Kebijakan

Pertama, lembaga-lembaga pendidikan Islam, baik formal maupun non-formal, disarankan untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip *Cyber-Tabayyun* ke dalam kurikulum literasi digital. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam mengeksplorasi berbagai aspek pendidikan, seperti pengaruhnya terhadap perilaku siswa dalam menggunakan media sosial, efektivitas program literasi media, serta penerapan etika komunikasi dalam pembelajaran (Putri et al., 2024a, 2024b). Pendidikan dapat berperan dalam memerangi hoaks dan meningkatkan kualitas informasi di masyarakat (Putri et al., 2024b).

Kedua, organisasi-organisasi keagamaan seperti Nahdatul Ulama dan Muhammadiyah, yang telah memiliki strategi *tabayyun* dalam merespons berita negatif atau hoaks (Susanti, 2023), disarankan untuk mengadopsi dan mengadaptasi Framework *Cyber-Tabayyun* sebagai panduan praktis bagi anggotanya dalam bermedia sosial. Kegiatan penyuluhan dan literasi media sosial di kalangan komunitas keagamaan, seperti yang telah dilakukan di kalangan ibu-ibu pengajian Muslimat NU

(Syaefudin & Wijayanti, 2022), perlu diperluas dan diperkuat dengan kerangka kerja yang lebih sistematis.

Ketiga, praktisi media dan jurnalis disarankan untuk menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran, kebenaran, dan akuntabilitas dalam pekerjaan mereka (Suryani et al., 2023). Media massa perlu lebih kritis dan hati-hati ketika memperoleh informasi dengan melakukan verifikasi berlapis (Ariestyani & Utami, 2021), sejalan dengan prinsip *tabayyun* yang menekankan penyaringan sumber informasi dan pemeriksaan redaksi atau isi kalimat (Putri et al., 2024a, 2024b). Kemitraan antara berbagai pemangku kepentingan, sebagaimana dilakukan oleh Aliansi Jurnalis Independen, Google News Initiative, dan Internews, merupakan salah satu cara efektif untuk memerangi hoaks (Ariestyani & Utami, 2021), dan kemitraan semacam ini perlu diperluas dengan melibatkan lembaga-lembaga keagamaan.

Keempat, pemerintah dan regulator disarankan untuk melengkapi pendekatan legal-formal (seperti UU ITE) dengan pendekatan etis-teologis yang mampu menyentuh kesadaran moral-spiritual masyarakat. Mengatasi dampak hoaks dapat dilakukan dengan mengambil pendekatan politik Islam dalam masyarakat, yaitu dengan selalu mengatakan kebenaran dan ber-*tabayyun* terhadap berita serta meningkatkan literasi digital dan peran otoritas keagamaan (Agustina et al., 2023). Sinergi antara regulasi hukum dan edukasi etis-teologis akan menciptakan ekosistem digital yang lebih sehat dan bertanggung jawab.

5.3.3 Saran untuk Pengguna Media Sosial

Bagi seluruh pengguna media sosial, khususnya umat Muslim, disarankan untuk menginternalisasi dan mempraktikkan prinsip-prinsip *Cyber-Tabayyun* dalam setiap aktivitas bermedia sosial. Masyarakat, khususnya remaja Muslim, perlu memeriksa kembali kebenaran sebuah berita dengan *tabayyun* dan meningkatkan literasi digital agar dapat pintar dan kritis dalam bermedia (Astuti & Mustofa, 2020). Agama Islam memerintahkan umatnya untuk selalu melakukan *tabayyun* sebagai cara untuk menghindari hoaks (Syaefudin & Wijayanti, 2022), dan perintah ini harus menjadi perilaku nyata, bukan sekadar bahan perdebatan (Ridlwan & Khotijah, 2021). Dengan menerapkan konsep SMarT—menyebarkan kedamaian antar sesama pengguna media sosial (*salam*), berbicara dengan perkataan yang baik (*ma'ruf*), dan selalu memverifikasi informasi yang diterima (*tabayyun*)—prasangka negatif antara pengguna media sosial dapat dihindari dan rantai disinformasi digital dapat diputus secara efektif (Janah & Yusuf, 2021; Putri et al., 2024b, 2024a).

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, I. F., Ali, Z. Z., Sakirman, S., Octavianne, H., & Jamal, M. A. A. (2023). Political Hoaxes in the Post-Truth Era: An Islamic Political Analysis. *Al-Istinbath Jurnal Hukum Islam*, 8(2 November), 645. <https://doi.org/10.29240/jhi.v8i2.8457>
- Ariestyani, K., & Utami, A. B. (2021). EDUKASI PENCEGAHAN INFORMASI HOAKS MELALUI KEMITRAAN (STUDI KASUS AJI, GOOGLE NEWS INITIATIVE, DAN INTERNEWS). *Jurnal Pikom (Penelitian Komunikasi Dan Pembangunan)*, 22(1), 31. <https://doi.org/10.31346/jpikom.v22i1.2396>
- Astuti, Y. D., & Mustofa, M. (2020). Persepsi Remaja Muslim Yogyakarta Terhadap Peredaran Hoaks di Media Sosial. *Komunika Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 14(1), 47–62. <https://doi.org/10.24090/komunika.v14i1.2865>
- Bakar, A. Y. A., Fazial, F., Abdullah, S. R., Taher, N. H. M., Kasim, N. H., & Hamid, M. S. A. (2024b). The Concept of Tabayyun in Dissemination of Information Through Mass Media. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 14(1). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v14-i1/20693>
- Bakar, A. Y. A., Fazial, F., Abdullah, S. R., Taher, N. H. M., Kasim, N. H., & Hamid, M. S. A. (2024a). The Concept of Tabayyun in Dissemination of Information Through Mass Media. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 14(1). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v14-i1/20693>
- Berita Bohong di Media Sosial Perspektif Al-Quran Surat An-Nur. *Maghza Jurnal Ilmu Al-Qur an Dan Tafsir*, 7(2), 1–21. <https://doi.org/10.24090/maghza.v7i2.5189>
- Hawari, N., Ikhwan, A., & Artalim, M. (2024a). Social criticism of Millennials in the democracy and Islamic Law perspectives. *Kne Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v9i2.14984>
- Jahang, M. M. D., & Sayuti, S. (2022). PEMAHAMAN WARTAWAN MEDIA ONLINE DI KABUPATEN MANGGARAI TENTANG KODE ETIK JURNALISTIK. *Ikra-Ith Humaniora Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 7(2), 36–50. <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v7i2.2291>
- Janah, F., & Yusuf, A. (2021). Etika Komunikasi di Media Sosial Melalui Prinsip SMART (Salam, Ma'ruf, dan Tabayyun) Perspektif Al-Quran. *Jawi*, 3(2). <https://doi.org/10.24042/jw.v3i2.8068>
- Jenuri, J., Suwarma, D. M., Parhan, M., Sartika, A., Ramdani, A. D., & Rahmah, F. A. (2021). Islamic Communication Ethics Towards Hoax Phenomenon on Social Media. *Dialogia*, 19(2), 515–534. <https://doi.org/10.21154/dialogia.v19i2.3446>
- Milana, R., & Swarnawati, A. (2022). Fenomena Hoaks Covid-19 di Media Sosial Pada Era Post-Truth. *Ettisal Journal of Communication*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.21111/ejoc.v7i1.7139>
- Mubarok, R., & Hamidah, T. (2022). Etika Berkomunikasi Dalam Menyikapi Berita Bohong di Media Sosial Perspektif Al-Quran Surat An-Nur. *Maghza Jurnal Ilmu Al-Qur an Dan Tafsir*, 7(2), 1–21. <https://doi.org/10.24090/maghza.v7i2.5189>
- Munawarah, M. (2021). Revitalisasi Prinsip Tabayyun dan Qaula Sadida. *Syams Jurnal Kajian Keislaman*, 2(2), 35–48. <https://doi.org/10.23971/js.v2i2.3868>
- Purnama, R. F. (2021). THE CONCEPT OF TABAYYUN IN THE QUR'AN: EFFORTS TO ADDRESS THE SPREAD OF INFORMATION ON SOCIAL MEDIA. *Jurnal At-Tibyan*

Jurnal Ilmu Alqur`an Dan Tafsir, 6(1), 40–58. <https://doi.org/10.32505/at-tibyan.v6i1.2372>

- Putri, M. L. F., Nasrullah, N., Jannah, N. U., & Nadhifah, N. (2024a). Konsep Tabayyun dalam Surat Al-Hujurat: Menyikapi Berita Hoax di Zaman Sekarang dari Perspektif Tafsir Ibnu Katsir. *Journal of International Multidisciplinary Research*, 2(11), 147–156. <https://doi.org/10.62504/jimr979>
- Putri, M. L. F., Nasrullah, N., Jannah, N. U., & Nadhifah, N. (2024b). Konsep Tabayyun dalam Surat Al-Hujurat: Menyikapi Berita Hoax di Zaman Sekarang dari Perspektif Tafsir Ibnu Katsir. *Journal of International Multidisciplinary Research*, 2(11), 147–156. <https://doi.org/10.62504/jimr979>
- Qadaruddin, M., & Bakri, W. (2022). Postmillennial Netizens' Reception of Da'wah Messages on Social Media. *Komunika Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 16(2), 117–128. <https://doi.org/10.24090/komunika.v16i2.6428>
- Rasit, R. M., Ghani, M. Z. Abd., Aini, Z., Ashaari, M. F., & Ashaari, N. S. (2022). Expert Consensus on Tabayyun (Clarification) Information Indicator For Muslim Netizens Through Fuzzy Delphi Methods. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(12). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v12-i12/15929>
- Ridlwan, M., & Khotijah, Y. S. (2021). The Thinking Process of Al Quran in Preventing Hoax. *Dialogia*, 19(2), 535–551. <https://doi.org/10.21154/dialogia.v19i2.3522>
- Riza, M. (2021). Information Literacy As An Implementation Of Tabayun Concept In Islam. *Tik Ilmeu Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 5(2), 201. <https://doi.org/10.29240/tik.v5i2.2866>
- Sholihah, A., & Idris, M. A. (2023). Alfred Jules Ayer's Logical Positivism: A Critical Examination and Its Relevance in Islamic Studies. *Jaqfi Jurnal Aqidah Dan Filsafat Islam*, 8(2), 150–171. <https://doi.org/10.15575/jaqfi.v8i2.11262>
- Suliyanti, S., Tahir, & Fansuri, F. (2024). ETIKA KOMUNIKASI ISLAM DALAM LAYANAN INFORMASI DI MEDIA SOSIAL. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Raushan Fikr*, 13(1), 162–173. <https://doi.org/10.24090/jimrf.v13i1.11018>
- Suryani, W., Kango, A., & Akifah, A. (2023). Constructing Trust in Media Through Islamic Values: Countering Hoaxes and Disinformation. *Al-Ulum*, 23(1), 21–39. <https://doi.org/10.30603/au.v23i1.3441>
- Susanti, M. (2023). TABAYYUN VALUES MANIFESTATION IN NAHDATUL ULAMA AND MUHAMMADIYAH IN ORGANISAZING THE INFORMATION AND COMMUNICATION IN JAMBI CITY. *International Journal of Islamic Education Research and Multiculturalism (Ijierm)*, 4(3), 245–263. <https://doi.org/10.47006/ijierm.v4i3.180>
- Syaefudin, M., & Wijayanti, R. I. (2022). Literasi Media Sosial di Kalangan Ibu-Ibu Pengajian Muslimat NU Dalam Menghindari Hoax. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 5(3), 597–605. <https://doi.org/10.30591/japhb.v5i3.3106>

