Jurnal Tapak Melayu
Vol.04 No.02. November 2026
DOI : https://doi.org/10.56783/tm.v4i02.472
Available online at https://jurnal.stainatuna.org/index.php/tapakmelayu

Etika Komunikasi Islam Dalam Menangkal Hoaks Dan Disinformasi Keagamaan Di Media Sosial

M. Jumadi
Institut Agama Islam Natuna
Jumadi.sedanau@gmail.com

Received : 31 Oktober, 2026
Revised : 1 November, 2026
Accepted : 2 November, 2026

Abstrak

Media sosial mempercepat pertukaran pesan keagamaan, tetapi pada saat yang sama membuka ruang bagi hoaks, disinformasi, fitnah, dan pemotongan konteks ajaran agama. Artikel ini bertujuan menganalisis prinsip etika komunikasi Islam dan merumuskan penerapannya untuk menangkal informasi keagamaan yang menyesatkan di media sosial. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi kepustakaan dengan analisis deskriptif-kritis terhadap literatur komunikasi, kajian disinformasi, sumber normatif Islam, dan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 24 Tahun 2017. Hasil kajian menunjukkan bahwa tabayyun, kejujuran (ṣidq), amanah, keadilan, tanggung jawab, dan kemaslahatan membentuk kerangka etis yang saling melengkapi. Implementasinya memerlukan verifikasi sumber dan konteks, kehati-hatian berbagi, koreksi tanpa mempermalukan, literasi digital, serta kolaborasi pendakwah, komunitas, platform, dan lembaga keagamaan. Kajian ini menawarkan model siklus etis tabayyun yang aplikatif bagi pengguna.

Kata kunci: *Etika Komunikasi Islam, Tabayyun, Hoaks, Disinformasi Keagamaan dan media Sosial.*

Pendahuluan

Perkembangan media sosial mengubah cara masyarakat memperoleh, memproduksi, dan menyebarkan pengetahuan keagamaan. Pesan dakwah, potongan ceramah, tafsir ayat, hadis, fatwa, hingga kabar tentang tokoh agama dapat beredar dalam hitungan detik melalui berbagai platform. Perubahan ini memberi peluang besar bagi pendidikan dan dakwah karena pengetahuan dapat diakses tanpa dibatasi ruang dan waktu. Namun, keterbukaan distribusi informasi juga mengurangi kendali atas konteks, akurasi, dan otoritas pesan. Sebuah kutipan dapat dipisahkan dari penjelasan utuhnya, gambar lama dapat diberi keterangan baru, sedangkan pendapat personal dapat ditampilkan seolah-olah sebagai ketetapan agama. Karena itu, persoalan komunikasi keagamaan digital tidak cukup dipahami sebagai persoalan teknologi, tetapi juga menyangkut tanggung jawab moral dalam menerima dan menyampaikan pesan.

Hoaks dan disinformasi keagamaan memiliki dampak yang khas karena menyentuh keyakinan, identitas kelompok, otoritas keagamaan, dan relasi sosial. Informasi keliru mengenai hukum ibadah, status halal-haram, konflik antarmazhab, tokoh agama, atau peristiwa keagamaan dapat memunculkan kecemasan, prasangka, permusuhan,

DOI : https://doi.org/10.56783/tm.v4i02.472
Available online at https://jurnal.stainatuna.org/index.php/tapakmelayu

bahkan tindakan diskriminatif. Istriyani dan Widiana (2016) menjelaskan bahwa hoaks di ruang maya dapat membentuk opini massa dan mengganggu kehidupan sosial, sedangkan Ahmad dan Hotimah (2018) membahas hoaks sebagai berita palsu yang dapat menimbulkan dampak hukum dan sosial. Dalam konteks keagamaan, kekeliruan dapat terjadi karena ketidaktahuan, fanatisme, kepentingan ekonomi-politik, atau strategi manipulasi. Karena itu, respons perlu membedakan kesalahan yang tidak disengaja dari penyebaran informasi palsu yang dilakukan dengan sengaja.

Masalah tersebut diperkuat oleh karakteristik media sosial yang memungkinkan informasi beredar dengan cepat, melintasi batas ruang, dan direproduksi oleh banyak akun. Istriyani dan Widiana (2016) menggambarkan media sosial sebagai ruang maya yang membentuk komunitas virtual sekaligus membuka peluang penyebaran informasi hoaks. Widodo et al. (2019) juga menguraikan bahwa hoaks yang beredar melalui aplikasi media sosial dapat berdampak pada berbagai bidang kehidupan masyarakat dan bernegara. Dalam konteks komunikasi keagamaan, kecepatan distribusi pesan dapat membuat kutipan ceramah, foto kegiatan, atau klaim tentang hukum agama tersebar sebelum sumber dan konteksnya diperiksa. Oleh karena itu, penanganannya tidak cukup hanya mengandalkan imbauan agar pengguna lebih berhati-hati, tetapi memerlukan kebiasaan verifikasi dan tanggung jawab komunikasi.

Di sisi lain, Islam memiliki landasan etis yang kuat dalam mengatur aktivitas komunikasi. Al-Qur'an memerintahkan orang beriman untuk memeriksa berita yang datang dari pihak yang tidak dapat dipercaya agar tidak mencelakakan orang lain karena ketidaktahuan (Q.S. al-Ḥujurāt [49]: 6). Prinsip ini dikenal luas sebagai tabayyun. Pesan tersebut bukan sekadar anjuran teknis untuk memeriksa fakta, melainkan tuntunan moral yang menghubungkan pengetahuan, kehati-hatian, dan konsekuensi sosial. Ayat-ayat lain juga mengajarkan perkataan yang benar (qawlan sadīdan), baik dan pantas (qawlan ma'rūfan), lembut (qawlan layyinan), serta menjauhi prasangka, mencari-cari kesalahan, dan menggunjing (Q.S. al-Aḥzāb [33]: 70; Q.S. al-Isrā' [17]: 53; Q.S. al-Ḥujurāt [49]: 12). Prinsip-prinsip tersebut relevan untuk komunikasi lisan maupun digital.

Etika komunikasi Islam tidak berhenti pada larangan menyampaikan kebohongan. Ia juga menuntut penilaian terhadap manfaat, konteks, cara penyampaian, hak pihak yang dibicarakan, dan kemungkinan dampak pesan. Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial menegaskan larangan menyebarkan hoaks, fitnah, ghibah, namimah, ujaran kebencian, dan konten yang menimbulkan permusuhan. Fatwa tersebut juga memberikan pedoman tabayyun dengan memeriksa sumber, isi, konteks waktu dan tempat, serta meminta klarifikasi kepada pihak yang memiliki otoritas atau kompetensi (Majelis Ulama Indonesia [MUI], 2017). Pedoman ini memperlihatkan bahwa verifikasi merupakan kewajiban etis yang disertai pertimbangan kemanfaatan dan kepantasan penyebaran.

Sejumlah kajian di Indonesia telah menghubungkan etika komunikasi Islam dengan fenomena hoaks. Istriyani dan Widiana (2016) menekankan pentingnya etika komunikasi Islam yang berlandaskan nilai Al- Qur'an dan hadis dalam menghadapi

DOI : https://doi.org/10.56783/tm.v4i02.472
Available online at https://jurnal.stainatuna.org/index.php/tapakmelayu

informasi bohong di ruang maya. Al-Walidah (2017) mengaitkan tabayyun dengan sikap kritis dalam menerima informasi, sedangkan Al-Ayyubi (2018) mengkaji etika bermedia sosial melalui perspektif hadis. Parhan et al. (2021) menunjukkan bahwa tabayyun, penyampaian informasi valid, dan penjagaan tutur kata merupakan langkah penting dalam menghadapi hoaks. Alamin dan Putri (2024) kemudian menghubungkan literasi digital Qur'ani dengan upaya preventif mereduksi hoaks. Meskipun demikian, masih diperlukan sintesis yang menjembatani prinsip normatif Islam dengan langkah operasional verifikasi digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini membahas tiga persoalan utama: bagaimana karakter hoaks dan disinformasi keagamaan di media sosial; prinsip-prinsip etika komunikasi Islam apa yang relevan untuk menangkalnya; dan bagaimana prinsip tersebut dapat diterapkan pada tingkat individu, komunitas, pendakwah, serta ekosistem platform. Artikel ini menggunakan studi kepustakaan, sehingga tidak dimaksudkan untuk mengukur prevalensi hoaks atau menguji hubungan sebab-akibat melalui data lapangan. Kontribusi yang ditawarkan ialah kerangka konseptual yang memadukan nilai tabayyun dan tanggung jawab komunikasi dengan praktik literasi informasi, pemeriksaan sumber, klarifikasi, dan koreksi publik.

Metode Penelitian

Artikel ini merupakan kajian kepustakaan dengan pendekatan kualitatif dan corak deskriptif-kritis. Bahan kajian dipilih secara purposif berdasarkan relevansinya dengan tiga ranah: (1) sumber normatif Islam yang berkaitan dengan verifikasi berita, kejujuran, amanah, keadilan, larangan fitnah, dan kemaslahatan; (2) literatur akademik Indonesia tentang hoaks, etika komunikasi Islam, perilaku bermedia, dan literasi digital; serta (3) pedoman kelembagaan yang relevan dengan perilaku bermedia sosial di Indonesia. Literatur utama meliputi artikel Istriyani dan Widiana (2016), Al-Walidah (2017), Al-Ayyubi (2018), Ahmad dan Hotimah (2018), Afriani dan Azmi (2020), Parhan et al. (2021), serta Alamin dan Putri (2024), disertai Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 24 Tahun 2017.

Analisis dilakukan melalui tiga tahap. Pertama, identifikasi konsep untuk membedakan misinformasi, disinformasi, malinformasi, dan ragam konten palsu. Kedua, interpretasi normatif dengan mengelompokkan nilai komunikasi Islam ke dalam prinsip verifikasi, kebenaran, amanah, keadilan, tanggung jawab, dan kemaslahatan. Ketiga, sintesis aplikatif dengan menghubungkan prinsip-prinsip tersebut pada tahapan menerima, memeriksa, memutuskan, menyebarkan, dan mengoreksi informasi. Karena penelitian ini berbasis pustaka, istilah "hasil kajian" merujuk pada hasil sintesis konseptual, bukan hasil eksperimen atau survei. Penafsiran ayat digunakan sebagai landasan etis umum dan tidak dimaksudkan menggantikan kajian tafsir yang mendalam atau penetapan hukum oleh otoritas keagamaan.

Pembahasan

Jurnal Tapak Melayu
Vol.04 No.02. November 2026
DOI : https://doi.org/10.56783/tm.v4i02.472
Available online at https://jurnal.stainatuna.org/index.php/tapakmelayu

A. Hoaks dan Disinformasi Keagamaan sebagai Masalah Komunikasi Digital

Hoaks sering digunakan sebagai istilah umum untuk menyebut informasi palsu yang beredar di ruang publik. Dalam konteks Indonesia, Istriyani dan Widiana (2016) menggambarkan hoaks sebagai informasi bohong yang digunakan untuk menarik opini massa dan dapat hadir dalam bentuk gambar, foto, video, kartun, maupun berita. Ahmad dan Hotimah (2018) menjelaskan bahwa hoaks merupakan pesan palsu yang berupaya menipu atau memengaruhi pembaca agar mempercayai informasi yang tidak memiliki dasar. Pengertian tersebut memperlihatkan bahwa penilaian terhadap konten keagamaan perlu dimulai dengan pertanyaan: bagian mana yang tidak benar, dari mana informasi berasal, siapa yang menyebarkannya, dan apakah terdapat bukti yang dapat diperiksa.

Dalam praktiknya, informasi bermasalah dapat muncul dalam beberapa bentuk. Pertama, kekeliruan yang diteruskan karena pengguna mengira pesan tersebut benar. Kedua, fabrikasi atau manipulasi yang sengaja dibuat untuk menipu, memperoleh dukungan, atau menyerang kelompok lain. Ketiga, informasi yang benar tetapi dipotong dari konteks atau disebarkan untuk mempermalukan pihak tertentu. Pembedaan ini merupakan kerangka analitis untuk membaca motif dan dampak, bukan kategori hukum yang otomatis menentukan kesalahan seseorang. Al-Ayyubi (2018) mengingatkan bahwa ruang media sosial dapat dipenuhi provokasi, fitnah, ujaran kebencian, dan pemberitaan bohong; karena itu, pemeriksaan terhadap isi dan konteks pesan menjadi bagian penting dari etika bermedia.

Konten keagamaan yang menyesatkan dapat berbentuk hadis tanpa sumber, ayat yang dipotong dari konteks, fatwa yang sudah dicabut atau tidak berlaku, foto kegiatan lama yang diberi narasi baru, klaim bahwa suatu kelompok telah melakukan tindakan tertentu tanpa bukti, hingga kutipan tokoh yang direkayasa. Ada pula konten yang memadukan fakta dan opini sehingga pembaca sulit membedakan keduanya. Sebagian pesan memakai bahasa ancaman spiritual, seperti menyatakan bahwa orang yang tidak meneruskan pesan akan tertimpa musibah, atau menjanjikan pahala tertentu tanpa dasar yang jelas. Bentuk-bentuk tersebut menunjukkan bahwa otoritas agama dapat dipinjam sebagai alat untuk meningkatkan daya persuasif informasi.

Karakter media sosial membuat persoalan semakin kompleks. Pengguna bukan hanya penerima pesan, melainkan juga kurator, komentator, dan distributor. Tombol bagikan memungkinkan seseorang menyebarkan pesan tanpa membaca sumber aslinya. Potongan video singkat juga dapat menghilangkan pertanyaan, sanggahan, atau penjelasan yang mendahului dan mengikutinya. Dalam lingkungan seperti ini, popularitas tidak identik dengan kebenaran. Banyaknya tanda suka, komentar, atau jumlah pengikut hanya menunjukkan tingkat keterlibatan, bukan validitas dalil atau akurasi peristiwa.

Penyebaran informasi salah juga berkaitan dengan perilaku pengguna dan karakter ruang digital. Parhan et al. (2021) mencatat bahwa hoaks dapat menimbulkan kepanikan, kesalahpahaman, kebencian, fitnah, dan perpecahan di tengah masyarakat.

Jurnal Tapak Melayu
Vol.04 No.02. November 2026
DOI : https://doi.org/10.56783/tm.v4i02.472
Available online at https://jurnal.stainatuna.org/index.php/tapakmelayu

Afriani dan Azmi (2020), melalui kajian terhadap komunikasi dalam grup WhatsApp mahasiswa, menunjukkan pentingnya penerapan etika dalam mengelola pesan, teks, audio, video, gambar, dan dokumen yang dibagikan. Temuan-temuan tersebut mengingatkan bahwa pesan yang diteruskan dalam grup keluarga, komunitas, atau keagamaan tetap memiliki konsekuensi sosial. Karena itu, respons emosional dan dorongan untuk segera membagikan informasi perlu dikendalikan melalui kebiasaan memeriksa sumber dan konteks.

Penyebaran hoaks bukan hanya persoalan individu yang mudah tertipu, tetapi juga persoalan ekosistem komunikasi. Widodo et al. (2019) membahas dampak hoaks terhadap kehidupan bermasyarakat dan bernegara, sedangkan Yusuf (2019) menunjukkan pentingnya penguatan kapasitas jurnalistik warga di lingkungan pesantren sebagai salah satu upaya menghadapi narasi bohong. Dengan demikian, penanganan hoaks keagamaan perlu memperhatikan kemampuan pengguna, kualitas informasi yang diproduksi, peran komunitas, dan tersedianya saluran klarifikasi yang dapat dipercaya. Semua pengguna tidak dapat serta-merta dicap sebagai penyebar hoaks; yang diperlukan ialah standar verifikasi yang konsisten dan ruang koreksi yang terbuka.

Karena itu, penanganan hoaks keagamaan harus membedakan kesalahan yang tidak disengaja dari manipulasi yang disengaja, sekaligus memperhatikan struktur yang memungkinkan konten menyesatkan memperoleh perhatian. Respons yang hanya menyalahkan pengguna tidak memadai. Diperlukan literasi digital, mekanisme klarifikasi dari lembaga yang kompeten, budaya koreksi, transparansi sumber, dan kebijakan platform yang tidak memberi insentif berlebihan kepada konten provokatif.

B. Landasan Etika Komunikasi Islam

Prinsip pertama adalah tabayyun, yakni memeriksa dan menjelaskan kebenaran informasi sebelum mengambil sikap atau menyebarkannya. Q.S. al-Ḥujurāt [49]: 6 memerintahkan verifikasi berita agar suatu kaum tidak dirugikan karena tindakan yang didasarkan pada ketidaktahuan. Ayat ini mengandung dimensi epistemologis dan sosial. Dimensi epistemologis menuntut kehati-hatian dalam memperoleh pengetahuan; dimensi sosial mengingatkan bahwa keputusan berdasarkan informasi salah dapat mencederai orang lain. Dengan demikian, tabayyun bukan sekadar aktivitas mencari pembenaran atas keyakinan sendiri, melainkan kesediaan menguji informasi, termasuk informasi yang sesuai dengan pandangan pribadi.

Tabayyun perlu dipahami sebagai proses, bukan slogan. Pengguna perlu menelusuri sumber pertama, memeriksa apakah sumber tersebut memiliki kapasitas dan rekam jejak yang layak, membandingkan isi pesan dengan dokumen atau keterangan otoritatif, memeriksa waktu dan konteks, serta meminta klarifikasi bila diperlukan. MUI (2017) memberikan pedoman agar pengguna memeriksa sumber, isi, dan konteks informasi sebelum menyebarkannya. Istriyani dan Widiana (2016) juga menekankan pentingnya memastikan kejelasan sumber, identitas penulis, dan kebaruan

Jurnal Tapak Melayu
Vol.04 No.02. November 2026
DOI : https://doi.org/10.56783/tm.v4i02.472
Available online at https://jurnal.stainatuna.org/index.php/tapakmelayu

informasi. Penerapan ini sangat penting dalam isu agama karena satu kutipan dapat benar secara tekstual tetapi keliru dalam penerapan atau konteksnya.

Prinsip kedua adalah ṣidq atau kejujuran. Kejujuran menuntut komunikator menyampaikan hal yang diketahui benar dan tidak mengubah fakta demi kepentingan tertentu. Q.S. al-Aḥzāb [33]: 70 memerintahkan orang beriman untuk bertakwa dan mengucapkan perkataan yang benar. Dalam praktik digital, ṣidq berarti tidak membuat judul menipu, tidak mengedit gambar untuk membangun kesan palsu, tidak mengutip dalil secara selektif, dan tidak menyatakan dugaan sebagai fakta. Kejujuran juga berarti mengakui keterbatasan pengetahuan. Jika belum mengetahui status suatu hadis atau fatwa, pengguna seharusnya menyatakan belum dapat memastikan, bukan membuat kepastian semu.

Prinsip ketiga adalah amanah dan tanggung jawab. Informasi yang diterima seseorang merupakan titipan pengetahuan yang harus dikelola secara bertanggung jawab. Tanggung jawab tidak berhenti pada niat baik. Seseorang mungkin berniat mengingatkan umat, tetapi jika ia menyebarkan kabar yang belum teruji dan kabar itu menimbulkan kepanikan, dampaknya tetap harus diperhitungkan. MUI (2017) menekankan bahwa pengguna media sosial harus memperhatikan kebenaran, kemanfaatan, dan kepatutan informasi. Dewi (2019) juga menggarisbawahi bahwa komunikasi Islam seharusnya mengarah pada kemaslahatan dan kemuliaan antara komunikator dan komunikan. Artinya, etika komunikasi menilai bukan hanya kebenaran proposisi, melainkan juga kepatutan publikasi dan akibat yang mungkin timbul.

Prinsip keempat adalah keadilan (‘adl) dan larangan berbuat zalim melalui komunikasi. Informasi mengenai seseorang atau kelompok tidak boleh disampaikan dengan menghilangkan bukti yang meringankan, mengabaikan hak jawab, atau menuduh tanpa dasar. Q.S. al-Ḥujurāt [49]: 12 melarang prasangka yang tidak berdasar, mencari-cari kesalahan, dan menggunjing. Dalam ruang digital, larangan tersebut relevan terhadap penyebaran tangkapan layar privat, pembongkaran aib, perundungan, serta penghakiman massal. Kritik terhadap pendapat atau tindakan tetap dimungkinkan, tetapi harus berbasis bukti, proporsional, dan tidak merendahkan martabat manusia.

Prinsip kelima adalah qaulan ma‘rūfan, qaulan sadīdan, dan qaulan layyinan, yakni komunikasi yang baik, benar, dan lembut. Ketiganya memperlihatkan bahwa etika Islam mengatur substansi sekaligus cara menyampaikan pesan. Koreksi terhadap hoaks tidak boleh berubah menjadi penghinaan terhadap orang yang keliru membagikannya. Pengguna yang dipermalukan di ruang publik dapat menjadi defensif dan menolak koreksi. Sebaliknya, penjelasan yang jelas, santun, dan disertai bukti dapat membuka ruang belajar. Kesantunan bukan berarti membiarkan kebohongan, melainkan menolak kebohongan tanpa memproduksi kebencian baru.

Prinsip keenam adalah kemaslahatan. Informasi perlu dinilai berdasarkan manfaat dan potensi mudaratnya bagi individu maupun masyarakat. Konten yang benar tetapi

Jurnal Tapak Melayu
Vol.04 No.02. November 2026
DOI : https://doi.org/10.56783/tm.v4i02.472
Available online at https://jurnal.stainatuna.org/index.php/tapakmelayu

membuka data pribadi, memicu kekerasan, atau memperuncing konflik mungkin tidak patut disebarkan secara luas. Sebaliknya, klarifikasi yang akurat dan proporsional dapat mencegah kerugian. Dalam kerangka ini, komunikasi Islam tidak hanya berorientasi pada kebebasan menyampaikan pesan, tetapi juga pada perlindungan kehormatan, persaudaraan, ketenteraman, dan kepentingan publik.

Prinsip-prinsip tersebut saling berkaitan. Tabayyun menjaga proses memperoleh pengetahuan; ṣidq menjaga isi pesan; amanah dan tanggung jawab mengatur tindakan komunikator; keadilan melindungi pihak yang dibicarakan; qaulan ma'rūfan, sadīdan, dan layyinan mengarahkan cara penyampaian; sedangkan kemaslahatan menjadi pertimbangan dampak. Jika salah satu prinsip diabaikan, komunikasi dapat tetap bermasalah. Informasi yang benar, misalnya, dapat disebarkan dengan cara yang tidak adil; koreksi yang faktual dapat disampaikan dengan penghinaan; atau pesan yang tampak bermanfaat dapat ternyata berasal dari sumber yang tidak dapat dipercaya.

C. Integrasi Tabayyun dengan Verifikasi Informasi Digital

Tabayyun dapat dioperasionalkan melalui alur pemeriksaan yang sederhana tetapi disiplin. Tahap pertama ialah menahan dorongan untuk langsung membagikan. Ketika menerima pesan yang mengejutkan, mengandung ancaman, menyudutkan kelompok, atau menjanjikan ganjaran agama tertentu, pengguna sebaiknya berhenti sejenak. Jeda ini memberi kesempatan untuk membaca isi pesan secara utuh dan menilai apakah klaimnya masuk akal. Al-Walidah (2017) menghubungkan tabayyun dengan sikap berpikir kritis dalam menghadapi hoaks, sedangkan Alamin dan Putri (2024) menempatkan literasi digital Qur'ani sebagai upaya preventif untuk membangun keterampilan, etika, dan keamanan dalam menggunakan media digital.

Tahap kedua ialah memeriksa asal-usul pesan. Pengguna perlu mencari siapa pembuat awal konten, apakah akun tersebut resmi, apakah identitas penulis atau penceramah dapat diverifikasi, dan apakah tautan mengarah ke sumber primer. Nama lembaga yang dicantumkan pada gambar belum membuktikan bahwa lembaga tersebut benar-benar menerbitkan informasi. Jika pesan mengatasnamakan organisasi keagamaan, periksa situs atau kanal resmi organisasi itu. Jika mengutip pernyataan ulama, cari rekaman atau tulisan utuh, bukan hanya poster yang beredar ulang.

Tahap ketiga ialah memeriksa substansi. Untuk klaim hadis, pengguna perlu menelusuri kitab, nomor atau letak riwayat, kualitas hadis menurut ahli hadis, serta penjelasan ulama yang relevan. Untuk klaim ayat, periksa teks Arab, terjemahan, konteks ayat, dan penjelasan tafsir. Untuk klaim fatwa, periksa lembaga penerbit, nomor, tanggal, ruang lingkup, dan apakah dokumen yang beredar merupakan naskah lengkap. Pengguna awam tidak harus memutuskan sendiri persoalan keilmuan yang rumit; ia dapat meminta penjelasan dari ahli yang memiliki kompetensi. Verifikasi bukan berarti semua orang harus menjadi pakar, tetapi setiap orang bertanggung jawab mengetahui batas pengetahuannya.

Tahap keempat ialah memeriksa konteks waktu, tempat, dan peristiwa. Foto kerumunan pada sebuah acara keagamaan mungkin benar, tetapi keterangan bahwa

Jurnal Tapak Melayu
Vol.04 No.02. November 2026
DOI : https://doi.org/10.56783/tm.v4i02.472
Available online at https://jurnal.stainatuna.org/index.php/tapakmelayu

foto itu diambil kemarin di lokasi tertentu bisa keliru. Potongan ceramah dapat memuat kalimat asli, tetapi maknanya berubah ketika pertanyaan dan penjelasan setelahnya dihilangkan. Informasi yang pernah benar juga dapat menjadi tidak relevan karena keputusan atau kebijakan telah berubah. Karena itu, tanggal publikasi, tanggal peristiwa, lokasi, dan konteks pembicaraan perlu diperiksa.

Tahap kelima ialah melakukan triangulasi, yaitu membandingkan klaim dengan beberapa sumber independen dan relevan. Banyaknya akun yang mengulang satu pesan tidak selalu berarti ada banyak sumber; seluruh akun mungkin hanya menyalin satu unggahan. Sumber pembanding sebaiknya berasal dari dokumen primer, lembaga yang berwenang, media kredibel, atau ahli yang kompeten. Wahyudin dan Karimah (2016) menekankan pentingnya dialog yang sehat, rasional, dan bertanggung jawab di media sosial. Dalam isu keagamaan, triangulasi juga dapat dilakukan dengan membandingkan kutipan dengan sumber kitab, dokumen fatwa, rekaman ceramah lengkap, atau keterangan lembaga yang disebut dalam pesan.

Tahap keenam ialah menilai kelayakan berbagi. Setelah informasi dinilai benar, pengguna tetap perlu bertanya apakah pesan itu bermanfaat, relevan, tidak melanggar privasi, tidak memicu fitnah, dan layak diketahui publik. Pertanyaan ini menghubungkan verifikasi faktual dengan etika Islam. Tidak semua informasi yang benar harus diumumkan. Misalnya, kabar tentang masalah pribadi seseorang mungkin benar, tetapi penyebarannya tidak memiliki kepentingan publik dan justru mempermalukan. Dalam situasi seperti itu, menahan diri merupakan tindakan etis.

Tahap terakhir ialah menyimpan jejak sumber dan memperbarui penilaian jika muncul bukti baru. Pengguna dapat mencantumkan tautan dokumen resmi, tanggal akses, dan penjelasan singkat tentang apa yang telah diverifikasi. Jika kemudian diketahui bahwa informasi yang dibagikan salah, ia perlu mengoreksi unggahan dengan jangkauan yang sepadan, bukan sekadar menghapusnya diam-diam. Koreksi terbuka membantu mengurangi dampak kesalahan dan memperlihatkan bahwa integritas lebih penting daripada mempertahankan citra diri.

D. Strategi Menangkal Hoaks pada Berbagai Tingkat

Pada tingkat individu, strategi utama adalah membangun disiplin konsumsi informasi. Pengguna perlu membedakan fakta, opini, tafsir, dugaan, dan ajakan. Ia juga perlu menghindari keputusan berdasarkan judul, cuplikan, atau pesan berantai. Kebiasaan membaca isi secara utuh, memeriksa tanggal, mencari sumber primer, dan membandingkan informasi merupakan bentuk literasi yang dapat dilatih. Pengguna dapat menerapkan aturan sederhana: jangan membagikan konten yang belum dipahami, tidak diketahui sumbernya, atau hanya mengandalkan kalimat provokatif. Sikap ini bukan sikap pasif, melainkan tanggung jawab untuk tidak menjadi mata rantai penyebaran informasi salah.

Pada tingkat keluarga dan komunitas, literasi informasi perlu dibangun melalui dialog, bukan hanya teguran. Grup percakapan keluarga, komunitas masjid, majelis taklim, dan organisasi pemuda dapat menyepakati kebiasaan untuk menyertakan sumber ketika

DOI : https://doi.org/10.56783/tm.v4i02.472
Available online at https://jurnal.stainatuna.org/index.php/tapakmelayu

membagikan informasi agama. Admin grup dapat mengingatkan anggota agar tidak meneruskan pesan yang belum jelas, menyediakan kanal klarifikasi, dan menghapus konten yang terbukti palsu dengan penjelasan yang memadai. Jika anggota melakukan kesalahan, koreksi secara pribadi dapat diprioritaskan agar tidak menimbulkan rasa malu yang tidak perlu. Namun, apabila informasi salah telah menyebar luas, klarifikasi publik juga diperlukan.

Pada tingkat pendakwah dan tokoh agama, kredibilitas perlu dijaga melalui transparansi rujukan. Penceramah yang mengutip ayat atau hadis sebaiknya menyebut sumber dengan tepat, membedakan dalil yang kuat dari riwayat yang diperselisihkan, serta memberi konteks ketika menyederhanakan materi untuk video singkat. Pendakwah juga perlu menghindari judul sensasional yang mengorbankan ketepatan pesan. Jika terjadi kekeliruan, pengakuan dan koreksi terbuka justru memperkuat kepercayaan. Otoritas keagamaan tidak seharusnya digunakan untuk menutup ruang pertanyaan atau mengintimidasi orang yang meminta bukti.

Pada tingkat lembaga keagamaan, diperlukan kanal klarifikasi yang mudah diakses dan responsif. Lembaga dapat menyediakan halaman tanya-jawab, daftar tautan fatwa resmi, penjelasan terhadap isu yang sedang ramai, serta format konten klarifikasi yang mudah dibagikan. Kolaborasi antara ahli agama, akademisi komunikasi, jurnalis, dan pemeriksa fakta akan membantu menjawab persoalan yang melibatkan teks keagamaan sekaligus konteks sosial. Yusuf (2019) menunjukkan bahwa pengembangan keterampilan jurnalistik santri dapat meningkatkan kapasitas komunitas pesantren untuk menghasilkan informasi dan produk jurnalistik yang kritis serta responsif. Penguatan kelembagaan dapat membuat prinsip tabayyun lebih mudah diterapkan oleh masyarakat.

Pada tingkat platform digital, tanggung jawab tidak dapat sepenuhnya dibebankan kepada pengguna. Platform perlu menyediakan mekanisme pelaporan yang mudah, transparansi moderasi, label konteks untuk konten yang telah diperiksa, dan pembatasan penyebaran berulang pada konten yang terbukti menyesatkan. Kebijakan tersebut harus memperhatikan kebebasan berekspresi dan menghindari penghapusan sewenang-wenang terhadap perbedaan pendapat keagamaan. Kritik, perbedaan tafsir, dan diskusi ilmiah tidak boleh otomatis dianggap sebagai disinformasi. Yang menjadi sasaran penanganan ialah pemalsuan fakta, manipulasi sumber, penipuan, atau konten yang melanggar aturan yang berlaku.

Pada tingkat pendidikan, literasi digital dan etika komunikasi Islam dapat diintegrasikan dalam pembelajaran agama, pendidikan kewargaan, dan pendidikan media. Peserta didik dapat dilatih menganalisis contoh pesan, menemukan sumber asli, mengidentifikasi konteks yang hilang, dan menulis klarifikasi yang santun. Pembelajaran sebaiknya tidak hanya memberi daftar ciri hoaks, tetapi juga mengembangkan kebiasaan berpikir kritis dan tanggung jawab sosial. Dengan demikian, tabayyun menjadi kompetensi praktis, bukan sekadar istilah yang dihafalkan.

Jurnal Tapak Melayu
Vol.04 No.02. November 2026
DOI : https://doi.org/10.56783/tm.v4i02.472
Available online at https://jurnal.stainatuna.org/index.php/tapakmelayu

Fatwa MUI Nomor 24 Tahun 2017 dapat menjadi rujukan normatif dalam konteks Indonesia karena memuat ketentuan dan pedoman bermuamalah melalui media sosial. Fatwa tersebut menekankan larangan menyebarkan informasi bohong, fitnah, ghibah, namimah, ujaran kebencian, serta kewajiban memperhatikan kebenaran, manfaat, konteks, dan kepantasan informasi (MUI, 2017). Penggunaannya dalam pendidikan publik perlu disertai penjelasan yang kontekstual agar masyarakat memahami alasan etis di balik ketentuan, bukan sekadar menghafal larangan.

E. Tantangan Penerapan Etika Komunikasi Islam

Tantangan pertama ialah bias konfirmasi, yaitu kecenderungan menerima informasi yang sesuai dengan keyakinan dan menolak informasi yang bertentangan. Dalam isu agama, bias ini dapat muncul ketika seseorang lebih percaya pada konten yang menguatkan identitas kelompoknya, meskipun sumbernya lemah. Upaya mengatasinya bukan dengan menuntut pengguna menjadi netral tanpa keyakinan, melainkan dengan membiasakan standar pembuktian yang konsisten. Informasi yang mendukung kelompok sendiri tetap harus diverifikasi sebagaimana informasi yang mengkritiknya.

Tantangan kedua ialah otoritas semu. Tampilan profesional, gelar akademik yang tidak jelas, pakaian keagamaan, atau penggunaan istilah Arab dapat memberi kesan otoritatif. Padahal, penampilan bukan pengganti kompetensi dan rujukan. Pengguna perlu memeriksa rekam jejak, bidang keahlian, afiliasi, dan sumber pernyataan. Pada saat yang sama, verifikasi otoritas harus dilakukan secara adil dan tidak menjadi alasan menyerang pribadi seseorang.

Tantangan ketiga ialah kecepatan dan tekanan sosial. Pesan berantai sering menggunakan kalimat seperti “sebarkan sebelum dihapus” atau “jangan sampai umat tidak tahu”. Bahasa mendesak dapat membuat pengguna merasa berdosa jika tidak meneruskan pesan. Padahal, kewajiban moral tidak dapat dibangun di atas ancaman yang tidak memiliki dasar. Menunda penyebaran untuk memeriksa kebenaran justru sejalan dengan tabayyun dan tanggung jawab.

Tantangan keempat ialah kompleksitas pengetahuan agama. Perbedaan pendapat ulama, variasi mazhab, dan perbedaan metode istinbat tidak selalu dapat disederhanakan menjadi benar versus salah. Hoaks perlu dibedakan dari ikhtilaf yang sah. Perbedaan pendapat yang disertai dalil dan metode keilmuan tidak boleh diberi label disinformasi hanya karena tidak sesuai dengan pandangan tertentu. Karena itu, klarifikasi isu agama harus melibatkan orang yang memahami bidang kajiannya dan menghindari generalisasi.

Tantangan kelima ialah ekonomi perhatian. Konten yang memancing kemarahan, ketakutan, atau rasa unggul kelompok dapat memperoleh interaksi tinggi. Jika keberhasilan kreator diukur terutama dari jumlah tayangan, ada risiko bahwa pesan yang sensasional lebih diprioritaskan daripada penjelasan yang teliti. Di sini diperlukan etika produksi konten: judul harus mewakili isi, kutipan harus utuh, sumber harus ditampilkan, dan ketidakpastian harus dijelaskan. Keberhasilan dakwah digital

DOI : https://doi.org/10.56783/tm.v4i02.472
Available online at https://jurnal.stainatuna.org/index.php/tapakmelayu

semestinya tidak hanya diukur dari viralitas, tetapi juga dari ketepatan, kedalaman, dan dampak sosialnya.

Tantangan keenam adalah risiko koreksi yang justru memperluas hoaks. Membantah suatu informasi dengan mengunggah ulang gambar atau video palsu secara penuh dapat membuat konten itu semakin dikenal. Koreksi sebaiknya menyebut klaim secara ringkas, memberi label bahwa klaim tersebut keliru, menyajikan bukti yang lebih kuat, dan mengarahkan pembaca ke sumber tepercaya. Identitas penyebar awal tidak perlu diumbar jika tidak relevan dengan kepentingan publik. Pendekatan ini menggabungkan prinsip tabayyun dengan perlindungan martabat manusia.

Tantangan terakhir ialah keterbatasan akses dan kesenjangan literasi. Tidak semua pengguna memiliki waktu, kemampuan bahasa, atau keterampilan teknis untuk memeriksa dokumen dan sumber akademik. Karena itu, lembaga keagamaan dan pendidikan perlu menyediakan klarifikasi dengan bahasa sederhana, format audio-visual yang mudah diakses, dan rujukan yang dapat ditelusuri. Penyederhanaan bahasa tidak boleh menghilangkan akurasi. Konten edukasi yang baik dapat menjelaskan inti masalah sekaligus memberi tautan menuju sumber lengkap.

F. Model Sintesis: Siklus Etis Tabayyun

Berdasarkan sintesis literatur dan prinsip normatif di atas, penangkalan hoaks keagamaan dapat dirumuskan sebagai siklus etis tabayyun yang terdiri atas enam langkah: (1) jeda, yaitu menahan reaksi dan tidak langsung membagikan; (2) telusur, yaitu menemukan sumber awal dan identitas pembuat; (3) uji, yaitu memeriksa isi, dalil, bukti, waktu, tempat, dan konteks; (4) konsultasi, yaitu meminta klarifikasi kepada pihak yang kompeten ketika persoalan melampaui kapasitas pribadi; (5) timbang, yaitu menilai manfaat, privasi, keadilan, dan potensi mudarat sebelum publikasi; serta (6) koreksi, yaitu memperbaiki informasi yang telanjur salah dengan cara yang santun dan terbuka. Siklus ini menggabungkan unsur epistemik, moral, dan sosial dalam satu prosedur.

Siklus tersebut tidak harus diterapkan secara kaku atau selalu memerlukan waktu yang panjang. Untuk informasi sederhana, pemeriksaan sumber dan tanggal mungkin sudah cukup. Untuk klaim hukum agama, hadis, atau tuduhan terhadap kelompok tertentu, pemeriksaan harus lebih mendalam dan melibatkan otoritas yang relevan. Prinsip utamanya ialah proporsionalitas: semakin besar potensi dampak sebuah klaim, semakin tinggi standar verifikasi yang diperlukan. Tuduhan yang dapat merusak reputasi seseorang atau memicu konflik antarkelompok harus ditangani dengan kehati-hatian lebih besar daripada informasi ringan yang tidak berdampak luas.

Model ini juga menempatkan koreksi sebagai bagian dari etika, bukan tanda kegagalan. Dalam ekosistem informasi yang cepat berubah, seseorang dapat keliru meskipun telah berusaha berhati-hati. Yang membedakan komunikator bertanggung jawab ialah kesediaannya memperbarui penilaian ketika bukti berubah, meminta maaf kepada pihak yang dirugikan, dan tidak mengulangi kesalahan. Sikap tersebut selaras dengan

DOI : https://doi.org/10.56783/tm.v4i02.472
Available online at https://jurnal.stainatuna.org/index.php/tapakmelayu

tanggung jawab moral dalam komunikasi Islam dan membantu membangun budaya digital yang mengutamakan kebenaran daripada gengsi.

Penutup

Kajian ini menunjukkan bahwa hoaks dan disinformasi keagamaan merupakan persoalan komunikasi yang melibatkan ketidakakuratan informasi, motif penyebaran, karakter platform, emosi pengguna, serta otoritas keagamaan. Informasi menyesatkan dapat hadir sebagai hadis palsu, ayat yang dipotong dari konteks, fatwa yang dimanipulasi, gambar lama dengan narasi baru, atau tuduhan terhadap kelompok tertentu. Karena menyentuh keyakinan dan identitas, dampaknya dapat meluas dari kesalahpahaman individu menjadi prasangka, konflik, dan kerusakan hubungan sosial.

Etika komunikasi Islam menyediakan landasan untuk menangkal persoalan tersebut melalui tabayyun, ṣidq, amanah, keadilan, tanggung jawab, kesantunan, dan kemaslahatan. Tabayyun menjadi prinsip kunci karena mengharuskan pemeriksaan sebelum mengambil sikap atau menyebarkan pesan. Namun, tabayyun harus dipadukan dengan kejujuran dalam menyampaikan hasil pemeriksaan, tanggung jawab atas dampak pesan, keadilan terhadap pihak yang dibicarakan, serta pertimbangan apakah informasi layak dipublikasikan.

Secara praktis, prinsip tersebut dapat diterapkan melalui siklus jeda, telusur, uji, konsultasi, timbang, dan koreksi. Pelaksanaannya membutuhkan peran bersama: individu membangun kebiasaan verifikasi; keluarga dan komunitas menciptakan budaya berbagi yang bertanggung jawab; pendakwah mencantumkan rujukan dan mengoreksi kekeliruan; lembaga keagamaan menyediakan klarifikasi yang mudah diakses; lembaga pendidikan mengembangkan literasi digital; dan platform memperbaiki tata kelola konten secara transparan. Penanganan hoaks tidak boleh menghapus ruang perbedaan pendapat yang sah atau menjadikan label disinformasi sebagai alat membungkam kritik.

Dengan demikian, menangkal hoaks keagamaan bukan semata-mata pekerjaan teknis memeriksa fakta, melainkan praktik ibadah sosial yang menuntut kehati-hatian, kejujuran, dan tanggung jawab. Keterbatasan artikel ini terletak pada penggunaan data kepustakaan sehingga belum menguji efektivitas model siklus tabayyun pada komunitas atau platform tertentu. Penelitian selanjutnya dapat menguji penerapan model tersebut melalui studi lapangan, analisis konten, atau eksperimen literasi digital pada kelompok pengguna media sosial yang berbeda.

Rujukan

Afriani, F., & Azmi, A. (2020). Penerapan etika komunikasi di media sosial: Analisis pada grup WhatsApps mahasiswa PPKn tahun masuk 2016 Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang. Journal of Civic Education, 3(3), 331–338. https://doi.org/10.24036/jce.v3i3.372

Ahmad, S., & Hotimah, H. (2018). Hoaks dalam kajian pemikiran Islam dan hukum positif. SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i, 5(3), 291–306. https://doi.org/10.15408/sjsbs.v5i3.10366

Al-Ayyubi, M. Z. (2018). Etika bermedia sosial dalam menyikapi pemberitaan bohong (hoax) perspektif hadis. Jurnal Studi Ilmu-ilmu Al-Qur'an dan Hadis, 19(2), 148–166. https://doi.org/10.14421/qh.2018.1902-02

Alamin, N., & Putri, L. A. (2024). Literasi digital Qur'ani sebagai upaya preventif mereduksi hoaks. Jurnal Ilmu Komunikasi, 13(1), 81–92. https://doi.org/10.35967/jkms.v13i1.7560

Al-Walidah, I. (2017). Tabayyun di era generasi millennial. Jurnal Living Hadis, 2(2), 317–344. https://doi.org/10.14421/livinghadis.2017.1359

Dewi, M. S. R. (2019). Islam dan etika bermedia: Kajian etika komunikasi netizen di media sosial Instagram dalam perspektif Islam. Research Fair Unisri, 3(1), 139–142. https://doi.org/10.33061/rsfu.v3i1.2574

Istriyani, R., & Widiana, N. H. (2016). Etika komunikasi Islam vs hoax di dunia maya. Jurnal Ilmu Dakwah, 36(2), 288–315. https://doi.org/10.21580/jid.v36i2.1774

Majelis Ulama Indonesia. (2017). Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 24 Tahun 2017 tentang hukum dan pedoman bermuamalah melalui media sosial. https://mui.or.id/public/storage/fatwa/b5bb85632664dcf56b05eb9dd0d224d6-lampiran.pdf

Parhan, M., Jenuri, J., & Islamy, M. R. F. (2021). Media sosial dan fenomena hoax: Tinjauan Islam dalam etika berkomunikasi. Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi, 5(1), 59–80. https://doi.org/10.15575/cjik.v5i1.12887

Wahyudin, U., & Karimah, K. E. (2016). Etika komunikasi di media sosial. Dalam Prosiding Seminar Nasional Komunikasi 2016 (hlm. 216–224). Universitas Lampung.

Widodo, W., Budoyo, S., Pratama, T. G. W., & Soeprijanto, T. (2019). Hoax di Indonesia: Suatu kajian. Jurnal Meta-Yuridis, 2(1).

Yusuf, A. F. (2019). Jurnalisme santri melawan hoaks. Sosio Dialektika: Jurnal Ilmu Sosial Humaniora, 4(1), 1–11. https://doi.org/10.31942/sd.v4i1.2999