

PENGUNAAN TIKTOK PADA MAHASANTRI MA'HAD AL JAMIAH UINSU TINJAUAN ASPEK ETIKA KOMUNIKASI ISLAM

Sarmila Haerani Siregar, Ahmad Tamrin Sikumbang

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia

sarmila0101211010@uinsu.ac.id, ahmadtamrinsikumbang@uinsu.ac.id,

Abstract

Article History

Received : 23-04-2025

Revised : 30-04-2025

Accepted : 06-05-2025

Keywords:

*TikTok, Ethics, Islamic
Communication Ethics*

The rapid development of social media, especially TikTok, has had a significant influence on communication ethics, including among students of Ma'had Aljamiah UINSU. TikTok as a popular platform allows instant exchange of information, but often ignores Islamic communication values. This study aims to examine the use of TikTok by students from the perspective of Islamic communication ethics. The method used is descriptive qualitative with a single case study approach. Data were obtained through interviews, observations, documentation, and content analysis. The results of the study show that although social media is often filled with impolite or controversial communication, students still try to maintain Islamic communication principles in every interaction. They prioritize friendly and positive communication, verify information (Tabayyun), and avoid harsh words and maintain peace in communication (Silm). Interviews with students showed that they were aware of the importance of filtering information and maintaining speaking ethics, even amidst the dominance of negative trends on social media. These principles are not only guidelines for preaching, but also as steps to maintain constructive and peaceful communication in the digital space

Pendahuluan

Media sosial telah menjadi kebutuhan penting bagi banyak orang di era teknologi yang kian maju kini. Media sosial dianggap sebagai sarana yang efektif untuk memungkinkan penggunanya menerima dan menyebarkan informasi dengan cepat kepada pengikutnya. Sebagai salah satu media yang banyak digunakan oleh individu modern, media sosial berfungsi baik untuk komunikasi pribadi maupun kelompok, serta untuk penyebaran informasi. Keunggulan media sosial terletak pada kemampuannya untuk mengatasi batasan ruang dan waktu, yang sebelumnya menjadi hambatan dalam komunikasi di masa lalu. (Rahmayani et al., 2021)

Media sosial telah mengubah cara berkomunikasi menjadi suatu dialog

interaktif, di mana setiap orang dapat saling berbagi informasi, pendapat, dan ide secara langsung. Beberapa contoh media sosial antara lain Facebook, Instagram, YouTube, Blog, Twitter, Messenger, WhatsApp, dan masih banyak lainnya. Sejak tahun 2018, aplikasi TikTok hadir sebagai platform promosi yang memungkinkan penyebaran informasi tanpa biaya tinggi, tanpa memerlukan banyak tenaga, dan dapat dilakukan dalam waktu singkat. TikTok kini menjadi salah satu platform yang sangat populer. Sebagai salah satu media sosial, TikTok menyediakan wadah untuk berbagi konten yang sangat beragam, mulai dari kreativitas, video challenge, lipsync, lagu, tarian, bernyanyi, dan banyak lagi. (Dewa & Safitri, 2021). Selain itu, komunikasi merupakan aktivitas fundamental bagi manusia, karena melalui komunikasi, manusia dapat saling berbagi informasi dan menjalin hubungan satu sama lain. Komunikasi memiliki peranan yang sangat penting, baik bagi individu maupun bagi organisasi. (Pemadi & Habibullah, 2022). Maka dapat dikatakan komunikasi menjadi aspek penting yang menjadi fokus perhatian masyarakat kini.

Berdasarkan data statistik oleh BPS, Perkembangan indikator TIK yang paling signifikan terlihat pada peningkatan persentase penggunaan internet dalam rumah tangga, yang mencapai 87,09 persen pada tahun 2023. Kenaikan persentase penggunaan internet di rumah tangga tersebut juga diikuti oleh kenaikan persentase penduduk usia 5 tahun ke atas yang pernah mengakses internet dalam tiga bulan terakhir, yaitu dari sekitar 53,73 persen pada tahun 2020 menjadi 69,21 persen pada tahun 2023 (Tri Sutarsih, 2024). Maraknya penggunaan internet ini juga dipengaruhi oleh tingginya minat dalam bermedia sosial di Masyarakat. Data dari BPS menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam penggunaan internet di Indonesia, yang seiring dengan itu juga menyebabkan meningkatnya penggunaan aplikasi media sosial seperti TikTok, yang kini menjadi salah satu platform yang paling banyak digunakan, termasuk di kalangan mahasiswa dan mahasantri.

Setiawan dkk (2022) menuliskan dalam artikelnya bahwa saat ini, jumlah pengguna TikTok telah melebihi 100 juta dengan rating 4,4 bintang dan lebih dari 9 juta ulasan di Play Store dan App Store. Penggunaan TikTok yang begitu luas ini tentu memberi dampak signifikan terhadap etika komunikasi pada pengguna tiktok, termasuk juga mahasantri yaitu mahasiswa yang tinggal di asrama tidak luput dari perkembangan media sosial tiktok yang kini marak digunakan masyarakat. Hal ini sejalan dengan pendapat (Kamindang et al., 2024) Meski tergolong baru, penggunaan TikTok sebagai alat komunikasi politik di Indonesia terbukti sangat efektif dalam menumbuhkan wacana politik dan memengaruhi opini publik. Hal ini juga didukung berdasarkan informasi dari hootsuite.com, pada tahun 2019, aplikasi TikTok telah diunduh sebanyak 1,65 miliar kali dan terpasang pada perangkat elektronik sebanyak 738 juta kali. Data ini menunjukkan bahwa TikTok menjadi salah satu aplikasi media sosial yang sangat populer dan terus berkembang.

Namun faktanya, berdasarkan pengamatan terhadap Mahasantri di Ma'had Al jamiah UINSU pemakaian media sosial terutama tiktok tidak hanya memberikan dampak positif, namun juga memberikan dampak negatif terhadap etika komunikasi mahasantri. Misalnya, beberapa Mahasantri lebih banyak menghabiskan waktu untuk membuat atau menonton konten yang tidak sesuai dengan norma-norma pesan moral yang diajarkan di Ma'had. Mereka cenderung

terpengaruh oleh tren atau challenge yang kurang mendidik, yang pada akhirnya dapat mengurangi kualitas interaksi mereka dengan sesama Mahasantri Bahkan, ada beberapa kasus di mana Mahasantri lebih memilih berbicara dan membuat konten dengan menggunakan kata kata yang kurang pantas didengar dan hal tersebut menjadi normalisasi bagi dirinya dan sekitarnya yang tentu saja bertentangan dengan etika yang diharapkan dalam lingkungan ma, had al jamiah Uinsu.

Solusi yang dapat diterapkan dalam kasus tersebut salah satunya dengan menerapkan dan menanamkan nilai nilai etika komunikasi islam dalam penggunaan aplikasi tiktok, baik itu dalam produksi konten maupun konsumsi konten tiktok. Mengingat bahwa komunikasi adalah elemen penting yang tak terpisahkan dalam kehidupan manusia (Khatibah, 2021). Pentingnya etika dalam komunikasi secara umum di media sosial dapat dijelaskan sebagai berikut: Pertama, Periksa kebenaran informasi yang beredar. Kedua, Menghargai karya orang lain. Saat ingin membagikan informasi atau konten, baik itu foto, video, atau tulisan milik orang lain di media sosial, pastikan untuk mencantumkan sumbernya sebagai bentuk apresiasi dan penghargaan terhadap karya mereka. Ketiga, Jangan terlalu membagikan informasi pribadi. Ketika menggunakan media sosial, kita perlu bijak dalam membagikan informasi terkait kehidupan pribadi. (Putra et al., 2023) Keempat, Menggunakan Bahasa yang Sopan. (Yuniar Sakinah Waliulu dkk, 2024) Kelima, (Yalizar Rahayu, 2021) menuliskan dalam bukunya bahwa dalam pergaulan di media sosial, penggunaan akal sehat sangat penting. Misalnya, ketika seseorang menerima informasi yang belum jelas kebenarannya, orang yang bijak akan memanfaatkan akal sehatnya untuk tidak langsung percaya. Maka dari itu pengguna diharapkan untuk lebih bijaksana dalam berbagi informasi, menghormati privasi orang lain, serta menghindari konten yang bersifat merugikan, (Nur Marwah, 2021)

Dalam buku Jalaluddin Rakhmat, *Islam Aktual: Refleksi Sosial Seorang Cendekiawan Muslim*, menjelaskan bahwa etika komunikasi Islam mencakup enam jenis gaya bicara (*qawlan*) yang terdapat dalam Al-Qur'an, yang dapat digolongkan sebagai prinsip, kaidah, atau etika dalam memberikan jawaban dengan perkataan. Enam bentuk tersebut adalah: *Qowlan sadida*, *Qowlan baligha*, *Qowlan ma'rufan*, *Qowlan karima*, *Qowlan layyina*, dan *Qowlan maysura*, yang semuanya mengajarkan pentingnya menjaga lisan. Dalam konteks etika komunikasi Islam, hal ini menuntut kesadaran untuk menggunakan platform tersebut secara bijak, mengingat dampaknya terhadap fokus dan kualitas interaksi yang terjadi dalam lingkungan akademik. Pengguna TikTok perlu menjaga keseimbangan antara hiburan dan pembelajaran, serta berkomunikasi dengan etika yang menghargai privasi dan nilai-nilai positif dalam berbagi informasi.

Maka berdasarkan pada permasalahan mengenai pesatnya perkembangan media sosial, khususnya TikTok, di kalangan mahasiswa, terutama mahasantri, fenomena ini menarik perhatian penulis untuk mengkaji lebih dalam terkait penggunaan TikTok pada Mahasantri mahad al jamiah terutama dalam aspek etika komunikasi islam dalam penggunaan media sosial tiktok. oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul *Penggunaan TikTok oleh Mahasantri, dengan Tinjauan Aspek Etika Komunikasi Islam*.

Metode Penelitian

Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan metode deskriptif dan studi kasus. Penelitian kualitatif menurut Bogdan dan Taylor dalam (Wijayanti et al., 2020) mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Metode ini dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana etika komunikasi mahasantri Ma'had Aljamiah Uinsu dalam penggunaan TikTok. Jenis studi kasus yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus tunggal, di mana fokus utama penelitian ini adalah pada individu atau kelompok tertentu, yaitu mahasantri di Ma'had Aljamiah Uinsu. Data yang nantinya saya kumpulkan dalam penelitian kualitatif ini adalah data hasil Analisis isi, wawancara, data hasil observasi, dan data hasil studi dokumentasi. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, serta membuat kesimpulan yang mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2019).

Pembahasan

TikTok

TikTok adalah aplikasi yang memungkinkan penggunaanya mudah untuk membuat video pendek yang menarik dengan efek khusus yang unik, yang dapat memikat perhatian banyak penonton. Video-video pendek ini dapat dibagikan kepada teman-teman di media sosial dan pengguna TikTok lainnya. (D. Bondy Valdovinos Kaye, 2022) *TikTok can also be understood as an app employed by its users to create and share short videos, or as a tool used for entertainment, marketing, or education.* (TikTok juga dapat dipahami sebagai aplikasi yang digunakan oleh penggunaanya untuk membuat dan berbagi video pendek, atau sebagai alat yang digunakan untuk hiburan, pemasaran, atau Pendidikan). TikTok adalah salah satu aplikasi yang sangat populer dan banyak diminati di seluruh dunia. Aplikasi ini memungkinkan penggunaanya untuk membuat video berdurasi 15 detik dengan tambahan musik, filter, dan berbagai fitur kreatif lainnya. TikTok diluncurkan oleh perusahaan asal Tiongkok, ByteDance, yang sebelumnya merilis aplikasi serupa bernama Douyin. Dalam waktu satu tahun, Douyin berhasil menarik 100 juta pengguna dan menghasilkan 1 miliar tayangan video per hari.

Keberhasilan Douyin mendorong ekspansi ke luar Tiongkok dengan nama TikTok. Berdasarkan laporan dari Sensor Tower, TikTok diunduh sebanyak 700 juta kali pada tahun 2019, yang membuatnya berhasil mengalahkan sebagian aplikasi di bawah Facebook Inc. dan menempati peringkat kedua setelah WhatsApp, yang memiliki 1,5 miliar pengunduh. (Sulistia & Simamora, 2023) Aplikasi ini berfungsi sebagai platform jejaring sosial dan video musik, di mana pengguna dapat membuat, mengedit, serta membagikan klip video pendek atau live video lengkap dengan filter dan musik sebagai pendukung. Dengan demikian, TikTok dapat memengaruhi individu. (Rosita, 2023) Aplikasi ini telah menjadi tren dan populer di kalangan generasi milenial, Gen Z, hingga orang dewasa. TikTok menjadi salah satu new media yang banyak digunakan oleh generasi muda, TikTok ini merupakan aplikasi yang bisa diunduh oleh siapapun yang berisi konten video pendek menarik, banyak dari orang selalu beranggapan

TikTok hanya sebagai hiburan saja, padahal TikTok adalah platform yang sekarang ini besar pengaruhnya sehingga dapat berdampak besar bagi penggunanya. (Carolin et al., 2023)

Zaman yang serba digital kini, banyak dijumpai mahasiswa yang menggunakan aplikasi-aplikasi terbaru, salah satunya adalah aplikasi TikTok. TikTok merupakan aplikasi media sosial berbasis video yang dapat membuat penggunanya ketagihan karena didukung oleh lagu dan musik yang menyenangkan, serta filter yang menarik. Aplikasi TikTok menjadi salah satu aplikasi yang dapat menghibur penggunanya. Salah satu pengguna aplikasi TikTok adalah mahasiswa di Ma'had al Jamiah Uinsu. TikTok menjadi kunci utama bagi mahasiswa dalam memenuhi kebutuhannya.

Aplikasi TikTok dapat memberikan hiburan bagi banyak orang yang mengakses maupun yang mengupload di aplikasi tersebut tak terkecuali mahasiswa UINSU untuk menghilangkan rasa lelah atau bosan. Bahkan, beberapa mahasiswa UINSU bisa tertawa saat menggunakan aplikasi TikTok karena aplikasi ini menyajikan berbagai macam bentuk video. TikTok merupakan salah satu aplikasi yang sedang digemari oleh berbagai kalangan. Pertama, sebagai media informasi, salah satu fungsi sosial aplikasi TikTok adalah sebagai sumber informasi. Dalam aplikasi TikTok, terdapat berbagai informasi yang dibutuhkan oleh Windiyani (19 tahun), salah satu mahasiswa Ma'had UINSU. Media informasi yang disajikan oleh aplikasi TikTok dapat memberikan manfaat bagi penggunanya. Seiring perkembangan zaman, mahasiswa semakin membutuhkan informasi, karena dengan adanya aplikasi TikTok, informasi dapat dengan cepat tersebar, sehingga memudahkan orang untuk mendapatkan informasi lebih cepat.

Hal ini diungkapkan juga oleh Siti Emma (21 tahun), salah satu mahasiswa Ma'had Uinsu, yang mengatakan: Menurut saya Kalau ngomongin TikTok, sebenarnya tergantung dari cara kita maknanya. Buat hiburan, TikTok itu seru banget karena algoritmanya cepet nangkap selera kita. Jadi kalau suka video lucu, bakal muncul terus yang bikin ngakak. Kalau suka musik atau dance, ya FYP penuh sama konten kayak gitu. Tapi kalau buat informasi, TikTok juga bisa berguna. Banyak kreator yang share tips, berita, atau ilmu dengan cara yang simpel dan gampang dipahami. Kadang malah lebih cepat update dibanding platform lain. Cuma ya, tetap harus saring infonya, karena nggak semua yang viral itu bener. (Wawancara 23 Januari 2025)

Hal yang sama juga diungkapkan oleh mahasiswa ma'had aljamiah uinsu, Puriandari angkat (20 tahun) yaitu: saya tertarik menggunakan tiktok sebagai platform hiburan dan informasi karena alasan pertama, aplikasi tiktok itu memuat konten yang sangat beragam dan menarik, mulai dari video lucu, tutorial, hingga informasi edukatif. Terus tiktok ini memiliki komunitas yang sangat aktif dan beragam, sehingga pengguna lebih gampang untuk terhubung dengan orang lain yang memiliki minat yang sama. tiktok ini juga menawarkan fitur-fitur yang sangat inovatif dan kreatif, seperti filter, efek, dan musik, yang membuat semua org termasuk saya untuk membuat konten yang sangat menarik dan unik. (Wawancara 10 Februari 2025)

Berdasarkan penuturan Informan di atas dapat dipahami bahwa aplikasi Tik Tok dapat dijadikan sebagai media informasi bagi Mahasiswa ma'had Uinsu. Dapat juga disimpulkan bahwa informasi yang diberikan oleh Tik Tok berbentuk video singkat, yang membuat orang-orang lebih tertarik dalam menggunakannya

dan tidak menimbulkan kebosanan ketika menggali dan mendengarkan informasi dari tiktok, Jika dikaitkan dengan analisis teori Komunikasi Uses and Gratifications Katz, Gurevitch dan Has.

Pengguna media secara aktif mencari sumber media yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka. Terlihat jelas banyaknya mahasantri yang menggunakan aplikasi Tik Tok untuk memenuhi kebutuhan mereka. Dalam teori ini dijelaskan adanya kebutuhan yang dipuaskan oleh aplikasi Tik Tok bagi mahasantri ma'had uinsu. Salah satu kebutuhan yang dipuaskan oleh aplikasi Tik Tok bagi mahasantri ma'had uinsu adalah kebutuhan kognitif. Dalam kebutuhan kognitif, dimana adanya kebutuhan yang dapat dipuaskan oleh Tik Tok seperti memperoleh informasi. Banyak sekali informasi yang didapatkan oleh mahasantri ma'had uinsu ketika menggunakan aplikasi Tik Tok. Informasi yang diberikan oleh aplikasi Tik Tok ini merupakan informasi yang sedang trending atau sedang hangat-hangat nya dan juga informasi yang saat ini dibutuhkan oleh mahasiswa khususnya mahasantri ma'had uinsu

Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Tiktok.

Faktor Internal

Penggunaan TikTok sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor internal. Salah satunya adalah pembelajaran mengenai cara menggunakan media sosial, termasuk aplikasi TikTok. Dengan demikian, TikTok bukan hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga untuk memperluas pengetahuan dan berinteraksi dengan orang-orang baru. Aplikasi ini juga dapat meningkatkan kreativitas penggunaanya. Namun, dampak negatifnya adalah penggunaan TikTok yang berlebihan dapat menyebabkan rasa malas dan mengalihkan perhatian dari kewajiban yang harus diselesaikan. (Ilmi Nur Fadhilah, 2023)

Faktor Eksternal

Pada aplikasi TikTok, misalnya, banyak pengguna yang membagikan video untuk mempelajari berbagai peristiwa, seperti kejadian kapal tenggelam atau format video lainnya, yang memungkinkan orang lain untuk cepat memahami peristiwa tersebut.

Etika Komunikasi

Etika berasal dari kata Yunani "ethos" yang berarti karakter, sifat, kesusilaan, atau kebiasaan, yang berhubungan erat dengan konsep individu atau kelompok dalam menilai kebenaran atau mengevaluasi tindakan yang telah dilakukan. Kata etika berasal dari "ethikus" atau "ethicos" dalam bahasa Yunani, yang merujuk pada kebiasaan, norma, nilai, prinsip, serta ukuran baik dan buruk dalam perilaku manusia. Etika merupakan cabang dari aksiologi, ilmu yang mempelajari nilai-nilai, yang fokus pada pencarian tentang yang benar dan salah, atau dalam pengertian lain mengenai moral dan immoral. (Rahmanita ginting dkk, 2021)

Komunikasi merupakan aktivitas interaksi antar individu, baik secara satu lawan satu maupun lebih. Konsep komunikasi tidak hanya berfokus pada cara berbicara yang efektif, tetapi juga pada aspek etika dalam berkomunikasi. Komunikasi pada dasarnya adalah proses penyampaian informasi dari pengirim kepada penerima, yang dapat dilakukan secara langsung (tatap muka) atau melalui media, dengan tujuan untuk mengubah pengetahuan, sikap, atau perilaku individu

atau kelompok. Dengan demikian, komunikasi sebagai aktivitas manusia memiliki elemen-elemen yang meliputi sumber, pesan, saluran atau media, penerima, dan efek atau pengaruh. Sementara itu, etika sebagai cabang ilmu filsafat yang berfokus pada moralitas bertujuan agar setiap orang dapat bertindak baik, sopan, dan mudah beradaptasi dengan orang lain.

Unsur-unsur atau elemen sangat penting dalam membangun sebuah lembaga, organisasi, badan usaha, maupun ilmu pengetahuan. Elemen-elemen ini berfungsi sebagai dasar yang memperkuat ketahanan suatu struktur. Dalam konteks etika komunikasi, elemen-elemen tersebut menjadi fondasi yang memperkuat moralitas dalam berkomunikasi. (Hafied Cangara, 2023) Hal ini perlu dipahami oleh setiap orang yang ingin mempelajari dan menerapkan etika komunikasi dalam kehidupan mereka.

Komunikasi Islam

Komunikasi Islam adalah komunikasi yang dibangun atas dasar prinsip-prinsip Islam yang memiliki semangat kedamaian, keramahan dan keselamatan. Sebagai sebuah ilmu, ittishal Islam memiliki rujukan utama yang menjadi pedoman bagi umat Islam, yaitu Al-Qur'an dan Hadits Nabi Muhammad SAW. Kedua sumber utama ini memberikan ciri khas komunikasi Islam. Selain Al-Qur'an dan Hadits, kitab-kitab yang disampaikan oleh para ulama dan disiplin ilmu lainnya juga turut memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu komunikasi pada umumnya dan ittishal Islam pada khususnya (Abdul Rasyid. Farhan Indra, 2024).

Komunikasi Islam juga merupakan proses menyampaikan ajaran-ajaran Islam dengan menerapkan prinsip-prinsip komunikasi yang sesuai dengan ajaran Islam. Oleh karena itu, komunikasi Islam menitikberatkan pada isi pesan, yaitu nilai-nilai atau risalah Islam, serta cara penyampaiannya, termasuk gaya berbicara dan penggunaan bahasa atau retorika. Isi pesan dalam komunikasi Islam mencakup seluruh aspek ajaran Islam, seperti akidah (keimanan), syariah (ibadah dan hukum Islam), serta akhlak (perilaku mulia). Penyampaian pesan-pesan ini disebut dakwah, yang merupakan aktivitas lisan maupun perbuatan untuk mengajak manusia menjalani kehidupan sesuai ajaran Islam.

Menurut Buddin Nata, etika komunikasi membahas tindakan manusia yang bersumber dari akal dan pemikiran filosofis, dengan tujuan untuk menilai, menentukan, dan menetapkan apakah suatu tindakan dalam proses penyampaian dan penerimaan pesan antara individu dinilai sebagai baik, buruk, mulia, terhormat, atau sebaliknya.

Lebih lanjut, etika komunikasi Islam yang telah dijelaskan oleh Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya *Islam Aktual: Refleksi Sosial Seorang Cendekiawan Muslim* adalah bahwa ada enam bentuk atau jenis gaya berbicara (qawlan) di dalam Al-Qur'an yang dikategorikan sebagai kaidah, prinsip atau etika menjawab yang berlandaskan pada ajaran untuk "Menjaga Lisan."

1. Qowlan Baligha (Perkataan yang sampai kedalam jiwa)
2. Qowlan Ma'rufa (Perkataan yang baik/)
3. Qowlan Sadida (Perkataan yang benar/jujur/)
4. Qowlan Karima (Perkataan yang baik)
5. Quwlan Maysura (Perkataan yang memotivasi)
6. Qowlan Layyina (Perkataan yang lemah lembut)

Prinsip Komunikasi Islam Sebagai Etika Bermedia Sosial

Syukur Kholil menjelaskan bahwa etika komunikasi Islam mencakup penilaian terhadap hal-hal yang baik dan buruk, pantas dan tidak pantas, berguna dan tidak berguna, serta tindakan yang seharusnya dilakukan atau dihindari selama proses komunikasi berlangsung.

Etika komunikasi dalam Islam memiliki cakupan yang luas, Berdasarkan Pendapat Syukur Kholil, dalam Ilmi et al (2021) mencantumkan dalam jurnalnya bahwa ada empat poin utama yang sangat penting dalam komunikasi Islam, yaitu menyampaikan pesan yang positif, jujur, melakukan tabayyun, dan menyebarkan salam (kedamaian dan ketentraman). Keempat aspek ini menjadi dasar agar komunikasi dan pesan yang disampaikan berjalan sesuai dengan prinsip islami dan beretika. Terlebih lagi, di era globalisasi saat ini, di mana informasi dapat tersebar secara luas tanpa adanya pertanggungjawaban, maka poin-poin tersebut sangat krusial dalam konteks ilmu komunikasi menurut Islam.

Menyampaikan pesan positif

Menyampaikan pesan positif memiliki makna yang sama dengan salah satu prinsip komunikasi Islam yaitu Qaulan Baligha berasal dari kata "balagh," yang dipahami sebagai penyampaian sesuatu kepada pihak lain. Istilah ini juga dapat dimaknai sebagai cukup atau kifayah. Dalam konteks ini, ia merujuk pada perkataan yang dapat menyentuh hati dan jiwa. Qaulan Baligha lebih tepat dianggap sebagai etika dalam berdakwah yang menerapkan komunikasi Islam yang penuh keramahan. (Zainal Arifin, 2023) Qaulan Baligha, yang berarti penyampaian pesan yang menyentuh hati, sangat relevan dengan etika komunikasi mahasantri di TikTok. Mahasantri diharapkan menggunakan platform ini untuk menyampaikan dakwah dengan cara yang ramah dan bijak. Pesan Islam harus disampaikan secara kreatif agar diterima dengan baik oleh berbagai kalangan. Etika komunikasi yang efektif dan penuh keramahan menjadi kunci dalam dakwah di media sosial.

Berdasarkan wawancara saya dengan salah satu mahasantri ma'had uinsu, dia mengakses tiktok hingga saat ini masih mengikuti prinsip komunikasi Islam dalam bermedia. Dia mengaku belum terpengaruh oleh kata-kata kasar yang sering muncul di konten tiktok. Hal ini berbeda dengan pengalaman Siti Emma, sebagai pengguna tiktok juga khususnya dalam hal mengakses, Dimana dia sedikit terpengaruh oleh penggunaan kata-kata yang kurang baik di platform tersebut. "Ya, jujur aja, kadang apa yang sering dilihat di tiktok bisa ngefek ke cara kita ngomong, apalagi kalau sering liat tren atau istilah baru. Tapi balik lagi, kalau udah punya prinsip yang kuat, misalnya dalam konteks Islam, ya tetep bisa filter mana yang baik dan mana yang nggak sesuai. Jadi meskipun terpengaruh, tetap berusaha buat komunikasi yang sopan dan sesuai ajaran Islam" (Wawancara 23 Januari 2025)

Beberapa mahasantri yang mengunggah konten di TikTok mengungkapkan bahwa mereka masih menerapkan etika komunikasi Islam dalam bermedia, dengan penerapan komunikasi positif. Maulida, salah satu mahasantri Ma'had Uinsu, menyatakan bahwa selama mengunggah konten, dia tidak pernah menggunakan kata-kata kasar atau kotor dalam konten unggahannya maupun pada live tiktoknya dengan penggemar seperti yang tren saat ini. Pernyataan ini

didukung oleh Vinka, seorang mahasantri sekaligus konten kreator, yang mengisi kontennya dengan kata-kata motivasi atau nasihat dari mahfujot melalui pernyataannya. Ketika dia mengunggah konten dia tidak pernah bermaksud untuk menyinggung siapapun tentunya hal ini sejalan dengan salah satu prinsip komunikasi islam yaitu qoulan baligha yang mempunyai makna perkataan yang membekas pada jiwa, Dimana para mahasantari sebagai konten kreator selalu membagikan pesan pesan moral pada halaman akunnya yang kemungkinan bisa di renungi orang yang melihat konten tersebut

Jujur/ *Qowlan Sadida*

Qowlan Sadida (perkataan yang benar dan jujur) mengharuskan seseorang untuk selalu berbicara dengan kejujuran, menyampaikan kebenaran, dan menghindari segala bentuk penipuan atau manipulasi informasi. (Agus Setyo Utomo, 2024) Dengan demikian, kejujuran dalam berbicara menjadi sebuah kewajiban moral yang harus dijaga oleh setiap individu. Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam Al-Qur'an yang mengingatkan kita untuk selalu berkata dengan benar dan penuh tanggung jawab, seperti yang tercantum dalam surah al Ahzab ayat 70:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar”

Dalam konteks etika komunikasi islam, mahasantri perlu memastikan bahwa konten yang dibagikan adalah akurat, tidak menyesatkan, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Kejujuran dalam menyampaikan pesan sangat penting agar dakwah yang disampaikan dapat dipercaya dan bermanfaat bagi audiens.

Menurut Windi 50% informasi dari tiktok cukup akurat. Dengan menyertakan video serta penjelasan dalam berita tersebut, mempermudah pengguna untuk menelusuri lebih dalam tentang berita yang tersebar. Hal ini serupa dengan pendapat Emma bahwa “Sebenarnya, di TikTok tuh banyak banget info yang bertebaran, ada yang bener, ada juga yang cuma hoaks atau setengah-setengah kebenarannya. Makanya, tiap liat info di TikTok, aku biasanya nggak langsung percaya gitu saja biasa ku *googeling* dulu entah itu di *theread* yang semacam tweter itu” (wawancara 24 Januari 2025) Hal ini disetujui oleh Fitri Aini pada wawancara bulan februari 2025, untuk mengetahui apakah informasi di TikTok akurat, kita bisa memeriksa pembaruan terbaru. Untuk informasi lebih lengkap, kita bisa mencari di Google, berita Kompas, YouTube, atau siaran berita di televisi untuk memastikan kebenarannya.

Secara keseluruhan, ketiga responden diatas sepakat bahwa meskipun TikTok dapat menjadi sumber informasi yang menarik dan mudah diakses, verifikasi informasi melalui sumber lain yang lebih terpercaya tetap diperlukan untuk memastikan akurasi dan kebenarannya.

Tabayyun

Tabayyun merupakan bentuk masdar dari tabayyana. Salah satu faedah dari *wazan tafa'ala* yaitu (membebani). Oleh karena itu, tabayyun yang semula berarti

"jelas" berkembang menjadi makna "mencari kebenaran". Dengan demikian, proses tabayun dalam setiap informasi berarti usaha untuk memperoleh kejelasan dengan cara memverifikasi kebenaran informasi tersebut. (Arianda Tanjung, 2024) Perintah tabayyun ini sendiri ada pada Alqur'an surah Al Hujurat ayat 6:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ لَدْغِيمٍ

Artinya: *“Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan(-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu”*

Setiap individu seharusnya dapat bertanggung jawab atas penggunaan teknologi dalam berinteraksi dengan lingkungan sekitar. Sebagai seorang muslim, kita juga diajarkan untuk melakukan tabayyun sebagai bagian dari ajaran Islam. Prof. Deddy Mulyana dalam buku (Fakhrur Rozi, 2024) menekankan bahwa Islam mengajarkan konsep tabayun, yang berarti kita perlu menyaring informasi yang diterima, termasuk menilai kebenaran dan manfaatnya bagi kita. Keberadaan konten islami yang negatif dan merusak lingkungan digital saat ini hanya dapat diatasi dengan meningkatkan kesadaran di kalangan setiap individu muslim milenial yang menggunakan media sosial.

Menurut Syaikh Abu Bakar Al-Jaziri, meskipun ayat tersebut diturunkan karena suatu peristiwa tertentu, namun ayat ini memiliki sifat yang umum dan menjadi kaidah dasar yang sangat penting. Oleh karena itu, setiap individu, kelompok, maupun negara, seharusnya tidak langsung menerima informasi yang disampaikan kepada mereka tanpa memverifikasi kebenarannya terlebih dahulu (Susanto Al-Yamin, n.d.) Jika tidak, dikhawatirkan informasi yang salah dapat menyebabkan musibah pada seseorang atau kelompok tanpa alasan yang jelas. Selain itu, keputusan mengenai keburukan atau tuduhan sebaiknya tidak diambil tergesa-gesa, karena seringkali hal tersebut dipengaruhi oleh kepentingan pribadi yang bertujuan memperoleh manfaat atau menghindari kerugian. Terakhir, jika masih ragu, memeriksa informasi tersebut di situs fact-checking, jangan mudah percaya atau langsung membagikan berita tanpa memastikan kebenarannya terlebih dahulu.

“Pentingnya berhati hati dalam menyebarkan informasi di tiktok atau mana pun karena di dalam dunia yg serba digital ini bisa saja info itu adalah potongan potongan vidio yang di gabung menjadi satu sehingga banyak mengundang cibiran para netizen, maka dari itu penting bagi kita untuk berhati hati dalam menyebarkan informasi, cara kita utk memastikan ya kembali lagi ke jawaban saya di awal informasi itu tidak hanya kita dapat dari tiktok, bahkan dari sumber mana pun, karna itu cari terlebih dahulu info sebanyak banyaknya sebelum menyebarkannya. Selanjutnya Vhinka juga mengungkapkan hal yang sama dengan responden sebelumnya, sebagai mahasantri atau siapapun yang ingin mengunggah konten “lihat siapa dan dari mana yang menyampaikan informasi terus darimana sumber-sumbernya yang jelas dan jangan langsung percaya dengan konten konten islami yg trend sebelum tau kejelasannya (Wawancara 12 Februari 2025)

Pernyataan dari kedua mahasantri ma'had Uinsu yang juga aktif

mengunggah konten di tiktok ini mengingatkan kita untuk selalu berhati-hati dan bertanggung jawab dalam menyebarkan informasi di media sosial. Harus memverifikasi sumber informasi, terutama yang berkaitan dengan konten yang sedang tren atau viral, untuk menghindari penyebaran informasi yang salah atau merugikan orang lain. Penting untuk diingat bahwa setiap individu memiliki tanggung jawab untuk bertindak bijak dalam menggunakan teknologi dan media sosial. Tabayyun menjadi salah satu cara untuk memastikan bahwa informasi yang tersebar tidak hanya benar, tetapi juga bermanfaat bagi kebaikan bersama, menghindari penyebaran kebohongan yang dapat merusak kehidupan sosial dan spiritual umat manusia.

Silm

Silm bermakna sebagai jalan yang membawa seseorang untuk merasakan kehidupan yang tenang dan damai. Salah satu bukti keterkaitan prinsip *silm* dengan komunikasi adalah bahwa Allah tidak menyukai orang yang mengumpat atau mencela orang lain, baik dengan kata-kata maupun perbuatan. (Supriatna, 2023) Sebab, tindakan tersebut bisa menyebabkan ketidaknyamanan dan kegelisahan dalam hidup seseorang, yang tentunya bertentangan dengan prinsip *silm*. "Saya menjaga kedamaian saat berkomunikasi di tik tok dengan cara saya hanya mengambil komentar komentar yang positif yang dapat mengembangkan potensi saya, dan tidak memikirkan komentar negatif yang dapat mengundang komunikasi jadi panas tutur maulida sebagai mahasantri yang aktif dalam mengupload konten di tiktok Windiani sebagai pengakses menuturkan "Saya pernah mengucapkan kata kata tersebut namun, tidak pernah saya ucapkan ketika berinteraksi dengan teman ataupun orang lain. Saya sering mendengar teman saya mengucapkan kata" tersebut ketika kami sedang berbicara. Dan tanggapan saya lebih sering diam meskipun beberapa kali pernah menegur.

Lain halnya dengan emma, mahasantri pengakses tiktok yang sudah terpengaruh komunikasi buruk dari tiktok "pernah sih, apalagi kalau lagi ngobrol santai sama temen-temen dan dibawa suasana. Kadang keluar spontan karena udah sering denger di sekitar atau di media sosial, jadi kayak refleks aja. Tapi makin ke sini, saya sadar kalau kebiasaan ngomong kayak gitu sebenarnya kurang baik, apalagi kalau nggak dijaga bisa jadi dibawa ke situasi yang lebih formal atau ke orang yang lebih tua Makanya, sekarang saya mulai ngurangin dan lebih pilih kata-kata yang lebih sopan. Kalau pun keceplosan, saya langsung sadar dan coba perbaiki. Intinya sih bukan soal ikut-ikutan tren, tapi lebih ke gimana cara komunikasi yang tetap enak didengar tanpa harus pakai kata-kata yang kurang pantas. . (Wawancara 23 Januari 2025)

Hasil wawancara diatas menunjukkan perbedaan pendekatan dalam berkomunikasi di tiktok. Dalam konteks ini, setiap mahasantri yang diwawancarai menunjukkan upaya untuk menjaga komunikasi yang membawa kedamaian, meskipun mereka menghadapi tantangan dari lingkungan media sosial yang sering kali memicu komunikasi yang tidak sopan atau penuh dengan konflik.

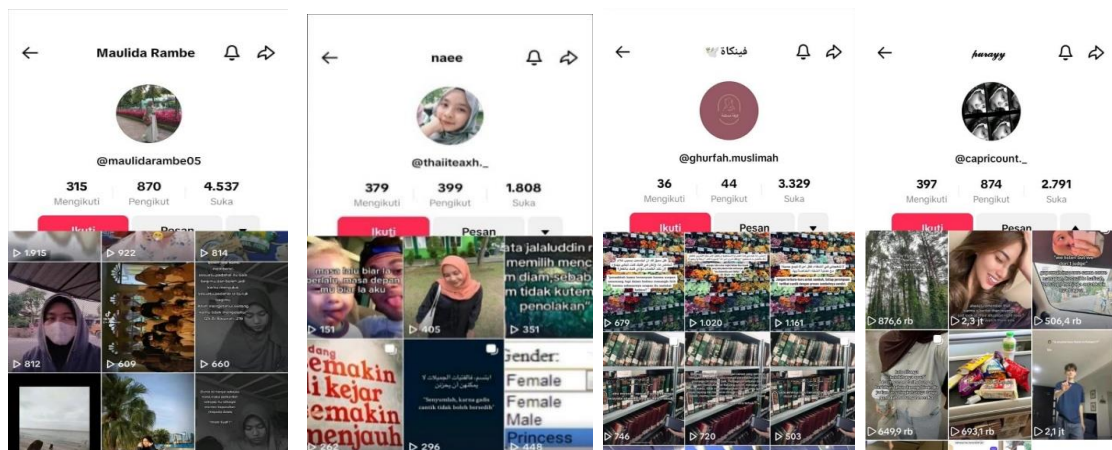
Maulida sebagai pengunggah yang lebih fokus pada mengambil komentar positif dan menghindari komentar negatif, sejalan dengan prinsip *silm* yang menekankan pentingnya menciptakan kedamaian dalam setiap interaksi. Dengan memilih hanya komentar yang dapat mengembangkan dirinya, Maulida secara tidak langsung menghindari potensi konflik dan ketidaknyamanan yang seringkali

muncul dari komentar yang menghina atau mengumpat, sesuai dengan pandangan bahwa Allah tidak menyukai orang yang mengumpat atau mencela orang lain. Sedangkan windiani yang aktifnya dalam mengakses lebih pasif dalam menghadapi komunikasi yang kurang pantas, menunjukkan adanya keengganan untuk terlibat dalam percakapan yang bisa menciptakan ketidaknyamanan. Meskipun dia tidak selalu menegur atau mengoreksi, ketidakaktifannya dalam berkomentar negatif sejalan dengan prinsip *silm*, yang mengajarkan untuk tidak menyebarkan kata-kata yang bisa merusak kedamaian. Namun, meskipun dia lebih diam, tindakannya tetap mencerminkan sebuah kesadaran untuk menjaga kedamaian.

Beberapa juga mahasantri lain yang pada awalnya terpengaruh oleh kebiasaan berbicara yang kurang sopan akibat pengaruh media sosial, akhirnya menyadari pentingnya berbicara dengan sopan dan menjaga komunikasi yang baik, terutama dalam situasi yang lebih formal atau dengan orang yang lebih tua. Keputusannya untuk mulai mengurangi kata-kata yang tidak pantas dan memilih kata-kata yang lebih sopan merupakan langkah menuju *silm*, karena dia menghindari perilaku yang dapat menciptakan ketidaknyamanan dan kegelisahan yang bertentangan dengan kedamaian yang diinginkan dalam komunikasi.

Secara keseluruhan, wawancara ini menggambarkan dinamika dalam bagaimana individu menghadapi komunikasi di media sosial khususnya tiktok, yang sering kali penuh dengan potensi konflik, namun mereka tetap berusaha untuk menjaga kedamaian dan ketenangan dalam interaksi mereka. Hal ini sangat relevan dengan ajaran *silm*, yang mengajarkan untuk menjaga kata-kata dan perbuatan agar tidak menyebabkan ketidaknyamanan atau kegelisahan, dan untuk berkomunikasi dengan cara yang menciptakan kedamaian.

Dokumentasi



Gambar. 1 & 2. Konten tiktok yang di upload oleh 2 informan

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa TikTok bukan hanya sekedar aplikasi hiburan, tetapi juga telah berkembang menjadi media sosial multifungsi mulai dari fasilitas pendidikan, sumber informasi, hingga media dakwah dan ekspresi diri. Mahasantri Ma'had UINSU menggunakan platform ini untuk memenuhi kebutuhan kognitif dan emosional mereka, seperti mencari informasi terbaru, mengekspresikan kreativitas, dan menghibur diri. Melalui pendekatan teoritis Uses and Gratifications, dapat dilihat bahwa TikTok memberikan manfaat praktis dan psikologis bagi penggunanya, asalkan digunakan dengan bijak. Sebagian besar siswa juga menyadari pentingnya menyaring informasi yang diperoleh di TikTok agar tetap akurat dan tidak menyesatkan. Di sisi lain, penggunaan TikTok juga menjadi tantangan etika, terutama dalam konteks komunikasi Islam. Prinsip-prinsip seperti Qaulan Baligha, Qaulan Sadida, Tabayyun (verifikasi informasi), dan Silm (menciptakan perdamaian) menjadi landasan penting dalam menjaga komunikasi yang sehat di platform digital tersebut. Mahasantri yang aktif mengunggah dan mengakses konten menunjukkan upaya untuk menjunjung tinggi etika komunikasi Islam, meskipun tantangan dari konten negatif atau bahasa kasar sering muncul. Oleh karena itu, penggunaan TikTok di kalangan mahasantri tidak hanya mencerminkan adaptasi terhadap teknologi, tetapi juga menjadi ajang penerapan nilai-nilai Islam dalam kehidupan digital mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rasyid. Farhan Indra. 2024. Komunikasi Islam Membangun Dunia Berperadaban. Prenada Media.
- Agus Setyo Utomo, E. W. S. A. Y. 2024. *Topuris profesional dan berkarakter*. Penerbit P4I.
- Arianda Tanjung. 2024. *Etika Komunikasi Wartawan: Implementasi Sikap Tabayun Di Era Digital Dalam Perspektif Komunikasi Islam*. CV. Dotplus Publisher.
- Carolyn, I., Victoria, G. D., Dina, S., & Nastain, M. 2023. Pengaruh Penggunaan New Media Tiktok Terhadap Pembentukan Konsep Diri Generasi Muda Indonesia 2022. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3(1). <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i1.509>
- D. Bondy Valdovinos Kaye, J. Z. P. W. 2022. *Aplikasi TikTok Kreativitas dan Budaya dalam Video Pendek*. Pers Polity.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. 2021. Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1). <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>
- Fakhrur Rozi. 2024. *Tabayyun Digital, Dialektika Algoritma dan Penggunaan Media Sosial Konten Islami*. umsu press.
- Hafied Cangara. 2023. *Etika Komunikasi Menjadi Manusia yang Santun Berkomunikasi dalam Era Digital*. Prenada Media.
- Ilmi, M., Uin, S., Muhammad, A., Samarinda, I., Habibie, M., Wildan, M., Amrullah, A., & Atqiya, K. 2021. Prinsip Komunikasi Islam Sebagai Etika Bermedia Sosial. In *JCS: Journal of Communication Studies* (Vol. 1).
- Ilmi Nur Fadhilah. 2023. *Problematisasi Teori dan Praktik Komunikasi*. Mahakarya citra utama group.
- Kamindang, I., Amijaya, M., & Ilmu Sosial dan Politik, F. 2024. Tiktok Sebagai Media Komunikasi Politik Aktor Partai Politik Di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial Dan Informasi*, 9(1). <https://doi.org/10.52423/jikuho.v9i1.151>
- Khatibah, I. H. J. R. 2021. Pola Komunikasi Masyarakat Dalam Menumbuhkan Kerukunan Di Barus (Studi Terhadap Penganut Islam, Kristen, Dan Parmalim) Khatibah1), Irwansyah2), dan Hasnun Jauhari Ritonga. *Journal of Communication Studies*.
- Nur Marwah. 2021. *Etika Komunikasi Islam*. <http://www.kbbionline.com/>
- Pemadi, D., & Habibullah, A. 2022. *Strategi Komunikasi Humas Bnn Dalam Memberikan Informasi Kepada Publik*. 5(1).
- Putra, A. E., Doho, Y. D. B., Savitri, G. A., & Fianto, L. 2023. Prinsip dan Etika Komunikasi dalam Penggunaan Media Baru. *Jurnal Nomosleca*, 9(2). <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v9i2.9815>
- Rahmanita ginting dkk. 2021. *Etika Komunikasi Dalam Media Sosial: Saring sebelum Sharing*. Penerbit Insania.
- Rahmayani, M., Ramdhani, M., & Lubis, F. O. 2021. Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok terhadap Perilaku Kecanduan Mahasiswa. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(7). <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i7.3563>

- Rosita, R. 2023. Faktor yang mempengaruhi perilaku gen z terhadap keputusan membeli dalam penggunaan aplikasi tik tok. *Jurnal lentera bisnis*, 12(3). <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i3.967>
- Setiawan, H., Oktaviana, H., Andawas, F. D. D., Zulkarnaen, M. N., & Saripah, W. 2022. Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Pola Belajar Mahasiswa. *Jurnal Digital Bisnis, Modal Manusia, Marketing, Entrepreneurship, Finance, & Strategi Bisnis (DImmensi)*, 2(1), <https://doi.org/10.32897/dimmensi.v2i1.1181>
- Sulistia, D. A., & Simamora, I. Y. 2023. Perilaku Komunikasi Penggunaan Media Sosial Tiktok Di Kalangan Mahasiswa KPI Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Stambuk 2019. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 4(3), <https://doi.org/10.35870/jimik.v4i3.365>
- Supriatna, C. 2023. *Jurnal Comm-Edu Virtual Communication: Etika Bermedia Sosial Dalam Perspektif Islam*. 6(2), 2023.
- Susanto Al-Yamin, A. A. M. M. M. I. F. I. S. Z. J. (n.d.). *Al-Qur'an dan Literasi Digital*. Penerbit Adab.
- Tri Sutarsih, E. S. A. S. K. M. 2024. *Statistik Telekomunikasi Indonesia (Telecommunication Statistics in Indonesia) 2023*. Badan Pusat Statistik.
- Yalizar Rahayu. 2021. *Etika Komunikasi Di Media Sosial*. guepedia.
- Yuniar Sakinah Waliulu dkk. 2024. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Zainal Arifin. 2023. *Pengantar Komunikasi Islam: Perspektif Tadabbur Alquran al-Karim*. Penerbit Duta Azhar.