

Etika Penyebaran Ayat Al-Qur'an dalam Media Digital: Kajian Literatur atas Tantangan dan Prinsip Qur'ani

Jimi Irawan¹, Bashori²

^{1,2} Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, Kalimantan Selatan, Indonesia

Email Koresponden: jimi.irawan212@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap dakwah Islam secara fundamental, termasuk dalam penyebaran ayat-ayat al-Qur'an yang kini banyak dibagikan melalui media sosial dalam bentuk teks, video, dan audio-visual. Meskipun membuka peluang luas menyebarkan pesan keagamaan, fenomena ini juga menimbulkan tantangan serius, seperti penyalahgunaan konteks ayat, interpretasi serampangan, dan komodifikasi wahyu demi viralitas. Artikel ini mengkaji prinsip etika Qur'ani dalam penyebaran ayat al-Qur'an di media digital serta tantangan epistemik dan moral yang menyertainya. Dengan pendekatan kualitatif-deskriptif melalui studi pustaka, ditemukan bahwa prinsip tabayyun (klarifikasi), hikmah (kebijaksanaan), *'adālah* (keadilan), dan amanah (tanggung jawab ilmiah) relevan sebagai kerangka etik penyebaran ayat yang bertanggung jawab. Pendekatan maqasid al-syari'ah memperkuat urgensi penyebaran ayat yang benar secara isi serta memberi maslahat dan menghindari mafsadat sosial. Kajian ini juga menekankan pentingnya literasi digital Qur'ani sebagai fondasi budaya dakwah digital yang sehat dan reflektif. Penyebaran ayat Al-Qur'an di era digital menuntut sinergi antara nilai wahyu, etika komunikasi, dan kecakapan digital untuk menjaga kesucian pesan ilahi dan mencegah penyimpangan makna di ruang publik. Penguatan kapasitas intelektual dan spiritual pelaku dakwah digital menjadi kunci menghadapi misinformasi dan disinformasi. Oleh karena itu, sinergi ulama, akademisi, dan praktisi teknologi informasi diperlukan untuk merumuskan pedoman etis adaptif agar penyebaran ayat suci tetap terjaga dan berdampak positif bagi umat. Upaya ini juga harus didukung regulasi proporsional dan kesadaran kolektif pengguna media digital agar dakwah al-Qur'an berlangsung inklusif, edukatif, dan inspiratif di masyarakat modern.

Kata kunci: Etika, Al-Qur'an, Dakwah, Literasi Digital

Pendahuluan

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah secara fundamental pola komunikasi masyarakat modern, termasuk dalam hal keagamaan. Perkembangan media digital telah melahirkan ruang baru bagi penyebaran nilai-nilai Islam, di mana ayat-ayat al-Qur'an tidak hanya dibaca dalam mushaf, tetapi juga tersebar dalam bentuk teks, gambar, video pendek, dan konten audio-visual lainnya di berbagai platform digital. Dakwah Islam pun mengalami pergeseran dari metode konvensional menuju



dakwah berbasis digital yang lebih interaktif dan masif (Pamungkas & Halwati, 2023).

Namun, kemudahan penyebaran ini tidak selalu dibarengi dengan kualitas pemahaman dan ketepatan dalam penyampaian pesan wahyu. Banyak ayat al-Qur'an yang dibagikan di media sosial secara sepotong, tanpa konteks atau bahkan digunakan untuk memperkuat narasi tertentu yang menyimpang dari makna aslinya. Hal ini menimbulkan risiko terjadinya penyalahgunaan teks suci yang berujung pada kesalahpahaman dalam memahami Islam secara utuh.

Penyebaran ayat al-Qur'an yang tidak dilandasi oleh prinsip-prinsip etis dapat mereduksi wahyu menjadi sekadar kutipan spiritual tanpa makna yang mendalam. Apalagi dengan munculnya fenomena "tafsir viral" di media sosial, di mana siapa pun dapat menafsirkan dan menyebarkan ayat al-Qur'an tanpa bekal metodologi yang memadai. Fenomena ini memperkuat perlunya literasi digital Qur'ani, yaitu kemampuan untuk memahami, mengevaluasi, dan menggunakan informasi berbasis wahyu secara bertanggung jawab dan kontekstual. Literasi ini bukan sekadar kecakapan teknis, tetapi juga menyangkut aspek moral dan teologis yang harus diperkuat (Amelia & Nasrulloh, 2024a).

Di sisi lain, perubahan pola penyebaran informasi keagamaan juga menyebabkan terjadinya disintermediasi otoritas agama, di mana peran ulama dan institusi resmi dalam mengawal makna wahyu mulai tergeser oleh konten kreator agama yang belum tentu memiliki otoritas keilmuan. Kondisi ini melahirkan persoalan serius dalam dunia dakwah digital, yakni lahirnya narasi keagamaan yang viral tetapi lemah secara validitas keilmuan. Ini membuktikan bahwa aspek etika dalam penyebaran ayat al-Qur'an menjadi semakin mendesak untuk dikaji secara ilmiah (Trisakti, 2021).

Penyebaran ayat al-Qur'an di media digital tidak dapat dilepaskan dari prinsip-prinsip normatif Islam yang telah digariskan dalam al-Qur'an itu sendiri. Prinsip tabayyun (klarifikasi informasi, QS. al-Hujurat: 6), hikmah (kebijaksanaan), dan maqasid al-syari'ah (tujuan-tujuan syariat) seperti menjaga agama (hifz al-din) dan akal (hifz al-'aql), menjadi fondasi

utama dalam memastikan penyebaran ayat tidak melenceng dari tujuan wahyu itu sendiri (Azhari, 2025). Maka dari itu, etika digital Islam harus bertumpu pada prinsip maqasid agar teknologi tidak disalahgunakan untuk menyesatkan, tetapi untuk melindungi dan memuliakan pesan-pesan suci.

Meskipun wacana dakwah digital dan literasi agama semakin banyak dikaji, namun kajian yang secara khusus mengulas etika penyebaran ayat al-Qur'an dalam konteks media digital masih terbatas. Banyak penelitian hanya menyentuh aspek teknis atau strategi dakwah, namun belum membahas bagaimana prinsip etis Qur'ani dapat digunakan sebagai pedoman dalam menyikapi penyebaran ayat secara online. Misalnya, artikel Nur Kumala yang berjudul "Urgensi Dakwah Virtual di Era Disrupsi Digital". Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi pustaka dan analisis isi terhadap ayat-ayat al-Qur'an, guna menekankan pentingnya dakwah digital sebagai sarana penyebaran Islam yang rahmatan lil 'alamin (Kumala, 2020a). Oleh karena itu, tulisan ini hadir untuk menjawab kekosongan tersebut dengan pendekatan studi pustaka, guna merumuskan tantangan dan prinsip-prinsip Qur'ani dalam penyebaran ayat melalui media digital secara etis, bijak, dan bertanggung jawab.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian kepustakaan (*library research*). Pendekatan ini dipilih karena isu yang dibahas bersifat normatif-konseptual, yaitu tentang bagaimana prinsip-prinsip etika Islam diterapkan dalam praktik penyebaran ayat al-Qur'an melalui media digital. Dengan pendekatan ini, penulis tidak melakukan observasi atau pengumpulan data lapangan, melainkan menghimpun dan menganalisis informasi dari berbagai sumber tertulis yang relevan dan otoritatif (Wijaya et al., 2025).

Pembahasan/hasil

A. Prinsip Etika dalam Penyebaran Ayat Al-Qur'an

Secara etimologis, kata "etika" berasal dari bahasa Yunani *ethos*, yang berarti kebiasaan, karakter, atau cara hidup yang baik (Amiril, 2021).

Dalam pengertian umum, etika merujuk pada sistem nilai yang menjadi pedoman perilaku manusia dalam masyarakat. Etika bersifat normatif, yaitu memberikan standar dan kriteria tentang tindakan yang pantas dilakukan oleh seseorang dalam konteks sosial tertentu. Dalam Islam, etika dikenal sebagai akhlak, yang merujuk pada perilaku yang sesuai dengan nilai-nilai ilahiah sebagaimana tercermin dalam al-Qur'an dan Sunnah. Etika dalam Islam bersifat integral, mengatur hubungan manusia dengan sesama (habl min al-nas) sekaligus dengan Tuhan (habl min Allah) (Kamil, 2021).

Dalam konteks penyebaran ayat al-Qur'an, etika memiliki makna yang lebih dalam. Penyampaian ayat-ayat al-Qur'an, baik dalam bentuk dakwah, nasihat, maupun konten digital, bukanlah tindakan yang bebas nilai. Dalam tradisi Islam, penyampaian wahyu sangat erat kaitannya dengan prinsip-prinsip etika yang bersumber langsung dari ajaran al-Qur'an. Etika dalam konteks ini tidak hanya berarti kesopanan atau kepantasan dalam berkomunikasi, tetapi juga menyangkut tanggung jawab epistemik, integritas penafsiran, serta kesadaran terhadap konteks dan dampak sosial dari penyampaian ayat tersebut. Dengan kata lain, menyebarkan ayat al-Qur'an bukan semata-mata soal menyampaikan teks, tetapi juga menyangkut adab terhadap wahyu dan kesadaran akan otoritas makna yang terkandung di dalamnya (Haliza dkk., 2022).

Salah satu prinsip paling mendasar adalah konsep tabayyun, sebagaimana ditegaskan dalam QS. al-Hujurat ayat 6.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا
عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

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. (QS. al-Hujurat/49: 6).

Ayat ini memerintahkan umat Islam untuk melakukan verifikasi informasi sebelum menyebarkannya, terutama jika berasal dari sumber yang tidak terpercaya. Meskipun konteks ayat ini secara langsung membahas berita yang dibawa oleh orang fasik, prinsip ini relevan secara

luas dalam era media digital, di mana informasi termasuk konten keagamaan menyebar sangat cepat tanpa proses klarifikasi. Konsep tabayyun dalam al-Qur'an menekankan pentingnya kehati-hatian dan klarifikasi informasi untuk mencegah penyebaran berita palsu yang dapat merusak tatanan sosial dan keagamaan. Dalam konteks ini, tabayyun berfungsi sebagai mekanisme proteksi terhadap manipulasi wahyu, karena banyak potongan ayat digunakan dalam narasi politik, ekonomi, dan bahkan ujaran kebencian tanpa merujuk pada makna yang sah (Samsir & Yusril, 2024).

Selain tabayyun, prinsip al-Hikmah (kebijaksanaan) juga menjadi landasan penting dalam penyebaran ayat. Dalam QS. an-Nahl ayat 125, Allah memerintahkan untuk berdakwah "*bi al-hikmah wa al-mau'izah al-hasanah*", yakni dengan bijak dan penuh nasihat yang baik. Ini mengindikasikan bahwa cara dan konteks penyampaian harus mempertimbangkan siapa audiensnya, kondisi sosial-budayanya, dan potensi pemahamannya. Ayat yang disampaikan tanpa konteks atau dengan nada yang provokatif, meskipun isinya benar secara tekstual, bisa menjadi kontraproduktif dan bahkan merusak citra Islam itu sendiri. Oleh karena itu, etika penyebaran tidak hanya menyangkut apa yang disampaikan, tetapi juga bagaimana dan kepada siapa ia disampaikan.

Prinsip *'adālah* (keadilan) juga relevan dalam penyebaran ayat, yaitu dalam bentuk tidak memotong konteks ayat untuk kepentingan tertentu. Misalnya, penyebaran ayat-ayat tentang jihad tanpa menyebut ayat-ayat damai, atau ayat hukuman tanpa menjelaskan aspek rahmat dan ampunan, merupakan tindakan yang tidak proporsional dan melanggar prinsip keadilan epistemik. Praktik semacam ini sering kali ditemukan dalam konten digital yang dibuat dengan tujuan politis atau ideologis, bukan sebagai sarana dakwah yang mencerahkan. Hal ini melanggar prinsip keadilan epistemik, di mana informasi seharusnya disampaikan secara utuh dan proporsional untuk mencerminkan pesan asli dari wahyu (Rabiah, 2024).

Lebih dari itu, prinsip amanah ilmiah juga harus diterapkan, yaitu menyampaikan ayat sesuai dengan tafsir yang dapat

dipertanggungjawabkan secara akademik dan keagamaan. Ini berarti seorang penyampai tidak boleh menafsirkan ayat sesuka hati atau menarik kesimpulan tanpa merujuk pada metode tafsir yang benar, seperti tafsir bil ma'tsur, tafsir bi al-ra'yi yang terkendali, atau tafsir maqasidi. Dalam konteks ini, etika penyebaran ayat juga mencakup tanggung jawab ilmiah terhadap sumber dan metodologi yang digunakan, baik oleh ustadz, da'i, maupun konten kreator Muslim (Faldiansyah, 2024).

Dengan demikian, penyebaran ayat al-Qur'an di ruang digital perlu berpijak pada prinsip-prinsip etika yang kokoh, yang bersumber langsung dari al-Qur'an dan tradisi keilmuan Islam. Nilai-nilai seperti tabayyun, hikmah, *'adālah*, dan amanah tidak hanya berfungsi sebagai pedoman moral, tetapi juga sebagai perangkat intelektual yang menjaga kesucian wahyu dari penyimpangan, penyalahgunaan, dan penyederhanaan makna. Tanpa landasan etika ini, penyebaran ayat dikhawatirkan hanya menjadi alat propaganda atau konten viral semata, alih-alih menjadi sarana pencerahan spiritual dan perubahan sosial yang substansial.

B. Tantangan Penyebaran Ayat Al-Qur'an di Era Digital

Perkembangan teknologi informasi telah mentransformasi wajah dakwah dan komunikasi keislaman secara signifikan. Media digital tidak lagi sekadar alat bantu dakwah, melainkan telah menjadi ruang publik baru tempat interaksi keagamaan berlangsung secara masif dan sering kali tanpa regulasi yang memadai. Fenomena ini ditandai dengan munculnya berbagai platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan podcast dakwah yang menyajikan konten ayat-ayat al-Qur'an dalam format yang cepat, ringkas, dan mudah diakses oleh semua lapisan masyarakat. Di satu sisi, digitalisasi dakwah menawarkan kemudahan distribusi pesan agama secara instan, tetapi di sisi lain juga membawa dampak serius terkait dengan kualitas penyampaian serta kedalaman pemahaman terhadap wahyu, yang berisiko direduksi menjadi sekadar slogan religius tanpa makna teologis yang utuh (Ibad, 2024).

Salah satu tantangan utama dalam konteks ini adalah munculnya praktik penyebaran ayat al-Qur'an yang cenderung superfisial dan keluar

dari konteks. Banyak konten keagamaan menggunakan ayat al-Qur'an sekadar sebagai pembuka atau penegas narasi, tanpa menyertakan penjelasan tafsir yang memadai. Ayat-ayat suci sering kali dipenggal dan ditampilkan dalam bentuk potongan teks, dikombinasikan dengan musik atau visual yang justru mengaburkan pesan utama wahyu. Fenomena ini menggambarkan bagaimana ayat al-Qur'an direduksi menjadi elemen simbolik yang estetis, namun kehilangan kedalaman maknanya. Dalam kerangka ini, penyebaran ayat al-Qur'an berisiko mengalami komodifikasi, yakni ketika wahyu dijadikan alat untuk meraih atensi atau popularitas digital semata, bukan sebagai medium penyucian jiwa dan penguatan iman (Mubarok & Romdhoni, 2021).

Selain itu, era digital juga menyuburkan disintermediasi otoritas agama, yakni terlepasnya peran ulama dan ahli tafsir sebagai penjaga otoritatif makna wahyu. Siapa pun kini dapat menyebarkan, menafsirkan, bahkan mengklaim makna ayat dengan berbekal platform digital, tanpa dasar keilmuan yang memadai. Hal ini memunculkan risiko penyebaran pemahaman keagamaan yang dangkal, simplistik, bahkan menyimpang, terutama dalam isu-isu sensitif seperti jihad, toleransi, dan hukum pidana Islam. Salah satu faktor utama dari fenomena ini adalah rendahnya tingkat literasi agama digital di kalangan pengguna media sosial, yang menjadi faktor dominan yang mempercepat terjadinya misinformasi keagamaan berbasis ayat suci (Subakti, 2022).

Etika penyebaran ayat al-Qur'an di era digital juga dihadapkan pada dilema antara kecepatan distribusi informasi dan akurasi makna. Konten dakwah yang viral sering kali menomorsatukan daya tarik visual dan emosional dibanding keabsahan isi. Ayat-ayat yang mengandung nuansa ancaman, motivasi, atau janji sering kali lebih dipilih untuk ditampilkan karena dianggap lebih "menarik perhatian". Ini menciptakan bias persepsi dalam memahami wahyu, seolah-olah al-Qur'an hanya berbicara dalam potongan-potongan sensasional, bukan sebagai kitab yang menyeluruh dan kontekstual. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa penyebaran ayat al-Qur'an di media sosial sering kali terfragmentasi

dan kehilangan konteks utuhnya, sehingga dapat menyesatkan pemahaman umat (Kumala, 2020).

Oleh karena itu, diperlukan kesadaran kolektif untuk membangun budaya etika digital Islami, di mana penyebaran ayat al-Qur'an dilakukan secara hati-hati, bertanggung jawab, dan didasarkan pada prinsip ilmu dan hikmah. Para da'i, konten kreator Muslim, dan pengguna media sosial hendaknya dilibatkan dalam upaya pendidikan literasi agama digital agar dapat memahami batasan dan tanggung jawab dalam berinteraksi dengan teks wahyu secara daring. Literasi ini melampaui sekedar keterampilan teknis dalam menggunakan teknologi, melainkan juga mencakup kepekaan terhadap nilai-nilai, konteks historis dan sosial, serta otoritas dalam penyampaian pesan-pesan suci secara benar dan bertanggung jawab (Amelia & Nasrulloh, 2024).

C. Relevansi Etika Qur'ani terhadap Literasi dan Transformasi Dakwah Digital

Menghadapi kompleksitas dan tantangan dakwah di era digital, prinsip-prinsip etika Qur'ani tidak hanya relevan, tetapi menjadi sangat mendesak untuk diinternalisasi dalam setiap aktivitas penyebaran wahyu. Nilai-nilai seperti tabayyun, hikmah, *'adālah*, dan amanah bukan semata-mata norma moral, melainkan menjadi fondasi untuk membangun ekosistem dakwah yang bertanggung jawab secara ilmiah, spiritual, dan sosial. Etika Qur'ani dapat berfungsi sebagai pedoman utama dalam menyaring, memaknai, dan menyebarkan ayat secara utuh dan kontekstual, sehingga tidak terjebak dalam kesalahan penafsiran atau penyalahgunaan makna yang kerap terjadi di dunia digital (Hakim, 2023).

Prinsip-prinsip tersebut selaras dengan pendekatan maqasid al-syari'ah, yang menekankan bahwa tujuan hukum Islam adalah untuk menjaga lima hal pokok: agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Dalam konteks penyebaran ayat, orientasi pada maqasid memastikan bahwa aktivitas dakwah tidak sekadar menyampaikan pesan agama, tetapi juga

melindungi umat dari kesesatan, kebingungan, dan fitnah yang dapat timbul akibat penyampaian ayat yang serampangan. Pendekatan maqasid menunjukkan efektif digunakan untuk menilai konten dakwah digital, karena menimbang manfaat dan mudaratnya dalam kehidupan sosial (Isa dkk., 2021).

Untuk itu, literasi digital Islami menjadi prasyarat penting. Literasi ini tidak hanya mengacu pada kemampuan teknis dalam mengoperasikan media digital, tetapi juga mencakup pemahaman metodologis terhadap teks wahyu, otoritas tafsir, serta prinsip-prinsip etika Qur'ani dalam komunikasi. Literasi ini akan mencegah umat dari sikap reaktif terhadap konten viral yang memuat potongan ayat tanpa tafsir, sekaligus membangun sikap selektif, kritis, dan bertanggung jawab dalam menyerap maupun menyebarkan informasi keagamaan. Tanpa literasi, umat hanya akan menjadi konsumen pasif yang rentan terhadap disinformasi keagamaan (Mubarok & Romdhoni, 2021).

Transformasi dakwah digital menuntut adanya perubahan cara berpikir dan bertindak dari para da'i dan pelaku konten keagamaan. Orientasi dakwah yang sebelumnya lebih menekankan aspek popularitas seperti jumlah tayangan, pengikut, atau impresi di media sosial perlu diarahkan kembali kepada nilai-nilai kemaslahatan dan keilmuan. Dengan menjadikan etika Qur'ani sebagai kerangka kerja utama, dakwah digital tidak hanya relevan dengan zaman, tetapi juga tetap setia pada misi aslinya: menyampaikan kebenaran wahyu dengan bijak, adil, dan bertanggung jawab (Maulidna dkk., 2025).

Studi oleh Marzuki dan Mabur (2021) menunjukkan bahwa literasi digital sangat menentukan validitas pemahaman keagamaan, bahkan di kalangan mahasiswa penghafal al-Qur'an. Dalam konteks ini, kecakapan digital yang dilandasi nilai wahyu menjadi kunci untuk membedakan konten otoritatif dan non-otoritatif di ruang media. Sayangnya, kajian kritis terhadap konten viral keagamaan masih sangat terbatas. Misalnya, banyak video dakwah yang mengedepankan ayat-ayat ancaman tanpa

menghadirkan sisi kasih sayang atau rahmat dari teks tersebut. Akibatnya, terjadi penyempitan makna dan bias persepsi terhadap isi wahyu. Karena itu, pendekatan tafsir kontekstual dan integrasi teori komunikasi digital perlu dikedepankan sebagai kerangka analisis konten dakwah di era media sosial.

Di sisi lain, aspek regulasi tidak kalah penting. Keberadaan UU ITE, Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 tentang dakwah digital, serta pedoman dari lembaga-lembaga dakwah berbasis media, merupakan pilar pengawasan untuk memastikan penyebaran tetap dalam koridor etika dan hukum. Hal ini mengukuhkan pentingnya kolaborasi antara nilai wahyu, kecakapan digital, dan kebijakan publik.

Dengan demikian, maka dapat kita pahami bahwa etika Qur'ani dan literasi digital Islami adalah dua fondasi utama yang saling melengkapi dalam menjaga integritas penyebaran ayat al-Qur'an di era disrupsi informasi. Keduanya bukan hanya alat untuk mempertahankan nilai-nilai Islam dalam lanskap komunikasi modern, tetapi juga menjadi kunci keberhasilan dakwah yang berkelanjutan dan relevan dengan tantangan zaman.

Kesimpulan

Kajian ini menunjukkan bahwa penyebaran ayat al-Qur'an melalui media digital bukan sekadar persoalan teknis atau gaya berdakwah, melainkan berkaitan erat dengan etika penyampaian wahyu yang bersumber dari nilai-nilai Qur'ani. Dalam dunia digital yang serba cepat dan bebas batas, potensi penyalahgunaan ayat sangat besar apabila tidak dibarengi dengan kesadaran akan tanggung jawab moral dan ilmiah. Oleh karena itu, prinsip-prinsip etika Qur'ani seperti tabayyun, hikmah, *'adālah*, dan amanah perlu menjadi landasan dalam menyebarkan ayat al-Qur'an agar pesan wahyu tetap terjaga kesuciannya dan tidak disalahartikan.

Di sisi lain, dakwah di era digital menghadapi tantangan yang tidak sederhana. Banyak ayat al-Qur'an disebarakan tanpa penjelasan konteks

yang tepat, bahkan ada yang sengaja digunakan untuk menarik perhatian semata demi konten viral. Selain itu, peran ulama sebagai penjelas makna ayat mulai tergeser oleh pihak-pihak yang belum tentu memiliki dasar keilmuan yang kuat. Kondisi ini memperlihatkan bahwa dakwah digital memerlukan kontrol etik yang tidak hanya bersifat pribadi, tetapi juga kolektif dan sistemik.

Berdasarkan temuan dalam kajian ini, dapat dipahami bahwa pendekatan etika Qur'ani dapat berperan penting sebagai panduan dalam membangun budaya digital Islami yang sehat. Ketika prinsip-prinsip tersebut diintegrasikan dengan literasi digital keagamaan, maka penyebaran ayat tidak hanya dapat dipertanggungjawabkan secara keilmuan, tetapi juga berdampak positif bagi transformasi sosial dan spiritual umat. Penelitian ini memberikan pijakan awal bagi pengembangan konsep literasi Qur'ani digital yang etis, reflektif, dan aplikatif dalam menghadapi dinamika dakwah masa kini.

Daftar Pustaka

- Amelia, U., & Nasrulloh. (2024). Konsep Etika Komunikasi Bermedia Sosial Bagi Generasi Milenial Perspektif Al-Qur'an. *Al-Fahmu: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, 3(2), 163–174. <https://doi.org/10.58363/alfahmu.v3i2.199>
- Azhari, M. I. (2025). Qawaid Fiqhiyyah sebagai Landasan Etika Penggunaan Media Sosial dalam Perspektif Hukum Islam. *Hikmah: Journal of Islamic Studies*, 20(2), 111–124. <https://doi.org/10.47466/hikmah.v20i2.286>
- Faldiansyah, I. (2024). Strategi Tafsir Ayat dalam Dakwah di Era Digital: Mengoptimalkan Media Sosial sebagai Makna Dakwah: Strategies for Tafsir Da'wah Verses in the Digital age: Optimizing Social Media as a Da'wah Means. *Jurnal Bimas Islam*, 17(2), 505–524. <https://doi.org/10.37302/jbi.v17i2.1323>
- Hakim, L. (2023). The Importance of Da'wa Ethics in Social Media: A Quranic Perspective. *QOF*, 7(1), 103–116. <https://doi.org/10.30762/qof.v7i1.901>
- Haliza, D. A. N., Erina, M. D., Nisa, I. F. C., & Nasrum, A. J. (2022). Etika Bermedia Sosial dalam Perspektif Al-Qur'an dan Hukum Negara di

- Era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0. *Jurnal Riset Agama*, 2(1), 101–120. <https://doi.org/10.15575/jra.v2i1.15685>
- Ibad, M. N. (2024). Strategi Literasi Dakwah Digital di Era Media Sosial Tik Tok: Tantangan dan Peluang. *Al-Qudwah: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 102–114. <https://doi.org/10.52491/alqudwah.v1i2.145>
- Isa, A. S. B. M., Yusoff, K. B., & Hamzah, H. B. (2021). Maqasid Syariah Sebagai Strategi Pengawasan Rohani Dalam Penggunaan Media Sosial: Maqasid Syariah As Means Of Spiritual Control In Social Media Usage. *Journal of Fatwa Management and Research*, 26(2), 323–333. <https://doi.org/10.33102/jfatwa.vol26no2.418>
- Kamil, P. D. S. (2021). *Etika Islam: Kajian Etika Sosial dan Lingkungan Hidup*. Prenada Media.
- Kumala, N. (2020). Al-Qur'an Dan Etika Dakwah Virtual. *Jurnal Dakwah*, 21(1). <https://doi.org/10.14421/JD.2112020.5>
- Amiril. A. (2021). *Tafsir Maudhui Sosial: Menjadi Pribadi yang Lebih Baik*. Program Studi Ilmu al Qur'an dan Tafsir.
- Maulidna, F., Ulfi, K., Mulia, A., Ramadhan, A. Z., & Saleh, M. (2025). Etika Dakwah di Media Digital: Tantangan dan Solusi. *Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Agama Islam*, 3(2), 315–336. <https://doi.org/10.61132/jmpai.v3i2.1005>
- Mubarok, M. F., & Romdhoni, M. F. (2021). Digitalisasi Al-Qur'an dan Tafsir Sosial Media di Indonesia. *Jurnal Iman Dan Spiritualitas*, 1(1), 110–114. <https://doi.org/10.15575/jis.v1i1.11552>
- Pamungkas, A., & Halwati, U. (2023). Tantangan Dakwah Melalui Media Sosial di Era Media Baru. *ARKANA: Jurnal Komunikasi dan Media*, 2(1). <https://doi.org/10.62022/arkana.v2i01.4036>
- Rabiah, R. (2024, Juli 17). *Prinsip Etika Komunikasi dalam Interaksi di Media Sosial Perspektif Al-Qur'an*. Ushuluddin dan Humaniora. <https://idr.uin-antasari.ac.id/27770/>
- Samsir, S., & Yusril, M. (2024). Konsep Tabayyun dalam Al-Qur'an Analisis Terhadap Fenomena Penyebaran Hoax Di Media Sosial. *TAFASIR: Journal of Quranic Studies*, 2(2), 96–111. <https://doi.org/10.62376/tafasir.v2i2.41>
- Subakti, M. F. (2022). Literasi Digital: Fondasi Dasar Dakwah Dalam Media Sosial. *Jurnal Dakwah*, 23(1). <https://doi.org/10.14421/jd.23.1.22.4>

- Trisakti, F. A. (2021). Cyber-Da'wah: Narasi Konten Video Sebagai Metode Dakwah Non-Ulama Pada Media Sosial Tiktok. *Idarotuna*, 3(3). <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v3i3.16645>
- Wijaya, M., Pratomo, B., Citta, A. B., & Efendi, S. (2025). *Metodologi Penelitian: Kombinasi Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Methods*. PT. Media Penerbit Indonesia.