JIMMI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin P-ISSN: 3063-427X
Vol. 3, No. 3 Oktober 2026, hal. 436-450 E-ISSN: 3063-2706
DOI: https://doi.org/10.71153/jimmi.v3i3.573

Etika Komunikasi Digital dalam Penggunaan Media Sosial di Kalangan Masyarakat Aceh pada Era Modern Perspektif Moral, Sosial, dan Nilai-Nilai Islam

Furqan Fiqri
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, Aceh, Indonesia
Email: furqanfiqri29@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam kehidupan manusia, khususnya dalam penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi digital. Kehadiran media sosial memberikan berbagai kemudahan bagi masyarakat dalam memperoleh informasi, menjalin komunikasi, menjalankan aktivitas ekonomi, pendidikan, hingga penyebaran dakwah Islam. Namun, penggunaan media sosial yang tidak dibarengi dengan etika dapat menimbulkan berbagai persoalan sosial, seperti penyebaran hoaks, ujaran kebencian, cyberbullying, pencemaran nama baik, hingga menurunnya moral komunikasi masyarakat, termasuk di wilayah Aceh yang masih menjunjung tinggi nilai-nilai syariat Islam dalam kehidupan sosialnya. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pentingnya etika bermedia sosial dalam kehidupan modern serta mengkaji penerapannya berdasarkan perspektif moral, sosial, dan nilai-nilai Islam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi pustaka (library research), yaitu menelaah dan menganalisis berbagai literatur ilmiah, jurnal, serta sumber keislaman yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bermedia sosial sangat penting diterapkan untuk menciptakan ruang digital yang aman, sehat, dan bertanggung jawab. Dalam perspektif Islam, penggunaan media sosial harus didasarkan pada prinsip tabayyun, kejujuran (qaulan sadida), sopan santun, menjaga kehormatan orang lain, serta menghindari fitnah dan penyebaran kebencian. Oleh karena itu, diperlukan pendidikan literasi digital, penguatan nilai moral, serta kesadaran individu agar media sosial dapat digunakan secara positif dan bermanfaat bagi kehidupan masyarakat Aceh dan masyarakat Indonesia pada umumnya.

Kata kunci: Etika, Media Sosial, Komunikasi Digital, Moral, Islam

Pendahuluan

Perkembangan teknologi di era modern saat ini telah membawa perubahan yang sangat besar dalam kehidupan manusia. Salah satu perkembangan teknologi yang paling berpengaruh adalah hadirnya media sosial sebagai sarana komunikasi digital. Media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat karena mampu mempermudah komunikasi dan penyebaran informasi secara cepat tanpa batas ruang dan waktu (Rindiani et al., 2025). Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet

Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Published by Fanshur Institute: Research and Knowledge Sharing in Aceh

Indonesia (APJII) yang dirilis pada Agustus 2025 mencatat bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 229,43 juta jiwa, setara dengan tingkat penetrasi sebesar 80,66 persen dari total populasi, dengan Pulau Sumatra menyumbang sekitar 20,5 persen dari keseluruhan pengguna internet nasional ("Data APJII," 2025). Angka tersebut menunjukkan betapa masifnya keterlibatan masyarakat, termasuk masyarakat Aceh, dalam ekosistem komunikasi digital saat ini.

Saat ini berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, WhatsApp, dan YouTube digunakan hampir oleh seluruh lapisan masyarakat, mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa. Media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi media pendidikan, bisnis, promosi, politik, dan dakwah (Rambe et al., 2024). Dalam bidang pendidikan, media sosial mempermudah proses pembelajaran karena informasi dapat diakses dengan cepat dan mudah. Dalam bidang ekonomi, media sosial membantu para pelaku usaha untuk mempromosikan produk dan memperluas jaringan pemasaran tanpa harus mengeluarkan biaya besar (Muzaki et al., 2023).

Selain memberikan manfaat positif, media sosial juga memiliki dampak negatif apabila digunakan tanpa memperhatikan etika dan tanggung jawab. Saat ini banyak ditemukan penyalahgunaan media sosial seperti penyebaran berita bohong atau hoaks (Amaly & Armiah, 2021; Yusril, 2024), ujaran kebencian (Kusumasari & Arifianto, 2020; Ningrum, 2019), cyberbullying (Efianingrum et al., 2021; Riswanto & Marsinun, 2020), penipuan online, hingga penyebaran konten yang tidak sesuai dengan norma agama dan sosial. Kebebasan berekspresi yang tersedia di media sosial sering kali disalahgunakan oleh sebagian pengguna sehingga menimbulkan konflik dan perpecahan di masyarakat (Azhar & Soponyono, 2020).

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa sebagian masyarakat masih kurang memahami pentingnya etika dalam bermedia sosial. Banyak pengguna media sosial lebih mengutamakan kebebasan berbicara dibandingkan tanggung jawab moral dalam berkomunikasi (Turnip & Siahaan, 2021). Padahal, setiap tulisan, komentar, gambar, maupun video

yang disebarkan di media sosial dapat memberikan dampak besar terhadap kehidupan orang lain. Dalam kehidupan sosial, etika merupakan pedoman penting yang mengatur perilaku manusia agar tercipta hubungan yang harmonis dan saling menghormati. Etika tidak hanya berlaku dalam kehidupan nyata, tetapi juga harus diterapkan dalam dunia digital (Wahyuni, 2021).

Islam sebagai agama yang sempurna juga memberikan perhatian besar terhadap etika komunikasi. Islam mengajarkan umatnya untuk berkata baik, menjaga kehormatan orang lain, menghindari fitnah, serta melakukan tabayyun terhadap informasi yang diterima (Agustin et al., 2026). Bagi masyarakat Aceh yang menerapkan syariat Islam sebagai pedoman hidup bermasyarakat, prinsip tabayyun dan qaulan sadida ini memiliki relevansi yang sangat kuat dalam menyikapi derasnya arus informasi di media sosial (Al-Faqiha & Azzahra, 2026). Oleh karena itu, penggunaan media sosial harus didasarkan pada nilai-nilai moral dan ajaran agama agar teknologi dapat dimanfaatkan untuk kebaikan bersama.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penting dilakukan kajian mengenai etika komunikasi digital dalam penggunaan media sosial di kalangan masyarakat Aceh agar masyarakat mampu memahami pentingnya penggunaan media sosial secara bijak, bertanggung jawab, dan sesuai dengan norma sosial maupun ajaran Islam.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi pustaka (library research). Metode ini dilakukan dengan cara mengumpulkan berbagai sumber data yang berkaitan dengan etika bermedia sosial, baik dari jurnal ilmiah nasional terakreditasi, artikel, maupun sumber-sumber keislaman seperti Al-Qur'an dan hadis.

Pendekatan studi pustaka digunakan karena penelitian ini berfokus pada kajian teoretis mengenai etika komunikasi digital dalam penggunaan media sosial. Penulis melakukan analisis terhadap berbagai literatur yang relevan, terutama hasil penelitian terdahulu mengenai dampak media sosial, bentuk pelanggaran etika digital, prinsip tabayyun dalam Islam, serta upaya

penguatan literasi digital, untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai penerapan nilai-nilai Islam dalam komunikasi di media sosial.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif, yaitu dengan menjelaskan berbagai fenomena sosial yang terjadi akibat penggunaan media sosial dan menghubungkannya dengan konsep etika komunikasi serta ajaran Islam. Dengan metode ini, penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai pentingnya etika dalam penggunaan media sosial di era modern, khususnya bagi masyarakat Aceh.

Pembahasan

A. Pengertian Etika Komunikasi Digital dan Media Sosial

Etika berasal dari bahasa Yunani "ethos" yang berarti kebiasaan, watak, atau karakter. Dalam kehidupan sehari-hari, etika diartikan sebagai aturan atau norma yang mengatur perilaku manusia mengenai baik dan buruk suatu tindakan (Rambe et al., 2024). Etika menjadi pedoman bagi manusia dalam bertindak dan berinteraksi dengan orang lain agar tercipta kehidupan sosial yang harmonis. Dalam konteks komunikasi, etika sangat penting karena komunikasi tidak hanya berkaitan dengan penyampaian pesan, tetapi juga berkaitan dengan cara seseorang berbicara, bersikap, dan menghormati lawan bicara (Rindiani et al., 2025).

Sementara itu, media sosial merupakan media berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk membuat, membagikan, dan bertukar informasi secara cepat. Media sosial memberikan kebebasan kepada masyarakat untuk menyampaikan pendapat dan berinteraksi dengan siapa saja tanpa batas geografis (Muzaki et al., 2023). Etika komunikasi digital dapat diartikan sebagai tata cara atau aturan perilaku yang harus diperhatikan pengguna dalam menggunakan media sosial agar komunikasi digital tetap sesuai dengan norma sosial, hukum, dan agama. Etika bermedia sosial bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang sehat, aman, dan bertanggung jawab, sehingga media sosial dapat dimanfaatkan secara positif (Turnip & Siahaan, 2021).

Wahyuni (2021) menegaskan bahwa etika komunikasi digital yang baik ditandai dengan penggunaan bahasa yang santun, tidak menyebarkan status atau artikel bohong, serta menghargai hak cipta orang lain. Etika dalam bermedia sosial sangat penting karena dunia digital memiliki pengaruh besar terhadap kehidupan masyarakat. Informasi yang disebarkan di media sosial dapat dengan cepat memengaruhi opini publik dan membentuk pola pikir masyarakat, sehingga setiap pengguna media sosial harus memahami bahwa kebebasan berekspresi juga harus disertai tanggung jawab moral (Muzaki et al., 2023).

B. Dampak Positif Media Sosial

1. Mempermudah Komunikasi dan Interaksi Sosial

   Media sosial memudahkan masyarakat untuk berkomunikasi tanpa batas ruang dan waktu. Seseorang dapat dengan mudah berinteraksi dengan keluarga, teman, maupun rekan kerja meskipun berada di lokasi yang berjauhan. Kehadiran media sosial membuat komunikasi menjadi lebih cepat, efisien, dan mempermudah masyarakat dalam membangun jaringan pertemanan lintas daerah bahkan lintas negara (Rindiani et al., 2025).
2. Menjadi Sarana Pendidikan dan Ekonomi

   Media sosial memberikan manfaat besar dalam bidang pendidikan, di mana guru dan dosen dapat menyampaikan materi pembelajaran secara daring sehingga proses pendidikan menjadi lebih fleksibel. Dalam bidang ekonomi, media sosial membantu pelaku usaha memasarkan produk dengan biaya yang lebih murah dibandingkan metode pemasaran konvensional, bahkan memunculkan profesi baru seperti content creator dan digital marketer (Muzaki et al., 2023).
3. Menjadi Media Dakwah Islam

   Media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana dakwah Islam yang efektif. Banyak dai dan lembaga keagamaan menggunakan Instagram maupun YouTube untuk menyampaikan ceramah, kajian agama, dan pesan moral kepada masyarakat luas (Anas, 2025). Zulaecha et al. (2023) menunjukkan bahwa dakwah digital di kalangan milenial melalui akun-

akun dai populer mampu menjangkau audiens yang jauh lebih luas dibandingkan dakwah konvensional. Faridah et al. (2025) menambahkan bahwa strategi dakwah yang efektif di media sosial mencakup konten kreatif, konsistensi pesan, serta kolaborasi dengan tokoh yang berpengaruh (influencer), sehingga pesan-pesan kebaikan dapat menjangkau masyarakat dari berbagai latar belakang, termasuk generasi muda Aceh. Hasbi et al. (2024) juga menegaskan bahwa media sosial memungkinkan interaksi langsung antara dai dan jamaah serta penyebaran nilai-nilai Islam secara lebih efektif, meskipun dakwah digital tetap menghadapi tantangan berupa misinformasi dan konten yang kurang terverifikasi.

C. Dampak Negatif Media Sosial

1. Penyebaran Hoaks

   Salah satu dampak negatif media sosial adalah mudahnya penyebaran hoaks atau berita bohong. Banyak pengguna media sosial menyebarkan informasi tanpa memeriksa kebenarannya terlebih dahulu. Amaly dan Armiah (2021) menemukan bahwa tingkat literasi digital masyarakat Indonesia masih berada pada level menengah, dengan kemampuan mengolah informasi dan berpikir kritis yang masih rendah, sehingga masyarakat rentan menjadi korban maupun penyebar hoaks. Yusril (2024) menjelaskan bahwa penyebaran hoaks di media sosial umumnya terjadi karena informasi disebarluaskan tanpa verifikasi, yang bertentangan dengan prinsip tabayyun dalam Islam. Penyebaran hoaks dapat menimbulkan keresahan, kesalahpahaman, bahkan konflik di masyarakat, dan sering kali digunakan untuk memprovokasi opini publik.
2. Cyberbullying

   Cyberbullying merupakan tindakan menghina, mengintimidasi, atau merendahkan orang lain melalui media sosial. Efianingrum, Dwiningrum, dan Nurhayati (2021) melakukan penelitian terhadap pelajar SMA di enam wilayah Indonesia, termasuk Aceh, Medan, Jakarta, Yogyakarta, Makassar, dan Papua, dan menemukan bahwa tingkat kejadian cyberbullying berada pada kategori cukup tinggi dengan skor 69,64

persen. Temuan ini menegaskan bahwa cyberbullying bukan hanya fenomena di kota besar, tetapi juga nyata terjadi di kalangan pelajar Aceh. Riswanto dan Marsinun (2020) menambahkan bahwa pelaku cyberbullying umumnya didominasi oleh remaja, dengan bentuk yang beragam mulai dari komentar kasar, hinaan, hingga penyebaran konten yang mempermalukan korban. Cyberbullying dapat memberikan dampak psikologis yang serius, seperti stres, kecemasan, dan hilangnya rasa percaya diri (Aradhana & Pangaribuan, 2022). Budyatmojo (2024) juga mencatat lonjakan tajam pengguna media sosial remaja Indonesia yang turut berkontribusi terhadap meningkatnya kasus cyberbullying, sehingga diperlukan kolaborasi antara pemerintah, sekolah, dan orang tua untuk mengatasinya.

3. Ujaran Kebencian dan Menurunnya Etika Komunikasi

   Ujaran kebencian (hate speech) menjadi fenomena kebahasaan yang berkembang pesat di media sosial dan bertolak belakang dengan konsep kesantunan berbahasa. Ningrum (2019) mengidentifikasi bahwa bentuk ujaran kebencian yang paling banyak ditemukan di kolom komentar media sosial berupa penghinaan, hasutan, dan provokasi yang menyangkut isu politik, sosial, ekonomi, maupun agama. Kusumasari dan Arifianto (2020) menjelaskan bahwa ruang publik di media sosial, yang seharusnya menjadi tempat pertukaran gagasan secara demokratis, kini sebagian telah bergeser menjadi arena penyebaran ujaran kebencian yang dikonstruksi untuk menyerang pihak lain dengan pandangan yang berbeda. Sa'idah, Santi, dan Suryanto (2021) menemukan bahwa faktor psikologis individu, lingkungan sosial, kemudahan sarana teknologi, serta lemahnya kontrol sosial menjadi penyebab utama munculnya ujaran kebencian di media sosial. Dari sisi hukum, Azhar dan Soponyono (2020) menegaskan pentingnya kebijakan hukum pidana yang tegas untuk menanggulangi ujaran kebencian, mengingat dampaknya yang dapat merusak hubungan sosial dan memicu konflik antarkelompok masyarakat.

4. Kecanduan Media Sosial dan Pelanggaran Privasi

   Penggunaan media sosial secara berlebihan dapat menyebabkan kecanduan digital. Banyak orang menghabiskan waktu berjam-jam untuk bermain media sosial sehingga mengurangi produktivitas dan mengganggu aktivitas sosial di dunia nyata. Selain itu, media sosial juga sering digunakan untuk menyebarkan data pribadi tanpa izin pemiliknya, yang dapat menimbulkan berbagai masalah seperti penipuan maupun pencemaran nama baik. Oleh karena itu, pengguna media sosial harus menghormati privasi orang lain dan tidak sembarangan membagikan informasi pribadi.

D. Etika Bermedia Sosial dalam Perspektif Islam

Islam sangat menekankan pentingnya menjaga etika komunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Dalam Islam, setiap ucapan dan tindakan manusia akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah SWT. Oleh sebab itu, seorang muslim harus menjaga tutur kata dan perilaku, termasuk dalam penggunaan media sosial.

Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an surah Al-Hujurat ayat 6 yang secara maknawi memerintahkan orang-orang beriman untuk meneliti kebenaran suatu berita apabila datang kepada mereka dari sumber yang tidak jelas kredibilitasnya, agar tidak menimpakan musibah kepada suatu kaum karena kecerobohan dalam menerima informasi. Ayat tersebut menjadi dasar utama prinsip tabayyun, yaitu memeriksa kebenaran informasi sebelum menyebarkannya kepada orang lain. Agustin, Aini, Wulandari, dan Razzaq (2026) menjelaskan bahwa tabayyun merupakan langkah penting dalam menjaga keakuratan informasi, membangun komunikasi yang sehat, serta mencegah penyebaran berita palsu di ruang digital. Dalam konteks media sosial, prinsip ini mengajarkan agar masyarakat tidak mudah percaya terhadap informasi yang belum jelas sumbernya.

Rasulullah SAW juga bersabda yang maknanya menganjurkan agar orang yang beriman kepada Allah dan hari akhir hendaklah berkata baik atau lebih baik diam (HR. Bukhari dan Muslim). Hadis tersebut

menunjukkan bahwa seorang muslim harus menjaga ucapan dan menghindari perkataan buruk, termasuk dalam komunikasi digital. Al-Faqiha dan Azzahra (2026) menegaskan bahwa penerapan tabayyun dapat meningkatkan kemampuan berpikir kritis, tanggung jawab moral, dan etika bermedia sosial di kalangan masyarakat, sehingga relevan diterapkan dalam menghadapi derasnya arus hoaks dan misinformasi di era digital. Haq, Nurossobah, dan Amar (2026) melengkapi kajian ini dengan menekankan bahwa nilai-nilai tabayyun mengajarkan kejujuran, kehati-hatian, dan tanggung jawab dalam berkomunikasi, terutama di media sosial, sehingga mampu mendukung komunikasi digital yang lebih sehat di tengah masyarakat modern.

Secara ringkas, prinsip etika bermedia sosial dalam Islam meliputi:

1. Tabayyun (verifikasi informasi): setiap informasi harus diperiksa terlebih dahulu sebelum dibagikan agar tidak menimbulkan fitnah dan kesalahpahaman (Agustin et al., 2026; Yusril, 2024).
2. Qaulan Sadida (berkata benar): Islam mengajarkan umatnya untuk berkata jujur dan tidak menyebarkan kebohongan.
3. Menjaga kehormatan orang lain: seorang muslim tidak boleh menghina, memfitnah, atau membuka aib orang lain di media sosial (Al-Faqiha & Azzahra, 2026).
4. Menghindari ghibah dan fitnah: media sosial tidak boleh digunakan untuk membicarakan keburukan orang lain maupun menyebarkan fitnah (Haq et al., 2026).
5. Menggunakan media sosial untuk kebaikan: media sosial hendaknya digunakan untuk hal-hal yang bermanfaat seperti pendidikan, dakwah, kegiatan sosial, dan penyebaran informasi positif (Hasbi et al., 2024; Anas, 2025).

E. Upaya Penguatan Etika Bermedia Sosial melalui Literasi Digital

Untuk mengurangi berbagai dampak negatif media sosial, diperlukan upaya bersama dari masyarakat, keluarga, lembaga pendidikan, dan pemerintah. Fitrianti dan Jamil (2025) menegaskan bahwa literasi digital merupakan salah satu faktor penting dalam mendukung pencapaian tujuan

pembangunan berkelanjutan (SDGs) 2030, karena masyarakat yang melek digital akan lebih mampu memilah informasi, memahami dampak positif dan negatif media sosial, serta berpartisipasi secara sehat dalam ruang digital. Susanti et al. (2024) menemukan bahwa media sosial dapat berperan ganda, yakni sebagai sarana peningkatan literasi digital sekaligus sumber risiko apabila tidak diimbangi dengan pendampingan yang memadai, sehingga peran keluarga dan lingkungan sosial menjadi krusial dalam membentuk kebiasaan bermedia sosial yang sehat pada remaja.

Selain penguatan literasi digital, penguatan pendidikan karakter dan nilai moral juga sangat diperlukan, terutama bagi generasi muda Aceh yang hidup di tengah masyarakat yang menjunjung tinggi syariat Islam. Nilai-nilai moral, sopan santun, dan etika komunikasi harus ditanamkan sejak dini agar masyarakat memiliki kesadaran dalam menggunakan media sosial secara baik. Pemerintah juga memiliki peran penting dalam menjaga keamanan ruang digital melalui penegakan hukum terhadap pelanggaran di media sosial seperti penyebaran hoaks, ujaran kebencian, dan cyberbullying (Azhar & Soponyono, 2020), sehingga tercipta lingkungan digital yang lebih aman dan tertib bagi seluruh lapisan masyarakat.

F. Hasil Pembahasan

Hasil kajian menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang sangat besar dalam kehidupan masyarakat modern, termasuk masyarakat Aceh. Media sosial memberikan banyak manfaat positif dalam berbagai bidang kehidupan, seperti komunikasi, pendidikan, ekonomi, dan dakwah Islam (Rindiani et al., 2025; Hasbi et al., 2024). Namun demikian, penggunaan media sosial tanpa etika dapat menimbulkan berbagai dampak negatif, mulai dari penyebaran hoaks (Amaly & Armiah, 2021; Yusril, 2024), cyberbullying (Efianingrum et al., 2021; Aradhana & Pangaribuan, 2022), hingga ujaran kebencian (Kusumasari & Arifianto, 2020; Ningrum, 2019; Sa'idah et al., 2021) yang berpotensi merusak tatanan sosial dan moral masyarakat.

Dalam perspektif Islam, etika komunikasi menjadi bagian penting dalam kehidupan manusia. Islam mengajarkan umatnya untuk selalu

berkata baik, menjaga kehormatan orang lain, dan menghindari penyebaran fitnah maupun berita bohong. Prinsip tabayyun dalam Islam mengajarkan agar setiap informasi diperiksa terlebih dahulu sebelum disebarkan kepada orang lain (Agustin et al., 2026; Al-Faqiha & Azzahra, 2026; Haq et al., 2026). Hal ini sangat relevan dalam penggunaan media sosial saat ini agar masyarakat, khususnya masyarakat Aceh yang berlandaskan syariat Islam, tidak mudah terpengaruh oleh informasi palsu maupun ujaran kebencian.

Hasil kajian juga menunjukkan bahwa penerapan etika bermedia sosial dapat dilakukan melalui pendidikan literasi digital (Fitrianti & Jamil, 2025; Susanti et al., 2024), penguatan pendidikan karakter, pengawasan orang tua, serta penegakan hukum terhadap pelanggaran di media sosial (Azhar & Soponyono, 2020). Kesadaran individu juga menjadi faktor penting dalam menciptakan komunikasi digital yang sehat dan bertanggung jawab. Dengan demikian, etika bermedia sosial memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan ruang digital yang aman, harmonis, dan penuh rasa saling menghormati antarpengguna media sosial di Aceh maupun di Indonesia secara umum.

Kesimpulan

Media sosial merupakan salah satu hasil perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang memiliki pengaruh besar dalam kehidupan masyarakat modern, termasuk masyarakat Aceh. Kehadiran media sosial memberikan banyak manfaat positif dalam bidang komunikasi, pendidikan, ekonomi, dan penyebaran dakwah Islam (Rindiani et al., 2025; Hasbi et al., 2024; Anas, 2025). Namun, penggunaan media sosial tanpa etika dapat menimbulkan berbagai dampak negatif, seperti penyebaran hoaks (Amaly & Armiah, 2021; Yusril, 2024), cyberbullying (Efianingrum et al., 2021; Riswanto & Marsinun, 2020), ujaran kebencian (Kusumasari & Arifianto, 2020; Ningrum, 2019), fitnah, serta menurunnya moral komunikasi masyarakat.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa masih rendahnya kesadaran sebagian masyarakat terhadap pentingnya etika dalam komunikasi digital. Etika bermedia sosial sangat penting diterapkan agar

tercipta ruang digital yang sehat, aman, dan harmonis. Dalam perspektif Islam, penggunaan media sosial harus didasarkan pada prinsip tabayyun, kejujuran (qaulan sadida), sopan santun, menjaga kehormatan orang lain, serta menghindari fitnah dan kebencian (Agustin et al., 2026; Al-Faqiha & Azzahra, 2026; Haq et al., 2026). Melalui pendidikan literasi digital (Fitrianti & Jamil, 2025), penguatan nilai moral, serta kesadaran masyarakat dalam menggunakan media sosial secara bijak dan bertanggung jawab, media sosial dapat dimanfaatkan secara positif demi kemajuan bersama dan terciptanya komunikasi digital yang lebih beretika di kalangan masyarakat Aceh maupun masyarakat Indonesia pada umumnya.

Daftar Pustaka

Agustin, S., Aini, N. Q., Wulandari, T., & Razzaq, A. (2026). Tabayyun sebagai prinsip komunikasi Islam dalam menghadapi hoaks. Nubuwwah: Journal of Communication and Islamic Broadcasting, 4(1), 21–32. https://doi.org/10.21093/nubuwwah.v4i01.13126

Al-Faqiha, M. H., & Azzahra, F. (2026). Peran tabayyun dalam Islam untuk mengatasi hoax dan misinformasi di media sosial. Akhlak: Jurnal Pendidikan Agama Islam dan Filsafat, 3(2), 122–133. https://doi.org/10.61132/akhlak.v3i2.2159

Amaly, N., & Armiah, A. (2021). Peran kompetensi literasi digital terhadap konten hoaks dalam media sosial. Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah, 20(2), 43–52. https://doi.org/10.18592/alhadharah.v20i2.6019

Anas, M. (2025). Potret dakwah digital di era modernisasi: Studi media sosial sebagai media dakwah. Al-Muttaqin: Jurnal Studi, Sosial, dan Ekonomi, 6(1), 1–18. https://doi.org/10.63230/almuttaqin.v6i1.199

Aradhana, A. A. A., & Pangaribuan, C. S. (2022). Cyberbullying in media social: A mainstreaming the victim protection principles in Indonesian criminal justice system. Indonesia Media Law Review, 1(2), 99–122. https://doi.org/10.15294/imrev.v1i2.60587

Azhar, A., & Soponyono, E. (2020). Kebijakan hukum pidana dalam pengaturan dan penanggulangan ujaran kebencian (hate speech) di media sosial. Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia, 2(2), 275–290. https://doi.org/10.14710/jphi.v2i2.275-290

Budyatmojo. (2024). Pengaruh media sosial terhadap cyberbullying di kalangan remaja di Indonesia. Media Keadilan: Jurnal Ilmu Hukum, 15(2), 66–79. https://doi.org/10.31764/jmk.v15i2.25330

Bustami, B., Siregar, A. R., Harahap, A., & Nasution, M. S. (2024). Etika komunikasi media digital di era post-truth. Jurnal Paradigma: Jurnal Multidisipliner Mahasiswa, 5(1). https://doi.org/10.22146/jpmmpi.v5i1.91604

Data APJII: Pengguna internet di Indonesia tembus 229,43 juta orang pada 2025. (2025, 6 Agustus). Bisnis.com. https://teknologi.bisnis.com/read/20250806/101/1899997/data-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-22943-juta-orang-pada-2025

Efianingrum, A., Dwiningrum, S. I. A., & Nurhayati, R. (2021). Cyberbullying pelajar SMA di media sosial: Prevalensi dan rekomendasi. Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi, 8(2), 144–153. https://doi.org/10.21831/jppfa.v8i2.38300

Faridah, F., Amir, R. M., Budin, H. B., Azhar, A., & Mawaddah, S. N. (2025). Strategi dakwah di media sosial. Retorika: Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam, 7(1), 70–85. https://doi.org/10.47435/retorika.v7i1.3737

Fitrianti, & Jamil, M. S. (2025). Literasi digital sebagai faktor pendukung pencapaian SDGs 2030: Sebuah kajian literatur. Jurnal Media Akademik, 3(8). https://doi.org/10.62281/r6kh3q86

Haq, Z. A., Nurossobah, C., & Amar, A. S. (2026). Konsep tabayun dalam perspektif Islam sebagai upaya menghadapi hoax. Hikmah: Jurnal Studi Pendidikan Agama Islam, 3(2), 150–168. https://doi.org/10.61132/hikmah.v3i2.2210

Hasbi, M., Sucitra, S., & Fadillah, A. (2024). Peran media sosial dalam dakwah: Tantangan dan peluang di era digital. Journal of Innovative and Creativity (Joecy), 4(2), 17–23. https://doi.org/10.31004/joecy.v4i2.135

Kusumasari, D., & Arifianto, S. (2020). Makna teks ujaran kebencian pada media sosial. Jurnal Komunikasi, 12(1), 1–15. https://doi.org/10.24912/jk.v12i1.4045

Muzaki, D., Nasichah, N., Raya, M. H., Fatiyah, N., & Damayanti, N. I. (2023). Etika dalam penggunaan media sosial: Perilaku komunikasi

yang bertanggung jawab. Jurnal Teknik Informatika dan Elektro, 5(2), 60–72. https://doi.org/10.55542/jurtie.v5i2.706

Ningrum, D. J. (2019). Kajian ujaran kebencian di media sosial. Jurnal Ilmiah KORPUS, 2(3), 241–252. https://doi.org/10.33369/jik.v2i3.6779

Rambe, S., Simbolon, M. B., Hasibuan, R. L. A., Safika, N., & Simamora, I. Y. (2024). Etika komunikasi dalam menggunakan media sosial. Jurnal Pendidikan Tambusai, 8(1), 4503–4510. https://doi.org/10.31004/jptam.v8i1.13072

Rindiani, Maswir, Septiansyah, N., Afriwandi, R., & Almubarak, I. F. (2025). Makna etika komunikasi dalam interaksi digital mahasiswa di media sosial. Jurnal Komputer, Informasi dan Teknologi, 6(1), 12. https://doi.org/10.53697/jkomitek.v6i1.3496

Riswanto, D., & Marsinun, R. (2020). Perilaku cyberbullying remaja di media sosial. Analitika: Jurnal Magister Psikologi UMA, 12(2), 98–111. https://doi.org/10.31289/analitika.v12i2.3704

Sa'idah, F. L., Santi, D. E., & Suryanto, S. (2021). Faktor produksi ujaran kebencian melalui media sosial. Jurnal Psikologi Perseptual, 6(1), 1–15. https://doi.org/10.24176/perseptual.v6i1.5144

Susanti, S., Bangun, M. B., Wulandari, Y. D., Sinaga, M., Hasibuan, M. A., Sagala, A. C., & Sagala, A. A. (2024). Peran media sosial dalam meningkatkan literasi digital di kalangan remaja lingkungan Jalan Hm. Joni Medan. Jurnal Pendidikan Non Formal, 1(3), 7. https://doi.org/10.47134/jpn.v1i3.328

Turnip, E. Y., & Siahaan, C. (2021). Etika berkomunikasi dalam era media digital. TANJAK: Journal of Education and Teaching, 1(2), 127–135. https://doi.org/10.35961/tanjak.v1i2.152

Wahyuni, S. (2021). Etika berkomunikasi di media sosial (WhatsApp). EUNOIA: Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia, 1(2), 156. https://doi.org/10.30821/eunoia.v1i2.1150

Yusril, M. (2024). Konsep tabayyun dalam Al-Quran: Analisis terhadap fenomena penyebaran hoax di media sosial. Tafasir: Jurnal Kajian Al-Qur'an dan Tafsir, 2(2), 96–111. https://doi.org/10.62376/tafasir.v2i2.41

Zulaecha, N. N., Hafidz, H., Pertiwi, B. N. O., & Nashihin, H. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai dakwah digital dalam penyiaran agama kalangan kaum milenial di Instagram (Ustadz Hanan Attaki).

Attractive: Innovative Education Journal, 5(2), 534–547. https://doi.org/10.51278/aj.v5i2.763