Etika Bermedia Sosial menurut Perspektif Islam: Kajian Normatif-Teologis

Salsabela Azzahra[1*], Rika Sartika[2]
Fakultas Tarbiyah, Universitas Islam Internasional Darullughah Wadda'wah[1,2]
*email : salsabilaalmaksum@gmail.com

ABSTRAK
Perkembangan media sosial membawa dampak signifikan dalam pola komunikasi masyarakat, namun juga memunculkan berbagai persoalan etis seperti penyebaran hoaks, praktik ghibah, dan ujaran kebencian. Fenomena tersebut menunjukkan perlunya kerangka etika yang kokoh sebagai pedoman bermedia sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis etika bermedia sosial dalam perspektif Islam dengan pendekatan normatif-teologis. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif berbasis studi kepustakaan (*library research*), dengan sumber data utama berupa ayat-ayat Al-Qur'an, Hadist Nabi Muhammad SAW, kitab tafsir klasik, serta jurnal ilmiah yang relevan dengan tema etika komunikasi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Islam memberikan prinsip etika bermedia sosial yang komprehensif, di antaranya kewajiban *tabayyun* dalam menerima dan menyebarkan informasi, larangan ghibah sebagai bentuk perlindungan terhadap kehormatan manusia, serta perintah menjaga lisan dan berkata benar untuk mencegah ujaran kebencian. Integrasi antara Al-Qur'an, Hadist, dan pandangan ulama klasik menegaskan bahwa etika komunikasi dalam Islam bersifat adaptif dan relevan dalam menghadapi tantangan media sosial. Penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya kajian Pendidikan Agama Islam, khususnya dalam pengembangan etika digital berbasis nilai-nilai Islam.
Kata kunci : etika bermedia sosial; hoaks; ghibah; ujaran kebencian; Islam

ABSTRACT
The development of social media has brought significant changes to patterns of public communication; however, it has also given rise to various ethical issues such as the spread of hoaxes, the practice of ghibah (backbiting), and hate speech. These phenomena indicate the need for a solid ethical framework to serve as guidance for responsible social media use. This study aims to analyze social media ethics from an Islamic perspective using a normative-theological approach. The research employs a qualitative method based on library research, with primary data sources consisting of verses from the Qur'an, Hadith of the Prophet Muhammad (peace be upon him), classical Qur'anic commentaries, and scholarly journals relevant to the theme of digital communication ethics. The findings reveal that Islam provides comprehensive ethical principles for social media engagement, including the obligation of tabayyun (verification) in receiving and disseminating information, the prohibition of ghibah as a means of protecting human dignity, and the command to guard one's speech and speak truthfully to prevent hate speech. The integration of the Qur'an, Hadith, and the views of classical scholars affirms that Islamic communication ethics are adaptive and remain relevant in addressing the challenges posed by social media. This study contributes to enriching the field of Islamic Religious Education, particularly in the development of digital ethics grounded in Islamic values.
Keywords : *social media ethics; hoaxes; ghibah; hate speech; Islam*

PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat modern dan membawa perubahan signifikan terhadap pola interaksi sosial. Kehadiran platform digital seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan WhatsApp mempermudah proses komunikasi tetapi juga membuka peluang bagi informasi yang tidak akurat dan konflik sosial. Penelitian menunjukkan bahwa media sosial sering digunakan sebagai medium penyebaran informasi tanpa verifikasi yang berdampak pada meningkatnya hoaks dan ujaran kebencian di ruang digital (Rahman et al., 2025).

Dalam konteks ini, hoaks telah menjadi fenomena global yang merusak kualitas komunikasi dan mengancam keterikatan sosial. Hoaks tidak hanya menyesatkan publik tetapi juga berpotensi memicu

konflik dan kesalahpahaman dalam masyarakat. Studi terbaru mengenai media sosial di Indonesia mengungkapkan bahwa penyebaran hoaks sering disebabkan oleh kurangnya literasi digital serta kecenderungan pengguna mempercayai dan membagikan informasi tanpa klarifikasi terlebih dahulu (M T Mustamin et al., 2025).

Selain hoaks, praktik ghibah juga mengalami transformasi dalam ruang digital. Ghibah yang dahulu dilakukan dalam komunikasi tatap muka kini muncul dalam bentuk penyebaran komentar negatif, gosip, atau aib orang lain melalui unggahan dan kolom komentar di media sosial. Fenomena ini menunjukkan bahwa media digital dapat menjadi ruang reproduksi perilaku negatif yang bertentangan dengan kehormatan individu dan nilai sosial. Studi kontemporer menunjukkan adanya relevansi antara perilaku bermedia sosial dan tantangan etika komunikasi yang semakin kompleks (Abas & Nasrulloh, 2025).

Ujaran kebencian (*hate speech*) juga menjadi persoalan serius dalam komunikasi digital. Penelitian empiris menemukan bahwa ujaran kebencian tidak hanya mengarah pada konflik antar kelompok tetapi juga berdampak psikologis bagi korban. Penyebaran konten bernada kebencian sering terkait dengan keinginan untuk menarik perhatian atau memperoleh respons emosional, sehingga menciptakan lingkungan digital yang tidak sehat (M T Mustamin et al., 2025). Selain itu, literasi digital menjadi faktor penting dalam mengatasi hoaks dan ujaran kebencian. Studi kontemporer menekankan pentingnya peningkatan kemampuan kritis pengguna media sosial sebagai strategi untuk menangkal penyebaran informasi palsu dan narasi permusuhan (Tresnawati et al., 2023).

Fenomena-fenomena ini menunjukkan bahwa perkembangan media sosial belum sepenuhnya diiringi dengan kesadaran etika dalam berkomunikasi di ruang maya. Kondisi tersebut memunculkan pertanyaan tentang kebutuhan landasan nilai yang kuat untuk mengatur perilaku digital, terutama bagi masyarakat muslim yang memiliki pedoman moral dalam ajaran agama.

Dalam perspektif Islam, komunikasi tidak hanya dipahami sebagai aktivitas sosial tetapi juga sebagai bagian dari tanggung jawab moral dan spiritual. Ajaran Islam menekankan pentingnya *tabayyun* atau verifikasi informasi serta larangan berkata buruk dan menyakiti sesama. Ajaran Islam juga sangat relevan dengan upaya merespons hoaks, ghibah digital, dan ujaran kebencian di era media sosial. Prinsip-prinsip etika komunikasi Islam ini perlu dikaji secara sistematis untuk merumuskan pedoman bermedia sosial yang etis dan bertanggung jawab.

Oleh karena itu, nilai-nilai etika dalam ajaran Islam menjadi penting untuk dijadikan rujukan dalam membimbing perilaku bermedia sosial di tengah maraknya hoaks, ghibah digital, dan ujaran kebencian. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji konsep etika bermedia sosial dalam perspektif Islam dengan pendekatan normatif-teologis, khususnya dalam merespons fenomena hoaks, ghibah digital, dan ujaran kebencian. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual dalam penguatan nilai-nilai akhlak Islam di ruang digital serta menjadi rujukan bagi pengembangan literasi etika bermedia sosial di masyarakat Muslim

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (*library research*). Pendekatan yang digunakan adalah normatif-teologis, yaitu mengkaji etika bermedia sosial berdasarkan Al-Qur'an dan Hadist, serta dikaitkan dengan fenomena komunikasi digital kontemporer.

Sumber data penelitian terdiri atas sumber primer berupa ayat-ayat Al-Qur'an dan Hadist Nabi, serta sumber sekunder berupa buku dan artikel jurnal yang relevan dengan tema hoaks, ghibah digital, dan ujaran kebencian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi, sedangkan analisis data menggunakan content analysis untuk mengidentifikasi nilai-nilai etika Islam yang dapat diterapkan dalam praktik bermedia sosial.Pandangan ulama digunakan secara terbatas sebagai penguat analisis terhadap nilai-nilai etika yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist.

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Etika Bermedia Sosial dalam Perspektif Al-Qur'an

Al-Qur'an memberikan landasan etis yang kuat dalam mengatur perilaku komunikasi yang dapat dijadikan tolak ukur etika bermedia sosial. Salah satu prinsip penting adalah kewajiban untuk melakukan klarifikasi informasi sebelum disebarkan, sebagaimana ditegaskan dalam QS. Al-Hujurat ayat 6:

...يَا أَيُّهَاالَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَإٍ فَتَبَيَّنُوا

"Wahai orang-orang yang beriman! Jika datang kepadamu seorang fasik membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya…" (QS. Al-Hujurat 49:6).

Dalam tafsir Al-Qurtubi *Al-Jami' li Ahkam al-Qur'an* perintah *tabayyun* ini bukan sekadar kewajiban administratif tetapi juga menuntut tanggung jawab moral untuk mencegah kerusakan sosial akibat penyebaran informasi palsu. Al-Qurtubi menekankan bahwa tidak memverifikasi berita bisa membawa fitnah dan kerusakan akibat kesalahan informasi. Ayat ini menjadi dasar normatif Islam dalam menanggapi fenomena hoaks yang disebut dalam berbagai kajian media kontemporer sebagai masalah utama dalam komunikasi digital saat ini (Rahman, 2024).

Fenomena hoaks di media sosial merupakan tantangan modern dalam komunikasi digital. Penelitian yang dilakukan oleh Fairizal Rahman menunjukkan bahwa hoaks sering muncul karena konten dapat tersebar dengan cepat tanpa melalui proses verifikasi yang memadai sehingga menimbulkan perpecahan opini dan potensi konflik sosial.(Madina Thulhidjah Mustamin et al., 2025) Dengan demikian prinsip *tabayyun* Al-Qur'an relevan sebagai pedoman etis untuk menahan diri dari berbagi informasi yang belum jelas kebenarannya.

Al-Qur'an secara tegas melarang ghibah (menggunjing) yang dalam konteks digital bisa terjadi melalui penyebaran konten negatif atau gosip yang merendahkan martabat orang lain. Larangan ini terdapat dalam QS. Al-Hujurat ayat 12:

...وَلَا يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضًا

"Dan janganlah sebagian kamu menggunjing sebagian yang lain…" (QS. Al-Hujurat 49:12).

Dalam tafsir Ibn Katsir tindakan ghibah digambarkan sebagai perbuatan yang merusak hubungan sosial dan martabat individu. Ibn Katsir menegaskan bahwa pelanggaran terhadap larangan ini tidak hanya merugikan orang lain secara pribadi tetapi juga melemahkan rasa persaudaraan di masyarakat. Di era media sosial, bentuk ghibah dapat mencakup komentar, meme, atau unggahan yang mencemarkan nama baik seseorang yang menurut penelitian kontemporer bertentangan dengan prinsip kehormatan dan martabat manusia dalam ajaran Islam (Rahmadhany et al., 2024).

Etika bertutur kata dan larangan ujaran kebencian juga tercermin dalam QS. Al-Ahzab ayat 70:

يَا أَيُّهَاالَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

"Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar." (QS. Al-Ahzab 33:70).

Al-Qurtubi menjelaskan bahwa *qaulan sadidan* mencakup kebenaran, keseimbangan, dan kesantunan dalam ucapan yang dalam konteks media sosial berarti menghindari ujaran kebencian, provokasi, dan ujaran yang berpotensi menyulut permusuhan. Ujaran kebencian di ruang maya sering dikaitkan dengan konflik antar kelompok dan tekanan psikologis bagi individu sebagaimana ditemukan dalam studi perilaku penyebaran berita hoaks dan *hate speech* pada Instagram di kalangan mahasiswa (Hardianti, 2024). Prinsip ini menegaskan bahwa ucapan yang bertanggung jawab secara moral menjadi salah satu nilai penting dalam ajaran Islam.

Ketiga prinsip Al-Qur'an tersebut *tabayyun*, larangan ghibah, dan perintah berkata benar menunjukkan bahwa Islam menawarkan kerangka etika komunikasi yang komprehensif bagi pengguna media sosial. Nilai-nilai ini dapat digunakan sebagai pedoman untuk menghadapi problematika digital seperti hoaks, komentar

merendahkan, dan ujaran kebencian, sehingga komunikasi digital tidak semata menjadi sarana penyebaran informasi tetapi juga menjaga keharmonisan sosial.

3.2 B. Etika Bermedia Sosial dalam Perspektif Hadist Nabi

Hadis Nabi Muhammad SAW melengkapi ajaran Al-Qur'an dalam membangun etika komunikasi yang berlandaskan akhlak mulia. Jika Al-Qur'an memberikan prinsip dasar normatif, maka hadis menghadirkan penjelasan praktis terkait bagaimana seorang Muslim seharusnya bersikap dalam bertutur kata dan menyampaikan informasi. Dalam konteks media sosial, ajaran Hadist sangat relevan untuk merespons fenomena hoaks, ghibah, dan ujaran kebencian yang marak terjadi di ruang digital.

3.2.1. Hadist tentang Larangan Menyebarkan Kebohongan (Hoaks)

Salah satu Hadist yang sering dijadikan dasar etika komunikasi adalah sabda Nabi Muhammad SAW:

كَفَى بِالْمَرْءِ كَذِبًا أَنْ يُحَدِّثَ بِكُلِّ مَا سَمِعَ

"Cukuplah seseorang dianggap berdusta apabila ia menceritakan setiap apa yang ia dengar."

Hadist ini menegaskan bahwa menyampaikan informasi tanpa verifikasi dapat digolongkan sebagai bentuk kebohongan meskipun pelaku tidak secara langsung menciptakan berita palsu. Dalam konteks media sosial, Hadist ini sangat relevan dengan praktik share informasi secara instan tanpa klarifikasi. Imam an-Nawawi menjelaskan bahwa hadist ini menjadi dasar kewajiban kehati-hatian dalam menerima dan menyampaikan berita agar tidak terjatuh pada dusta dan fitnah (an-Nawawi, n.d.).

Fenomena hoaks di media sosial sebagaimana dikaji dalam penelitian komunikasi Islam kontemporer menunjukkan bahwa kebiasaan menyebarkan informasi tanpa *tabayyun* merupakan faktor utama terjadinya disinformasi publik. Hadist ini memperkuat prinsip Al-Qur'an tentang *tabayyun* dan menegaskan bahwa kejujuran dalam komunikasi merupakan bagian dari akhlak Islam yang fundamental.

3.2.2. Hadist tentang Ghibah dan Relevansinya di Media Sosial

Larangan ghibah dijelaskan secara rinci dalam Hadist Nabi Muhammad SAW yang diriwayatkan oleh Imam Muslim:

أَتَدْرُونَ مَا الْغِيبَةُ؟ قَالُوا :اللَّهُ وَرَسُولُهُ أَعْلَمُ، قَالَ :ذِكْرُكَ أَخَاكَ بِمَا يَكْرَهُ

"Tahukah kalian apa itu ghibah? Mereka menjawab: Allah dan Rasul-Nya lebih mengetahui. Beliau bersabda: engkau menyebut saudaramu dengan sesuatu yang ia benci."

Hadist ini menegaskan bahwa ghibah tidak bergantung pada kebenaran informasi tetapi pada dampaknya terhadap kehormatan orang lain. Ibn Hajar al-Asqalani dalam *Fath al-Bari* menjelaskan bahwa ghibah termasuk dosa lisan yang paling berbahaya karena sering dianggap remeh, padahal dampaknya merusak hubungan sosial (al-Asqalani, n.d.).

Dalam konteks media sosial ghibah dapat terjadi melalui unggahan, komentar, atau penyebaran konten yang mengungkap aib seseorang. Penelitian tentang ghibah digital menunjukkan bahwa praktik ini sering beririsan dengan ujaran kebencian dan *cyberbullying* sehingga memperluas dampak negatifnya di ruang publik digital. Hadist ini menegaskan bahwa larangan ghibah tetap relevan meskipun medium komunikasi mengalami perubahan.

3.2.3. Hadist tentang Menjaga Lisan dan Etika Ujaran

Etika bertutur kata dalam Islam ditegaskan melalui sabda Nabi Muhammad SAW:

مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيَقُلْ خَيْرًا أَوْ لِيَصْمُتْ

"Barang siapa beriman kepada Allah dan hari akhir, hendaklah ia berkata yang baik atau diam."

Hadist ini menunjukkan bahwa kontrol terhadap lisan merupakan indikator keimanan seseorang. Imam Al-Ghazali dalam *Ihya' 'Ulum al-Din* menekankan bahwa banyak kerusakan sosial bersumber dari lisan yang tidak terjaga termasuk ucapan yang menyakiti, merendahkan, dan memprovokasi. Prinsip ini sangat relevan dengan fenomena ujaran kebencian di media sosial, di mana kebebasan berekspresi sering kali melampaui batas etika dan akhlak (Al-Ghazali, n.d.). Dalam kajian komunikasi Islam kontemporer, Hadist ini sering dijadikan dasar normatif untuk menolak ujaran kebencian (*hate speech*) dan provokasi digital. Etika diam ketika tidak mampu berkata baik merupakan bentuk tanggung jawab moral yang sejalan dengan tujuan syariat Islam dalam menjaga kehormatan manusia.

3.2.4. Sintesis Hadist dan Etika Bermedia Sosial

Hadist-hadist Nabi Muhammad SAW menunjukkan bahwa Islam menempatkan komunikasi sebagai bagian integral dari akhlak. Larangan menyebarkan kebohongan, ghibah, dan ucapan yang menyakiti orang lain menegaskan bahwa etika bermedia sosial dalam Islam tidak hanya berorientasi pada aspek hukum halal-haram tetapi juga pada pembentukan karakter dan tanggung jawab sosial. Dengan demikian Hadist Nabi Muhammad SAW menjadi sumber normatif yang memperkuat ajaran Al-Qur'an dalam membangun etika komunikasi yang santun, jujur, dan berkeadaban di ruang digital.

3.3 Analisis Integratif Etika Bermedia Sosial dalam Perspektif Islam

Bagian ini membahas analisis integratif antara prinsip Al-Qur'an, Hadist Nabi Muhammad SAW, dan realitas penggunaan media sosial khususnya terkait fenomena hoaks, ghibah, dan ujaran kebencian. Etika bermedia sosial dalam Islam tidak dapat dipahami secara parsial antara Al-Qur'an dan Hadist melainkan harus dibaca secara integratif sebagai satu kesatuan nilai normatif yang bertujuan menjaga kemaslahatan sosial. Al-Qur'an memberikan prinsip dasar etika komunikasi sementara Hadist Nabi Muhammad SAW menjelaskan implementasi praktis nilai-nilai tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks media sosial integrasi kedua sumber ini menjadi penting untuk merespons fenomena hoaks, ghibah, dan ujaran kebencian yang semakin kompleks.

Prinsip *tabayyun* dalam Al-Qur'an (QS. Al-Hujurat: 6) dan larangan menyampaikan semua informasi tanpa verifikasi sebagaimana ditegaskan dalam Hadist Nabi Muhammad SAW menunjukkan bahwa Islam menempatkan kebenaran sebagai fondasi utama komunikasi. Informasi yang disebarkan tanpa kehati-hatian bukan hanya persoalan etika personal tetapi juga dapat menimbulkan kerusakan sosial. Dalam ruang digital di mana kecepatan sering mengalahkan akurasi, maka nilai *tabayyun* berfungsi sebagai kontrol moral agar pengguna media sosial tidak terjerumus dalam penyebaran hoaks dan disinformasi.

Larangan ghibah dalam Al-Qur'an (QS. Al-Hujurat: 12) yang diperjelas melalui Hadist tentang definisi ghibah menunjukkan bahwa Islam sangat menjaga kehormatan dan martabat manusia. Integrasi antara ayat dan Hadist tersebut menegaskan bahwa menyebarkan aib, gosip, atau komentar negatif tentang orang lain meskipun benar tetap tergolong perbuatan tercela apabila dilakukan tanpa tujuan yang dibenarkan syariat. Dalam praktik media sosial, ghibah sering terjadi dalam bentuk unggahan, komentar, atau konten viral yang merendahkan individu atau kelompok tertentu. Oleh karena itu etika Islam menuntut pengguna media sosial untuk menimbang dampak moral dan sosial sebelum berpartisipasi dalam arus komunikasi digital.

Perintah untuk berkata benar (*qaulan sadidan*) dalam Al-Qur'an (QS. Al-Ahzab: 70) yang diperkuat oleh Hadist "berkata baik atau diam" menunjukkan bahwa Islam menekankan tanggung jawab etis dalam bertutur kata. Prinsip ini menjadi antitesis terhadap praktik ujaran kebencian (*hate speech*) yang kerap muncul di media sosial. Dalam perspektif normatif-teologis, ujaran kebencian bukan hanya pelanggaran etika sosial tetapi juga cerminan dari kegagalan menjaga akhlak lisan yang merupakan bagian dari keimanan.

Pandangan ulama seperti Imam Ghazali menegaskan bahwa lisan adalah salah satu sumber utama kerusakan moral apabila tidak dikendalikan. Dalam *Ihya' 'Ulum al-Din* Imam Ghazali menjelaskan bahwa ucapan yang menyakiti orang lain menimbulkan permusuhan dan merusak kehormatan termasuk dosa yang berdampak luas pada tatanan sosial. Analisis ini relevan dengan realitas media sosial di mana ujaran kebencian seringkali dianggap wajar atas nama kebebasan berekspresi padahal bertentangan dengan nilai akhlak Islam.

Dengan demikian etika bermedia sosial dalam perspektif Islam dapat dipahami sebagai upaya menjaga keseimbangan antara kebebasan berkomunikasi dan tanggung jawab moral. Integrasi antara Al-Qur'an, hadist, dan pandangan ulama menunjukkan bahwa Islam tidak menolak perkembangan teknologi komunikasi tetapi memberikan rambu-rambu etis agar media sosial menjadi sarana kebaikan bukan sumber kerusakan sosial. Kerangka normatif-teologis ini menegaskan bahwa setiap aktivitas komunikasi digital harus diarahkan pada terciptanya kemaslahatan, keharmonisan, dan penghormatan terhadap martabat manusia.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa etika bermedia sosial dalam perspektif Islam memiliki landasan normatif yang kuat dalam Al-Qur'an dan Hadist Nabi Muhammad SAW. Prinsip *tabayyun*, larangan ghibah, serta perintah untuk berkata benar dan menjaga lisan merupakan nilai utama yang relevan dalam merespons fenomena hoaks, ujaran kebencian, dan penyebaran konten negatif di media sosial. Ajaran tersebut menegaskan bahwa aktivitas komunikasi digital tidak dapat dilepaskan dari tanggung jawab moral dan akhlak seorang Muslim.

Melalui pendekatan normatif-teologis, penelitian ini menegaskan bahwa Al-Qur'an dan Hadist tidak hanya berfungsi sebagai sumber hukum ibadah tetapi juga sebagai pedoman etis dalam kehidupan sosial kontemporer. Integrasi antara ayat-ayat Al-Qur'an, Hadist Nabi Muhammad SAW, serta pandangan ulama menunjukkan bahwa Islam memberikan kerangka etika komunikasi yang bersifat universal dan adaptif terhadap perkembangan teknologi termasuk media sosial.

Penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya kajian Pendidikan Agama Islam khususnya dalam pengembangan etika digital berbasis nilai-nilai Islam. Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan konseptual bagi pendidik, mahasiswa, dan masyarakat luas dalam membangun kesadaran etis bermedia sosial yang berlandaskan akhlak Islam. Penelitian lanjutan dapat mengkaji implementasi etika bermedia sosial secara empiris untuk melihat sejauh mana nilai-nilai normatif Islam diterapkan dalam praktik komunikasi digital sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

Abas, & Nasrulloh. (2025). *Relevansi Hadis tentang Ghibah terhadap Fenomena Ujaran Kebencian di Media Sosial*. 83.

al-Asqalani, I. H. (n.d.). *Fath al-Bari bi Syarh Shahih al-Bukhari, Juz 10*. Dar al-Ma'rifah.

Al-Ghazali. (n.d.). *Ihya' 'Ulum al-Din, Juz 3*. Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.

an-Nawawi, I. (n.d.). *Syarh Shahih Muslim, Juz 1*. Dar al-Fikr.

Hardianti, L. T. (2024). Literasi Digital dan Berkembangnya Hate Speech di Media Sosial dalam Pilpres 2024. *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi*.

Mustamin, Madina Thulhidjah, Hilmiyah, M., & Nurdyansa. (2025). Fenomena Penyebaran Hoax dan Hate Speech pada Media Sosial. *CORE: Journal of Communication Research*.

Mustamin, M T, Hilmiyah, & Nurdyansa. (2025). *Perilaku Penyebaran Berita Hoax dan Hate Speech di Kalangan Mahasiswa di Instagram*. 8–9.

Rahmadhany, A., Safitri, A. A., & Irwansyah, I. (2024). Fenomena Penyebaran Hoax dan Hate Speech pada Media Sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*.

Rahman, F. (2024). The Digital Era Challenge: Unraveling Hoaxes and Strengthening Social Media Ethics. *KJOURDIA: Kediri Journal of Journalism and Digital Media*, *2*(1), 35–56.

Rahman, M. P., Jenuri, & Islamy, M. R. F. (2025). *Media Sosial dan Fenomena Hoax: Tinjauan Islam dalam Etika Berkomunikasi*. 60.

Tresnawati, A., Darmawan, A., & Surachman, A. (2023). *Peran Penting Literasi Digital dalam Memerangi Hoaks dan Ujaran Kebencian di Media Sosial*. 1.