

AKHLAKUL MEDSOSIAH: MEMBANGUN WARGA NEGARA CERDAS BERMEDIA SOSIAL

Dikdik Baehaqi Arif¹, Yusuf Sapto Nugroho², Millatina³, Linda Nurmalasari⁴
Universitas Ahmad Dahlan
dikdikbaehaqi@ppkn.uad.ac.id

ABSTRAK

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi membuat orang semakin mudah untuk mendapat, mengelola, menyimpan, dan mengirim informasi dengan berbagai bentuk dan variasinya. Komunikasi informasi yang meningkat sebagai dampak revolusi informasi membawa individu kepada banyak pilihan. Kebebasan informasi melalui media sosial yang tanpa batas berpotensi mengancam prinsip-prinsip kejujuran, persatuan, kebersamaan maupun hak-hak individu. Di sinilah pentingnya pendekatan agama dilakukan untuk melihat dan memberikan pedoman dalam berkehidupan di dunia maya atau media daring, lebih khusus media sosial kepada warga negara. Tuntunan nilai-nilai agama dalam penyelesaian masalah dipandang efektif, karena ia diyakini masih menjadi sumber pengarah tingkah laku yang harus dipedomani. Masyarakat perlu mendapat panduan yang berisikan nilai, prinsip dan kaidah tentang bagaimana seharusnya memanfaatkan dan menggunakan media sosial sebagai dunia baru.

Kata kunci : media sosial, Muhammadiyah, fikih informasi, etika netizen

ABSTRACT

The progress of science and technology makes it easier for people to get, manage, store and send information in various forms and variations. Increased information communication as a result of the information revolution brings individuals to many choices. Freedom of information through unlimited social media has the potential to threaten the principles of honesty, unity, togetherness and individual rights. This is where the importance of the religious approach is carried out to see and provide guidelines in cyberspace or online media, more specifically, social media to citizens. Guidance on ethical values in problem-solving is seen as effective because it is believed to be still a source of directing behaviour that must be guided. The community needs guidance that contains values, principles and rules about how to use and use social media as a new world.

Keyword: *social media, Muhammadiyah, fiqh information, ethics netizens*

PENDAHULUAN

Dunia maya (daring) hari ini telah menjadi dunia baru bagi masyarakat untuk berkomunikasi dan berbagi informasi. Kemajuan teknologi telah membawa fenomena baru dalam berinteraksi menggunakan media daring, khususnya

media sosial yang mampu menghubungkan secara mudah dan murah satu orang dengan orang lain di tempat yang berbeda. Tidak jarang sebuah informasi menyebar begitu cepat dalam hitungan detik.

Media daring mampu menghilangkan sekat-sekat budaya dan geografis secara

Posiding Seminar Nasional Pendidikan Kewarganegaraan 2019 "Penguatan Pendidikan Kewarganegaraan Perguruan Tinggi, Persekolahan, dan Kemasyarakatan Di Era Disrupsi"

bebas. Sayangnya, kebebasan ini acap kali tidak dibarengi dengan akurasi, ketelitian, integritas dan keadilan dalam penyampaian berita. Begitu banyak informasi yang membuat gerah tiap kali membuka media daring dan media sosial. Belum lagi bertebaran berita *hoax* yang disebarkan untuk mencari keuntungan pribadi atau kelompok tertentu. Fenomena ini merupakan konsekuensi dari kebebasan yang disuguhkan oleh media daring.

Kementerian Komunikasi dan Informatika mengungkapkan pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut, 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses jejaring media sosial (*social media*) dianggap sebagai salah satu arus utama informasi dan berhadapan dengan media *mainstream* seperti koran, televisi, dan lain-lain yang harus bisa bertransformasi untuk bersaing memberikan informasi yang akurat dan akuntabel. Dari laporan berjudul "*Essential Insights Into internet, Social Media, Mobile, and E-Commerce Use Around The World*" [1] yang diterbitkan tanggal 30 Januari 2018, dari total populasi Indonesia sebanyak 265,4 juta jiwa, pengguna aktif media sosialnya mencapai 130 juta dengan penetrasi 49 persen.

Berdasarkan aplikasi yang paling banyak diunduh, perusahaan media sosial di bawah Mark Zuckerberg mendominasi di tiga teratas. Secara berurutan dari posisi pertama adalah *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram*, dan diikuti *Line*. Berdasarkan rata-rata trafik situs per bulan, *Facebook* menjadi media sosial paling banyak dikunjungi dengan capaian lebih dari 1 miliar juta pengunjung per bulan. Rata-rata pengunjung Facebook menghabiskan waktu 12 menit 27 detik untuk mengakses jejaring sosial tersebut. Sebesar 92 persen mengakses Facebook via mobile dengan perbandingan persentase berdasar gender sebanyak 44 persen untuk wanita dan 56 persen adalah pengguna pria. Pengguna Facebook didominasi golongan usia 18-24 tahun

dengan persentase 20,4 persennya adalah wanita dan 24,2 persennya adalah pria. Sementara total pengguna aktif Instagram bulanan di Indonesia mencapai 53 juta dengan persentase 49 persen wanita dan 51 persen adalah pria.

Apabila setiap orang tiap hari *sharing* informasi apapun itu isinya ke media sosial yang dimilikinya, sudah tentu publik akan mengetahuinya, apalagi dengan jumlah pengikut yang sangat banyak. Namun yang menjadi pertanyaan adalah bukan seberapa banyak yang mendapatkan informasi yang *dishare*, akan tetapi apakah konten dari informasi yang disebarluaskan itu berisi informasi yang benar? Memastikan informasi yang diterima hari ini benar atau tidak juga sangatlah bias, karena banyaknya informasi yang diterima, seringkali kebenaran informasi itu tidak jelas, padahal ia telanjur dikonsumsi.

Fikih Informasi dan Kode Etik Netizen Muhammadiyah

Revolusi informasi membawa banyak manfaat pada satu sisi, dan memberi pula dampak negatif pada sisi lainnya. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi membuat orang semakin mudah untuk mendapat, mengelola, menyimpan, dan mengirim informasi dengan berbagai bentuk dan variasinya. Komunikasi informasi yang meningkat membawa individu kepada banyak pilihan, sehingga membuat individu lepas dari keterasingan [2]. Menyadari kompleksitas masalah dan akan efek negatif dari perkembangan teknologi informasi, pemerintah telah menerbitkan UU Nomor 19 tahun 2016 sebagai pengganti UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Kebebasan informasi melalui media sosial yang tanpa batas berpotensi mengancam prinsip-prinsip kejujuran, persatuan, kebersamaan maupun hak-hak individu. Di sinilah kemudian pendekatan agama perlu dilakukan untuk melihat dan memberikan pedoman dalam berkehidupan

Posiding Seminar Nasional Pendidikan Kewarganegaraan 2019 "Penguatan Pendidikan Kewarganegaraan Perguruan Tinggi, Persekolahan, dan Kemasyarakatan Di Era Disrupsi"

di dunia maya atau media daring, lebih khusus media sosial. Tuntunan agama dalam penyelesaian masalah dipandang efektif, karena ia diyakini masih menjadi sumber pengaruh tingkah laku yang harus dipedomani. Masyarakat perlu mendapat panduan yang berisikan nilai, prinsip dan kaidah tentang bagaimana seharusnya memanfaatkan dan menggunakan media sosial sebagai dunia baru.

Agar tidak terjebak pada pemanfaatan media sosial untuk menyebarkan informasi yang tidak jelas kebenarannya, bahkan termasuk kategori berita bohong (*hoax*), Pimpinan Pusat Muhammadiyah, melalui Majelis Pustaka dan Informasi telah menerbitkan buku Fikih Informasi sebagai panduan kepada masyarakat agar dapat menggunakan media sosial dengan lebih baik. Perumusan buku Fikih Informasi ini merupakan jawaban terhadap perlunya tuntunan hidup di era informasi, dimana semua berubah dengan cepat karena derasnya aliran informasi [3]–[6].

Fikih Informasi memuat pula rumusan kode etik bermedia sosial yang secara khusus ditujukan untuk para netizen di kalangan Muhammadiyah (NetizMu) dan umumnya untuk masyarakat luas, dimaksudkan agar media sosial dapat digunakan dengan berdasar akhlak yang baik (*akhlaqul karimah*) sesuai dengan tuntunan Alquran dan Hadits, juga menggunakan media sosial sebagai sarana dakwah *amar ma'ruf nahi munkar* dengan hikmah dan *mauizhah hasanah*. Melalui kode etik yang dikenal dengan *akhlaqul medsosiyah* [7], para pengguna media sosial diharapkan tidak melakukan hal-hal sebagai berikut: (1) melakukan *ghibah*, fitnah, *namimah*, dan menyebarkan permusuhan; (2) melakukan ujaran kebencian (*hate speech*), *bullying*, dan permusuhan berdasarkan suku, ras, atau antar golongan; (3) menyebarkan materi pornografi, kemaksiatan dan segala yang terlarang secara syar'i; (4) menyebarkan *hoax* serta informasi bohong meskipun dengan tujuan baik; (5) menyebarkan konten

yang benar tetapi tidak sesuai dengan tempat atau waktunya. Lebih dari itu, media sosial justru digunakan sebagai media untuk bersilatullahi, bermuamalah untuk saling bertukar informasi dan berdakwah amar *ma'ruf nahi munkar* secara kolektif. Konten yang disampaikan bersifat mencerahkan dan mencerdaskan, tidak bertentangan dengan norma sosial, agama, dan sesuai dengan etika ke-Indonesia-an serta tidak melanggar hak orang lain. Media sosial juga bisa digunakan sebagai media untuk saling mengingatkan, menasihati kebaikan dengan etika yang tinggi sesuai dengan ajaran Islam, sanggup mengoreksi dan meminta maaf ketika melakukan kesalahan.

Menjadi Warga Negara Cerdas Bermedia Sosial

Mengingat semakin derasnya arus informasi dalam kehidupan umat manusia saat ini, maka ada beberapa tips yang dapat dijadikan pegangan dalam menyeleksi benar tidaknya sebuah informasi. Ada beberapa aspek etika yang perlu diperhatikan dalam penyampaian dan penerimaan informasi [3], [6]: *Pertama*, melakukan *tabayyun* langsung (*direct clarification*) kepada seseorang yang dikaitkan dengan isu negatif yang berkembang terkait diri orang tersebut. Al-Quran telah memperingatkan pentingnya *tabayyun* ini: "Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu" (QS. al-Hujurat: 6). *Kedua*, pada umumnya, informasi yang benar tidak menggunakan kata-kata yang bombastis, sarkastis, dan sejenisnya. *Ketiga*, sejauh analisis subjektif tentang seorang figur atau institusi tertentu yang bersifat *negative campaign*, tentu masuk dalam aspek *criticism* yang dapat diterima. Hanya informasi yang berbau fitnah (*black campaign*) yang tidak dibenarkan dan bisa dijerat UU ITE maupun

Posiding Seminar Nasional Pendidikan Kewarganegaraan 2019 "Penguatan Pendidikan Kewarganegaraan Perguruan Tinggi, Persekolahan, dan Kemasyarakatan Di Era Disrupsi"

pidana lainnya. *Keempat*, idealnya, penerima informasi tidak langsung percaya pada sebuah materi atau sumber informasi yang diperoleh, tetapi harus membandingkannya terlebih dahulu dengan sumber informasi yang mainstream lainnya. Misalnya, membaca atau mendengar suatu berita, tidak cukup dari satu portal berita atau satu TV saja. Namun, jauh lebih baik membandingkan dengan portal atau TV lainnya.

Kelima, seringkali, seseorang menerima kiriman sebuah gambar, yang boleh jadi itu merupakan hasil editan, atau gambar yang berbeda waktu (jam, tanggal, hari, minggu, bulan, tahun) dan tempat kejadiannya. Untuk kasus seperti ini, link Google Image dapat membantu untuk klarifikasi. Demikian pula tentang video yang diperoleh, boleh jadi sudah mengalami editan. *Keenam*, jika seseorang menolak sebuah informasi atau gagasan dari seseorang, fokuslah pada argumen yang disampaikan, hindari sifat apologetik dan personal judgement. *Ketujuh*, secara spesifik, terkait isu keagamaan, harus dicermati, apakah sang informan sedang memposisikan dirinya sebagai insider (lebih kental keterlibatan emosionalitas keberagaman yang subjektif), atau sebagai outsider (lebih memposisikan dirinya sebagai pengkaji, atau seseorang yang sedang melakukan analisis sebagai "pengamat" secara objektif).

Kedelapan, setiap orang, wajar saja memposisikan diri sebagai lover-follower atau pun sebagai hater terhadap suatu isu atau figur tertentu. Jika terjadi pro-kontra tentang suatu isu atau informasi yang tidak bisa dikompromikan, maka jalur yuridis-konstitusional merupakan jalan terbaik untuk dijadikan solusi. Apa pun keputusan hakim di pengadilan harus diterima dengan lapang dada oleh para pihak yang bertikai. Karena yang demikian merupakan cerminan dari cara berdemokrasi yang baik. *Kesembilan*, Imam Syafi'i, bapak usul fiqh, menyebutkan, bahwa kegiatan penyebaran

informasi yang belum diyakini kebenarannya, sebagai: "kebohongan tak terlihat atau tersamar" (al-kadzib al-khafi). Dalam kitabnya al-Risalah, Imam Syafi'i mengemukakan "Sesungguhnya kebohongan yang juga dilarang adalah kebohongan tak terlihat, yakni menceritakan kabar dari orang yang tak jelas kejujurannya" (Imam al-Syafi'i, 2006: 267).

Selain hal-hal di atas, Fatwa MUI tentang Media Sosial (No. 24/2017) [8], telah merumuskan sebagai berikut:

1. Setiap Muslim dilarang mencari-cari aib, kesalahan, dan atau hal yang tidak disukai oleh orang lain, baik individu maupun kelompok, kecuali untuk tujuan yang dibenarkan secara syar'i seperti untuk penegakan hukum atau mendamaikan orang yang bertikai.
2. Menggunakan kalimat, grafis, gambar, suara dan/atau yang simpel, mudah difahami, tidak multitafsir, dan tidak menyakiti orang lain.
3. Memilih diksi yang tidak provokatif serta tidak membangkitkan kebencian dan permusuhan.
4. Kontennya tidak menyebabkan dorongan untuk berbuat hal-hal yang terlarang secara syar'i, seperti pornografi, visualisasi kekerasan yang terlarang, umpatan, dan provokasi.
5. Penyebaran informasi memuat konten yang benar, bermanfaat, bersifat umum, tepat waktu dan tempat, tepat konteks, dan memiliki hak untuk penyebaran informasi (tidak melanggar hak kekayaan intelektual).
6. Dalam membagikan informasi dilarang menyebarkan ghibah (penyampaian informasi faktual tentang seseorang atau kelompok yang tidak disukai), fitnah, dan namimah (adu domba). Setiap Muslim yang bermuamalah melalui media sosial diharamkan untuk: (1) melakukan ghibah, fitnah, namimah, dan menyebarkan permusuhan, (2) melakukan bullying, ujaran kebencian, dan permusuhan berdasarkan suku, ras,

Posiding Seminar Nasional Pendidikan Kewarganegaraan 2019
"Penguatan Pendidikan Kewarganegaraan Perguruan Tinggi, Persekolahan, dan
Kemasyarakatan Di Era Disrupsi"

- atau antara golongan, (3) menyebarkan hoax serta informasi bohong meskipun dengan tujuan baik, seperti info tentang kematian orang yang masih hidup, (4) menyebarkan materi pornografi, kemaksiatan, dan segala yang terlarang secara syar'i, dan (5) menyebarkan konten yang benar tetapi tidak sesuai dengan tempat atau waktunya.
7. Memproduksi, menyebarkan dan/atau membuat dapat diaksesnya konten/informasi yang tidak benar kepada masyarakat hukumnya haram.
 8. Memproduksi dan/atau menyebarkan konten/informasi yang bertujuan untuk membenarkan yang salah atau menyalahkan yang benar, membangun opini agar seolah-olah berhasil dan sukses, dan tujuan menyembunyikan kebenaran serta menipu khalayak, hukumnya haram.
 9. Menyebarkan konten yang bersifat pribadi ke khalayak, padahal konten tersebut diketahui tidak patut untuk disebar ke publik, seperti pose yang mempertontonkan aurat, hukumnya haram.
 10. Aktivitas buzzer di media sosial yang menjadikan penyediaan informasi berisi hoax, ghibah, fitnah, namimah, bullying, aib, gosip, dan hal-hal lain sejenis sebagai profesi untuk memperoleh keuntungan, baik ekonomi maupun non-ekonomi, hukumnya haram. Demikian juga orang yang menyuruh, mendukung, membantu, memanfaatkan jasa dan orang yang memfasilitasinya.
- Tersedia pada:
<http://www.suaramuhammadiyah.id/2018/06/30/fikih-informasi/>. [Diakses: 11-Apr-2019].
- [4] Kumparan, "Muhammadiyah rilis 'Fikih Informasi', Buku Panduan bermedia sosial," *Kumparan*, 2019. [Daring]. Tersedia pada:
<https://kumparan.com/@kumparannews/muhammadiyah-rilis-fikih-informasi-buku-panduan-bermedia-sosial-1550191228873371638>. [Diakses: 11-Apr-2019].
 - [5] Pusat Tarjih Muhammadiyah, "Halaqah fikih informasi: Majelis Tarjih dan Tajdid PP Muhammadiyah," *Pusat Tarjih Muhammadiyah*, 2017. [Daring]. Tersedia pada:
<http://pusattarjih.uad.ac.id/halaqah-fikih-informasimajelis-tarjih-dan-tajdid-pp-muhammadiyah/>. [Diakses: 11-Apr-2019].
 - [6] *Republika.co.id*, "Fikih Informasi," *Republika.co.id*, 2015. [Daring]. Tersedia pada:
<https://www.republika.co.id/berita/koran/islamia/15/04/16/nmw8rl-fikih-informasi>. [Diakses: 11-Apr-2019].
 - [7] A. Rasyid, "Akhlakul medsosiyah: Cerdas bermediasosial di tahun politik," *Selasar*, 2018. [Daring]. Tersedia pada:
<https://www.selasar.com/jurnal/43049/Akhlaqul-Medsosiyah-Cerdas-Bermediasosial-di-Tahun-Politik>. [Diakses: 11-Apr-2019].
 - [8] Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia, *Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah melalui Media Sosial*. 2017.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Kemp, "Digital in 2018. Essential insights of internet, social media, mobile, and e-commerce use around the world," 2018.
- [2] J. D. Pooley, D. W. Park, dan D. W. Park, "Communication Research," in *The handbook of communication history*, Routledge, 2013, hal. 92–106.
- [3] M. Azhar, "Fikih Informasi," *Suara Muhammadiyah*, 2018. [Daring].

