

ASWALALITA (Journal Of Dakwah Manajemant)

Volume. 02, No 01. Maret, 2023, ISSN. 2963-833X

ETIKA KOMUNIKASI MEDIA SOSIAL DALAM PRESPEKTIF ISLAM

Ahmad Ainun Najib

Institut Agama Islam Nahdhatul Ulama (IAINU)Tuban

Ahmadnajib186@gmail.com

Sofiatul Avivah

Institut Agama Islam Nahdhatul Ulama (IAINU) Tuban

sofiatulavivah@gmail.com

Abstrak: Di era serba digital ini tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial telah menjangkau semua kalangan. Tanpa kita sadari, media sosial menjadi hal yang di prioritaskan. Baik untuk kepentingan dalam pencarian informasi, ide, atau bahkan yang paling utama adalah komunikasi. Namun dalam bermedia sosial hendaknya kita menggunakan etika yang baik dan benar. Sehingga tidak menimbulkan dampak negative yang dapat menyinggung atau menimbulkan ketidaknyamanan bagi pihak tertentu. Tulisan ini mengkaji tentang islam dan media sosial, media sosial sebagai alat komunikasi, serta etika komunikasi bermedia sosial dalam prespektif islam. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif melalui *study literature/ literature research* yang menghimpun beberapa hal terkait pembahasan tersebut, kemudian penulis analisis, deskriptifkan serta menyimpulkan sebagai solusi dalam prespektif islam mengenai etika komunikasi bermedia sosial. Hasil dari penelitian ini ialah bahwa dalam berkomunikasi di media sosial kita perlu menerapkan etika-etika yang telah diajarkan dalam islam untuk menghindari dampak negative dari media sosial serta sebagai sarana dakwah pengajaran etika/ akhlaq secara tidak langsung.

Kata Kunci: Etika, Komunikasi, Media Sosial, Islam.

Abstract: In this all-digital era, it cannot be denied that social media has reached all walks of life. Without realizing it, social media has become a priority. Both for the interest in the search for information, ideas, or even the most important thing is communication. But in social media we should use good and correct ethics. So that it does not have a negative impact that can offend or cause inconvenience to certain parties. This paper examines Islam and social media, social media as a communication tool, and the ethics of social media communication in an Islamic perspective. This research uses qualitative research methods through study literature / literature research which collects several things related to the discussion, then the writer analyzes, describes and concludes as a solution in an Islamic perspective regarding the ethics of social media communication. The results of this study are that in communicating on social media we need to apply the ethics that have been taught in Islam to avoid the negative impact of social media as well as a means of preaching ethics/morals indirectly.

Keyword: Ethic, Communication, Socialmedia, Islam.

A. Pendahuluan

Di era kemajuan informasi dan teknologi ini, Indonesia termasuk negara yang memiliki penduduk cukup padat. Menurut data Indonesia menjadi negara no 4 terbanyak di dunia serta pada tahun 2021 indonesia 62 % dari jumlah penududuknya menggunakan internet dan menjadikan negara No 6 dengan pengguna internet terbanya di dunia¹ Tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial berkembang secara signifikan menjangkau berbagai kalangan. Mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, hingga orang tua. Selain berfungsi sebagai media komunikasi, Media sosial juga berfungsi sebagai sumber informasi yang menghubungkan kita dengan berbagai belahan dunia. Informasi dapat dengan mudah menyebar melalui media sosial.

Sering kali media sosial digunakan sebagai penyebaran berita hoax yang dapat menimbulkan adanya ketidaknyamanan maupun menyinggung beberapa pihak. Selain itu, juga banyak media sosial yang mengandung konten negatif yang terkadang berisi ujaran kebencian, (*hate speech*), pernyataan nilai provokasi, dan isu ras agama dan antar golongan (SARA), terlebih jelang pemilu baik ditingkat pusat sampai daerah serta pornografi, kekerasan seksual.

Menindak lanjuti keseimbangannya adanya antara pengguna internet/sosmed terhadap pengaruh positif, yang lebih banyak negatifnya menurut data ststistik berdasarkan Microsoft, pada tahun 2019, Indonesia memiliki skor Indeks Keadaban Digital (Digital Civility Index/DCI) sebesar 67, berada pada peringkat ke-11 dari 25 negara. Kemudian, pada tahun 2020, skor Indonesia turun 8 poin lebih buruk dari tahun 2019 dan termasuk dalam kuartil keempat (kuartil terbawah) yaitu berada pada peringkat ke-29 dari 32 negara fenomena ini menjadikan Indonesia menjadikan negara paing buruk di asia pacific.²

Fenomena penggunaan sosial media sudah menjadi hal yang biasa di banyak kalangan akan tetapi sebagai masyarakat muslim yang memiliki pegangan utama dalam berkehidupan yakni Al Qur'an maka adakalanya kita dituntut untuk pandai dan bijak dalam menggunakannya, dalam Islam etika berkomunikasi harus sesuai dengan syariat yakni menekankan pada unsur yang islami dan juga dengan bahasa yang menunjukkan keislaman dan komunikasi secara islami ini harapannya akan meliputi seluruh ajaran islam seperti akidah (iman), syariah (islam), dan ahlak (ihsan) sehingga dengan begitu etika dalam berkomunikasi akan berjalan dengan baik dan tidak akan menimbulkan permusuhan antar sesama.

Oleh karenanya dalam hal ini, Islam sebagai agama Rahmatan Lil-Alamin memberikan solusi dalam segala aspek kehidupan, khususnya dalam hal etika berkomunikasi yang baik agar segala aktivitas komunikasi dapat tercapainya tujuan

¹ https://www.kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media.

² <https://news.schoolmedia.id/lipsus/Indonesia-Peringkat-Empat-Pengguna-Internet-Dunia-Namun-Banyak-Penyalahgunaan-2600>.

dalam kemashlatan bersama, dan mampu terhindar dari segala tindakan amoral dalam berkomunikasi.

B. Metode

Jenis penelitian ini adalah penelitian kepustakaan, yaitu pengumpulan informasi yang diambil langsung dari berbagai literatur. Metodologi survei didasarkan pada informasi dari pengamatan pribadi, berbagai literatur, dokumen dan tulisan lain yang terkait dengan materi yang menyertainya. Materi yang diperoleh dianalisis secara kualitatif kemudian disajikan secara deskriptif, yaitu dideskripsikan dan dijelaskan sesuai dengan masalah yang terkait dengan penelitian.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Islam dan Media Sosial

Islam adalah agama yang memberikan pedoman hidup untuk keselamatan dan kesejahteraan bagi aktivitas kehidupan manusia, baik bagi penganutnya (Muslim) maupun bagi yang bukan penganutnya (Non Muslim). Semua pedoman kehidupan yang di atur dalam Islam tersebut, sudah terangkum secara Komprehensif melalui wahyu Alquran dan hadits).³ kedua sumber tersebut di kembangkan oleh para ulama dan di pelajari sampai sekarang yang mencakup semua ranah social, Kesehatan, hukum dan lain-lain, yang mencakup semua aspek kehidupan didunia bukan saja manusa, melainkan hewan tumbuhan dan bumi se isisnya itulah mengapa kedua sumber islam sangat kompleks dan tidak ada habisnya untuk bahas.

Media sosial terdiri dari dua kata, yakni media dan sosial. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, media artinya alat (sarana) komunikasi seperti: Koran, majalah, film, radio, televisi, poster dan spanduk.⁴ Adapun sosial, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia artinya berkenaan dengan masyarakat. Secara istilah, Muhammad Irhamdi menjelaskan bahwa media sosial adalah wadah untuk berkomunikasi melalui jaringan internet secara online (Social media) seperti: youtube, whatsapp, instagram, twitter dan semacamnya, bertujuan untuk memudahkan komunikasi tanpa terhalang jarang dan waktu.⁵

Media sosial bagi masyarakat kini bukan hanya sebagai pengganti proses komunikasi secara langsung saja, akan tetapi dengan media sosial masyarakat lebih dimudahkan baik dalam proses komunikasi maupun informasi. Harold D. Laswell memaparkan fungsi media bisa dibagi menjadi tiga. Pertama, media memiliki fungsi sebagai pemberi informasi untuk publik luas tentang hal-hal yang berada di luar

³ Muhamadin. *Kebutuhan Manusia Terhadap Agama*. Jurnal Ilmu Agama: Mengkaji Doktrin, Pemikiran. Hal. 145

⁴ Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia. Hal. 892

⁵ Muhammad Irhamdi. *Menghadirkan Etika Komunikasi Dimedia Sosial (Facebook)*. KOMUNIKE 10, no. 2. <https://doi.org/10.20414/jurkom.v10i2.676>. Hal.144

jangkauan penglihatan mereka. Kedua, media berfungsi melakukan seleksi, evaluasi, dan interpretasi atas informasi yang diperoleh. Ketiga, media berfungsi menyampaikan nilai dan warisan sosial-budaya kepada masyarakat.⁶

Dari penjelasan tersebut bahwa fungsi media bukan hanya sebagai sarana dalam mendapat dan menyebar informasi, akan tetapi memberikan interpretasi atas informasi dan juga menyebarkan nilai budaya. Dijelaskan bahwa pada tahun 2009, media sosial menjelma menjadi alat informasi yang sangat potensial di Indonesia.

Mengingat fungsi media sebagai sumber komunikasi dan informasi, islam dan media sosial berhubungan sangat erat. Media mempunyai kedudukan dan peluang untuk menyebarkan islam secara luas dan dirasa cukup efektif menjangkau semua kalangan. Hal ini yang menjadikan ajaran islam semakin berkembang dan banyak diketahui orang-orang di berbagai belahan dunia.

2. Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi

Istilah Komunikasi dalam bahasa Inggris Communication berasal dari bahasa lain Communication, dan bersumber dari kata communis yang berarti sama makna. Diibaratkan, jika ada dua orang yang terlihat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dibicarakan. Kesamaan bahasa yang digunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna. Dengan kata lain, perkataan mengerti bahasanya saja belum tentu mengerti makna yang dibawakan oleh bahasa itu. Jelas percakapan yang dibawa oleh kedua orang tadi dapat dikatakan komunikatif apabila kedua-duanya selain mengerti bahasa yang dipergunakan, juga mengerti makna dari bahasa yang dipercakapkan.⁷

Menurut Onong Uchjana yang dikutip Muslimah (2016), komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan, ataupun tidak langsung secara media. Pengertian tersebut kemudian disimpulkan sebagai berikut: 1). Pesan, 2). Pengiriman pesan, 3). Penyampaian pesan, 4). Pemilihan saran atau media, 5). Penerimaan pesan, 6). Respons, efek, atau pengaruh.⁸

Seperti yang kita ketahui bahwa media sosial bukan hanya sebagai sumber informasi namun juga media utama komunikasi. Kita bisa terhubung dengan siapapun dan dimanapun melalui sosial media. Bahkan kita bisa mengetahui

⁶ Maya Sandra Rosita Dewi ISLAM DAN ETIKA BERMEDIA (Kajian Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial Instagram Dalam Perspektif Islam) Vol 3, Number 1, Januari 2019 , hal 139.

⁷ Cartono. *Komunikasi Islam Dan Interaksi Media Sosial*. ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi vol. 9, no. 2 (15 November 2018): 59, <https://doi.org/10.24235/orasi.v9i2.3692>. Hal.3

⁸ Muslimah. *Etika Komunikasi Dalam Perspektif Islam*. Hal. 117

kegiatan banyak orang di sosial media. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi semakin canggih dan media semakin berkembang pesat seiring berjalanannya waktu. Komunikasi di media sosial dapat dilakukan secara pribadi, golongan, maupun yang dapat di tonton dan dibaca semua orang sekaligus. Baik berupa upload sesuatu di beranda medsos, maupun komentar salah satu postingan di medsos. Karena itu dalam berkomunikasi di media sosial kita perlu memperhatikan pemilihan kata yang digunakan agar tidak terjadi unsur negative seperti menyinggung salah satu pihak tertentu, kurangnya masyarakat Indonesia dalam bermedsos yang positif, sehingga Indonesia masih didominasi oleh pengguna internet atau medsos yang jauh dari kata positif.

3. Etika Komunikasi Bermedia Sosial dalam Prespektif Islam

Dalam kehidupan bermasyarakat, bernegara hingga pergaulan hidup tingkat internasional diperlukan suatu sistem yang mengatur bagaimana seharusnya manusia bersikap. Sehingga manusia berperilaku saling menghormati. Hal itu dikenal dengan sebutan sopan santun, tata krama, protokoler dan lain-lain. Maksud pedoman pergaulan tidak lain untuk menjaga kepentingan masing-masing yang terlibat agar hidup berjalan dengan senang, tenang, tentram, terlindung tanpa merugikan kepentingannya serta terjamin apa yang dilakukannya sesuai dengan adat kebiasaan yang berlaku dan tidak bertentangan dengan hak-hak asasi umumnya. Hal itulah yang mendasari tumbuh kembangnya etika di masyarakat. Secara etimologis, kata "Etika" berasal dari bahasa Yunani "ethos". Kata yang berbentuk tunggal ini berarti "adat atau kebiasaan". Bentuk jamaknya "ta etha" atau "ta ethe" artinya adat kebiasaan, dapat disimpulkan bahwa etika merupakan sebuah teori tentang perbuatan manusia, yang ditimbang menurut baik dan buruknya atau sebuah ilmu yang menyelidiki mana yang baik dan mana yang buruk, dengan memperhatikan akal pikiran.⁹

Dalam perspektif islam komunikasi disamping untuk mewujudkan hubungan secara vertical dengan Allah Swt, juga untuk menegakkan komunikasi secara horizontal terhadap sesama manusia. Komunikasi dengan Allah Swt tercermin melalui ibadah-ibadah fardhu (salat, puasa, zakat dan haji) yang bertujuan untuk meningkatkan takwa. Sedangkan komunikasi dengan sesama manusia dilakukan melalui penekanan hubungan sosial yang disebut muamalah, yang tercermin dalam semua aspek kehidupan manusia, seperti sosial, budaya, politik, ekonomi, seni dan sebagainya. Seseorang perlu memilih kata dalam menyampaikannya di media sosial.

⁹ Maya Sandra Rotika Dewi. *Islam Dan Etika Bermedia*. Research Fair Unisri 2019 Vol 3, Number 1, Januari 2019. Hal, 142.

Agar tujuan dalam penyampaian pesan bisa tersampaikan dengan baik. Karena kesalahan dalam pemilihan kosa kata bisa mengakibatkan kesalah pahaman dari kalimat yang disampaikan, serta terkesan tidak efektif dan tidak jelas.

Etika komunikasi Islami di media sosial adalah tata cara sikap (akhlik) komunikasi yang baik sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam (Alquran dan Sunnah) di media sosial (sarana komunikasi melalui jaringan internet). Etika dalam Islam dikenal dengan akhlak atau adab. Etika dalam Islam merupakan hal yang sangat mulia diatas ilmu, karena orang yang berilmu tanpa etika, sama halnya orang yang berilmu tersebut tidak mengamalkan ilmunya. sebaliknya orang yang beretika, pasti ia adalah orang yang berilmu, karena tidak mungkin seseorang tersebut tahu tentang etika apa yang baik dan apa yang buruk tanpa adanya ilmu. Oleh karena itu sebuah slogan dalam Islam menegaskan Al Adabu Fauqol Ilmi, artinya adab itu lebih tinggi daripada ilmu.

Islam mengajarkan bahwa dalam menerima Informasi ketika berkomunikasi, baik komunikasi secara face to face maupun komunikasi di media sosial, hendaklah selalu bersikap jeli dan teliti dalam menerima informasi. Terkhusus di zaman kemajuan teknologi informasi masa kini, berita bohong (Hoax), fitnah dan ujaran kebencian (Hate Speech) sangat banyak menyebar luas di media sosial, maka menurut hemat penulis setidaknya ada 3 hal yang harus kita lakukan sebelum menerima dan menyampaikan informasi, yakni: Validasi (Chek keshihannya), verifikasi (chek Kebenarannya), dan klarifikasi (chek kejelasan sumber informasinya).

Islam juga mengajarkan agar dalam aktivitas komunikasi harus bersifat saling menghargai dan menghormati atas perbedaan, baik perbedaan atas suku ras dan budaya, maupun perbedaan pilihan, dan pendapat. Hal ini sebagaimana di tegaskan firman Allah Swt dalam Alquran surah al-Hujurat ayat 3 yang artinya —Hai manusia, Sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa - bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal. Merujuk pada tafsir Ibnu Katsir, ayat ini merupakan pemberitahuan dari Allah Swt kepada umat manusia bahwa, Dia telah menciptakan manusia dari satu jiwa, dan darinya Dia menciptakan pasangannya, yaitu Adam dan Hawa. Selanjutnya Allah Swt menjadikan mereka berbangsa-bangsa dan bersuku-suku (beragam ras suku sebagai keturunan dari jiwa yang satu yaitu Adam.¹⁰ Quraish Shihab di dalam tafsir al-Mishbah menjelaskan bahwa ayat diatas tidak lagi menggunakan panggilan yang ditujukan kepada orang-orang yang

¹⁰ Abdullah bin Muhammad Alu Syaikh, Lubaabut Tafsir Min Ibnu Katsir, Terj. M. Abdul Ghoffar dan Abu Ihsan al-Atsari. Hal. 132

beriman, tetapi kepada semua manusia. Allah Swt berfirman Hai manusia, sesungguhnya Kami ciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan, yakni Adam dan Hawa' serta menjadikan kamu berbangsa-bangsa juga bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal yang mengantar kamu untuk bantu-membantu serta saling melengkapi, sesungguhnya yang paling mulia diantara kamu di sisi Allah ialah yang paling bertakwa di antara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal, Sehingga tidak ada sesuatu pun yang tersembunyi bagi-Nya, walau detik-detik jantung dan niat seseorang. Dari penjelasan tafsir diatas, secara makna menunjukan bahwa, manusia memang hidup dalam perbedaan atas suku, ras, dan bangsa, namun kita secara hakikatnya berasal dari manusia yang satu, yakni Adam dan Hawa. Maka hal yang harus kita tanamkan etika yang baik dalam aktivitas komunikasi adalah menghargai atas perbedaan tersebut, dan menghindarkan perbuatan yang bersifat provokatif atau olok-mengolokan.

Seiring dari ayat diatas juga, pakar komunikasi menjelaskan, ada beberapa macam etika yang perlu diperhaikan saat berkomunikasi di media sosial: Pertama, selalu perhatikan penggunaan kalimat. Kedua, berhati-hati dalam menggunakan huruf. Ketiga, perhatikan pemilihan warna huruf. Keempat, pemilihan simbol dan ikon yang tepat. Kelima, menggunakan bahasa yang sesuai. Keenam, memberikan respon dengan segera. Ketujuh, memberikan informasi yang memiliki referensi yang jelas. Kedelapan, tidak memancing pertentangan.¹¹

Dalam berkomunikasi, kita juga harus pandai menggunakan cara dan bahasa yang baik agar tersirat nilai-nilai kebaikan. Sebagaimana firman Allah Swt dalam Alquran surah an-Nahl ayat 5 yang artinya: "serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk".

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa berkomunikasi (dakwah) ada beberapa cara menyesuaikan siapa yang diajak berinteraksi. Terhadap cendekiawan yang memiliki pengetahuan tinggi diperintahkan menyampaikan dakwah dengan hikmah, yakni berdialog dengan kata-kata bijak sesuai dengan tingkat kepandaian mereka. Terhadap kaum awam diperintahkan untuk menerapkan mau'izhah, yakni memberikan nasihat dengan perumpamaan yang menyentuh jiwa sesuai dengan pengetahuan mereka yang sederhana. Sedangkan terhadap ahl al-kitab dan penganut agama-agama lain yang diperintahkan adalah Jidal /perdebatan dengan cara yang terbiasa, yaitu dengan logika dan retorika yang halus, lepas dari kekerasan dan umpanan.

¹¹ Muhammad Syu'aib Taher dan Masrap. *Pendidikan Etika Budaya Komunikasi Melalui Media Sosial Berbasis Al-Qur'an*. Alim: Journal of Islamic Education 1, no. 1. <https://doi.org/10.51275/alim.v1i1.119>. Hal. 51

Karena itu, kita perlu menyesuaikan cara komunikasi kita sesuai dengan obyek yang kita hadapi. Agar apa yang kita sampaikan bisa memberikan pesan dan informasi yang efektif serta tepat sasaran dan mudah dipahami, sehingga tidak terjadinya kesalahpahaman ketika komunikasi. Dari beberapa penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Alquran menjelaskan ada beberapa etika komunikasi yang baik, yakni: komunikasi harus atas dasar kebenaran dan kesabaran, lakukan filtrasi dalam menerima informasi, hindari saling mencela atas perbedaan, dan gunakan cara dan bahasa yang baik serta tersirat nilai-nilai kebaikan.

D. Penutup

Era New Media saat ini, Indonesia sebagai negara yang masyarakatnya multikultural harusnya kembali kepada apa yang telah diarahkan di dalam Alquran sebagai petunjuk kehidupan, yakni komunikasi di media sosial dan dimanapun haruslah menerapkan Etika Komunikasi Islami sebagai solusi.

Dipandang dari perspektif islam, komunikasi Islam tidak hanya sekedar menyampaikan pesan, merubah sikap dan perilaku komunikan. Lebih dari itu, komunikasi Islam menyampaikan kemaslahatan dan kemuliaan antara komunikator dan komunikan. Komunikasi sangat berpengaruh terhadap kelanjutan hidup manusia, komunikasi juga berpengaruh terhadap kualitas berhubungan dengan sesama. Komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi yang islami, yaitu komunikasi yang berakhlak karimah atau beretika. Hal ini dikarenakan komunikasi yang baik bagi umat Islam adalah komunikasi yang sesuai dengan kaidah agama, nilai-nilai yang terkandung dalam Al Quran dan Hadits.

Ada beberapa cara agar etika berkomunikasi kita bisa sesuai dengan ajaran Al Qur'an yakni seperti selalu berkomunikasi di dasarkan kebenaran dan kejelasan informasi, selalu melakukan tabayyun setiap menerima informasi baru, menghindari saling mengolok, selalu berkomunikasi dengan bahasa yang baik dan terdapat nilai kebaikan.

Daftar Pustaka

- Muhammadin. *Kebutuhan Manusia Terhadap Agama*. Jurnal Ilmu Agama: Mengkaji Doktrin, Pemikiran.
- Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia.
- Muhammad Irhamdi. *Menghadirkan Etika Komunikasi Dimedia Sosial (Facebook)*. KOMUNIKE10,no.2. <https://doi.org/10.20414/jurkom.v10i2.676>.
- Cartono. *Komunikasi Islam Dan Interaksi Media Sosial*. ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi vol. 9, no. 2 (15 November 2018): 59, <https://doi.org/10.24235/orasi.v9i2.3692>.
- Muslimah. *Etika Komunikasi Dalam Perspektif Islam*.
- Abdullah bin Muhammad Alu Syaikh, Lubaabut Tafsir Min Ibnu Katsir, Terj. M. Abdul Ghoffar dan Abu Ihsan al-Atsari.
- Muhammad Syu'aib Taher dan Masrap. *Pendidikan Etika Budaya Komunikasi Melalui Media Sosial Berbasis Al-Qur'an*. Alim: Journal of Islamic Education 1, no. 1. <https://doi.org/10.51275/alim.v1i1.119>.
- Maya Sandra Rotika Dewi. *Islam Dan Etika Bermedia*. Research Fair Unisri 2019 Vol 3, Number 1, Januari 2019.
- https://www.kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media.
- <https://news.schoolmedia.id/lipsus/Indonesia-Peringkat-Empat> Pengguna-Internet-Dunia-Namun-Banyak-Penyalahgunaan-2600.