

PANDUAN INTERAKSI SOSIAL DIGITAL DALAM MEDIA SOSIAL BERASASKAN KOMUNIKASI NABAWI

Syed Mohammad Hilmi Syed Abdul Rahman
Jabatan Akidah dan Pemikiran Islam, Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya, 50603
Kuala Lumpur, Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur, Malaysia.
Tel: +60379676014, E-Mel: smhilmi@um.edu.my

Muhammad Hazim Mohd Azhar
Jabatan Akidah dan Pemikiran Islam, Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya, 50603
Kuala Lumpur, Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur, Malaysia.
Tel: +60379676014, E-Mel: hazimazhar2016@gmail.com

Che Zarrina Sa'ari
Jabatan Akidah dan Pemikiran Islam, Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya, 50603
Kuala Lumpur, Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur, Malaysia.
Tel: +60379676014, E-Mel: zarrina@um.edu.my

ABSTRAK

Interaksi sosial konvensional yang dahulunya bersifat fizikal dan hanya dalam lingkungan yang kecil kini meluas dalam penggunaan media sosial alam digital. Pelbagai aplikasi media sosial tidak dinafikan memudahkan urusan kehidupan manusia, namun pada sisi lain turut membawa kehairahan pengguna berinteraksi secara bebas melanggar batas dan memberi mudarat kepada pengguna lain sehingga melahirkan wabak penyakit digital seperti buli siber. Sebagai mana dalam interaksi sosial konvensional, peranan agama juga perlu meresapi dalam interaksi sosial digital dalam media sosial. Nabi Muhammad SAW merupakan komunikator terbaik perlu dijadikan panduan dalam proses interaksi media sosial. Makalah ini membentangkan garis panduan umum interaksi sosial digital terutamanya dalam penggunaan media sosial dengan menjadikan beberapa hadis bertemakan komunikasi Nabawi sebagai sandaran. Penelitian ini menjalani kajian kepustakaan dengan mengaplikasikan metode *mawḍūʿī* iaitu hadis tematik melalui pengumpulan beberapa hadis terpilih yang berkaitan dengan topik komunikasi. Panduan umum interaksi sosial digital yang dibina ini bukan sahaja menjadi seperti panduan kebiasaan yang hanya memandang faktor dan implikasi keduniaan semata-mata, bahkan mempunyai nilai kerohanian dengan menjadikan komunikasi Nabawi sebagai sandaran serta mengambil kira saranan agama yang menekankan konsep *Hablu min al-Nas*. Panduan ini diharap dapat diimplementasikan sebagai pengamalan interaksi sosial bagi pengguna media sosial supaya dapat membentuk ekosistem jaringan sosial yang sihat.

Kata kunci: Interaksi Sosial, Interaksi Digital, Komunikasi Nabawi, Hadis Tematik, Media Sosial

Pendahuluan

Islam meletakkan al-Quran dan al-Sunnah sebagai sumber utama menjalani kehidupan. Dalam hal ini, Nabi Muhammad SAW mempunyai kedudukan yang tersendiri sebagai panduan dan *role model* kepada manusia. Tugas Baginda yang menyampaikan risalah dan ajaran Islam turut sama berperanan menampilkan contoh insan kamil kepada manusia

lainnya. Firman Allah dalam surah al-Ahzab ayat 21 jelas menyatakan Rasulullah SAW sebagai contoh ikutan yang baik bagi menjamin kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat. Segala perlakuan, percakapan dan sikap baginda merupakan ciri-ciri keperibadian Islam yang perlu dicontohi oleh umat manusia sebagaimana yang dikehendaki oleh Allah SWT. Firman Allah:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ

Demi sesungguhnya, adalah bagi kamu pada diri Rasulullah itu contoh ikutan yang baik. (Surah al-Ahzab: 21)

Makna substantif Nabi sebagai *rahmatan lil 'alamin* buat sekalian alam umumnya dan kepada umat manusia khususnya sejajar dengan sifat dan perilaku Baginda yang mulia. Selain ayat di atas, terdapat beberapa ayat al-Quran yang memperakui mengenai akhlak Rasulullah SAW yang sangat mulia dan agung. Misalnya seperti firman Allah SWT:

وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ

Sesungguhnya engkau (Muhammad) berada di atas akhlak yang agung. (Surah al-Qalam: 4)

Dalam sebuah hadis riwayat Aishah, akhlak Rasulullah SAW juga diertikan dengan akhlak al-Quran. Ini dengan makna Allah SWT bukan sahaja menurunkan al-Quran kepada Nabi Muhammad SAW, bahkan turut mendidik baginda sesuai dengan akhlak al-Quran. Praktikaliti perintah dan ajaran Allah dalam al-Quran dapat diteladani menerusi hadis dan sirah Nabi Muhammad SAW.

Segala ajaran dan akhlak Nabi Muhammad SAW bersifat malar segar dan relevan sepanjang masa. Dunia moden kini yang terdedah dengan perkembangan teknologi telah memungkinkan gelombang pendigitalan. Sebagaimana manusia di alam fizikal memerlukan panduan akhlak Nabi Muhammad SAW, maka begitu juga dengan kehidupan manusia kini yang lebih tertumpu pada dunia digital. Begitu juga panduan interaksi sosial fizikal oleh Nabi SAW perlu diterapkan dalam penggunaan media sosial di alam digital.

Masalah Etika Komunikasi Media Sosial

Dunia digital merupakan dunia yang berkembang pesat dalam tamadun manusia kini terutamanya teknologi digital Maklumat dan Komunikasi (ICT) yang digunakan secara meluas (Mokmin Basri, 2004). Teknologi digital yang dipacu oleh kemudahan internet ini membawa manusia melakukan banyak urusan dengan pantas seperti perkongsian maklumat, jual beli dan pembelajaran. Untuk rekod, *Hootsui* dan *We Are Social* menyatakan bahawa 4.95 bilion manusia menggunakan teknologi internet iaitu bersamaan 62.5% daripada keseluruhan populasi manusia berjumlah 7.91 bilion. Sehingga awal tahun 2022 sahaja, keseluruhan penggunaan jam yang diperuntukkan melayari internet adalah paling tinggi yang pernah direkodkan iaitu 12.5 trilion jam (Simon Kemp, 2022).

Tujuan penggunaan internet yang paling popular dalam kalangan pengguna adalah penggunaan aplikasi dan aktiviti di media sosial. Di Malaysia sahaja, pengguna media sosial direkodkan berjumlah 30.25 juta yang bersamaan 91.7% daripada 32.98 juta keseluruhan penduduk (Simon Kemp, 2022). Manusia kini menjadikan media sosial sebagai platform diri maya dalam kalangan masyarakat maya. Media sosial itu sendiri menurut Islam merupakan alat yang dapat memberi kebaikan sebagai platform penyampaian maklumat bertujuan memberi kefahaman Islam kepada masyarakat umum dan juga medium yang efektif bagi menyampaikan dakwah Islam (Johari, Baharuddin & Ihwani, 2019).

Namun jumlah penggunaan yang tinggi ini selain melambangkan kemajuan dan keterbukaan penerimaan teknologi turut membuka ruang untuk sebahagian manusia menjadikan media sosial digunakan untuk tujuan negatif. Apatah lagi kesamaran dan salah erti etika penggunaan media sosial

dalam kalangan pengguna menambahkan lagi implikasi “*jenayah media sosial*” seperti buli siber, pengantunan siber, penipuan dan penyebaran maklumat palsu. Lebih parah, perlakuan provokasi sama ada memainkan sentimen kaum dan agama serta mencabar prinsip dan kedaulatan negara sehingga mencetuskan kegusaran awam.

Untuk rekod Januari sehingga September 2020 sahaja, Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (SKMM) telah memfailkan 48 pertuduhan di mahkamah terhadap mereka yang menyalahgunakan media sosial. Daripada jumlah tersebut, perbuatan berkongsi atau menyebarkan kandungan lucuk mencatatkan angka tertinggi iaitu sebanyak 22 pertuduhan, 9 pertuduhan kandungan jelik serta 3 pertuduhan kandungan palsu (MCMC, 2022). Terdapat banyak lagi salah laku komunikasi di media sosial lain yang telah dilaporkan bahkan banyak diulas oleh para pengkaji sebelum ini. Daripada dapatan penelitian Rahman et al. (2022) terhadap 80 buah penerbitan kajian, didapati terdapat banyak salah laku seperti penyebaran berita atau maklumat palsu, buli siber, perkongsian secara berlebihan (*over-sharing*), jenayah siber seperti penipuan pelaburan, pengantunan seksual dan *love scammer* serta kebebasan bersuara secara keterlaluan yang melibatkan penyebaran ideologi dan penghinaan. Masalah salah laku media sosial ini dapat dihubungkan sebagai satu bentuk kerosakan seperti yang terkandung dalam firman Allah SWT:

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ

Telah timbul berbagai kerosakan dan bala bencana di darat dan di laut dengan sebab yang telah dilakukan oleh tangan manusia; (timbul yang demikian) kerana Allah hendak merasakan mereka sebahagian daripada balasan perbuatan buruk yang mereka telah lakukan, supaya mereka kembali (insaf dan bertaubat). (Surah al-Rum: 41)

Pada konteks semasa, punca ‘tangan manusia’ pada masa kini dapat dikaitkan dengan teknologi semasa yang menjadi alat kepada tangan manusia itu sendiri. Segala kerosakan yang berpunca dari tangan-tangan jahil manusia terhadap lingkungannya adalah bermula daripada kerosakan nilai-nilai akhlak manusia itu sendiri (Hassan Mydin, Muhamad Shukri, & Abdul Razak, 2020).

Dengan kata lain, masalah salah laku media sosial ini berlaku disebabkan kegagalan dan pengabaian pengguna cakna kepada literasi media sosial atau dengan kata lain, keupayaan mengakses, memahami, menilai dan mencipta komunikasi dalam semua bentuk (Ismail, 2021). Dengan lebih spesifik, pengabaian terhadap *Netiquette* iaitu etika penggunaan media sosial yang sepatutnya menjadi panduan oleh pengguna media sosial (Alma, Kernek & Lozada, 2010; Soler-Costa, et al., 2021; Strawbridge, 2006). Salah faham terhadap konsep kebebasan bersuara yang sebenar juga menjadi faktor salah guna di media sosial apabila sebahagian pengguna yang keterlaluan memberi pandangan dan berkongsi maklumat tanpa mengesahkan kebenaran serta memikirkan implikasinya (Rahman et al., 2022).

Tidak dinafikan *Netiquette* atau spesifiknya panduan etika komunikasi media sosial turut berperanan memandu pengguna menggunakan media sosial dengan cara yang betul. Namun etika komunikasi media sosial perlu disulami roh dan makna ajaran agama. Nabi Muhammad SAW sebagai yang dinyatakan merupakan model panduan bagi manusia perlu dijadikan contoh dalam perilaku dalam segala hal termasuklah ketika menggunakan media sosial.

Komunikasi Nabawi Dalam Interaksi Sosial Digital

Komunikasi merupakan suatu perkara yang tidak dapat dipisahkan daripada kehidupan manusia (Jamal, 2016). Ilmu komunikasi bukan hanya satu disiplin yang dipelajari dalam kelas semata-mata, bahkan komunikasi itu sendiri pada hakikatnya telah diajarkan oleh Allah SWT melalui al-Quran mengenai kepentingan komunikasi bagi umat manusia

terutamanya bagi umat Islam (Lubis, 2019). Allah turut mezhahirkan para rasul-Nya dalam kalangan umat manusia supaya dapat menjadi contoh pedoman komunikasi mengikut ajaran-Nya.

Untuk itu, perlu difahami makna komunikasi terlebih dahulu. Buku *Human Communication Theory* menyatakan terdapat lebih kurang 126 definisi mengenai maksud komunikasi dari pelbagai perspektif (Dance, 1967). Secara ringkasnya, perkataan ‘komunikasi’ merupakan alih bahasa daripada bahasa Inggeris iaitu (*communication*) yang sebenarnya berasal daripada bahasa latin iaitu (*communicatio*) yang bermaksud ‘berkongsi atau menyampaikan’. Secara umum, akar perkataan *communis* mempunyai hubungan dengan istilah Jerman seperti *Gemeinschaft* yang bermaksud ‘komuniti’ dan *Meinung* yang bermaksud ‘pendapat’ (Peters, 2008). Salah satu maknanya juga adalah sama (*mutual*). Menurut Cartono (2018), makna ‘sama’ tersebut dapat difahami wujudnya kesamaan selama komunikasi berlangsung antara pihak yang berkomunikasi.

Manakala istilah komunikasi dalam bahasa Arab adalah *Tawasul* atau *Ittisal* yang berderivasi daripada kata kerja *wasala* (وصل) bermaksud ‘menyampai’ (Harjani, 2015). Konsep komunikasi melalui dua istilah ini dimaknakan sebagai satu konsep hubungan antara sekurang-kurangnya dua individu, yang masing-masing merupakan pihak yang aktif (Isma’il, 2003). Istilah *Ittisal* menurut Cartono (2018) menekankan pada makna ketersambungan pesanan. Maknanya pesanan yang dikirim bersambungan dan bersampaian antara pihak yang terlibat dengan komunikasi.

Dapat disimpulkan di sini, komunikasi merupakan proses pertukaran informasi oleh dua pihak sehingga informasi yang disampaikan dapat difahami. Adapun yang dimaksudkan dengan komunikasi islami adalah komunikasi yang beralaskan akhlak karimah atau komunikasi yang bersumber kepada al-Quran dan hadis (Tomi Hendra, 2020). Lebih spesifik, komunikasi Nabawi adalah komunikasi yang bersandarkan akhlak dan hadis Nabi SAW. Komunikasi Nabawi tersebut sebenarnya diperlukan sebagai panduan dalam ranah digital khususnya pada penggunaan media sosial yang banyak digunakan kini. Falsafah komunikasi Nabawi adalah berdasarkan prinsip persaudaraan yang berasaskan kepada keimanan. Sabda Nabi SAW:

لَا يُؤْمِنُ أَحَدُكُمْ حَتَّى يُحِبَّ لِأَخِيهِ مَا يُحِبُّ لِنَفْسِهِ

Seseorang kamu tidak benar-benar beriman sehingga dia suka saudaranya memperoleh kebaikan sebagaimana dia sukakannya untuk dirinya sendiri (al-Bukhari, 2000).

Dalam dunia digital yang tanpa sempadan khususnya media sosial yang menghubungkan semua pengguna tanpa mengira agama, bangsa, negara, jantina dan pelbagai kepelbagaian lain memerlukan kepada budi pekerti yang mulia. Dalam sebuah hadis ada digandingkan gesaan takwa dengan perlakuan berbuat baik sesama manusia lainnya. Sabda Nabi SAW:

اتَّقِ اللَّهَ حَيْثُمَا كُنْتَ، وَأَتَّبِعِ السَّبِيلَةَ الْحَسَنَةَ تَمَحُّهَا وَخَالِقِ النَّاسَ بِخُلُقٍ حَسَنٍ

Bertakwalah engkau kepada Allah walaupun di mana engkau berada, dan iringilah kejahatan dengan kebaikan, nescaya ia akan menghapuskan kejahatan tersebut dan bergaullah sesama manusia dengan budi pekerti yang baik (al-Tirmizi, 2000)

Manusia yang merupakan makhluk sosial sangat sinonim dengan komunikasi sama ada melibatkan komunikasi verbal atau non-verbal. Percakapan atau pertuturan merupakan

medium paling agresif dan mudah untuk manusia berkomunikasi. Dalam hal ini, satu garis panduan paling mendasar dalam komunikasi Nabawi adalah gesaan untuk berkata baik atau pun diam. Sabda Nabi SAW:

مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكَلِّمْ خَيْرًا أَوْ لِيَصْمُتْ

Barang siapa yang benar-benar beriman dengan Allah dan hari akhirat, maka hendaklah dia berkata baik atau dia diam (al-Bukhari, 2000; Muslim, 2000).

Hadis ini menurut Ibnu Hajar (2010) merupakan salah satu *jawami' al-kalim* (جوامع الكلم) iaitu sebuah kalimat ringkas yang memiliki makna luas. Saranan Rasulullah SAW untuk berkata baik atau diam dapat dilihat semua perkataan boleh jadi salah satu sama ada baik atau buruk. Perkataan yang baik adalah semua perkataan yang berbentuk kefarduan dan sunat serta perkataan yang mendorong kepada kebaikan. Sebaliknya, Rasulullah SAW menyuruh setiap Muslim berdiam diri daripada menuturkan perkataan yang buruk atau perkataan yang boleh membawa kepada keburukan dan kejahatan.

Walaupun dalam hadis tersebut diungkapkan kalimah *Qul* (قُلْ) yang membawa makna perlakuan 'cakap', reaksi di media sosial sama ada berbentuk penulisan atau sebagainya juga dapat dihubungkan dengan orientasi kalimah *Qul* (قُلْ) tersebut kerana perkongsian makna komunikasi yang ada pada kedua-duanya. Maka apabila seseorang ingin menulis, berkongsi atau memberikan sebarang reaksi di media sosial, dia perlu berfikir terlebih dahulu. Jika jelas reaksinya akan membawa kemaslahatan, maka eloklah dilakukanlah. Namun sebaliknya, jika jelas reaksinya akan membawa kemudharatan, keraguan dan bahaya, maka hendaklah dia berdiam diri dengan tidak melakukan apa-apa reaksi dalam media sosial.

Kepelbagaian jenis media sosial melahirkan kerencaman reaksi dalam media sosial sama ada berbentuk tulisan, video, audio, perkongsian, *hashtag* atau sebagainya. Apa sahaja reaksi tersebut menurut komunikasi Nabawi memerlukan kepada penggunaan kata yang baik. Nabi SAW menggambarkan perkataan yang baik merupakan satu bentuk sedekah. Perkataan yang baik dapat menjauhkan pengucapnya dari api neraka. Sabda Nabi SAW:

اتَّقُوا النَّارَ وَلَوْ بِشِقَّةِ تَمْرَةٍ، فَمَنْ لَمْ يَجِدْ شِقَّةَ تَمْرَةٍ فَبِكَلِمَةٍ طَيِّبَةٍ

Takutlah kepada api, walaupun dengan sebiji kurma dalam perkataan yang baik (al-Bukhari, 2000; Muslim, 2000).

Selain reaksi media sosial yang bersifat mandiri atau asli dari diri, kekerapan reaksi media sosial juga ada kalanya bersifat sekunder seperti perkongsian (*share*) atau penulisan berbentuk ulasan terhadap sesuatu maklumat yang tidak benar atau tidak pasti. Nabi menggambarkan salah satu indikator pendusta adalah merupakan seseorang yang mudah dan bermudah-mudah dalam menyampaikan apa yang diperolehnya. Sabda Nabi SAW:

كَفَى بِالْمَرْءِ كَذِبًا أَنْ يُحَدِّثَ بِكُلِّ مَا سَمِعَ

Cukuplah bagi seseorang itu digelar pendusta apabila menceritakan semua yang didengarinya (Muslim 2000; Abu Daud, 2000).

Ini bukanlah bermaksud larangan membuat perkongsian secara total. Tetapi perkongsian yang hendak dibuat memerlukan kepada *tabayyun* iaitu proses pengabsahan dan penilaian

baik buruk. *Tabayyun* merupakan satu konsep informasi dan komunikasi Islam yang secara jelas dinyatakan oleh Allah SWT dalam surat al-Hujarat ayat 6. Gesaan *fatabayyanu* yang diterjemahkan dengan ‘periksalah dengan teliti’ bermaksud meneliti maklumat dengan cermat, tidak meremehkan dan tidak tergesa menetapkan keputusan sehingga memperoleh keputusan yang benar (Jamal, 2016).

Konsep *Tabayyun* berpotensi membentuk disiplin pengguna media sosial dan secara tidak langsung akan mengurangkan ruang kemaksiatan kerana kurangnya percakapan. Nabi SAW mengingatkan percakapan yang banyak boleh menjadi asbab tergelincir ke dalam dosa kerana membuka ruang berlakunya kesilapan. Perkara ini juga dapat dihubungkan dengan komunikasi di media sosial. Sabda Nabi SAW:

إِنَّ اللَّهَ كَرِهَ لَكُمْ ثَلَاثًا: قِيلَ وَقَالَ، وَإِصَاعَةَ الْمَالِ، وَكَثْرَةَ السُّؤَالِ

Sesungguhnya Allah membenci tiga perkara bagi kamu; mengatakan sesuatu yang tidak jelas sumbernya, mensia-siakan harta dan banyak bertanya (al-Bukhari, 2000).

Selain menjadi asbab tergelincir ke dalam dosa, percakapan yang banyak juga termasuk dalam perkara yang mazmumah. Sabda Nabi SAW:

إِنَّ أَبْغَضَكُمْ إِلَيَّ وَأَبْعَدُكُمْ مِنِّي مَجْلِسًا يَوْمَ الْقِيَامَةِ: التَّرْتَاوُونَ وَالْمُنْتَشِدُونَ وَالْمُتَقَبِّحُونَ. قَالُوا: يَا رَسُولَ اللَّهِ! قَدْ عَلِمْنَا التَّرْتَاوُونَ وَالْمُنْتَشِدُونَ، فَمَا الْمُتَقَبِّحُونَ؟ قَالَ: الْمُتَكَبِّرُونَ

Orang yang paling aku benci di antara kamu dan yang paling jauh dariku pada hari kiamat ialah: *al-Thartharun* (orang yang banyak cakap atau suka bergosip), *al-Mutashaddiqun* (orang yang menghina orang lain dan bermegah-megah melalui lisan) dan *al-Mutafaiqihun*. Mereka berkata: Wahai Rasulullah, kami sudah kenal *al-Thartharun* dan *al-Mutashaddiqun*, apakah pula *al-Mutafaiqihun*? Baginda bersabda: *al-Mutakbbirun* (orang yang sombong melalui kata bicaranya). (al-Tirmizi, 2000).

Dalam penggunaan media sosial, ada kalanya berlaku interaksi privasi antara dua pihak atau dalam kelompok tertutup tanpa melibatkan pihak lain yang kemungkinan berlakunya interaksi rahsia atau aib. Mendedahkan kerahsiaan merupakan satu bentuk khianat, dan merupakan satu bentuk keharaman apabila melibatkan kemudaratan sama ada pada maruah, harta dan lain-lain. Dalam hal ini Nabi SAW menggesa untuk menjaga kerahsiaan dalam sabda Baginda:

إِذَا حَدَّثَ الرَّجُلُ بِالْحَدِيثِ ثُمَّ التَفَتَ: فَهِيَ أَمَانَةٌ

Apabila seseorang bercakap (dengan seseorang mengenai sesuatu perkara khusus) dan selepas itu dia menoleh (ke kiri dan kanan kerana takut didengari oleh orang lain), maka perbicaraan itu merupakan satu amanah (yang tidak boleh dihebahkan kepada orang lain) (Abu Daud, 2000).

Namun dalam hal ini, menjaga kerahsiaan perlu dipertimbang jika terdapat unsur ancaman dan ugutan yang memerlukan penceritaan rahsia atau aib tersebut kepada pihak berwenang. Misalnya dalam satu kes siasatan mahkamah yang dijalankan melibatkan mangsa, saksi atau pendakwa untuk mendedahkan bukti dari kerahsiaan tersebut, maka ia dibolehkan.

Apa yang penting, sedari awal pengguna media sosial perlu bijak membezakan ruang publik dan ruang privasi. Ruang publik selalunya menjadi platform untuk pengguna berdiskusi dan bertukar pandangan atau maklumat. Namun terkadang berlaku perselisihan yang berkemungkinan membuka ruang pertengkaran. Satu lagi perkara penting dalam panduan

komunikasi Nabawi adalah meninggalkan pertengkaran walaupun diri berpaksakan kepada kebenaran. Sabda Nabi SAW:

أَنَا زَعِيمٌ بَيْتٍ فِي رَيْضِ الْجَنَّةِ لِمَنْ تَرَكَ الْمِرَاءَ وَإِنْ كَانَ مُحِجًّا وَبَيْتٍ فِي وَسْطِ الْجَنَّةِ لِمَنْ تَرَكَ الْكَذِبَ وَإِنْ كَانَ مَارِحًا وَبَيْتٍ فِي أَعْلَى الْجَنَّةِ لِمَنْ حَسَّنَ خُلُقَهُ

Aku akan menjamin rumah di tepi syurga bagi seseorang yang meninggalkan perdebatan meskipun benar. Aku juga menjamin rumah di tengah syurga bagi seseorang yang meninggalkan kedustaan meskipun hanya bergurau. Aku juga menjamin rumah di syurga yang paling tinggi bagi seseorang yang berakhlak baik (al-Tirmizi, 2000; Abu Daud, 2000).

Selain meninggalkan pertengkaran, diskusi dan pertukaran pandangan atau maklumat berasaskan komunikasi Nabawi haruslah tidak menggunakan perkataan yang bersifat kejian, celaan, laknat dan kasar. Penggunaan perkataan yang bersifat negatif tersebut dianggap bukan orang beriman. Sabda Nabi SAW:

لَيْسَ الْمُؤْمِنُ بِالطَّعَّانِ وَلَا اللَّعَّانِ وَلَا الْفَاحِشِ وَلَا الْبُذِيءِ

Terjemahan: Seorang mukmin itu bukanlah orang yang suka mencela, suka melaknat, suka berperilaku keji dan suka berkata kasar (al-Tirmizi, 2000).

Bukan itu sahaja, terdapat juga larangan yang sangat keras terhadap perlakuan *Namimah* (mengadu domba) iaitu menceritakan perkataan seseorang kepada orang lain dengan tujuan membuat kerosakan (al-Nawawi, 1994). Berdasarkan hadis ini, al-Bukhari dilihat menyatakan bahawa *Namimah* merupakan salah satu dosa besar. Apatah lagi perlakuan *Namimah* dalam konteks media sosial lebih besar implikasinya memandangkan ruangnya yang lebih luas dan bebas. Sabda Nabi SAW:

لَا يَدْخُلُ الْجَنَّةَ نَمَّامٌ

Tidak akan masuk syurga orang yang suka menghasut/mengadu domba (al-Bukhari, 2000; Muslim, 2000).

Begitu juga terdapat larangan menipu ketika berkomunikasi yang tidak harus dipandang rendah implikasinya. Penipuan dalam media sosial yang melibatkan jenayah siber penipuan pelaburan dan *love scammer* telah menyebabkan kerugian yang besar. Dalam tempoh empat tahun sejak 2018 hingga 2020, kerugian disebabkan penipuan siber adalah berjumlah RM1.52 bilion yang melibatkan 81,079 kes rakyat Malaysia (Hanis, 2022). Penipuan siber ini terkadang bermula dengan Phishing iaitu penipuan untuk mencuri maklumat peribadi seperti nombor kad kredit, nombor akaun atau kata kunci (MCMC, 2022). Pelaku penipuan ini merupakan salah satu tanda orang munafik. Apatah lagi penipuan tersebut mengandungi elemen kezaliman dan penganaian. Sabda Nabi SAW:

آيَةُ الْمُنَافِقِ ثَلَاثٌ: إِذَا حَدَّثَ كَذَبَ، وَإِذَا وَعَدَ أَخْلَفَ، وَإِذَا أُؤْتِمِنَ خَانَ

Tanda orang munafik ada tiga; Jika berbicara ia berbohong, jika berjanji ia ingkari, dan jika diberi amanah ia khianat (al-Bukhari, 2000; Muslim, 2000).

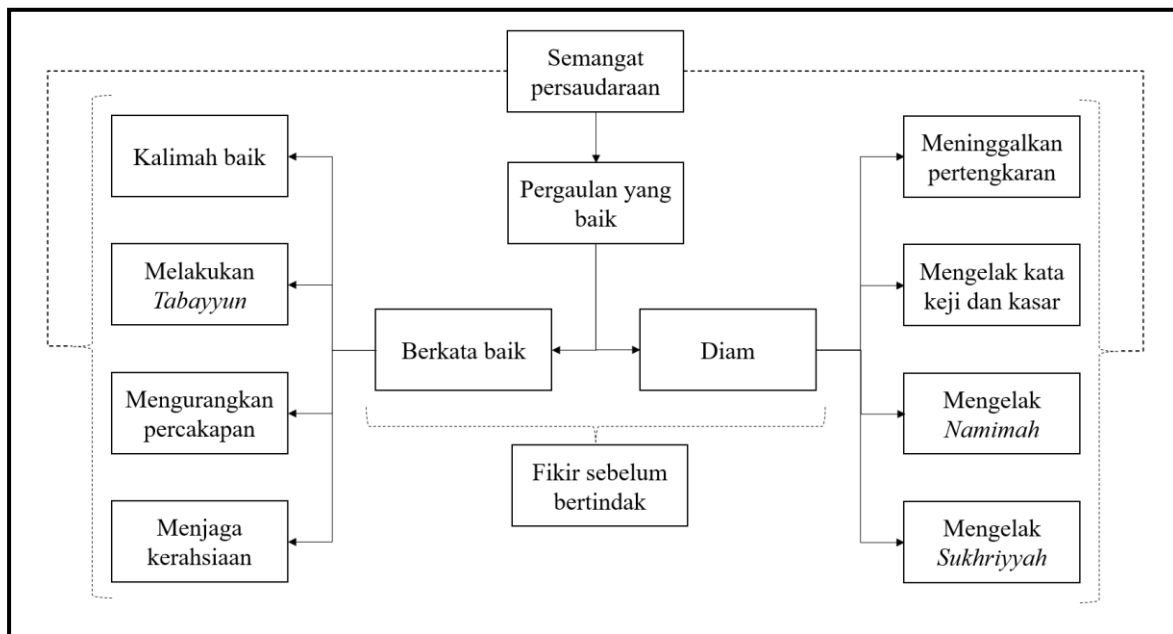
Penipuan di ruangan media sosial juga terkadang dibuat bertujuan membuat orang ketawa. Fenomena ini disebut sebagai *internet trolling* iaitu suatu kelakuan dalam talian yang bersifat gangguan dan kerosakan yang boleh menyebabkan kesusahan yang ketara (March, 2019). Gejala ini menurut Islam diistilahkan sebagai *al-Sukhriyyah*. Menurut Meerangani et

al. (2022), gejala *al-Sukhriyyah* boleh berlaku dalam beberapa keadaan seperti pemalsuan maklumat, perosakan reputasi, penghinaan peribadi dan penyebaran maklumat. Gejala ini merupakan satu perkara yang bercanggah dengan komunikasi Nabawi. Sabda Nabi SAW:

وَيْلٌ لِلَّذِي يُحَدِّثُ فَيَكْذِبُ لِيَضْحَكَ بِهِ الْقَوْمُ، وَيْلٌ لَهُ، وَيْلٌ لَهُ

Celakalah orang yang berbicara lalu berdusta untuk membuat orang lain tertawa. Celakalah dia, celakalah dia. (al-Tirmizi, 2000; Abu Daud, 2000).

Himpunan beberapa hadis bertemakan komunikasi Nabawi ini membentuk prinsip dan panduan interaksi digital yang diperlukan oleh pengguna media sosial. Himpunan hadis tersebut digarap dan diadun dalam satu model panduan interaksi digital media sosial. Model tersebut dapat dilihat pada **Rajah 1** di bawah.



Rajah 1: Model Komunikasi Nabawi Dalam Interaksi Digital Media Sosial

Model komunikasi Nabawi dalam interaksi digital media sosial yang dibangunkan ini adalah berasaskan kepada himpunan hadis Nabi SAW yang bertemakan komunikasi. Model ini menekankan semangat persaudaraan dalam falsafah komunikasi media sosial yang menuntut kepada pergaulan yang baik sesama pengguna. Tuntutan untuk sentiasa berfikir ketika berkomunikasi membentuk kelakuan reaksi media sosial sama ada berkata atau berdiam diri yang merupakan satu mekanisme penting *Netiquette*. Reaksi yang dilakukan perlulah berasaskan kepada perkataan yang baik, melakukan *Tabayyun*, mengurangkan percakapan dan menjaga kerahsiaan. Tindakan berdiam diri dimengerti sebagai meninggalkan pertengkaran, mengelakkan kata keji, *Namimah* dan *Sukhriyyah*.

Kesimpulan

Masalah salah laku digital yang melibatkan interaksi media sosial didapati berleluasa melibatkan pelbagai bentuk. Etika penggunaan media sosial perlu diterapkan elemen kerohanian melalui prinsip-prinsip akhlak komunikasi Nabawi yang dapat menjadi panduan bagi setiap pengguna media sosial. Model komunikasi Nabawi dalam interaksi digital media sosial yang dibentuk ini menjadi bukti keperluan ajaran Rasulullah SAW untuk diterap dan diaplikasikan pada masa kini. Model komunikasi ini juga perlu diambil cakna untuk menjadi

panduan *Netiquette* beracukan komunikasi Nabawi dalam penggunaan media sosial supaya bukan sahaja dapat membentuk ekosistem jaringan sosial yang sihat dan selamat, bahkan juga menepati syaria Allah SWT.

Penghargaan

Kertas kerja ini merupakan sebahagian dari projek FRGS 2020-1 Pembangunan Model Kesolehan Digital Dalam Interaksi Sosial Kalangan Pengguna di Era IR 4.0 (Geran FP072-2020) yang dibiayai oleh Kementerian Pengajian Tinggi Malaysia.

Rujukan

- Al-‘Asqalani, Ibn Hajar. (2000). *Fath al-Bari Sharh Sahih al-Bukhari*. Riyad: Dar al-Salam.
- Al-Bukhari, Abu ‘Abd Allah Muhammad. (2000). “Sahih al-Bukhari,” dalam *Mawsu‘at al-Hadith al-Sharif: al-Kutub al-Sittah*, ed. Salih bin ‘Abd al-‘Aziz Al al-Shaykh. Riyad: Dar al-Salam.
- Al-Nawawi, Abu Zakaria Yahya. 1994. *Al-Minhaj Sharh Sahih Muslim*. Kaherah: Muassasah al-Qurtubah.
- Al-Tirmizi, Abu Isa Muhammad. (2000). “Jami’ al-Tirmizi,” dalam *Mawsu‘at al-Hadith al-Sharif: al-Kutub al-Sittah*, ed. Salih bin ‘Abd al-‘Aziz Al al-Shaykh. Riyad: Dar al-Salam.
- Abu Daud Sulayman. (2000). “Sunan Abi Daud,” dalam *Mawsu‘at al-Hadith al-Sharif: al-Kutub al-Sittah*, ed. Salih bin ‘Abd al-‘Aziz Al al-Shaykh. Riyad: Dar al-Salam.
- Alma Mintu-Wimsatt, Courtney Kernek & Héctor R. Lozada. (2010). *Netiquette: Make It Part of Your Syllabus. Proceedings of the Annual Meeting of the Association of Collegiate Marketing Educators*: 245-246.
- Dance, Frank. (1967). *Human Communication Theory*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Harjani Hefni. (2015). *Komunikasi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Hassan Mydin, S. A., Muhamad Shukri, A. S., & Abdul Razak, M. A. (2020). Peranan Akhlak dalam Kehidupan: Tinjauan Wacana Akhlak Islam. *Jurnal Islam Dan Masyarakat Kontemporari*, 21(1), 38-54.
- Ismail, S.N 2021. “Ramai 'buta' etika penggunaan media sosial”. Laman rasmi *Berita Harian* bertarikh 28 Ogos 2021. Pautan: <https://www.bharian.com.my/rencana/komentar/2021/08/856923/ramai-buta-etika-penggunaan-media-sosial>. Diakses pada 22 September 2022.
- Isma‘il, Mahmud Hassan. (2003). *Mabadi’ ‘Ilmu Ittisal wa Nazariyyat al-Ta’thir*. Kaherah: al-Dar al-‘Alamiyyah li Nashar wa al-Tawzi’.
- Jamal Mildad. (2016). Komunikasi Massa Dalam Perspektif Islam, Kajian Terhadap Alquran Pada Ayat-Ayat Tabayyun. *Jurnal Komunikasi* 2(2): 1-6.
- Johari, M.H., Baharuddin, A.S., Ihwani, S.S. (2019). “Media Sosial dan Kelestarian Penggunaan Menurut Islam,” dalam Jasmi, K.A., Prosiding Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019 (SSTM’19) pada 15hb. Disember 2019 di DP3, N29, Fakulti Kejuruteraan Kimia dan Tenaga, UTM anjuran Akademi Tamadun Islam, FSSK, UTM: 61-86.
- Meerangani, K.A., Abdul Hamid, M.F., Ibrahim, A.F., Mat Johar M.H., Badhrulhisham, A. (2022). Gejala al-Sukhriyyah Dalam Media Sosial: Analisis Menurut Perspektif Islam. *Jurnal Sains Insani Special Issue*: 49-55.
- March, E. (2019). Psychopathy, Sadism, Empathy, and The Motivation to Cause Harm: New Evidence Confirms Malevolent Nature of The Internet Troll. *Personality and Individual Differences* 141: 133-137.

- MCMC (2022). "Salah Guna Media Sosial: 48 Kes Didakwa di Mahkamah Setakat Suku Ketiga 2020." Laman rasmi MCMC: *Berita Rasmi*. Pautan: <https://www.mcmc.gov.my/ms/media/press-releases/salah-guna-media-sosial-48-kes-didakwa-di-mahkamah>. Diakses pada 22 September 2022.
- MCMC (2022). "Soalan Lazim: Ancaman Phishing." Laman rasmi MCMC. Pautan: <https://www.mcmc.gov.my/ms/faqs/phishing-attack/1-what-is-phishing>. Diakses pada 22 September 2022.
- Mokmin Basri. (2004). Teknologi komunikasi dan maklumat (ICT) dan perubahan nilai masyarakat. Kertas kerja Seminar Antarabangsa Nilai Dalam Komuniti Pasca Modenisme (SIVIC 2004). Anjuran Fakulti Sains Kognitif dan Pendidikan, Universiti Utara Malaysia. Langkawi, 4-6 September.
- Muslim, Abu al-Husain Muslim. (2000). "Sahih Muslim," dalam *Mausu'ah al-Hadith al-Syarif al-Kutub al-Sittah*, ed. Salih bin 'Abd al-'Aziz Al al-Shaykh. Riyad: Dar al-Salam.
- Hanis Abd. Halim (2022). Rugi RM1.52 bilion, Malaysia catat 81,079 kes penipuan siber. Laman rasmi *Utusan Malaysia* bertarikh 2 Mac 2022. Pautan: <https://www.utusan.com.my/nasional/2022/03/rugi-rm1-52-bilion/>. Diakses pada 22 September 2022.
- Lubis, Said Ahmad Sarhan. (2019). Hadis Rasulullah Seputar Komunikasi Antarbudaya. *Jurnal Interaksi* 3(1): 66-80.
- Peters, John Durham. (2008). *Communication: History of the Idea*. Wiley Online Library. Pautan: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781405186407.wbiecc075#:~:text=Abstract,meant%20a%20sharing%20or%20imparting>. Diakses pada 22 September 2022.
- Rahman, S. M. H. S. A., Ramli, M. A., Sa'ari, C. Z., Norman, A. A., Mamat, M. A., & Azhar, M. H. M. (2022). Pengidentifikasian Kajian-Kajian Berkaitan Isu Penyalahgunaan Media Sosial Dalam Interaksi Sosial Berasaskan Systematic Literature Review. *International Journal of Law, Government and Communication* 7(28): 166-191.
- Simon Kemp. (2022). Digital 2022: Global Overview Report. *DataReportal - Global Digital Insights* bertarikh 26 Januari 2022. Pautan: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>. Diakses pada 28 Ogos 2022.
- Simon Kemp. (2022). Digital 2022: Malaysia. *DataReportal - Global Digital Insights* bertarikh 15 Februari 2022. Pautan: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-malaysia>. Diakses pada 28 Ogos 2022.
- Soler-Costa R., Lafarga-Ostáriz P., Mauri-Medrano M., Moreno-Guerrero A-J. (2021). Netiquette: Ethic, Education, and Behavior on Internet -A Systematic Literature Review. *International Journal of Environmental Research and Public Health* 18(3): 1212.
- Strawbridge, Matthew. (2006). *Netiquette: Internet Etiquette in the Age of the Blog*. United Kingdom: Software Reference.
- Tomi Hendra. (2020). Komunikasi Islam Pada Masyarakat Multikultural. *Jurnal al-Bayan* 26(1): 127-149.