



Ethics of Speech in the Qur'an: Integrating Quranic Qaul Principles and Prophetic Values into 21st-Century Digital Communication

Etika Berbicara dalam Al-Qur'an: Integrasi Prinsip Qaul Qur'ani dan Nilai Profetik dalam Komunikasi Digital Abad Ke-21

M. Ilham Wijaya Kusuma¹, Aditya Fitrah², Rohmat Hidayatuallah³,

M. Zaky Hamdie⁴

Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten^{1,3,4}

Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung²

iw129671@gmail.com

adityafitrah867@gmail.com

231320124.rohmat@uinbanten.ac.id

231320031.muhamadzaky@uinbanten.ac.id

Received: 26 – 05 – 2026 Accepted : 29 – 07 – 2026 Published: 31 – 08 – 2026

Abstract

This research examines the construction of Qur'anic communication ethics in facing the dynamics of 21st-century digital communication. The development of social media not only expands the exchange of information but also gives rise to issues such as hoaxes, hate speech, cyberbullying, gossip, digital slander, and the culture of virality. This research aims to analyze the values of communication ethics in the Qur'an and construct them as a framework for Islamic digital communication ethics. The research uses a qualitative approach with library research methods, thematic interpretation (maudhu'i), and descriptive-analytical analysis. Primary data consists of Quranic verses related to communication, while secondary data comes from tafsir books and relevant academic literature. The research results show six dimensions of Qur'anic communication ethics, namely truth and honesty, trust and responsibility, justice, respect for others, communication effectiveness, and gentleness and politeness. These six dimensions are reinforced through the integration of the prophetic values of siddiq, amanah, fatanah, and tabligh. This integration results in the construction of digital communication ethics that places truth, responsibility, intelligence, and message delivery as the foundation of ethical and dignified communication.

Keyword : Speaking Ethics, Maudhui Interpretation, Qur'anic Sayings, Digital Communication, Social Media.

Abstrak

Penelitian ini mengkaji konstruksi etika komunikasi Qur’ani dalam menghadapi dinamika komunikasi digital abad ke-21. Perkembangan media sosial tidak hanya memperluas pertukaran informasi, tetapi juga memunculkan persoalan seperti hoaks, ujaran kebencian, *cyberbullying*, *namimah*, ghibah digital, dan budaya viralitas. Penelitian ini bertujuan menganalisis nilai etika komunikasi dalam Al-Qur’an serta mengonstruksinya sebagai kerangka etika komunikasi digital Islami. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *library research*, tafsir tematik (*maudhu’i*), dan analisis deskriptif-analitis. Data primer berupa ayat-ayat Al-Qur’an terkait komunikasi, sedangkan data sekunder berasal dari kitab tafsir dan literatur akademik yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan enam dimensi etika komunikasi Qur’ani, yaitu kebenaran dan kejujuran, amanah dan tanggung jawab, keadilan, penghormatan terhadap sesama, efektivitas komunikasi, serta kelembutan dan kesantunan. Keenam dimensi tersebut diperkuat melalui integrasi nilai profetik *siddiq*, *amanah*, *fatanah*, dan *tabligh*. Integrasi ini menghasilkan konstruksi etika komunikasi digital yang menempatkan kebenaran, tanggung jawab, kecerdasan, dan penyampaian pesan sebagai dasar komunikasi yang etis dan bermartabat.

Kata Kunci : Etika Berbicara, Tafsir Maudhui, Qaul Qur’ani, Komunikasi Digital, Media Sosial.

Pendahuluan

Transformasi teknologi informasi telah mengubah pola komunikasi masyarakat menuju ruang digital yang cepat, luas, dan tanpa batas. Perkembangan media sosial menjadikan etika komunikasi semakin penting karena cara menyampaikan pesan dapat memengaruhi hubungan sosial dan kehidupan masyarakat. Dalam perspektif Islam, Al-Qur’an memuat prinsip komunikasi yang menekankan kebenaran, kesantunan, kelembutan, penghormatan, dan tanggung jawab melalui konsep *qaul* Qur’ani, seperti *qaulan sadīdan*, *qaulan layyinan*, *qaulan ma’rūfan*, *qaulan karīman*, *qaulan balīghan*, dan *qaulan maysūran*.¹

Perkembangan komunikasi digital juga melahirkan persoalan seperti hoaks, *hate speech*, *cyberbullying*, *namimah*, ghibah digital, dan bahasa kasar.² Kebebasan berpendapat tanpa kesadaran etis dapat memicu disinformasi, konflik, dan

¹ Murdianto dan Najla Salsabila, “Etika Komunikasi Al-Qur’an dalam Perspektif Tafsir oleh Kementerian Agama Republik Indonesia,” *AL KARIMA Jurnal Studi Ilmu Al Quran dan Tafsir* 1, no. 1 (2012): 52–64.

² Astri Dwi Andriani, Susanti Ainul Fitri, dan Khoiruddin Muchtar, “Model Komunikasi Literasi Digital dalam Mengatasi Ujaran Kebencian di Media Sosial,” *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 13, no. 2 (2024): 439–464, <https://doi.org/10.14710/interaksi.13.2.439-464>.

polarisasi. Kondisi ini menunjukkan bahwa literasi teknologi perlu disertai landasan moral dalam memproduksi, menyampaikan, dan menerima informasi.

Sejumlah penelitian mengenai etika komunikasi Islam di era digital telah banyak dilakukan dengan beragam fokus kajian. Penelitian Meysarah menitikberatkan pada peran komunikasi Islam dalam membangun etika bermedia sosial melalui nilai-nilai *qaulan sadīdan*, *qaulan ma'rūfan*, *qaulan layyinan*, dan prinsip *tabayyun* sebagai pedoman moral dalam menghadapi krisis etika digital.³ Sementara itu, penelitian Futihatul Janah dan Apriyadi Yusuf lebih berfokus pada formulasi konsep SMarT (Salam, *Ma'ruf*, dan *Tabayyun*) sebagai strategi preventif dalam menghadapi hoaks, ujaran kebencian, dan konflik komunikasi di media sosial.⁴ Adapun penelitian Kgs M. Choirul Muchlis dkk. mengkaji relevansi nilai-nilai komunikasi Qur'ani terhadap praktik komunikasi digital abad ke-21 melalui pendekatan tafsir tematik yang menekankan pentingnya kejujuran, kesantunan, dan penghormatan dalam ruang digital.⁵ Ketiga penelitian tersebut menunjukkan relevansi prinsip komunikasi Qur'ani dalam menghadapi persoalan digital, tetapi belum mengembangkan hubungan antara nilai-nilai komunikasi Qur'ani, karakter profetik Rasulullah Saw., dan problematika komunikasi digital ke dalam satu konstruksi etika yang sistematis.

Celah penelitian terletak pada belum terumuskannya konstruksi etika komunikasi Qur'ani yang mengintegrasikan berbagai nilai komunikasi Al-Qur'an dengan sifat profetik Rasulullah Saw., yaitu *siddiq*, *amanah*, *fatanah*, dan *tabligh*. Selain itu, keterkaitan nilai-nilai tersebut dengan persoalan digital seperti hoaks, *hate speech*, *cyberbullying*, dan ghibah digital belum banyak dirumuskan dalam kerangka yang sistematis dan aplikatif.

³ Meysarah, "Komunikasi Islam dalam Membangun Etika Bermedia Sosial di Era Digital," *Al-Qolamuna: Jurnal Komunikasi dan Penyuaran Islam* 3, no. 2 (2026): 252–266, <https://doi.org/10.71242/ajq0we92>.

⁴ Futihatul Janah dan Apriyadi Yusuf, "Etika Komunikasi di Media Sosial Melalui Prinsip SMART (Salam, Ma'ruf, dan Tabayyun) Perspektif Al-Qur'an," 3, no. 2 (2020): 101–118, <https://doi.org/10.24042/jw.v3i2.8068>.

⁵ M. Choirul Muchlis et al., "Konsep Etika Komunikasi dalam Al-Qur'an dan Relevansinya terhadap Praktik Komunikasi Digital Abad Ke-21: Studi Tafsir Tematik," *Halaqah: Jurnal Studi Islam Multidisiplin* 2, no. 1 (2025): 110–129, <https://doi.org/10.62509/hjis.v2i1.206>.

Penelitian ini memosisikan diri sebagai kajian tafsir tematik (*maudhu'i*) yang tidak sekadar mengidentifikasi term *qaul*, tetapi mengonstruksi nilai etika komunikasi berdasarkan kandungan ayat dan penafsiran para mufasir. Nilai-nilai tersebut kemudian dianalisis melalui prinsip *qaul* Qur'ani, meliputi *qaulan sadīdan*, *qaulan layyinan*, *qaulan ma'rūfan*, *qaulan karīman*, *qaulan balīghan*, dan *qaulan maysūran*, serta diperkuat melalui nilai *siddiq*, *amanah*, *fatānah*, dan *tabligh* untuk membangun kerangka etika komunikasi digital Islami.

Berdasarkan *positioning* tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis nilai-nilai etika komunikasi dalam Al-Qur'an melalui tafsir tematik, mengonstruksinya ke dalam dimensi etika komunikasi Qur'ani, serta menjelaskan relevansinya terhadap problematika komunikasi digital abad ke-21. Penelitian ini diharapkan berkontribusi secara teoritis dalam pengembangan kajian etika komunikasi Qur'ani dan secara praktis dalam memperkuat literasi digital Muslim agar komunikasi di media sosial berlangsung secara jujur, santun, kritis, dan bertanggung jawab.

Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif melalui penelitian kepustakaan (*library research*) dengan menggunakan metode tafsir tematik (*maudhu'i*). Kajian ini diarahkan untuk memahami nilai-nilai etika komunikasi yang terdapat dalam Al-Qur'an sekaligus melihat keterkaitannya dengan berbagai persoalan komunikasi digital pada abad ke-21. Data primer penelitian bersumber dari ayat-ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan etika komunikasi, sedangkan data pendukung diperoleh dari kitab tafsir, buku, jurnal ilmiah, serta hasil penelitian terdahulu yang sesuai dengan fokus kajian.⁶

Data dikumpulkan melalui studi dokumentasi dengan menelusuri dan menentukan ayat-ayat yang memiliki keterkaitan dengan etika komunikasi, terutama ayat yang membahas prinsip *qaulan sadīdan*, *qaulan layyinan*, *qaulan ma'rūfan*, *qaulan karīman*, *qaulan balīghan*, dan *qaulan maysūran*. Ayat-ayat yang

⁶ Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldana, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, 3rd ed. (London: SAGE Publications, 2014).

telah ditemukan selanjutnya dikelompokkan berdasarkan nilai etis yang terkandung di dalamnya, meliputi aspek kebenaran, amanah, keadilan, penghormatan terhadap sesama, kelembutan, serta efektivitas dalam menyampaikan pesan.

Proses analisis dilakukan dengan metode deskriptif-analitis yang mencakup tiga tahapan. Tahap pertama dilakukan dengan memahami kandungan, makna, dan konteks ayat melalui penelaahan terhadap penafsiran para mufasir. Tahap kedua berupa pemetaan dan pengelompokan nilai-nilai etika komunikasi yang ditemukan dalam ayat-ayat tersebut. Tahap ketiga dilakukan dengan mengaitkan nilai-nilai hasil penafsiran dengan berbagai persoalan komunikasi di ruang digital, seperti hoaks, *hate speech*, *cyberbullying*, ghibah digital, *namimah*, dan budaya viralitas. Seluruh hasil analisis tersebut kemudian dirumuskan menjadi konstruksi etika komunikasi Qur'ani dengan memadukan prinsip *qaul* Qur'ani dan nilai profetik *siddiq*, *amanah*, *fatamah*, serta *tabligh*.

Keabsahan data diperkuat melalui *triangulasi* sumber dengan cara membandingkan penjelasan dari beberapa kitab tafsir dan menghubungkannya dengan berbagai literatur akademik yang relevan. Proses perbandingan tersebut dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih kuat terhadap kandungan ayat serta menghindari ketergantungan pada satu sumber penafsiran. Dengan demikian, interpretasi yang dihasilkan didukung oleh berbagai sumber tafsir dan kajian ilmiah sebelum dirumuskan menjadi kesimpulan penelitian.

Hasil dan Pembahasan

A. Pengertian Etika Berbicara

Secara *etimologis*, istilah etika berasal dari bahasa Yunani *ethos* yang bermakna kebiasaan, karakter, atau tata perilaku manusia. Dalam kajian filsafat, etika dipahami sebagai ilmu yang memperbincangkan nilai baik dan buruk dalam perbuatan manusia. Dalam konteks komunikasi, etika berbicara merujuk pada tata cara penyampaian pesan yang memperhatikan norma, moral, dan kesantunan dalam berinteraksi. Sementara itu, dalam bentuk jamak, yaitu *ta etha*, maknanya mengacu pada adat atau kebiasaan yang berlaku dalam kehidupan masyarakat. Secara umum, etika memiliki tiga pengertian utama, yakni sebagai ilmu yang membahas tentang

kebaikan serta tanggung jawab moral, sebagai kumpulan nilai atau asas yang berkaitan dengan akhlak, dan sebagai ukuran mengenai benar atau salah yang diyakini oleh suatu kelompok maupun masyarakat.⁷ Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, etika dimaknai sebagai ilmu yang membahas mengenai baik dan buruk, termasuk hak serta kewajiban yang berhubungan dengan akhlak.⁸

Menurut Ahmad Amin, etika dipahami sebagai suatu ilmu yang membahas mengenai makna baik dan buruk, menjelaskan tindakan yang semestinya dilakukan manusia, serta menerangkan tujuan yang hendak dicapai dalam setiap perbuatan manusia sekaligus menunjukkan cara untuk melaksanakan perbuatan yang seharusnya dilakukan.⁹ Adapun Soegarda Poerbakawatja mendefinisikan etika sebagai filsafat tentang nilai dan pengetahuan mengenai nilai-nilai yang mengkaji persoalan baik dan buruk dalam kehidupan manusia, terutama yang berhubungan dengan cara berpikir serta perasaan yang menjadi dasar pertimbangan hingga menentukan tujuan dari suatu tindakan.¹⁰ Sementara itu, Ki Hajar Dewantara memandang etika sebagai ilmu yang mengulas persoalan kebaikan dan keburukan dalam hidup manusia, terutama yang berhubungan dengan gerak pikiran serta perasaan yang menjadi bahan pertimbangan batin, sehingga manusia mampu mencapai tujuan melalui suatu perbuatan.¹¹

Dalam sejumlah literatur, istilah etika sering disamakan dengan akhlak dan moral. Akhlak merupakan istilah yang berasal dari bahasa Arab yang merujuk pada perbuatan manusia. Sementara itu, moral berasal dari kata *mores* yang bermakna tingkah laku atau perbuatan manusia. Moral berkaitan dengan penilaian mengenai baik dan buruknya manusia, sehingga moral dipahami sebagai bagian dari kehidupan manusia yang ditinjau dari sisi kebbaikannya sebagai manusia. Dengan

⁷ Lukman Hakim, Muhajirul Fadhli, dan Mulmustari, "Nilai Akhlak Qur'ani dalam Kehidupan Masyarakat," *TAFSE: Jurnal Kajian Al-Qur'an* 7, no. 2 (2022): 261–271, <https://doi.org/10.22373/tafse.v7i2.12687>.

⁸ Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, KBBI Edisi Kelima (*aplikasi luring resmi Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan*), diakses melalui GitHub KBBI,

⁹ Amir Mu'min Solihin, "Etika Komunikasi Lisan Menurut Al-Qur'an: Kajian Tafsir Tematik" (*Skripsi*, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011), 110–115.

¹⁰ Abuddin Nata, *Akhlak Tasawuf* (Jakarta: Bulan Bintang, 1996).

¹¹ Muslimah, "Etika Komunikasi dalam Perspektif Islam," *Sosial Budaya* 13, no. 2 (2016): 115–125.

demikian, secara kebahasaan etika, akhlak, serta moral mengandung arti yang serupa, yakni berhubungan dengan tingkah laku atau tindakan manusia. Oleh sebab itu, objek kajian etika pada dasarnya adalah perbuatan manusia itu sendiri.¹²

Meskipun etika, akhlak, dan moral sering dianggap memiliki makna yang sama, ketiganya sebenarnya mempunyai perbedaan jika ditinjau dari sumbernya. Etika lahir dari hasil pemikiran manusia melalui pertimbangan akal dan perenungan yang mendalam, sehingga ukuran baik dan buruk suatu perbuatan ditentukan berdasarkan kemampuan berpikir manusia.¹³ Adapun akhlak bersumber dari ajaran Islam yang berlandaskan ketentuan Al-Qur'an, Al-Hadis, serta pandangan para ulama.¹⁴ Sementara itu, moral berasal dari kebiasaan dan adat istiadat yang berkembang di tengah masyarakat.¹⁵

Berbicara merupakan suatu bentuk penyampaian maksud, ide, serta isi hati seseorang kepada orang lain. Dalam sebuah percakapan terdapat empat syarat yang perlu diperhatikan, yaitu:

1. Berbicara ketika memang diperlukan, sehingga ucapan yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan, memberikan manfaat, dan menghindarkan dari mudharat.
2. Menyesuaikan pembicaraan dengan situasi waktu dan tempat.
3. Menyampaikan perkataan secukupnya dan tidak berlebihan.
4. Menggunakan bahasa serta tutur kata yang baik dalam berbicara.¹⁶

Berdasarkan uraian di atas mengenai etika dan berbicara, etika berbicara dapat dimaknai sebagai pedoman sekaligus ilmu yang mengatur bagaimana seseorang menyampaikan ide, perasaan, pikiran, serta pesan kepada orang lain dengan tetap

¹² Siswanto, *Etika Profesi Guru Pendidikan Agama Islam* (Surabaya: Pena Salsabila, 2013).

¹³ Rokayah, "Penerapan Etika dalam Kehidupan Sehari-Hari," *Jurnal Terampil* 2, no. 1 (2015): 15–33.

¹⁴ Muhammad Isa Anshory, Muhamad Abdul Azis, Mudzakir Chabib, dan Agus Sutrisno, "The Concept of Akhlaq Education from an Islamic Perspective," *Tsaqofah: Jurnal Penelitian Guru Indonesia* 5, no. 2 (2025): 1678–1694, <https://doi.org/10.58578/tsaqofah.v5i2.5014>.

¹⁵ Arizal Almunawar, Aas Agustina, Ika Nur Wulandari, Shafa Raihana, dan Lilis, "Peran Budaya dalam Pembentukan Hubungan Manusia, Tempat dan Lingkungan," *Cendekia: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran* 17, no. 2 (2026): 364–372, <https://doi.org/10.30957/cendekia.v17i2.1022>.

¹⁶ Fakhriyatus Shofa Alawiyah, "Etika Berbicara Perspektif Al-Qur'an dan Implementasinya di Era Digital" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2022), 56.

memperhatikan nilai baik dan buruk dalam proses komunikasi. Dalam praktiknya, etika berbicara mengharuskan seseorang menggunakan bahasa, sikap, dan tutur kata yang baik sesuai dengan norma, moral, serta akhlak yang berlaku di tengah masyarakat maupun yang diajarkan dalam agama.

Selain itu, etika berbicara juga berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam menempatkan ucapan secara tepat sesuai keadaan, kebutuhan, waktu, dan tempat. Dengan demikian, perkataan yang disampaikan dapat memberikan manfaat dan menghindarkan diri dari ucapan yang berlebihan ataupun yang berpotensi menimbulkan *mudharat*. Maka dari itu, etika berbicara bukan Cuma dipahami sebagai aturan dalam berkomunikasi, tetapi juga sebagai gambaran akhlak, moral, dan kepribadian seseorang dalam kehidupan sehari-hari.

B. Problematika Etika Berbicara dalam Komunikasi Digital

Komunikasi digital yang berkembang pesat pada abad ke-21 telah memudahkan masyarakat dalam bertukar informasi dan menjalin interaksi melalui berbagai platform media sosial. Akan tetapi, kemajuan tersebut juga memunculkan beragam persoalan etika berbicara di ruang digital yang kerap dilakukan oleh para pengguna media sosial. Tindakan seperti *bullying* digital, penyebaran *hoaks*, *namimah*, dan *ghibah* menjadi bentuk penyimpangan komunikasi yang semakin banyak ditemukan dalam interaksi virtual. Perilaku tersebut bukan hanya memengaruhi hubungan sosial antar sesama, tetapi juga bertolak belakang dengan prinsip-prinsip etika berbicara yang diajarkan dalam Al-Qur'an. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini akan mengkaji beberapa bentuk problematika etika berbicara dalam komunikasi digital melalui perspektif Al-Qur'an :

1. *Bullying*

Fenomena *bullying* tidak hanya ditemukan dalam kehidupan nyata, tetapi juga semakin marak terjadi pada media sosial di era modern. Bentuk tindakan tersebut dapat berupa pencemaran nama baik, ancaman, maupun berbagai gangguan lainnya yang disebarakan melalui tulisan, gambar, ataupun

video yang diunggah oleh pengguna media sosial.¹⁷ Larangan terhadap perilaku *bullying* telah dijelaskan dalam Al-Qur'an, salah satunya pada QS. Al-Hujurat ayat 11.

Dalam penafsiran M. Quraish Shihab dijelaskan bahwa laki-laki maupun perempuan dilarang merendahkan, mengejek, atau mengolok individu lain, karena tindakan tersebut dapat memicu pertikaian dan merusak hubungan sosial. Perbuatan menghina juga dipandang sebagai kesalahan yang berlipat, sebab orang yang direndahkan bisa jadi mempunyai status yang lebih tinggi di sisi Allah dibanding orang yang menghina. Selain itu, ayat tersebut melarang perilaku *al-lamz*, yaitu mencela dan membicarakan keburukan orang lain, serta memberikan gelar yang buruk kepada sesama. Kata *tanābazū* berasal dari kata *an-nabz* yang bermakna buruk atau panggilan yang mengandung celaan.¹⁸

2. Penyebaran *Hoaks*

Dalam Al-Qur'an, istilah hoaks bisa dikaitkan dengan kata *al-ifk* yang memiliki makna memutarbalikkan fakta atau menyampaikan sesuatu yang bertentangan dengan kebenaran, sehingga dipahami sebagai bentuk kebohongan. Informasi palsu yang disebarkan oleh pelaku hoaks pada dasarnya merupakan tindakan yang dikerjakan dengan sengaja untuk memperoleh suatu tujuan. Fenomena semacam ini sebenarnya telah terjadi sejak masa Rasulullah ﷺ, sebagaimana peristiwa yang menimpa Aisyah ketika kehilangan kalungnya dalam perjalanan kembali menuju Madinah,¹⁹ yang kemudian memunculkan berita bohong terhadap dirinya. QS. An-Nur ayat 11 menjelaskan pentingnya sikap hati-hati dalam menerima informasi, terutama berita yang berasal dari pihak yang tidak dapat dipercaya. Ayat tersebut juga berkaitan dengan sebab turunnya wahyu yang merujuk pada peristiwa yang dialami oleh istri Rasulullah

ﷺ.²⁰

¹⁷ Rifki Hadi, "Bullying dalam Al-Qur'an dan Realitas Kehidupan Modern" (Tesis, Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ), Jakarta, 2022).

¹⁸ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, Volume 13 (Jakarta: Lentera Hati, 2004).

¹⁹ Chalimatus Sa'dijah, "Respons Al-Qur'an dalam Menyikapi Berita Hoax: Studi Analisis Tafsir Tematik," *Al-Fanar: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*, no. 2 (2019): 187,

²⁰ Hamka, *Tafsir Al-Azhar*, Jilid 7 (Singapura: Kerjaya Printing Industries Pte Ltd, 2003).

3. *Namimah*

Perilaku *namimah* juga banyak ditemukan dalam interaksi di media sosial. Tindakan ini dipahami sebagai perbuatan adu domba, yaitu menyebarkan perkataan atau informasi mengenai seseorang dengan tujuan memprovokasi dan menimbulkan keburukan. *Namimah* juga dapat dimaknai sebagai perilaku menyebarkan ucapan maupun informasi yang tidak benar atau bersifat palsu. Dalam Al-Qur'an, perbuatan tersebut dilarang karena dapat merusak hubungan dan keharmonisan antarsesama.²¹

4. *Ghibah*

Ghibah pada umumnya diartikan sebagai tindakan menggunjing atau membicarakan keburukan orang lain yang sering dikenal dengan istilah gosip. Secara etimologis, ghibah berasal dari kata *ghaaba* yang bermakna “tidak terlihat” atau “tidak hadir”. Dalam praktiknya, ghibah merujuk pada perbuatan membicarakan aib, kekurangan, atau hal-hal yang tidak disukai dari seseorang ketika orang tersebut tidak berada di tempat atau tidak mendengarnya secara langsung.

Pembicaraan tersebut dapat berkaitan dengan persoalan pribadi, kondisi keluarga, perilaku, maupun aspek lain yang dapat menimbulkan ketidaksenangan bagi pihak yang dibicarakan.²² Pada era digital dan masyarakat milenial saat ini, praktik ghibah sering kali terjadi tanpa disadari oleh para pengguna media sosial. Fenomena tersebut dapat ditemukan dalam berbagai bentuk, seperti tayangan hiburan di televisi maupun penyebaran informasi melalui platform digital seperti Instagram dan WhatsApp yang kerap memuat berita mengenai kehidupan pribadi para publik figur. Kondisi ini mendorong munculnya berbagai komentar dari netizen yang tidak jarang berujung pada penghinaan, pencemaran nama baik, hingga persoalan hukum.

²¹ Ratni Yanti dan Amaruiddin Asra, “Konsep Namimah dan Pencegahannya dalam Perspektif Tafsir Sufistik,” *Jurnal Syahadah*, no. 2 (2017): 89–90,

²² Layyinat Sifa, “Ghibah dalam Entertainment Perspektif Hadis: Aplikasi Teori Double Movement Fazlur Rahman,” *Jurnal Ilmu-ilmu Ushuluddin*, no. 2 (2019): 285.

Jika pada masa dahulu ghibah umumnya dilakukan melalui komunikasi secara langsung, maka perkembangan teknologi komunikasi saat ini menjadikan praktik tersebut jauh lebih mudah dilakukan melalui telepon genggam dan media sosial, bahkan dapat disaksikan oleh masyarakat luas. Di Indonesia, misalnya, berita atau informasi yang bersifat sensasional dan menarik perhatian publik sering memicu pengguna media sosial untuk saling mengomentari dan membicarakan keburukan pihak lain. Berkaitan dengan larangan ghibah, Al-Qur'an telah memberikan peringatan melalui Surah Al-Humazah ayat 1:

وَيْلٌ لِّكُلِّ هُمَزَةٍ لُّمَزَةٍ

“Celakalah bagi setiap pengumpat dan pencela”

C. Konstruksi Konseptual Etika Komunikasi Qur'ani dan Relevansinya terhadap Problematika Digital

Problematika komunikasi digital yang telah dibahas sebelumnya menunjukkan bahwa kemudahan berkomunikasi melalui media sosial juga diikuti oleh berbagai persoalan etika, seperti hoaks, ujaran kebencian, *cyberbullying*, ghibah, *namimah*, penghinaan, provokasi, dan penyebaran informasi tanpa verifikasi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa komunikasi digital tidak hanya berkaitan dengan penyampaian pesan, tetapi juga menyangkut nilai, sikap, tanggung jawab, dan dampak dari pesan yang disampaikan. Dalam konteks ini, Al-Qur'an memiliki sejumlah prinsip yang dapat dijadikan dasar dalam membangun etika komunikasi di ruang digital.

Penelitian ini tidak hanya berfokus pada ayat-ayat yang menggunakan term *qaul*, tetapi juga mencakup ayat-ayat yang memuat nilai etis dalam komunikasi. Pemilihan ayat didasarkan pada keterkaitannya dengan tema etika komunikasi, baik ayat yang memuat term *qaul* maupun ayat lain yang mengandung nilai-nilai etis dalam berkomunikasi. Ayat-ayat tersebut kemudian ditelaah berdasarkan kandungan dan penafsirannya, lalu dikelompokkan sesuai dengan nilai komunikasi yang ditemukan, seperti kebenaran, amanah, keadilan, penghormatan, kelembutan,

dan efektivitas komunikasi. Nilai-nilai tersebut kemudian dihubungkan dengan prinsip *qaul* Qur’ani, seperti *qaulan sadīdan*, *qaulan layyinan*, *qaulan ma’rūfan*, *qaulan karīman*, *qaulan balīghan*, dan *qaulan maysūran*. Dengan demikian, prinsip-prinsip *qaul* tersebut dipahami sebagai bagian dari konstruksi etika komunikasi Qur’ani, bukan sebagai keseluruhan objek penelitian.

Tabel 1. Konstruksi Konseptual Etika Komunikasi Qur’ani dan Relevansinya terhadap Problematika Digital Peta klasifikasi komunikasi Qur’ani dalam ruang digital.

No.	Konsep Etika Komunikasi	Prinsip	Ayat Al-Qur’an	Relevansi Digital
1.	Kebenaran dan Kejujuran	<i>Qaulan sadīdan</i> ; berkata benar dan menjauhi kebohongan	QS. Al-Ahzab [33]: 70; At-Taubah [9]: 119; Al-Baqarah [2]: 42; Al-‘Ankabut [29]: 3	Hoaks dan disinformasi
2.	Amanah dan Tanggung Jawab	Menjaga kepercayaan dan bertanggung jawab atas informasi	QS. An-Nisa’ [4]: 58	Informasi tanpa sumber dan penyalahgunaan informasi
3.	Keadilan	Berlaku adil dan tidak menghakimi secara sepihak	QS. An-Nahl [16]: 90; Al-Hujurat [49]: 9; Al-Ma’idah [5]: 8; An-Nisa’ [4]: 135; Al-An‘am [6]: 152	Ujaran kebencian, fitnah, dan diskriminasi
4.	Penghormatan terhadap Sesama	<i>Qaulan ma’rūfan</i> dan <i>Qaulan karīman</i> ; tidak menghina dan merendahkan	QS. An-Nisa’ [4]: 148; Al-Hujurat [49]: 11–12; Al-Isra’ [17]: 53	<i>Cyberbullying</i> , ghibah, <i>namimah</i> , dan <i>body shaming</i>
5.	Efektivitas Komunikasi	<i>Qaulan balīghan</i> dan <i>Qaulan maysūran</i> ; jelas, tepat, dan mudah dipahami	QS. Fussilat [41]: 34; An-Nahl [16]: 125; Ibrahim [14]: 4; Al-Muzzammil [73]: 4, 20; Al-Baqarah [2]: 263	Misinformasi, salah persepsi, dan konten provokatif

6.	Kelembutan dan Kesantunan	<i>Qaulan layyin</i> ; lembut, santun, dan tidak menyakiti	QS. Thaha [20]: 43–44; Al-Furqan [25]: 63; Ali ‘Imran [3]: 159	Konflik digital dan agresivitas verbal
-----------	---------------------------	--	--	--

Pemetaan tersebut menunjukkan bahwa etika komunikasi Qur’ani tidak hanya mengatur apa yang disampaikan, tetapi juga bagaimana pesan disampaikan dan apa dampaknya bagi orang lain. Kebenaran menjadi dasar dalam memastikan informasi, amanah menumbuhkan tanggung jawab, keadilan mencegah keberpihakan yang merugikan, sedangkan penghormatan terhadap sesama menjaga komunikasi dari penghinaan dan perendahan. Sementara itu, efektivitas membantu pesan disampaikan secara tepat, dan kelembutan menjaga interaksi tetap santun.

Dimensi kebenaran dan kejujuran tercermin dalam *qaulan sadīdan*. QS. Al-Ahzab [33]: 70 memerintahkan perkataan yang benar, yang diperkuat oleh QS. At-Taubah [9]: 119 dan QS. Al-Baqarah [2]: 42. Dalam ruang digital, prinsip ini menuntut pengguna untuk memeriksa kebenaran informasi sebelum menyebarkannya sehingga dapat menjadi landasan dalam menghadapi hoaks dan disinformasi.

Dimensi amanah dan tanggung jawab dapat dipahami dari QS. An-Nisa’ [4]: 58. Dalam komunikasi digital, amanah berarti menggunakan dan menyebarkan informasi secara bertanggung jawab, termasuk memperhatikan sumber, menjaga privasi, dan mempertimbangkan dampak informasi terhadap pihak lain.

Dimensi keadilan tercermin dalam QS. An-Nahl [16]: 90, QS. Al-Hujurat [49]: 9, QS. Al-Ma’idah [5]: 8, QS. An-Nisa’ [4]: 135, dan QS. Al-An‘am [6]: 152. Prinsip ini menuntut pengguna media sosial untuk tidak menyebarkan tuduhan tanpa dasar, melakukan diskriminasi, atau menghakimi seseorang hanya berdasarkan informasi yang belum jelas. Karena itu, keadilan relevan dalam menghadapi ujaran kebencian, fitnah, dan konflik di media sosial.

Dimensi penghormatan terhadap sesama tercermin dalam *qaulan ma‘rūfan* dan *qaulan karīman*. QS. Al-Hujurat [49]: 11–12 melarang tindakan mengolok, mencela, berprasangka, mencari kesalahan, dan melakukan ghibah. Nilai tersebut sangat relevan dengan fenomena *cyberbullying*, *body shaming*, penghinaan, ghibah

digital, dan *namimah*. Artinya, kebenaran suatu informasi tidak membenarkan seseorang menyampaikannya dengan cara yang merendahkan martabat orang lain.

Dimensi efektivitas komunikasi berkaitan dengan *qaulan balighan* dan *qaulan maysūran*. Pesan tidak hanya dituntut benar, tetapi juga perlu disampaikan secara jelas, tepat, dan mudah dipahami. Dalam komunikasi digital, prinsip ini dapat diterapkan melalui penggunaan bahasa yang tidak ambigu, tidak provokatif, dan sesuai dengan konteks agar tidak menimbulkan salah persepsi.

Adapun dimensi kelembutan dan kesantunan tercermin dalam *qaulan layyinan*. QS. Thaha [20]: 43–44 dan QS. Ali ‘Imran [3]: 159 menunjukkan pentingnya kelembutan dalam menyampaikan pesan. Prinsip ini relevan untuk menghadapi perbedaan pendapat di media sosial agar komunikasi tidak berubah menjadi pertengkaran, penghinaan, atau serangan personal.

Berdasarkan keseluruhan analisis tersebut, enam dimensi tersebut membentuk satu kesatuan etika komunikasi Qur’ani. *Qaulan sadīdan* menegaskan kebenaran informasi, amanah menekankan tanggung jawab, keadilan menjaga objektivitas, *Qaulan ma’rūfan* dan *Qaulan karīman* menjaga kehormatan manusia, *Qaulan balighan* dan *Qaulan maysūran* mengarahkan efektivitas pesan, sedangkan *Qaulan layyinan* membangun komunikasi yang santun. Dengan demikian, etika komunikasi Qur’ani dapat digunakan sebagai kerangka moral untuk merespons berbagai persoalan komunikasi digital abad ke-21.

Berbeda dari kajian yang hanya memusatkan perhatian pada term *qaul*, penelitian ini memandang etika komunikasi secara lebih konseptual dengan mengintegrasikan nilai-nilai yang terdapat dalam berbagai ayat Al-Qur’an. Penggunaan tafsir klasik dan kontemporer juga memungkinkan penelitian memahami makna ayat secara lebih mendalam sebelum menghubungkannya dengan konteks digital. Dengan demikian, kontribusi penelitian ini terletak pada konstruksi enam dimensi etika komunikasi Qur’ani yang menghubungkan pesan Al-Qur’an dengan problematika komunikasi digital secara integratif.

D. Prinsip Etika Komunikasi Qur’ani dalam Ruang Digital

1. Term *Qaulan Sadīdan*

Disebutkan dua kali dalam Al-Qur'an, yaitu pada QS. Al-Nisā' [4]: 9 dan QS. Al-Ahzāb [33]: 70. Secara etimologis, kata *sadīdan* berasal dari akar kata س-د-د yang bermakna benar, lurus, dan tepat.²³ Pada QS. Al-Ahzab [33]: 70, prinsip *qaulan sadīdan* menunjukkan tuntutan untuk menyampaikan perkataan yang benar dan tidak menyimpang dari fakta. Penafsiran klasik menempatkan kebenaran ucapan sebagai bagian dari ketaatan dan pembentukan akhlak, sedangkan tafsir kontemporer memperluas pemaknaannya pada tanggung jawab manusia dalam menyampaikan informasi di tengah kehidupan sosial yang semakin kompleks. Perbedaan penekanan tersebut menunjukkan bahwa *qaulan sadīdan* tidak hanya berkaitan dengan kejujuran secara personal, tetapi juga dengan konsekuensi sosial dari informasi yang disampaikan.

Jika prinsip tersebut diterapkan pada komunikasi digital, persoalannya tidak berhenti pada larangan membuat berita palsu. Pengguna media sosial juga dituntut memastikan sumber, konteks, dan keutuhan informasi sebelum membagikannya. Kecepatan distribusi informasi di media sosial dapat membuat informasi yang belum terverifikasi menyebar lebih luas daripada proses klarifikasinya.²⁴ Karena itu, *qaulan sadīdan* dalam konteks digital dapat dikonstruksi sebagai prinsip verifikasi informasi yang menggabungkan kejujuran dengan sikap kritis terhadap sumber dan isi pesan.²⁵ Dengan demikian, nilai Qur'ani tersebut tidak hanya bersifat normatif, tetapi memiliki fungsi preventif terhadap hoaks, disinformasi, dan manipulasi informasi.

2. Term *Qaulan Layyinan*

²³ Atabik Ali dan Ahmad Zuhdi Muhdlor, *Kamus Kontemporer Arab-Indonesia* (Yogyakarta: Multi Karya Grafika, 2003), 1053.

²⁴ Christiany Juditha, "Literasi Informasi Melawan Hoaks Bidang Kesehatan di Komunitas Online," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 16, no. 1 (2019): 77–90, <https://doi.org/10.24002/jik.v16i1.1857>.

²⁵ Dafrizal Samsudi dan Indah Mardini Putri, "Etika dan Strategi Komunikasi Dakwah Islam Berbasis Media Sosial di Indonesia," *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 7, no. 2 (2023): 125–138, <https://doi.org/10.32332/ath-thariq.v7i2.7474>.

Terdapat dalam QS. Tāhā [20]: 44. Kata *layyinan* berasal dari akar kata لينا - يلين - لان yang bermakna lembut dan santun. Dengan demikian, *qaulan layyinan* dipahami sebagai cara berbicara yang halus, tidak kasar, serta mampu menjaga perasaan lawan bicara.²⁶ Konsep *qaulan layyinan* dalam Al-Qur'an menunjukkan bahwa kelembutan merupakan bagian penting dalam menyampaikan pesan, terutama ketika komunikasi berlangsung dengan pihak yang memiliki perbedaan pandangan atau berada dalam situasi konflik. Dalam tafsir klasik, prinsip ini dipahami sebagai perintah untuk menyampaikan perkataan dengan lembut meskipun kepada pihak yang memiliki sikap berseberangan. Sementara itu, tafsir kontemporer memperluas pemahamannya sebagai bentuk komunikasi persuasif yang menghindari tekanan, kekerasan verbal, dan sikap agresif.

Dalam konteks komunikasi digital, nilai tersebut relevan dengan pola interaksi di kolom komentar, perdebatan di media sosial, penyampaian kritik, serta munculnya ujaran kebencian dan provokasi.²⁷ Berdasarkan hal tersebut, *qaulan layyinan* menegaskan bahwa perbedaan pendapat di ruang digital tetap perlu disampaikan melalui bahasa yang tenang, santun, dan tidak merendahkan pihak lain.

Secara kritis, penerapan *qaulan layyinan* menunjukkan bahwa kebebasan berpendapat di media sosial tidak dapat dipahami sebagai kebebasan menggunakan bahasa secara tanpa batas. Kebebasan tersebut tetap memiliki tanggung jawab etis, terutama ketika suatu pendapat berpotensi memicu konflik atau menyerang martabat orang lain.²⁸ Karena itu, *qaulan layyinan* dapat dikembangkan sebagai prinsip pengendalian agresivitas verbal, yaitu kemampuan mengendalikan emosi, memilih bahasa yang tidak provokatif, serta

²⁶ Ahmad Warson Munawir, *Kamus Al-Munawir Arab-Indonesia* (Surabaya: Pustaka, 1997).

²⁷ Dian Junita Ningrum, Suryadi, dan Dian Eka Chandra Wardhana, "Kajian Ujaran Kebencian di Media Sosial," *Jurnal Ilmiah Korpus* 2, no. 3 (2018): 241–252.

²⁸ Mokhammad Mahfud, Abdul Ghofur, dan Najahan Musyafak, "Prevention of Intolerance Through Implementation of Islamic Communication in Religious Moderation," *Profetik: Jurnal Komunikasi* 15, no. 1 (2022): 48–66, <https://doi.org/10.14421/pjk.v15i1.2415>.

menyampaikan kritik secara persuasif dan konstruktif. Dengan demikian, prinsip ini tidak hanya mengatur kelembutan dalam berbicara, tetapi juga memberikan landasan etis bagi pengguna media sosial untuk membangun komunikasi yang lebih dialogis, damai, dan menghargai perbedaan.

3. *Term Qaulan Ma'Rūfan*

Disebutkan dalam beberapa ayat Al-Qur'an, di antaranya QS. Al-Baqarah [2]: 235, QS. Al-Nisā' [4]: 5 dan 8, serta QS. Al-Aḥzāb [33]: 32. Secara etimologis, *ma'rūfan* berasal dari kata *عرف-يعرف-معروفاً*

yang bermakna sesuatu yang baik, dikenal, dan sesuai dengan norma sosial.²⁹ Dengan demikian, *qaulan ma'rūfan* dapat dipahami sebagai perkataan yang baik, sopan, mudah dipahami, dan sesuai dengan etika. Konsep *qaulan ma'rūfan* dalam Al-Qur'an menunjukkan pentingnya penggunaan perkataan yang baik, wajar, dan sesuai dengan kepatutan dalam berkomunikasi. Dalam tafsir klasik, *qaulan ma'rūfan* dipahami sebagai perkataan yang baik, pantas, dan tidak mengandung unsur yang menyakiti atau merendahkan orang lain. Sementara itu, tafsir kontemporer memandangnya sebagai bentuk komunikasi yang dapat diterima oleh lawan bicara serta tidak menimbulkan kerugian maupun dampak negatif.

Dalam konteks komunikasi digital, prinsip ini relevan dengan maraknya penggunaan bahasa kasar, sarkasme, sindiran, dan komentar yang merendahkan di media sosial. Oleh karena itu, *qaulan ma'rūfan* menuntut pengguna media sosial untuk mempertimbangkan kepantasan bahasa dan dampak pesan sebelum menyampaikannya kepada publik.³⁰

Secara kritis, prinsip *qaulan ma'rūfan* menunjukkan bahwa komunikasi yang etis tidak hanya ditentukan oleh benar atau tidaknya suatu pesan, tetapi juga oleh cara pesan tersebut disampaikan. Suatu pernyataan dapat memiliki isi

²⁹ Muhdlor, *Kamus Kontemporer*, 1283.

³⁰ ³⁰ Futihatul Janah dan Apriyadi Yusuf, "Etika Komunikasi di Media Sosial Melalui Prinsip SMART (Salam, Ma'ruf, dan Tabayyun) Perspektif Al-Qur'an," *JAWI: Journal of Southeast Asia Islamic Contemporary Issues* 3, no. 2 (2020): 101–118, <https://doi.org/10.24042/jw.v3i2.8068>.

yang benar, tetapi menjadi tidak etis apabila disampaikan dengan bahasa yang menghina, kasar, atau merendahkan. Karena itu, *qaulan ma'rūfan* dapat dipahami sebagai prinsip kepantasan dalam penyampaian pesan, yang menempatkan etika bahasa sebagai bagian dari tanggung jawab komunikasi. Dengan demikian, etika komunikasi Qur'ani tidak hanya berorientasi pada kebenaran isi, tetapi juga memperhatikan kesesuaian cara penyampaian agar komunikasi di ruang digital tetap menghormati martabat dan perasaan orang lain.

4. *Term Qaulan Karīman*

Disebutkan dalam QS. Al-Isrā' [17]: 23. Kata *karīman* berasal dari akar kata كرم - يكرم - كرامة yang bermakna mulia, terhormat, dan penuh adab.

Dengan demikian, *qaulan karīman* dapat dimaknai sebagai ucapan yang santun, penuh penghormatan, dan mencerminkan akhlak mulia.³¹ Konsep *qaulan karīman* dalam Al-Qur'an menekankan pentingnya perkataan yang memuliakan dan menjaga martabat manusia dalam proses komunikasi. Jika *qaulan ma'rūfan* lebih menitikberatkan pada kebaikan dan kepatutan dalam menyampaikan pesan, *qaulan karīman* memiliki penekanan yang lebih kuat pada penghormatan terhadap kehormatan dan martabat lawan bicara.

Dalam konteks kontemporer, prinsip ini dapat dipahami sebagai tuntutan untuk memperlakukan orang lain secara terhormat, termasuk ketika menyampaikan nasihat, kritik, maupun perbedaan pendapat. Relevansinya dalam komunikasi digital terlihat pada persoalan *cyberbullying*, *body shaming*, penghinaan terhadap orang tua, guru, maupun tokoh tertentu yang sering muncul melalui komentar dan unggahan media sosial. Dengan demikian, *qaulan karīman* mengarahkan pengguna media digital untuk menghindari komunikasi yang merendahkan kehormatan orang lain.³²

³¹ Munawir, *Kamus Al-Munawir*, 1203.

³² Rajabbul Amin, "Membangun Komunikasi Islam di Era Digital: Integrasi Qaulan Ma'rufan dan Qaulan Kariman dalam Media Sosial," *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* (2025): 169–188.

Secara kritis, *qaulan karīman* menunjukkan bahwa komunikasi yang baik tidak cukup hanya memperhatikan kepantasan bahasa, tetapi juga harus mempertimbangkan martabat manusia sebagai penerima pesan. Seseorang dapat saja menggunakan bahasa yang terlihat sopan, tetapi tetap merendahkan apabila pesan tersebut menyerang harga diri atau kehormatan orang lain. Oleh karena itu, *qaulan karīman* dapat dikembangkan sebagai prinsip perlindungan martabat dalam komunikasi digital, yaitu menjaga kehormatan individu ketika menyampaikan pendapat, kritik, maupun respons terhadap suatu persoalan. Temuan ini menegaskan bahwa etika komunikasi Qur'ani memiliki dimensi penghormatan terhadap *dignity* manusia, sehingga kebebasan berkomunikasi di ruang digital tetap harus dibatasi oleh penghargaan terhadap kehormatan dan nilai kemanusiaan.

5. *Term Qaulan Balīghan*

Disebutkan dalam QS. Al-Nisā' [4]: 63. Kata *balīghan* berasal dari akar kata بلغ - يبلغ - بلاغة yang bermakna jelas, fasih, tepat sasaran, dan efektif dalam penyampaian.³³ Dengan demikian, *qaulan balīghan* dapat dipahami sebagai ucapan yang mudah dipahami, tidak multitafsir, serta mampu memberikan pengaruh kepada lawan bicara. Konsep *qaulan balīghan* dalam Al-Qur'an mengarah pada perkataan yang mampu mencapai sasaran dan memberikan pengaruh terhadap penerimanya. Dalam tafsir klasik, *qaulan balīghan* dipahami sebagai perkataan yang disampaikan secara tepat sehingga dapat menyentuh dan memengaruhi hati atau pemikiran orang yang menerima pesan. Pemahaman tersebut dalam tafsir kontemporer berkembang menjadi prinsip komunikasi yang efektif dengan mempertimbangkan kondisi, kebutuhan, dan karakter penerima pesan. Dalam komunikasi digital, prinsip ini memiliki relevansi dengan penyebaran informasi melalui pesan singkat, konten viral, *clickbait*, serta judul provokatif yang dirancang untuk menarik perhatian pengguna. Kecepatan dan luasnya jangkauan pesan digital menunjukkan bahwa kemampuan suatu pesan untuk memengaruhi audiens menjadi semakin besar.

³³ Muhdlor, *Kamus Kontemporer*, 353.

Secara kritis, *qaulan balighan* menunjukkan bahwa pesan yang berhasil menarik perhatian dan menjadi viral belum tentu dapat disebut efektif secara etis. Efektivitas komunikasi tidak hanya diukur dari seberapa banyak orang melihat, membagikan, atau merespons suatu informasi, tetapi juga dari ketepatan pesan, dampaknya, dan tanggung jawab yang menyertainya. Karena itu, *qaulan balighan* dapat dikembangkan sebagai prinsip efektivitas komunikasi yang beretika, yaitu kemampuan menyampaikan pesan secara tepat dan berpengaruh tanpa mengabaikan kebenaran serta tanggung jawab moral.³⁴ Temuan ini menegaskan bahwa efektivitas dalam komunikasi digital harus dikendalikan oleh prinsip kebenaran dan tanggung jawab agar kekuatan pesan tidak justru menjadi sarana penyebaran informasi yang menyesatkan atau merugikan.

6. *Term Qaulan Maysūran*

Disebutkan dalam QS. Al-Isrā' [17]: 28. Secara etimologis, kata *maysūran* berasal dari akar kata *سر - يسر - سرورا* yang mengandung makna mudah, pantas, serta menyenangkan.³⁵ Konsep *qaulan maysūran* dalam Al-Qur'an menunjukkan pentingnya menyampaikan perkataan yang mudah dipahami, menyenangkan, dan tidak menimbulkan beban bagi penerimanya. Prinsip ini menekankan bahwa pesan sebaiknya disampaikan dengan bahasa yang sederhana, mudah diterima, serta tetap memperhatikan kondisi orang yang diajak berkomunikasi.

Dalam konteks komunikasi digital, *qaulan maysūran* relevan dengan penggunaan bahasa dalam komentar, *caption*, pesan WhatsApp, maupun komunikasi publik yang menuntut penyampaian informasi secara jelas dan mudah dipahami. Penggunaan bahasa yang terlalu rumit, ambigu, atau bernada menyakitkan dapat menghambat tujuan komunikasi dan menimbulkan kesalahpahaman. Karena itu, prinsip ini mengarahkan pengguna media digital untuk memilih bahasa yang sederhana, jelas, dan nyaman bagi penerima pesan.

³⁴ Isra Wahyuni Samsul Bahri, "Ragam Metode Komunikasi dalam Al-Qur'an," *Tafse: Journal of Qur'anic Studies* 6, no. 1 (2016): 75–89, <https://doi.org/10.22373/tafse.v6i1.9202>.

³⁵ Louis Ma'louf, *Al-Munjid fi al-Lughah wa al-A'lam* (Beirut: Dār al-Masyriq, 1994).

Secara kritis, *qaulan maysūran* menunjukkan bahwa kemudahan dalam berkomunikasi tidak berarti bebas menggunakan bahasa secara sembarangan. Pesan yang mudah dipahami tetap harus disampaikan dengan mempertahankan kesantunan dan mempertimbangkan perasaan penerima. Oleh karena itu, *qaulan maysūran* dapat dikembangkan sebagai prinsip kemudahan komunikasi yang santun, yaitu kemampuan menyampaikan pesan secara sederhana dan jelas tanpa menghilangkan nilai penghormatan terhadap orang lain. Temuan ini menegaskan bahwa efektivitas komunikasi digital tidak hanya bergantung pada kemudahan bahasa, tetapi juga pada kemampuan menjaga kesantunan agar pesan dapat diterima tanpa menimbulkan luka, salah paham, atau konflik.

E. Konstruksi Etika Komunikasi Digital Qur'ani Berbasis Nilai Profetik

Pembahasan sebelumnya telah menjelaskan ayat-ayat Al-Qur'an tentang etika komunikasi Islam serta berbagai bentuk komunikasi yang dilarang. Hal tersebut membuktikan bahwasanya Al-Qur'an bukan saja melarang ucapan buruk, namun juga mengajarkan komunikasi yang santun, bertanggung jawab, dan berlandaskan nilai moral. Di tengah perkembangan teknologi dan media sosial abad ke-21, etika berbicara Qur'ani menjadi semakin penting diterapkan dalam komunikasi digital. Transformasi komunikasi dari ruang tradisional ke ruang digital membuat etika Qur'ani tidak hanya berkaitan dengan komunikasi verbal, namun juga proses produksi, distribusi, serta konsumsi informasi di media digital. Oleh karena itu, pembahasan ini memfokuskan kajian pada implementasi etika komunikasi Qur'ani dalam media sosial melalui nilai *siddiq*, *amanah*, *fatānah*, dan *tabligh*:

1. *Siddiq* berasal dari kata *shadaqa*–*yashduqu*–*shidqan* yang berarti benar, jujur, dan dapat dipercaya. Dalam Islam, *siddiq* merupakan bagian dari *akhlāq al-karīmah* yang tercermin melalui kejujuran ucapan dan perbuatan.³⁶ Sifat ini juga menjadi karakter utama Rasulullah Saw. dalam menyampaikan kebenaran. Al-Qur'an melalui QS. Al-Ahzab ayat 70 memerintahkan umat Islam untuk berkata

³⁶ Almunadi, "Shiddiq dalam Pandangan Quraish Shihab," *Jurnal Ilmu Al-Qur'an*, no. 1 (2016): 129,

benar (*qaulan sadīdan*), yaitu ucapan yang jujur dan tidak mengandung kebohongan.

Dalam konteks komunikasi digital abad ke-21, nilai *siddiq* sangat relevan di tengah maraknya *hoaks*, *fake news*, manipulasi informasi, dan *clickbait* di media sosial. Perkembangan teknologi membuat informasi tersebar cepat tanpa verifikasi yang jelas sehingga banyak pengguna media sosial menyebarkan informasi demi popularitas atau mengikuti tren viral.³⁷ Fenomena tersebut memperlihatkan bahwasanya etika komunikasi digital Bukan cuma berhubungan dengan cara berbicara, namun juga tanggung jawab moral dalam memberikan informasi.

Dalam perspektif Al-Qur'an, penyebaran berita bohong bertentangan dengan prinsip *siddiq* karena dapat menimbulkan fitnah dan konflik sosial. Oleh karena itu, implementasi nilai *siddiq* di era digital tidak hanya berarti berkata jujur, namun juga bersikap kritis, selektif, serta bertanggung jawab dalam menerima serta memublikasikan informasi di media sosial.

2. *Amanah*, merupakan sifat yang mencerminkan kejujuran, tanggung jawab, dan kemampuan menjaga kepercayaan.³⁸ Dalam Islam, amanah tidak hanya berkaitan dengan menjaga titipan, tetapi juga menyampaikan kebenaran serta menghindari kebohongan dan pengkhianatan. Ibnu Katsir menjelaskan bahwa amanah meliputi semua kewajiban manusia, baik urusan dunia maupun akhirat, sedangkan M. Quraish Shihab memaknai amanah sebagai kepercayaan yang harus dipertahankan serta diterapkan dengan sepenuh hati. Pentingnya sifat ini juga ditegaskan dalam QS. Al-Ahzab ayat 72 serta hadis Rasulullah Saw.³⁹ tentang kesempurnaan iman seseorang yang memiliki amanah.

Dalam konteks komunikasi digital abad ke-21, nilai amanah sangat relevan dalam etika berbagi informasi di media sosial. Kemajuan teknologi

³⁷ Abdul Muiz Amir, "Reinterpretation of QS. Al-A'râf [7]:11–25 on Hoax: Hermeneutics Study of Ma'na-Cum-Maghza," *Jurnal Ushuluddin* 27, no. 1 (2019): 11–25, <https://doi.org/10.24014/jush.v27i1.7310>.

³⁸ Zaen Musyirifin, "Implementasi Sifat-sifat Rasulullah dalam Konseling Behavioral," *Al-Irsyad: Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, no. 2 (2020): 155,

³⁹ Daeng Naja, *Nazir Wakaf Kompeten dan Amanah* (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2020).

memudahkan penyebaran teks, foto, video, maupun data pribadi tanpa memperhatikan privasi digital dan tanggung jawab moral. Fenomena menyebarkan tangkapan layar percakapan, identitas pribadi, atau informasi tertentu tanpa izin menunjukkan rendahnya penerapan nilai amanah dalam komunikasi digital. Tindakan tersebut dapat menimbulkan pelanggaran privasi, pencemaran nama baik, *cyberbullying*, hingga penyalahgunaan data pribadi.⁴⁰

Dalam perspektif etika komunikasi Islam, tindakan tersebut bertentangan dengan prinsip amanah karena setiap informasi mengandung tanggung jawab moral untuk dijaga dan digunakan secara bijak. Oleh karena itu, implementasi amanah di era digital tidak hanya berarti jujur dalam berbicara, tetapi juga menjaga kerahasiaan informasi dan menghormati privasi orang lain.

3. *Fatanah* merupakan salah satu sifat Rasulullah Saw. yang bermakna cerdas, bijaksana, serta mampu berpikir secara tepat dalam bertindak maupun berkomunikasi.⁴¹ Rasulullah menunjukkan sifat tersebut melalui sikap beliau yang jujur, adil, dan memiliki wawasan luas dalam menyelesaikan berbagai persoalan kehidupan.⁴²

Dalam konteks komunikasi digital abad ke-21, nilai *fatana*h menjadi sangat relevan di tengah cepatnya kemajuan teknologi, arus informasi, dan penggunaan media sosial yang semakin kompleks. Implementasi sifat fatana

h dapat diwujudkan melalui kemampuan literasi digital, yaitu memahami, menganalisis, dan menggunakan media digital secara bijak serta bertanggung jawab. Pengguna media sosial dituntut untuk bersikap kritis dan mampu memverifikasi informasi agar tidak mudah terpengaruh *hoaks*, manipulasi informasi, maupun konten provokatif.

Selain itu, nilai *fatana*h juga tercermin dalam penggunaan media sosial secara bijak, seperti untuk edukasi, dakwah, dan penyebaran informasi positif.

⁴⁰ Muhammad Anshar dan Andi Faridah Aarsal, "The Ethics of Digital Communication and Message Sharing on Social Media," *Jurnal Komunikasi Islam* 13, no. 2 (2023): 249–268, <https://doi.org/10.15642/jki.2023.13.2.249-268>.

⁴¹ Fathimatuz Zahroh, "Nilai Fathonah dalam Pengelolaan Bisnis di Pesantren Mukmin Mandiri," *Jurnal JESTT*, no. 9 (2015): 751,

⁴² Nur Khilifah, "Sifat-sifat Rasulullah yang Dijadikan Pedoman dalam Berdagang yang Halal," *Jurnal Al-Tsaman*, no. 1 (2021): 29,

Dengan demikian, penerapan sifat *fatamah* tidak hanya menunjukkan kecerdasan dalam memanfaatkan teknologi digital, tetapi juga tanggung jawab moral dalam menjaga etika komunikasi sesuai nilai-nilai Qur'ani.

4. *Tabligh*, merupakan salah satu sifat Rasulullah Saw. yang bermakna menyampaikan kebenaran, ajaran Islam, serta pesan-pesan kebaikan kepada umat manusia. Sifat ini mencerminkan kepedulian sosial melalui sikap saling menasihati, mengingatkan dalam kebaikan, dan mencegah perbuatan tercela dengan cara yang santun serta bijaksana.⁴³ Dengan demikian, *tabligh* bukan cuma dipahami sebagai aktivitas menyampaikan pesan, namun juga sebagai bentuk tanggung jawab moral dalam membangun komunikasi yang positif dan bermanfaat.

Dalam konteks komunikasi digital abad ke-21, nilai *tabligh* relevan diterapkan melalui dakwah digital, penyebaran konten edukatif, serta penyampaian informasi yang mengandung nilai moral dan keagamaan. Media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana menyebarkan ilmu, motivasi, dan pesan-pesan positif yang bermanfaat bagi masyarakat luas. Selain itu, penerapan sifat *tabligh* juga menuntut pengguna media sosial untuk menjaga etika komunikasi dengan menghindari ujaran kebencian, provokasi, dan penyebaran konten negatif. Oleh karena itu, implementasi nilai *tabligh* dalam komunikasi digital mencerminkan upaya menciptakan ruang media sosial yang sehat, edukatif, dan sesuai dengan etika Qur'ani.

Dimensi Etika Qur'ani	Prinsip Qaul	Nilai Profetik	Problematika Digital
Kebenaran dan kejujuran	<i>Qaulan sadīdan</i>	<i>Siddiq</i>	Hoaks, disinformasi
Amanah dan tanggung jawab	Nilai komunikasi Qur'ani	<i>Amanah</i>	Penyalahgunaan/kebocoran informasi
Keadilan	Nilai komunikasi Qur'ani	<i>Siddiq, Amanah</i>	Fitnah, tuduhan, polarisasi

⁴³ Akis Rahayu Indriana, "Sifat-sifat Rasulullah SAW sebagai Dasar Pendidikan Karakter," *Prosiding Seminar Nasional Dies Natalis UTP Surakarta*, no. 1 (2021): 25,

Etika Berbicara dalam Al-Qur'an: Kajian Tafsir Maudhui terhadap Komunikasi Digital Abad Ke-21

Penghormatan	<i>Qaulan ma'rūfan, Qaulan karīman</i>	<i>Tabligh</i>	<i>Cyberbullying</i> , ghibah digital
Efektivitas	<i>Qaulan balīghan</i>	<i>Fatanah</i>	<i>Clickbait</i> , manipulasi informasi
Kelembutan dan kesantunan	<i>Qaulan layyinan, Qaulan maysūran</i>	<i>Tabligh</i>	<i>Hate speech</i> , provokasi

Berdasarkan hasil pemetaan terhadap enam prinsip *qaul* Qur'ani, penelitian ini menemukan bahwa etika komunikasi dalam Al-Qur'an tidak berdiri sebagai prinsip yang terpisah, tetapi membentuk beberapa dimensi etis yang saling melengkapi. Dimensi kebenaran dan kejujuran tercermin dalam *qaulan sadīdan* dan diperkuat oleh nilai *siddiq*, sedangkan tanggung jawab komunikasi berkaitan dengan nilai *amanah*. Dimensi efektivitas komunikasi melalui *qaulan balīghan* memiliki keterkaitan dengan *fatānah*, sementara penghormatan, kelembutan, dan kesantunan dalam *qaulan ma'rūfan*, *qaulan karīman*, *qaulan layyinan*, dan *qaulan maysūran* diperkuat oleh nilai *tabligh*. Integrasi tersebut kemudian menunjukkan relevansinya dalam menghadapi hoaks, disinformasi, *hate speech*, *cyberbullying*, ghibah digital, dan budaya viralitas.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa etika komunikasi Qur'ani dapat menjadi landasan dalam menghadapi problematika komunikasi digital abad ke-21. Berdasarkan kajian tafsir tematik, ditemukan enam dimensi utama, yaitu kebenaran dan kejujuran, amanah dan tanggung jawab, keadilan, penghormatan terhadap sesama, efektivitas komunikasi, serta kelembutan dan kesantunan. Keenam dimensi tersebut relevan untuk merespons hoaks, ujaran kebencian, *cyberbullying*, ghibah digital, provokasi, dan budaya viralitas di media sosial.

Secara teoritis, penelitian ini berkontribusi melalui konstruksi konseptual etika komunikasi Qur'ani yang tidak hanya berfokus pada term *qaul*, tetapi mengintegrasikan nilai-nilai etis dari berbagai ayat Al-Qur'an dengan sifat profetik *siddiq*, *amanah*, *fatānah*, dan *tabligh*. Integrasi tersebut menghasilkan kerangka

etika komunikasi digital Islami yang dapat digunakan untuk memahami persoalan komunikasi digital secara lebih komprehensif.

Secara praktis, kerangka ini dapat diterapkan dalam penguatan literasi digital Muslim, terutama melalui kebiasaan memverifikasi informasi, menjaga privasi, berpikir kritis, menghormati orang lain, serta menyampaikan pesan secara santun dan konstruktif. Dengan demikian, etika komunikasi Qur'ani tidak hanya berfungsi sebagai pedoman normatif, tetapi juga dapat menjadi landasan teoritis dan praktis dalam membangun komunikasi digital yang humanis, edukatif, sehat, dan bertanggung jawab.

Daftar Pustaka

- Alawiyah, Fakhriyatus Shofa, 'Etika Berbicara Perspektif Al-Qur'an Dan Implementasinya Di Era Digital.' Skripsi, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2022,
- Ali, Atabik. dan Ahmad Zuhdi Muhdlor, *Kamus Kontemporer Arab-Indonesia*. Yogyakarta: Multi Karya Grafika, 2003.
- Almunadi. "Shiddiq dalam Pandangan Quraish Shihab," *Jurnal Ilmu Al-Qur'an*, no. 1 (Juni 2016): 129, <https://media.neliti.com/media/publications/98416-ID-shiddiq-dalam-pandangan-quraish-shihab.pdf>.
- Almunawar, Arizal, Aas Agustina, Ika Nur Wulandari, Shafa Raihana, and Lilis, 'Peran Budaya Dalam Pembentukan Hubungan Manusia, Tempat Dan Lingkungan', *Cendekia: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 17 no. 2 (2026): 364–372. <https://doi.org/10.30957/cendekia.v17i2.1022>.
- Amin, Rajabbul, 'Membangun Komunikasi Islam Di Era Digital : Integrasi *Qaulan Ma' Rufan* dan *Qaulan Kariman* Dalam Media Sosial.' *At Tabsyir Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, (2025): 169–188.
- Amir, Abdul Muiz. "Reinterpretation of QS. Al-A'râf [7]:11–25 on Hoax: Hermeneutics Study of Ma'na-Cum-Maghza." *Jurnal Ushuluddin* 27, no. 1 (2019): 11–25, <https://doi.org/10.24014/jush.v27i1.7310>.
- Andriani, Astri Dwi, Susanti Ainul Fitri, dan Khoiruddin Muchtar, 'Model Komunikasi Literasi Digital Dalam Mengatasi Ujaran Kebencian Di Media Sosial', *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13 no. 2 (2024): 439–464. <https://doi.org/10.14710/interaksi.13.2.439-464>.
- Anshar, Muhammad, dan Andi Faridah Aarsal, 'The Ethics of Digital Communication and Message Sharing on Social Media', *Jurnal Komunikasi*

Islam, 13 no. 2 (2023): 249–268.
<https://doi.org/10.15642/jki.2023.13.2.249-268>.

Anshory, Muhammad Isa, Muhamad Abdul Azis, Mudzakir Chabib, dan Agus Sutrisno, 'The Concept of Akhlaq Education from an Islamic Perspective', *Tsaqofah: Jurnal Penelitian Guru Indonesia*, 5 no. 2 (2025): 1678–1694.
<https://doi.org/10.58578/tsaqofah.v5i2.5014>.

Hadi, Rifki. "Bullying dalam Al-Qur'an dan Realitas Kehidupan Modern." Tesis, Institut Ilmu Al- Qur'an (IIQ), Jakarta, 2022.

Hakim, Lukman, Muhajirul Fadhli, dan Mulmustari, 'Nilai Akhlak Qur'ani Dalam Kehidupan Masyarakat', *TAFSE : Jurnal Kajian Al-Qur'an* 7, no. 2 (2022): 261–271. <https://doi.org/10.22373/tafse.v7i2.12687>.

Hamka. *Tafsir Al-Azhar* Jilid 7. Singapura: Kerjaya Printing Industries Pte Ltd, 2003.

Indriana, Akis Rahayu. "Sifat-sifat Rasulullah SAW sebagai Dasar Pendidikan Karakter," *Prosiding Seminar Nasional Dies Natalis UTP Surakarta*, no. 1 (Agustus, 2021): 25, <http://prosiding.utp.ac.id/index.php/SEMNASUTP/article/view/5>.

Janah, Futihatul, dan Apriyadi Yusuf, 'Etika Komunikasi Di Media Sosial Melalui Prinsip SMART (Salam, Ma'ruf, Dan Tabayyun) Perspektif Al-Quran', *JAWI: JOURNAL OF SOUTHEAST ASIA ISLAMIC CONTEMPORARY ISSUES* 3, no. 2 (2020): 101–118 <https://doi.org/10.24042/jw.v3i2.8068>.

Juditha, Christiany, 'Literasi Informasi Melawan Hoaks Bidang Kesehatan Di Komunitas Online', *Jurnal Ilmu Komunikasi* 16, no. 1 (2019): 77–90.
<https://doi.org/10.24002/jik.v16i1.1857>.

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. *KBBI Edisi Kelima (Aplikasi luring resmi Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan)*. Diakses melalui GitHub KBBI. <https://github.com/yukuku/kbbi4>.

Khilifah, Nur. "Sifat-sifat Rasulullah yang dijadikan Pedoman dalam berdagang yang halal," *Jurnal Al-Tsaman*, no. 1 (2021): 29,
<https://ejournal.inaifas.ac.id/index.php/Altsaman/article/download/656/42>.

Mahfud, Mokhammad, Abdul Ghofur, dan Najahan Musyafak, 'Prevention of Intolerance Through Implementation of Islamic Communication in Religious Moderation', *Profetik: Jurnal Komunikasi* 15, no. 1 (2022): 48–66, <https://doi.org/10.14421/pjk.v15i1.2415>.

Ma'louf, Louis. *Al-Munjid Fiy al-Lughah wa al-'A'lam*. Beirut: Dâr al-Masyriq, 1994.

- Meysarah, 'Komunikasi Islam Dalam Membangun Etika Bermedia Sosial Di Era Digital', *Al-Qolamuna: Jurnal Komunikasi Dan Penyuaran Islam* 3, no. 2 (2026): 252–266. <https://doi.org/10.71242/ajq0we92>.
- Murdianto, dan Najla Salsabila, 'Etika Komunikasi Al-Quran Dalam Perspektif Tafsir Oleh Kementerian Agama Republik Indonesia .', *Sekolah Tinggi Ilmu Al-Qur'an (STIQ) Isy Karima Karanganyar* 1, no. 1 (2012): 52–64.
- Muslimah. "Etika Komunikasi dalam Perspektif Islam." *Sosial Budaya* 13, no. 2 (Desember 2016): 115–125.
- Musyirifin, Zaen. "Implementasi Sifat-sifat Rasulullah dalam Konseling Behavioral," *Al-Irsyad Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, no. 2 (Juli-Desember, 2020), 155, <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/alirsyad/article/download/2088/1481>.
- Naja, Daeng. *Nazir Wakaf Kompeten dan Amanah*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2020.
- Nata, Abuddin, *Akhlaq Tasawuf*, Jakarta: Bulan Bintang, 1996.
- Ningrum, Dian Junita, Suryadi, and Dian Eka Chandra Wardhana, "Kajian Ujaran Kebencian di Media Sosial.", *Jurnal Ilmiah Korpus* 2, no. 3 (2018): 241–252.
- Nurhalimah, Encep Dulwahab, dan Acep Muslim, 'Pemahaman Wartawan Urban Media Network Bekasi Mengenai Clickbait Di Media Online', *Annaba: Jurnal Ilmu Jurnalistik* 9, no. 3 (2024): 311–330. <https://doi.org/10.15575/annaba.v9i3.37761>.
- Quraish, M. Shihab. *Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an* Volume 13 Jakarta: Lentera Hati, 2004.
- Rokayah, 'Penerapan Etika Dalam Kehidupan Sehari-Hari', *Jurnal Terampil* 2, no. 1 (2015): 15–33.
- Sa'dijah, Chalimatus. "Response Al-Qur'an dalam Menyikapi Berita Hoax Studi Analisis Tafsir Tematik," *Al-Fanar Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*, no. 2 (2019): 187, <https://ejurnal.iq.ac.id/index.php/alfanar/article/download/108/87/>.
- Samsudi, Dafrizal, dan Indah Mardini Putri, 'Etika Dan Strategi Komunikasi Dakwah Islam Berbasis Media Sosial Di Indonesia', *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 7, no. 2 (2023): 125–138. <https://doi.org/10.32332/ath-thariq.v7i2.7474>.
- Samsul Bahri, Isra Wahyuni, 'Ragam Metode Komunikasi Dalam Al-Qur'an Samsul', *Tafse: Journal Of Qur'anic Studies*, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh 6, no. 1 (2016): 75–89.

<https://doi.org/10.22373/tafse.v6i1.9202>.

Sifa, Layyinatuz. "Ghibah dalam Entertaimant Perspektif Hadis Aplikasi Teori Double Movement Fazlur Rahman," *Jurnal Ilmu-ilmu Ushuluddin*, no. 2 (Desember,2019):285,<http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1290859&val=8302&title=GHIBAH%20DALAM%20ENTERTAINMENT%20PERSPEKTIF%20HADIS%20APLIKASI%20TEORI%20DOUBLE%20MOVEMENT%20FAZLUR%20RAHMAN>.

Siswanto. *Etika Profesi Guru Pendidikan Agama Islam*. Surabaya: Pena Salsabila, 2013.

Solihin, Amir Mu'min, 'Etika Komunikasi Lisan Menurut Al-Qur'an: Kajian Tafsir Tematik', (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011), 110–115.

Warson, Ahmad Munawir. *Kamus Al-Munawir Arab-Indonesia* Surabaya: Pustaka, 1997.

Yanti, Ratni, dan Amaruddin Asra, "Konsep Namimah dan Pencegahannya dalam Perspektif Tafsir Sufistik," *Jurnal Syhadah*, no. 2 (Oktober 2017): 89-90, <http://ejournal.fiaiunisi.ac.id/index.php/syahadah/article/view/187/156>.

Zahroh. Fathimatuz. "Nilai Fathonah dalam Pengelolaan Bisnis di Pesantren Mukmin Mandiri," *Jurnal JESTT*, no. 9 (September 2015): 751, https://repository.unair.ac.id/113331/1/M%20Nafik%20Hadi%20R_Karil612_.pdf.