



## Literasi Media Sebagai Bentuk Etika Komunikasi Islam

Suci Ramadhani<sup>1</sup>, Irma Yusriani Simamora<sup>2</sup>

<sup>1234</sup>Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

\*email : [sramadhani387@gmail.com](mailto:sramadhani387@gmail.com)

---

### INFO ARTIKEL

#### Riwayat Artikel:

Diterima: 20-12-2022

Disetujui: 20-12-2022

---

#### Kata kunci:

Literasi Media;

Etika;

Komunikasi;

Islam

---

### ABSTRAK

**Abstract:** In communicating, of course, good communication skills and skills are needed which can create mutual understanding in communication. Communication messages will be conveyed properly if the delivery of messages is carried out with good communication ethics. Media is an effective means of communication used in the era of communication technology. This research uses descriptive qualitative research methods with data collection methods through literacy studies and then analysis is carried out with field conditions so that it can be concluded that good literacy skills in sorting and selecting media content are a form of communication ethics which are also related to Islamic communication ethics.

**Abstrak:** Dalam berkomunikasi tentunya dibutuhkan kecakapan dan kemampuan komunikasi yang baik yang dapat menciptakan saling pengertian dalam komunikasi. Pesan komunikasi akan tersampaikan dengan baik apabila penyampaian pesan dilakukan dengan etika komunikasi yang baik. Media merupakan sarana komunikasi yang efektif yang digunakan di era teknologi komunikasi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui studi literasi dan kemudian dilakukan analisis dengan kondisi lapangan sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa kemampuan literasi yang baik dalam memilah dan memilih konten media merupakan bentuk dari etika komunikasi yang juga berhubungan dengan etika komunikasi Islam.

---

### Pendahuluan

Teknologi merupakan alat yang membantu manusia dalam memudahkan segala aktifitas. Saat ini kita sedang berada di era teknologi yang sudah semakin canggih dan berkembang. Teknologi pada halnya dapat mempermudah dan mempercepat proses berlangsungnya komunikasi dan penyebaran informasi. Komunikasi yang merupakan proses interaksi antara sekelompok orang dalam bertukar pesan dan informasi merupakan hal yang tidak dapat kita hindari dalam kehidupan kita. Sebagai makhluk sosial yang membutuhkan orang lain di setiap aspek kehidupan kita, menjadikan interaksi dan komunikasi menjadi hal yang sangat penting. Komunikasi merupakan aktivitas manusia dalam proses interaksi antara seseorang atau lebih, konsep komunikasi bukan hanya tentang sesuatu yang berkaitan dengan masalah bagaimana cara yang efektif dalam berbicara tetapi juga tentang bagaimana etika dalam berbicara. Dalam islam, komunikasi dipandang harus memiliki etika demi terciptanya kefahaman dalam proses komunikasi. (Muslimah, 2016)

Media sebagai sarana utama dalam penyampaian komunikasi tentunya semakin memudahkan manusia dalam proses interaksi. Kecanggihan dalam proses komunikasi menggunakan media memberikan dampak positif bagi penggunanya. Salah satunya adalah komunikasi jarak jauh. Setiap orang lebih mudah mengakses berbagai informasi hanya menggunakan media. Namun disamping memberikan banyak dampak positif, media juga banyak memberikan dampak yang buruk dalam interaksi sosial di kalangan masyarakat. Kebebasan dalam bermedia membuat banyak orang mendapatkan dampak yang tidak baik. Kurangnya etika dan pengetahuan dalam menggunakan media mengakibatkan banyak orang mengkonsumsi informasi yang tidak benar juga banyak ujaran kebencian yang bedar. Istilah etika berasal dari kata latin ethica yang berakar

pada ethos, dan kata Jerman *ethics* yang digabung ke dalam bahasa Inggris menjadi etos yang berarti bertindak berdasarkan moralitas atau standar moral yang diterapkan untuk diikuti. Menurut kamus Bahasa Indonesia, etika adalah ilmu tentang baik dan buruk serta tentang hak dan kewajiban moral (akhlak). (Suhandang, 2013)

Dari sudut pandang Islam, komunikasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia, karena segala langkah kita selalu dibarengi dengan komunikasi. Komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi Islami, yaitu komunikasi dengan al-karima atau akhlak etis. Komunikasi yang berakhlak baik berarti komunikasi yang bersumber dari Al-Quran dan Hadits (Sunnah Nabi). Sebagian dari kita mungkin menganggap bahwa komunikasi adalah sesuatu yang biasa dan sederhana, sehingga seringkali kita lalai untuk memperhatikan seberapa baik kita harus berkomunikasi dengan orang lain, terutama keluarga, teman dan orang lain di sekitar kita. Tanpa disadari bahwa komunikasi yang kita lakukan telah membawa banyak manfaat, kebaikan dan manfaat bagi kehidupan kita, di sisi lain komunikasi tersebut juga menimbulkan banyak kerugian, konflik, kerugian bahkan bencana dalam kehidupan manusia. Hal ini terjadi karena masyarakat lupa mengatur dan mengikuti etika dalam berkomunikasi.

Seiring dengan perubahan masyarakat yang telah memasuki abad ke 21, dunia telah disuguhi perubahan industri media yang begitu pesat. Pertumbuhan pesat pada saat ini sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi, sehingga muncul berbagai macam bentuk media yang berkembang di seluruh lapisan masyarakat. Sedangkan media yang sangat berpengaruh yaitu media sosial seperti Facebook, Twitter, Line, dan lain sebagainya yang pada saat ini sangat marak di masyarakat khususnya remaja, baik dari kalangan remaja urban maupun rural dan tidak peduli dari kalangan ekonomi ke atas hingga ekonomi ke bawah. Hadirnya media menimbulkan berbagai dampak positif maupun negatif dan sikap konsumtif bagi masyarakat. Akan tetapi dalam realita dewasa ini, tidak sedikit remaja yang terjebak pada sifat eksek. Fenomena tersebut menjadi persoalan yang sangat menarik untuk dijadikan sebagai bahan penelitian. Untuk itu dibutuhkan kebijakan bagi para pengguna media untuk dapat memilah dan memilih berita yang layak untuk dikonsumsi sehingga tidak melanggar etika komunikasi di dalam Islam. Hal ini disebut dengan literasi media. Literasi media merupakan sebuah konsep baru di Indonesia akan tetapi kajian di negara-negara lain di dunia sudah banyak dilakukan (Livingstone, 2004).

Untuk menghadapi terpaan media massa, maka aktifitas literasi media menjadi suatu yang strategis untuk melindungi khalayak dari serbuan tayangan media massa. Di Indonesia, kegiatan literasi media lebih didorong oleh kekhawatiran bahwa media dapat menimbulkan dampak negatif. Anak dan remaja menjadi kelompok penerima manfaat dalam kegiatan literasi media karena kelompok usia ini dianggap sebagai kelompok yang paling rentan terhadap dampak media sehingga perlu dilindungi. Demi menjalankan etika komunikasi di dalam Islam, diperlukan literasi media guna memahami pengguna media untuk bijak memilah dan memilih berita yang baik dan yang benar serta penggunaan media yang tidak melanggar prinsip-prinsip etika komunikasi Islam. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti mengenai literasi media sebagai bentuk etika komunikasi Islam

## **Metode**

## **Hasil dan Pembahasan**

### **Pentingnya Literasi Media**

Literasi media mengacu pada bagaimana audiens dapat mengontrol media. Literasi media adalah kemampuan untuk menilai pentingnya setiap jenis pesan, mengaturnya sedemikian rupa sehingga bermanfaat, dan kemudian menciptakan pesan yang dapat disampaikan kepada orang lain. Potter menekankan bahwa literasi media dibangun dari lokasi pribadi, struktur pengetahuan, dan keterampilan. Lokasi pribadi adalah tujuan dan pengelolaan data kami. Ketika kita menyadari informasi yang kita butuhkan, kesadaran kita mempercepat proses pemilihan informasi dan sebaliknya. Struktur pengetahuan adalah sekumpulan informasi yang diatur dalam pikiran kita. Dalam literasi media, kita membutuhkan struktur pengetahuan yang kuat tentang efek media, konten media, industri media, dunia nyata, dan diri kita sendiri, sedangkan keterampilan adalah alat yang kita gunakan untuk meningkatkan pengalaman media kita. (Poerwaningtiyas, 2013). Gagasan Baran dan Davis tentang pentingnya media didasarkan pada keadaan khalayak yang saat ini aktif mencari informasi di media, namun hanya sedikit yang menyadari pengaruh media terhadap mereka sehingga tidak mampu memilah. Kesan atau pesan yang disampaikan padanya. Selain itu, konten media dapat mengarahkan khalayak baik secara eksplisit maupun implisit, dan

setiap khalayak memiliki beberapa tingkat pemrosesan kognitif, sehingga setiap khalayak berbeda dalam cara mereka menggunakan media dan apa yang mereka dapatkan dari media. (Tamburaka, 2013).

Pemahaman kompetensi media tidak hanya dimungkinkan melalui media itu sendiri atau melalui pemantauan media. Sampai saat ini pemerintah sudah mengontrol konten media, tapi kami tidak bisa melakukan itu sepenuhnya mengingat seberapa banyak aliran media ke publik, jadi publik harus bisa menjelaskan sendiri. Dalam memahami dan mendidik siaran tersebut, masyarakat harus cerdas menyaring pesan-pesan yang sampai kepada mereka, sehingga pemahaman terhadap isi media tidak hanya dicapai melalui pembacaan media, tetapi juga dapat diperoleh melalui pendidikan dari tingkat dasar hingga perguruan tinggi. tingkatan baik secara formal maupun informal. Literasi media dapat diberikan dalam pendidikan informal, seperti taman pendidikan B. Al-Quran untuk pengajian dan pertemuan taklim yang sering diadakan di pemukiman atau kelompok masyarakat atau pengajian lainnya. Dalam bidang pendidikan formal, literasi media dapat dijadikan mata pelajaran muatan lokal pada jenjang pendidikan dasar. Ini dapat digunakan sebagai mata pelajaran di sekolah menengah dan sebagai mata pelajaran tambahan di tingkat universitas. Penelitian ilmiah literasi media ini tidak hanya penelitian di bidang ilmu komunikasi, tetapi peran penting pendidikan perlu mempertimbangkan desain kurikulum dan teknik pembelajaran yang cocok untuk pengembangan literasi media. dimasukkan dalam kurikulum pendidikan dasar dan menengah. Peran organisasi masyarakat dan kelompok keagamaan juga sangat penting dalam hal ini dan berperan sangat penting dalam terwujudnya literasi media. Peran tokoh agama dari masing-masing agama diperlukan agar publik dapat memahami konten media. Dalam Islam diperlukan peran da'i dalam melakukan kegiatan dakwah bagi masyarakat agar masyarakat dapat memahami literasi media. Seorang Da'i, atau pemimpin agama, adalah salah satu pemimpin opini di masyarakat, memberi mereka kemampuan untuk mempengaruhi publik, menyebarkan informasi, dan kredibilitas untuk menyampaikan informasi. Hal ini memungkinkan para da'i dapat dijadikan sebagai ujung tombak untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat agar semakin cerdas dalam memaknai pesan-pesan yang ada di media.

### **Etika Komunikasi Islam Dalam Menggunakan Media**

Beberapa informasi yang tersebar dengan cepat bisa diakses dan dikonsumsi masyarakat. Namun hal tersebut akan menyulitkan untuk memfilter berita yang beredar, bahkan beberapa diantaranya terindikasi berita hoax, yang kebenarannya tidak dapat dipertanggungjawabkan oleh siapapun bahkan oleh penyebar hoax tersebut. Di dalam Al-Quran dijelaskan bahwa mereka yang menyebarkan berita bohong akan mendapatkan azab yang besar. Allah SWT berfirman;

إِنَّ الَّذِينَ جَاءُوا بِالْإِفْكِ عُصْبَةٌ مِّنْكُمْ لَا تَحْسَبُوهُ شَرًّا لَّكُم بَلْ هُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ لِكُلِّ امْرِئٍ مِّنْهُمْ مَا اكْتَسَبَ مِنَ الْإِثْمِ وَالَّذِي تَوَلَّى كِبْرَهُ مِنْهُمْ لَهُ عَذَابٌ عَظِيمٌ

“Sesungguhnya orang-orang yang membawa berita bohong itu adalah dari golongan kamu juga. Janganlah kamu kira bahwa berita bohong itu buruk bagi kamu bahkan ia adalah baik bagi kamu. Tiap-tiap seseorang dari mereka mendapat balasan dari dosa yang dikerjakannya. Dan siapa di antara mereka yang mengambil bagian yang terbesar dalam penyiaran berita bohong itu baginya azab yang besar.” (Q.S. an-Nur [24]: 11)

Sebagai masyarakat muslim dengan pedoman hidup utama yaitu Al Quran, kita harus cerdas dan bijak dalam menggunakan media sosial. Dalam Islam, etika komunikasi harus sesuai dengan hukum Syariah, yaitu. H. Penekanan pada unsur keislaman dan bahasa indikasi keislaman. Diharapkan komunikasi Islami mencakup seluruh ajaran Islam seperti akidah (iman), syariah (Islam) dan akhlak (ihsan) sehingga etika komunikasi berjalan dengan baik dan tidak menimbulkan permusuhan antar sesama. Etika komunikasi Islami di media sosial adalah tata cara membangun sikap komunikasi (moralitas) yang baik di media online (di mana pengguna dapat dengan mudah berinteraksi, berpartisipasi, berbagi, membentuk ikatan sosial secara virtual) sesuai dengan nilai-nilai Islam (Al-Quran dan Sunnah) . Etika komunikasi Islami di media sosial didasarkan pada petunjuk Al-Quran, yaitu:

#### **1). Komunikasi harus didasarkan pada kebenaran dan kesabaran.**

Dalam kegiatan komunikasi, Islam mengatakan bahwa komunikasi yang dilakukan harus memiliki tujuan dan niat (dakwah) yang baik untuk saling mengingatkan akan kebaikan dan saling menasehati dalam kebenaran agar kesejahteraan hidup selalu dapat terwujud. Sebagaimana Firman Allah SWT;

(3) وَالْعَصْرِ (1) إِنَّ الْإِنْسَانَ لَفِي خُسْرٍ (2) إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَتَوَّصُوا بِالْحَقِّ وَتَوَّصُوا بِالصَّبْرِ

“Demi masa. Sesungguhnya manusia itu benar-benar dalam kerugian, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal saleh dan nasehat menasehati supaya mentaati kebenaran dan nasehat menasehati supaya menetapi kesabaran.” (Q.S. al-Ashr [103]: 1-3).

## 2). Menyaring saat menerima informasi (Tabayyun)

Komunikasi, tentu saja, melibatkan penerimaan dan pengiriman informasi. Seiring dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, sangat mudah untuk mencari atau mendapatkan informasi melalui internet di media sosial tanpa terhalang jarak dan waktu. Oleh karena itu perlu dilakukan penyaringan penerimaan informasi yang beredar sebelum disampaikan kepada orang lain, agar terhindar dari hal-hal yang merugikan diri sendiri dan orang lain. Dalam hal ini Al-Quran memberikan perintah kepada Tabayyun (sadar, perhatian dan hati-hati) untuk menerima informasi. Allah SWT berfirman;

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.” (Q.S. al-Hujurat [49]: 6).

Makna ayat ini menunjukkan bahwa Tuhan menciptakan manusia berbeda-beda untuk saling mengenal. Kita harus membangun etika yang baik dalam komunikasi media sosial, menghormati perbedaan ini dan selalu berhati-hati dalam memilih kata dan bahasa agar orang lain mendapat manfaat. Di hadapan Allah SWT semua manusia adalah sama, yang membedakan hanyalah kesalahan mereka. Oleh karena itu, kita manusia harus selalu bersaing satu sama lain untuk meningkatkan keimanan dan ketakwaan kita.

## 3). Berkomunikasi dengan cara yang baik dan dengan bahasa yang secara implisit menyampaikan nilai-nilai kebaikan.

Dalam berkomunikasi, kita harus bijak menggunakan tata krama dan bahasa yang baik dengan cara yang menyiratkan nilai-nilai kebaikan. Allah SWT Berfirman :

دُعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.” (an-Nahl [16]: 125).

Ayat di atas memerintahkan agar komunikasi dilakukan dengan arif (bijaksana), dan komunikasi adalah nasihat yang baik dan santun. Ketika kita berkomunikasi dengan orang yang keras, kita harus berkomunikasi seperti percakapan, tetapi dengan bahasa yang sopan, lembut dan menyentuh hati orang yang berkomunikasi.

## 4). Hindari prasangka dan cari kesalahan orang lain

Dalam etika komunikasi kami selalu terbuka, namun kita juga tetap waspada, kita tidak mudah terpancing emosi dan kita dilarang mencari-cari kesalahan dan menyinggung orang lain saat berkomunikasi di jejaring sosial. Allah SWT Berfirman :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بَعْضُكُم بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ

“Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan purba-sangka (kecurigaan), karena sebagian dari purba-sangka itu dosa. Dan janganlah mencari-cari keburukan orang dan janganlah menggunjingkan satu sama lain. Adakah seorang diantara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima Taubat lagi Maha Penyayang.” (Q.S. al-Hujurat [49]: 12)

## 5). Jadikan Media Sosial Alat Untuk Amar Ma'ruf Nahi Munkar

Sebagai muslim kita diperintahkan untuk menyebarkan pesan kebaikan (ma'ruf) dan mencegah segala bentuk kemungkar. Kebebasan berpendapat merupakan hak setiap insan, namun sering kali disalahgunakan untuk membuat fitnah, opini palsu, dan menebar kebencian yang sering diutarakan melalui media sosial. Semoga dengan menerapkan Etika Komunikasi Islami di Media Sosial berdasarkan petunjuk di Al-Quran tersebut akan tercipta suasana komunikasi yang nyaman di antara sesama pengguna media sosial, dapat mencegah tersebarnya informasi hoax yang semakin banyak beredar di media sosial, dan dapat menjaga toleransi serta solidaritas sesama manusia. (Nazaruddin, 2021)

## Simpulan

Literasi media adalah kemampuan untuk menilai pentingnya setiap jenis pesan, mengaturnya sedemikian rupa sehingga bermanfaat, dan kemudian menciptakan pesan yang dapat disampaikan kepada orang lain. Ketika kita menyadari informasi yang kita butuhkan, kesadaran kita mempercepat proses pemilihan informasi dan sebaliknya. Struktur pengetahuan adalah sekumpulan informasi yang diatur dalam pikiran kita. Dalam literasi media, kita membutuhkan struktur pengetahuan yang kuat tentang efek media, konten media, industri media, dunia nyata, dan diri kita sendiri, sedangkan keterampilan adalah alat yang kita gunakan untuk meningkatkan pengalaman media kita. Gagasan Baran dan Davis tentang pentingnya media didasarkan pada keadaan khalayak yang saat ini aktif mencari informasi di media, namun hanya sedikit yang menyadari pengaruh media terhadap mereka sehingga tidak mampu memilah. Sampai saat ini pemerintah sudah mengontrol konten media, tapi kami tidak bisa melakukan itu sepenuhnya mengingat seberapa banyak aliran media ke publik, jadi publik harus bisa menjelaskan sendiri. Dalam memahami dan mendidik siaran tersebut, masyarakat harus cerdas menyaring pesan-pesan yang sampai kepada mereka, sehingga pemahaman terhadap isi media tidak hanya dicapai melalui pembacaan media, tetapi juga dapat diperoleh melalui pendidikan dari tingkat dasar hingga perguruan tinggi. Literasi media dapat diberikan dalam pendidikan informal, seperti taman pendidikan Al-Quran untuk pengajian dan pertemuan taklim yang sering diadakan di pemukiman atau kelompok masyarakat atau pengajian lainnya. Penelitian ilmiah literasi media ini tidak hanya penelitian di bidang ilmu komunikasi, tetapi peran penting pendidikan perlu mempertimbangkan desain kurikulum dan teknik pembelajaran yang cocok untuk pengembangan literasi media. Hal ini memungkinkan para da'i dapat dijadikan sebagai ujung tombak untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat agar semakin cerdas dalam memaknai pesan-pesan yang ada di media.

## Daftar Rujukan

- Suhandang, Kustadi. 2013. *Ilmu Dakwah Perspektif Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Livingstone, S. 2004. *What is Media Literacy?*. Intermedia.
- Muslimah. 2016. *Etika Komunikasi Dalam Perspektif Islam*. Jurnal Sosial Budaya. Vol. 13, No. 2, Desember
- Nazaruddin Muhammad, Alfiansyah. 2021. *Etika Komunikasi Islami Di Media Sosial Dalam Perspektif Alquran Dan Pengaruhnya Terhadap Keutuhan Negara*. Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam. Vol 4, No 1
- Poerwaningtias, Intania, dkk. 2013. *Model-Model Gerakan Literasi Media dan Pemantauan Media di Indonesia*. PKBP Yogyakarta.
- Tamburaka, Apriadi. 2013. *Literasi Media, Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Rajawali Pers.