



KOMUNIKASI NABAWI SEBAGAI ASAS PANDUAN INTERAKSI MEDIA SOSIAL

(Prophetic Communication as a Model for Social Media Interaction)

Syed Mohammad Hilmi Syed Abdul Rahman¹, Muhammad Hazim Mohd Azhar², Che Zarrina Sa'ari³,
Mohd Anuar Ramli⁴, Azah Anir Norman⁵, Mohd Anuar Mamat⁶

^{1,2,3,4} Academy of Islamic Studies, Universiti Malaya, ⁵Faculty of Computer Science & Information Technology, Universiti
Malaya, ⁶Faculty of Quranic and Sunnah, Universiti Sains Islam Malaysia

Abstract

Social media interactions are more widespread in the digital world than conventional social interactions that take place physically and are limited to small groups of people. Although various social media applications have made people's lives easier, on the other hand, they also cause users to engage in interactions that are free to violate boundaries, resulting in negative phenomena and harming other users. Religion should play an important role in digital social interactions on social media, just as it does in conventional social interactions. Prophet Muhammad SAW is the best example for social media interaction. This paper examines the problem of social media misconduct and presents a general guide to digital interaction, especially in the use of social media, with reference to several hadiths with the theme of Prophetic communication as the main reference. This research involves qualitative data through literature review by examining research documents and reports related to social media. Thematic analysis or mawḍū'ī is done by collecting some selected hadith that have the theme of communication. The general guide for social media interaction that was developed is not only focused on worldly factors and implications, but also has a spiritual dimension by referring to Prophetic communication and following religious recommendations that emphasize the concept of Hablu min al-Nas. It is hoped that this guide can be used for social media interactions that indirectly create a safe social networking environment.

Kata Kunci: Hadis Tematik, Interaksi Sosial, Komunikasi Nabawi, Media Sosial

Article Progress

Received: 29 August 2023
Revised: 6 September 2023
Accepted: 14 October 2023

*Corresponding Author:

Syed Mohammad Hilmi
Syed Abdul Rahman.
Academy of Islamic Studies,
Universiti Malaya.

Email:
smhilmi@um.edu.my

PENDAHULUAN

Dalam Islam, al-Quran dan al-Sunnah merupakan sumber utama bagi kehidupan manusia. Nabi Muhammad SAW memiliki kedudukan yang istimewa sebagai panduan dan contoh teladan bagi umat manusia. Tugas baginda dalam menyampaikan pesanan dan ajaran Islam juga berperanan penting dalam menampilkan contoh seorang insan kamil bagi manusia lainnya. Firman Allah dalam Surah al-Ahzab, ayat 21 menegaskan bahawa Rasulullah SAW adalah contoh teladan yang baik untuk menjamin kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat. Segala perbuatan, ucapan, dan sikap Baginda merupakan ciri karakter dan keperibadian Islam yang harus dijadikan teladan oleh umat manusia bersesuaian dengan kehendak 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)

Nabi Muhammad SAW juga merupakan rahmat bagi seluruh alam semesta dan umat manusia secara khusus. Manusia seharusnya mengambil contoh sifat dan perilaku mulia yang dimiliki oleh Baginda. Selain ayat yang disebutkan di atas, terdapat beberapa ayat dalam al-Quran yang mengakui 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 yang diriwayatkan oleh Aishah menyatakan bahawa akhlak Rasulullah SAW diertikan sebagai akhlak al-Quran. Ini mengandungi makna bahawa Allah SWT tidak hanya menurunkan al-Quran kepada Nabi Muhammad SAW, tetapi juga mendidik dan membentuk baginda sesuai dengan akhlak yang terkandung dalam al-Quran. Praktik dan ajaran yang terdapat dalam al-Quran dapat dijadikan contoh melalui hadis dan sirah Nabi Muhammad SAW.

Ajaran dan akhlak Nabi Muhammad SAW memiliki keabadian dan kerelevanan sepanjang masa termasuklah alam era moden kini yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi sehingga berlakunya gelombang digitalisasi. Manusia mula menumpu kehidupan dan saling berinteraksi dalam dunia digital. Maka manusia juga memerlukan panduan akhlak Nabi Muhammad SAW dalam dunia digital seperti mana keperluan manusia dalam kehidupan fizikal sebelum ini. Oleh kerana itu, panduan interaksi sosial yang diajarkan oleh Nabi SAW perlu diterapkan dalam penggunaan media sosial di dunia digital.

METODOLOGI KAJIAN

Kajian ini secara umum menggunakan data kualitatif melalui metode kepustakaan sebagai pendekatan utama. Pengumpulan data melalui dokumentasi dilakukan dengan meneliti kajian dan dokumen berkaitan media sosial bertujuan memperoleh data maklumat penggunaan dan salah laku dalam media sosial. Dokumen adalah kumpulan informasi tentang peristiwa yang telah terjadi di masa lalu. Kebiasaannya berupa gambar, tulisan, atau karya tertentu (Sugiyono, 2011). Manakala analisis tematik atau mawdū‘ī dilakukan bertujuan mengumpul dan meneliti himpunan hadis terpilih bertemakan komunikasi seterusnya dianalisis untuk mengeksplorasi perbahasan yang terkandung di dalamnya agar dapat diaplikasikan dalam pembangunan panduan interaksi media sosial. Metode ini sangat efektif untuk menganalisis tema dan corak dalam pelbagai sumber rujukan dengan tujuan memperluas ruang penyelidikan dalam bidang pengetahuan yang spesifik (Ahmad Irfan, Ishak Suliaman, 2015).

DAPATAN KAJIAN

Masalah Salah Laku Media Sosial

Kepesatan perkembangan dunia digital dalam tamadun manusia kini jelas terasa terutamanya teknologi digital Maklumat dan Komunikasi (ICT) yang digunakan secara meluas (Mokmin Basri, 2004). Kemajuan teknologi digital yang didorong oleh kemudahan Internet telah membolehkan manusia untuk melakukan pelbagai urusan dengan cepat dan efisien seperti perkongsian maklumat, pendidikan dan jual beli. Dalam bidang pendidikan misalnya, kemajuan teknologi digital ini mengubah kaedah dan pendekatan pembelajaran pihak Akademi Pengajian Islam Kontemporari (ACIS) supaya sesuai dengan perkembangan semasa serta menarik minat pelajar untuk terus mendalami ilmu Islam (Norafifah et al., 2020).

Sehingga awal tahun 2023 sahaja, didapati penggunaan Internet melibatkan sehingga 5.16 bilion manusia iaitu bersamaan 64.4% daripada keseluruhan populasi manusia berjumlah 8.01 bilion dengan kenaikan 3.0% berbanding tahun 2022 (Simon Kemp, 2023). Peruntukan keseluruhan penggunaan jam untuk melayari Internet adalah paling tinggi yang pernah direkodkan iaitu 12.5 trilion jam (Simon Kemp, 2022).

Penggunaan Internet yang paling popular dalam kalangan pengguna adalah melalui penggunaan aplikasi dan pelbagai aktiviti dalam media sosial. Di Malaysia sahaja, pengguna media sosial

direkodkan berjumlah 26.8 juta yang bersamaan 78.5% daripada 34.13 juta keseluruhan penduduk (Simon Kemp, 2023). Data ini menyokong bahawa kini manusia menjadikan media sosial sebagai ruangan diri maya dalam kalangan masyarakat maya. Dalam konteks Islam, media sosial dianggap sebagai alat yang dapat memberikan manfaat sebagai platform untuk menyampaikan informasi dan pemahaman mengenai Islam kepada masyarakat umum serta sebagai medium yang efektif untuk menyampaikan dakwah Islam (Johari, Baharuddin & Ihwani, 2019).

Meskipun jumlah penggunaan media sosial yang tinggi mencerminkan kemajuan dan keterbukaan terhadap teknologi, dalam masa yang sama turut membuka ruang bagi sebahagian orang untuk menggunakan media sosial dengan tujuan yang negatif. Tambahan lagi kurangnya pemahaman dan kesalahan dalam menerapkan etika penggunaan media sosial oleh sebahagian pengguna yang turut menyumbang kepada implikasi negatif seperti buli siber, pengantunan siber, jenayah siber dan penyebaran maklumat palsu. Lebih serius lagi, tindakan provokasi yang mengganggu sentimen kaum dan agama serta mencabar prinsip dan kedaulatan negara sehingga menimbulkan kekusaran dalam kalangan masyarakat.

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 lucah mencatatkan angka tertinggi iaitu sebanyak 22 pertuduhan, 9 pertuduhan kandungan jelik serta 3 pertuduhan kandungan palsu (MCMC, 2022). Persatuan Kesihatan Mental Malaysia (MMHA) melaporkan bahawa mereka menerima sekitar 500 panggilan setiap bulan melalui layanan bantuan yang berkaitan dengan aduan dan intervensi berkait dengan kes buli siber (Farah, 2022). Terdapat 25,000 kertas siasatan yang berkaitan dengan kes jenayah komersial yang melibatkan kerugian sebanyak RM6.2 bilion. Dari jumlah tersebut, 65% merupakan kes penipuan yang menggunakan Internet sebagai platform untuk mencari mangsa (Mohd Zakaria, 2020). Antara kes popular melibatkan jenayah siber adalah *love scam*. Dalam kes ini, wanita yang mencari pasangan antara yang paling mudah ditipu, terutamanya apabila penipu memenuhi persona impian mereka (Farah & Hamizah, 2022). Kajian Azianura dan Mohammad Rahim (2022) mendapati bahawa dalam tempoh 12 bulan, terdapat sekitar 2220 unit perkataan lucah yang dihasilkan oleh 120 remaja melalui hantaran yang dimuat naik di laman sosial *Facebook*.

Terdapat banyak lagi salah laku interaksi dalam media sosial lain yang telah dilaporkan dan 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, sebagaimana 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)

Berkait dengan topik perbincangan semasa, punca ‘tangan manusia’ dapat dikaitkan dengan penggunaan teknologi terkini yang menjadi alat bagi tindakan manusia. Kerosakan yang timbul daripada tangan manusia yang tidak bertanggungjawab terhadap persekitarannya bermula daripada kekurangan nilai-nilai akhlak dalam diri manusia. (Hassan Mydin, Muhamad Shukri, & Abdul Razak, 2020).

Dalam perkataan yang berbeza, masalah salah laku media sosial berlaku adalah kerana faktor pengguna gagal memahami dan mengabaikan literasi media sosial. Literasi media sosial merujuk kepada kemampuan individu untuk mengakses, memahami, menilai, dan mencipta komunikasi dalam semua bentuk yang berkaitan dengan media sosial (Ismail, 2021). Secara lebih spesifik, salah satu faktor pengabaian terhadap etika penggunaan media sosial adalah kurangnya kepatuhan terhadap Netiquette. Netiquette merujuk kepada aturan dan norma-norma perilaku yang perlu diikuti oleh pengguna media sosial dalam interaksi mereka. (Alma, Kernek & Lozada, 2010; Soler-Costa, et al., 2021; Strawbridge, 2006). Konsep kebebasan bersuara yang disalah faham juga turut menyumbang kepada masalah ini apabila sebahagian pengguna yang memberi pandangan dan berkongsi maklumat secara keterlaluan tanpa membuat pengesahan kebenaran serta memikirkan implikasinya (Rahman et al., 2022).

Netiquette atau panduan etika komunikasi media sosial berkepentingan dalam memandu pengguna untuk menggunakan media sosial dengan cara yang benar. Namun etika komunikasi media sosial harus diperkaya dengan nilai-nilai dan ajaran agama. Nabi Muhammad SAW merupakan contoh yang harus diikuti dalam perilaku dalam segala hal termasuk ketika menggunakan media sosial. Penting untuk diingat bahawa agama memiliki prinsip dan ajaran yang mencakup berbagai aspek kehidupan termasuk perilaku di media sosial. Oleh kerana itu, dengan menjadikan Nabi Muhammad SAW sebagai contoh, seseorang diharapkan untuk mengikuti nilai-nilai dan pedoman dalam ajaran agama saat berinteraksi di dunia digital. Penerapan ajaran Nabi dalam interaksi media sosial menunjukkan bahawa dalam berkomunikasi di media sosial, seseorang seharusnya tidak hanya memperhatikan panduan etika yang umum, tetapi juga mempertimbangkan nilai-nilai agama dalam tindakan dan perilakunya. Menggunakan media sosial dengan memperhatikan ajaran agama dapat membantu seseorang untuk berkomunikasi dengan lebih santun dan menghindari perilaku yang tidak layak di samping mempromosikan kebaikan interaksi maya.

Komunikasi Nabawi Dalam Interaksi Sosial Digital

Komunikasi mengandungi banyak makna. Buku *Human Communication Theory* menyatakan terdapat lebih kurang 126 definisi mengenai maksud komunikasi daripada pelbagai perspektif (Dance, 1967). Ringkasnya, perkataan ‘komunikasi’ merupakan alih bahasa daripada bahasa Inggeris iaitu (*communication*) yang berasal daripada bahasa Latin iaitu (*communicatio*) yang membawa maksud ‘berkongsi atau menyampaikan’. Akar perkataan *communis* pula mempunyai hubungan dengan istilah Jerman seperti *Gemeinschaft* yang bermaksud ‘komuniti’ dan *Meinung* yang bermaksud ‘pendapat’ (Peters, 2008). Ini dapat difahami komunikasi berlaku dalam bentuk sosial atau komuniti. Boleh juga dikaitkan komunikasi merupakan landasan berkongsi dan menerima pendapat. Salah satu maknanya juga adalah sama (*mutual*). Makna ‘sama’ tersebut dapat difahami wujudnya kesamaan selama komunikasi berlangsung antara pihak yang berkomunikasi (Cartono, 2018).

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 dapat dimaknai sebagai satu konsep hubungan melibatkan antara dua individu atau lebih yang berada dalam kondisi aktif. Ini dengan maksud, dalam komunikasi, setiap individu menyumbang secara aktif dalam mengirim dan menerima pesanan (Isma‘il, 2003). Istilah *Ittisal* menekankan pada makna ketersambungan pesanan. Ini dengan maksud pesanan yang dikirim bersambungan dan bersampaikan antara pihak yang terlibat dengan komunikasi (Cartono, 2018).

Maka dapat dirumuskan bahawa komunikasi merupakan proses pertukaran informasi oleh sekurang-kurangnya dua pihak sehingga informasi yang disampaikan dapat difahami. Adapun yang dimaksudkan dengan komunikasi Islam adalah komunikasi yang beralaskan akhlak karimah atau komunikasi yang bersumber kepada al-Quran dan hadis (Tomi Hendra, 2020). Secara 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 حَتَّىٰ 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).

Tuntasnya, Islam menekankan hubungan seseorang individu bukan sahaja memadai dengan Tuhan semata-mata, tetapi juga dengan individu lain demi menjalani kehidupan beragama (Mohd Nazmi, 2021) Secara falsafahnya, konsep komunikasi yang baik adalah menjaga hubungan sesama manusia (*habl min-al-nas*) dengan berteraskan hubungan dengan Allah (*habl min-Allah*).

Dalam dunia digital tanpa sempadan khususnya media sosial yang menghubungkan semua pengguna tanpa mengira agama, bangsa, negara, jantina dan pelbagai kepelbagaian lain memerlukan kepada budi bahasa, budi pekerti dan budi bicara yang baik. Dalam sepotong hadis ada dinyatakan gandingan ketakwaan dengan perlakuan berbuat baik kepada manusia lainnya. Sabda Nabi SAW:

اتَّقِ اللَّهَ حَيْثُمَا كُنْتَ، وَأَتَّبِعِ السَّبِيَّةَ الْحَسَنَةَ تَمَّحُّهَا 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 sebagai makhluk sosial memiliki hubungan yang erat dengan komunikasi sama ada melibatkan komunikasi verbal atau non-verbal. Percakapan atau pembicaraan dianggap sebagai salah satu medium komunikasi yang paling dominan dan mudah bagi manusia. Dalam konteks ini, satu 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 menunjukkan pentingnya memilih perkataan dengan bijak dalam komunikasi. Jika tidak mampu menyampaikan sesuatu yang baik, maka disarankan untuk lebih baik diam dan tidak berbicara. Hal ini mencakupi usaha menghindari ucapan yang kasar, menghina, atau menyakiti orang lain. 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.

Meskipun dalam hadis tersebut digunakan kalimah *Qul* (قُلْ) yang membawa makna perlakuan 'cakap', reaksi dalam media sosial sama ada berbentuk video, audio, gambar, penulisan atau sebagainya juga dapat dikaitkan dengan orientasi kalimah *Qul* (قُلْ) tersebut kerana wujudnya perkongsian makna komunikasi yang ada. Maka apabila seseorang ingin menulis, berkongsi atau memberikan sebarang reaksi di media sosial, dia perlu berfikir terlebih dahulu. Jika seseorang yakin bahawa reaksi yang dilakukan akan membawa manfaat, maka disarankan untuk melakukannya. Namun, sebaliknya, jika

reaksi tersebut jelas akan membawa kesan negatif, keraguan, atau bahaya, maka lebih baik diam dan tidak melakukan reaksi apa pun di media sosial.

Keragaman jenis media sosial yang ada telah menciptakan keragaman bentuk reaksi dalamnya sama ada dalam bentuk tulisan, video, audio, perkongsian, *hashtag*, dan sebagainya. Dalam konteks komunikasi Nabawi, semua reaksi tersebut memerlukan kepada penggunaan perkataan yang baik. Komunikasi Nabawi menekankan pentingnya menggunakan kata-kata yang baik, santun, dan menghormati dalam setiap bentuk komunikasi mencakupi respons yang diberikan dalam media sosial. Prinsip komunikasi Nabawi menuntut penggunaan kata-kata yang mengandung nilai-nilai kebaikan, kasih sayang, toleransi, penghargaan terhadap orang lain serta mempromosikan kebaikan tanpa memandang jenis media atau bentuk reaksi yang digunakan. Perkara ini dalam masa yang sama menghindari kata-kata yang merendahkan, memprovokasi konflik, atau menyebarkan kebencian. Perkataan yang baik bukan sahaja dapat mengelakkan dari meletus api kemarahan dan kebencian, bahkan juga dapat menjauhkan diri daripada api neraka. Sabda Nabi SAW:

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

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

Selain reaksi media sosial yang bersifat asli atau mandiri dari diri sendiri, sering kali berlaku reaksi media sosial yang bersifat sekunder seperti perkongsian (*share*) atau penulisan berbentuk ulasan terhadap sesuatu maklumat yang sampai. Dalam hal ini, pentingnya kewaspadaan dan kebijaksanaan dalam berkongsi dan menyebarkan maklumat di media sosial. Dalam komunikasi Nabawi, penting untuk menjadi orang yang bertanggungjawab dalam menyampaikan maklumat dan menjauhkan diri dari tindakan menyebarkan maklumat yang tidak benar atau tidak pasti. Salah satu sifat pendusta adalah bermudah-mudah dan cepat dalam menyampaikan apa yang diperolehinya. 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).

Menyebarkan maklumat yang tidak benar atau tidak pasti dapat menciptakan kebingungan, ketidakpercayaan bahkan membuka ruang membahayakan orang lain. Oleh kerana itu, dalam komunikasi Nabawi, ditekankan pentingnya memeriksa kebenaran maklumat sebelum berkongsi dan menghindari penyebaran berita palsu. 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 maklumat 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* yang memiliki potensi untuk membentuk disiplin pengguna media sosial melalui sikap bijaksana dan bertanggung jawab yang melahirkan tindakan mengenal pasti dan mencari pemahaman yang lebih baik sebelum mengambil kesimpulan atau bereaksi terhadap maklumat yang ditemukan di media sosial. Tindakan ini juga secara tidak langsung dapat mengurangi ruang kemaksiatan kerana kurangnya percakapan atau perlakuan interaksi media sosial yang boleh membawa kepada terjadinya kesalahan atau kesilapan dalam pentafsiran maklumat. Nabi SAW mengingatkan bahawa percakapan yang berlebihan dapat menjadi penyebab tergelincirnya seseorang ke dalam dosa kerana membuka peluang adanya kesalahan. Sabda Nabi SAW:

إِنَّ اللَّهَ كَرِهَ لَكُمْ ثَلَاثًا: قِيلَ وَقَالَ، وَإِضَاعَةَ 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).

Dalam beberapa konteks, selain menjadi asbab tergelincir ke dalam dosa, percakapan yang banyak juga dapat dikategorikan sebagai perkara yang tercela. Terlalu banyak berbicara tanpa memperhatikan kualiti dan manfaat dari percakapan tersebut dapat menjadi sumber masalah dan dapat membawa kesan negatif. Sabda Nabi SAW:

إِنَّ أْبَعْضَكُمْ إِلَيَّ وَأَبْعَدَكُمْ مِنِّي مَجْلِسًا يَوْمَ الْقِيَامَةِ: الثَّرَثَاوُونَ وَالْمُتَشَدِّقُونَ وَالْمُتَفَيْهُونَ». قَالَوا: يَا رَسُولَ اللَّهِ! قَدْ عَلِمْنَا الثَّرَثَاوُونَ وَالْمُتَشَدِّقُونَ، فَمَا الْمُتَفَيْهُونَ؟ 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).

Percakapan yang banyak tanpa hikmah atau tujuan yang jelas dapat mengarah pada pemborosan masa, penggunaan tenaga yang tidak efisien, dan mengalihkan perhatian dari hal-hal yang lebih penting. Selain itu, percakapan yang banyak tanpa pemikiran yang matang atau pertimbangan yang baik juga dapat menyebabkan terjadinya konflik, salah pengertian, atau bahkan menyebarkan fitnah dan berita palsu.

Dalam Islam, menjaga kerahsiaan dan menjauhi pengungkapan aib orang lain merupakan nilai yang dijunjung tinggi. Dalam komunikasi media sosial, terkadang berlaku situasi di mana interaksi privasi antara dua pihak atau dalam kelompok tertutup. Dalam konteks ini, penjagaan kerahsiaan adalah sangat penting. Tindakan melanggar privasi mengungkapkan rahsia dan aib seseorang dapat dianggap sebagai tindakan khianat yang tidak dibenarkan apatah lagi yang menyebabkan kerugian, reputasi, harta benda dan kehormatan. Dalam hal ini Nabi SAW menggesa untuk menjaga kerahsiaan dalam sabda Baginda:

إِذَا حَدَّثَ الرَّجُلُ بِالْحَدِيثِ ثُمَّ التَّفَتَ؛ 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 perbincangan itu merupakan satu amanah (yang tidak boleh dihebahkan kepada orang lain). (Abu Daud, 2000).

Namun penjagaan privasi dan kerahsiaan perlu dipertimbang semula jika terdapat elemen ugutan dan ancaman yang memerlukan pembongkaran rahsia atau aib tersebut kepada pihak bertanggungjawab. Dalam beberapa kes hukum tertentu, ada situasi di mana pengadilan atau pihak berwenang dapat meminta atau mengharuskan seseorang untuk mendedahkan bukti atau informasi yang sebelumnya dianggap kerahsiaan. Dalam konteks hukum, prinsip kerahsiaan dapat dikecualikan dalam beberapa keadaan yang diatur oleh undang-undang. Misalnya, dalam sistem perundangan terdapat konsep yang dikenal sebagai "privilege" yang melindungi kerahsiaan tertentu seperti rahsia antara pasangan suami isteri (*spousal privilege*). Namun, terdapat pengecualian ketika kerahsiaan tersebut dapat diabaikan atau dilonggarkan jika ada kepentingan yang lebih besar seperti untuk menyelidik kejahatan serius atau untuk kepentingan keadilan.

Apa yang penting, pengguna media sosial dari awal lagi perlu bijak membezakan antara ruang publik dan ruang privasi. Pemahaman ini membantu dalam mengelola interaksi dan komunikasi secara efektif di platform media sosial. Ruang publik dalam konteks media sosial sering digunakan sebagai tempat untuk berdiskusi, bertukar pandangan, dan berkongsi maklumat secara terbuka dengan orang lain.

Dalam ruang publik ini, penting untuk menjaga sikap yang sopan, menghormati pendapat orang lain, dan berkomunikasi secara konstruktif. Namun, perselisihan atau konflik juga boleh terjadi di ruang publik sehingga dapat mencetuskan pertengkaran dan mengganggu keharmonian.

Salah satu prinsip komunikasi yang diajarkan dalam panduan komunikasi Nabawi adalah meninggalkan pertengkaran, meskipun individu merasa yakin akan kebenaran mereka. Nabi Muhammad SAW menekankan pentingnya menjaga kedamaian, menyelamatkan hubungan, dan menghindari konflik yang tidak perlu. Dalam konteks media sosial, hal ini bermaksud menghindari dari membesar-besarkan perselisihan, mengambil bahagian dalam polemik yang tidak berujung, atau sengaja memprovokasi konflik seterusnya berkomunikasi dengan bijaksana, memelihara hubungan yang baik dan menciptakan lingkungan yang lebih positif dalam dunia maya. Sabda Nabi SAW:

أَنَا زَعِيمٌ بِبَيْتٍ فِي رَيْضِ الْجَنَّةِ لِمَنْ تَرَكَ الْمِرَاءَ وَإِنْ كَانَ مُحِقًّا 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).

Dalam panduan komunikasi Nabawi, penting juga untuk menghindari penggunaan perkataan yang bersifat kejian, celaan, laknat, kasar, menyakiti atau merendahkan orang lain yang bukan sahaja melanggar prinsip etika dan moral Islam bahkan juga merosak hubungan sosial, menciptakan konflik, dan memburukkan atmosfera komunikasi. Nabi Muhammad SAW mengajarkan umatnya untuk berkomunikasi dengan santun, hormat, sopan, kasih sayang dan baik. Sabda Nabi SAW:

لَيْسَ الْمُؤْمِنُ بِالطَّعَّانِ وَلَا اللَّعَّانِ وَلَا الْفَاحِشِ وَلَا الْبَدِيءِ

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

Selain itu, terdapat juga larangan yang sangat keras terhadap perlakuan *Namimah* iaitu mengadu domba dengan menceritakan perkataan seseorang kepada pihak 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 تَمَّامٌ

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

Begitu juga dalam Islam, terdapat larangan yang tegas terhadap penipuan atau pendustaan dalam komunikasi. Menipu adalah tindakan yang bertentangan dengan prinsip-prinsip kejujuran, keadilan, dan kebenaran yang diajarkan dalam agama Islam. Penipuan dalam media sosial yang melibatkan jenayah siber seperti penipuan pelaburan dan *love scammer* telah menyebabkan kerugian yang besar. Dalam tempoh empat tahun sejak 2018 hingga 2020, terdapat 81,079 kes penipuan siber rakyat Malaysia yang dilaporkan dengan jumlah kerugian berjumlah RM1.52 bilion (Hanis, 2022). Penipuan siber sering dimulai dengan metode *phishing* yang merupakan bentuk penipuan yang bertujuan untuk mencuri maklumat peribadi seperti nombor kad kredit, nombor atau kata kunci. (MCMC, 2022). Tindakan penipuan mengandungi elemen kezaliman dan pengkhianatan dianggap sebagai perilaku yang sangat tercela dan disandarkan dengan kemunafikan. Sabda Nabi SAW:

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

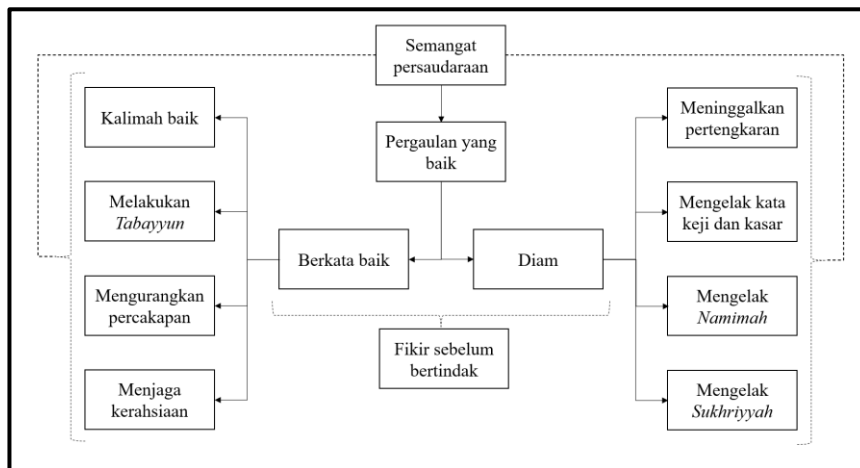
Tanda orang munafik ada tiga; Jika berbicara ia berbohong, jika berjanji ia ingkari, dan jika diberi amanah ia khianat. (al-Bukhari, 2000; Muslim, 2000).

Penipuan di ruangan media sosial juga terkadang dibuat bertujuan membuat orang ketawa. Fenomena ini disebut sebagai *internet trolling* iaitu suatu kelakuan dalam talian yang dengan sengaja membuat gangguan dan menciptakan keresahan bertujuan membuat orang lain merasa tidak nyaman atau kesal. (March, 2019). Tindakan ini sering kali ditujukan untuk tujuan hiburan atau kesenangan peribadi tanpa mempertimbangkan dampak yang ditimbulkannya pada korban. Gejala ini menurut Islam diistilahkan sebagai *al-Sukhriyyah* yang boleh berlaku dalam beberapa keadaan seperti pemalsuan maklumat, perosakan reputasi, penghinaan peribadi dan penyebaran maklumat. (Meerangani et al., 2022). Gejala ini merupakan satu perkara yang bercanggah dengan komunikasi Nabawi. Sabda Nabi SAW:

وَيْلٌ لِلَّذِي يُحَدِّثُ فَيَكْذِبُ لِيُضْحِكَ بِهِ الْقَوْمَ، وَيَيْلٌ لَهُ، وَيَيْلٌ 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 memiliki nilai penting dalam membentuk prinsip dan panduan interaksi di dunia digital khususnya bagi pengguna media sosial. Himpunan hadis ini dikumpul, digabung, digarap dan diadun menjadi satu model panduan yang dapat digunakan dalam berinteraksi di media sosial. Model ini berpotensi menjadi pedoman yang bermanfaat dalam memandu perilaku pengguna media sosial agar sesuai dengan ajaran Islam. Model tersebut dapat dilihat pada **Rajah 1** di bawah.



Rajah 1: Model Komunikasi Nabawi Dalam Interaksi 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 perilaku negatif atau salah laku digital khususnya dalam interaksi media sosial tersebar luas dalam berbagai bentuk. Etika penggunaan media sosial perlu diterapkan elemen kerohanian melalui prinsip-prinsip akhlak komunikasi Nabawi yang dapat menjadi panduan bagi setiap pengguna media sosial. Dengan menerapkan prinsip-prinsip yang terkandung dalam model yang menjadi panduan interaksi digital berbasis hadis Nabawi ini, diharap dapat menciptakan lingkungan yang positif dalam kalangan pengguna media sosial, memperkuat hubungan sosial dan menyebarkan maklumat yang bermanfaat bagi diri sendiri dan orang lain di samping menghindari perilaku yang merugikan seperti menyebarkan informasi palsu, berdebat dengan cara yang kasar, atau menjatuhkan orang lain secara tidak adil. Model ini dapat menjadi panduan bagi membantu untuk berkomunikasi dengan baik, saling menghormati, dan menyebarkan kebaikan di 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 syariah Allah SWT.

PENGHARGAAN

Kertas kerja ini adalah sebahagian daripada hasil penyelidikan geran yang ditaja Kementerian Pengajian Tinggi di bawah geran projek FRGS/1/2020/SSI0/UM/02/15 Model Kesolehan Digital Dalam Interaksi Sosial Kalangan Pengguna di Era IR 4.0.

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.
- Ahmad Irfan, Ikmal Hisham & Ishak Suliaman. (2015). Penyelewengan Fakta Mengenai Femonena Falak; Keperluan Penyelidikan Tematik Ḥadīth Berkaitan Objek Selestial di Dalam AlKutub Al-Sittah. In: Seminar Antarbangsa Sunnah Nabawiah (MUSNAD III), 27-28 Oktober 2015, Universiti Malaya Kuala Lumpur: 1-32.
- 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.
- Azianura Hani Shaari & Mohammad Rahim Kamaluddin. (2022). “Buli Siber: Ketidaksantunan Bahasa dan Etika Media Sosial Dalam Kalangan Remaja Malaysia.” *Journal of Sciences And Humanities* 16, no.6: 1-16.
- Dance, Frank. (1967). *Human Communication Theory*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Farah Safura Muhammad & Hamizah Muhammad. (2022). Cybercrime Through Love Scams: What Women Should Know?” *Journal of Contemporary Islamic Studies* 8, no. 2: 41-54.
- Farah Shazwani Ali. (2022). “500 Panggilan Kes Buli Siber Diterima Setiap Bulan: MMHA.” Laman *Sinar Harian* bertarikh 8 Januari 2022. Pautan: <https://www.sinarharian.com.my/article/181984/BERITA/Nasional/500-panggilan-kes-buli-siber-diterima-setiap-bulan-MMHA>. Diakses pada 15 Mac 2022.
- 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.
- 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-etikapenggunaan-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.
- Mohd Nazmi Mohd Khalli, Suraya Sintang, Khadijah Mohd Khambali @ Hambali, Syamsul Azizul Marinsah & Nur Farhanah Abdul Rahman. (2021). “Models of Religious Solidarity among Various Beliefs in Sabah, Malaysia.” *Journal of Contemporary Islamic Studies* 7, no. 2: 17-40.
- Mohd Zakaria Ahmad. (2020). “Jenayah Komersial Babitkan Kerugian RM6.2 bilion.” Laman *Berita Harian* bertarikh 30 Januari 2020. Pautan: <https://www.bharian.com.my/berita/kes/2020/01/651211/jenayah-komersial-babitkan-kerugian-rm62-bilion>. Diakses pada 6 Mac 2020.
- 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.
- Norafifah Ab Hamid, Mohd Faizal P Rameli, Nor Azlina Abd Wahab, Norajila Che Man, Siti Nurul Izza Hashim. (2020). “Pelaksanaan Pendidikan Islam Era Revolusi Industri 4.0 di Akademi Pengajian Islam Kontemporari (ACIS) UiTM Melaka.” *Journal of Contemporary Islamic Studies* 6, no. 1: 171-193.
- 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. (2023). Digital 2023: Malaysia. *DataReportal - Global Digital Insights* bertarikh 13 Februari 2023. Pautan: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-malaysia>. Diakses pada 8 Jun 2023.
- 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.
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Afabeta.
- 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.