



PERBANDINGAN MADZHAB SYAFI'I DAN MADZHAB HANAFI TENTANG ETIKA BERMEDIA SOSIAL (SOCIAL MEDIA) DALAM DAKWAH KONTEMPORER

Milanda Laila Sahara¹, Nafisah Hidayah², Zumrotul Faridah³, Nuril Azzam Saeful Fikri⁴, Siyono⁵

Universitas Islam Negeri Salatiga^{1,2,3,4,5}

millasahara004@gmail.com¹, nafisah3112@gmail.com², zumrotulfad@gmail.com³, fikripudaksarimulyo@gmail.com⁴,
siyono347@gmail.com⁵

Abstract

This study examines the ethical principles of social media use in contemporary Islamic da'wah from the perspectives of the Shafi'i and Hanafi schools of thought. Using a qualitative library research approach, data were collected from classical fiqh texts, contemporary studies on digital da'wah, and scholarly discussions on Islamic communication ethics. The findings show that both schools share core ethical foundations such as the prohibition of ghibah, the obligation of verification (tabayyun), the preservation of personal honor ('ird), and the use of courteous and truthful speech in public communication. However, methodological differences influence their views on digital behavior. The Shafi'i school tends to be textual and cautious, emphasizing strict adherence to scriptural evidence and moral responsibility in disseminating online information. In contrast, the Hanafi school adopts a more flexible approach through ra'y, istihsan, and considerations of public interest (maslahah), allowing contextual adaptation in certain digital interactions. This study concludes that ethical guidelines derived from both schools remain highly relevant for contemporary da'wah, providing a framework for creating responsible, accurate, and socially sensitive religious content on social media. These principles are essential in maintaining the integrity of Islamic messages and preventing misinformation, conflict, and misuse of religion in the digital era.

Keywords: *Social Media Ethics, Shafi'i School, Hanafi School, Digital Da'wah*

Abstrak

Penelitian ini mengkaji prinsip-prinsip etika bermedia sosial dalam dakwah kontemporer berdasarkan pandangan Mazhab Syafi'i dan Mazhab Hanafi. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis library research melalui analisis berbagai literatur fiqh klasik, kajian dakwah digital, serta etika komunikasi Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua mazhab memiliki titik temu pada prinsip-prinsip etika dasar seperti larangan ghibah, kewajiban tabayyun, menjaga kehormatan ('ird), serta penggunaan ucapan yang santun dan benar dalam komunikasi publik. Namun, perbedaan metodologi memengaruhi penilaian keduanya terhadap perilaku digital. Mazhab Syafi'i lebih tekstual dan berhati-hati, menekankan kepatuhan ketat pada nash serta tanggung jawab moral dalam penyebaran informasi di media sosial. Sebaliknya, Mazhab Hanafi lebih fleksibel melalui ra'y, istihsan, dan pertimbangan maslahah, sehingga memungkinkan penyesuaian konteks dalam situasi tertentu di ruang digital. Penelitian ini menyimpulkan bahwa panduan etika dari kedua mazhab sangat relevan dalam dakwah modern, karena mampu membentuk praktik pengiriman pesan agama yang bertanggung jawab, akurat, dan sensitif terhadap kondisi sosial. Prinsip-prinsip tersebut penting untuk menjaga integritas pesan Islam serta mencegah penyebaran informasi keliru, konflik, dan penyalahgunaan agama di era digital.

Kata Kunci: *Etika Media Sosial, Mazhab Syafi'i, Mazhab Hanafi, Dakwah Digital*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar, dalam metode dakwah Islam modern. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga berfungsi sebagai ruang publik baru yang memungkinkan penyebaran pesan keagamaan secara cepat, luas, dan interaktif. Perubahan ini membuka kesempatan besar bagi dakwah Islam untuk menjangkau masyarakat dari berbagai usia, latar belakang sosial, dan lokasi geografis. Sebaliknya, penggunaan

media sosial dalam dakwah menimbulkan beberapa masalah moral. Ini termasuk menyebarkan informasi keagamaan yang salah, ujaran kebencian, provokasi, dan penyalahgunaan ayat dan hadis untuk tujuan tertentu.¹

Etika komunikasi adalah bagian penting dari iman Islam. Literatur fikih klasik telah lama membahas prinsip-prinsip seperti kejujuran, kehati-hatian (*tabayyun*), menjaga kehormatan (*'ird*), dan larangan ghibah dan fitnah. Untuk menjaga agar dakwah tidak berdampak negatif pada masyarakat, prinsip-prinsip ini menjadi landasan penting dalam menyampaikan pesan dakwah. Oleh karena itu, penggunaan media sosial untuk dakwah harus tetap berada dalam batas-batas etika Islam yang mengutamakan kesejahteraan umat.²

Dalam menangani masalah sosial, dua mazhab fikih besar dalam Islam, Mazhab Syafi'i dan Mazhab Hanafi memiliki pendekatan metodologis yang berbeda. Mazhab Syafi'i cenderung menekankan kehati-hatian dan keterikatan kuat pada nash, sementara Mazhab Hanafi memberikan lebih banyak perhatian pada ra'yu, istihsān, dan pertimbangan kemaslahatan. Perbedaan metode ini berdampak pada cara masing-masing mazhab melihat etika media sosial, terutama dalam dakwah digital, yang dipengaruhi oleh perubahan budaya dan teknologi populer.³

Berdasarkan latar belakang ini, penelitian ini bertujuan untuk memeriksa perspektif Mazhab Syafi'i dan Mazhab Hanafi tentang etika bermedia sosial dalam dakwah modern. Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan kontribusi teoretis untuk pengembangan fikih dakwah digital. Selain itu, akan memberikan pedoman praktis bagi dai dan pembuat konten dakwah agar mereka dapat menyampaikan pesan Islam secara moral, bertanggung jawab, dan relevan dengan perkembangan zaman.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang merupakan jenis penelitian kepustakaan (*library research*). Dipilihnya pendekatan kualitatif karena tujuan penelitian ini adalah untuk memahami konsep, makna, dan argumen fikih tentang etika bermedia sosial daripada mengukur fenomena secara statistik. Sumber data penelitian terdiri dari sumber primer dan sekunder. Sumber primer terdiri dari literatur fikih dari Mazhab Syafi'i dan Hanafi, terutama dalam hal etika komunikasi, dakwah, dan penjagaan kehormatan. Sumber sekunder terdiri dari artikel jurnal ilmiah nasional dari lima tahun terakhir yang membahas dakwah digital, etika bermedia sosial dalam Islam, dan studi fikih kontemporer.⁴

Pengumpulan data menggunakan studi dokumentasi, yang berarti menelaah, membaca secara kritis, dan mencatat informasi yang relevan dari berbagai sumber pustaka. Peneliti berfungsi sebagai alat utama untuk menginterpretasikan data sesuai dengan karakteristik penelitian kualitatif. Analisis isi, atau analisis isi, digunakan dalam analisis data untuk menemukan tema-tema utama etika bermedia sosial dalam masing-masing mazhab. Selanjutnya, analisis komparatif dilakukan untuk mengidentifikasi persamaan dan perbedaan pandangan antara Mazhab Syafi'i dan Mazhab Hanafi. Untuk memastikan konsistensi dan keabsahan hasil penelitian, triangulasi sumber perbandingan berbagai referensi yang berkaitan dengan subjek penelitian serupa digunakan untuk memastikan keabsahan data.

¹ Dafrizal Samsudin and Indah Mardini Putri, "Etika Dan Strategi Komunikasi Dakwah Islam Berbasis Media Sosial Di Indonesia," *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 7, no. 2 (2023): 126–35, <https://doi.org/10.32332/ath-thariq.v7i2.7474>.

² Muhammad Nuh Siregar, Tutia Rahmi, and Maulana Hasan Hasibuan, "Etika Dalam Penggunaan Media Sosial (Social Media Networking) Melalui Tinjauan Hadis," *Relinesia: Jurnal Kajian Agama Dan Multikulturalisme Indonesia* 3, no. 4 (2024): 171–79.

³ Asman, "Comparative Analysis of the Istibath Methods of the Shafi'i and Hanafi Schools Regarding the Role of the Wali Mujbir in Marriage Law," *Al-Ahkam Jurnal Ilmu Syari'ah Dan Hukum* 9, no. 1 (2024): 29–46, <https://doi.org/10.22515/alahkam.v9i1.9447>.

⁴ Rozanatush Shodiqoh, "Digital Ethics : Social Media Ethics in a Contemporary Islamic Perspective," *Solo International Collaboration and Publication of Social Sciences and Humanities* 2, no. 3 (2024): 215–26, <https://doi.org/10.61455/sicopus.v2i03.153>.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian dan Konsep Etika Bermedia Sosial dalam Perspektif Dakwah Kontemporer

Etika menggunakan media sosial dalam dakwah pada era kontemporer dapat dipahami sebagai seperangkat nilai moral, aturan bersikap, serta prinsip komunikasi Islam yang berfungsi mengarahkan seorang Muslim ketika menyampaikan pesan dakwah melalui platform digital. Etika ini menjadi krusial karena media sosial merupakan ruang publik virtual yang bersifat terbuka, cepat, interaktif, dan rawan menimbulkan salah paham apabila tidak diiringi dengan komunikasi yang baik dan bertanggung jawab. Dalam konteks dakwah, etika menjadi pedoman agar pesan yang disampaikan tidak hanya informatif tetapi juga mencerminkan akhlak Islami seperti kejujuran, kesantunan, kehati-hatian (*tabayyun*), serta tidak memprovokasi pertentangan. Sebuah studi menjelaskan bahwa etika dalam menggunakan media sosial adalah seperangkat aturan moral yang membimbing pengguna agar tidak menimbulkan kerugian, baik bagi diri sendiri maupun bagi masyarakat luas.⁵

Dakwah di zaman sekarang telah berubah banyak dengan adanya media sosial yang menjadi tempat baru untuk menyebar pesan-pesan agama. Perubahan ini memerlukan adanya aturan etika yang jelas ketika menggunakan media digital, karena media sosial berbeda dibandingkan tempat dakwah biasa seperti masjid, kelas agama, atau pertemuan langsung. Menurut penelitian dalam *Jurnal Ilmu Dakwah*, penggunaan media digital dalam dakwah dibagi menjadi tiga bagian etika: etika waktu, yaitu menyampaikan pesan di saat yang tepat; etika usia, yaitu menyesuaikan materi dengan tingkat pemahaman audiens; serta etika isi, yaitu menghindari konten yang bisa memicu kebencian, intoleransi, atau melanggar nilai-nilai SARA. Prinsip ini menunjukkan bahwa dakwah digital bukan hanya soal menyebar konten, namun juga mengelola nilai-nilai moral, kepekaan terhadap masyarakat, dan tanggung jawab sosial seorang pengkhotbah. Kerangka ini menjadi dasar bahwa etika dalam media sosial harus lebih dari sekadar komunikasi biasa dan menjadi pedoman moral untuk menjaga kehormatan dakwah itu sendiri.⁶

Dalam pandangan komunikasi Islam, etika penggunaan media sosial dibangun berdasarkan prinsip-prinsip baik, seperti kejujuran, kesopanan, kebijaksanaan dalam menyampaikan pesan, dan kehati-hatian saat memilih kata-kata. Penelitian dalam artikel *Jurnal Ilmu Komunikasi*, menjelaskan bahwa media sosial sering kali membuat informasi tersebar dengan cepat tanpa memeriksa kebenarannya terlebih dahulu. Oleh karena itu, prinsip untuk meneliti kembali informasi sangat penting dalam dakwah melalui media digital. Penelitian itu juga menunjukkan bahwa cara menggunakan media sosial secara Islami harus bebas dari ujaran kebencian, fitnah, dan konten yang menyinggung kelompok tertentu, sebab itu bisa menimbulkan konflik di masyarakat. Maka dari itu, dakwah melalui media sosial tidak hanya tentang seberapa baik seorang berkomunikasi, tetapi juga berkaitan dengan integritas, kekuatan spiritual, dan tanggung jawab moral untuk menjaga kehormatan agama dan masyarakat yang dijadikan sasaran dakwah.⁷

Media sosial sebagai tempat umum yang terbuka dan bebas menghadapi banyak tantangan besar dalam penyebaran dakwah. Kebebasan untuk berbicara, cepatnya penyebaran info, dan kurangnya penyaringan konten membuat dakwah mudah terpengaruhi oleh berita yang salah atau cara berkomunikasi yang tidak etis. Penelitian menurut Samsudin dan Putri dalam *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, menunjukkan bahwa masalah seperti digital noise, kabar palsu, dan perpecahan sosial adalah ancaman utama untuk dakwah di internet. Oleh karena itu, dakwah digital perlu menggunakan prinsip-prinsip yang diajarkan dalam Al-Qur'an seperti qaulan ma'rufan (ucapan baik), qaulan layyin (lambat), qaulan sadidan (benar), dan qaulan kariman (mulia). Prinsip-prinsip ini penting tidak hanya untuk orang yang menyampaikan dakwah, tetapi juga untuk pendengar yang ikut berinteraksi lewat kolom komentar dan diskusi online.⁸ Dengan begitu, etika dalam bermedia

⁵ Naily Syifa Salsabila, Alysa Putri Zaida, and Latifah, "Pentingnya Moralitas Dan Etika Dalam Bermedia Sosial," *JIS: Journal Islamic Studies* 3, no. 3 (2025): 410–15, <https://doi.org/10.71456/jis.v3i3.1543>.

⁶ Tata Sukayat, "Da'wah Communication in the Contemporary Era: Implementing Da'wah Ethics on Social Media," *Jurnal Ilmu Dakwah* 43, no. 2 (2023): 155–76, <https://doi.org/10.2158/jid.43.2.18465>.

⁷ Suci Suliyanti, Tahir, and Fuad Fansuri, "Islamic Communication Ethics In Social Media Information Services," *Raushan Fikr: Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 13, no. 1 (2024): 178–89, <https://doi.org/10.24090/jimrf.v13i1.11018>.

⁸ Samsudin and Putri, "Etika Dan Strategi Komunikasi Dakwah Islam Berbasis Media Sosial Di Indonesia."

sosial menjadi dasar untuk menjaga agar dakwah dapat berjalan dengan baik, mencegah konflik, dan mengurangi penyalahgunaan ajaran Islam untuk kepentingan kampanye atau pribadi.

Dalam penyebaran ajaran agama saat ini, etika menggunakan media sosial harus dianggap sebagai aspek penting dalam menciptakan dakwah yang seimbang, terbuka, dan selaras dengan nilai-nilai kasih sayang kepada semua makhluk. Penelitian Lakum et al., menunjukkan bahwa etika dalam dakwah di dunia digital tidak hanya mengatur bagaimana pesan agama disampaikan, tetapi juga memastikan bahwa dakwah tidak jatuh ke dalam kebencian, perpecahan, atau mencari perhatian untuk ketenaran. Dalam hal ini, etika bertindak sebagai batasan moral untuk menjaga agar dakwah di media sosial tetap fokus pada pengembangan masyarakat, bukan hanya pada konten yang viral. Etika dakwah di dunia digital juga menekankan pentingnya tanggung jawab moral dari seseorang yang menyampaikan pesan untuk memeriksa informasi, menyampaikan kebenaran dengan cara yang objektif, serta menghargai berbagai pandangan yang muncul dalam percakapan online. Dengan kata lain, etika dalam menggunakan media sosial menjadi alat yang menjamin bahwa dakwah digital dapat membantu memperkuat pemahaman agama, meningkatkan pengetahuan keagamaan, dan memelihara keharmonisan dalam masyarakat di zaman modern.⁹

Pandangan Mazhab Syafi'i Mengenai Etika Bermedia Sosial Dalam Dakwah Kontemporer

Menurut Mazhab Syafi'i, menjaga kehormatan (*hifz al-'ird*), menjaga kebenaran ucapan, dan menghindari menyebarkan informasi yang tidak jelas kebenarannya adalah sangat penting. Di media sosial, nilai-nilai tersebut sangat penting karena informasi tersebar dengan cepat dan tersedia untuk semua orang. Fenomena media sosial yang memungkinkan penyebaran informasi secara viral menjadikan praktik mengumbar keburukan orang lain sebagai tindakan yang secara moral serupa dengan ghibah, yang dalam Islam dilarang karena merusak kehormatan dan harga diri individu.¹⁰

Media sosial telah mengubah cara ilmu agama diajarkan dari yang bergantung pada sanad, otoritas ulama, dan pembelajaran langsung menjadi ruang terbuka di mana setiap orang dapat menyuarakan pendapatnya. Perubahan ini berdampak pada cara orang memahami fikih, termasuk fikih Syafi'i, karena banyak materi agama diunggah tanpa dasar ilmiah. Karena Mazhab Syafi'i menekankan kehati-hatian dalam berfatwa dan kedalaman metodologi, fenomena ini menjadi tantangan bagi mereka. Oleh karena itu, para dai Syafi'i diharuskan tidak hanya menyampaikan materi dakwah, tetapi juga memastikan bahwa mereka akurat, dapat diandalkan, dan bersikap ilmiah saat membuat konten digital. Agar dakwah tidak menimbulkan kesalahpahaman atau konflik di ruang digital, etika verifikasi (*tabayyun*), klarifikasi informasi, dan penghindaran perdebatan tidak produktif sangat penting.¹¹

Penerapan etika bermedia sosial dalam dakwah modern memerlukan pendekatan yang sesuai dengan tuntunan syariat dan kaidah fikih Syafi'i. Mereka menekankan bahwa penyampaian dakwah digital harus memperhatikan kejelasan pesan, kelembutan ucapan, dan penghindaran ujaran kebencian agar tidak menimbulkan efek negatif. Hasil ini sejalan dengan kaidah Syafi'i dar'u al-mafāsīd muqaddam 'alā jalb al-maṣāliḥ, yang menekankan betapa pentingnya menghindari bahaya sebelum mengejar keuntungan.¹² Menurut penelitian Zulaecha tentang praktik dakwah di media sosial, dai juga harus memastikan bahwa kontennya tepat, pesannya jujur, dan materinya sesuai dengan kebutuhan audiens.¹³

⁹ Lakum et al., "Etika Komunikasi Islam Dalam Dakwah Media Sosial Tantangan Dan Solusi Di Tengah Arus Modernitas," *Journal Pusat Studi Pendidikan Rakyat* 5, no. 2 (2025): 52–59, <https://doi.org/10.51178/jpspr.v5i2.2470>.

¹⁰ Adzrah Dwi Sunarty Abas and Nasrulloh, "Relevansi Hadis Tentang Ghibah Terhadap Fenomena Ujaran Kebencian Di Media Sosial : Analisis Tematik Dan Etika Digital Muslim," *Ar Rosyad: Jurnal Keislaman Dan Sosial Humaniora* 4, no. 1 (2025): 83–101.

¹¹ Qurrota A'yun and Nurul Istiani, "Epistemologi Fikih Di Media Sosial (Konstruksi Epistemologis Fatwa Majelis Ulama Indonesia Tentang Bermuamalah)," *Risalah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam* 7, no. 2 (2021): 279–94.

¹² Samsudin and Putri, "Etika Dan Strategi Komunikasi Dakwah Islam Berbasis Media Sosial Di Indonesia."

¹³ Nikita Nur Zulaecha et al., "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Dakwah Digital Dalam Penyiaraan Agama Kalangan Kaum Milenial Di Instagram (Ustadz Hanan Attaki)," *Attractive : Innovative Education Journal* 5, no. 2 (2023): 535–47.

Pandangan Mazhab Hanafi Mengenai Etika Bermedia Sosial Dalam Dakwah Kontemporer

Dalam dakwah Islam, media sosial memberikan kesempatan besar bagi para dai untuk menyampaikan ajaran Islam secara lebih cepat dan luas. Pesan yang sebelumnya hanya dapat disampaikan di ruang-ruang fisik kini mampu menjangkau ribuan bahkan jutaan pengguna dalam waktu singkat. Ini merupakan kemajuan penting dalam strategi dakwah modern. Sejalan dengan perubahan zaman, para ulama fiqh terus mengembangkan gagasan-gagasan baru agar hukum Islam dapat menyesuaikan diri dengan dinamika masyarakat. Berbagai isu kontemporer seperti perkembangan teknologi, ekonomi global, dan hak asasi manusia yang tidak dikenal pada era klasik menjadi perhatian utama dalam fiqh modern. Fiqh kontemporer berupaya merespons berbagai persoalan baru yang muncul dalam kehidupan modern, termasuk pemanfaatan media sosial. Terdapat berbagai platform media sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana dakwah. Beberapa di antaranya ialah YouTube, Twitter, TikTok, Facebook, Instagram, dan Podcast, yang memiliki karakteristik berbasis video maupun foto serta berbagai fitur pendukung. Di Instagram, misalnya, dakwah dapat disampaikan melalui video, siaran langsung (*live*), story, atau unggahan gambar. Untuk kebutuhan interaksi dan tanya jawab, tersedia pula fitur pesan atau kolom komentar. Hal yang sama berlaku di Facebook, yang menyediakan layanan video langsung dan ruang percakapan melalui komentar maupun pesan pribadi. Pemanfaatan media sosial ini tentu harus dilakukan secara bijak, mengingat penggunaan platform digital telah diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE).¹⁴

Para ulama dan pemikir Muslim telah berusaha merumuskan fatwa serta pedoman agar penggunaan media sosial tetap sesuai dengan etika dan nilai-nilai Islam.¹⁵ Diantara etika dalam media sosial yaitu bijak dalam bermedia sosial, menyampaikan informasi yang benar, meneliti fakta, menghindari namimah atau mengadu domba, dan menghindari merendahkan.¹⁶ Mazhab Hanafi dikenal mengutamakan penggunaan qiyās (analogi) dan ijtihad berbasis penalaran. Karena itu, ketika menghadapi persoalan-persoalan baru seperti praktik dakwah di media sosial, mereka lebih mudah menerapkan kaidah-kaidah fikih untuk merumuskan solusi yang bersifat fleksibel dan kontekstual. Prinsip – prinsip Al-Maslahah merupakan salah satu prinsip fundamental dalam hukum Islam yang menekankan pada tercapainya kebaikan bersama (*public good*) dan tercegahnya kerusakan (*harm*). Dalam tradisi hukum Islam, al-maslahah sering dijadikan dasar pertimbangan dalam menetapkan kebijakan publik yang bertujuan untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Prinsip ini memiliki relevansi kuat dengan konsep kesejahteraan umum (*public welfare*) dalam teori pemerintahan modern.¹⁷ Mazhab Hanafi memandang bahwa menerima bayaran dalam kegiatan dakwah tidak dibolehkan secara mutlak, baik diberikan melalui kesepakatan sebelumnya maupun tanpa perjanjian. Dakwah pada era modern perlu memperhatikan karakteristik mad'u serta kondisi sosial yang melingkupinya.¹⁸ Pilihan bahasa dan media harus disesuaikan dengan kemampuan memahami audiens, sehingga pesan yang disampaikan bisa diterima dengan baik dan tidak menimbulkan penolakan.¹⁹

¹⁴ Khoirul Jazilah and M Shollahudin Nur, "Fiqh Dakwah Di Era Disrupsi Digital Berbasis Moderasi Beragama," *Al-Ma'quro' : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 02, no. 02 (2021): 103–20.

¹⁵ Irdlon Sahil, "Fiqh Kontemporer Dalam Pengaturan Etika Media Sosial Bagi Umat Muslim," *Journal of Economic and Islamic Research* 3, no. 1 (2024): 379–90.

¹⁶ Abdullah and Dwi Iin Kahina, "Etika Komunikasi Islam Dalam Media Sosial," *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 1, no. 2 (2022): 1–15.

¹⁷ Ahmad Suhaimi and Nurul Syalafiyah, "Implementasi Prinsip Al-Maslahah Dalam Pelayanan Publik Berbasis Digital Di Nganjuk: Perspektif Fiqh Siyasah," *Islamic Law: Jurnal Siyasah* 10, no. 2 (2025): 215–32, <https://doi.org/10.53429/iljs.v10i2.1831>.

¹⁸ Juan Muliawan Fatrin and Lukman Nul Hakim, "Etika Al- Qur ' an Dalam Dakwah Di Era Disrupsi," *Pubmedia Social Sciences and Humanities* 1, no. 3 (2024): 1–10, <https://doi.org/10.47134/pssh.v1i3.157>.

¹⁹ Adhi Kusuma, Nida'an Khofia, and Muhammad Nur Abdurrahman, "Etika Komunikasi Dalam Dakwah Modern," *Didaktik : Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang* 10, no. 2 (2025): 245–51.

Perbedaan Pandangan Mazhab Syafi'i dan Mazhab Hanafi Dalam Memandang Etika Bermedia Sosial

Metodologi istinbāt hukum yang digunakan oleh Mazhab Syafi'i dan Mazhab Hanafi berbeda. Studi komparatif menunjukkan bahwa Mazhab Syafi'i menggunakan pendekatan yang lebih tekstual, menekankan pada keterikatan pada nash dan konsistensi qiyās yang ketat. Sebaliknya, Mazhab Hanafi memberikan ruang yang lebih besar untuk pertimbangan rasional (ra'y), istihsān, dan penilaian maslahat modern. Perbedaan metodologi ini berdampak pada cara kedua mazhab melihat perilaku media sosial; konteks digital dianggap sebagai nawāzil, atau kasus baru, sehingga perbedaan metode penalaran menentukan perbedaan penilaian etis.²⁰

Sebenarnya, kedua mazhab memiliki titik temu yang kuat dalam hal prinsip dasar etika bermedia sosial karena keduanya berlandaskan nilai moral Islam, seperti larangan ghibah, kewajiban *tabayyun*, menjaga kehormatan, dan pentingnya *qaulan ma'rūfā* dan *qaulan layyinān* dalam komunikasi. Menurut penelitian kontemporer tentang etika dakwah digital, standar ini berfungsi sebagai pedoman utama bagi para da'i dan pengguna media sosial untuk menghindari fitnah, ujaran kebencian, dan penyebaran informasi yang tidak valid. Selain itu, penelitian etika digital yang berbasis nilai keagamaan menunjukkan bahwa nilai-nilai moral, kontrol diri, dan kehati-hatian dalam berbagi konten penting dalam praktik media sosial. Prinsip fundamental ini berlaku untuk semua mazhab.²¹

Ketika prinsip-prinsip tersebut ditafsirkan dalam konteks etika digital yang kompleks, perbedaan muncul. Karena kekakuannya dalam menggunakan nas sebagai rujukan utama, mazhab Syafi'i cenderung menetapkan batas yang lebih ketat terhadap tindakan yang dapat membuka aib atau merugikan reputasi seseorang di media sosial. Namun, melalui pendekatan istihsān dan pertimbangan maslahat, Mazhab Hanafi mengizinkan toleransi atau pengecualian dalam situasi tertentu. Dalam hal ini, misalnya, ketika pengungkapan informasi dianggap membawa kemaslahatan publik atau mencegah bahaya yang lebih besar. Ini sejalan dengan penelitian nilai-nilai etika digital yang menekankan konteks, keuntungan sosial, dan efek komunikasi di dunia digital. Oleh karena itu, meskipun kedua mazhab memiliki prinsip etika yang sama, metode hukum yang mereka gunakan berbeda, sehingga cara mereka menangani masalah seperti paparan, teguran *cyber*, atau peringatan publik di media sosial dapat berbeda.²²

Implikasi Etika Bermedia Sosial dalam Dakwah Kontemporer

Pandangan tentang etika dari Mazhab Syafi'i dan Mazhab Hanafi sangat berpengaruh pada cara berdakwah di dunia digital. Dengan munculnya media sosial sebagai tempat utama untuk menyebarkan dakwah, yang bukan hanya alat untuk menyampaikan informasi tetapi juga sebagai tempat untuk berinteraksi dengan banyak orang secara cepat dan terbuka, maka tanggung jawab moral bagi para pendakwah dan pengguna internet jadi sangat penting. Dari sudut pandang fikih dan komunikasi Islam, etika dalam berdakwah secara digital harus mengikuti aturan-aturan syar'i dan nilai-nilai moral agar dakwah tidak menimbulkan keburukan. Penelitian menurut Shodiqoh, menunjukkan bahwa etika dalam komunikasi Islam bisa menjadi pedoman untuk mengurangi konten yang provokatif, berita palsu, ujaran kebencian, dan penyalahgunaan agama di media sosial.²³

1. Verifikasi Informasi dan Kehati-hatian (*Tabayyun*) Sebagai Pilar Utama

Dalam pandangan Mazhab Syafi'i, prinsip kehati-hatian dan kewajiban untuk mencari kejelasan sangat penting saat menyampaikan pesan di platform digital. Karena media sosial bisa menyebarkan informasi dengan cepat dan menjangkau banyak orang, maka risiko informasi yang salah atau pengubahan pesan menjadi tinggi. Oleh karena itu, proses memeriksa sumber dan

²⁰ Asman, "Comparative Analysis of the Istimbath Methods of the Shafi'i and Hanafi Schools Regarding the Role of the Wali Mujbir in Marriage Law."

²¹ Aulia Z. M. Tasha, "Ethics Of Using Social Media Based On Religious Values For Students As An Effort To Give Birth To Digital Piety," *Panangkaran: Jurnal Penelitian Agama Dan Masyarakat* 9, no. 1 (2025): 90–103, <https://doi.org/10.14421/panangkaran.v9i1.3721> hlm.

²² Susri Adeni and Machyudin Agung Harahap, "Islamic Values and Digital Media Ethics in Santri-Family Communication in the Digital Era," *INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)* 10, no. 1 (2025): 681–94, <https://doi.org/10.18326/inject.v10i1.4536>.

²³ Shodiqoh, "Digital Ethics : Social Media Ethics in a Contemporary Islamic Perspective."

kebenaran informasi harus menjadi bagian penting dari kegiatan dakwah digital. Pendekatan seperti ini sesuai dengan prinsip bahwa etika komunikasi dalam Islam mengharuskan kejujuran, tanggung jawab, kesopanan, dan kebijaksanaan dalam menyampaikan dakwah secara online.²⁴ Oleh karena itu, setiap da'i, pembuat konten dakwah, atau penulis komentari harus selalu teliti memeriksa kembali teks, konteks, dan reputasi sumber sebelum menyebarkan informasi. Ini untuk mencegah penyebaran berita bohong, fitnah, atau kesalahan ajaran yang bisa merusak kepercayaan masyarakat terhadap dakwah dan agama.

2. Fleksibilitas Metodologis dan Kemaslahatan Sosial dalam Dakwah Digital

Mazhab Hanafi, dengan cara berpikir yang memperhatikan situasi dan mengutamakan prinsip kebaikan umum serta penilaian yang baik, memberikan metode dakwah digital yang sesuai dengan keadaan media modern. Dalam dunia media sosial sebagai kebiasaan baru, para pendakwah bisa menggunakan kebebasan ini untuk menyampaikan pesan dakwah dalam bentuk yang menarik, seperti video ceramah, infografis, diskusi interaktif, atau materi pendidikan, selama masih menghormati adab, memiliki niat yang tulus, dan tujuan untuk kebaikan umat.²⁵ Dampak dari cara ini adalah dakwah digital tidak perlu terikat pada format yang lama. Sebaliknya, dakwah bisa berubah menjadi komunikasi yang lebih hidup dan sesuai dengan kebutuhan generasi muda dan digital, asalkan nilai-nilai etika dan kebenaran tetap dijaga. Ini membantu untuk memperluas jangkauan dakwah, meningkatkan pemahaman agama, dan memberikan solusi untuk masalah yang ada di masyarakat dengan cara yang sesuai.

3. Perlindungan Martabat, Harmonisasi Sosial, dan Pencegahan Konflik

Baik Mazhab Syafi'i maupun Hanafi sepakat bahwa menjaga kehormatan, tata krama dalam berbicara, dan niat yang baik dalam berdakwah itu sangat penting. Di dunia media sosial tempat di mana orang bisa dengan mudah memberikan komentar, kritik, atau pendapat panduan etika ini sangat dibutuhkan untuk memastikan bahwa berdakwah tidak menjadi alat untuk provokasi, menyebarkan kebencian, memecah belah, atau berkata kasar. Penerapan etika komunikasi dalam Islam di media sosial meliputi: menggunakan bahasa yang baik, menyampaikan pesan dengan niat positif, menghindari provokasi, dan menghormati perbedaan pendapat.²⁶ Oleh karena itu, hal ini menunjukkan bahwa berdakwah di dunia digital harus dirancang untuk membangun rasa saling mendukung, toleransi, dan kedamaian masyarakat bukan untuk memecah belah atau menimbulkan konflik. Para pendakwah dan pengguna media sosial harus menjaga diri agar tidak menyebarkan kebencian, menghakimi, atau mengungkap aib orang lain karena itu bisa melanggar tata krama dalam Islam dan merusak citra dari dakwah.

4. Relevansi Etika Fikih dalam Menghadapi Tantangan Modernitas

Transisi dari dakwah yang dilakukan secara langsung ke dunia digital membutuhkan pemahaman baru tentang hukum Islam sesuai dengan perkembangan zaman tanpa meninggalkan prinsip dasar syariat. Etika dalam menggunakan media sosial menurut Islam harus bisa menjadi penghubung antara tradisi dan hal-hal modern: mempertahankan keaslian ajaran, tetapi juga responsif terhadap kemajuan teknologi. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa nilai-nilai dasar dalam Islam seperti kejujuran, tanggung jawab, kesopanan, dan kepentingan umum masih sangat penting sebagai dasar untuk berkomunikasi dalam dakwah di zaman digital.²⁷ Dalam praktiknya, lembaga keagamaan, kelompok dakwah, dan para pendakwah perlu membuat pedoman untuk dakwah di media sosial yang berdasarkan fikih dan etika Islam termasuk memberikan pelatihan mengenai literasi digital keagamaan, menyaring konten, serta mengevaluasi dampak sosial dari konten dakwah yang disebarkan.

²⁴ Ahmad Muhammad Mustain Nasoha et al., "Etika Komunikasi Dalam Islam : Analisis Terhadap Konsep Tabayyun Dalam Media Sosial," *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora* 3, no. April (2025): 225–31, <https://doi.org/10.59246/aladalah.v3i2.1315>.

²⁵ Shodiqoh, "Digital Ethics : Social Media Ethics in a Contemporary Islamic Perspective."

²⁶ Muhammad Akbar et al., "Communication Ethics On Social Media: Re-Examining Through Tafsir Al-Mishbah," *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* XVII, no. 1 (2025): 101–14, <https://doi.org/10.20414/jurkom.v17i1.13881>.

²⁷ Lakum et al., "Etika Komunikasi Islam Dalam Dakwah Media Sosial Tantangan Dan Solusi Di Tengah Arus Modernitas."

Tantangan Dakwah Digital dan Problem Etika Kontemporer

Pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah Islam membawa perubahan signifikan dalam pola penyampaian ajaran agama. Media digital memungkinkan pesan dakwah disebarluaskan secara cepat dan menjangkau masyarakat luas, namun pada saat yang sama memunculkan persoalan etika yang tidak sederhana. Salah satu masalah mendasar yang muncul adalah tersebarnya informasi keagamaan tanpa proses klarifikasi yang memadai. Ayat Al-Qur'an, hadis, maupun pendapat ulama kerap disajikan secara singkat dan terlepas dari konteksnya, sehingga berpotensi menimbulkan pemahaman yang keliru di kalangan pengguna media sosial. Kondisi ini menunjukkan bahwa lemahnya penerapan prinsip *tabayyun* menjadi tantangan serius dalam dakwah digital.²⁸

Selain persoalan keakuratan informasi, dakwah di media sosial juga dihadapkan pada melemahnya etika komunikasi Islam dalam interaksi daring. Ruang digital sering diwarnai dengan penyampaian pesan dakwah yang bernuansa emosional, cenderung provokatif, dan kurang memperhatikan kesantunan berbahasa. Fenomena tersebut bertentangan dengan tujuan dakwah yang seharusnya mengedepankan nilai keteladanan, kelembutan, dan penghormatan terhadap sesama. Dakwah digital yang mengabaikan etika komunikasi justru berpotensi memicu konflik sosial dan menjauhkan dakwah dari orientasi kemaslahatan umat.²⁹

Lebih jauh, tantangan dakwah digital berkaitan erat dengan tanggung jawab moral para dai dan pengguna media sosial dalam menjaga martabat dan keharmonisan sosial. Praktik menyebarkan konten yang membuka aib, menyerang kelompok tertentu, atau memicu permusuhan atas nama dakwah tidak selaras dengan nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, penguatan etika bermedia sosial menjadi kebutuhan mendesak agar dakwah digital tetap berada dalam koridor syariat. Penerapan prinsip kehati-hatian, kesantunan, serta orientasi pada kemaslahatan diharapkan mampu menjadikan media sosial sebagai sarana dakwah yang mendidik, menenteramkan, dan memperkuat persatuan masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian komparatif terhadap pandangan Mazhab Syafi'i dan Mazhab Hanafi mengenai etika bermedia sosial dalam dakwah kontemporer, dapat disimpulkan bahwa kedua mazhab sepakat menempatkan etika komunikasi sebagai fondasi penting dalam aktivitas dakwah digital. Prinsip-prinsip dasar seperti larangan ghibah, kewajiban *tabayyun*, menjaga kehormatan ('ird), serta penggunaan ucapan yang baik (*qaulan ma'rūfā*, *qaulan layyinan*, dan *qaulan sadīdan*) menjadi pedoman universal dalam menjaga kesantunan serta kebenaran informasi di ruang digital yang terbuka dan cepat menyebar. Meskipun demikian, terdapat perbedaan karakter metodologis antara kedua mazhab. Mazhab Syafi'i lebih ketat dalam menggunakan nash dan menekankan kehati-hatian dalam penyampaian informasi, sehingga menuntut dai untuk lebih selektif, akurat, dan bertanggung jawab dalam setiap konten dakwah. Sementara itu, Mazhab Hanafi lebih fleksibel melalui pendekatan *ra'yu*, *istihsān*, dan pertimbangan masalah, sehingga memberi ruang penyesuaian dalam menghadapi dinamika media sosial, termasuk toleransi tertentu selama membawa kemaslahatan publik dan mencegah kerusakan yang lebih besar. Dalam konteks dakwah kontemporer, kedua mazhab memberikan kontribusi penting bagi perumusan etika bermedia sosial yang relevan untuk diimplementasikan oleh para dai dan kreator konten dakwah. Etika tersebut tidak hanya menuntut kemampuan komunikasi yang baik, tetapi juga integritas moral, kepekaan sosial, serta tanggung jawab dalam memeriksa kebenaran informasi sebelum disebar. Dengan demikian, etika bermedia sosial menjadi instrumen krusial untuk menjaga kualitas dakwah, mencegah penyalahgunaan ajaran Islam, serta memastikan bahwa dakwah digital tetap membawa kemaslahatan dan harmoni di tengah masyarakat modern.

²⁸ Siregar, Rahmi, and Hasibuan, "Etika Dalam Penggunaan Media Sosial (Social Media Networking) Melalui Tinjauan Hadis."

²⁹ Lakum et al., "Etika Komunikasi Islam Dalam Dakwah Media Sosial Tantangan Dan Solusi Di Tengah Arus Modernitas."

REFERENSI

- A'yun, Qurrota, and Nurul Istiani. "Epistemologi Fikih Di Media Sosial (Konstruksi Epistemologis Fatwa Majelis Ulama Indonesia Tentang Bermuamalah)." *Risalah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam* 7, no. 2 (2021): 279–94.
- Abas, Adzrah Dwi Sunarty, and Nasrulloh. "Relevansi Hadis Tentang Ghibah Terhadap Fenomena Ujaran Kebencian Di Media Sosial : Analisis Tematik Dan Etika Digital Muslim." *Ar Rosyad: Jurnal Keislaman Dan Sosial Humaniora* 4, no. 1 (2025): 83–101.
- Abdullah, and Dwi Iin Kahina. "Etika Komunikasi Islam Dalam Media Sosial." *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah Dan Komuikasi* 1, no. 2 (2022): 1–15.
- Adeni, Susri, and Machyudin Agung Harahap. "Islamic Values and Digital Media Ethics in Santri-Family Communication in the Digital Era." *INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)* 10, no. 1 (2025): 681–94. <https://doi.org/10.18326/inject.v10i1.4536>.
- Akbar, Muhammad, Abdul Rasyid Ridho, Sobihatun Nur Abdul Salam, and Hulaimi Al Amin. "Communication Ethics On Social Media: Re-Examining Through Tafsir Al-Mishbah." *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* XVII, no. 1 (2025): 101–14. <https://doi.org/10.20414/jurkom.v17i1.13881>.
- Asman. "Comparative Analysis of the Istibath Methods of the Shafi'i and Hanafi Schools Regarding the Role of the Wali Mujbir in Marriage Law." *Al-Ahkam Jurnal Ilmu Syari'ah Dan Hukum* 9, no. 1 (2024): 29–46. <https://doi.org/10.22515/alahkam.v9i1.9447>.
- Fatrin, Juan Muliawan, and Lukman Nul Hakim. "Etika Al- Qur ' an Dalam Dakwah Di Era Disrupsi." *Pubmedia Social Sciences and Humanities* 1, no. 3 (2024): 1–10. <https://doi.org/10.47134/pssh.v1i3.157>.
- Jazilah, Khoirul, and M Shollahudin Nur. "Fiqh Dakwah Di Era Disrupsi Digital Berbasis Moderasi Beragama." *Al-Maquro' : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 02, no. 02 (2021): 103–20.
- Kusuma, Adhi, Nida'an Khofia, and Muhammad Nur Abdurrahman. "Etika Komunikasi Dalam Dakwah Modern." *Didaktik : Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang* 10, no. 2 (2025): 245–51.
- Lakum, Sri Wardatu, Suci Mardiamah, Randiansyah, Rosvenia Juwita, and Marpaung. "Etika Komunikasi Islam Dalam Dakwah Media Sosial Tantangan Dan Solusi Di Tengah Arus Modernitas." *Journal Pusat Studi Pendidikan Rakyat* 5, no. 2 (2025): 52–59. <https://doi.org/10.51178/jpspr.v5i2.2470>.
- Nasoha, Ahmad Muhammad Mustain, Ashfiya Nur Atqiya, Hilmi Khoiri Thohir, Natasha Aurelia Ramadhani, and Rosya Ahya Sabilaa. "Etika Komunikasi Dalam Islam : Analisis Terhadap Konsep Tabayyun Dalam Media Sosial." *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora* 3, no. April (2025): 225–31. <https://doi.org/10.59246/aladalah.v3i2.1315>.
- Sahil, Irdlon. "Fiqh Kontemporer Dalam Pengaturan Etika Media Sosial Bagi Umat Muslim." *Journal of Economic and Islamic Research* 3, no. 1 (2024): 379–90.
- Salsabila, Naili Syifa, Alysa Putri Zaida, and Latifah. "Pentingnya Moralitas Dan Etika Dalam Bermedia Sosial." *JIS: Journal Islamic Studies* 3, no. 3 (2025): 410–15. <https://doi.org/10.71456/jis.v3i3.1543>.
- Samsudin, Dafrizal, and Indah Mardini Putri. "Etika Dan Strategi Komunikasi Dakwah Islam Berbasis Media Sosial Di Indonesia." *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 7, no. 2 (2023): 126–35. <https://doi.org/10.32332/ath-thariq.v7i2.7474>.
- Shodiqoh, Rozanatush. "Digital Ethics : Social Media Ethics in a Contemporary Islamic Perspective." *Solo International Collaboration and Publication of Social Sciences and Humanities* 2, no. 3 (2024): 215–26. <https://doi.org/10.61455/sicopus.v2i03.153>.
- Siregar, Muhammad Nuh, Tutia Rahmi, and Maulana Hasan Hasibuan. "Etika Dalam Penggunaan Media Sosial (Social Media Networking) Melalui Tinjauan Hadis." *Relinesia: Jurnal Kajian Agama Dan Multikulturalisme Indonesia* 3, no. 4 (2024): 171–79.
- Suhaimi, Ahmad, and Nurul Syalafiyah. "Implementasi Prinsip Al-Maslahah Dalam Pelayanan Publik Berbasis Digital Di Nganjuk : Perspektif Fiqh Siyasah." *Islamic Law: Jurnal Siyasah* 10, no. 2 (2025): 215–32. <https://doi.org/10.53429/iljs.v10i2.1831>.
- Sukayat, Tata. "Da'wah Communication in the Contemporary Era: Implementing Da'wah Ethics on Social Media." *Jurnal Ilmu Dakwah* 43, no. 2 (2023): 155–76. <https://doi.org/10.21>

58/jid.43.2.18465.

- Suliyanti, Suci, Tahir, and Fuad Fansuri. "Islamic Communication Ethics In Social Media Information Services." *Raushan Fikr: Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 13, no. 1 (2024): 178–89. <https://doi.org/10.24090/jimrf.v13i1.11018>.
- Tasha, Aulia Z. M. "Ethics Of Using Social Media Based On Religious Values For Students As An Effort To Give Birth To Digital Piety." *Panangkaran: Jurnal Penelitian Agama Dan Masyarakat* 9, no. 1 (2025): 90–103. <https://doi.org/10.14421/panangkaran.v9i1.3721> hlm.
- Zulaecha, Nikita Nur, Hafidz, Biela Nanda Oktivibi Pertiwi, and Husna Nashihin. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Dakwah Digital Dalam Penyiaran Agama Kalangan Kaum Milenial Di Instagram (Ustadz Hanan Attaki)." *Attractive : Innovative Education Journal* 5, no. 2 (2023): 535–47.