

SKRIPSI
ETIKA BERMEDIA SOSIAL DI INSTAGRAM MAHASISWA
KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM BERDASARKAN
KAJIAN FIKIH INFORMASI MUHAMMADIYAH

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Sastra
Satu (S1) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama
Islam Universitas Muhammadiyah Mataram



PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
2024/2025

ABSTRAK

Hasrullah, NIM. 2020G1C009. *Etika Bermedia Sosial Di Instagram Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Mataram Berdasarkan Kajian Fikih Informasi Muhammadiyah.*

penelitian ini bertujuan membahas untuk: 1. Mengetahui bagaimana etika bermedia sosial di Instagram mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Mataram. 2. Untuk mengetahui penerapan Fikih Informasi Muhammadiyah pada konten media sosial instagram mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Mataram. Metode yang di gunakan pendekatan kualitatif *deskriptif* dan teknik pengumpulan data berupa obsevasi, wawancara, dokumentasi dan menyebarkan *google kunsioner* kepada 20 informan. Hasil dari penelitian ini adalah etika bermedia sosial Instagram mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Mataram, dalam melakukan postingan atau unggahan foto dan video dan lain sebagainya dalam konten media sosial Instagram, tidak ada yang melanggar kode etik Netizmu atau warganet di Muhammadiyah yang melakukan ghibah, fitnah, namimah, Menyebarkan materi pornografi, kemaksiatan, dan segala yang terlarang secara syar'i. Namun terkait dengan penerapan Fikih Informasi Muhammadiyah, hanya 3 informan yang menerapkan Fikih Informasi Muhammadiyah dalam konten bermedia sosial Instagram. Sebagian besarnya mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Mataram, belum menggunakan fikih infomasi Muhammadiyah dalam bermedia sosial Instagram dan mereka juga belum terlalu faham terkait dengan penerapan kajian Fikih Informasi Muhammadiyah itu sendiri.

Kata Kunci: Etika, Media Sosial, Fikih Informasi Muhammadiyah.

ABSTRACT

Hasrullah, NIM. 2020G1C009. *Social Media Ethics on Instagram of Islamic Communication and Broadcasting Students of the Faculty of Islamic Religion, Muhammadiyah Mataram University Based on the Study of Muhammadiyah Information Jurisprudence.*

This research aims to address the following: 1. To provide students of the Islamic Communication and Broadcasting Study Program, Faculty of Islamic Religion, Muhammadiyah Mataram University, with an understanding of the ethical implications of social media on Instagram. 2. To investigate the applicability of Muhammadiyah Information Jurisprudence to the social media content on Instagram of Communication and Islamic Broadcasting students at the Faculty of Islamic Religion, Muhammadiyah Mataram University. Data collection techniques include disseminating Google questionnaires to 20 informants, documentation, interviews, and observation, all of which are part of a descriptive qualitative approach. The findings of this investigation pertain to the ethical standards of Instagram that students of the Islamic Communication and Broadcasting Study Program, Faculty of Islamic Religion, Muhammadiyah Mataram University, adhere to when posting or uploading photos and videos. So on in Instagram social media content, no one violates the Netizmu code of ethics or netizens in Muhammadiyah who commit ghibah, slander, namimah, spreading pornographic material, immorality, and everything that is forbidden in sharia. However, regarding the application of Muhammadiyah Information Jurisprudence, only three informants applied Muhammadiyah Information Jurisprudence in Instagram social media content. Most of the students of the Islamic Communication and Broadcasting Study Program, Faculty of Islamic Religion, Muhammadiyah University of Mataram, have not used Muhammadiyah Information Jurisprudence in Instagram social media, and they also do not understand the application of Muhammadiyah Information Jurisprudence itself.

Keywords: *Ethics, Social Media, Muhammadiyah Information Jurisprudence.*

MENGESAHKAN
SALINAN FOTO COPY SESUAI ASLINYA
MATARAM



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebagai makhluk sosial, etika memiliki peran penting dalam kehidupan manusia. Selain itu, kita sebagai warga negara Indonesia telah ditanamkan rasa sopan santun, tata krama, dan adat istiadat yang kuat sejak usia dini. Mengenai berinteraksi dengan orang lain dan berkomunikasi, ada beberapa pedoman yang perlu diingat. Komunikasi merupakan bagian tidak lepas dari kehidupan kita sehari-hari. Komunikasi juga memiliki etika sebagai bagian dari kehidupan kita. Etika komunikasi merupakan etika khusus yang membahas aspek-aspek tertentu dari kehidupan manusia.¹

Etika merupakan aspek mendasar dari perilaku manusia, yang berfungsi sebagai prinsip panduan untuk tindakan dan perilaku kita. Dalam keterkaitannya dengan komunikasi, etika komunikasi mencakup nilai dan norma yang menjadi standar dan acuan bagi manusia ketika berkomunikasi dengan orang lain. Etika komunikasi mengevaluasi atau menilai tindakan komunikasi dengan mempertimbangkan standar yang berlaku. Karena komunikasi merupakan salah satu hal sangat penting dalam kehidupan manusia, maka etika komunikasi penting bagi kita untuk memahami mengenai etika dalam berkomunikasi. Tanpa etika komunikasi yang tepat, hal-hal yang tidak diinginkan akan muncul, seperti kesalahpahaman, konflik, dan perselisihan. Selai itu, kurangnya pemahaman dan

¹ Wafda, Ila Khafia. "Etika komunikasi Islam mahasiswa organisasi PMII (Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia) dalam menangkal berita hoaks di Facebook." *Islamic Communication Journal* 5.2 (2020): 155-74.

penerapan etika komunikasi dapat berdampak buruk pada hubungan kita dengan orang lain. Tentu saja, akan ada dampak negatif, karena kita pada dasarnya adalah makhluk sosial yang membutuhkan dan dibutuhkan oleh orang lain.² Revolusi informasi memiliki dampak positif dan negatif pada berbagai aspek sosial, budaya, ekonomi, politik, dan agama. Kemajuan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi, menafikan batas geografis (Tetapi kadang sebaliknya; membuat yang dekat terasa jauh dan jauh terasa dekat), memungkinkan orang untuk mendapatkan, mengolah, menyimpan, dan mengirimkan informasi dalam berbagai format, tanpa memandang jarak.³

Sejak awal berdirinya, Muhammadiyah sebagai organisasi kemasyarakatan islam telah menyadari penting peran informasi dalam membentuk peradaban manusia. Hal ini dapat ditelusuri kembali pada asal muasal sejarah berdirinya *Hoofd Bestuur* Muhammadiyah, bagian Taman Pustaka pada tanggal 17 Juni 1920, yang kini dikenal sebagai Majelis Pustaka dan Informasi.

Muhammadiyah mengeluarkan aturan untuk kehidupan umat Islam dalam berselancar di internet terutama di media sosial, butuh sikap cerdas dalam menerima informasi, tidak serta merta percaya atas setiap informasi yang diterima. Kemajuan teknologi telah membawa kita pada fenomena baru dalam berinteraksi menggunakan media-media sosial yang dapat menghubungkan satu orang dengan orang lain di tempat yang berbeda. informasi menyebar begitu

² Carr, Caleb T., & Hayes, Rebecca A. (2015). *Social Media: Defining, Developing, and Atlantic Journal of Communication*

³ Ruslan Fariadi AM, S.AG, M.S.I. Majelis Tarjih Muhammadiyah. Tarjih.or.id. 01 2016

cepat, bebas, yang kadang tidak dibarengi dengan akurasi, ketelitian, integritas dan keadilan dalam penyampaian berita bahkan fitnah-fitnah dari orang yang tidak bertanggung jawab, berita hoax yang disebar untuk mencari keuntungan pribadi atau kelompok tertentu tak bisa terhindari dari terbukanya dan kebebasan yang ada.

Majelis Tarjih dan Tajdid bersama Majelis Pustaka dan Informasi Muhammadiyah mengeluarkan pedoman bermedia sosial atau fikih media Sosial. Fikih media sosial adalah sebagai pedoman untuk menjalani kehidupan baru dalam bermedia sosial yang rawan cacar maki. Yang dimana, pencemaran nama baik, fitnah dan cacar maki itu telah terbukti sering terjadi. Jika suasana yang merugikan ini terus berlanjut, ada kekhawatiran bahwa hal itu akan mengakibatkan kemudharatan yang jauh lebih besar, yang berdampak tidak hanya pada beberapa orang tetapi juga pada kita semua, untuk itu sangat dibutuhkan akhlak mulai, etika dari berbicara, nge-share, posting, menerima informasi dan komentar.⁴

Muhammadiyah melalui Majelis Tarjih dan Tajdid Muhammadiyah. Sebagai salah satu Organisasi Islam terbesar di Indonesia yang prihatin dengan isu penggunaan media sosial. Dalam Muktamar Nasional ke-30, yaitu mengeluarkan Fikih Informasi, menjadi awal bagi Muhammadiyah yang sekarang ini mewakili upaya untuk menyediakan pedoman bagi para masyarakat Muhammadiyah, dan umat Islam pada umumnya, dalam menggunakan media

⁴ *Fikih bimedia social. Majelis pustaka dan Informasi PP Muhammadiyah. (sumber: tarjih.or.id)*

sosial yang berbasis pada ajaran Islam. Meskipun beberapa dari produk ijtihad terbaru yang dikeluarkan oleh Majelis Tarjih, seperti Fikih Anti Korupsi (fiqh Pemberantasan Korupsi), Fikih Air (fiqh air) konservasi), dan Fikih Kebencanaan (fiqh penanggulangan bencana), menyanggah istilah Fikih atau fikih dalam judulnya, pengertian Majelis Tarjih tentang fiqh tidak sepenuhnya parallel atau mirip dengan konsep klasik dan teknis fiqh sebagaimana dipahami oleh mayoritas ahli hukum Islam.⁵

Setiap hari bahkan bisa sampai 24 jam, mahasiswa seringkali tidak bisa jauh dari *smartphone* dan media sosial mereka. Hal ini dikarenakan bahwa setiap platform media sosial telah mempunyai fungsi dan keunggulan tersendiri di berbagai media sosial tersebut, yang mampu menarik perhatian banyak orang.⁶ Media sosial juga dapat mempermudah masyarakat, khususnya kalangan mahasiswa, untuk mencari dan memperoleh informasi mengenai tugas kuliah, pekerjaan, berkomunikasi dengan dosen serta berbagi informasi tentang kegiatan akademik kapan saja dan dimana saja. Pada dasarnya mahasiswa memanfaatkan media sosial tidak hanya untuk berkomunikasi, tetapi juga sebagai sumber informasi, misalnya untuk menyebarluaskan berita atau informasi tentang peristiwa penting, penemuan terbaru, diskusi, serta berbagai hal penting lainnya.

Sehubungan dengan dinamika informasi yang berkembang saat ini, pimpinan pusat PP muhammadiyah berkomitmen untuk membangun atmosfer yang positif bersama seluruh komponen bangsa dalam upaya melawan

⁵ Fauzi & Ayub, 2019, *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi dan Hukum (JPMEH) Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai* Vol 2, No. 1 Januari 2023, Hal. 40-48

⁶ Melis. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Kepribadian Mahasiswa," Stebis Igm Palembang: Jurnal Syariah, 4 (2016), 335-334.

penyebaran berita palsu dan konten negatif di media sosial. Komitmen PP Muhammadiyah tersebut direalisasikan dengan perumusan Fikih Informasi, yang akan menjadi panduan bagi masyarakat Muhammadiyah, terutama di media sosial, dalam menilai dan memproduksi informasi di ranah digital. Fikih Informasi diperlukan agar masyarakat dapat dengan cermat dalam memilih berbagai informasi yang tersebar luas di zaman modern saat ini. Islam, sebagai agama yang *shalih li kulli zaman wa makan*, memiliki peran penting dalam mencegah penyebaran kebencian yang dapat menimbulkan perpecahan baik di kalangan masyarakat secara khusus maupun perpecahan bangsa. Dengan munculnya Fikih Informasi yang dibuat oleh organisasi masyarakat muhammadiyah bertujuan untuk mengatasi derasnya penyebaran informasi di era media sosial saat sekarang ini, sebagai salah satu bentuk rahmad islam bagi manusia.⁷

Oleh karena itu, NetizMu selalu berlandaskan pada Akhlaqul Karimah dalam bermedia sosial, sesuai anjuran Al-Qur'an dan Hadits. NetizMu dalam menggunakan media sosial sebagai sarana mengajak dalam amar ma'ruf nahi munkar, dengan hikmah dan mauizhah hasanah (perkataan yang bersahabat, nasehat, dengan pringatan sanksi: An-Nahl 125. Melalui media sosial. NetizMu hendaknya terus menjaga nama baik dan mendukung persyarikatan Muhammadiyah dalam menyebarkan pesan-pesan positif.⁸

⁷ Hendra A. Setyawan, Fikih Informasi Di Era Media Sosial Dalam Membangun Komunikasi Beretika (Studi Kajian Fikih Informasi Sudut Pandang Ormas Muhammadiyah). VOL. 18. 2017.

⁸ Hendra Apriyadi, Kode Etik Netizmu: Akhlaqul Medsosiyah Warga Muhammadiyah, *Majelis Pustaka Dan Informasi Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kabupaten Tegal*. 2017. <https://pwmjateng.com/kode-etik-netizmu-akhlaqul-medsosiyah-warga-muhammadiyah/>.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang di uraikan di atas dapat di rumuskan permasalahannya yaitu:

1. Bagaimana deskripsi etika bermedia sosial Instagram mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Mataram?
2. Bagaimana analisis penerapan Fikih Informasi Muhammadiyah pada konten media sosial Instagram mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah mataram?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalahn di atas, maka dapat di simpulkan tujuan penelitian ini sebgai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana etika bermedia sosial di Instagram mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Mataram,
2. Untuk mengetahui bagaiman penerapan Fikih Informasi Muhammadiyah pada konten media sosial instagram mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Mataram.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang di harapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat peneliti di harapkan dapat memberi ilmu pengetahuan terutama bagi penulis dan pembaca, manfaat penelitian ini juga dapat memberi informasi dan referensi khususnya fikih informasi Muhammadiyah dan etika komunikasi melalui media sosial.

2. Manfaat Praktisi

a. Bagi Mahasiswa

Memberikan manfaat bagi mahasiswa terkait dengan judul penelitian yang di ambil oleh penulis. Penelitian ini akan memberikan pengetahuan terhadap mahasiswa program studi Komuikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Mataram yang belum mengetahui dengan jelas terkait dengan fikih informasi Muhammadiyah dalam landasan etika bermedia media sosial khususnya instagram.

b. Bagi Peneliti

Untuk menambah pengalaman dan pengetahuan peneliti tentang fikih informasi Muhammadiyah dalam landasan etika bermedia sosial khususnya Instagram.

E. Batasan Penelitian

Batasan penelitian ini bertujuan untuk mencegah terjadinya penyimpangan atau perluasan masalah utama, memastikan penelitian tetap fokus dan memudahkan pembahasan, yang pada akhirnya mengarah pada pencapaian tujuan penelitian. Berikut ini adalah beberapa batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Luas lingkup hanya meliputi informasi seputar kajian fikih Informasi Muhammadiyah landasan etika bermedia sosial Instagram.
2. Informasi yang di sajikan yaitu: kajian fikih Informasi Muhammadiyah landasan etika dalam bermedia sosial Instagram khususnya mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Mataram.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari uraian yang telah dibahas, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Etika Bermedia Sosial Di Instagram Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Mataram Berdasarkan Kajian Fikih Informasi Muhammadiyah. dalam penelitian ini berjumlah 20 orang informan, Adapun penelitian yang telah dilakukan sesuai dengan langkah-langkah yang telah dilakukan sesuai dengan langkah-langkah yang dituntut dan telah dilaksanakan, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam beretika dalam media sosial Instagram, mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Mataram. Dalam melakukan postingan atau unggahan foto dan video dan lain sebagainya, tidak ada yang melanggar kode etik Netizmu merupakan landasan etis yang di tujukan untuk kelompok netizen atau warganet di Muhammadiyah. Adapun sebelum berbagi foto melalui Instagram, para informan telah memiliki konsep tersendiri tentang citra diri yang ingin mereka sampaikan melalui foto dan video yang akan diunggah di Instagram, untuk mencari hiburan dan mencari informasi baru.
2. Adapaun terkait dengan penerapan Fikih Informasih Muhammadiyah. Dari 20 informan hanya ada 3 informan yang mengetahui terkait dengan Fikih Informasi Muhammadiyah, sebagai landasan etika dalam bermedia sosial

khususnya Instagram. Namun sebagian besar informan tidak terlalu faham dalam penerapan Fikih Informasi Muhammadiyah itu sendiri, karna ada beberapa alasan atau mungkin panduan-panduan seperti Fikih Informasi Muhammadiyah lebih dikenal dalam konteks sosial atau kultural tertentu. Jika dilingkungan mahasiswa Pogram Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Mataram, tidak banyak membicarakannya.

B. Saran

Berdasarkan penelitian dan pengamatan yang telah dilakukan oleh peneliti, ada beberapa saran yang penulis dianggap perlu, saran-saran tersebut adalah:

1. Bagi pengguna media sosial Instagram, khususnya mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Mataram, agar bisa memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, sebagai sarana untuk menyebarkan dakwah. Karena Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Mataram, memiliki kewajiban untuk secara efektif menyebarkan nilai-nilai Islam melalui penggunaan teknologi.
2. Kepada Majelis Pustaka dan Informasi (MPI) PP Muhammadiyah. Perlu adakan sosialisasi terkait dengan Fikih Informasi Muhammadiyah itu sendiri, khususnya mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Mataram dan warga Muhammadiyah. Agar bisa mempelajari penggunaan media sosial termasuk instagram untuk dijadikan media dakwah yang efektif.

3. Bagi peneliti selanjutnya untuk menggali lebih dalam fenomena pembentukan identitas diri dalam media sosial yang ada di mahasiswa, dengan memilih informan dengan berbagai macam pengalaman, agar data yang dimiliki semakin beragam.

