

Pemahaman Etika Komunikasi Islam Terhadap Moralitas Pengguna Media Sosial **SERAMBI**

Amirah Jilan Fakhira, Marlya Fatira AK

Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Medan, Indonesia.

Received 12 Feb 2021
Revised 08 Mar 2021
Accepted 21 Mar 2021
Online first 28 Apr 2021

Abstract

This article describes the Comprehension of Islamic Communication Ethics on the Morality of Social Media Users in Muslim students majoring in Accounting at the Medan State Polytechnic. The data analysis technique used is linear regression analysis using quantitative methods. The data collection technique used a questionnaire distributed to 76 respondents via a google form. The indicators used in the independent variables are six principles of Islamic communication ethics and the dependent variable in the form of akhlakul karimah and akhlakul mazmumah. The results of this study indicate that the understanding of Islamic communication ethics has a partial effect on the morality of social media users

Abstrak

Artikel ini membahas mengenai Pemahaman Etika Komunikasi Islam terhadap Moralitas Pengguna Media Sosial pada mahasiswa muslim jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Medan. Teknik analisis data yang digunakan merupakan analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang di distribusikan kepada 76 responden melalui google form. Indikator yang digunakan pada variabel independen adalah 6 prinsip etika komunikasi islam, serta pada variabel dependen berupa akhlakul karimah dan akhlakul mazmumah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman etika komunikasi islam berpengaruh secara parsial terhadap moralitas pengguna media sosial.

Paper type

Research paper

✉ Email Korespondensi*:
marlyafatira@polmed.ac.id

Keywords: *Ethics; Islamic communication; morality; media social*



Pedoman Sitasi: Fakhira, A. J., & Fatira, M. (2021). Pemahaman Etika Komunikasi Islam Terhadap Moralitas Pengguna Media Sosial. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 3(2), 41 - 50.

DOI: <https://doi.org/10.36407/serambi.v3i2.201>

SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Islam, Vol 3, No.2, 2021, 41 - 50
eISSN 2685-9904

Pendahuluan

Tren teknologi dalam revolusi industri 4.0 saat ini telah menciptakan beragam inovasi dalam bidang komunikasi. Berbagai hal terobosan guna mempermudah komunikasi yang biasanya terjadi pada kalangan masyarakat, contohnya dengan terciptanya smartphone. Menurut Wikipedia, media sosial merupakan sebuah sarana komunikasi daring yang diakses banyak orang sekaligus dengan kemudahan dalam penggunaannya untuk melakukan interaksi tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Berdasarkan data Hootsuite dan We Are Social tahun 2021, bermedia sosial merupakan aktivitas berinternet yang digemari oleh pengguna internet Indonesia. Terdapat 170 juta jiwa masyarakat yang merupakan pengguna aktif media sosial. Selain itu, berdasarkan survei yang dilakukan oleh GWI pada triwulan III 2020, WhatsApp dan Instagram menduduki posisi tiga teratas. Meningkatnya jumlah pengguna media sosial pada masyarakat terkhusus di kalangan mahasiswa menunjukkan bahwa hal ini menjadi sarana informasi yang berpotensi di Indonesia (Abu Bakar, 2011).

Bermedia sosial nyatanya berdampak pada perubahan sikap komunikasi seseorang. Terlebih komunikasi merupakan hal yang tidak terlepas dari keseharian manusia (Abu Bakar, 2011). Dengan kemudahan akses yang ada, tidak jarang ditemukan hal-hal yang berseberangan dengan norma-norma atau etika kesantunan yang berlaku di masyarakat. Fenomena ini disebabkan karena rendahnya kesadaran masyarakat atas penyaringan informasi yang beredar di media sosial (Wafda, 2020). Hal ini dapat terlihat pada interaksi chatting, comment buruk, berita hoax, hatespeech (saling menghujat), dan konten yang bersifat pornografi. Tentunya berimbas pada rendahnya pemahaman etika dan moral pengguna media sosial (Dewi, 2019). Terlebih mengingat populasi penduduk terbesar di Indonesia merupakan muslim.

Etika merupakan ajaran pokok dalam Islam dan merupakan salah satu tujuan utama Allah Swt., mengutus Rasulullah Saw., ke bumi. Diantaranya beorientasi untuk memperbaiki akhlak/moral atau standar etika manusia. Etika Islam mendorong manusia untuk senantiasa menjaga niat, pikiran, dan perilaku dalam segala aspek kehidupan. Dalam berkomunikasi, Islam telah memberikan contoh suri tauladan terbaik yang nyata pada diri Rasulullah Saw., dalam bertutur kata ataupun bersikap. Komunikasi dalam Islam sangat erat kaitannya dengan etika. Dapat dikatakan bahwa komunikasi menjadi urgensi tersendiri dalam agama Islam (Muslimah 2016). Komunikasi yang baik dalam Islam merupakan komunikasi yang sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan Hadist. Terdapat banyak ayat Al-Qur'an dan Hadits yang berkaitan mengenai etika komunikasi. Salah satunya pada Q.S An-Nur, ayat 11 :

Artinya: "Sesungguhnya orang-orang yang membawa berita bohong itu adalah dari golongan kamu (juga). Janganlah kamu mengira berita itu buruk bagi kamu bahkan itu baik bagi kamu. Setiap orang dari mereka akan mendapat balasan dari dosa yang diperbuatnya. Dan barangsiapa di antara mereka yang mengambil bagian terbesar (dari dosa yang diperbuatnya), dia mendapat azab yang besar (pula)."

Dalam Islam, komunikasi juga terwujud dalam hamblum minallah (hubungan manusia dengan Allah Swt.) yang tercermin melalui ibadah mahdhah (shalat, puasa, zakat dan haji), dan hamblum minannas (hubungan antar sesama manusia) terwujud melalui muamalah yang tercermin dalam segala aspek kehidupan manusia seperti sosial, budaya, ekonomi dan politik (Dewi 2019). Etika komunikasi tidak sebatas bertutur kata yang baik ataupun sopan, namun juga dari niat tulus seseorang yang diekspresikan melalui ketenangan, kesabaran dan empati dalam berkomunikasi juga sangat diperhatikan (Dewi 2019).

Melalui pra-penelitian pada tanggal 22-25 September 2021 terhadap 10 mahasiswa muslim jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Medan yang merupakan pengguna media sosial WhatsApp dan Instagram, 5 diantaranya sudah menerapkan etika komunikasi islami

dan 5 lainnya terkadang masih ditemukan penyimpangan. Hal ini menunjukkan adanya permasalahan yang masih perlu diteliti lebih lanjut mengenai pemahaman etika komunikasi islam terhadap moralitas pengguna media sosial di kalangan mahasiswa muslim jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Medan.

Literature Review

Moralitas Pengguna Media Sosial

Dalam terminologi Islam, pengertian moral dan akhlak memiliki maksud yang sama yaitu budi pekerti atau kesusilaan. Menurut (Al-Ghazali, 1994:31) dalam (Latifah and Djamali 2019) mengemukakan pengertian akhlak yaitu sebagai perangai (tabiat, watak) yang menetap dalam jiwa manusia dan merupakan sumber timbulnya perbuatan tertentu dari dirinya secara mudah dan ringan. Dengan adanya moral, seseorang cenderung dapat untuk membedakan antara perbuatan yang benar dan salah dalam kehidupannya terutama saat bermedia sosial. Mengingat media sosial merupakan platform yang sangat digandrungi oleh mahasiswa. Menawarkan keberagaman informasi dan sebagai sarana komunikasi tentunya mempengaruhi moralitas seseorang.

Etika Komunikasi Islam

Menurut (Taufik, 2012) bahwa etika komunikasi Islam merupakan suatu bentuk dakwah dimana komunikasi sebagai suatu teknik, serta sebagai tindakan amar ma'ruf nahi munkar sehingga tersampaikanlah pesan risalah Islamiah.⁴ Selain itu, (Jalaluddin Rakhma, 1994:76) dalam (Rahmi and Ristiana 2018) mengungkapkan bahwa dalam etika komunikasi Islam terdapat enam prinsip komunikasi yang bersumber dalam Al-Qur'an. Prinsip-prinsip etika komunikasi tersebut antara lain:

- a. Qawlan Sadidan: Kata qaulan sadidan disebutkan sebanyak dua kali dalam Al-Qur'an yaitu pada QS. An-Nisa'(4):9 dan QS. Al-Ahzab (33):70. Prinsip ini juga diartikan sebagai perkataan yang baik, sesuai kriteria kebenaran dan kejujuran.
- b. Qawlan Baligha: Kata baligh jika dikaitkan dengan qawl (ucapan) berarti perkataan yang menyentuh jiwa, komunikatif, efektif, dan to the point. Hal ini terkandung di dalam QS. An- Nisa'(4):63.
- c. Qawla Karima: Kata karima diartikan dengan mulia sehingga jika dikaitkan dengan komunikasi, maka merupakan perkataan yang mulia. Dengan metode penyampaian yang santun dan lembut. Ungkapan ini terkandung dalam QS. Al-Isra'(17):23.
- d. Qawla Ma'rufan: Kata qawla ma'rufan dapat diartikan menjadi ungkapan yang baik dan bermanfaat bagi sekitar. Hal ini didukung dengan QS. An-Nisa'(4):8.
- e. Qawla Layyina: Kata qawla layyina diartikan sebagai bertutur kata lemah-lembut tanpa meninggikan suara dan menyentuh hati yang terdapat pada QS. At-Tahaa(20):44.
- f. Qawla Maisura: Dalam berdakwah, kata ini dapat diartikan sebagai menyampaikan pesan dengan bahasa yang sederhana dan mudah diterima serta mendorong orang lain untuk optimis. Kata qawla maisura tercantum pada QS. Al-Isra'(17):28.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:16), yang dimaksud dengan metode penelitian kuantitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada suatu populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat

kuantitatif/statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Tempat penelitian ini adalah politeknik Negeri Medan dengan menggunakan data yang berasal dari mahasiswa muslim jurusan Akuntansi 2021 di Politeknik Negeri Medan. Populasi pada penelitian ini merupakan mahasiswa muslim jurusan akuntansi 2021 Politeknik Negeri Medan yang berjumlah 319 orang.

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono 2015). Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Kriteria sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa muslim jurusan Akuntansi 2021 Politeknik Negeri Medan. Dalam penelitian ini memerlukan responden yang akan mewakili populasi sebanyak 76 mahasiswa. Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*) sebesar 10%. Penyebaran kuisioner pada penelitian ini dilakukan melalui google form dimana link form tersebut akan di distribusikan melalui media sosial seperti WhatsApp.

Pengukuran

Dalam Islam, Komunikasi adalah *tabligh*, yang merupakan konsep dakwah sebagai aktivitas penyampaian pesan-pesan Allah SWT. Menurut Jalaluddin Rakhma dalam (Rahmi and Ristiana 2018) mengungkapkan bahwa dalam etika komunikasi Islam terdapat enam prinsip komunikasi yang bersumber dalam Al-Qur'an. Menurut (Al-Ghazali, 1994:31) dalam (Latifah and Djarnali 2019) Moral merupakan sebagai perangai (tabiat, watak) yang menetap dalam jiwa manusia dan merupakan sumber timbulnya perbuatan tertentu dari dirinya secara mudah dan ringan.

Hasil dan Pembahasan

Prinsip Etika Komunikasi Islam

I. Qawlan Sadidan

Berdasarkan pada tabel 1 dapat disimpulkan bahwa pernyataan pertama mengenai "Saya selalu menyampaikan hal fakta atau sesungguhnya saat berkomunikasi" sebanyak 33 responden (43,4%) mahasiswa menyatakan bahwa mereka sangat setuju, 36 responden (47,4%) menyatakan setuju, dan 7 responden (9,2%) menyatakan netral/ragu-ragu.

Tabel 1.

Tanggapan Menyampaikan Hal Fakta saat Berkomunikasi

Klasifikasi	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	33	43,4
Setuju	36	47,4
Netral/Ragu-Ragu	7	9,2
Total	76	100,0

Sumber: Data olahan peneliti (*Google form, 2021*)

Tabel 2.*Tanggapan Menyampaikan Informasi tanpa Dilebih-lebihkan saat Berkomunikasi*

Klasifikasi	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	41	53,9
Setuju	27	35,5
Netral/Ragu-Ragu	6	7,9
Sangat Tidak Setuju	2	2,6
Total	76	100,0

Sumber: Data olahan peneliti (Google form, 2021)

Berdasarkan pada tabel 2 dapat disimpulkan bahwa pernyataan pertama mengenai “Saya selalu menyampaikan informasi tanpa dilebih-lebihkan saat berkomunikasi” sebanyak 41 responden (53,9%) mahasiswa menyatakan bahwa mereka sangat setuju, 27 responden (35,5%) menyatakan setuju, 6 responden (7,9%) menyatakan netral/ragu-ragu, dan 2 responden (2,6%) menyatakan sangat tidak setuju.

2. *Qawlan Baligha*

Berdasarkan pada tabel 3 dapat disimpulkan bahwa pernyataan pertama mengenai “Saya selalu menyampaikan perkataan dengan kata-kata yang efektif dan tepat sasaran saat berkomunikasi” sebanyak 23 responden (30,3%) mahasiswa menyatakan bahwa mereka sangat setuju, 40 responden (52,6%) menyatakan setuju, 11 responden (14,5%) menyatakan netral/ragu-ragu, 1 responden (1,3%) menyatakan tidak setuju, dan 1 responden (1,3%) menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 3.*Tanggapan Menyampaikan Perkataan secara Efektif dan Tepat sasaran saat Berkomunikasi*

Klasifikasi	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	23	30,3
Setuju	40	52,6
Netral/Ragu-Ragu	11	14,5
Tidak Setuju	1	1,3
Sangat Tidak Setuju	1	1,3
Total	76	100,0

Sumber: Data olahan peneliti (Google form, 2021)

Tabel 4.*Tanggapan Menyampaikan Perkataan dengan perkataan yang Mudah Dimengerti saat Berkomunikasi*

Klasifikasi	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	36	47,4
Setuju	28	36,8
Netral/Ragu-Ragu	9	11,8
Tidak Setuju	2	2,6
Sangat Tidak Setuju	1	1,3
Total	76	100,0

Sumber: Data olahan peneliti (Google form, 2021)

Berdasarkan pada table 4 dapat disimpulkan bahwa pernyataan pertama mengenai “Saya selalu menyampaikan perkataan dengan kata-kata yang mudah dimengerti saat berkomunikasi” sebanyak 36 responden (47,4%) mahasiswa menyatakan bahwa mereka sangat setuju, 28 responden (36,8%) menyatakan setuju, 9 responden (11,8%) menyatakan netral/ragu-ragu, 2 responden (2,6%) menyatakan tidak setuju, dan 1 responden (1,3%) menyatakan sangat tidak setuju.

3. *Qawlan Karima*

Berdasarkan pada tabel 5 dapat disimpulkan bahwa pernyataan pertama mengenai “Saya selalu berbicara dengan ungkapan yang pantas dan santun saat berkomunikasi” sebanyak 40 responden (52,6%) mahasiswa menyatakan bahwa mereka sangat setuju, 25 responden (32,9%) menyatakan setuju, dan 11 responden (14,5%) menyatakan netral/ragu-ragu.

Tabel 5.

Tanggapan Berbicara dengan Pantas dan Santun saat Berkomunikasi

Klasifikasi	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	40	52,6
Setuju	25	32,9
Netral/Ragu-Ragu	11	14,5
Total	76	100,0

Sumber: Data olahan peneliti (*Google form, 2021*)

Tabel 6.

Tanggapan Berbicara tanpa Menyinggung perasaan orang lain saat Berkomunikasi

Klasifikasi	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	34	44,7
Setuju	31	40,8
Netral/Ragu-Ragu	10	13,2
Tidak Setuju	1	1,3
Total	34	100,0

Sumber: Data olahan peneliti (*Google form, 2021*)

Berdasarkan pada tabel 6 dapat disimpulkan bahwa pernyataan pertama mengenai “Saya selalu berbicara tanpa menyinggung perasaan orang lain saat berkomunikasi” sebanyak 34 responden (44,7%) mahasiswa menyatakan bahwa mereka sangat setuju, 31 responden (40,8%) menyatakan setuju, 10 responden (13,2%) menyatakan netral/ragu-ragu, dan 1 responden (1,3%) menyatakan tidak setuju.

4. *Qawlan Ma'rufan*

Berdasarkan pada tabel 7 dapat disimpulkan bahwa pernyataan pertama mengenai “Saya selalu menggunakan kata-kata yang sopan dan bertatakrama saat berkomunikasi” sebanyak 37 responden (48,7%) mahasiswa menyatakan bahwa mereka sangat setuju, 30 responden (39,5%) menyatakan setuju, dan 8 responden (10,5%) menyatakan netral/ragu-ragu, dan 1 responden (1,3%) menyatakan tidak setuju.

Tabel 7.

Tanggapan Menggunakan kata-kata yang Sopan dan Betatakrama saat Berkomunikasi

Klasifikasi	Jumlah	Persentas e
Sangat Setuju	37	48,7
Setuju	30	39,5
Netral/Ragu-Ragu	8	10,5
Tidak Setuju	1	1,3
Total	76	100,0

Sumber: Data olahan peneliti (Google form, 2021)

Tabel 8.

Tanggapan Berbicara tanpa Menyinggung perasaan orang lain saat Berkomunikasi

Klasifikasi	Jumlah	Persentas e
Sangat Setuju	33	43,4
Setuju	32	42,1
Netral/Ragu-Ragu	10	13,2
Tidak Setuju	1	1,3
Total	33	100,0

Sumber: Data olahan peneliti (Google form, 2021)

Berdasarkan pada tabel 8 dapat disimpulkan bahwa pernyataan pertama mengenai “Saya selalu berbicara tanpa menyinggung perasaan orang lain saat berkomunikasi” sebanyak 33 responden (43,4%) mahasiswa menyatakan bahwa mereka sangat setuju, 32 responden (42,1%) menyatakan setuju, 10 responden (13,2%) menyatakan netral/ragu-ragu, dan 1 responden (1,3%) menyatakan tidak setuju.

5. Qawlan Layyina

Berdasarkan pada tabel 9 dapat disimpulkan bahwa pernyataan pertama mengenai “Saya selalu menggunakan intonasi lemah lembut saat berkomunikasi” sebanyak 20 responden (26,3%) mahasiswa menyatakan bahwa mereka sangat setuju, 37 responden (48,7%) menyatakan setuju, dan 13 responden (17,1%) menyatakan netral/ragu-ragu, 5 responden (6,6%) menyatakan tidak setuju, dan 1 responden (1,3%) menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 9.

Tanggapan Menggunakan Intonasi lemah lembut saat Berkomunikasi

Klasifikasi	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	20	26,3
Setuju	37	48,7
Netral/Ragu-Ragu	13	17,1
Tidak Setuju	5	6,6
Sangat Tidak Setuju	1	1,3
Total	20	100,0

Sumber: Data olahan peneliti (Google form, 2021)

Tabel 10.

Tanggapan Meningkatkan suara saat Berkomunikasi

Klasifikasi	Jumlah	Persentas e
Sangat Setuju	9	11,8
Setuju	6	7,9
Netral/Ragu-Ragu	14	18,4
Tidak Setuju	24	31,6
Sangat Tidak Setuju	23	30,3
Total	9	100,0

Sumber: Data olahan peneliti (Google form, 2021)

Berdasarkan pada tabel 10 dapat disimpulkan bahwa pernyataan pertama mengenai “Saya selalu meninggikan suara saat berkomunikasi” sebanyak 9 responden (11,8%) mahasiswa menyatakan bahwa mereka sangat setuju, 6 responden (7,9%) menyatakan setuju, 14 responden (18,4%) menyatakan netral/ragu-ragu, 24 responden (31,6%) menyatakan tidak setuju, dan 23 responden (30,3%) menyatakan sangat tidak setuju.

6. Qawlan Maisura

Berdasarkan pada tabel 11 dapat disimpulkan bahwa pernyataan pertama mengenai “Saya selalu menggunakan bahasa yang mudah diterima, saat berkomunikasi” sebanyak 34 responden (44,7%) mahasiswa menyatakan bahwa mereka sangat setuju, 32 responden (42,1%) menyatakan setuju, 9 responden (11,8%) menyatakan netral/ragu-ragu, dan 1 responden (1,3%) menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 11.

Tanggapan Menggunakan Bahasa yang Mudah diterima saat Berkomunikasi

Klasifikasi	Jumlah	Persentas e
Sangat Setuju	34	44,7
Setuju	32	42,1
Netral/Ragu-Ragu	9	11,8
Sangat Tidak Setuju	1	1,3
Total	34	100,0

Sumber: Data olahan peneliti (Google form, 2021)

Tabel 12.

Tanggapan Menggunakan Bahasa yang Mudah dicerna dan dipahami saat Berkomunikasi

Klasifikasi	Jumlah	Persentas e
Sangat Setuju	37	48,7
Setuju	32	42,1
Netral/Ragu-Ragu	6	7,9
Sangat Tidak Setuju	1	1,3
Total	37	100,0

Sumber: Data olahan peneliti (Google form, 2021)

Berdasarkan pada tabel 12 dapat disimpulkan bahwa pernyataan pertama mengenai "Saya selalu menggunakan bahasa yang mudah dicerna dan dipahami saat berkomunikasi" sebanyak 37 responden (48,7%) mahasiswa menyatakan bahwa mereka sangat setuju, 32 responden (42,1%) menyatakan setuju, 6 responden (7,9%) menyatakan netral/ragu-ragu, dan 1 responden (1,3%) menyatakan sangat tidak setuju.

Pengaruh Pemahaman Etika Terhadap Moralitas Pengguna Media Sosial

Hasil yang diperoleh dari perhitungan menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $< 0,05$. Hasil yang diperoleh dari variabel Pemahaman Etika Komunikasi Islam sebesar $7,116 > 1,666$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Pemahaman Etika Komunikasi Islam (X) terhadap Moralitas Pengguna Media Sosial (Y) pada mahasiswa muslim jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Medan.

Kesimpulan

Di era perkembangan teknologi yang semakin pesat mendorong munculnya beragam fenomena baru salah satunya berkomunikasi melalui media sosial. Hal ini tentunya menjadi daya tarik tersendiri di masyarakat terlebih mahasiswa yang kerap berhubungan langsung dengan dunia digital. Tentunya hal ini harus didasari dengan pemahaman etika komunikasi Islam yang benar dan sesuai syariat. Agar tidak terjadi salah persepsi dalam menyikapi informasi yang diterima dan berdampak pada moralitas setiap individu muslim. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Pemahaman etika komunikasi islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap Moralitas pengguna media sosial pada mahasiswa muslim jurusan akuntansi Politeknik Negeri Medan, dengan demikian hipotesis yang menyatakan terdapatnya pengaruh pemahaman etika komunikasi islam terhadap pengguna media sosial diterima.

Ucapan Terimakasih

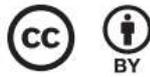
Penulis mengucapkan puji syukur kehadirat Allah Swt, yang telah memudahkan dan melancarkan proses penyelesaian penelitian ini. Tidak lupa mengucapkan terimakasih kepada kedua orangtua dan dosen pembimbing yang telah memberikan masukan dan arahan dalam penelitian ini, serta kepada para sahabat dan kerabat terdekat yang senantiasa membantu dan mendoakan selama proses penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Dewi, M.S. R. (2019). Islam Dan Etika Bermedia (Kajian Etika Komunikasi Netizen Di Media Sosial Instagram Dalam Perspektif Islam)." *Research Fair Unisri* 3 (1): 139-42.
- Latifah, Umi, and M. Fadil Djamali. (2019). Pengaruh Media Sosial Youtube Terhadap Perkembangan Moral Siswa Kelas VIII di MTS Negeri Kalibaru Semester Genap Tahun Pelajaran 2015 - 2016." *SUCCESS: Jurnal Bimbingan Konseling Dan Pendidikan* 1 (1): 42-50. <https://jurnal.ikipjember.ac.id/index.php/success/article/view/218>.
- Muslimah. 2016. "Etika Komunikasi Dalam Perspektif Islam." *Journal Etika Komunikasi Dalam Perspektif Islam* 13 (2): 1-11.

- Rahmi, A, and Ristiana, Y. (2018). Program Infotainment Ditinjau Dari Etika Komunikasi Islam (Analisis Terhadap Insert Siang Di TRANS TV Edisi Bulan Ramadhan 1437 H)." *Islamic Communication Journal* 2 (1): 100. <https://doi.org/10.21580/ICJ.2017.2.1.2112>.
- Sugiyono. (2015). *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Wafda, I. K. (2020). Etika Komunikasi Islam Mahasiswa Organisasi PMII (Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia) Dalam Menangkal Berita Hoaks Di Facebook." *Islamic Communication Journal* 5 (2): 155-74. <https://doi.org/10.21580/ICJ.2020.5.2.6100>.

Accepted author version posted online: 28 April 2021



© 2021 The Author(s). This open access article is distributed under a Creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license