

## **Etika Bermedia Sosial dalam Perspektif Al-Qur'an dan Hukum Negara di Era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0**

**Dila Alfiana Nur Haliza<sup>1</sup>, Merita Dian Erina<sup>2</sup>, Isna Fitri Choirun Nisa<sup>3</sup>,  
Azizah Jumriani Nasrum<sup>4</sup>, Moh. Asror Yusuf<sup>5</sup>**

<sup>1,5</sup>Program Studi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Kediri, Indonesia

<sup>2</sup>Jurusan Tasawuf Psikoterapi, Fakultas Ushuluddin, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

<sup>3</sup>Jurusan Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, Fakultas Ushuluddin, Institut Agama Islam Negeri Kudus, Indonesia

<sup>4</sup>Jurusan Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Kendari, Sulawesi Tenggara, Indonesia  
dilfinaza@gmail.com, Meritadianerina020301@gmail.com,  
Isnafitri0301@gmail.com, azizahjumriani66@gmail.com

### **Abstract**

This study aims to determine the ethics of social media based on the perspective of the Qur'an and state law in the era of the industrial revolution 4.0 and society 5.0. This study uses a qualitative approach through descriptive-analytical methods. The results and discussion of this study indicate that the ethics of social media in the perspective of the Qur'an and state law in the era of the industrial revolution 4.0 and society 5.0 can minimize the problems faced by social media users if understood and applied in life. This study concludes that the ethics of social media in the perspective of the Qur'an and state law in the era of the industrial revolution 4.0 and society 5.0 is indeed very necessary to control humans in social media. This study recommends digital technology observers, especially social media and legal experts who work together to monitor and handle new and more complex problems in social media.

**Keywords:** Al-Qur'an; Ethics; Social media; State law

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui etika bermedia sosial berdasarkan perspektif Al-Qur'an dan hukum negara di era revolusi industri 4.0 dan *society* 5.0. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui metode deskriptif-analitis. Hasil dan pembahasan penelitian ini menunjukkan bahwa etika

bermedia sosial dalam perspektif Al-Qur'an dan hukum negara di era revolusi industri 4.0 dan *society* 5.0 dapat meminimalisir problematika yang dihadapi oleh pengguna media sosial jika dipahami dan diterapkan dalam kehidupan. Penelitian ini menyimpulkan bahwasannya etika bermedia sosial dalam perspektif Al-Qur'an dan hukum negara di era revolusi industri 4.0 dan *society* 5.0 memang sangat diperlukan untuk mengontrol manusia dalam bermedia sosial. Penelitian ini merekomendasikan kepada kalangan ahli pengamat teknologi digital khususnya media sosial dan ahli hukum yang bekerja sama memantau dan menangani permasalahan-permasalahan yang baru serta lebih kompleks lagi di media sosial.

Kata Kunci: Al-Qur'an; Etika; Hukum negara; Media sosial

### **Pendahuluan**

Sekarang ini dunia memang tengah memasuki era revolusi industri 4.0 di mana segala aktivitas manusia sangat bergantung pada teknologi digital. Hal tersebut dipengaruhi oleh perubahan pola pikir dan gaya hidup manusia yang akan terus berkembang dan mengalami peningkatan dari masa ke masa. Seperti halnya saat ini, di kehidupan 2021 tentu jauh berbeda dengan kehidupan di era 1945 lalu. Jika dulu masih menggunakan radio sebagai satu-satunya alat sumber informasi jarak jauh yang mana terbatas dalam satu daerah saja dan kurang praktis jika dibawa kemana-mana. Lain halnya dengan sekarang, hanya dengan menggunakan internet dalam *smartphone* yang sangat praktis serta efisien sehingga dapat mengakses informasi dengan mudah kapan pun dan dimanapun seseorang berada. Perubahan seseorang dari menggunakan radio kemudian beralih ke *smartphone* merupakan salah satu contoh dari perkembangan industri atau dikenal dengan revolusi industri. Revolusi industri sendiri merupakan bentuk perubahan dan perkembangan dalam segi apapun, yang mana semua itu dapat merubah berbagai aktivitas baik manusia dalam berbagai hal terutama seperti yang terjadi saat ini yakni dalam hal teknologi digital (Wahyu Riani, 2021).

Revolusi industri tercipta selaras dengan kemampuan manusia melahirkan inovasi-inovasi baru yang didasarkan pada kebutuhan, efisiensi waktu dan kesejahteraan hidup. Ide atau inovasi muncul karena manusia ingin meringkas aktivitasnya, sehingga dapat diselesaikan secara praktis dan optimal. Adapun revolusi industri 4.0 ditandai dengan adanya beberapa komponen seperti *AI* (kecerdasan buatan), *IoT* (alat mengirim data mengirim data melalui internet) *big data* hingga mesin pintar dan lain sebagainya (Fauzan, 2018). Konsep industri 4.0 dengan upayanya

mengembangkan teknologi digital menjadikan sebuah kecanggihan juga dapat menimbulkan masalah tertentu terhadap diri manusia. Pasalnya dengan adanya revolusi ini menjadikan masyarakat berpusat pada teknologi digital saja, dengan kata lain kehidupan manusia seperti mendewakan teknologi digital sehingga manusia yang lain pun tidak dihiraukan, hal ini tentu akan berdampak pada terkikisnya hubungan manusia atas manusia lain seperti menimbulkan kesenjangan antar manusia dan masalah lainnya.

Untuk menjawab problem tersebut era *society* 5.0 hadir sebagai upaya menumpas segala persoalan yang ada di era industri 4.0. Di era *society* 5.0 dengan mengusung konsep kemanusiaan di mana masyarakat berpusat pada manusianya yakni dengan memfokuskan manusia dengan beberapa kemampuan pemecahan masalah kompleks, berpikir kritis, kreativitas hingga tercipta solidaritas sesama manusia, serta beranggapan bahwa internet bukan hanya sebagai informasi melainkan untuk menjalani kehidupan. Perbedaannya adalah jika konsep revolusi industri 4.0 menggunakan kecerdasan buatan, maka konsep *society* 5.0 memfokuskan kepada komponen manusianya sehingga dapat meminimalisir problematika pada revolusi industri 4.0 (Puspita et al., 2020). Tetapi di sisi lain, meskipun dengan adanya revolusi industri 4.0 beserta solusinya yakni *society* 5.0, hal tersebut tetap saja membawa dampak jika tidak disertai dengan suatu perkara yang benar-benar mengatur pribadi manusia. Seperti halnya sekarang ini yang marak sekali digunakan yaitu hasil dari teknologi digital berupa media sosial.

Media sosial adalah salah satu produk yang dihasilkan oleh teknologi digital, selain itu ia juga merupakan produk teknologi digital yang menjadi ciri khas utama yang sangat mudah sekali ditemui pada kehidupan masyarakat yang hidup di era revolusi ini. Di dalam media sosial menawarkan berbagai bentuk kebebasan untuk menerima maupun memberi pendapat pada seluruh khayalak. Selain itu, informasi juga dapat dengan mudah dan cepat disebarluaskan. Jika penggunaan sosial media tidak ada filter yang dapat menyaring informasi yang diperoleh dan tidak ada batasan untuk memberikan informasi seperti halnya memberikan berbagai informasi kebohongan dan sesukanya saja, bahkan mengerucut pada tindakan kriminalitas seperti mengintimidasi seseorang dan lain sebagainya tentu perkara dapat membahayakan serta sangat merugikan orang lain. Berangkat dari fenomena tersebut guna meminimalisir tindakan-tindakan pengguna media sosial agar dapat mengetahui dan menerapkan perilaku yang baik dalam bermedia sosial sehingga dapat menciptakan kenyamanan, memperoleh berbagai perkara positif dan menghindari kejahatan yang dapat ditimbulkan dalam bersosial media.

Langkah awal yang diambil yakni dengan menggali sumber hukum Islam dan hukum negara yang berlaku. Karena memang pada dasarnya sumber hukum Islam ini sangat fleksibel, bukan berarti Al-Qur'an ini dapat menyesuaikan perkembangan zaman, justru Al-Qur'an ini ada untuk mengontrol setiap perkembangan zaman yang ada baik sebelumnya maupun setelahnya. Dan pada hukum negara ini digunakan sebab setiap negara memiliki kebijakan yang berbeda-beda dalam menangani perkara terkait dengan media sosial. Kemudian kedua sumber tersebut setelah dianalisis dan ditarik beberapa kesimpulan sehingga menciptakan konsep tertentu yakni berupa etika yang dapat menjadi solusi permasalahan tersebut. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan mengetahui maksud dari media sosial, era revolusi industri 4.0 dan *society* 5.0, memahami Al-Qur'an dan hukum negara sebagai sumber etika, dan mengetahui etika bersosial media berdasarkan perspektif Al-Qur'an dan hukum negara. Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat untuk para pembaca sebagai wawasan untuk lebih memahami sekaligus dapat menerapkan terkait etika bermedia sosial berdasarkan perspektif Al-Qur'an dan hukum negara di era saat ini.

Penelitian terdahulu telah dilakukan oleh kalangan ahli. Antara lain Silvia Riskha Fabriar (2014), "Etika Media Massa Era Global," *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*. Penelitian ini membahas mengenai etika dalam menggunakan media masa era global yang dilandasi dengan ajaran agama. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analitis. Hasil penelitian dan pembahasan menunjukkan bahwa media massa di era global memiliki kebebasan yang begitu luas dalam memberi dan menerima informasi, jika kebebasan tersebut tidak difilter dengan aturan dan ajaran agama tentu akan menjadi masalah. Kesimpulan penelitian ini adalah dalam bermedia sosial perlu adanya filter, filter tersebut salah satunya berupa etika. Etika ini bertujuan untuk menjaga media massa dan pengguna media berada pada kebenaran sesuai ajaran agama (Fabriar, 2014). Husnah. Z, Nur Latifah, Bunga Rosi, Rahmat. R (2020), "Cyberbullying Perspektif Al-Qur'an dan Konstitusi Negara sebagai Pendidikan dalam Etika Penggunaan Media Sosial," *JPPi: Jurnal Pendidikan Islam Pendekatan Interdisipliner*. Artikel ini menginformasikan mengenai pelarangan *cyberbullying* menurut Al-Qur'an dan konstitusi negara serta beberapa ilmu yang dapat digunakan untuk memahami lebih dalam lagi etika yang dapat digunakan untuk menghindari *cyberbullying*. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kepustakaan atau *library research*. Studi pustaka ini memperoleh hasil bahwa pemahaman baik dalam Al-Qur'an maupun peraturan perundang-undangan sangat melarang adanya *cyberbullying*. *Cyberbullying* sendiri merupakan sebuah

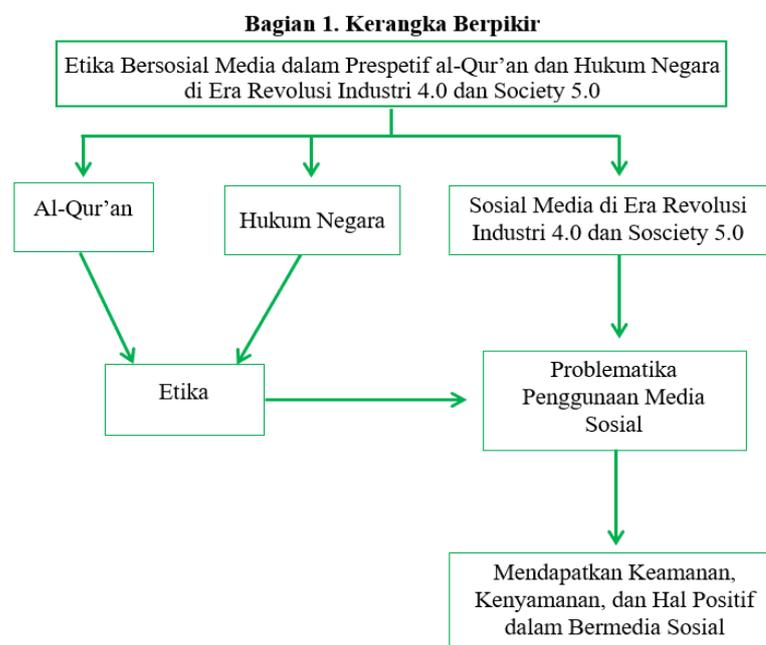
kejahatan berupa mengintimidasi, menghina dan lain sebagainya yang bertujuan untuk memermalukan seseorang melalui teknologi komunikasi seperti media sosial. *Cyberbullying* jika tidak ditangani tentunya akan menimbulkan permasalahan yang cukup serius terkait dengan mental seseorang. Oleh sebab itu, etika sosial diterapkan sebagai upaya untuk meminimalisir adanya kejahatan tersebut, karena bisa jadi *cyberbullying* muncul akibat ketidakpahaman pengguna sosial media terhadap etika komunikasi (Nur Latifah, Bunga Rosi, Rahmat. R, 2020). Faricha Andriani (2019), "Perkembangan Etika Komunikasi Islam dalam Bermedia Sosial," *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*. Penelitian ini menganalisis bagaimana penerapan etika komunikasi secara Islami dalam praktik komunikasi di media sosial dan berbagai macam media virtual yang ada. Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Hasil pembahasan penelitian ini menunjukkan bahwa adanya perkembangan teknologi komunikasi jika tidak disertai dengan etika akan menimbulkan permasalahan yang begitu kompleks. Tidak hanya dalam penyalahgunaan sebagai media penyebaran berita hoax yang bertujuan untuk mengintimidasi seseorang, namun dapat mengakibatkan lunturnya tatanan ajaran Islam dan melencengnya hakikat dakwah dalam pandangan Islam. Oleh sebab itu, etika komunikasi Islam dalam bermedia sosial ini sangat tepat sekali diterapkan, dengan begitu pengguna media sosial dapat mengetahui batasan-batasan dalam bermedia sosial sesuai syariat (Andriani, 2019).

Penelitian terdahulu telah menyinggung etika media massa di era global secara umum (Fabriar, 2014). Juga telah ditemukan berbagai pemaparan berkenaan dengan permasalahan yang timbul akibat kurang memahami etika dalam bermedia sosial seperti adanya *cyberbullying* (Nur Latifah, Bunga Rosi, Rahmat. R, 2020). Perbedaan penelitian ini dengan beberapa penelitian terdahulu terletak pada pemahaman yang diambil (Andriani, 2019) menyimpulkan problematika yang ada dan beberapa bentuk penerapan etika dalam mengikapi permasalahan.

Untuk memperoleh suatu landasan teoritis maka dalam penelitian ini tinjauan pustaka sangat dibutuhkan. Teknologi digital merupakan salah satu bentuk dari berkembangnya digitalisasi di era revolusi industri 4.0 (Puspita et al., 2020). Adanya teknologi digital dapat mempengaruhi beberapa aspek kehidupan sosial salah satunya adalah dengan media sosial, karena memang di era ini penggunaan sosial media tidak bisa lagi dipisahkan dalam kehidupan manusia. Akibatnya banyak sekali problematika yang muncul di tengah penggunaan sosial media ini. Meskipun dalam *society* 5.0 menawarkan sebuah penyelesaian dari problematika yang dihadapi di era industri 4.0, hal tersebut sama sekali

tidak memberikan efek apapun terkait dengan kebebasan dalam bermedia sosial karena memang bukan itu tujuan utama dari adanya konsep *society* 5.0. Jika tidak ada suatu perkara yang dapat memfilter diri manusia untuk bertindak dari kebebasan bermedia sosial, bisa jadi hal tersebut menjadikan sebuah tindakan kriminal, kejahatan dan hal-hal yang merugikan orang lain (Nur Latifah, Bunga Rosi, Rahmat. R, 2020). Oleh sebab itu etika bermedia sosial ini sangat diperlukan untuk membatasi perilaku dalam menggunakan media sosial.

Etika sendiri pada hakikatnya adalah suatu yang dilakukan seseorang dalam melakukan sesuatu (Fabriar, 2014) dalam Islam biasa disebut dengan akhlak. Etika ini dapat diperoleh dari norma-norma dan nilai-nilai, namun yang paling pokok di sini adalah etika dengan berdasarkan sumber hukum dalam kehidupan yang meliputi Al-Qur'an dan hukum negara. Etika pada dasarnya bertujuan untuk mengontrol setiap perilaku manusia untuk berperilaku baik. Apabila sikap manusia pada saat melakukan apapun menjadi terkontrol, ia akan mengetahui apa yang boleh dan tidak dilakukan terutama disaat bermedia sosial hingga dapat menjadikan sebuah kebiasaan yang tentunya dapat berdampak positif bagi setiap pengguna juga dapat meminimalisir segala bentuk kriminalitas dari penggunaan teknologi digital dalam bermedia sosial.



Sebagai alur logis berjalannya penelitian tentu dibutuhkan sebuah rancangan kerangka berpikir. Selain sebagai langkah awal dalam melakukan penelitian, kerangka berpikir ini sangat penting dilakukan agar

dapat mengetahui bagaimana pertautan antara satu variabel dengan variabel lain. Di era revolusi industri 4.0 dan *society* 5.0 keberadaan teknologi digital semakin canggih terutama di penggunaan media sosial. Industri 4.0 sendiri memiliki konsep mengembangkan teknologi yang menimbulkan permasalahan bagi manusia, oleh sebab itu *society* 5.0 hadir sebagai solusi atas permasalahan yang terjadi pada industri 4.0 (Puspita et al., 2020). Meski begitu adanya *society* 5.0 juga tidak menjamin manusia terhindar dari permasalahan lain yang ditimbulkan di era ini, karena manusia tetap memiliki kebebasan yang begitu luas dalam bermedia sosial (Ghifari, 2019). Untuk itu, Al-Qur'an sebagai pedoman hidup manusia dan sumber hukum utama umat Islam bersifat universal dan dinamis yang mampu menjawab seluruh persoalan manusia dari dulu, sekarang hingga masa yang akan datang (Putri Anita, 2020). Dalam negara juga terdapat hukum pidana juga berperan mengatur masyarakat umum untuk meminimalisir hal-hal yang tidak diinginkan dalam bermedia sosial (Aisyah Siddiq, 2017). Selain beberapa sumber hukum etika juga perlu diterapkan dalam bermedia sosial, karena segala sesuatu memiliki kode etik yang mengharuskan seseorang untuk beretikad baik dalam segala hal terutama dalam menggunakan media sosial (Fabriar, 2014). Oleh karena itu, jika etika bermedia sosial tersebut diterapkan dalam kehidupan masyarakat di era revolusi ini, tentu hal tersebut dapat menciptakan keamanan, kenyamanan, dan beberapa hal positif yang dapat diperoleh pengguna media sosial.

Permasalahan utama penelitian ini adalah terdapat problem dalam kebebasan bermedia sosial yang semakin kompleks terutama di era revolusi industri 4.0 dan *society* 5.0. Rumusan masalah dalam penelitian ini yakni bagaimana problem dalam etika bersosial media dalam perspektif Al-Qur'an dan hukum negara di era revolusi industri 4.0 dan *society* 5.0. Penelitian ini bertujuan membahas problem dalam etika bermedia sosial menurut perspektif Al-Qur'an dan hukum negara di era revolusi industri 4.0 dan *society* 5.0. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan implikasi manfaat, baik teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan untuk pengayaan khazanah pengetahuan Islam dan hukum negara berkaitan dengan etika bermedia sosial dalam perspektif al-Qur'an dan hukum negara di era revolusi industri 4.0 dan *society* 5.0. Secara praktis, penelitian ini diharapkan menjadi rujukan dalam penerapan Al-Qur'an dan hukum negara tentang etika bermedia sosial di era revolusi industri 4.0 dan *society* 5.0.

### **Metodologi Penelitian**

Metodologi penelitian mencakup lima komponen di antaranya meliputi pendekatan dan metode penelitian, jenis dan sumber data, teknik

pengumpulan data, teknik analisis data, dan tempat serta waktu penelitian (Darmalaksana, 2021). Adapun metode dan pendekatan penelitian ini menggunakan metode dan pendekatan deskriptif-analitis. Jenis dan sumber data dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan sumber data meliputi primer dan sekunder. Sumber data primernya berupa Al-Qur'an dan hukum negara yang berlaku, sedangkan sumber data sekundernya adalah sumber kepustakaan seperti buku, dokumen hasil penelitian, artikel jurnal, dan lain sebagainya. Teknik pengumpulan data dilakukan dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi dan dokumenter yakni dengan memantau fenomena yang ada dan menyesuaikan data dari sumber yang digunakan melalui edit data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan. Teknik analisis data dilakukan melalui studi pustaka yakni dengan menganalisa dari beberapa sumber data kemudian menyimpulkan data, lalu memilah data tersebut menjadi konsep tertentu. Mengenai waktu dan tempat penelitian ini dilakukan pada tahun 2021 di Kediri.

## Hasil dan Pembahasan

### 1. Pengertian Media Sosial, Era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0

Media social merupakan bentuk dari sebuah gambaran perkembangan teknologi yang memungkinkan terjadinya kegiatan pertukaran berbagai konten informasi dapat berupa opini-opini, wawasan, pengalaman dan pandangan pandangan baik yang bersifat audio, visual bahkan audiovisual. Hal ini tentu saja dapat dimanfaatkan oleh *public relations* dalam menyebarkan informasi kepada publiknya lebih efisien, efektif dan substansial (Pienrasmi, 2015). Dalam pandangan lain, B.K. Lewis mengungkapkan bahwasanya media sosial merupakan label dari teknologi digital khususnya di bidang komunikasi yang memungkinkan orang untuk terkoneksi, berinteraksi, menghasilkan, dan berbagi isi pesan. Contoh media sosial: Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, LinkedIn, Flickr (Ikhsanuddin Nur Ismai, 2021).

Selain itu, Media sosial disebut juga dengan *new media*, karena media sosial menawarkan *digitisation, convergence, interactivity, dan development of network* terkait pembuatan pesan dan penyampaian pesannya. Kemampuannya dalam menawarkan interaktifitas ini yang membuat ketertarikan dari orang-orang, karena memungkinkan para pengguna *new media* ini mengkonsumsi informasi-informasi yang dibutuhkannya. Sekaligus mengendalikan keluaran informasi-informasi yang dihasilkan dan juga diinginkannya. Kemampuan dalam menawarkan *interactivity* inilah yang menjadi fokus dan konsep dari *new media* (Haekal, 2018). Sebagai media yang tergolong diminati oleh masyarakat masa kini, ternyata media sosial sendiri memiliki beberapa jenis. Pada artikel Horizon

Bisnis, Kaplan dan Haenlein mencoba membuat klasifikasi media sosial dan membaginya menjadi enam, yaitu: a) Proyek kerjasama website, yaitu memberikan penggunaannya hak untuk menambah, mengubah ataupun menghapus konten yang ada pada situs webnya, misalnya Wikipedia; b) Blog dan Microblog, yaitu pengguna dapat berpendapat dan mengaplikasikan gagasan pikirannya melalui tulisan kemudian mengunggahnya ke situs web berbasis blog, hal ini seperti menulis buku diary, misalnya Blogspot, Wixsite, Wordpress; c) Konten, yaitu pengguna bisa mengunggah dan mempublikasikan hasil karya mereka dalam berbagai format konten media seperti, video, gambar, rekaman suara, *e-book*, dan lainnya. Misalnya: Youtube, Soundcloud, Tumblr, Patreon, Instagram; d) Situs jejaring sosial, yaitu situs web yang memungkinkan penggunaannya untuk terhubung secara fleksibel antara satu sama lainnya dengan membuat informasi pribadi dan berbagi informasi memanfaatkan fitur post, comment, messenger. Informasi ini bisa berupa teks, foto, atau video. Contohnya aplikasi Facebook dan Twitter; e) *Virtual game world*, yaitu dunia tiruan dalam bentuk 3 dimensi yang membuat para penggunaannya dapat mendesain karakter yang diinginkan dan akan keluar pada peta dunia yang telah didesain sebelumnya serta saling berinteraksi antara satu dengan lainnya seperti halnya di dunia nyata, namun dengan sedikit sentuhan fantasi. Contohnya: *Game online* berjenis RPG, MMORPG, JRPG; f) *Virtual social world* yang hadir untuk memberikan sensasi baru kepada penggunaannya yang membuatnya merasa hidup seperti di dunia nyata dan saling berhubungan antara satu dengan lainnya. Dunia sosial virtual ini bisa dikatakan lebih bebas daripada *virtual game world*. Contohnya: Second Life dan The Sims Play (Ikhsanuddin Nur Ismai, 2021).

Melalui jenis dan contoh tersebut dapat dikatakan bahwasannya media sosial ini termasuk teknologi komunikasi yang menggunkan internet. Banyaknya fitur yang ditawarkan oleh sosial media terus meningkat setiap waktunya juga dapat menjadikan penggunaan media sosial yang terus meningkat terutama di era revolusi industri 4.0.

Revolusi industri merupakan sebuah perubahan cara hidup manusia dan proses kerja secara fundamental, dimana adanya kemajuan teknologi informasi dapat mengintegrasikan dalam dunia kehidupan dengan digital yang dapat memberikan dampak disiplin ilmu. Munculnya revolusi industri 4.0 membut wajah baru dalam fase kemajuan teknologi. Pada revolusi industri 4.0, teknologi manufaktur sudah masuk pada tren otomasi dan pertukaran data. Hal tersebut mencakup sistem *cyber-fisik*, *internet of things (IoT)*, komputasi awan, dan komputasi kognitif. Dengan lahirnya teknologi digital saat ini pada revolusi industri 4.0 berdampak terhadap kehidupan manusia diseluruh dunia (Puspita et al., 2020). Adapun dampak

yang terlihat salah satunya yakni maraknya penggunaan teknologi digital hingga menyatu dan sulit dipisahkan dalam kehidupan manusia.

Revolusi industri 4.0 memiliki karakteristik, karakteristik model dari industri 4.0 adalah kombinasi dari beberapa perkembangan teknologi terbaru seperti sistem siber fisik, teknologi informasi dan komunikasi, jaringan komunikasi, *big data* dan *cloud computing*, pemodelan, virtualisasi, simulasi serta peralatan yang telah dikembangkan untuk kemudahan interaksi manusia dengan komputer (Fauzan, 2018). Dari hal tersebut sebenarnya banyak sekali yang dapat dihasilkan dari masing-masing komponen maupun jika komponen tersebut digabungkan, seperti adanya mesin pintar, mobil tanpa pengemudi, dan berbagai bentuk kecanggihan lainnya. Adapun dari masing-masing komponen sendiri dapat dirasakan yakni adanya *cyber physical systems* menghasilkan percetakan 3D, selain itu dengan memanfaatkan *big data* dan *cloud computing* perusahaan dapat menghasilkan aplikasi *e-commerce* seperti TokoPedia, Gojek dan lain sebagainya.

Akan tetapi dengan adanya berbagai kecanggihan juga dapat menimbulkan permasalahan dan tantangan. Wolker yang mengidentifikasi tantangan yang akan dihadapi industri 4.0 di antaranya: 1) masalah keamanan teknologi informasi; 2) kehandalan serta stabilitas mesin produksi; 3) kurangnya keterampilan yang memadai; 4) keengganan untuk berubah oleh para pemangku kepentingan; 5) hilangnya banyak pekerjaan karena berubah menjadi otomatisasi (Ghifari, 2019). Namun yang menjadi sorotan dari masalah akibat era revolusi industri 4.0 adalah munculnya kesenjangan antar manusia dan perekonomian. Karena mereka terlalu disuburkan dengan berbagai kecanggihan yang ditawarkan tanpa memperdulikan disekitarnya, dan beberapa pekerjaan manusia menjadi tergantikan oleh teknologi. Untuk menangani perkara tersebut maka lahirlah *society 5.0* sebagai jawaban atas permasalahan dan tantangan yang timbul.

*Society 5.0* merupakan perubahan perilaku manusia yang ditandai oleh kecakapan manusia dalam menghadapi segala bentuk tantangan, rintangan dan berbagai permasalahan sosial dengan memanfaatkan kemajuan teknologi digital yang diciptakan di era revolusi industri 4.0 seperti AI (kecerdasan buatan), *Big Data*, *IoT*, dan robot pintar guna meningkatkan kualitas hidup manusia. Karena memang pada dasarnya dalam era revolusi industri 4.0 berfokus pada perkembangan teknologi, sedangkan pada *society 5.0* berfokus pada perkembangan manusianya. Apabila *society 4.0* mempermudah seseorang menggunakan internet dengan memberi serta mengambil segala sumber informasi melalui kecanggihan teknologi dan berbagai upaya pengembangan teknologi

tersebut sehingga manusia lupa akan lingkungan sekitar dengan anggapan teknologi melebihi siapapun. Maka di era *society* 5.0 ini menjadikan teknologi sebagai bagian dari manusia itu sendiri dengan hanya sekedar mempermudah pekerjaan manusia saja dan tidak menganggap bahwa teknologi tersebut lebih dari segala hal tanpa memperhatikan keberadaan manusia itu sendiri. Dapat dikatakan bahwasannya dengan adanya internet tidak hanya sebuah jalan untuk membagikan informasi dan upaya pengembangannya saja, melainkan juga berguna untuk membantu kehidupan manusia dalam menjalani kehidupan. Sehingga adanya pemanfaatan teknologi tersebut dapat meminimalisir adanya kesenjangan pada manusia dan masalah ekonomi pada kemudian hari (Puspita et al., 2020).

Apabila diteliti lagi pada dasarnya teknologi komunikasi seperti media sosial sudah ada sebelum adanya revolusi industri 4.0. Media sosial yang dapat dirasakan seperti saat ini terjadi akibat perkembangan internet, begitu juga di era revolusi industri 4.0 yang memanfaatkan perkembangan internet sebagai inovasi baru mengembangkan berbagai kecanggihan teknologi digital. Akan tetapi penggunaan media sosial di era revolusi industri 4.0 terus mengalami peningkatan terlebih lagi didukung oleh kecanggihan di era tersebut sehingga sangat memudahkan para pengguna untuk mengaksesnya. Adapun dari adanya *society* 5.0 yang dikatakan sebagai solusi dari problematika di era revolusi industri 4.0 tidak memiliki upaya khusus yang ditawarkan untuk membatasi perilaku pengguna media sosial, namun hanya berfokus pada upaya menjadikan manusia menjadi semakin unggul dalam pemanfaatan teknologi untuk menghadapi problematika tersebut. Padahal permasalahan tersebut tidak hanya pada hal itu saja, karena seperti yang ditemui saat ini, tanpa disadari justru kebebasan dalam bermedia sosial yang didasari atas kurangnya filter dan batasan menjadikan peluang untuk menciptakan kriminalitas dan berbagai hal merugikan orang lain.

## **2. Al-Qur'an dan Hukum Negara sebagai Sumber Etika Bersosial Media**

Al-Qur'an merupakan petunjuk dan bagi pedoman bagi manusia serta kitab yang tidak ada keraguan di dalamnya (QS. Al-Baqarah: 2). Al-Qur'an juga diyakini sebagai pesan terakhir langit untuk kepentingan umat manusia (Al-Baqarah: 185). Al-Qur'an juga dipercayai sebagai kitab suci yang *Salih Likulli Zaman wa Makan*, kitab suci yang nilai kebenarannya bersifat universal dan dapat berlaku di setiap waktu dan tempat (Syam, 2014). Al-Qur'an secara konsisten diyakini sepenuh hati sebagai pedoman hidup, sebagai landasan utama (*al-mashdar*) yang solutif. Keabadian kebenaran Al-Qur'an tak lekang oleh zaman. Ia kitab yang menghimpun (*jâmi'*), diturunkan sebagai pemberi penjelasan eksplisit (*tibyan*) bagi segala

sesuatu dan sebagai petunjuk serta rahmat bagi kaum yang mengimani (Ridwan & Rahmat, 2020). Dari sini diketahui bahwasannya Al-Qur'an dapat digunakan pedoman sekaligus dapat digunakan untuk menjawab segala permasalahan di sepanjang zaman terutama di zaman ini seperti masalah penggunaan media sosial.

Adapun mengenai konsep media sosial dalam Al-Qur'an, karena pada dasarnya media sosial termasuk sebuah media komunikasi sekaligus dapat menerima, memberi informasi secara luas dan bebas, sehingga seseorang terkadang dapat terbawa hal negatif karena ketidakbijakannya dalam penggunaan media sosial. Bahkan, menggunakan media sosial dengan sesuka hati dan tidak mematuhi etika penggunaannya yang telah ter jelaskan dalam Al-Qur'an. Islam pun memberikan perhatian yang besar terhadap etika penggunaan media sosial. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya etika penggunaan media sosial yang sudah diatur dalam Al-Qur'an. Etika tersebut terdapat dalam QS. al-Ahzab ayat 70:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَفُؤَلُوا قَوْلًا سَدِيدًا

“Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar.”

Pada ayat tersebut beberapa ulama tafsir memiliki perbedaan pendapat dalam memaknainya, antara lain:

- a. Dalam kitab Tafsir al-Mishbah, Quraish Shihab menjelaskan bahwasannya setelah melarang mengucapkan kebohongan dan tuduhan palsu, Allah memerintahkan lawannya, yakni ucapan yang benar dan mengena sasaran. Allah berfirman: *Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kepada Allah* yakni hindarkan diri kamu dari siksa Allah dengan jalan melaksanakan perintah-Nya sekuat kemampuan kamu dan menjauhi larangan-Nya dan ucapkanlah menyangkut Nabi Muhammad dan Zainab ra. bahkan dalam setiap ucapan kamu perkataan yang tepat. Jika kamu melakukan hal tersebut *niscaya Allah memperbaiki dari saat ke saat bagi kamu amalan-amalan kamu* dengan jalan mengilhami dan mempermudah buat kamu amal-amal yang tepat dan benar dan di samping itu – karena betapapun kamu berusaha, kamu tidak akan mampu menghindar dari dosa – maka Allah juga akan senantiasa mengilhami kamu pertaubatan sehingga *Dia pun mengampuni bagi kamu dosa-dosa kamu* (Shihab, 2002).
- b. Thahir Ibn Asyur dalam kitabnya Tafsir Tahrir wa Tanwir beliau menggaris bawahi kata *qaul* (ucapan) yang menurutnya merupakan satu pintu yang sangat luas, baik yang berkaitan dengan kebajikan maupun keburukan. Dengan perkataan yang tepat, baik yang terucap

dengan lidah dan didengar oleh orang banyak maupun yang tertulis sehingga terucapkan oleh diri sendiri atau orang lain ketika membacanya akan tersebar luas dan memberi pengaruh bagi jiwa dan pikiran manusia. Jika ucapan itu baik, maka baik pula pengaruhnya dan jika ucapan itu buruk, maka buruk pula pengaruhnya. Ayat di atas menjelaskan bahwa dampak dari perkataan yang tepat adalah perbaikan amal-amal dan begitu pun sebaliknya (Zainuddin, 2020).

- c. Thabathaba'i berpendapat bahwa keterbiasaan seseorang mengucapkan kalimat-kalimat yang benar, ia akan menjauh diri dari kebohongan dan juga akan terhindar dari perbuatan mengucapkan kata-kata yang mengakibatkan keburukan atau yang tidak bermanfaat. Seseorang yang telah memantapkan sikap tersebut pada dirinya, akan terhindar dari perbuatan-perbuatan yang mengandung kebohongan dan keburukan, dan ini berarti lahirnya amal-amal saleh dari yang bersangkutan. Ketika itu, ia akan menyadari menyadari betapa buruk amal-amal yang pernah ia lakukan. Sehingga ia akan bertobat kepada Allah Swt. (Zainuddin, 2020).

Dari beberapa pemaparan ulama tafsir tersebut pada dasarnya dalam QS. al-Ahzab ayat 70 terdapat perintah Allah kepada orang yang beriman untuk selalu bertaqwa kepada Allah dan berkata dengan benar atau jujur, jika dikaitkan dengan bermedia sosial maka dalam hal ini dalam berkomunikasi dan menyebar luaskan informasi harus disertai dengan kebenaran.

Dalam QS. al-Hujurat ayat 6, pada ayat tersebut juga memuat nilai dasar bermedia sosial yakni berupa transparansi dan klarifikasi berita yang kemudian menjadi peraturan konkret tentang larangan menyebarkan suatu berita sebelum diketahui validitas sumbernya. Setelah nilai dasar *tabayyun* tersebut, kita dapat menggali lebih banyak lagi nilai dasar islam yang dapat dijadikan acuan, seperti prinsip keadilan sebagai dasar untuk membuat asas umum dalam menerima informasi secara berimbang, prinsip ukhuwah sebagai dasar asas umum kesopanan dan kesantunan dalam berdiskusi, dan lain sebagainya (Haekal, 2018).

Pada dasarnya banyak sekali ayat Al-Qur'an yang dapat menjadi konsep sumber etika bersosial media. Dijelaskan juga dalam Al-Qur'an, namun pada intinya dalam bermedia sosial seseorang harus dapat menggunakannya dengan baik dan bijak, karena jika pengguna media sosial dapat berlaku demikian tentu akan menjadikan ladang pahala untuknya, dan apabila berlaku sebaliknya maka ia aka berdosa. Kelak setiap apapun yang manusia lakukan akan memperoleh balasan di hari akhir.

Sumber lain yang menjadi dasar etika bermedia sosial adalah hukum negara. Dalam hal ini tentu setiap negara memiliki hukum dan aturan yang mengatur masyarakatnya dengan cara tidak melanggar dan menaati apapun yang sudah ditentukan demi memperoleh tujuan tertentu tidak terkecuali di negara Indonesia. Indonesia sebagai Negara hukum mengatur segala aspek kehidupan berbangsa dan bernegara dalam peraturan perundang undangan. Salah satu aspek yang diatur dalam peraturan perundang-undangan adalah aspek pemanfaatan teknologi informasi (Nur Latifah, Bunga Rosi, Rahmat. R, 2020). Teknologi informasi yang berupa media sosial ini memang kerap kali menjadi sorotan terpenting karena dengan luasnya jangkauan dan persebarluasan berbagai informasi sehingga siapapun dengan mudah memperolehnya. Selain itu media sosial ini dapat digunakan sebagai alat untuk melakukan propaganda terhadap pendapat masyarakat, untuk itu peraturan perundang-undangan negara sangat diperlukan untuk mengatur etika dalam kebebasan menyampaikan pendapat dan komunikasi. Hal tersebut direalisasikan oleh pemerintah dengan mengeluarkan UU No. 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Undang-undang tersebut bertujuan untuk memberikan batasan kepada masyarakat agar tidak menggunakan teknologi digital berupa media sosial dengan sesukanya tanpa memperhatikan hak orang lain serta sebagai suatu aturan untuk menghormati hak dan kebebasan atas orang lain. UU No. 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik mengatur tentang hal-hal yang tidak boleh dilakukan pengguna ketika menggunakan media sosial. Hal tersebut terdapat dalam rumusan pasal 27 ayat (3) yang menjelaskan tentang larangan menyebarkan informasi yang bertujuan untuk menghina ataupun pencemaran nama baik dalam bermedia sosial.

Selain itu, peraturan terkait dengan hal-hal yang dilarang beserta hukumannya dalam bermedia sosial terdapat dalam pasal 45A ayat (1), dalam pasal ini menjelaskan bahwasannya seseorang yang dengan atau tanpa sengaja menyebarkan berita bohong dan menyesatkan hingga menyebabkan kerugian pada orang lain dalam bentuk apapun seperti yang diatur dalam pasal 28 ayat (1) dan jika ketentuan tersebut dilanggar akan dikenai sanksi pidana berupa penjara paling lama enam tahun atau denda paling banyak satu miliar rupiah.

### **3. Etika Bersosial Media Berdasarkan Perspektif Al-Qur'an dan Hukum Negara**

Media sosial dapat diartikan sebagai ruang dimana manusia dapat dengan bebas memainkan realitasnya kedalam hal yang bersifat halusinasi. Dalam ruang media sosial tersebut terdapat beberapa bentuk kebebasan yang memungkinkan seseorang untuk mengekspresikan dirinya, baik itu

dalam hal berpendapat, memperoleh dan menyampaikan informasi, serta berbagai kebebasan lainnya yang dapat diperoleh dalam bermedia sosial. Oleh sebab itu untuk mengantisipasi sesuatu yang tidak diinginkan akibat kebebasan yang ditawarkan di media sosial, etika bermedia sosial ini penting sekali diterapkan agar manusia dapat mengontrol segala aktivitasnya dari segala bentuk penyimpangan dan tetap berada pada jalurnya ketika media sosial. Keberadaan media sosial memang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia, terlebih lagi di era revolusi ini yang mewajibkan manusia untuk memiliki sosial media. Karena begitu pentingnya media sosial bagi manusia berbagai hukum baik hukum Islam yang bersumber dari Al-Qur'an maupun hukum negara juga ikut serta mengaturnya. Dan mengenai etika dalam bermedia sosial dapat diambil berdasarkan perspektif keduanya. Adapun etika tersebut sebagai berikut:

- a. Memberikan berita atau informasi harus sesuai dengan kebenaran, tidak melebihkan atau mengurangi dengan fatka yang ada dan tidak menyampaikan atau menyebarkan berita berisikan kebohongan (hoax). Hal tersebut sesuai dengan Q.S al-Ahzab ayat 70, dalam ayat ini memerintahkan kepada manusia untuk selalu bertaqwa kepada Allah dan mengatakan dengan perkataan sesuai kebenaran. Juga dalam Q.S an-Nur ayat 11, ayat ini juga menjelaskan bahwasannya seseorang yang membawa berita bohong maka orang tersebut akan mendapat balasan dari dosa yang dikerjakannya, dan siapapun orang yang mengambil bagian yang terbesar dalam menyiarkan berita bohong maka ia akan memperoleh azab yang besar juga. Hal ini juga disebutkan dalam UU ITE No.19 Tahun 2016 Pasal 28 ayat (1) menjelaskan bahwa setiap orang dilarang menyebarkan berita bohong dan menyesatkan hingga mengakibatkan kerugian dalam bentuk apapun baik disengaja ataupun tidak ada hak untuk itu. Adapun jika melanggarnya maka akan dikenai sanksi pidana seperti yang dijelaskan pada pasal 45A ayat (1) yakni dengan pidana penjara paling lama enam tahun dan denda paling banyak satu miliar rupiah.
- b. Meneliti dan memeriksa ulang berbagai informasi yang didapatkan dari media sosial agar memperoleh informasi dengan data yang tepat, sesuai fakta yang ada sebelum disampaikan pada orang lain. Seperti yang terkandung dalam QS. Al-Hujarat ayat 6. Dalam ayat tersebut Allah memerintahkan kepada orang yang beriman untuk memeriksa dengan teliti berita yang diperoleh dari orang yang fasik agar tidak terjadi musibah kepada suatu kaum tanpa orang tersebut mengetahui keadaannya yang menyebabkan orang tersebut menyesal dengan perbuatan yang dilakukannya. Ini juga berlaku untuk semua orang

untuk memerisa kembali segala informasi yang diperolehnya sebelum informasi tersebut disebarakan karena jika ternyata informasi tersebut tidak benar maka akan sangat merugikan bagi orang lain. Adapun hal tersebut juga termasuk ke dalam UU ITE No.19 Tahun 2016 Pasal 28 ayat (1) dan sanksi pidana seperti dijelaskan pada pasal 45A ayat (1). Selain itu, MUI (Majelis Ulama Indonesia) juga mengeluarkan aturan terkait hukum dan pedoman bermuamalah melalui media sosial yang menjadi etika dalam bermedia sosial. Hal tersebut diatur dalam Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017, fatwa tersebut di dalamnya menjelaskan larangan bagi pengguna media sosial untuk menyebarkan informasi yang tidak benar, hoax, fitnah, ghibah, namimah, ujaran kebencian, permusuhan dan hal terlarang lainnya yang dapat menyebabkan disharmoni sosial (Zainuddin, 2020).

- c. Tidak ada unsur yang dapat menghina, mencela, mencemari nama baik, mencaci-maki orang lain hingga menimbulkan kebencian dan kerugian pada orang tersebut yang mana sudah dijelaskan berdasarkan QS. Al-Hujarat ayat 11. Pada ayat ini terdapat larangan seseorang untuk merendahkan, menertawakan, mengejek orang lain dan mencela diri sendiri maupun orang lain atau tidak memanggil dengan nama semestinya. Sementara itu, dalam UU ITE No.19 Tahun 2016 Pasal 27 ayat (3), ayat pada pasal tersebut terdapat larangan tanpa hak untuk mendistribusikan atau mentransmisikan sesuatu yang memiliki muatan penghinaan atau pencemaran nama baik baik desengaja maupun tanpa adanya hak untuk itu.
- d. Berkomunikasi dengan cara dan bahasa yang baik serta tersirat nilai-nilai kebaikan dalam berkomunikasi, kita harus pintar menggunakan cara dan bahasa yang baik agar tersirat nilai-nilai kebaikan (Muhammad Alfiansyah, 2021). Dan dalam berkomunikasi dengan baik tentu di dalamnya tidak terdapat unsur yang mengandung SARA. Adapun hal tersebut sesuai dengan QS. an-Nahl ayat 5: "Sebagaimana firman Allah Swt. dalam Al-Qur'an Surah an-Nahl ayat 5 yang artinya serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk." Hal ini juga diatur dalam UU ITE No.19 Tahun 2016 Pasal 45A ayat (2), di dalamnya terdapat larangan untuk menyebarkan informasi yang dapat menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan yang mengandung SARA. Dan jika melanggarnya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (2) akan dikenai pidana penjara paling enam tahun atau satu miliar rupiah.

Selain dari beberapa etika bermedia sosial berdasarkan perspektif Al-Qur'an dan hukum negara, etika lainnya yakni hindari berlebihan bercerita, mengeluh, berdoa di media sosial. Hindari berlebihan bercerita, mengeluh, berdoa di media sosial. Rasulullah Saw. bersabda: *"Setiap umatku mendapat pemaafan kecuali orang yang menceritakan (aibnya sendiri). Sesungguhnya diantara perbuatan menceritakan aib sendiri adalah seorang yang melakukan suatu perbuatan (dosa) di malam hari dan sudah ditutupi oleh Allah Swt. kemudian di pagi harinya dia sendiri membuka apa yang ditutupi Allah Swt. (HR. Bukhori dan Muslim).* Jika dalam keseharian kita mengenal jika diterapkan dalam dunia media sosial, "statusmu adalah harimaumu", maka Islam telah memperingatkan tentang pertanggungjawaban atas segala hal, *Tidak ada satu kata yang diucapkannya, melainkan ada di sisinya malaikat pengawas yang selalu siap (mencatat) (QS. Qâf:18).* Sebaliknya, dengan menyaring setiap informasi yang diterima dan akan disebarluaskan, media sosial bisa digunakan secara strategis sebagai sarana dakwah di tengah gersangnya kahazanah ilmu dan informasi yang seimbang dengan Islam (Aksin, 2016).

Dari beberapa penjelasan dapat diketahui bahwa dalam Al-Qur'an maupun hukum negara keduanya memiliki aturan yang memuat perintah, larangan maupun hukuman yang dapat dijadikan dasar etika dan memperkuat etika tersebut.

Tabel 1. Etika Bermedia Sosial Bersumber dari Al-Qur'an dan Hukum Negara

No	Etika	Al-Qur'an	Hukum Negara	Keterangan
1.	Memberikan berita atau informasi harus sesuai kebenaran dan tidak <i>hoax</i> .	<ul style="list-style-type: none"> <li>Surah al-Ahzab ayat 70</li> <li>Surah an-Nur ayat 11</li> </ul>	Pasal 28 ayat (1) UU ITE	Perintah dan larangan
			Pasal 45A ayat (1) UU ITE	Hukuman
2.	Meneliti dan memeriksa ulang berbagai informasi sebelum di publikasikan.	Surah al-Hujurat ayat 6	Pasal 28 ayat (1) UU ITE	Perintah dan larangan
			Pasal 45A ayat (1) UU ITE	Hukuman

3.	Tidak ada unsur yang dapat menghina, pencemaran nama baik.	Surah al-Hujarat ayat 11	Pasal 27 ayat (3) UU ITE	Perintah dan larangan
4.	Berkomunikasi dengan baik dan tidak mengandung SARA.	Surah an-Nahl ayat 5	Pasal 45A ayat (2) UU ITE	Perintah, larangan dan Hukuman

### Kesimpulan

Etika bermedia sosial dalam perspektif Al-Qur'an dan hukum negara di era revolusi industri 4.0 dan *society* 5.0 memang sangat diperlukan untuk mengatur manusia dalam bermedia sosial. Terlebih lagi di era revolusi industri 4.0 dan *society* 5.0 problematika ikut hadir mewarnai segala macam bentuk kebebasan yang diberikan dalam bermedia sosial menjadi suatu hal yang harus di cari jalan keluarnya, itulah mengapa etika merupakan sesuatu yang sangat penting atas problematika yang dihadapi. Apabila pengguna media sosial dapat memahami dan menerapkan etika bermedia sosial dalam kehidupannya tentu hal ini akan dapat meminimalisir permasalahan terkait dengan bermedia sosial. Adapun penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi manfaat dan pengetahuan bagi pengayaan khazanah pengetahuan Islam dan negara berkaitan dengan etika bersosial media dalam prespetif Al-Qur'an dan hukum negara di era revolusi industri 4.0 dan *society* 5.0. Secara praktis, penelitian ini diharapkan menjadi rujukan dalam penerapan Al-Qur'an dan hukum negara tentang etika bersosial media di era revolusi industri 4.0 dan *society* 5.0. Selain itu dalam penelitian ini memiliki keterbatasan karena baru penelitian etika bermedia sosial dalam perspektif Al-Qur'an dan hukum negara di era revolusi industri 4.0 dan *society* 5.0 sehingga masih dibutuhkan penelitian lebih lanjut terutama terkait dengan pengetahuan hukum. Penelitian ini merekomendasikan untuk kalangan ahli pengamat teknologi digital khususnya media sosial dan ahli hukum yang bekerja sama memantau dan menangani permasalahan-permasalahan yang baru yang lebih kompleks lagi di media sosial.

### Daftar Pustaka

Aisyah Siddiq, N. (2017). Penegakan Hukum Pidana dalam Penanggulangan Berita Palsu (Hoax) Menurut Undang-Undang No.11 Tahun 2008 yang Telah Dirubah Menjadi Undang-Undang No.19

- Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. *Lex Et Societatis*, 5(10), 26-32.
- Aksin, N. (2016). Pandangan Islam Terhadap Pemanfaatan Media Sosial. *Jurnal Informatika Upgris*, 2(2), 119-126.  
<https://doi.org/10.26877/jiu.v2i2.1262>
- Andriani, F. (2019). Perkembangan Etika Komunikasi Islam dalam Bermedia Sosial. *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 6(1), 55-73. <https://doi.org/10.21043/at-tabsyir.v6i1.5586>
- Darmalaksana, W. (2021). Panduan Penulisan Artikel Hasil Penelitian Mini Mahasiswa untuk Keluaran Mata Kuliah Berbasis Capaian Publikasi Jurnal Ilmiah. *Pre-Print Kelas Menulis UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 1-8.
- Fabriar, S. R. (2014). Etika Media Massa Era Global. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 6(1), 70-84.
- Fauzan, R. (2018). Karakteristik Model dan Analisa Peluang-Tantangan Industri 4.0. *Jurnal Teknik Informatika Politeknik Hasnur*, 4(1), 1-11.  
<http://ejournal.polihasnur.ac.id/index.php/pha/article/view/271>
- Ghifari, M. (2019). Al-Qur'an sebagai Weltanschauung Revolusi Industri 4.0 dalam Menghadapi Tantangan Barat Pada Abad Ke-21. *Nun*, 5(2).
- Haekal, M. (2018). *Prinsip-Prinsip Etik Komunikasi Bermedia Sosial yang Terkandung dalam Ayat-Ayat Qaul di Dalam Al-Qur'an* (Vol. 1). Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Ikhsanuddin Nur Ismai, M. (2021). *Impak dan Respon Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya Terhadap Pemberitaan dan Dakwah Negatif di Media Sosial* [Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya].  
<https://emea.mitsubishielectric.com/ar/products-solutions/factory-automation/index.html>
- Muhammad Alfiansyah, N. dan. (2021). Sosial, Etika Komunikasi Islami di Media Terhadap, dalam Perspektif Alquran dan Pengaruhnya Keutuhan Negara. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 1(1), 77-91.
- Nur Latifah, Bunga Rosi, Rahmat. R, H. Z. (2020). Cyberbullying Perspektif Al-Qur'an dan Konstitusi Negara sebagai Pendidikan dalam Etika Penggunaan Media Sosial. *JPPi: Jurnal Pendidikan Islam Pendekatan Interdisipliner*, 4(2), 69-78.  
<https://jppi.ddipolman.ac.id/index.php/jppi/article/view/78>
- Pienrasmi, H. (2015). Pemanfaatan Social Media oleh Praktisi Public Relations di Yogyakarta. *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 199-210.  
<https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol9.iss2.art6>
- Puspita, Y., Fitriani, Y., Astuti, S., & Novianti, S. (2020). Selamat Tinggal Revolusi Industri 4.0, Selamat Datang Revolusi Industri 5.0. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Program Pascasarjana Universitas PGRI*

*Palembang*, 122-130.

<https://jurnal.univpgripalembang.ac.id/index.php/Prosidingpps/article/view/3794/3565>

Putri Anita, T. (2020). *Revolusi Industri Perspektif Tafsir Al-Mishbah*. Institut Agama Islam Negeri Palangkaraya.

Ridwan, A. H., & Rahmat, A. (2020). Dimensi Kondisionalitas dan Fleksibilitas Al-Qur'an Bagi Implementasi Fatwa Dsn-Mui Tentang Produk Bank Syariah. *Asy-Syari'ah*, 22(1).

<https://doi.org/10.15575/as.v22i1.8467>

Shihab, M. Q. (2002). *Tafsir Al-Mishbah*. Lentera Hati.

Syam, M. A. (2014). *Reartikulasi Spirit Al-Quran di Era Revolusi Industri 4.0*. UIN Alaudidin Makassar.

Zainuddin, H. (2020). Etika Penggunaan Media Sosial dalam Al-Qur'an sebagai Alat Komunikasi di Era Digitalisasi. *Al-Mutsla: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman dan Kemasyarakatan*, 2(1), 27-39.

<https://doi.org/10.46870/almutsla.v2i1.50>