



---

## Budaya Viral dan Etika Islam di Media Sosial: Studi Sosiologis atas Reaksi Publik terhadap Kasus Tumbler Tuku

Ryky Dian Pratama<sup>1</sup>, Arisman<sup>2</sup>

Universitas Islam Negeri Sultan Syarim Kasim Riau, Indonesia

Email Korespondensi: [rykydianpratama@gmail.com](mailto:rykydianpratama@gmail.com), [arisman@uin-suska.ac.id](mailto:arisman@uin-suska.ac.id)

---

Article received: 01 November 2025, Review process: 11 November 2025

Article Accepted: 25 Desember 2025, Article published: 12 Januari 2026

---

### ABSTRACT

The phenomenon of viral culture on social media has transformed how Muslim communities interact and judge public events. This study analyzes the relevance of Islamic ethical principles in digital communication by examining the Tumbler Tuku case that went viral in Indonesia in 2025. Using a qualitative descriptive approach through literature review, Qur'anic exegesis, and social media analysis, this study reveals that the absence of qaulan sadida (truthful speech), qaulan layyina (gentle speech), and tabayyun (verification) values contributed to misinformation, hate speech, and moral distortion in the digital sphere. Islamic ethics function as a "social filter" guiding digital behavior in accordance with the *maqāṣid al-shari'ah* principles of preserving honor, intellect, and morality. The study recommends strengthening Islamic digital literacy through education and online da'wah based on Qur'anic ethics to cultivate a respectful, critical, and responsible communication culture in social media.

**Keywords:** Islamic Ethics, Social Media, Tumbler Tuku

### ABSTRAK

Fenomena budaya viral di media sosial telah mengubah cara masyarakat Muslim berinteraksi dan menilai suatu peristiwa. Penelitian ini bertujuan menganalisis relevansi prinsip etika Islam dalam komunikasi digital dengan meninjau kasus Tumbler Tuku yang sempat viral di Indonesia pada tahun 2025. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan analisis literatur, tafsir Al-Qur'an, dan studi media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa absennya penerapan nilai qaulan sadida (ucapan benar), qaulan layyina (ucapan lembut), dan tabayyun (verifikasi informasi) menjadi penyebab utama terjadinya penyebaran fitnah, ujaran kebencian, dan kesalahpahaman publik di ruang digital. Etika Islam berperan penting sebagai "filter sosial" yang mengarahkan perilaku masyarakat agar tetap selaras dengan prinsip *maqāṣid al-shari'ah* dalam menjaga kehormatan, akal, dan moralitas publik. Penelitian ini merekomendasikan penguatan literasi etika Islam di media sosial melalui pendidikan dan dakwah digital berbasis nilai Qur'ani agar tercipta budaya komunikasi daring yang santun, kritis, dan bertanggung jawab.

**Kata Kunci:** Etika Islam, Media Sosial, Tumbler Tuku

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola interaksi sosial masyarakat secara fundamental. Media sosial kini menjadi ruang utama bagi ekspresi, komunikasi, bahkan pembentukan opini publik. Dalam konteks masyarakat Indonesia yang mayoritas Muslim, ruang digital tidak hanya menjadi arena pertukaran informasi, tetapi juga menjadi cermin moralitas dan budaya keagamaan. Fenomena viral kehilangan tumbler Tuku di KRL pada bulan November lalu merupakan contoh nyata bagaimana peristiwa sederhana dapat berkembang menjadi perbincangan publik yang luas, memunculkan spektrum emosi mulai dari empati hingga ujaran kebencian.

Fenomena ini menunjukkan bahwa budaya viral telah membentuk perilaku komunikasi baru yang sering kali lepas dari kontrol etika. Masyarakat digital cenderung mengalami hilangnya kendali moral karena kecepatan interaksi di media sosial. Dalam perspektif Islam, hal ini bertentangan dengan prinsip *akhlaq al-karimah* yang menekankan kehati-hatian dalam berbicara dan menilai sesuatu tanpa bukti (*tabayyun*).

Kajian etika bermedia dalam Islam telah menjadi perhatian banyak peneliti, Rahman et al., (2024) menegaskan bahwa prinsip-prinsip komunikasi Islam seperti *qaulan sadida*, *qaulan layyina*, dan *qaulan ma'rufa* perlu dijadikan dasar bagi perilaku komunikasi digital. Sementara itu, Hasan & Ahyar (2024) menunjukkan bahwa kegagalan menerapkan nilai-nilai moral Islam di ruang siber menyebabkan munculnya fenomena *cyber-ghibah* dan *digital takfirim*, di mana pengguna media sosial dengan mudah menuduh dan mempermalukan orang lain.

Dalam konteks sosiologi hukum Islam, budaya viral menggambarkan benturan antara norma sosial baru di dunia maya dengan norma agama yang bersifat universal. Masyarakat digital menciptakan hukum informal yang diatur oleh algoritma, opini publik, dan budaya trending, sementara hukum Islam tetap berlandaskan nilai-nilai keadilan, adab, dan tanggung jawab sosial (*maslahah*). Oleh karena itu, penelitian ini berupaya memahami bagaimana etika Islam dapat berfungsi sebagai kontrol sosial terhadap perilaku bermedia yang lahir dari budaya viral.

Penelitian ini difokuskan pada analisis sosiologis terhadap reaksi publik di media sosial terhadap kasus viral tumbler Tuku, dengan tujuan untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk pelanggaran etika Islam dalam komunikasi digital serta bagaimana prinsip hukum Islam dapat memberikan solusi normatif terhadap krisis moralitas digital.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma sosiologi hukum Islam, yang bertujuan memahami perilaku sosial masyarakat digital dalam perspektif nilai dan norma Islam. Pendekatan ini sesuai dengan model penelitian sosiologis hukum yang menitikberatkan pada hubungan antara norma keagamaan dan praktik sosial masyarakat. Objek penelitian berupa reaksi publik

terhadap fenomena viral kehilangan tumbler Tuku di KRL, yang menjadi representasi dari budaya viral dan dinamika etika bermedia sosial. Data dikumpulkan melalui analisis isi digital (digital content analysis) terhadap komentar, unggahan, dan wacana publik yang muncul di media sosial seperti Twitter/X, TikTok, dan Instagram selama periode viralitas berlangsung. Proses pengumpulan data dilakukan dengan teknik purposive sampling, dimana konten dipilih berdasarkan relevansinya terhadap tema ujaran kebencian, moralitas digital, dan nilai-nilai Islam.

Analisis data dilakukan dengan meliputi tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, yang kemudian diinterpretasikan dalam bingkai etika Islam dan sosiologi hukum Islam. Untuk memperkuat analisis normatif, hasil pengamatan terhadap perilaku netizen dibandingkan dengan panduan fatwa MUI mengenai penggunaan media sosial serta temuan dari penelitian Muhammad Habibi Siregar dkk. mengenai digital fiqh dan tata kelola etika daring. Dengan kombinasi analisis empiris dan normatif ini, penelitian diharapkan mampu menggambarkan bentuk-bentuk penyimpangan etika Islam dalam budaya viral serta peran hukum Islam sebagai kontrol moral masyarakat digital.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Definisi dan Pola Budaya Viral di Media Sosial*

Fenomena budaya viral merupakan bentuk budaya digital yang berkembang pesat di media sosial, di mana konten tertentu menyebar secara cepat dan luas karena partisipasi aktif pengguna. Konten viral bukan hanya hasil dari sistem teknologi, tetapi juga bentuk kolaborasi sosial yang membuat makna tersebar melintasi jaringan pengguna. Dalam konteks ini, setiap pengguna media sosial berperan sebagai produsen sekaligus konsumen makna yang mempercepat sirkulasi informasi.

Penelitian terbaru juga menegaskan hal serupa, misalnya penelitian Shafwah Natasya et al., (2025) menunjukkan bahwa budaya viral berperan dalam membentuk pemahaman mahasiswa Muslim terhadap nilai keagamaan di media social. Sementara penelitian dari Abdul Fatah et al., (2022) menyoroti bahwa interaksi digital Muslim sering kali membawa nilai *Qur'anic digital civility*, yaitu kesopanan dan moralitas Islam yang ditransformasikan dalam ruang digital. Temuan ini menunjukkan bahwa budaya viral bukan sekadar fenomena teknologi, tetapi juga proses sosial yang sarat nilai moral dan keagamaan.

### *Kronologi Kasus Tumbler Tuku dan Respon Publik*

Kasus Tumbler Tuku menjadi salah satu contoh nyata bagaimana budaya viral bekerja di masyarakat. Kejadian bermula pada 24 November 2025, ketika seorang penumpang bernama Anita Dewi kehilangan *cooler bag* berisi tumbler merek Tuku di gerbong khusus perempuan KRL Tanah Abang - Rangkasbitung. Setelah barang ditemukan oleh petugas KAI dan disimpan sesuai prosedur di Stasiun Rangkasbitung, Anita mengklaim bahwa tumbler tersebut hilang ketika diambil

kembali. Ia kemudian menulis keluhan di media sosial *Threads* yang menuduh petugas lalai, dan unggahannya langsung menjadi viral. Gelombang komentar publik muncul di Twitter, TikTok, dan Instagram sebagian menunjukkan empati, sementara sebagian lainnya menyalahkan pihak petugas tanpa verifikasi fakta.

Dalam waktu singkat, persepsi publik membentuk narasi moral baru siapa yang benar, siapa yang bersalah, dan apa yang dianggap adil. Akibat tekanan warganet, perusahaan tempat Anita bekerja, PT Daidan Utama memutuskan hubungan kerja dengannya karena dinilai menciptakan kegaduhan publik. Pihak KAI kemudian menegaskan bahwa petugas tidak bersalah dan prosedur telah dijalankan dengan benar. Setelah dilakukan mediasi, Anita bersama suaminya menyampaikan permintaan maaf terbuka kepada petugas dan masyarakat.

Reaksi publik terhadap kasus ini menggambarkan bagaimana masyarakat digital membangun “realitas moral baru” melalui interaksi online. Dalam konteks digital, media sosial menjadi arena tempat realitas tersebut dinegosiasikan. Setiap komentar, *like*, dan *share* berkontribusi membentuk opini publik yang akhirnya menentukan siapa yang dinilai benar atau salah.

Beberapa penelitian kontemporer mendukung pandangan ini, Pamungkas et al., (2024) menunjukkan bahwa media digital berperan penting dalam membentuk identitas sosial dan nilai budaya masyarakat Indonesia. Selanjutnya Muary et al., (2024) juga menyoroti munculnya “populisme Islam digital” di mana isu keagamaan sering kali menjadi sumber viralitas yang sarat emosi moral. Dengan demikian, budaya viral tidak sekadar cermin perilaku daring, tetapi juga bentuk partisipasi moral masyarakat Muslim dalam menegakkan nilai keadilan dan etika sosial.

### ***Relevansi Sosiologi Hukum Islam dalam Budaya Digital***

#### **1. Konsep Dasar Sosiologi Hukum Islam**

Sosiologi hukum Islam merupakan cabang ilmu yang menelaah bagaimana norma hukum Islam (*syariah*) berinteraksi dengan praktik sosial yang hidup dalam masyarakat. Dalam kerangka ini, hukum Islam dipahami tidak hanya sebagai teks normatif, tetapi sebagai *living law* yang terus berkembang sesuai konteks sosial. Hukum Islam memiliki sifat dinamis karena ia menyesuaikan diri dengan perubahan sosial dan perkembangan teknologi yang memengaruhi cara masyarakat berinteraksi. Hal ini berarti, hukum Islam tidak berhenti pada teks klasik, melainkan terus beradaptasi dengan situasi baru seperti interaksi digital dan komunikasi virtual (Shuhufi et al.,).

Hukum Islam juga berperan dalam menuntun perilaku masyarakat agar tetap berada dalam batas etika syariah, termasuk di dunia digital. Dalam konteks media sosial, norma Islam berfungsi sebagai panduan moral yang mendorong pengguna agar menggunakan teknologi secara bertanggung jawab. Prinsip hukum Islam berperan penting dalam mengarahkan aktivitas daring, mulai dari penyebaran informasi hingga menjaga etika berkomentar (Khariri, 2019). Dengan demikian, sosiologi hukum Islam tidak hanya membahas hukum sebagai teks, tetapi juga sebagai sistem nilai yang hidup dalam dinamika sosial digital.

## 2. Perubahan Struktur Norma di Era Media Sosial

Transformasi digital telah menciptakan fenomena baru yang disebut *norma algoritmik*, yaitu aturan tidak tertulis yang dibentuk oleh sistem media sosial melalui logika algoritma. Norma ini menentukan apa yang dianggap penting, populer, dan pantas untuk dikonsumsi publik. Dalam banyak kasus, *norma algoritmik* ini menggantikan atau bahkan menyaingi norma sosial berbasis agama. Munculnya budaya algoritmik menandakan adanya “dislokasi norma”, di mana nilai-nilai maqāṣid al-shari’ah seperti *hifz al-‘aql* (menjaga akal) dan *hifz al-dīn* (menjaga agama) sering kali tergeser oleh standar popularitas digital seperti jumlah *like* dan *share* (Abdullah et al., 2025).

Fenomena ini menunjukkan adanya negosiasi antara identitas digital dan prinsip keagamaan. Dalam dunia maya, tindakan yang viral sering kali dinilai dari daya tarik emosional, bukan dari nilai moralnya. Seperti penelitian yang ditulis oleh Wibowo & Triadi (2025) bahwa media sosial menggeser otoritas keagamaan formal menuju “otoritas virtual”, di mana figur publik atau influencer dapat menentukan persepsi kebenaran agama melalui narasi digital mereka. Ini berdampak pada otoritas ulama dan lembaga fatwa, karena masyarakat kini lebih sering merujuk pada sumber daring yang belum tentu memiliki landasan hukum Islam yang kuat. Dalam hal ini, sosiologi hukum Islam ditantang untuk menemukan kembali relevansinya sebagai kerangka etik yang bisa menavigasi benturan antara nilai agama dan logika algoritma.

## 3. Hukum Islam Sebagai Mekanisme Kontrol Sosial

Dalam sosiologi hukum Islam, fungsi utama hukum adalah sebagai mekanisme kontrol sosial yaitu sistem nilai dan norma yang menjaga stabilitas moral serta mengarahkan perilaku masyarakat agar sesuai dengan prinsip syariah. Hukum Islam bukan hanya instrumen yuridis, tetapi juga etika sosial yang menata hubungan antarindividu dan antara manusia dengan Tuhan (*hablun minannas* dan *hablun minallah*). Prinsip ini sejalan dengan firman Allah dalam QS. An-Nisa’: 59.

يَأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولَئِكَ الْمُكْرَمُونَ فَإِن تَنَازَعْ عَنْمَ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِن كُلُّنَّمُؤْمِنٌ بِاللَّهِ وَاللَّيْلُمُ الْآخِرُ لِلَّهِ خَيْرٌ وَأَخْسَنُ تَأْوِيلًا

*“Wahai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasul (Nabi Muhammad) serta ululamri (pemegang kekuasaan) di antara kamu. Jika kamu berbeda pendapat tentang sesuatu, kembalikanlah kepada Allah (Al-Qur'an) dan Rasul (sunahnya) jika kamu beriman kepada Allah dan hari Akhir. Yang demikian itu lebih baik (bagimu) dan lebih bagus akibatnya (di dunia dan di akhirat)”.*

Ayat ini menegaskan pentingnya ketiaatan terhadap otoritas agama dan sosial, termasuk ulama dan lembaga hukum Islam yang berperan menjaga keteraturan masyarakat. Dalam konteks digital, perintah ini mencakup kepatuhan

terhadap norma etika bermedia sosial yang ditetapkan berdasarkan nilai-nilai syariah.

Hukum Islam dalam ruang digital bertugas memastikan agar kebebasan berekspresi tidak melanggar prinsip *maqāṣid al-shari’ah* terutama *hifz al-‘ird* (menjaga kehormatan), *hifz al-‘aql* (menjaga akal), dan *hifz al-dīn* (menjaga agama). Sebagai contoh, Fatwa Majelis Ulama Indonesia No. 24 Tahun 2017 tentang “Etika Bermedia Sosial” menegaskan larangan menyebarkan berita bohong (*hoaks*), fitnah (*ghibah*), dan konten yang menyinggung martabat individu. Fatwa ini berfungsi sebagai *safeguard moral* yang membatasi perilaku pengguna media sosial agar tetap dalam koridor etika Islam (Wibowo & Triadi (2025).

Ulama seperti Imam al-Ghazali dalam *Ihya’ Ulumuddin* juga menegaskan pentingnya menjaga lidah dari fitnah dan perkataan yang sia-sia, karena dampaknya dapat menghancurkan kehormatan manusia. Prinsip ini kini relevan dalam konteks *digital speech ethics*, di mana kata-kata memiliki jangkauan viral yang dapat memicu konflik sosial (Al Ghazali, 2013).

Kasus Tumbler Tuku yang viral di media sosial pada akhir November 2025 memperlihatkan bagaimana lemahnya kontrol sosial dalam ruang digital dapat menciptakan efek domino sosial yang luas. Kasus Tumbler Tuku yang viral di media sosial pada akhir November 2025 memperlihatkan bagaimana lemahnya kontrol sosial dalam ruang digital dapat menciptakan efek domino sosial yang luas. Seperti dilaporkan oleh Akurat.co seorang pengguna KRL bernama Anita Dewi kehilangan *cooler bag* berisi tumbler Tuku dan menuduh petugas KAI lalai melalui unggahan di *Threads*. Dalam hitungan jam, unggahan tersebut menjadi viral dan menimbulkan gelombang hujatan terhadap petugas yang diduga terlibat, padahal kemudian terbukti tidak bersalah. Peristiwa ini memperlihatkan bagaimana norma digital cenderung digerakkan oleh emosi publik dan algoritma, bukan oleh prinsip keadilan sosial.

Dalam kacamata hukum Islam, peristiwa ini merupakan bentuk pelanggaran terhadap *hifz al-‘ird* (menjaga kehormatan) karena tuduhan yang belum terbukti telah mencederai martabat orang lain. QS. Al-Hujurat :6 memberikan peringatan jelas,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءُكُمْ فَاسِقٌ بِنَيْأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوهُ قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَلَا صِنْحُورًا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَدِمِينَ

“Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan(-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu”.

Ayat ini menjadi dasar etik dalam menyebarkan informasi di dunia digital bahwa verifikasi fakta adalah kewajiban moral sebelum menyampaikan berita apa pun. Penelitian Shuhufi et al., menjelaskan bahwa hukum Islam dapat berfungsi sebagai keseimbangan sosial setelah dislokasi norma akibat budaya viral. Dalam konteks Tumbler Tuku, otoritas agama dapat berperan menanamkan nilai *tabayyun* (klarifikasi informasi) dan *husnuzan* (prasangka baik) melalui dakwah digital dan literasi etika bermedia sosial. Hal ini sejalan dengan penelitian Istiani & Islamy (2020)

bahwa *ijtihad digital* perlu diarahkan agar masyarakat tidak hanya reaktif terhadap isu viral, tetapi juga reflektif terhadap nilai keislaman.

Lebih jauh, analisis sosiologis menunjukkan bahwa reaksi publik terhadap kasus tersebut membentuk “realitas moral baru” di mana reputasi seseorang dapat berubah karena opini daring, bukan bukti faktual. Disinilah hukum Islam hadir sebagai penyeimbang moral digital. Dengan menanamkan nilai *hifz al-nafs* (menjaga jiwa dari kebinasaan moral) dan *hifz al-aql*, hukum Islam mengingatkan bahwa setiap tindakan digital memiliki implikasi ukhrawi (akhirat). Fatwa MUI dan literasi syariah digital menjadi media penting untuk mengembalikan keseimbangan sosial yang terganggu akibat *disinformasi viral*.

Kasus Tumbler Tuku menjadi contoh nyata bagaimana kontrol sosial Islam di dunia digital dapat menimbulkan kerusakan sosial dan moral yang luas. Dalam perspektif penulis, hukum Islam memiliki potensi besar yang mengintegrasikan nilai spiritual dan sosial untuk menata kehidupan digital. Dengan menegakkan prinsip *tabayyun*, *adab al-lisan*, dan *ta'awun 'ala al-birr*, masyarakat Muslim dapat mengembalikan fungsi media sosial sebagai ruang dakwah dan solidaritas, bukan ajang persekusi publik. Relevansi sosiologi hukum Islam di era digital justru terletak pada kemampuannya menavigasi hubungan antara algoritma, emosi publik, dan nilai ilahiah menjadikan syariah bukan sekadar teks hukum, tetapi sistem etika hidup dalam ekosistem digital modern.

### ***Etika Islam dalam Berinteraksi di Media Sosial***

Era media sosial telah mengubah pola komunikasi umat manusia. Batas antara ruang privat dan publik menjadi kabur, sehingga setiap individu dapat dengan mudah mengekspresikan pendapat, kritik, bahkan amarah tanpa filter etika yang jelas. Dalam konteks ini, etika Islam hadir sebagai *filter sosial* yang menjaga keseimbangan antara kebebasan berekspresi dan tanggung jawab moral. Etika Islam berfungsi bukan sekadar sebagai norma pribadi, melainkan sebagai sistem nilai yang mengatur perilaku kolektif masyarakat digital agar tetap mencerminkan adab Islam. Prinsip-prinsip seperti *qaulan sadida* (ucapan yang benar), *qaulan layyina* (ucapan yang lembut), dan *tabayyun* (klarifikasi informasi) menjadi fondasi moral yang relevan dalam mengelola komunikasi daring.

Dalam perspektif sosiologis, media sosial telah menciptakan bentuk “komunitas moral digital” di mana opini publik terbentuk secara spontan dan sering kali emosional. Tanpa etika Islam, ruang ini mudah berubah menjadi arena fitnah, persekusi, dan pelanggaran kehormatan. Oleh karena itu, penerapan prinsip-prinsip komunikasi Qur’ani sangat penting untuk menuntun umat dalam berinteraksi secara bermartabat di dunia maya. Berikut prinsip-prinsip etika Islam dalam bermedia sosial:

#### **1. Prinsip *Qoulan Sadida* (Ucapan yang Benar)**

Prinsip *qaulan sadida* berarti berkata jujur dan benar, tidak mengada-ada atau menyebarkan informasi yang tidak valid. Hal ini sejalan dengan QS. Al-Ahzab ayat 70 yang menyatakan:

يَأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّكُمْ أَنْتُمُ الْمُسْتَقْرِئُونَ فَوْلَادُ سَدِيدٍ

*"Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar"*

Ulama kontemporer seperti Wahbah az-Zuhaili dalam *Tafsir al-Munir* menjelaskan bahwa "perkataan yang benar" mencakup ucapan yang selaras dengan realitas dan membawa kemaslahatan sosial; bukan hanya kebenaran faktual, tetapi juga moral (Az Zuhaili, 1998). Dalam konteks media sosial, *qaulan sadida* berarti tidak menyebarkan kabar tanpa bukti dan menjaga agar opini publik tidak disesatkan oleh narasi emosional.

Pelanggaran terhadap *qaulan sadida* terlihat jelas dalam kasus Tumbler Tuku yang viral pada November 2025. Ketika pengguna media sosial terutama *Threads* dan *Twitter/X* menuduh petugas KAI tanpa bukti valid, mereka telah menyebarkan informasi yang tidak akurat dan mencederai seseorang.

## 2. Prinsip *Qoulan Layyina* (Ucapan yang Lembut)

*Qaulan layyina* berarti berbicara dengan bahasa yang lembut, penuh adab, dan tidak menyakiti orang lain. QS. Thaha ayat 44 menyatakan:

فَقُولَا لَهُ فَوْلَادُ لَيْلَةً يَنْذَرُ أَوْ يَخْشَى

*"Berbicaralah kamu berdua kepadanya (Fir'aun) dengan perkataan yang lemah lembut, mudah-mudahan dia sadar atau takut".*

Ayat ini awalnya ditujukan kepada Nabi Musa as. ketika berhadapan dengan Fir'aun simbol kezaliman tertinggi. Artinya, bahkan kepada orang yang zalim pun, Islam memerintahkan kelembutan dalam komunikasi. Dalam konteks media sosial, *qaulan layyina* berarti menghindari kata-kata kasar, sarkasme, dan ujaran kebencian. Menurut Tantawi Jauhari dalam *Al-Jawaahir fi Tafsir al-Qur'an al-Karim*, ayat ini menunjukkan bahwa kelembutan bukan tanda kelemahan, melainkan strategi dakwah yang efektif. Ia menafsirkan "layyina" sebagai ucapan yang mengandung penghormatan dan empati, bahkan ketika menghadapi kesalahan orang lain (Jauhari, 2002).

Dalam kasus Tumbler Tuku, banyak warganet menggunakan bahasa kasar dan cemoohan terhadap pihak yang dianggap bersalah. Bentuk komentar seperti "memalukan," "harus dipecat," atau "karma akan datang" menunjukkan degradasi adab dalam bermedia sosial. Padahal, etika Islam menuntut agar kritik disampaikan dengan santun dan baik. Muhammad Shuhufi dkk, juga menjelaskan bahwa kelembutan berbicara di dunia digital merupakan bentuk *ta'dib al-lisan* adab berbahasa yang mencerminkan kematangan spiritual. Umat Islam diperintahkan untuk menasihati dengan hikmah, bukan menghina atau mempermalukan.

## *Prinsip Tabayyun (Klarifikasi dan Verifikasi)*

*Tabayyun* berarti memastikan kebenaran suatu berita sebelum menyeirkannya. Hal ini termaktub dalam QS. Al-Hujurat ayat 6:

يَأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَالِسْقُ بَيْنَ أَنْ تُصِيبُوهُ قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوهُ عَلَى مَا فَعَلْنَاهُ نَدِيمِنَ

*“Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahanan-Mu yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu”.*

Muhammad Abdurrahman dalam *Tafsir al-Manar* menafsirkan ayat ini sebagai perintah membangun *mas'uliyyah akhlaqiyyah* (tanggung jawab moral) dalam penyebaran berita. Ia menegaskan bahwa keimanan sejati mencakup kemampuan menahan diri sebelum menyimpulkan kebenaran (Abduh & Ridha, 1934).

Kasus Tumbler Tuku memperlihatkan absennya *tabayyun* di kalangan netizen. Banyak pengguna media sosial langsung mempercayai narasi pertama tanpa memeriksa fakta. Setelah kasus berkembang, PT KAI menyatakan bahwa petugas yang dituduh tidak bersalah. Kemudian ketika kebenaran muncul, sebagian besar netizen enggan mengoreksi atau meminta maaf. Inilah pelanggaran etik utama atas ketidaksediaan untuk *tabayyun* atau taubat informasi.

Ketiga prinsip ini merupakan fondasi etika komunikasi digital dalam Islam dan berperan sebagai *filter sosial* yang memperkuat nilai moral dalam interaksi daring. Kasus Tumbler Tuku menunjukkan bagaimana kegagalan menerapkan prinsip-prinsip tersebut dapat menimbulkan konflik publik, menyebarkan hoaks, dan mencederai kehormatan individu di ruang digital.

## SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa budaya viral di media sosial telah membentuk pola komunikasi baru yang sering kali menjauh dari nilai-nilai etika Islam. Fenomena kasus Tumbler Tuku menjadi bukti bagaimana opini publik dapat berkembang cepat tanpa dasar fakta yang jelas, hingga melahirkan ujaran kebencian dan persekusi digital. Dalam situasi seperti ini, hukum Islam hadir bukan hanya sebagai aturan keagamaan, tetapi juga sebagai sistem sosial yang menata perilaku masyarakat digital agar tetap selaras dengan prinsip *maqāṣid al-sharī'ah*. Nilai-nilai seperti *ḥifz al-'ird* (menjaga kehormatan), *ḥifz al-'aql* (menjaga akal), dan *ḥifz al-dīn* (menjaga agama) menjadi pedoman penting untuk membangun moralitas publik di dunia maya. Lebih jauh, penelitian ini menegaskan bahwa prinsip komunikasi Qur'ani qaulan sadida (ucapan yang benar), qaulan layyina (ucapan yang lembut), dan tabayyun (verifikasi informasi) merupakan fondasi utama dalam menjaga adab bermedia sosial. Ketika prinsip-prinsip ini diabaikan, media sosial berubah menjadi ruang konflik dan fitnah yang merusak reputasi serta nilai kemanusiaan. Oleh karena itu, diperlukan penguatan literasi etika Islam di ruang digital melalui pendidikan, dakwah, dan kebijakan publik berbasis nilai syariah. Dengan menerapkan etika Islam sebagai filter sosial, masyarakat Muslim dapat menciptakan ekosistem digital yang berkeadaban, berempati, dan mencerminkan karakter rahmatan lil 'alamin.

## DAFTAR RUJUKAN

Abduh, Muhammad. & Rasyid Ridha. *Tafsir al-Manar*. Kairo: Dar al-Fikr. 1934.

- Abdullah, Jundi Soehardin, Muhammad Jailani, dan Husna Nashihin. "Contemporary Fiqh Framework in The Era of Digital Transformation: New Challenges and Opportunities". *At-Turots: Jurnal Pendidikan Islam* 7. no. 2. (2025). <https://doi.org/10.51468/jpi.v7i2.1292>
- Al-Ghazali, Imam. *Ihya' Ulumuddin: The Ethics of Words and Action*. (2013). IslamOnline.net. <https://islamonline.net/imam-al-ghazali-the-ethics-of-words-and-actions/>
- Az-Zuhaili, Wahbah. *Tafsir al-Munir fi al-'Aqidah wa al-Syari'ah wa al-Manhaj*. Damaskus: Dar al-Fikr. 1998.
- Berita Akurat.co. <https://jakarta.akurat.co/kasus/1316887755>
- Fatah, Abdul, Shofaussamawati, dan Aziizah Khusniyah. "Qur`anic Digital Civility: Contemporary Indonesian Muslim Interaction on Social Media". *Jurnal Theologia* 33. no. 2. (2022). <https://doi.org/10.21580/teo.2022.33.2.13367>
- Hasan, Kamaruddin, Abdullah, dan Ahyar. "Islamic Communication Ethics: Concepts and Applications In The Digital Era". *Jurnal Al-Fikrah* 13. no. 1. (2024). <https://doi.org/10.54621/jiaf.v13i1.734>
- <https://jakarta.akurat.co/kasus/1316887755> diakses pada Jum`at, 12 Desember 2025.
- <https://www.liputan6.com/bisnis/read/6223081> diakses pada Jum`at, 12 Desember 2025.
- Istiani, Nurul dan Athoillah Islamy. "Fikih Media Sosial di Indonesia (Studi Analisis Falsafah Hukum Islam dalam Kode Etik NetizMu Muhammadiyah)". *Asy Syar`iyyah: Jurnal Ilmu Syari`ah dan Perbankan Islam* 5. no. 2. (2020). <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>
- Jauhari, Tantawi. *Al-Jawaahir fi Tafsir al-Qur'an al-Karim*. Kairo: Dar al-Hadith. 2002.
- Khariri. "Menggagas Fikih Media Sosial". *Al-Manahij* 13. no. 1. (2019). <https://doi.org/10.24090/mnh.v0i1.2123>
- Muany, Rholand, Neila Susanti, dan Puteri Atikah. "Salafis and Social Media: The Emergence of Islamic Populism in Indonesia". *Jurnal Sosiologi Agama* 18. no. 2. (2024). <https://doi.org/10.14421/jsa.2024.182-02>
- Natasya, Shafwah, dkk. "Studi Lapangan Terkait Hukum Islam dalam Budaya Viral antara Popularitas dan Prinsip". *Sujud: Jurnal Agama, Sosial dan Budaya* 1. no. 4. (2025). <https://doi.org/10.63822/zdpdvv48>
- Pamungkas, Yudha Catur, Agoes Moh. Moefad, dan Ryan Purnomo. "Konstruksi Realitas Sosial di Indonesia dalam Peran Media dan Identitas Budaya di Era Globalisasi". *Metta: Jurnal Ilmu Multidisiplin* 4. no. 4. (2024). <https://doi.org/10.37329/metta.v4i4.3737>
- Rahman, Abdul, Mulsir Irawanda, dan Syukri. "Islamic Ethical Guidance in the Digital Age: A Study of MUI Fatwas on Social Media Use in Indonesia". *Parewa Saraq: Journal of Islamic Law and Fatwa Review* 3. no. 1. (2024). <https://doi.org/10.64016/parewasaraq.v3i1.38>
- Shuhufi, Muhammad, dkk. "Islamic Law and Social Media: Analyzing the Fatwa of Indonesian Ulama Council Regarding Interaction on Digital Platforms".

---

*Samarah: Jurnal Hukum Keluarga dan Hukum Islam* 6. no. 2. (2022).  
<https://doi.org/10.22373/sjhk.v6i2.15011>

Siregar, Muhammad Habibi, dkk. "Digital Fiqh and Ethical Governance: Negotiating Islamic Normativity and Online Narcissism in Contemporary Indonesia". *JURIS: Jurnal Ilmiah Syariah* 24. no. 1. (2025).  
<https://doi.org/10.31958/juris.v24i1.13218>

Wibowo, Riski Ari dan Irwan Triadi. "Fatwa di Era Disrupsi Digital: Studi Tentang Otoritas Agama dan Pengaruh Media Sosial terhadap Penetapan Hukum Islam". *LexIslamica: A Multidisciplinary Approach to Islamic Law and Its Contemporary Applications* 1. no. 3. (2025).  
<https://ejournal.bamala.org/index.php/lexi/article/view/528>