

Pengaruh K-pop terhadap Netizen di Media Sosial Instagram dan Tiktok dalam Perspektif Hadis tentang Akhlak

Saila Salsabila

Jurusan Ilmu Hadis, Fakultas Ushuluddin
UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Jawa Barat, Indonesia
saila.salsabilla25@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membahas pengaruh K-pop terhadap akhlak netizen di media sosial Instagram dan Tiktok. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menerapkan metode deskriptif-analitis. Objek penelitian ini adalah ilmu hadis, sedangkan objek materialnya adalah studi kasus hadis tentang akhlak atau etika di media sosial dan tokoh idola dalam riwayat Shahih Bukhari No. 6003 dan Musnad Ahmad No. 4869. Pembahasan penelitian ini meliputi pengaruh K-pop terhadap akhlak netizen di media sosial Instagram dan Tiktok, konsep berakhlak yang baik di media sosial, dan perspektif hadis tentang akhlak dalam media sosial dan tokoh idola. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Islam tidak pernah melarang umatnya untuk menyukai atau mengidolakan seseorang. Namun, ada batasan ketika mengidolakan seseorang itu dengan syarat tidak keluar dari aturan ajaran Islam. Zaman sekarang K-pop memang sudah meraja rela, dan semua idola K-pop berasal dari non-Muslim juga, akan tetapi perlu diingatkan bahwa menyukai K-pop jangan terlalu berlebihan. Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat bagi pengayaan khazanah pengetahuan Islam.

Kata Kunci: Etika; K-pop; Netizen; Media Sosial; Instagram; Tiktok

Pendahuluan

Perkembangan media sosial saat ini, memang semakin memberikan kemudahan dan ketertarikan bagi masyarakat untuk mengetahui informasi. Dan salah satu media sosial yang sering digunakan saat ini dan semakin banyak digunakan adalah Instagram dan Tiktok. Penggunaan media sosial, telah diriset oleh sebuah perusahaan riset dan analisis dari Inggris, yang menyatakan bahwa Indonesia berada di peringkat ke-3 pengguna Instagram dan Tiktok (Sari M. P., 2017). Penggunaan Instagram dan Tiktok sebagai aplikasi media sosial itu berbeda-beda, terkadang digunakan sebagai komunikasi publik ataupun personal. Serta isi yang

Copyright © 2023 The Authors. Published by Gunung Djati Conference Series
This is an open access article distributed under the CC BY 4.0 license -
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



berbeda seperti, dalam publik ada pemilik akun-akun dakwah Islami, pemilik akun-akun pembelajaran pesan motivasi, pemilik akun-akun penggemar idola dan lain-lain. Dan dalam personal bukan hanya komunikasi dengan orang yang dikenal saja, tetapi dapat berkomunikasi juga dengan orang-orang yang tidak pernah dikenal, seperti seseorang yang sedang *viral* bahkan sampai komunikasi dengan idola yang disukai (Mulawarman, 2017). Akan tetapi, bukan hanya sekedar kegunaan komunikasinya saja, dalam media sosial sangat mempengaruhi kepribadian seseorang, maka dari itu seseorang diharuskan pandai menyikapi agar tidak melupakan kehidupan dunia nyata. Etika atau perilaku dalam penggunaan media sosial juga harus dijaga, agar mendapatkan hal positif (Rinata, 2019). Dari mahirnya Instagram dan Tiktok tersebut berdampak juga pada kemajuan teknologi yang menyebabkan hampir punahnya norma-norma kesantunan dalam segala hal, dan menyebabkan rendahnya etika dan moral, sehingga bukan kesantunan berbahasa yang terjalin melainkan kekerasan mental dan fisik (Tuty Mutiah, 2019). Namun, berinteraksi dalam media sosial haruslah komunikatif dan sopan. Sebagai manusia dalam kehidupan sehari-hari tidak akan pernah terlepas dari komunikasi. Komunikasi selalu menjadi kegiatan utama, mulai dari bangun tidur sampai tidur kembali, baik komunikasi formal maupun nonformal. Hal tersebut sudah menjadi kebiasaan sebagai manusia yang merupakan makhluk sosial tidak dapat hidup sendiri (Maulinda, 2016). Oleh karena itu, Islam sebagai agama *rahmatan lil 'alamin* banyak menjelaskan tentang etika (akhlak) yang terdapat dalam Al-Quran dan Sunnah. Terkhusus dalam etika komunikasi, Al-Quran menjelaskan ada beberapa etika dalam berkomunikasi yang baik, agar tujuan dari komunikasi tersebut dapat menghasilkan kemashlahatan serta menguatkan *ukhuwah* dalam tali persaudaraan (Nazaruddin, 2021).

Penelitian terdahulu mengenai dampak K-pop telah dikemukakan oleh sejumlah peneliti. Antara lain Putri, L. A. (2020), "Dampak Korea Wave terhadap Perilaku Remaja di Era Globalisasi," *Universitas Islam Negeri Syarif Kasim Riau*. Penelitian ini bertujuan membahas perilaku (*akhlak*) perspektif Hadis. Metode penelitian ini bersifat kualitatif melalui studi kasus dengan pendekatan media sosial. Hasil dan pembahasan penelitian ini meliputi tersebarnya budaya K-pop secara global di berbagai negara, fenomena K-pop melanda generasi muda terutama remaja, dan dampak yang disebabkan oleh fenomena K-pop. Penelitian ini menyimpulkan bahwa orang tua harus selalu mengawasi anaknya dan mengontrol jika sudah berlebihan dalam menggemari K-pop, membuat cara mengalihkan dengan liburan atau *family time*, dan lebih mendekatkan serta mengajarkan kepada ilmu agama. Penelitian ini merekomendasikan agar para remaja tidak



terpengaruhi pada hal-hal yang *viral* atau yang sedang *trend* saat ini (Putri, 2020).

Penelitian sekarang dengan hasil penelitian terdahulu memiliki kesamaan yaitu membahas perilaku (*akhlak*). Akan tetapi, terdapat perbedaan antara penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu membahas dampak Korea Wave terhadap perubahan perilaku remaja era globalisasi, sedangkan penelitian sekarang membahas pengaruh K-pop terhadap *akhlak* netizen di media sosial perspektif Hadis.

Kerangka berpikir perlu disusun untuk menjawab pertanyaan bagaimana hadis tentang *akhlak* dan tokoh idola. Tersebarinya budaya K-pop melalui berbagai cara yang dipermudah dengan akses internet dan media sosial yang mempermudah siapa pun mendapat informasi yang tersedia dalam berbagai bahasa. Salah satu media sosial yang sering dijumpai dan menjadi bahan pembicaraan adalah Instagram dan Tiktok. Melalui dua aplikasi ini, para penggemar atau netizen Kpop tak jarang menghabiskan waktu mereka berjam-jam untuk bermain media sosial dan berdiskusi dengan para netizen lain yang mengarah pada perilaku fanatisme (Dewi, 2019). Bagi kebanyakan orang, para netizen yang menggilai K-pop dikenal dengan stereotip yang melekat. Fans Kpop dianggap selalu bersikap berlebihan, gila, histeris, obsesif, adiktif, dan konsumtif ketika mereka menghamburkan uang untuk membeli *merchandise* hingga mengejar idola ke belahan dunia mana pun (Tartila, 2013). Perumpamaan media sosial 'mendekatkan yang jauh dan mempermudah komunikasi', seperti mempertemukan pengguna Instagram dan pengguna Tiktok. Hal ini sesuai dengan definisinya di mana media sosial adalah medium internet yang memungkinkan pengguna berinteraksi, bekerja sama dengan pengguna lain membentuk ikatan secara virtual (Sari M. P., 2017). Berbagai macam aspek kehidupan manusia mengalami perubahan yang tidak pernah terduga. Sekarang ini dunia seolah-olah tidak memiliki kerahasiaan yang bisa ditutupi. Mengetahui aktivitas orang lain melalui media sosial, sementara seseorang tidak kenal dan tidak pernah bertemu dengan orang tersebut (Mulawarman, 2017). Dalam hadis dikatakan, ketika seseorang mengidolakan orang lain tidak akan menjadi permasalahan tentang keyakinan yang dianutnya, karena itu hanya sebatas kagum dan terpukau dengan segala kelebihan yang dimilikinya secara fisik atau kemampuannya saja (Nurdin, 2020). Etika atau *akhlak* bermedia sosial juga sangat diperlukan agar setiap netizen ketika berada di dunia virtual memahami hak dan kewajibannya sebagai warga negara dunia virtual (Rinata, 2019).

Landasan teori dibutuhkan untuk fondasi teoritis dalam melakukan pembahasan. Penelitian ini menerapkan teori ilmu hadis. Di dalam teori



ilmu hadis terdapat ilmu *dirayah* hadis dan teori ilmu akhlak, yang mana dari ilmu *dirayah* hadis tersebut dijelaskan bahwasannya ilmu hadis menetapkan syarat kesahihan suatu hadis, yaitu: *Rawi* harus *'adl* (memiliki kualitas kepribadian yang terpuji) dan *dhabit* (memiliki kapasitas keilmuan yang mumpuni) serta *tsiqah* (memiliki integritas yang tidak diragukan) yakni perpaduan *'adl* dan *dhabit*; *Sanad* mesti tersambung tidak boleh putus; dan *Matan* tidak boleh janggal (*syadz*) dan tidak boleh ada cacat (*illat*). Apabila suatu hadis telah memenuhi syarat, maka bisa dikatakan hadis tersebut *shahih* (Darmalaksana, 2020). Adapun ilmu akhlak adalah ilmu yang dapat mengarahkan manusia untuk berbuat baik pada dirinya ataupun bermasyarakat agar dalam kehidupan selalu tenang dan tenteram. Akhlak memiliki peranan yang sangat penting dalam hidup manusia. Menurut Imam Ghazali, ilmu akhlak adalah ilmu tentang sifat yang tertanam dalam jiwa yang menimbulkan macam-macam perbuatan dengan mudah tanpa memerlukan pemikiran dan pertimbangan. Di samping istilah akhlak, disebut juga etika dan moral. Ketiga istilah itu sama-sama menentukan nilai baik dan buruk sikap dan perbuatan manusia, sehingga akhlak sering disebut etika Islam (Mahmud, 2019).

Permasalahan Utama penelitian ini adalah terdapat pengaruh K-pop terhadap akhlak netizen di media sosial Instagram dan Tiktok. Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana pengaruh K-pop terhadap akhlak netizen di media sosial Instagram dan Tiktok. Penelitian ini bertujuan untuk membahas pengaruh K-pop terhadap akhlak netizen di media sosial Instagram dan Tiktok. Secara teoritis, penelitian ini bermanfaat sebagai tinjauan ilmu Hadis. Secara praktis, penelitian bermanfaat sebagai pengetahuan seputar *akhlak* di media sosial menurut Hadis.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menerapkan metode deskriptif-analitis (Darmalaksana, 2020). Jenis data penelitian ini merupakan data kualitatif. Sumber data penelitian ini meliputi sumber primer dan sumber sekunder. Dengan sumber data primer yaitu *Ensiklopedi Hadits Kitab 9 Imam* (Batubara, 2017). Sedangkan sumber data sekunder merupakan literatur yang terkait dengan topik penelitian ini yang bersumber dari jurnal, buku, aplikasi media sosial, dan lain-lain. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penelitian kepustakaan (*library research*). Teknik analitis data ditempuh melalui tahapan klarifikasi dan interpretasi (Darmalaksana, 2022). Secara khusus, metode deskriptif-analitis dalam penelitian ini diambil dari bidang kasus masa kini, khususnya dalam media sosial dan juga terdapat penjelasan hadis dengan metode syarah hadis yang akan digunakan sebagai penjelasan mengenai



matan (teks) hadis untuk diperoleh suatu pemahaman (Darmalaksana, 2018). Terakhir, interpretasi pada tahap analisis akan digunakan logika, baik logika secara deduktif maupun induktif (Sari D. P., 2016), hingga ditarik sebuah kesimpulan.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. K-pop dan Etika Netizen di Instagram dan Tiktok

Seiring dengan meningkatnya popularitas trend K-pop (Korean Pop) di dunia Internasional sangat mempengaruhi kehidupan para netizen (pengguna media sosial), tak terkecuali juga di Indonesia terutama di kalangan remaja (Wijayanti, 2012). Bentuk kepopuleran K-pop ini juga beragam seperti, drama, film, *fashion*, musik, dan tempat wisata. Dari tayangan drama dan film yang memiliki perpaduan antara jalan cerita dan musik sebagai latar dari serial tersebut membuat para netizen hanyut dan tersentuh. Ada pula penampilan fisik dari para idol Korea yang sampai membuat histeris. Dan meningkatnya konsumsi industri *fashion* yang diminati laris manis di pasar Internasional (Putri, 2020).

Dalam menunjang segala hobi dengan menyukai trend Kpop, tidak sedikit para pengguna media sosial memiliki akun lebih dari satu, yang berfungsi untuk mencari tahu aktivitas para idolanya di Instagram dan Tiktok serta digunakan untuk vote atau *streaming project* dari idola mereka (Fauziah, 2015). Aktivitas netizen Kpop tidak hanya sebatas melihat gambar, video, dan teks media yang diunggah oleh sang idola di Instagram dan Tiktok, namun mereka juga dapat menginterpretasikan dan membuat makna dari unggahan tersebut. Interpretasi yang dibuat ketika idola mereka mengunggah video, foto, dan teks di Instagram atau Tiktok untuk mempromosikan informasi *project* yang ia sedang kerjakan. Postingan yang diunggah pun selalu menarik perhatian netizen bahkan tak jarang mereka langsung menyimpan atau mendownload postingan tersebut (Rinata, 2019).

Adapun pemaknaan secara kolektif ketika berada di dalam komunitas penggemar, salah satunya yaitu seberapa sering mereka berdiskusi, bertukar informasi, atau berdebat mengenai idol Korea yang tidak diketahui oleh *non-fans* atau orang awam. Kemudian, Adapun pemaknaan yang memiliki dampak negatif di kalangan netizen K-pop yang dapat menyebabkan *fanwar*. *Fanwar* merupakan aktivitas perang antara netizen dengan netizen lainnya (Rinata, 2019). Semua hal tersebut dimulai karena fanatisme netizen yang terlalu menyukai idolanya. Sehingga muncul etika dan moral yang lebih banyak berdampak negatif.

Aktivitas fanatisme selalu menjadi buah bibir di kalangan netizen K-pop, tak jarang dari mereka yang membenci dan memarahi para netizen



yang sangat fanatisme atau kelewatan dengan perilaku mereka terhadap idola K-pop. Seperti halnya aktivitas *stalking* yang merupakan aktivitas kejahatan mengikuti dan mengawasi seseorang secara illegal (Nabilah, 2018). *Stalking* yang dilakukan tidak hanya di media sosial saja, tetapi juga di kehidupan nyata. Jika tidak mendapat informasi tentang idola di Instagram dan Tiktok, maka netizen akan mencari melalui aplikasi lain seperti Twitter, Facebook, dan SNS (Social Networking Service) yang hanya ada di Korea. Bahkan sampai membobol rumah sang idola, mencuri barang pribadi, memasang kamera pemantau, dan menyewa hotel yang sama dengan tempat menginap para idola.

Hasil dari penelitian ini juga dilakukan dengan sesi wawancara melalui pesan di aplikasi Instagram kepada salah satu akun penggemar group idol K-pop. Dia mengatakan bahwa menurut netizen pengguna akun tersebut berpendapat, secara umum Kpop sekarang sudah mendunia dan banyak kalangan masyarakat yang sudah menjad K-popers (sebutan penggemar K-pop) terkhusus di Indonesia. Sebenarnya, di Indonesia sejak dulu penggemar K-pop sudah ada sekitar dimulai tahun 2010, tetapi K-pop mulai meraja rela pada awal tahun 2019 sampai sekarang. Menanggapi netizen K-pop di Indonesia tentu ada hal baik dan buruknya juga. Adapun sisi hal baiknya dapat dikategorikan, misal membuat *project* tentang idola mereka, namun bukan untuk kesenangan mereka saja, akan tetapi untuk bersosialisasi juga. Contohnya, yang dilakukan si pengguna tersebut yang merupakan Army (istilah sebutan penggemar grup BTS) seperti memberi kotak makan ke ojek *online*, pemulung, pengemis, dan sebagainya. Adapun hal buruknya, karena sudah banyaknya netizen K-pop saat ini tentu banyak juga yang membencinya. Seperti orang-orang yang antis terhadap K-pop, mereka menganggap bahwa K-pop adalah suatu hal yang hina, dan juga banyak netizen yang terlalu fanatik terhadap K-pop juga. Lalu, ada pula kasus ketika di mana sang idola sedang berinteraksi dengan penggemarnya melalui media sosial, kemudian tiba-tiba ada seorang netizen yang menjelekkkan atau menghina idolanya, tentu itu memang membuat rasa sakit hati. Akan tetapi, meski hal tersebut kadang membuat situasi menjadi panas, baik itu di Instagram ataupun Tiktok, si pengguna lebih memilih untuk diam. Dikarenakan, pada dasarnya mereka sudah membenci K-pop dan ingin merendahkan saja, meskipun melakukan pembelaan tetap saja tidak ada habisnya dengan istilah "*masuk telinga kanan, keluar telinga kiri*" karena mereka tidak akan paham. Maka si pengguna memberikan solusi, daripada lebih merasakan sakit hati dan membuang emosi serta tenaga, maka dia lebih memilih untuk diam terhadap orang-orang yang merendahkan idolanya. Misalnya, karena si pengguna merupakan *fans* dari *boygroup* BTS, jadi ketika BTS menerima komentar yang merendahkan di



Instagram, dia beserta para Army lainnya membalas komentar tersebut bukan satu per satu, melainkan langsung berencana menutupi komentar tersebut dengan hal yang baik. Dia juga menceritakan hal yang melatar belakangi dirinya mengapa menyukai K-pop. Itu karena alasan, pertama dia melihat *dance* dari salah satu lagu BTS tersebut sangat hebat, meski *dance* sangat hebat, tetapi para *member* BTS masih tetap bernyanyi dengan stabil, sehingga membuat dirinya terpujau. Akhirnya, dirinya memutuskan untuk mencari segala informasi tentang BTS. Kedua, mengapa dirinya bisa bertahan, karena BTS memiliki dampak atau *impact* yang bagus bagi dirinya. Bukan hanya menampilkan visual ketampanan saja, tetapi member BTS mengajarkan hal-hal yang baik kepada penggemarnya. Seperti, belum lama ini BTS menggelar kampanye tentang pentingnya '*love yourself*' (mencintai diri sendiri), menghentikan *insecurities* (perasaan kurang percaya diri), dan program yang menyangkut Covid-19 dalam lagu '*life goes on*' yang memberi motivasi bahwa hidup itu akan terus berjalan, maka jangan terlalu larut dalam kesedihan, bangkitlah selagi waktu kehidupan itu masih ada. Itulah mengapa dirinya menyukai Kpop terutama BTS. Apalagi, ketika baru-baru ini BTS diundang oleh presiden Amerika Serikat mengenai melancarkan kampanye '*Stop! Asian hate*'. Dalam terakhir sesi wawancara, si pengguna juga memberi tanggapan tentang penggemar yang melakukan *stalking* kepada sang idola. Dia berkata bahwa itu tidak baik dan tidak setuju sama sekali. Pada dasarnya penggemar yang melakukan *stalking* tersebut mulanya juga menyukai sang idola, tetapi kemudian, menyukainya itu lebih mengarah pada obsesi dan ingin memiliki, maka mereka melakukan tindakan-tindakan yang membuat risih sang idola dan penggemar yang lain. Si pengguna juga memberi pesan, lebih baik menyukai idola secara wajar saja, jangan mentang-mentang menjadi fans, tetapi menerapkan '*bias is mine*' (dia miliku). Sang idola juga punya mempunyai hak tersendiri, pemikiran tersendiri, fisik tubuh tersendiri, *privacy* tersendiri, maka lebih baik harus saling menghargai.

Maka dari itu, dari semua hal-hal yang berdampak negatif, tentu ada sisi dampak positif yang dapat diambil, antara lain: K-pop menjadi inspirasi dunia *fashion*; Terinspirasi untuk mencontoh cara berpakaian perpaduan model dari idola yang mereka kagumi; Mengetahui citra diri yaitu pemikiran seseorang tentang pandangan orang lain terhadap dirinya dan bagaimana orang lain menilai dirinya; Dapat bersosialisasi dan mandiri di mana *trend* K-pop ini dapat menumbuhkan kreatifitas dalam mengembangkan diri. Dan dikatakan bersosialisasi karena netizen memiliki sifat yang sama, mengagumi idola yang sama, sehingga terjalin pertemanan yang cepat sesama netizen K-pop dari berbagai daerah



maupun luar negeri; dan manfaat emosional dapat membuat senang, yaitu menghilangkan *stress* (Putri, 2020).

2. Konsep Berakhlak di Media Sosial

Dalam bermedia sosial diperlukan etika atau akhlak agar setiap netizen dapat memahami hak dan kewajibannya sebagai warga dunia virtual. Contoh dalam aplikasi Instagram, saat membuat akun terdapat fasilitas yang disediakan, seperti akun email. Sebelum menggunakan akun tersebut ada ketentuan yang terkait apa saja yang diperkenankan dan ada ketentuan hukum jika melanggar. Oleh karena itu, konsep etika atau akhlak mempunyai unsur-unsur pokok yaitu, kebebasan, tanggung jawab, hati nurani, dan prinsip-prinsip moral dasar (Nasrullah, 2015).

Etika secara sederhana dimaknai sebagai aturan baik dan buruk yang dipatuhi oleh individu dalam kehidupan sosialnya. Etika berkaitan juga dengan penghormatan, kepedulian, serta komunikasi baik antara individu maupun sosial (Fahrimal, 2018). Etika yang baik dalam bermedia sosial bukan hanya tutur kata yang baik saja, tetapi juga berangkat dari niat tulus yang diekspresikan dari ketenangan, kesabaran, dan empati dalam berkomunikasi (Rosita, 2019).

Terdapat beberapa konsep etika yang perlu diperhatikan dalam media sosial, yaitu: *Be constructive*, tunjukkan sikap dan komentar yang selaras kepada orang lain, sehingga akan mendapatkan umpan balik yang bersifat selaras pula; *Be safe*, pastikan setiap unggahan yang ada di dalam akun media tidak membuat orang lain merasa tidak nyaman secara fisik maupun emosional; *Remember, we're all human*, meski tidak ada kontak langsung, ingatlah bahwa media sosial adalah manusia yang memiliki perasaan; *Avoid flame*, jangan membuat ketegangan dengan orang lain, walaupun terjadi perdebatan, maka segera diskusikan secara sehat dan tidak saling menyerang; *Choose your words carefully*, sebelum mengomentari atau membuat unggahan di media sosial, maka pilihlah kata-kata yang tepat; *Accept the views of others*, interaksi di media sosial adalah pertukaran ide dan gagasan, maka hargai setiap pendapat yang diberikan oleh orang lain; dan *Freedom of speech may not exist*, tidak ada kebebasan berpendapat mutlak, maka batasi diri untuk memilih suatu unggahan yang akan ditampilkan dan mana yang akan diabaikan (Fahrimal, 2018).

Biasanya, komunikasi dalam media sosial sering sekali menggunakan bahasa tidak baku. Salah satu penyebabnya yakni sering tidak jelas siapa lawan komunikasi dan dimana posisinya. Karena media sosial tidak menganggap penting bahasa resmi atau EYD. Media sosial pun sering menjadi tempat cerita segala aktivitas atau luapan emosional tulisan atau foto yang tidak jarang mengesampingkan etika yang ada (Maulinda, 2016).



Bermedia sosial komunikasi yang baik bagi umat Islam adalah komunikasi yang sesuai kaidah agama, nilai-nilai yang terkandung dalam Al-Quran dan Hadis. Pada prinsipnya, komunikasi Islam tidak hanya sekedar menyampaikan pesan atau merubah sikap. Namun, komunikasi Islam juga menyampaikan kemashlahatan dan kemuliaan. Oleh karena itu, komunikasi Islam menjadi lebih unggul apabila dibandingkan dengan komunikasi Barat (Nasrullah, 2015). Dalam etika dan akhlak mendukung pula aturan agama, di mana etika sanggup membantu manusia dalam menggunakan akal pikiran untuk memecahkan masalah. Perbedaan antara etika dan ajaran moral agama yaitu, etika mendasarkan diri pada argumentasi rasional. Sedangkan, agama menuntut seseorang untuk mendasarkan diri pada wahyu Tuhan (Rosita, 2019).

3. Perspektif Hadis tentang Akhlak dalam Media Sosial

Hadis tentang akhlak dalam media sosial yang terdapat dalam riwayat kitab Shahih Bukhari No. 6003. Adapun redaksi teks hadis di bawah ini:

حَدَّثَنَا أَبُو نُعَيْمٍ حَدَّثَنَا زَكَرِيَّا عَنْ عَامِرٍ قَالَ قَالَ سَمِعْتُ عَبْدَ اللَّهِ بْنَ عَمْرٍو يَقُولُ قَالَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ
الْمُسْلِمُ مَنْ سَلِمَ الْمُسْلِمُونَ مِنْ لِسَانِهِ وَيَدِهِ وَالْمُهَاجِرُ مَنْ هَجَرَ مَا نَهَى اللَّهُ عَنْهُ

Telah menceritakan kepada kami Abu Nu'aim telah menceritakan kepada kami Zakaria dari Amir mengatakan, aku mendengar Abdullah bin Amru mengatakan; Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Muslim yang sempurna adalah yang muslim lainnya selamat dari gangguan lidah dan tangannya. Dan orang yang berhijrah adalah orang yang meninggalkan apa yang Allah larang" (HR. Bukhari No. 6003).

Dalam menyikapi hadis di atas, dapat menyatakan bahwa manusia sebagai makhluk hidup yang bersosial tentu memerlukan keberadaan orang lain. Namun, terkadang setiap manusia yang membutuhkan bantuan selalu dihiraukan atau tidak peduli. Mengapa demikian? Mungkin bisa dikatakan dilihat dari etika atau akhlak manusia tersebut terlebih dahulu, biasanya orang lain tidak memperdulikannya karena akhlaknya yang buruk terlebih jika sering menyakiti mental dan perasaan seseorang. Oleh karena itu, akhlak sangat dijunjung tinggi dalam ajaran Islam sebagai kegiatan interaksi antar manusia. Sesuai yang disampaikan Rasulullah SAW dalam sabdanya, "*sesungguhnya aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang mulia*". Sabda tersebut menjelaskan bahwa, menjaga dan mengaplikasikan akhlak dalam kehidupan nyata maupun media sosial, sangat dianjurkan guna menjaga komunikasi sesama manusia dengan baik.



Untuk itu berperilaku komunikasi juga diperlukan adanya akhlak agar mampu memberi batasan seseorang dalam berinteraksi berdasarkan tingkatan kehidupan sosial, tidak terkecuali komunikasi dalam media sosial. Akhlak yang baik ketika bermedia sosial dapat dilihat seperti kebutuhan netizen, dalam mendengarkan dakwah. Sekarang ini, para da'i juga menggunakan media sosial sebagai sarana dakwah guna meningkatkan kemajuan umat Islam. Jika diteliti, komunikasi Islam memang sudah berkembang lurus dengan keadaan manusia, karena komunikasi ada sejak awal adanya manusia. Tentu akhlak komunikasi Islam mengikuti perkembangan zaman yang ada (Hefni, 2014).

Pada perkembangan komunikasi Islam sendiri, Rasulullah yang dijadikan *role model* dalam komunikasi yang ada. Sesuai sabda Rasul, "*hendaklah berbicara efektif atau lebih baik diam*". Jika tidak pandai berkata bijaksana dan hanya ingin menjatuhkan lebih baik diam. Pada media sosial, komunikasi yang digunakan yakni *written communication*, yaitu komunikasi yang memberikan pemahaman pada netizen lain dengan rujukan tepat secara rasionalitas. Namun, perkembangan akhlak masyarakat netizen dipengaruhi oleh kondisi lingkungan yang ada. Perubahan budaya pada masyarakat sekarang ini mempengaruhi pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi modern yang akan mempengaruhi juga komunikasi antar manusia (Andriani, 2019). Banyaknya hal-hal yang viral tetapi banyak yang mengandung negatif malah semakin terkenal, sedangkan yang positif sering diabaikan. Tidak hanya itu, sekarang banyak netizen yang selalu mempermasalahkan juga hal-hal yang sepele dalam media sosial bahkan sampai hanya sekedar omong kosong belaka. Membuat komentar yang seharusnya mendukung tetapi malah menjatuhkan. Dari hadis di atas dapat dipelajari, jika seseorang yang baik itu adalah ketika ia menyelamatkan seseorang dari cemoohan atau hinaan orang lain dan kesakitan secara fisik.

Hadis tentang tokoh idola terdapat dalam riwayat kitab Musnad Ahmad No. 4869. Adapun redaksi teks hadis di bawah ini:

حَدَّثَنَا أَبُو النَّضْرِ حَدَّثَنَا عَبْدُ الرَّحْمَنِ بْنُ ثَابِتٍ بْنُ ثَوْبَانَ حَدَّثَنَا حَسَّانُ بْنُ عَطِيَّةَ عَنْ أَبِي مُنِيبٍ الْجُرَشِيِّ عَنِ ابْنِ عُمَرَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بُعِثْتُ بَيْنَ يَدَيْ السَّاعَةِ بِالسَّيْفِ حَتَّى يُعْبَدَ اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ وَجُعِلَ رِزْقِي تَحْتَ ظِلِّ رُمْحِي وَجُعِلَ الدِّلَّةُ وَالصَّعَارُ عَلَى مَنْ خَالَفَ أَمْرِي وَمَنْ تَشَبَّهَ بِقَوْمٍ فَهُوَ مِنْهُمْ

Telah menceritakan kepada kami Abu an-Nadlr telah menceritakan kepada kami Abdurrahman bin Tsabit bin Tsauban telah menceritakan kepada kami Hassan bin 'Athiyah dari Abu Munib al-Jurasyi dari Ibnu Umar ia berkata, "Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Aku diutus menjelang hari kiamat dengan pedang hingga hanya Allah yang



diibadahi tanpa ada sekutu bagi-Nya, dan rizkiku ditempatkan di bawah bayang-bayang tombak. Kehinaan dan kerendahan dijadikan bagi orang yang menyelisih perintahku. Barangsiapa menyerupai suatu kaum berarti ia termasuk golongan mereka” (HR. Ahmad No. 4869).

Dalam menyikapi hadis diatas, dapat memberi penjelasan dari dalam Riwayat Shahih Bukhari, bahwa Anas bin Malik mengatakan, *“kami tidaklah pernah merasa gembira sebagaimana rasa gembira kami ketika “mendengar sabda Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam: anta ma’a man ahbabta (Engkau akan bersama dengan orang yang engkau cintai).”* Kemudian, dilanjutkan Anas bin Malik mengatakan, *“Kalau begitu aku mencintai Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam, Abu Bakar, dan ‘Umar. Aku berharap bisa bersama dengan mereka karena kecintaanku pada mereka, walaupun aku tidak bisa beramal seperti amalan mereka.”* Penjelasanannya memberikan alasan bahwa ketika mengidolakan seseorang, pasti tidak akan memperlakukan keyakinan yang dianut oleh sang idola, karena hanya sebatas kagum dan terpukau dengan segala kelebihanannya baik secara fisik atau kemampuannya. Dalam Islam, mengidolakan seseorang itu tidak menjadi masalah, boleh saja mengidolakan seseorang dengan syarat tidak keluar dari ketentuan hukum ajaran Islam. Terkadang, seseorang keluar dari eksistensinya karena pengaruh sang idola. Mulai dari segi visual penampilan, prestasi, sampai tingkah laku mengikuti kepada orang yang diidolakan. Jika lebih jauh diperhatikan dari makna kata idola, hubungannya begitu dekat dengan keyakinan atau aqidah. Karena idola sangat beriringan dengan berujung pada penyembahan. Maka tidak heran jika orang yang mengidolakan seseorang akan memberikan perlakuan luar biasa untuk idolanya. Mereka selalu ingin terlihat sang idolanya dari ujung kaki sampai ujung rambut didesain sesuai penampilan sosok idolanya. Misalnya, jika seseorang menyukai tokoh Barbie, maka ia akan semaksimal mungkin supaya penampilannya, gaya bahasa, dan semuanya serupa dengan tokoh Barbie. Pada dasarnya mengidolakan seseorang adalah suatu kemestian, tetapi perlu diperhatikan juga menentukan sang idola. Dalam artian seberapa besar dampak positif yang diberikan oleh sang idola. Jika ternyata dampak negatif yang lebih dominan maka lebih baik tinggalkan. Karena bisa berakibat fatal menjadi keluar dari nilai moral apabila sosok idola tidak mencerminkan kebaikan (Nurdin, 2020).

Sebagai umat Islam dianjurkan untuk meneladani akhlak Rasulullah SAW. Kondisi zaman sekarang telah banyak membiasakan kecintaan serta keidolaan terhadap Nabi Muhammad SAW. Untuk mencintai Rasulullah memang perlu proses usaha yang dilakukan segenap jiwa. Harus ada keinginan dan ketulusan dari fisik dan perasaan untuk dapat mencintai



Rasulullah. Bagaimana mungkin umatnya tidak ingin mencintai Rasulullah, sedangkan kelak Rasulullah yang akan memberikan syafa'at menyelamatkan umatnya dari siksa api neraka. Dilengkapi dengan berdo'a kepada Allah SWT agar dimasukkan rasa cinta kepada Rasulullah di dalam hati, maka lamban laun akan timbul semakin mencintai Rasulullah. Demikian pula, untuk semakin mencintai Rasul, maka perlu sering membaca kisah-kisah Beliau yang menghayatkan jiwa. Akan tersadar bahwa Rasulullah memiliki segala kesempurnaan akhlak dan akal. Dan tidak luput berusaha menghidupkan Sunnah Rasulullah dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga tidak ragu untuk mengatakan "*Our idol is Muhammad Rasulullah SAW.*" Lalu bagaimana hukum mengidolakan orang non-Muslim dalam Islam? Rasulullah memang mengajarkan untuk menjaga perdamaian dengan kaum kafir yang berdamai dengan umat Muslim, Rasul juga bersabda, "*Barangsiapa yang membunuh orang kafir Muahad (yang melakukan perjanjian damai) maka ia tidak akan mencium bau syurga. Padahal baunya dapat tercium dari jarak 40 tahun.*" Tetapi perlu diketahui juga, bahwa Allah dan Rasul selalu memperingatkan hamba dan umatnya agar waspada terhadap mereka, sebab pada dasarnya hati mereka tidak akan pernah rela sebelum umat Muslim meninggalkan Islam menuju agama mereka. Allah SWT berfirman yang artinya, "*Orang-orang Yahudi dan Nasrani tidak akan senang kepada kamu hingga kamu mengikuti agama mereka*" (QS. Al-Baqarah: 120).

Demikian, Islam mengkategorikan hukum mengidolakan kaum non-Muslim berdasarkan golongan, di antaranya: Boleh apabila hanya menyukai dari lahiriahnya saja, karena kepintarannya keahlian yang dimilikinya, ketampanan dan kecantikan saja tanpa menyangkut dengan agama yang dianutnya; Makruh apabila mengagumi segala apa yang ada pada dirinya secara fisik, namun tidak ikut membenarkan atau tidak mengakui agama yang dianutnya (selain Islam) sehingga tidak masuk ke golongan kaum kafir; dan Haram apabila mengidolakan orang tersebut menjadi seorang *fans* yang fanatik membenarkan apa yang ada pada dirinya, mengikuti dan menyukai segala yang dilakukannya, dan ikut membenarkan dan mengakui agama yang dianutnya (selain Islam) sehingga masuk ke dalam golongan kaum kafir (Nurdin, 2020).

Kesimpulan

Dari semua paparan di atas, dapat disimpulkan bahwa Islam tidak pernah melarang umatnya untuk menyukai atau mengidolakan seseorang. Namun, ada batasan ketika mengidolakan seseorang itu dengan syarat tidak keluar dari aturan ajaran Islam. Islam berkata boleh saja, apabila mengidolakan seseorang hanya sebatas fisik luar saja atau sekedar



memberikan motivasi kebaikan dalam hidup. Islam mengatakan makruh, apabila mengidolakan seseorang memuji tetapi tidak membenarkan apa yang ada pada dirinya dan agama yang dianutnya. Islam mengatakan haram, apabila mengidolakan seseorang sudah memuji dan membenarkan apa yang ada pada dirinya dan agama yang dianutnya. Menyukai dan mengidolakan seseorang yang berasal dari kalangan non-Muslim memang tidak menjadi masalah, hanya saja akan menjadi masalah ketika seseorang benar-benar sudah memberikan separuh jiwanya. Zaman sekarang K-pop memang sudah meraja rela, dan semua idola K-pop berasal dari non-Muslim juga, akan tetapi perlu diingatkan bahwa menyukai Kpop jangan terlalu berlebihan. Sebagian besar netizen tertarik pada dunia Kpop karena mereka mempunyai visual penampilan luar biasa dan lagu-lagu yang sangat asyik. Tetapi, adakalanya menggemari K-pop juga perlu diperhatikan moral dan etika. Jika sang idola memiliki etika yang kurang baik, ditambah apabila dia menjelekkan atau merendahkan seorang Muslim lebih baik tinggalkan dan lupakan. Sedangkan, jika sang idola memiliki etika yang baik, bahkan menghargai seorang Muslim, ditambah apabila dirinya memberikan motivasi yang baik untuk penggemarnya, maka hargai dan sukai dia secara wajar.

Daftar Pustaka

- Andriani, F. (2019). Perkembangan Etika Komunikasi Islam Dalam Media Sosial. *At Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Kudus*, 55-71.
- Batubara, H. H. (2017). Pemanfaatan Ensiklopedi Hadis Kitab 9 Imam sebagai Media dan Sumber Belajar Hadis. *MUALLIMUNA: Jurnal Madrasah Ibtidaiyah*, 64-65.
- Darmalaksana, W. (2018). Paradigma Pemikiran Hadis. *JAQFI: Jurnal Aqidah Dan Filsafat Islam*, 2(1), 95-106.
- Darmalaksana, W. (2020). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan. *Pre-print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 2-3.
- Darmalaksana, W. (2020). Prosiding Proses Bisnis Validitas Hadis untuk Perancangan Aplikasi Metode Tahrij. *Jurnal Ushuluddin UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 1-7.
- Darmalaksana, W. (2022). *Panduan Penulisan Skripsi dan Tugas Akhir*. Bandung: Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Dewi, S. I. (2019). Fanatisme Penggemar Kpop Dalam Bermedia Di Instagram. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13-14.
- Fahrimal, Y. (2018). Etika Jejaring Sosial Generasi Milenial Dalam Media Sosial. *Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan*, 69-78.



- Fauziah. (2015). Fandom K-pop Idol dan Media Sosial. *Skripsi. Digilib UNS*, 5-20.
- Hefni, H. (2014). Perkembangan Ilmu Komunikasi Islam. *Jurnal Komunikasi Islam*, 326-343.
- Mahmud, A. (2019). Ciri dan Keistimewaan Akhlak Dalam Islam. *Sulesana*, 1-5.
- Maulinda, R. (2016). Etika Komunikasi Dalam Menggunakan Media Sosial. *Proceeding Universitas Pamulang*, 1-5.
- Mulawarman, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial Beserta Implikasinya Ditinjau Dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, 36-37.
- Nabilah, S. Y. (2018). Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial pada Penggemar Idola K-Pop. *Jurnal Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 59-72.
- Nasrullah, R. (2015). *Teori Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Kultur, Sosio-Teknologi)*. Yogyakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Nazaruddin. (2021). Etika Komunikasi Islami Di Media Sosial Dalam Perspektif Al Quran. *Jurnal Peurawi:Media Kajian Komunikasi Islam*, 78-80.
- Nuridin. (2020). Kajian Hadits Tematik Tentang Tokoh Idola Perspektif Islam . *OSF preprints*, 1-3.
- Putri, L. A. (2020). Dampak Korea Wave Terhadap Prilaku Remaja. *Al-Ittizaan: Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, 43-47.
- Rinata, A. R. (2019). Fanatisme Penggemar Kpop Dalam Bermedia Sosial Di Instagram. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13-22.
- Rosita, M. S. (2019). Islam Dan Etika Bermedia. *Research Fair Unisri 2019*, 139-141.
- Sari, D. P. (2016). Berpikir Matematis Dengan Metode Induktif, Deduktif, Analogi, Integratif, dan Abstrak. *Delta-Pi: Jurnal Matematika dan Pendidikan Matematika* 5(1), 79-80.
- Sari, M. P. (2017). Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam. *Jom Fisip*, 1-5.
- Tartila, P. L. (2013). Fanatisme Fans Kpop Dalam Blog Netizenbuzz. *Commonline*, 1-5.
- Tuty Mutiah, I. A. (2019). Etika Komunikasi dalam Menggunakan Media Sosial. *Global Komunika*, 14-15.
- Wijayanti, A. (2012). Hallyu: Youngstres Fanaticism of Korean Pop Culture. *Journal of Sociology*, 1-24.