

PERAN ETIKA KEAGAMAAN DALAM PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DI KALANGAN MAHASISWA

THE ROLE OF RELIGIOUS ETHICS IN THE USE OF SOCIAL MEDIA AMONG STUDENTS

**Nurul Muafika^{1*}, Nur Azizah M², Nurul Aqisyah P³, Nur Isma Damayanti⁴,
Andi Siti Raodatuljannah⁵**

Politeknik Nusantara Makassar

***Email Correspondence: nrlmuafikaa02@gmail.com**

Abstract

The rapid development of digital technology, particularly social media, has significantly transformed communication patterns and behavioral tendencies among university students. Social media functions not only as a medium for interaction and entertainment but also as a space for shaping attitudes, values, and religious identity. However, the absence of ethical awareness in its use has led to various problems, such as the spread of hoaxes, hate speech, intolerance, and moral degradation. In the context of Indonesian society, which is religious and multicultural, religious ethics play a crucial role as a moral foundation in guiding social media usage. This study aims to examine the role of religious ethics in shaping students' behavior in the use of social media. The research employs a qualitative descriptive approach through a literature review of academic journals, books, and relevant previous studies. The findings indicate that the internalization of religious ethics serves as a moral filter that helps students control their behavior in digital spaces, encourages responsible and tolerant communication, and prevents destructive social media practices. Religious ethics therefore remain highly relevant as a normative guide in addressing the challenges of the digital era.

Keywords: *Religious Ethics, Social Media, University Students.*

Abstrak

Perkembangan teknologi digital, khususnya media sosial, telah membawa perubahan besar dalam pola komunikasi dan perilaku mahasiswa. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan dan interaksi sosial, tetapi juga menjadi ruang pembentukan sikap, nilai, dan identitas keagamaan. Namun, penggunaan media sosial yang tidak dibarengi dengan kesadaran etika sering memunculkan berbagai persoalan, seperti penyebaran hoaks, ujaran kebencian, intoleransi, dan degradasi moral. Dalam konteks masyarakat Indonesia yang religius dan multikultural, etika keagamaan memiliki peran penting sebagai pedoman moral dalam bermedia sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran etika keagamaan dalam membentuk perilaku mahasiswa dalam penggunaan media sosial. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi literatur dari jurnal ilmiah, buku, dan penelitian terdahulu yang relevan. Hasil kajian menunjukkan bahwa internalisasi etika keagamaan mampu menjadi landasan normatif dalam mengontrol perilaku mahasiswa di ruang digital, mendorong sikap bertanggung jawab, toleran, serta mencegah praktik komunikasi yang bersifat destruktif. Etika keagamaan berfungsi sebagai filter moral yang relevan dalam menghadapi tantangan era digital.

Kata Kunci: Etika Keagamaan, Media Sosial, Mahasiswa.

PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial telah merevolusi cara manusia berkomunikasi dan berinteraksi dalam kehidupan sosial modern. Bagi mahasiswa, media sosial bukan sekadar alat komunikasi, melainkan ruang eksistensial tempat pembentukan identitas diri, ekspresi ideologis, serta afirmasi nilai-nilai personal dan kolektif. Intensitas penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa sangat tinggi, baik untuk kepentingan akademik, organisasi kemahasiswaan, maupun interaksi sosial sehari-hari. Kondisi ini menempatkan mahasiswa sebagai aktor utama dalam dinamika ruang publik digital.

Namun demikian, kemajuan teknologi digital tidak selalu berjalan seiring dengan kematangan etika penggunaannya. Fenomena penyalahgunaan media sosial seperti penyebaran hoaks, ujaran kebencian, perundungan siber, serta konflik berbasis agama dan identitas menunjukkan adanya krisis etika dalam ruang digital. Realitas ini mengindikasikan bahwa media sosial telah menjadi arena kontestasi nilai yang rawan disalahgunakan apabila tidak disertai dengan kesadaran moral yang kuat.

Dalam konteks Indonesia yang memiliki tingkat religiusitas tinggi dan keragaman sosial yang kompleks, persoalan etika bermedia sosial menjadi semakin krusial. Media sosial sering kali menjadi medium penyebaran narasi keagamaan yang bersifat eksklusif, provokatif, bahkan radikal. Mahasiswa, sebagai kelompok intelektual yang diharapkan menjadi agen moderasi dan transformasi sosial, justru kerap terjebak dalam arus informasi yang tidak terverifikasi dan wacana keagamaan yang sempit. Oleh karena itu, diperlukan kerangka etis yang mampu mengarahkan penggunaan media sosial ke arah yang konstruktif dan bermartabat.

Etika keagamaan hadir sebagai landasan normatif yang menawarkan prinsip-prinsip moral universal seperti kejujuran, tanggung jawab, keadilan, dan penghormatan terhadap sesama. Nilai-nilai ini memiliki relevansi tinggi dalam mengatur perilaku komunikasi di ruang digital. Dengan demikian, kajian tentang peran etika keagamaan dalam penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa menjadi penting, tidak hanya untuk kepentingan akademik, tetapi juga sebagai kontribusi terhadap pembangunan etika digital di masyarakat luas.

METODE

Penelitian ini disusun menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi literatur. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan analisis mendalam terhadap konsep, nilai, dan makna yang berkaitan dengan etika keagamaan dan perilaku bermedia sosial. Studi literatur dilakukan dengan menelaah berbagai sumber akademik berupa jurnal ilmiah bereputasi, buku teks, laporan penelitian, serta dokumen kebijakan yang relevan dengan tema penelitian.

Proses analisis data dilakukan melalui tahapan pengumpulan, klasifikasi, dan interpretasi data pustaka. Setiap sumber dianalisis secara kritis untuk mengidentifikasi gagasan utama, kerangka teoretis, serta temuan empiris yang berkaitan dengan etika keagamaan dan media sosial. Data yang telah dianalisis kemudian disintesis untuk membangun argumentasi yang sistematis dan koheren. Pendekatan ini memungkinkan penyusunan artikel yang tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga analitis dan reflektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Etika keagamaan berperan sebagai filter moral dalam penggunaan media sosial. Mahasiswa yang memiliki pemahaman agama yang baik cenderung lebih berhati-hati dalam menyebarkan informasi, menghindari ujaran kebencian, serta menjaga etika komunikasi. Nilai kejujuran mendorong mahasiswa untuk melakukan verifikasi informasi

sebelum membagikannya, sementara nilai toleransi membantu mereka menghargai perbedaan pendapat dan keyakinan di ruang digital. Selain itu, media sosial juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana dakwah dan penyebaran nilai-nilai positif. Namun, tanpa landasan etika keagamaan, media sosial justru berpotensi menjadi ruang konflik dan degradasi moral.

Pendalaman Konseptual Etika Keagamaan dalam Konteks Media Sosial

Etika keagamaan merupakan fondasi normatif yang berfungsi sebagai pedoman perilaku manusia dalam seluruh aspek kehidupan, baik dalam ruang privat maupun ruang publik. Dalam tradisi keilmuan Islam, etika tidak hanya dipahami sebagai aturan moral yang bersifat normatif, tetapi juga sebagai manifestasi dari keimanan seseorang dalam tindakan sosial. Konsep ini menegaskan bahwa setiap perbuatan manusia, termasuk aktivitas komunikasi, memiliki dimensi moral dan akan dimintai pertanggung jawaban, baik secara sosial maupun spiritual (Al-Ghazali, 2005).

Dalam konteks media sosial, etika keagamaan menjadi semakin relevan mengingat karakter ruang digital yang terbuka, masif, dan sulit dikendalikan. Media sosial memungkinkan setiap individu untuk memproduksi dan menyebarkan informasi tanpa melalui proses verifikasi yang memadai. Kondisi ini menciptakan peluang besar bagi lahirnya disinformasi, fitnah, dan ujaran kebencian. Oleh karena itu, etika keagamaan berfungsi sebagai mekanisme kontrol internal yang membatasi kebebasan berekspresi agar tidak melanggar nilai kemanusiaan dan keadilan sosial. Islam secara tegas menempatkan komunikasi sebagai aspek penting dalam kehidupan sosial. Al-Qur'an dan Hadits banyak memberikan panduan mengenai adab berbicara dan menyampaikan informasi. Salah satu prinsip fundamental dalam etika komunikasi Islam adalah kejujuran. Rasulullah SAW bersabda: *"Sesungguhnya kejujuran membawa kepada kebaikan, dan kebaikan membawa ke surga."* (HR. Bukhari dan Muslim), (Muhammad bin Ismail al-Bukhari, 2002).

Hadits ini menegaskan bahwa kejujuran bukan sekadar nilai moral individual, tetapi juga fondasi bagi terciptanya tatanan sosial yang harmonis. Dalam konteks media sosial, kejujuran menuntut pengguna untuk tidak menyebarkan informasi yang belum terverifikasi kebenarannya. Mahasiswa sebagai kelompok terdidik memiliki tanggung jawab moral yang lebih besar untuk menjaga integritas informasi di ruang digital. Selain kejujuran, Islam juga menekankan pentingnya menjaga lisan dan menghindari perkataan yang dapat menyakiti orang lain. Rasulullah SAW bersabda: *"Barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir, maka hendaklah ia berkata baik atau diam."* (HR. Bukhari dan Muslim).

Hadits ini memiliki relevansi yang sangat kuat dengan perilaku bermedia sosial. Setiap unggahan, komentar, dan pesan digital pada hakikatnya adalah bentuk "perkataan" yang dapat berdampak luas. Oleh karena itu, prinsip berkata baik atau diam menjadi pedoman etis yang penting bagi mahasiswa dalam berinteraksi di ruang digital. Dalam kajian etika modern, prinsip ini sejalan dengan konsep tanggung jawab komunikatif, yaitu kesadaran bahwa setiap tindakan komunikasi memiliki konsekuensi sosial. Dengan demikian, etika keagamaan tidak bertentangan dengan prinsip etika kontemporer, melainkan justru memperkuatnya melalui dimensi spiritual dan moral. Lebih jauh, etika keagamaan juga menekankan pentingnya menjaga kehormatan dan martabat manusia. Dalam Islam, perbuatan ghibah dan fitnah dilarang keras karena merusak keharmonisan sosial. Rasulullah SAW bersabda: *"Tahukah kalian apa itu ghibah? Yaitu engkau menyebut saudaramu dengan sesuatu yang ia benci."* (HR. Muslim).

Fenomena ghibah dalam media sosial dapat ditemukan dalam bentuk komentar negatif, perundungan daring, dan penyebaran aib seseorang. Praktik ini sering kali dianggap sepele, padahal dampaknya sangat serius terhadap kesehatan mental dan relasi sosial. Oleh karena itu, internalisasi etika keagamaan menjadi penting untuk membangun kesadaran bahwa

ruang digital bukan ruang bebas nilai. Secara akademik, pengintegrasian hadits dalam kajian etika media sosial tidak dimaksudkan sebagai legitimasi teologis semata, melainkan sebagai sumber nilai moral yang dapat dianalisis secara ilmiah. Nilai-nilai yang terkandung dalam hadits tersebut memiliki relevansi universal dan dapat diaplikasikan dalam konteks masyarakat modern yang plural dan digital.

Media Sosial Sebagai Ruang Publik Digital Dan Tantangan Etika Keagamaan.

Media sosial dalam perkembangan mutakhir tidak lagi dapat dipahami sebatas sebagai media komunikasi interpersonal, melainkan telah bertransformasi menjadi ruang publik digital yang memfasilitasi pembentukan opini, pertukaran ide, dan produksi wacana sosial secara luas. Ruang publik digital ini memiliki karakteristik yang berbeda dengan ruang publik konvensional, terutama dari segi kecepatan penyebaran informasi, jangkauan audiens, serta minimnya kontrol institusional terhadap konten yang beredar.

Dalam konteks ini, media sosial menjadi arena strategis yang memengaruhi cara individu, termasuk mahasiswa, membangun relasi sosial dan mengekspresikan pandangan keagamaan. Sebagai bagian dari ruang publik, media sosial berfungsi sebagai tempat berlangsungnya diskursus sosial yang bersifat terbuka dan partisipatif. Setiap pengguna memiliki kesempatan yang relatif setara untuk menyuarakan pendapatnya tanpa harus melalui mekanisme seleksi seperti yang terdapat pada media arus utama. Kondisi ini memberikan peluang positif bagi penguatan demokratisasi informasi, namun sekaligus membuka ruang bagi lahirnya berbagai bentuk penyimpangan etis.

Mahasiswa, sebagai kelompok yang memiliki tingkat literasi teknologi tinggi, sering kali menjadi aktor dominan dalam produksi dan distribusi wacana di media sosial. Sayangnya, dominasi ini tidak selalu diiringi dengan kedewasaan etika dalam berkomunikasi. Tantangan utama dalam ruang publik digital adalah absennya batasan moral yang jelas. Kebebasan berekspresi sering dimaknai secara absolut tanpa mempertimbangkan dampak sosial dan psikologis terhadap pihak lain. Akibatnya, media sosial kerap dipenuhi oleh ujaran kebencian, polarisasi identitas, dan konflik berbasis agama maupun ideologi. Dalam situasi semacam ini, etika keagamaan memiliki fungsi penting sebagai landasan moral yang membatasi kebebasan individu agar tetap berada dalam koridor kemaslahatan bersama.

Etika keagamaan menekankan bahwa kebebasan tidak dapat dilepaskan dari tanggung jawab sosial dan moral. Dalam perspektif Islam, ruang publik baik fisik maupun digital merupakan ruang amanah yang harus dijaga dari praktik-praktik yang merusak tatanan sosial. Prinsip kehati-hatian dalam menyampaikan informasi menjadi sangat penting, terutama di era digital yang sarat dengan arus informasi yang belum tentu benar. Rasulullah SAW bersabda: *“Cukuplah seseorang dikatakan berdusta apabila ia menceritakan setiap apa yang ia dengar.”* (HR. Muslim)

Hadits ini memberikan landasan etis yang kuat dalam memahami perilaku bermedia sosial. Secara substansial, hadits tersebut menegaskan larangan menyebarkan informasi tanpa proses klarifikasi dan verifikasi. Dalam konteks media sosial, kebiasaan membagikan ulang informasi secara instan tanpa mengecek kebenarannya merupakan bentuk kelalaian etis yang dapat berdampak luas. Mahasiswa, sebagai kelompok terdidik, memiliki tanggung jawab moral untuk tidak terjebak dalam praktik tersebut. Dari sudut pandang akademik, pesan moral dalam hadits tersebut sejalan dengan prinsip literasi media modern yang menekankan pentingnya verifikasi sumber, validitas data, dan tanggung jawab komunikatif. Dengan demikian, etika keagamaan tidak bertentangan dengan nilai-nilai akademik kontemporer, melainkan memperkuatnya melalui dimensi moral dan spiritual. Integrasi etika keagamaan dalam pemahaman media sosial dapat membantu mahasiswa mengembangkan sikap kritis dan reflektif terhadap informasi yang mereka konsumsi dan sebarkan.

Etika Komunikasi Dan Perilaku Mahasiswa Dalam Penggunaan Media Sosial.

Etika komunikasi merupakan salah satu aspek penting dalam pembahasan penggunaan media sosial, terutama ketika dikaitkan dengan perilaku mahasiswa sebagai kelompok intelektual dan agen perubahan sosial. Dalam konteks akademik, etika komunikasi dipahami sebagai seperangkat prinsip yang mengatur cara individu menyampaikan pesan secara bertanggung jawab, menghormati pihak lain, serta mempertimbangkan dampak sosial dari setiap tindakan komunikatif. Media sosial, sebagai ruang komunikasi yang bersifat terbuka dan interaktif, menuntut tingkat kesadaran etis yang lebih tinggi dibandingkan komunikasi tatap muka (Jürgen Habermas, 1984). Mahasiswa sebagai pengguna aktif media sosial berada pada posisi yang strategis sekaligus rentan.

Di satu sisi, mereka memiliki kapasitas intelektual dan literasi teknologi yang relatif baik. Di sisi lain, intensitas penggunaan media sosial yang tinggi sering kali mendorong munculnya perilaku impulsif dalam berkomunikasi. Fenomena seperti komentar agresif, debat tanpa dasar argumentatif yang kuat, serta penyebaran opini yang bersifat emosional menunjukkan adanya kesenjangan antara kemampuan akademik dan kedewasaan etika komunikasi (Manuel Castells, 2010). Kondisi ini mengindikasikan bahwa penguasaan teknologi tidak selalu berbanding lurus dengan penguasaan etika dalam penggunaannya. Dalam perspektif etika keagamaan, komunikasi dipandang sebagai tindakan moral yang memiliki konsekuensi sosial. Prinsip kehati-hatian, kejujuran, dan tanggung jawab menjadi nilai utama yang seharusnya mewarnai perilaku komunikasi mahasiswa di media sosial. Ketika nilai-nilai tersebut tidak diinternalisasikan secara memadai, media sosial berpotensi menjadi ruang yang sarat dengan konflik dan disinformasi.

Oleh karena itu, etika keagamaan berfungsi sebagai kerangka normatif yang membimbing mahasiswa agar mampu menempatkan kebebasan berekspresi dalam batas-batas yang etis dan bermartabat (Ngainun Naim, 2019). Perilaku komunikasi mahasiswa di media sosial juga dipengaruhi oleh dinamika sosial dan budaya digital. Algoritma media sosial yang cenderung mempromosikan konten kontroversial sering kali mendorong pengguna untuk menyampaikan pendapat secara ekstrem demi mendapatkan perhatian. Dalam situasi ini, etika keagamaan memiliki peran penting sebagai penyeimbang yang mendorong refleksi diri dan pengendalian emosi. Mahasiswa yang memiliki kesadaran etika yang kuat cenderung tidak mudah terprovokasi oleh arus wacana yang bersifat polaristik.

Dari sudut pandang akademik, penerapan etika komunikasi di media sosial tidak hanya berdampak pada kualitas interaksi sosial, tetapi juga pada pembentukan karakter mahasiswa. Media sosial menjadi ruang belajar informal yang membentuk pola pikir dan sikap generasi muda. Apabila ruang ini dipenuhi oleh praktik komunikasi yang tidak etis, maka nilai-nilai intoleransi dan kekerasan simbolik berpotensi terinternalisasi. Sebaliknya, jika etika keagamaan dijadikan sebagai pedoman dalam berkomunikasi, media sosial dapat berfungsi sebagai sarana pembelajaran sosial yang konstruktif.

Selain itu, etika komunikasi yang berbasis nilai keagamaan juga berkontribusi dalam membangun budaya dialog yang sehat di kalangan mahasiswa. Dialog yang etis ditandai oleh keterbukaan terhadap perbedaan, kemampuan mendengarkan argumen pihak lain, serta kesediaan untuk mengoreksi diri. Budaya dialog semacam ini sangat penting dalam masyarakat demokratis dan multikultural. Dengan demikian, etika keagamaan tidak hanya relevan dalam ranah personal, tetapi juga memiliki implikasi sosial yang luas dalam membangun ruang publik digital yang inklusif dan beradab.

Moderasi Beragama, Hoaks, dan Polarisasi di Media Sosial

Salah satu persoalan krusial dalam penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa adalah meningkatnya polarisasi sosial yang dipicu oleh penyebaran informasi keagamaan yang tidak moderat. Media sosial, dengan algoritmanya yang cenderung memperkuat

preferensi pengguna, sering kali menciptakan ruang gema (echo chamber) yang mempersempit sudut pandang dan memperkuat keyakinan kelompok tertentu. Dalam konteks ini, mahasiswa berpotensi terjebak dalam narasi keagamaan yang eksklusif dan sulit menerima perbedaan pandangan, baik intra maupun antar agama (Cass R. Sunstein, 2017).

Fenomena hoaks keagamaan menjadi salah satu faktor utama yang memperparah polarisasi di ruang digital. Informasi yang dibungkus dengan simbol dan bahasa agama sering kali diterima secara emosional tanpa melalui proses verifikasi kritis. Bagi mahasiswa yang sedang berada dalam fase pencarian identitas, konten semacam ini dapat membentuk cara pandang yang sempit dan reaktif. Ketika hoaks dibiarkan beredar tanpa klarifikasi, media sosial tidak lagi berfungsi sebagai ruang dialog, melainkan sebagai arena konflik yang merusak kohesi sosial (Claire Wardle, et. al., 2017).

Dalam menghadapi situasi tersebut, konsep moderasi beragama menjadi sangat relevan. Moderasi beragama menekankan sikap beragama yang adil, seimbang, dan tidak ekstrem dalam menyikapi perbedaan. Dalam ruang digital, moderasi beragama tidak hanya berkaitan dengan keyakinan personal, tetapi juga dengan cara mengekspresikan pandangan keagamaan secara etis dan bertanggung jawab. Mahasiswa yang memiliki pemahaman moderasi beragama cenderung mampu memposisikan diri secara kritis terhadap konten keagamaan di media sosial dan tidak mudah terprovokasi oleh narasi yang bersifat memecah belah (Kementerian Agama RI, 2019).

Etika keagamaan berperan penting dalam menguatkan moderasi beragama di media sosial. Nilai-nilai seperti keadilan, penghormatan terhadap martabat manusia, dan tanggung jawab sosial menjadi landasan moral dalam menyikapi perbedaan pandangan. Ketika etika keagamaan diinternalisasikan secara reflektif, mahasiswa tidak hanya menahan diri dari menyebarkan konten bermasalah, tetapi juga mampu berkontribusi dalam menciptakan narasi alternatif yang lebih inklusif dan konstruktif. Dalam hal ini, etika keagamaan berfungsi sebagai mekanisme preventif terhadap radikalisasi digital. Dari perspektif akademik, polarisasi di media sosial menunjukkan adanya kegagalan dalam mengintegrasikan literasi digital dan pendidikan etika secara memadai. Literasi digital yang hanya berfokus pada kemampuan teknis tidak cukup untuk membekali mahasiswa menghadapi kompleksitas wacana keagamaan di ruang digital. Diperlukan pendekatan yang lebih komprehensif dengan memasukkan dimensi etika keagamaan sebagai bagian dari pendidikan karakter di perguruan tinggi.

Pendekatan ini memungkinkan mahasiswa untuk memahami media sosial tidak hanya sebagai teknologi, tetapi juga sebagai ruang sosial yang sarat dengan implikasi moral. Peran mahasiswa dalam merespons hoaks dan polarisasi tidak dapat dilepaskan dari tanggung jawab akademik dan sosial yang melekat pada diri mereka. Mahasiswa memiliki potensi besar untuk menjadi agen klarifikasi informasi dan penyeimbang wacana di media sosial. Melalui pendekatan argumentatif yang rasional dan etis, mahasiswa dapat berkontribusi dalam meredam konflik serta memperkuat budaya dialog di ruang publik digital. Dengan demikian, penguatan etika keagamaan dan moderasi beragama di kalangan mahasiswa menjadi investasi strategis dalam membangun masyarakat digital yang damai dan berkeadaban.

Analisis Kritis dan Kontribusi Etika Keagamaan dalam Studi Media Sosial Mahasiswa

Kajian mengenai etika keagamaan dalam penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa menunjukkan bahwa persoalan utama bukan terletak pada teknologi itu sendiri, melainkan pada kerangka nilai yang digunakan untuk mengarahkan perilaku penggunaannya. Media sosial bersifat netral secara moral, namun dampaknya sangat ditentukan oleh cara manusia memanfaatkannya. Dalam konteks ini, etika keagamaan menawarkan perspektif normatif yang mampu mengisi kekosongan moral yang sering muncul dalam praktik

komunikasi digital. Analisis ini menegaskan bahwa pendekatan etika keagamaan tidak dapat diposisikan sebagai wacana alternatif semata, melainkan sebagai bagian integral dari kajian media sosial kontemporer (Luciano Floridi, 2013).

Secara kritis, penelitian-penelitian tentang media sosial selama ini cenderung menekankan aspek teknologis, psikologis, dan sosiologis, sementara dimensi etika terutama etika berbasis nilai keagamaan sering kali kurang mendapatkan perhatian serius. Padahal, dalam masyarakat yang memiliki tingkat religiusitas tinggi seperti Indonesia, nilai-nilai keagamaan memainkan peran signifikan dalam membentuk orientasi moral individu. Mengabaikan dimensi ini berpotensi menghasilkan analisis yang parsial dan kurang kontekstual. Oleh karena itu, integrasi etika keagamaan dalam studi media sosial menjadi kebutuhan akademik yang mendesak (Sonia Livingstone, 2015).

Dalam konteks mahasiswa, etika keagamaan berkontribusi dalam membangun kesadaran reflektif terhadap praktik bermedia sosial. Kesadaran reflektif ini ditandai oleh kemampuan untuk menilai secara kritis motif, dampak, dan implikasi dari setiap tindakan komunikasi digital. Mahasiswa yang memiliki kesadaran reflektif tidak hanya mempertimbangkan aspek kebebasan berekspresi, tetapi juga konsekuensi sosial dari konten yang diproduksi dan disebar. Dengan demikian, etika keagamaan berfungsi sebagai instrumen evaluatif yang membantu mahasiswa menavigasi kompleksitas ruang digital (Anthony Giddens, 1991).

Kontribusi etika keagamaan juga terlihat dalam upaya membangun etos tanggung jawab sosial di kalangan mahasiswa. Etos ini tercermin dari sikap proaktif dalam melawan disinformasi, menghindari ujaran kebencian, serta mempromosikan dialog yang konstruktif di media sosial. Dalam perspektif akademik, sikap semacam ini menunjukkan adanya internalisasi nilai yang melampaui kepatuhan normatif semata dan berkembang menjadi kesadaran moral yang otonomi. Etika keagamaan, dalam hal ini, tidak bersifat koersif, melainkan persuasif dan reflektif. Dari sudut pandang pengembangan keilmuan, artikel ini memberikan kontribusi konseptual dengan memperluas cakupan kajian etika media sosial melalui pendekatan keagamaan.

Pendekatan ini membuka ruang dialog antara studi komunikasi, etika, dan studi keagamaan yang selama ini cenderung berjalan secara terpisah. Dengan mengintegrasikan ketiga perspektif tersebut, kajian ini menawarkan kerangka analisis yang lebih holistik dalam memahami perilaku mahasiswa di ruang digital. Kontribusi ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji media sosial dari perspektif nilai dan moral (Clifford Geertz, 1973).

Selain kontribusi teoretis, kajian ini juga memiliki implikasi praktis bagi dunia pendidikan tinggi. Perguruan tinggi dapat memanfaatkan temuan ini sebagai dasar untuk merancang kebijakan dan program penguatan etika digital berbasis nilai keagamaan. Program semacam ini tidak hanya relevan untuk mencegah perilaku negatif di media sosial, tetapi juga untuk membentuk karakter mahasiswa yang berintegritas dan bertanggung jawab secara sosial. Dengan demikian, etika keagamaan tidak hanya berfungsi sebagai konsep normatif, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam pengembangan pendidikan karakter di era digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, dapat ditegaskan bahwa etika keagamaan memiliki peran fundamental dalam membentuk perilaku mahasiswa dalam penggunaan media sosial. Media sosial sebagai ruang publik digital tidak dapat dipahami semata-mata sebagai sarana teknologis yang netral, melainkan sebagai ruang sosial yang sarat dengan nilai, kepentingan, dan konsekuensi moral. Dalam konteks ini, etika

keagamaan berfungsi sebagai kerangka normatif yang memberikan arah bagi mahasiswa dalam menavigasi kompleksitas interaksi digital secara bertanggung jawab dan bermartabat. Kajian ini menunjukkan bahwa berbagai persoalan yang muncul di media sosial seperti penyebaran hoaks, ujaran kebencian, dan polarisasi berbasis identitas tidak hanya disebabkan oleh lemahnya regulasi teknis, tetapi juga oleh kurangnya internalisasi nilai etis dalam diri pengguna.

Mahasiswa sebagai kelompok terdidik dan agen perubahan sosial memiliki peran strategis dalam merespons tantangan tersebut. Ketika etika keagamaan diinternalisasikan secara reflektif, mahasiswa cenderung memiliki kesadaran kritis yang lebih kuat dalam menyaring informasi, mengelola perbedaan, dan berpartisipasi dalam diskursus publik secara konstruktif. Secara teoretis, artikel ini menegaskan pentingnya mengintegrasikan perspektif etika keagamaan dalam studi media sosial. Pendekatan ini melengkapi kajian-kajian sebelumnya yang lebih menekankan aspek teknologis dan sosiologis, dengan menghadirkan dimensi moral dan nilai sebagai elemen analisis yang tidak terpisahkan. Integrasi ini memungkinkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku mahasiswa di ruang digital, khususnya dalam masyarakat yang religius dan multikultural seperti Indonesia.

Dari sisi praktis, temuan dalam artikel ini memiliki implikasi penting bagi pengembangan kebijakan dan praktik pendidikan di perguruan tinggi. Pendidikan etika digital perlu dirancang secara sistematis dengan mengintegrasikan literasi media dan nilai-nilai keagamaan dalam kurikulum maupun kegiatan ko-kurikuler. Pendekatan ini diharapkan dapat membentuk mahasiswa yang tidak hanya cakap secara teknologi, tetapi juga memiliki integritas moral dan tanggung jawab sosial dalam menggunakan media sosial. Dengan demikian, etika keagamaan tidak dapat dipandang sebagai konsep normatif yang statis, melainkan sebagai sumber nilai dinamis yang relevan dalam menghadapi tantangan era digital. Penguatan etika keagamaan di kalangan mahasiswa merupakan investasi jangka panjang dalam membangun ruang publik digital yang beradab, inklusif, dan berorientasi pada kemaslahatan bersama.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Bakar. "Konsep Toleransi dan Kebebasan Beragama." *Al-Adyan* 7, no. 2 (2015).
- Castells, Manuel. *The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell Publishing, 2010.
- Floridi, Luciano. *The Ethics of Information*. Oxford: Oxford University Press, 2013.
- Geertz, Clifford. *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic Books, 1973.
- Giddens, Anthony. *Modernity and Self-Identity*. Cambridge: Polity Press, 1991.
- Habermas, Jürgen. *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge: Polity Press, 1989.
- Habermas, Jürgen. *The Theory of Communicative Action*, Vol. 1. Boston: Beacon Press, 1984.
- Jenkins, Henry, et al. *Media Literacy and New Media*. New York: MIT Press, 2009.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. *Moderasi Beragama*. Jakarta: Badan Litbang dan Diklat Kemenag RI, 2019.
- Livingstone, Sonia. *Digital Media and Society*. Cambridge: Polity Press, 2015.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019.
- Naim, Ngainun. *Etika Sosial dalam Masyarakat Multikultural*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2019.
- Sunstein, Cass R. *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton:

Princeton University Press, 2017.

Wardle, Claire, and Hossein Derakhshan. *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework*. Strasbourg: Council of Europe, 2017.