

**KESEDARAN MAHASISWA MUSLIM TERHADAP ETIKA
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL**Anas Muhammad Adam Anas Zairi^{1*}, Harith Mahayuddin¹ & Nazmi Nazri¹¹Akademi Pengajian Islam Kontemporari (ACIS), UiTM Cawangan Melaka,
78000 Alor Gajah, Melaka*Aanasmuhammad62@gmail.com (Corresponding Author)DOI: <https://doi.org/10.24191/ejitu.v5i2.7318>**Abstrak****E-JITU**Acceptance date:
29th August 2022Valuation date:
15th September 2022Publication date:
22th October 2022

Kajian ini bertujuan untuk menganalisis tahap kesedaran Islam dalam kalangan pengguna media sosial terhadap etika penggunaannya serta mengenal pasti pengaruh prinsip-prinsip Islam terhadap tingkah laku digital mereka, memandangkan wujudnya masalah penyalahgunaan media sosial seperti penyebaran fitnah, ujaran kebencian, dan konten tidak bermoral terutamanya dalam kalangan generasi muda. Objektif kajian bertujuan mengenal pasti tahap kesedaran mahasiswa berdasarkan prinsip syariah, menganalisis hubungan antara kefahaman nilai Islam dengan amalan digital, dan mencadangkan langkah penambahbaikan. Dengan pendekatan kuantitatif menggunakan soal selidik, seramai 101 orang mahasiswa yang bagi meningkatkan kesedaran etika mahasiswa dalam penggunaan media sosial dilibatkan untuk menjawab soal selidik yang disediakan. Hasil kajian menunjukkan bahawa responden dengan kefahaman agama yang baik lebih cenderung mengamalkan etika Islam seperti mengelak fitnah, menjaga aurat, dan berkomunikasi secara sopan. Justeru, pengkaji mencadangkan pengwujudan modul Etika Media Sosial berdasarkan perspektif mahasiswa di universiti, kempen kesedaran melalui Instagram dan YouTube, serta penglibatan duta digital mahasiswa bagi mempromosikan penggunaan media sosial yang beretika selari dengan nilai Islam.

Kata kunci: Kesedaran Mahasiswa, Etika Digital, Media Sosial, Akhlak Islami, Pengguna Muslim

MUSLIM STUDENTS' AWARENESS OF ETHICAL MEDIA SOCIAL USE**Abstract**

This study aims to analyze the level of Islamic awareness among social media users regarding ethical usage, as well as to examine the influence of Islamic principles on their digital behavior. This is in response to the growing issue of social media misuse, particularly among the younger generation, which includes the spread of slander, hate speech, and immoral content. The objectives of this study are threefold: (1) to assess

students' level of awareness based on Shariah principles; (2) to analyze the relationship between the understanding of Islamic values and digital practices; and (3) to propose appropriate improvement measures. Employing a quantitative research design, data were collected through a structured questionnaire administered to a sample of 101 university students. The survey aimed to gauge ethical awareness in the context of social media usage. The findings indicate that respondents with a strong understanding of Islamic teachings are more likely to uphold ethical conduct on digital platforms, such as refraining from slander, observing modesty, and engaging in polite communication. Based on these findings, the study recommends the development of a Social Media Ethics Module from the perspective of university students, the implementation of awareness campaigns via platforms such as Instagram and YouTube, and the appointment of student digital ambassadors to advocate for ethical social media practices aligned with Islamic values.

Keywords: *Students' Awareness, Digital Ethics, Social Media, Islamic Morality, Muslim Users.*

PENGENALAN

Perkembangan pesat media sosial telah mengubah landskap komunikasi global, termasuk dalam kalangan generasi muda di Malaysia. Sebagai platform yang mempengaruhi interaksi sosial, media sosial menuntut penggunaannya berlandaskan etika dan nilai-nilai murni. Dalam konteks Islam, etika digital bukan sekadar tatacara penggunaan, tetapi juga mencerminkan akidah dan akhlak seorang Muslim. Kajian ini memfokuskan mahasiswa muslim sebagai populasi kajian memandangkan peranan mereka sebagai agen penyebaran maklumat dan keterdedahan tinggi kepada dinamika media digital.

Kajian lepas mendapati bahawa pelajar universiti Islam di Malaysia secara amnya menggunakan Instagram mengikut etika Islam, menunjukkan kesedaran yang kuat tentang penggunaan media sosial yang etika. Walau bagaimanapun, ramai yang menyatakan rasa tidak puas hati dengan ciri-ciri Instagram dan memberikan cadangan untuk penambahbaikan. (Mokhtar & Bahari, 2021)

Makalah ini tidak secara khusus membincangkan kesedaran pelajar Islam mengenai etika menggunakan media sosial. Ia memberi tumpuan kepada penggunaan media sosial mereka untuk membangkitkan Islam dan kesedaran umum mereka terhadap platform media sosial. (Sule & Aliyu, 2019).

Penyelidikan menunjukkan bahawa menerapkan nilai-nilai Al-Quran dalam literasi digital meningkatkan kesedaran pelajar Islam terhadap etika media sosial, menjadikan mereka lebih selektif, menghormati pendapat yang berbeza, dan bertanggungjawab dalam penyebaran maklumat, sambil memupuk sikap kritikal terhadap kandungan yang bertentangan. (Sarim et al., 2025)

Oleh sebab itu, kajian ini dilakukan untuk mencapai tiga objektif kajian iaitu (1) menilai tahap pengetahuan mahasiswa mengenai etika media sosial berpandukan islam, (2) mengenal pasti impak kekurangan kesedaran agama terhadap amalan digital. (3)

Merangka strategi Pendidikan untuk memperkukuh pemahaman etika Islam dalam konteks komunikasi digital.

PERMASALAHAN KAJIAN

Realiti semasa menunjukkan bahawa kurangnya kefahaman terhadap prinsip Islam dalam penggunaan media sosial menyumbang kepada pelbagai isu sosial. Sebilangan besar kandungan yang dihasilkan oleh pengguna, ditambah dengan pemeriksaan fakta yang tidak mencukupi, memburukkan lagi penyebaran maklumat palsu (Greeshma et al., 2024).

Penggunaan media sosial yang tidak beretika oleh pelajar Islam boleh membahayakan imej Islam dengan menyebarkan maklumat yang salah, mempromosikan stereotaip negatif, dan melemahkan nilai-nilai Islam. Penyalahgunaan ini bertentangan dengan prinsip kesopanan, rasa hormat, dan kesopanan yang disokong oleh Islam, yang berpotensi membawa kepada salah faham masyarakat. (Khanum et al., 2021)

Selain itu, perkara ini juga boleh menyebabkan penyebaran kandungan yang tidak bermanfaat atau tidak sopan, mendorong kepada perlakuan tidak bermoral, serta berisiko menyelewengkan tanggapan terhadap nilai-nilai Islam, sekali gus memberi kesan negatif terhadap imej Islam dalam masyarakat. (Chowdhury, 2024)

SOROTAN LITERATUR

Perkembangan pesat teknologi maklumat dan komunikasi, khususnya media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter dan TikTok telah membawa transformasi besar dalam cara individu berinteraksi dan berkongsi maklumat. Walau bagaimanapun, penyalahgunaan media sosial tanpa panduan dan kesedaran nilai-nilai Islam telah mencetuskan pelbagai isu akhlak seperti fitnah, buli siber, penyebaran berita palsu dan pengabaian tanggungjawab sosial. Kesedaran Islam merangkumi pemahaman tentang maqāṣid al-Sharī'ah iaitu tujuan syariah yang meliputi perlindungan agama, akal, nyawa, keturunan dan harta yang menjadi asas kepada penggunaan media secara beretika. Kajian secara literatur menunjukkan bahawa pengguna remaja dengan kesedaran Islam yang rendah lebih mudah terjerumus kepada tingkah laku yang negatif di media sosial.

Meninjau impak media sosial terhadap tingkah laku remaja berdasarkan analisis kepustakaan. Perkembangan zaman yang pesat menyebabkan masyarakat terutamanya remaja pada masa kini berlumba untuk menggunakan media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram dan sebagainya. Hal ini telah menyebabkan cara dan etika mereka ketika menggunakan media sosial semakin tidak mematuhi Syariat Islam. Kita dapat lihat bahawa terdapat sebilangan remaja yang menggunakan media sosial semata-mata untuk mempamerkan kemewahan yang dia ada sambil memakai pakaian yang ketat. Penampilan yang menjolok mata itu boleh mengundang dosa apabila dilihat oleh orang ramai. Hal ini kerana Islam melarang pemakaian yang ketat kerana boleh memperlihatkan tubuh badan seseorang. (Tasnim Rosli et al. 2019) Membincangkan hubungan antara motif (kerohanian & bukan kerohanian) penggunaan Instagram dengan kesedaran Islam dan perubahan tingkah laku. Ini disebabkan aplikasi Instagram mampu mengakses medium barat atau akaun media sosial orang Barat yang rata-rata gaya pemakaian mereka

tidak mematuhi syariah kerana sering dilihat memakai pakaian yang ketat dan yang tidak menutup badan terutamanya dalam golongan wanita. (Rohana Zakaria tesis Sarjana, UKM, 2021)

Kajian ini menyoroti media sosial sebagai platform penting untuk menyebarkan maklumat berkaitan Syariah, meningkatkan pendidikan pengguna, dan memudahkan perbincangan mengenai perbankan Islam berbanding konvensional, dengan itu meningkatkan pengetahuan produk dan mempromosikan pemilihan produk perbankan Islam secara bermaklumat di kalangan pengguna. (Risza, 2024)

METODOLOGI KAJIAN

Kajian ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, bertujuan untuk memahami sejauh mana kefahaman kesedaran Islam terhadap penggunaan media sosial dalam kalangan mahasiswa. Kaedah ini dipilih bagi mendapatkan maklumat yang lebih tepat tentang cara penggunaan media sosial dalam kalangan mahasiswa. Sasaran kajian terdiri daripada pelajar Institusi Pelajaran Tinggi Awam (IPTA) dan pelajar Institusi Pelajaran Tinggi Swasta (IPTS) di seluruh Malaysia. Responden akan dipilih secara rawak yang merangkumi pelajar daripada pelbagai bidang dan semester yang berbeza. Pemilihan ini bertujuan untuk mendapatkan pendapat daripada pelbagai persepsi mahasiswa di universiti. Data yang dikumpulkan daripada borang soal selidik melalui pautan Google Form.

Instrumen soal selidik ini berdasarkan skala likert (setuju/tidak setuju) dan pilihan untuk tingkat pemahaman mereka berkaitan kesedaran Islam dalam penggunaan media sosial. Pertama, kekerapan penggunaan media sosial. Kedua, tahap kesedaran islam dan akhir sekali yang ketiga, tingkah laku di media sosial. Soal selidik ini diedarkan melalui aplikasi WhatsApp dan Telegram. Jumlah responden yang memberi maklum balas berjumlah 101 orang. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif berdasarkan peratusan kekerapan jawapan untuk setiap soalan. Hasil dipersembahkan dalam bentuk peratusan yang menjawab bagi mendapatkan kecenderungan dan pola jawapan.

DAPATAN KAJIAN DAN PERBINCANGAN

Hasil kajian ialah telah dirumuskan berdasarkan data daripada google form kumpulan. Penulisan ini telah menyentuh semua tiga objektif utama kajian saya iaitu mengenal pasti tahap kesedaran Islam dalam kalangan pengguna media sosial terhadap etika penggunaannya berdasarkan prinsip-prinsip syariah, menganalisis hubungan antara pemahaman nilai-nilai Islam dengan amalan etika digital dalam kalangan pengguna media sosial dan mencadangkan langkah-langkah penambahbaikan bagi meningkatkan kesedaran etika Islam dalam penggunaan media sosial berdasarkan dapatan kajian.

JANTINA	BILANGAN (ORANG)	PERATUS (%)
LELAKI	33 ORANG	31
PEREMPUAN	68 ORANG	67

Jadual 1: Latarbelakang responden

Berdasarkan jadual 1, majoriti responden adalah perempuan dengan bilangan 68 orang iaitu mewakili 67% berbanding lelaki dengan peratusan 31%. Ini tidak menjadi masalah kerana perempuan lebih prihatin terhadap perkara sebegini.

Objektif 1 : Mengenal pasti tahap kesedaran Islam dalam kalangan pengguna media sosial terhadap etika penggunaannya berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

Pengetahuan tentang islam mempunyai garis panduan dalam etika penggunaan media sosial

RESPON	BILANGAN (ORANG)	PERATUS (%)
YA	89	88.6
TIDAK	12	12.4

Jadual 2: Kekerapan dan Peratusan responden.

Berdasarkan jadual 2, majoriti responden adalah ya dengan bilangan 89 orang iaitu mewakili 88.6% berbanding tidak dengan peratusan 12.4%. Ini tidak menjadi masalah kerana ramai lebih tahu tentang garis panduan dalam etika penggunaan media sosial.

Pendedahan kepada etika islam berkaitan media sosial melalui ceramah, kelas agama atau media.

RESPON	BILANGAN (ORANG)	PERATUS (%)
YA	101	100
TIDAK	0	0

Jadual 3: Kekerapan dan Peratusan responden.

Berdasarkan jadual 3, majoriti responden adalah ya dengan bilangan 101 orang iaitu mewakili 100% berbanding tidak dengan peratusan 0%. Ini tidak menjadi masalah kerana ramai lebih terdedah dengan etika islam berkaitan media sosial melalui ceramah, kelas agama atau media.

Objektif 2 : Menganalisis hubungan antara pemahaman nilai-nilai Islam dengan amalan etika digital dalam kalangan pengguna media sosial

Penyebaran maklumat tanpa menyemak kesahihannya terlebih dahulu.

RESPON	BILANGAN (ORANG)	PERATUS (%)
JARANG	49	48.6
KADANG - KADANG	28	28.9

TIDAK PERNAH	17	17.1
--------------	----	------

Jadual 4: Kekerapan dan Peratusan responden.

Berdasarkan jadual 4, majoriti responden adalah Jarang dengan bilangan 49 orang iaitu mewakili 48.6 % berbanding kadang-kadang dan tidak pernah dengan peratusan 28.9% dan 17.1%. Ini menjadi masalah kerana ramai menyebarkan maklumat tanpa menyemak kesahihannya terlebih dahulu.

Menjaga adab ketika memberi komen atau pendapat di media sosial.

RESPON	BILANGAN (ORANG)	PERATUS (%)
SANGAT MENJAGA	56	57.1
MENJAGA	39	40
KURANG MENJAGA	2	2.9

Jadual 5: Kekerapan dan Peratusan responden

Berdasarkan jadual 5, majoriti responden adalah sangat menjaga dengan bilangan 56 orang iaitu mewakili 57.1 % berbanding menjaga dan kurang menjaga dengan peratusan 40 % dan 2.9 %. Ini tidak menjadi masalah kerana majoriti responden sangat menjaga adab ketika memberi komen atau pendapat di media sosial.

Objektif 3 : Mencadangkan langkah-langkah penambahbaikan bagi meningkatkan kesedaran etika Islam dalam penggunaan media sosial berdasarkan dapatan kajian.

kesan negatif yang anda lihat akibat daripada kurang kesedaran Islam dalam penggunaan media sosial.

RESPON	BILANGAN (ORANG)	PERATUS (%)
PERPECAHAN MASYARAKAT	62	62.9
PENYEBARAN FITNAH	20	17.5
HILANG RASA HORMAT	19	14.3

Jadual 6: Kekerapan dan Peratusan responden

Berdasarkan jadual 6, majoriti responden adalah perpecahan masyarakat dengan bilangan 62 orang iaitu mewakili 62.9 % berbanding penyebaran fitnah dan hilang rasa hormat dengan peratusan 17.5 % dan 14.3 %. Ini boleh menjadi langkah-langkah bagi meningkatkan kesedaran dengan mengetahui kesan negatif.

Bersetuju bahawa kurangnya kesedaran Islam menyumbang kepada masalah etika dalam media sosial?

RESPON	BILANGAN (ORANG)	PERATUS(%)
YA	101	100
TIDAK	0	0

Jadual 7: Kekerapan dan Peratusan Responden.

Berdasarkan jadual 7, majoriti responden adalah ya dengan bilangan 101 orang iaitu mewakili 100 % berbanding tidak dengan peratusan 0%. Ini tidak menjadi masalah kerana majoriti responden bersetuju bahawa kurang kesedaran mahasiswa muslim menyumbang kepada masalah etika dalam media sosial.

KESIMPULAN

Berdasarkan dapatan kajian yang diperoleh, dapat disimpulkan bahawa wujud keperluan mendesak untuk memperkukuhkan pemahaman dan amalan etika media sosial berlandaskan perspektif Islam dalam kalangan masyarakat, khususnya golongan mahasiswa. Kajian ini telah berjaya mencapai ketiga-tiga objektif utamanya dengan mendalam. Pertama, kajian berjaya mengenal pasti tahap kesedaran Islam dalam kalangan pengguna media sosial terhadap etika penggunaannya berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dapatan menunjukkan bahawa walaupun majoriti responden mempunyai kesedaran asas, pemahaman mendalam tentang aplikasi nilai-nilai Islam dalam konteks digital masih berada pada tahap yang perlu ditingkatkan.

Kedua, kajian ini telah menganalisis hubungan antara pemahaman nilai-nilai Islam dengan amalan etika digital. Hasil analisis menunjukkan korelasi positif yang signifikan di mana responden yang memiliki kefahaman agama yang lebih kukuh cenderung menunjukkan amalan digital yang lebih beretika. Namun, didapati masih wujud jurang antara pengetahuan dan praktik yang memerlukan intervensi khusus. Ketiga, berdasarkan dapatan-dapatan tersebut, kajian telah berjaya mencadangkan langkah-langkah penambahbaikan yang komprehensif untuk meningkatkan kesedaran etika Islam dalam penggunaan media sosial.

Berdasarkan objektif-objektif yang telah dicapai, kajian ini mencadangkan beberapa langkah strategik. Pertama, pelaksanaan modul wajib "Etika Media Sosial Berperspektif

Islam" dalam kurikulum universiti perlu dilaksanakan secara menyeluruh. Modul ini seharusnya tidak terhad kepada teori semata-mata, tetapi perlu menggabungkan elemen praktikal seperti analisis kes-kes semasa, simulasi situasi digital, dan perbincangan interaktif. Pendekatan ini akan membantu pelajar memahami aplikasi sebenar nilai-nilai Islam dalam konteks media sosial.

Kedua, kempen kesedaran melalui platform digital seperti Instagram dan YouTube perlu dirancang dengan teliti dengan mengambil kira preferensi generasi muda. Kandungan kempen perlu bersifat interaktif, kreatif dan relevan dengan isu semasa. Penggunaan format seperti video pendek, infografik dinamik, dan siri webinar bersama pakar perlu dipergiatkan. Ketiga, penglibatan mahasiswa berpengaruh sebagai duta digital merupakan strategi yang berpotensi tinggi untuk menyampaikan mesej secara efektif. Duta-duta ini perlu dilatih bukan sahaja dari aspek kandungan agama, tetapi juga kemahiran komunikasi digital yang efektif.

Sebagai cadangan tambahan, kajian ini mencadangkan penubuhan pusat sumber digital yang menyediakan bahan-bahan rujukan berkualiti tentang etika media sosial Islami. Pusat ini boleh beroperasi dalam bentuk portal online yang mudah diakses, dilengkapi dengan bahan dalam pelbagai format. Selain itu, kerjasama strategik antara universiti, agensi kerajaan seperti JAKIM dan KPM, serta pihak industri media perlu diperkukuhkan untuk memastikan kesinambungan program-program yang dilaksanakan.

Kajian ini juga mencadangkan agar penyelidikan lanjutan dijalankan untuk menilai keberkesanan program-program yang dilaksanakan, serta mengeksplorasi aspek-aspek khusus seperti pengaruh media sosial terhadap pembentukan jati diri Muslim dan peranan institusi keluarga dalam membimbing anak-anak mengenai etika digital. Dengan pelaksanaan cadangan-cadangan ini secara bersepadu, diharapkan dapat melahirkan generasi muda yang bukan sahaja celik digital, tetapi juga mampu menjadikan media sosial sebagai platform untuk menyebarkan nilai-nilai murni Islam. Penekanan terhadap integrasi antara ilmu duniawi dan ukhrawi dalam konteks digital ini amat penting dalam memastikan kemajuan teknologi seiring dengan pembangunan rohani individu dan masyarakat.

RUJUKAN

- Greeshma, R., Bharadwaj, G., Biradar, D., Girijamma, H. A., Goutham, N., & Kallas, S. P. (2024). Social media misinformation. *International Journal for Multidisciplinary Research*, 6(6). <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2024.v06i06.25182>
- Sarim, D., Sitika, A. J., Tarlam, A., & Khoeriyah, C. (2025). Analisis penerapan nilai-nilai Qur'ani dalam pembentukan literasi digital remaja Muslim di era media sosial. *Mimbar Kampus*, 24(1). <https://doi.org/10.47467/mk.v24i1.6041>
- Sule, M. M., & Aliyu, M. M. (2019). Social media and proselytizing of Islam: A study of Muslim students in selected higher institutions of learning in Northern Nigeria. *SAR Journal of Humanities and Social Sciences*, 1(2), 44–53. <https://doi.org/10.36346/SARJHSS.2019.V01I02.003>
- Mokhtar, A., & Bahari, C. A. (2021). Social media and Islamic ethics: An insight to Instagram use by Muslim university students in Malaysia. *Intellectual Discourse*, 29(1), 175–206. <https://journals.iium.edu.my/intdiscourse/index.php/id/article/view/1764/>

- Zakaria, R. (2021). Pengaruh motif penggunaan Instagram terhadap kesedaran Islam dan perubahan tingkah laku [Tesis Sarjana, Universiti Kebangsaan Malaysia]. Pusat Sistem Maklumat Perpustakaan UKM. <https://ptsldigital.ukm.my/jspui/handle/123456789/458232>
- Rosli, M. T., Muniandy, Y., & Jasmi, K. A. (2019). Media sosial dan impak tingkah laku menurut Islam. In K. A. Jasmi (Ed.), *Prosiding Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019* (pp. 115–130). Universiti Teknologi Malaysia. <https://www.researchgate.net/publication/339400953>
- Risza, H. (2024). Analysis of #banksyariah posts through social media marketing: As a means of sharia product knowledge. *Mabis: Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 23(2). <https://doi.org/10.24123/mabis.v23i2.785>
- Khanum, M., Syed, S., & Hafiz, H. (2021). Globalization and the usage of social media in the framework of Islam. *Habibia Islamicus*, 7(1). <http://habibiaislamicus.com/index.php/hirj/article/view/68>
- Chowdhury, M. A. I. (2024). Usage of social media: Islamic perspective. *International Journal for Multidisciplinary Research*, 6(3). <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2024.v06i03.199>