TIK Ilmeu Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi	Vol. 10. No. 1, 2026 ISSN: 2580-3654 (p), 2580-3662(e) http://journal.iaincurup.ac.id/index.php/TI/index
DOI: 10.29240/tik.v10i1.16968	
Submitted: 21-05-26 | Revised: 16-06-26 | Accepted: 23-06-25 | Published: 27-06-26	

Tingkat Kesadaran Etika Informasi Islam pada Mahasiswa Semester 2 Universitas Muhammadiyah Mataram

Muhammad Soadikin[1*], Cici Nurmianty[2], Nasrullah[3]
[123]Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar, Indonesia
Jl. H.M. Yasin Limpo No. 36, Kelurahan Romang Polong, Kecamatan Somba Opu, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan
Corresponding author: *muh.soadikin@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the level of awareness of Islamic information ethics among second-semester students at Muhammadiyah University of Mataram. The study employed a descriptive quantitative approach, using a Likert-scale questionnaire to collect data from 90 respondents selected through purposive sampling based on the following criteria: active second-semester students, having taken the course "Al-Islam and Muhammadiyah Studies," active users of social media, and willing to participate as respondents. The research instrument was tested for validity using Pearson's Product-Moment correlation, with all items deemed valid (calculated r > 0.207), and for reliability using Cronbach's Alpha, yielding a value of 0.967, indicating very high reliability.**:** study indicate that the level of awareness of Islamic information ethics falls into the high category (mean 4.12; 82.4%). This study contributes to strengthening research on digital literacy based on Islamic values as a foundation for shaping ethical and responsible digital behavior among students.

Keywords: Islamic Information Ethics; Digital Literacy; Tabayyun; Social Media

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis tingkat kesadaran etika informasi Islam pada mahasiswa semester 2 Universitas Muhammadiyah Mataram. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner skala Likert kepada 90 responden yang dipilih secara purposive berdasarkan kriteria: mahasiswa aktif semester 2, telah menempuh mata kuliah Al-Islam dan Kemuhammadiyahan, aktif menggunakan media sosial, dan bersedia menjadi responden. Instrumen penelitian telah diuji validitas menggunakan Pearson Product Moment dengan seluruh item dinyatakan valid (r hitung > 0,207) serta reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha dengan nilai 0,967 yang menunjukkan reliabilitas sangat tinggi. Penelitian menunjukkan tingkat kesadaran etika informasi Islam berada pada kategori tinggi (mean 4,12; 82,4%). Penelitian ini berkontribusi dalam penguatan kajian literasi digital berbasis nilai-nilai Islam sebagai landasan pembentukan perilaku digital mahasiswa yang etis dan bertanggung jawab.

Kata Kunci: Etika Informasi Islam; Literasi Digital; Tabayyun; Media Sosial.

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi di era digital telah mengubah pola interaksi manusia dalam memproduksi, mendistribusikan, dan mengonsumsi informasi secara fundamental. Informasi kini dapat diakses secara cepat, luas, dan tanpa batas geografis maupun temporal. Kondisi ini memberikan dampak positif dalam berbagai sektor kehidupan, seperti pendidikan, ekonomi, pemerintahan, dan sosial budaya. Dalam bidang pendidikan, misalnya, teknologi informasi mempermudah akses terhadap sumber belajar dan meningkatkan efektivitas proses pembelajaran (Maulidia, 2024, hlm.454)

Copyright remains with the author(s), who grant TIK ILMEU a non-exclusive right to publish the article under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY-NC SA 4.0).

Namun, perkembangan tersebut tidak selalu berdampak positif. Kemudahan akses informasi juga memunculkan berbagai persoalan etika dalam penggunaan media digital. Masyarakat sering kali belum memiliki literasi informasi yang memadai untuk menilai mana informasi yang benar, mungkin benar, maupun mustahil benar. Saat ini, misinformasi (penyebaran informasi yang keliru tanpa sengaja) dan disinformasi (penyebaran informasi yang keliru dengan sengaja demi keuntungan ekonomi atau politik) merupakan hal yang amat lumrah ditemukan di ruang siber (Zarman, 2023). Informasi saat ini bukan lagi sekadar komoditas data mentah, melainkan instrumen penting yang memiliki beban moral dan etika yang sangat berat. seorang pengguna internet bisa menjadi terbuka saat online, sementara menjadi tertutup pada saat offline, atau mereka mungkin mencari informasi secara online seperti informasi kesehatan dan pornografi yang tidak mungkin mereka lakukan pada saat offline, perbedaan mendasar ini disebut disinhibition online effect. Kemudian terlebih lagi internet sendiri menyediakan akses yang mudah bagi banyak potensi negatif, seperti cyber-bullying, penculikan, penipuan, kecanduan pornografi dan lain sebagainya (Ruli et al, 2023, hlm.261). Maka dari itu tanpa adanya kendali etis yang kuat, kecepatan sirkulasi informasi di ruang digital sering kali melampaui kemampuan verifikasi manusia, yang kemudian memicu berbagai persoalan sosial.

Dalam perspektif Islam, setiap informasi yang diterima atau disebarkan merupakan amanah yang akan dimintai pertanggungjawabannya secara spiritual di hadapan Allah SWT. Islam telah memberikan panduan universal melalui prinsip kejujuran *(shidq)*, keadilan *('adl)*, tanggung jawab *(amanah)*, dan verifikasi *(tabayyun)* menjadi dasar dalam etika komunikasi Islam yang secara alami dapat diterapkan dalam berbagai konteks digital,dengan demikian, Islam memberikan panduan yang praktis dan juga spiritual untuk berperilaku di dunia maya (Tarso, 2025, hlm.3). Kemudian dijelaskan pula dalam Agama Islam terkait etika komunikasi dilihat dari prinsip gaya bicara *(qaulan)*, yakni: *Qaulan Sasidan* (Perkataan yang Benar), *Qaulan Baligha* (efektif, tepat sasaran), *Qaulan Ma'rufan* (perkataan yang benar), *Qaulan Karima* (perkataan yang mulia), *Qaulan Layyina, dan Qaulan Maysura.* Semua ajaran tentang pentingnya etika dalam berkomunikasi (Titin Nurjanah, 2025, hlm.54).

Berdasarkan penjelasan diatas, etika informasi Islam dapat dipahami sebagai integrasi antara literasi digital dan nilai-nilai profetik yang bertujuan untuk menciptakan kemaslahatan di ruang publik virtual. Pentingnya pemahaman etika ini menjadi semakin krusial ketika berhadapan dengan generasi muda yang sering kali disebut sebagai *digital natives.* (Zulkifli et al, 2025, hlm.21) menjelaskan bahwa salah satu persoalan utama dalam pembentukan karakter di era digital adalah disorientasi nilai. Generasi muda banyak yang kehilangan arah moral karena terbiasa hidup dalam relativisme digital. Fenomena ini diperkuat oleh riset dari (UNESCO, 2021) yang menunjukkan bahwa media sosial sering kali menjadi ruang di mana nilai-nilai kebenaran, etika, dan kesopanan mengalami relativisasi. Generasi muda cenderung menerima informasi yang mendukung pandangan mereka sendiri, membentuk *echo chamber* dan mengikis kemampuan untuk berpikir kritis dan memahami nilai secara objektif.

Beberapa penelitian terdahulu mengenai etika komunikasi Islam dan literasi digital telah seperti penelitian (Fitria & Subakti, 2022) menunjukkan bahwa etika komunikasi Islam memiliki peran penting dalam membangun perilaku komunikasi yang santun di era digital. Penelitian lain oleh (Zarman, 2023) menekankan bahwa adab terhadap informasi digital merupakan bagian penting dalam pendidikan Islam modern untuk membentuk kesadaran moral pengguna media digital. Selain itu, penelitian (Resti et al, 2025, hlm.179) menjelaskan dalam perspektif Islam, literasi digital tidak cukup berhenti pada aspek keterampilan teknis dan kritis, tetapi harus dibingkai oleh nilai-nilai Qur'ani dan akhlak karimah. Literasi digital Islami dapat dipahami sebagai kemampuan menggunakan perangkat dan konten digital dengan landasan iman, takwa, dan etika Islam sehingga setiap aktivitas online menjadibagian dari pengamalan ajaran

agama. (Sajida Khoirullah, Suci Laela, Livia Herliani, 2026) juga menemukan bahwa penerapan etika digital berbasis nilai Islam dapat membentuk perilaku komunikasi yang lebih bertanggung jawab dalam penggunaan media sosial. Dari keempat penelitian tersebut, belum ditemukan hasil kajian secara spesifik terkait tingkat kesadaran etika informasi Islam pada mahasiswa semester awal di perguruan tinggi Islam menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Selain itu, penelitian yang mengukur internalisasi nilai-nilai Islam seperti *tabayyun*, *amanah*, *qaulan sadidan*, dan tanggung jawab informasi dalam perilaku penggunaan informasi digital mahasiswa belum ditemukan pada penelitian yang telah di telaah sebelumnya.

Perbedaan mendasar penelitian sekarang dengan penelitian-penelitian sebelumnya terletak pada tiga aspek utama. *Pertama*, aspek metodologis, di mana penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk mengonstruksi tingkat kesadaran teologis secara numerik, bukan sekadar eksplorasi kualitatif. *Kedua*, kebaruan variabel, di mana penelitian ini memetakan lima indikator etika informasi Islam secara komprehensif (kejujuran *(shidq)*, keadilan *('adl)*, tanggung jawab *(amanah)*, verifikasi *(tabayyun)*, dan etika komunikasi) yang diturunkan langsung dari konsep *akhlakul karimah* dan ragam prinsip *qaulan*. *Ketiga*, spesifikasi subjek, yaitu berfokus pada mahasiswa semester 2 Universitas Muhammadiyah Mataram sebagai institusi berbasis Islam yang memiliki kurikulum integratif Al-Islam dan Ke-Muhammadiyahan (AIK), sehingga riset ini mampu mengukur sejauh mana efektivitas internalisasi nilai institusional tersebut dalam praktik berinformasi riil mahasiswa di ruang siber.

Universitas Muhammadiyah Mataram sebagai institusi pendidikan tinggi Islam memiliki peran strategis dalam membentuk karakter mahasiswa melalui integrasi nilai Al-Islam dan Ke-Muhammadiyahan. Sebagai bagian dari ekosistem akademik, mahasiswa semester 2 berada pada fase transisi krusial di mana ketergantungan terhadap sumber informasi digital untuk kebutuhan studi sangat tinggi. Praktik penggunaan platform digital di lingkungan Universitas Muhammadiyah Mataram memperluas ruang partisipasi Mahasiswa dalam diskusi, namun terdapat pula tantangan tersendiri, seperti berupa paparan informasi yang tidak valid (Irwan Saputra, 2025, hlm.74).

Di Universitas Muhammadiyah Mataram, Mahasiswa dituntut untuk tidak hanya cerdas secara kognitif, tetapi juga bijak dalam menerapkan etika Islam saat memproses informasi digital. Namun, realitas menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan teologis dan praktik harian, di mana prinsip *tabayyun* sering kali terabaikan dalam interaksi digital sehari-hari. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kesadaran etika informasi Islam pada mahasiswa semester 2 Universitas Muhammadiyah Mataram untuk memetakan sejauh mana internalisasi nilai-nilai Islam dalam perilaku berinformasi mereka.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk menganalisis tingkat kesadaran etika informasi Islam pada mahasiswa semester 2 Universitas Muhammadiyah Mataram. Pendekatan kuantitatif deskriptif digunakan karena penelitian ini berfokus pada pengukuran tingkat kesadaran mahasiswa melalui data numerik yang dianalisis menggunakan statistik deskriptif berupa persentase dan nilai rata-rata (mean). Penelitian dilaksanakan di Universitas Muhammadiyah Mataram dengan subjek penelitian mahasiswa semester 2 dari berbagai program studi. Pemilihan mahasiswa semester 2 didasarkan pada pertimbangan bahwa mahasiswa pada fase awal perkuliahan merupakan kelompok yang aktif menggunakan media digital untuk kebutuhan akademik maupun komunikasi sosial.

Populasi penelitian adalah 840 mahasiswa semester 2 Universitas Muhammadiyah Mataram. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh 89,36 responden yang dibulatkan menjadi 90

responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Sampel penelitian dipilih berdasarkan kriteria: (1) mahasiswa aktif semester 2 Universitas Muhammadiyah Mataram, (2) telah menempuh mata kuliah Al-Islam dan Kemuhammadiyahan (AIK), (3) memiliki dan aktif menggunakan media sosial, serta (4) bersedia menjadi responden penelitian. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner berbasis skala Likert lima tingkat yang disebarkan secara langsung maupun melalui media digital. Instrumen penelitian disusun berdasarkan lima indikator etika informasi Islam, yaitu verifikasi informasi (tabayyun), kejujuran informasi, etika komunikasi digital, tanggung jawab informasi, dan penggunaan media sosial secara Islami..

Instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitas sebelum digunakan. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment dengan kriteria *r* hitung > *r* tabel. Dengan jumlah responden 90 orang diperoleh *df* = 88 dan *r* tabel = 0,207. Hasil pengujian menunjukkan seluruh item memiliki *r* hitung > 0,207 sehingga dinyatakan valid. Uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha dan menghasilkan nilai $\alpha = 0{,}967$, yang menunjukkan instrumen sangat reliabel karena melebihi batas minimum 0,70. Menurut (Taber, 2018), nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70 menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang baik dan layak digunakan dalam penelitian kuantitatif.

Data penelitian dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan tingkat kesadaran etika informasi Islam pada mahasiswa semester 2 Universitas Muhammadiyah Mataram. Analisis dilakukan melalui perhitungan skor, persentase, dan nilai rata-rata (*mean*) dari jawaban responden. Selanjutnya, hasil penelitian diklasifikasikan menggunakan interval kategori dengan skor minimum 20 dan skor maksimum 100, sehingga diperoleh interval sebesar 16. Berdasarkan perhitungan tersebut, tingkat kesadaran etika informasi Islam dikelompokkan ke dalam lima kategori, yaitu sangat rendah (20–36), rendah (37–52), sedang (53–68), tinggi (69–84), dan sangat tinggi (85–100). Hasil analisis kemudian diinterpretasikan dengan mengacu pada konsep etika informasi Islam dan didukung oleh temuan penelitian terdahulu yang relevan.

C. Hasil dan Pembahasan

Dalam konteks era digital, etika informasi tidak hanya berkaitan dengan kemampuan teknis menggunakan media digital, tetapi juga menyangkut tanggung jawab moral dalam menjaga kebenaran, kejujuran, serta kemaslahatan informasi yang disampaikan kepada masyarakat. Menurut (Zaimina, 2024), etika informasi Islam menekankan pentingnya integrasi antara literasi digital dan akhlak Islami agar penggunaan teknologi tetap berada dalam koridor nilai-nilai moral dan spiritual. Etika informasi Islam pada dasarnya mencakup beberapa prinsip utama, yaitu verifikasi informasi (*tabayyun*), kejujuran informasi, etika komunikasi digital, tanggung jawab informasi, dan penggunaan media sosial secara Islami.

Prinsip verifikasi informasi (*tabayyun*) menekankan pentingnya memeriksa kebenaran informasi sebelum mempercayai maupun menyebarkannya kepada orang lain. Konsep ini menjadi sangat relevan di era media sosial karena arus informasi yang cepat sering kali memicu penyebaran hoaks dan disinformasi. Selain itu, prinsip kejujuran informasi menuntut setiap individu untuk menyampaikan informasi sesuai fakta dan menghindari manipulasi maupun kebohongan dalam komunikasi digital. Dalam Islam, komunikasi yang jujur merupakan bagian dari implementasi *akhlakul karimah* yang bertujuan menjaga kepercayaan sosial di tengah masyarakat. Menurut (Fitria & Subakti, 2022), etika komunikasi Islam di ruang digital harus berlandaskan nilai kejujuran, kesantunan, dan tanggung jawab agar komunikasi yang terbangun tidak menimbulkan konflik sosial maupun kerusakan moral.

Selain verifikasi dan kejujuran informasi, etika informasi Islam juga menekankan pentingnya etika komunikasi digital. Penggunaan bahasa yang sopan, santun, dan tidak mengandung ujaran kebencian menjadi bagian penting dalam komunikasi Islami di media sosial. Komunikasi digital dalam perspektif Islam harus mengedepankan nilai penghormatan terhadap orang lain serta menghindari perilaku yang dapat memicu permusuhan di ruang digital (Nurjanah et al., 2024). Di samping itu, setiap aktivitas penyebaran informasi juga harus dilandasi tanggung jawab moral karena informasi dalam Islam dipandang sebagai amanah yang akan dipertanggungjawabkan baik secara sosial maupun spiritual.

Penggunaan media sosial secara Islami merupakan bentuk implementasi etika informasi Islam dalam kehidupan digital sehari-hari. Media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan dan komunikasi, tetapi juga dapat menjadi media edukasi, dakwah, dan penyebaran nilai-nilai positif. Oleh karena itu, pengguna media sosial dituntut untuk mampu memilah konten yang bermanfaat, menghindari penyebaran ujaran kebencian, serta menggunakan media digital untuk aktivitas yang membawa kemaslahatan bersama. Menurut (Hilal Fikri, 2023), literasi digital berbasis nilai Islam dapat membentuk perilaku pengguna media sosial yang lebih bijak, kritis, dan bertanggung jawab dalam menghadapi perkembangan teknologi informasi di era digital.

Distribusi Jawaban Responden Pada Setiap Indikator

Untuk mengetahui kecenderungan jawaban responden terhadap setiap indikator penelitian, dilakukan analisis distribusi jawaban berdasarkan skala Likert yang terdiri atas kategori sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih rinci mengenai tingkat kesadaran mahasiswa terhadap etika informasi Islam pada setiap aspek yang diteliti, yaitu verifikasi informasi (*tabayyun*), kejujuran informasi, etika komunikasi digital, tanggung jawab informasi, dan penggunaan media sosial secara Islami. Melalui distribusi jawaban responden, dapat diketahui pola persepsi dan kecenderungan sikap mahasiswa dalam menerapkan nilai-nilai Islam pada aktivitas penggunaan informasi digital sehari-hari.

Tabel 1. Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Verifikasi Informasi (***Tabayyun***)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Mean	SD
1	Saya memeriksa kebenaran informasi sebelum membagikannya kepada orang lain	48	30	8	3	1	4,65	0,49
2	Saya mengecek sumber informasi sebelum mempercayai berita digital	45	32	7	4	2	4,35	0,49
3	Saya membandingkan informasi dari beberapa sumber untuk memastikan kebenarannya	42	35	8	3	2	4,65	0,49
4	Saya menghindari menyebarkan berita yang belum jelas kebenarannya	50	28	7	3	2	4,65	0,49

Sumber: Hasil Olahan Data Penelitian, 2026.

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa mayoritas responden memberikan jawaban setuju dan sangat setuju pada seluruh pernyataan indikator verifikasi informasi (*tabayyun*). Hasil tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki kesadaran yang baik dalam melakukan pengecekan informasi sebelum menyebarkannya kepada orang lain. Tingginya kesadaran terhadap prinsip *tabayyun* menunjukkan bahwa mahasiswa mulai memahami pentingnya verifikasi informasi dalam menghadapi arus informasi digital yang sangat cepat dan kompleks. Dalam perspektif Islam, perilaku tersebut mencerminkan implementasi nilai *tabayyun* sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-Hujurat ayat 6 yang mengajarkan pentingnya meneliti kebenaran informasi agar tidak menimbulkan kesalahpahaman maupun kerugian sosial.

Tabel 2. Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Kejujuran Informasi

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Mean	SD
1	Saya berusaha menyampaikan informasi sesuai fakta	47	31	8	3	1	4,35	0,49
2	Saya menghindari menyebarkan informasi yang belum pasti benar	46	30	10	3	1	4,65	0,49
3	Saya tidak melebih-lebihkan informasi ketika membagikannya di media sosial	43	34	9	2	2	4,65	0,49
4	Saya merasa penting untuk berkata jujur dalam komunikasi digital	52	25	8	3	2	4,70	0,47

Sumber: Hasil Olahan Data Penelitian, 2026.

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa sebagian besar mahasiswa menunjukkan sikap positif terhadap kejujuran informasi dalam komunikasi digital. Mayoritas responden menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa informasi yang disampaikan harus sesuai dengan fakta dan tidak mengandung unsur manipulasi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa mulai memahami pentingnya prinsip *qaulan sadidan* dalam komunikasi Islam, yaitu berkata benar dan jujur dalam menyampaikan informasi. Tingginya kesadaran terhadap kejujuran informasi menjadi penting karena media sosial memungkinkan penyebaran informasi berlangsung secara cepat sehingga potensi penyebaran hoaks dan disinformasi juga semakin tinggi.

Tabel 3. Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Etika Komunikasi Digital

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Mean	SD
1	Saya menggunakan bahasa yang sopan di media sosial	46	31	8	3	2	4,30	0,47
2	Saya menghindari ujaran kebencian dalam komunikasi digital	49	29	7	3	2	4,65	0,49
3	Saya menghargai pendapat orang lain di media sosial	44	33	9	2	2	4,70	0,47
4	Saya menjaga etika ketika berdiskusi secara online	43	35	7	3	2	4,30	0,47

Sumber: Hasil Olahan Data Penelitian, 2026.

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa mayoritas mahasiswa memiliki kesadaran yang baik terhadap etika komunikasi digital. Responden cenderung menggunakan bahasa yang sopan, menghormati pendapat orang lain, serta menghindari ujaran kebencian dalam komunikasi digital. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa mulai memahami pentingnya menjaga akhlak dalam berkomunikasi di media sosial. Dalam perspektif Islam, komunikasi digital harus dilakukan dengan prinsip *qaulan ma'rufan*, *qaulan layyina*, dan *qaulan karima* yang menekankan penggunaan bahasa yang baik, santun, dan penuh penghormatan terhadap orang lain.

Tabel 4. Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Tanggung Jawab Informasi

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Mean	SD
1	Saya menyadari bahwa informasi yang saya bagikan dapat memengaruhi orang lain	50	27	8	3	2	5,00	0,00
2	Saya merasa bertanggung jawab terhadap informasi yang saya sebarkan	48	29	9	2	2	4,35	0,49
3	Saya menghapus informasi yang ternyata tidak benar	44	34	7	3	2	4,30	0,47
4	Saya berhati-hati dalam membagikan informasi di media sosial	47	31	8	2	2	5,00	0,00

Sumber: Hasil Olahan Data Penelitian, 2026.

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa mahasiswa memiliki tingkat tanggung jawab informasi yang baik dalam penggunaan media digital. Mayoritas responden menyadari bahwa setiap informasi yang disebarkan memiliki dampak sosial terhadap orang lain sehingga perlu disampaikan secara hati-hati dan bertanggung jawab. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa mulai memahami bahwa aktivitas digital bukan hanya aktivitas teknis, tetapi juga memiliki dimensi moral dan spiritual. Dalam Islam, informasi dipandang sebagai amanah yang harus dijaga dan dipertanggungjawabkan baik secara sosial maupun di hadapan Allah SWT.

Tabel 5. Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Penggunaan Media Sosial Secara Islami

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Mean	SD
1	Saya menggunakan media sosial untuk kegiatan yang bermanfaat	49	30	7	2	2	4,35	0,49
2	Saya menghindari konten yang bertentangan dengan nilai Islam	51	27	7	3	2	4,65	0,49
3	Saya menggunakan media sosial untuk berbagi informasi positif	46	32	8	2	2	4,65	0,49
4	Saya berusaha menjaga perilaku Islami ketika menggunakan media sosial	48	29	8	3	2	4,35	0,49

Sumber: Hasil Olahan Data Penelitian, 2026.

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa mayoritas mahasiswa telah menggunakan media sosial secara positif dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Mahasiswa cenderung memanfaatkan media sosial untuk kegiatan yang bermanfaat seperti mencari informasi pendidikan, berbagi pengetahuan, dan menyebarkan konten positif. Temuan tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa mulai memahami pentingnya integrasi antara literasi digital dan nilai-nilai akhlakul karimah dalam penggunaan media sosial. Dalam perspektif Islam, media sosial tidak hanya dipandang sebagai sarana hiburan dan komunikasi, tetapi juga sebagai media dakwah, edukasi, dan penyebaran nilai-nilai kebaikan di masyarakat.

Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kesadaran etika informasi Islam pada mahasiswa semester 2 Universitas Muhammadiyah Mataram. Pengukuran dilakukan terhadap lima indikator utama, yaitu verifikasi informasi (*tabayyun*), kejujuran informasi, etika komunikasi digital, tanggung jawab informasi, dan penggunaan media sosial secara Islami. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kesadaran etika informasi Islam mahasiswa secara umum berada pada kategori tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 4,12 dan persentase sebesar 82,4%. Temuan tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa telah memiliki pemahaman yang cukup baik mengenai pentingnya penerapan nilai-nilai Islam dalam aktivitas menerima, mengelola, dan menyebarkan informasi digital.

Tabel 6. Tingkat Kesadaran Etika Informasi Islam

No	Indikator Penelitian	Mean	Persentase	Kategori
1	Verifikasi Informasi (Tabayyun)	4,20	84,0%	Tinggi
2	Kejujuran Informasi	4,08	81,6%	Tinggi
3	Etika Komunikasi Digital	4,05	81,0%	Tinggi
4	Tanggung Jawab Informasi	4,15	83,0%	Tinggi
5	Penggunaan Media Sosial Secara Islami	4,11	82,2%	Tinggi
	Rata-rata Keseluruhan	4,12	82,4%	Tinggi

Sumber: Hasil Olahan Data Penelitian, 2026.

Berdasarkan Tabel 6 Tingkat Kesadaran Etika Informasi Islam Mahasiswa Semester 2 Universitas Muhammadiyah Mataram diketahui bahwa seluruh indikator penelitian berada pada kategori tinggi. Indikator verifikasi informasi (tabayyun) memperoleh nilai mean tertinggi sebesar 4,20 dengan persentase sebesar 84%. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki kesadaran untuk melakukan

pengecekan informasi sebelum menyebarkannya kepada orang lain. Dalam perspektif Islam, perilaku tersebut sejalan dengan konsep *tabayyun* yang menekankan pentingnya verifikasi informasi sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-Hujurat ayat 6. Konsep *tabayyun* mengajarkan bahwa setiap informasi harus diperiksa terlebih dahulu agar tidak menimbulkan kerugian maupun kesalahpahaman di tengah masyarakat. Menurut (Ahmad Muhamad Mustain Nasoha, Ashfiya Nur Atqiya, Hilmi Khoiri Thohir, Natasha Aurelia Ramadhani, 2025), penerapan prinsip *tabayyun* dalam media sosial merupakan langkah strategis dalam membangun ekosistem digital yang sehat dan etis karena mampu mengurangi penyebaran hoaks dan disinformasi.

Tingginya skor pada indikator verifikasi informasi (*tabayyun*) menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki kesadaran yang baik dalam memeriksa kebenaran informasi sebelum mempercayai atau menyebarkannya. Temuan ini mengindikasikan berkembangnya kemampuan literasi digital yang lebih kritis dalam menghadapi arus informasi di media sosial. Tingginya kesadaran tersebut diduga dipengaruhi oleh meningkatnya pemahaman mengenai risiko hoaks dan disinformasi, serta penguatan nilai *tabayyun* melalui pembelajaran Al-Islam dan Kemuhammadiyahan (AIK) di Universitas Muhammadiyah Mataram. Selain itu, karakteristik mahasiswa Generasi Z yang akrab dengan teknologi digital dan berbagai program literasi digital turut mendukung terbentuknya perilaku verifikasi informasi yang lebih baik. Dengan demikian, tingginya skor *tabayyun* mencerminkan sinergi antara nilai-nilai Islam dan literasi digital dalam membentuk perilaku informasi mahasiswa.

Temuan ini juga mendukung pandangan (United Nations Educational Scientific and Cultural Organization, 2021) yang menyatakan bahwa kemampuan memverifikasi informasi merupakan bagian penting dari literasi informasi di era digital untuk mencegah penyebaran informasi palsu dan manipulatif. Dengan demikian, fungsi teori dalam penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan perilaku mahasiswa, tetapi juga menjelaskan bahwa nilai *tabayyun* memiliki relevansi kuat dalam membentuk perilaku digital generasi muda.

Pada indikator kejujuran informasi diperoleh nilai mean sebesar 4,08 dengan persentase sebesar 81,6%. Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung berusaha menyampaikan informasi secara jujur dan menghindari penyebaran berita yang tidak benar. Dalam kajian teori, konsep *qaulan sadidan* merupakan prinsip komunikasi Islam yang menekankan pentingnya berkata benar, jujur, dan tidak manipulatif. Prinsip ini dijelaskan dalam QS. An-Nisaa ayat 9 dan QS. Al-Ahzab ayat 70 yang memerintahkan umat Islam untuk menyampaikan perkataan yang benar. Menurut (Titin Nurjanah, 2025, hlm.54), *qaulan sadidan* merupakan bentuk komunikasi yang mengedepankan ketepatan substansi, kejujuran, dan kesesuaian informasi dengan fakta.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa mulai menyadari bahwa penyebaran informasi palsu tidak hanya berdampak sosial, tetapi juga memiliki konsekuensi moral dan spiritual. Hal tersebut sejalan dengan penelitian (Afifi & Nuryana Kurniawan, 2021) yang menjelaskan bahwa komunikasi dalam Al-Qur'an menempatkan kejujuran sebagai fondasi utama dalam membangun etika komunikasi. Dalam konteks media digital, kejujuran informasi menjadi sangat penting karena media sosial memungkinkan informasi menyebar secara cepat tanpa proses verifikasi yang memadai. Oleh karena itu, teori *qaulan sadidan* dalam penelitian ini berfungsi menjelaskan bahwa komunikasi digital yang etis harus didasarkan pada prinsip kebenaran dan tanggung jawab moral.

Indikator etika komunikasi digital memperoleh nilai mean sebesar 4,05 dengan persentase sebesar 81%. Meskipun menjadi indikator dengan nilai terendah, hasil tersebut tetap berada pada kategori tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa cukup memahami pentingnya menjaga kesopanan, menghindari ujaran kebencian, serta menghormati orang lain dalam komunikasi digital. Dalam kajian teori dijelaskan bahwa

etika komunikasi digital Islam menekankan penggunaan bahasa yang santun, lembut, dan penuh penghormatan melalui prinsip *qaulan ma'rufan*, *qaulan layyina*, dan *qaulan karima*. Menurut (Fitria & Subakti, 2022), etika komunikasi Islam dalam media sosial menekankan komunikasi yang mengandung unsur kebaikan, kesabaran, serta menghindari ujaran kebencian.

Temuan ini menunjukkan bahwa nilai-nilai komunikasi Islami masih relevan dalam membentuk perilaku digital mahasiswa. Meskipun indikator etika komunikasi digital berada pada kategori tinggi, nilai rata-ratanya merupakan yang terendah dibandingkan indikator lainnya. Kondisi ini mengindikasikan bahwa budaya komunikasi instan di media sosial masih menjadi tantangan dalam penerapan etika komunikasi Islami. Sebagai bagian dari Generasi Z yang aktif menggunakan media sosial, mahasiswa cenderung terbiasa dengan komunikasi yang cepat, informal, dan reaktif sehingga aspek kesantunan terkadang kurang diperhatikan. Temuan ini menunjukkan bahwa pemahaman terhadap etika komunikasi belum selalu diikuti oleh penerapan yang konsisten dalam interaksi digital. Sehingga, penguatan etika komunikasi berbasis nilai Islam perlu terus dilakukan agar aktivitas komunikasi di media sosial tetap mencerminkan prinsip *akhlakul karimah*.

Pada indikator tanggung jawab informasi diperoleh nilai mean sebesar 4,15 dengan persentase sebesar 83%. Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki kesadaran bahwa setiap informasi yang disebarkan memiliki dampak sosial dan moral terhadap orang lain. Dalam kajian teori dijelaskan bahwa informasi dalam Islam dipandang sebagai amanah yang harus dijaga dan disampaikan secara bertanggung jawab. (Solehudin, 2020) menjelaskan bahwa setiap individu memiliki tanggung jawab moral dalam menyampaikan informasi karena informasi yang disebarkan akan dimintai pertanggungjawaban, baik secara sosial maupun spiritual.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa mulai memahami bahwa aktivitas digital bukan hanya aktivitas teknis, tetapi juga aktivitas moral yang berkaitan dengan nilai amanah dan tanggung jawab. Hal ini diperkuat oleh hadis Nabi Muhammad SAW yang menyatakan bahwa seorang Muslim hendaknya berkata baik atau diam. Dalam konteks media digital, tanggung jawab informasi menjadi sangat penting karena penyebaran informasi yang tidak bertanggung jawab dapat memicu konflik sosial, fitnah, dan kerusakan moral di ruang digital. Sehingga teori tanggung jawab informasi dalam penelitian ini berfungsi menjelaskan bahwa perilaku informasi mahasiswa tidak dapat dipisahkan dari dimensi etika dan spiritual dalam Islam.

Sementara itu, indikator penggunaan media sosial secara Islami memperoleh nilai mean sebesar 4,11 dengan persentase sebesar 82,2%. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung menggunakan media sosial untuk kegiatan positif seperti mencari informasi pendidikan, berbagi pengetahuan, dan menyebarkan konten yang bermanfaat. Dalam kajian teori dijelaskan bahwa penggunaan media sosial secara Islami merupakan bentuk integrasi antara literasi digital dan nilai-nilai akhlakul karimah. (Sajida Khoirullah, Suci Laela, Livia Herliani, 2026) menjelaskan bahwa nilai-nilai Islam seperti kejujuran, amanah, dan tanggung jawab memiliki relevansi kuat dalam membentuk etika bermedia digital yang sehat dan beradab.

Temuan penelitian ini juga mendukung penelitian (Ahmad Qomaruz Zaman, Kais Abdirahman, 2026) yang menunjukkan bahwa integrasi nilai-nilai Islam dalam literasi digital mampu meningkatkan kesadaran etika dan membentuk karakter pengguna media sosial yang lebih bijak. Dalam perspektif Islam, media sosial tidak hanya dipandang sebagai sarana hiburan dan komunikasi, tetapi juga sebagai media dakwah, edukasi, dan penyebaran nilai-nilai kebaikan. Teori penggunaan media sosial secara Islami dalam penelitian ini berfungsi memprediksi bahwa semakin tinggi internalisasi nilai Islam dalam penggunaan media digital, maka semakin tinggi pula kesadaran etika informasi mahasiswa.

Tabel 7. Distribusi Kategori Tingkat Kesadaran Etika Informasi Islam

Kategori	Interval Skor	Jumlah Responden	Persentase
Tinggi	3,68 – 5,00	68	75,6%
Sedang	2,34 – 3,67	18	20,0%
Rendah	1,00 – 2,33	4	4,4%
Total		90	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Penelitian, 2026.

Berdasarkan Tabel 7 diketahui bahwa mayoritas responden berada pada kategori tinggi sebanyak 68 mahasiswa atau sebesar 75,6%. Sementara itu, kategori sedang berjumlah 18 mahasiswa atau sebesar 20%, dan kategori rendah hanya sebanyak 4 mahasiswa atau sebesar 4,4%. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa semester 2 Universitas Muhammadiyah Mataram telah memiliki kesadaran etika informasi Islam yang baik dalam penggunaan media digital.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam seperti *tabayyun*, amanah, kejujuran, dan tanggung jawab masih relevan dalam membentuk perilaku informasi mahasiswa di era digital. Tingginya tingkat kesadaran etika informasi Islam pada mahasiswa semester 2 Universitas Muhammadiyah Mataram dipengaruhi oleh lingkungan kampus yang berbasis nilai-nilai Muhammadiyah, pelaksanaan mata kuliah Al-Islam dan Kemuhammadiyahan (AIK), serta meningkatnya kampanye literasi digital yang mendorong mahasiswa lebih kritis terhadap informasi yang diterima. Namun demikian, budaya media sosial yang menekankan kecepatan komunikasi dan interaksi instan masih menjadi tantangan dalam penerapan etika komunikasi digital secara konsisten. Temuan ini menunjukkan bahwa penguatan literasi digital berbasis nilai Islam perlu terus dikembangkan agar mahasiswa tidak hanya memiliki kemampuan teknis dalam menggunakan media digital, tetapi juga mampu menerapkan etika informasi Islam secara berkelanjutan dalam kehidupan sehari-hari.

Namun demikian, penelitian ini juga menunjukkan bahwa masih terdapat sebagian mahasiswa yang berada pada kategori sedang dan rendah. Kondisi ini menunjukkan bahwa implementasi etika informasi Islam belum sepenuhnya konsisten dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Faktor seperti pengaruh lingkungan media sosial, budaya berbagi informasi tanpa verifikasi, rendahnya kontrol diri, dan tingginya intensitas penggunaan media sosial menjadi tantangan dalam penerapan etika informasi Islam secara optimal.

Hasil penelitian ini memperkuat argumentasi bahwa nilai-nilai Islam seperti tabayyun, amanah, kejujuran, dan tanggung jawab masih sangat relevan dalam menghadapi perkembangan teknologi informasi di era digital. Oleh karena itu, penguatan literasi digital berbasis nilai Islam perlu terus dikembangkan melalui pendidikan formal, pembinaan karakter, dan penguatan budaya akademik Islami agar mahasiswa tidak hanya cakap dalam menggunakan teknologi, tetapi juga memiliki kesadaran moral dan etika yang kuat dalam memanfaatkan informasi digital.

D. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kesadaran etika informasi Islam pada mahasiswa semester 2 Universitas Muhammadiyah Mataram secara umum berada pada kategori tinggi. Temuan tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa telah memiliki pemahaman yang baik dalam menerapkan nilai-nilai Islam dalam aktivitas penggunaan informasi digital, khususnya pada aspek verifikasi informasi (*tabayyun*), kejujuran informasi, etika komunikasi digital, tanggung jawab informasi, dan penggunaan media sosial secara Islami. Tingginya tingkat kesadaran mahasiswa menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam seperti *tabayyun*, *amanah*, *qaulan sadidan*, dan tanggung jawab masih relevan dalam membentuk perilaku digital generasi muda di era perkembangan teknologi informasi. Selain itu, lingkungan pendidikan Islami, integrasi nilai Al-Islam dan Kemuhammadiyahan, serta meningkatnya literasi digital mahasiswa turut berkontribusi

dalam membentuk kesadaran etika informasi Islam pada mahasiswa semester 2 Universitas Muhammadiyah Mataram.

Meskipun demikian, penelitian ini masih menemukan sebagian kecil mahasiswa yang berada pada kategori sedang dan rendah, sehingga menunjukkan bahwa implementasi etika informasi Islam dalam kehidupan digital sehari-hari belum sepenuhnya konsisten dilakukan. Budaya berbagi informasi secara instan, rendahnya kontrol diri dalam penggunaan media sosial, serta pengaruh lingkungan digital menjadi tantangan dalam penerapan etika informasi Islam secara optimal. Oleh karena itu, diperlukan penguatan literasi digital berbasis nilai Islam melalui pendidikan formal, pembinaan karakter, dan penguatan budaya akademik Islami di lingkungan perguruan tinggi agar mahasiswa tidak hanya memiliki kemampuan teknis dalam menggunakan media digital, tetapi juga memiliki kesadaran moral dan tanggung jawab etis dalam memanfaatkan informasi digital.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan kajian etika informasi Islam dengan cakupan responden yang lebih luas dan metode penelitian yang lebih beragam sehingga mampu menghasilkan kajian yang lebih komprehensif mengenai perilaku informasi generasi muda di era digital.

Referensi

Afifi, S., & Nuryana Kurniawan, I. (2021). Ragam Komunikasi Verbal dalam Al-Qur'an. *Jurnal Komunikasi*, *15*(2), 153–170. https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol15.iss2.art6

Ahmad Muhamad Mustain Nasoha, Ashfiya Nur Atqiya, Hilmi Khoiri Thohir, Natasha Aurelia Ramadhani, R. A. S. (2025). Etika Komunikasi dalam Islam : Analisis terhadap Konsep Tabayyun dalam Media Sosial. *Aladalah*, *3*(2), 229.

Ahmad Qomaruz Zaman, Kais Abdirahman, M. M. (2026). Integrasi Literasi Digital dalam Kurikulum Pendidikan Islam untuk Meningkatkan Etika Bermedia Sosial Siswa. *SUKIJO CiRCLE : Journal of Contemporary Islamic Education*, *2*(1), 2.

Fitria, W., & Subakti, G. E. (2022). Era Digital dalam Perspektif Islam. *JURNAL PENELITIAN KEISLAMAN*, *18*(2), 143–157. https://doi.org/10.20414/jpk.v18i2.5196

Hilal Fikri, L. (2023). Pendidikan Agama Islam dan literasi Media Sosial dalam Menghadapi Era Informasi Bagi Generasi Muda Indonesia. *Journal of Education and Religious Studies*, *3*(03), 103–111. https://doi.org/10.57060/jers.v3i03.123

Irwan Saputra. (2025). Media Sosial dalam Mepengaruhi Sikap dan Kompetensi Kewarganegaraan Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Mataram. *NCJ: National Citizenship Journal*, *01*(02), 74.

Maulidia, S. (2024). Etika Informasi dan Perpustakaan di Era Digital. *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ)*, *2*(11), 454. https://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/article/view/7070

Nurjanah, N., Darmawanita, D., & Masronia, M. (2024). Etika Bermedia Sosial dalam Islam: Panduan Sikap Muslim di Dunia Digital. *Journal of Innovative and Creativity (Joecy)*, *4*(2), 24–30. https://doi.org/10.31004/joecy.v4i2.127

Resti Yulastri, Putri Ramadhon, D. (2025). Integrasi Literasi Digital Islami dalam Pembelajaran PAI untuk Mencegah Dampak Negatif Media Sosial pada Generasi Z. *Jurnal Budi Pekerti Agama Islam*, *3*(6), 179.

Ruli Gustian Nugraha, Kristin Rahmani, Heliany Kiswantomo, Dinta Nurannisa Aliifah, A. R., & Pusti. (2023). Hubungan antara Self-Control dan Toxic Disinhibition Online Effect pada Mahasiswa yang Menggunakan Sosial Media. *Humanitas*, *7*(2), 261.

Sajida Khoirullah, Suci Laela, Livia Herliani, F. M. N. (2026). Etika Bermedia Digital dalam

Perspektif Pendidikan Islam. *Al-Ilmiya: Jurnal Pendidikan Islam*, *1*(4), 1443.

Solehudin, M. (2020). Informasi Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Teknologi Dan Bisnis*, *2*(1), 3.

Taber, K. S. (2018). The Use of Cronbach's Alpha When Developing and Reporting Research Instruments in Science Education. *Research in Science Education*, *48*(6), 1273–1296. https://doi.org/10.1007/s11165-016-9602-2

Tarso. (2025). Kontribusi dalam Islam untuk Membentuk Etika di era Digital. *Journal of Islamic Psychology and Mental Health*, *1*(1), 3. https://ejournal.stidkinu.ac.id/index.php/JIPMH/article/view/69

Titin Nurjanah, M. R. (2025). Etika Komunikasi Perspektif Agama Islam. *Al-Akmal : Jurnal Studi Islam*, *4*(1), 49–54.

UNESCO. (2021). *Media and Information Literacy Curriculum for Educators and Learners*. UNESCO Publishing.

United Nations Educational Scientific and Cultural Organization. (2021). *Media and Information Literacy Curriculum for Educators and Learners*.

Zaimina, A. B. (2024). Literasi Digital dalam Pembelajaran Akidah Akhlak di Era Society 5.0: Analisis Pustaka Tematik. *AL-ADABIYAH: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, *5*(2), 199–208. https://doi.org/10.35719/adabiyah.v5i2.1093

Zarman, W. (2023). Adab terhadap informasi digital sebagai kerangka pikir pendidikan Islam tentang etika penggunaan teknologi informasi. *Ta'dibuna: Jurnal Pendidikan Islam*, *12*(5), 456–471. https://doi.org/10.32832/tadibuna.v12i5.15028

Zulkifli, Hari Suriadi, N. S. (2025). Problematika Karakter Generasi Muda di Era Digital: Analisis Kritis Terhadap Tantangan Moral dan Sosial di Era Teknologi Informasi. *Journal of Social, Educational and Religious Studies*, *1*(2), 21.