



FATWA MAJELIS ULAMA INDONESIA

NOMOR 24 TAHUN 2017

TENTANG HUKUM DAN PEDOMAN BERMUAMALAH MELALUI MEDIA SOSIAL



#SatuIndonesiaku

KETENTUAN HUKUM

#1

Prinsip Muamalah Melalui Media Sosial

Setiap muslim yang bermuamalah melalui media sosial wajib memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

1. **Senantiasa meningkatkan keimanan dan ketakwaan, tidak mendorong kekufuran dan kemaksiatan.**
2. **Mempererat *ukhuwwah* (persaudaraan), baik *ukhuwwah Islamiyyah* (persaudaraan ke-Islaman), *ukhuwwah wathaniyyah* (persaudaraan kebangsaan), maupun *ukhuwwah insaniyyah* (persaudaraan kemanusiaan).**
3. **Memperkokoh kerukunan, baik intern umat beragama, antar umat beragama, maupun antara umat beragama dengan Pemerintah.**

#MuamalahMedsosiah



TENTANG
HUKUM DAN PEDOMAN
BERMUAMALAH MELALUI
MEDIA SOSIAL



#SatuIndonesiaku

Perbuatan Haram Dalam Muamalah Melalui Media Sosial (1)

Setiap muslim yang bermuamalah melalui media sosial diharamkan untuk:

1. melakukan *ghibah*, *fitnah*, *namimah*, dan penyebaran permusuhan.
2. melakukan *bullying*, ujaran kebencian, dan permusuhan atas dasar suku, agama, ras, atau antar golongan.
3. menyebarkan *hoax* serta informasi bohong meskipun dengan tujuan baik, seperti info tentang kematian orang yang masih hidup.
4. menyebarkan materi pornografi, kemaksiatan, dan segala hal yang terlarang secara syar'i.
5. menyebarkan konten yang benar tetapi tidak sesuai tempat dan/atau waktunya.

#MuamalahMedsosiah



TENTANG
HUKUM DAN PEDOMAN
BERMUAMALAH MELALUI
MEDIA SOSIAL



Perbuatan Haram Dalam Muamalah Melalui Media Sosial (2)

Hukumnya Haram

1. Memproduksi, menyebarkan dan/atau membuat dapat diaksesnya konten/informasi
 - a. yang tidak benar kepada masyarakat;
 - b. tentang *hoax*, *ghibah*, *fitnah*, *namimah*, *aib*, *bullying*, *ujaran kebencian*, dan hal-hal lain sejenis terkait pribadi kepada orang lain dan/atau khalayak;
2. Mencari-cari informasi tentang aib, gosip, kejelekan orang lain atau kelompok kecuali untuk kepentingan yang dibenarkan secara syar'i;
3. Menyebarkan konten yang bersifat pribadi ke khalayak, padahal konten tersebut diketahui tidak patut untuk disebarkan ke publik, seperti pose yang mempertontonkan aurat;
4. Aktivitas *buzzer* di media sosial yang menjadikan penyediaan informasi berisi *hoax*, *ghibah*, *fitnah*, *namimah*, *bullying*, *aib*, gosip, dan hal-hal lain sejenis sebagai profesi untuk memperoleh keuntungan, baik ekonomi maupun non-ekonomi. Demikian juga orang yang menyuruh, mendukung, membantu, memanfaatkan jasa dan orang yang memfasilitasinya.





FATWA MAJELIS ULAMA INDONESIA

NOMOR 24 TAHUN 2017

TENTANG HUKUM DAN PEDOMAN BERMUAMALAH MELALUI MEDIA SOSIAL



#SatuIndonesiaku

PEDOMAN
BERMUAMALAH

#4

Pedoman Umum

Bermuamalah melalui media sosial harus dilakukan tanpa melanggar ketentuan agama dan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Hal yang harus diperhatikan dalam menyikapi konten/informasi di media sosial, antara lain:

1. Konten/informasi yang berasal dari media sosial memiliki kemungkinan benar dan salah.
2. Konten/informasi yang baik belum tentu benar.
3. Konten/informasi yang benar belum tentu bermanfaat
4. Konten/informasi yang bermanfaat belum tentu cocok untuk disampaikan ke ranah publik.
5. Tidak semua konten/informasi yang benar itu boleh dan pantas disebar ke ranah publik.

#MuamalahMedsosiah



TENTANG
HUKUM DAN PEDOMAN
BERMUAMALAH MELALUI
MEDIA SOSIAL



Verifikasi Konten/Informasi

“Dapat informasi, Jangan langsung sebar sebelum diverifikasi dan proses tabayyun”

Proses *tabayyun* terhadap konten/informasi dilakukan dengan langkah:

1. Dipastikan aspek sumber informasi (*sanad*)nya, yang meliputi kepribadian, reputasi, kelayakan dan keterpercayaannya.
2. Dipastikan aspek kebenaran konten (*matan*)nya, yang meliputi isi dan maksudnya.
3. Dipastikan konteks tempat dan waktu serta latar belakang saat informasi tersebut disampaikan.

Cara memastikan kebenaran informasi antara lain dengan langkah:

1. Bertanya kepada sumber informasi jika diketahui
2. Permintaan klarifikasi kepada pihak-pihak yang memiliki otoritas dan kompetensi.

Catatan

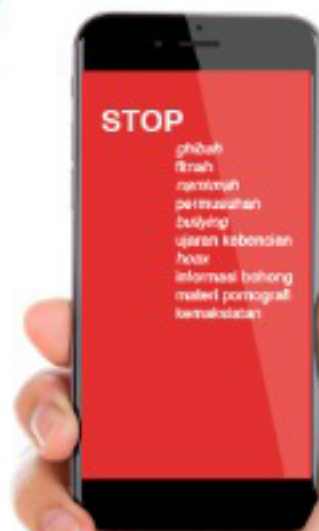
upaya tabayyun dilakukan secara tertutup kepada pihak yang terkait, tidak dilakukan secara terbuka di ranah publik (seperti melalui group media sosial), yang bisa menyebabkan konten/informasi yang belum jelas kebenarannya tersebut beredar luar ke publik.





TENTANG

HUKUM DAN PEDOMAN BERMUAMALAH MELALUI MEDIA SOSIAL



Pembuatan Konten/Informasi (1)

Pembuatan konten/informasi yang akan disampaikan ke ranah publik harus berpedoman pada hal-hal sebagai berikut:

1. menggunakan kalimat, grafis, gambar, suara dan/atau yang simpel, mudah difahami, tidak multitafsir, dan tidak menyakiti orang lain.
2. konten/informasi harus benar, sudah terverifikasi kebenarannya dengan merujuk pada pedoman verifikasi informasi.
3. konten yang dibuat menyajikan informasi yang bermanfaat.
4. konten/informasi yang dibuat menjadi sarana *amar ma'ruf nahi munkar* dalam pengertian yang luas.
5. konten/informasi yang dibuat berdampak baik bagi penerima dalam mewujudkan kemaslahatan serta menghindarkan diri dari kemafsadatan.
6. memilih diksi yang tidak provokatif serta tidak membangkitkan kebencian dan permusuhan.
7. kontennya tidak berisi *hoax*, *fitnah*, *ghibah*, *namimah*, *bullying*, *gosip*, ujaran kebencian, dan hal lain yang terlarang, baik secara agama maupun ketentuan peraturan perundang-undangan.
8. kontennya tidak menyebabkan dorongan untuk berbuat hal-hal yang terlarang secara syar'i, seperti pornografi, visualisasi kekerasan yang terlarang, umpatan, dan provokasi.
9. Kontennya tidak berisi hal-hal pribadi yang tidak layak untuk disebar ke ranah publik.





TENTANG
HUKUM DAN PEDOMAN
BERMUAMALAH MELALUI
MEDIA SOSIAL



Penyebaran Konten/Informasi (2)

Konten/informasi yang akan disebarkan kepada khalayak umum harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Konten/informasi tersebut benar, baik dari sisi isi, sumber, waktu dan tempat, latar belakang serta konteks informasi disampaikan.
2. Bermanfaat, baik bagi diri penyebar maupun bagi orang atau kelompok yang akan menerima informasi tersebut.
3. Bersifat umum, yaitu informasi tersebut cocok dan layak diketahui oleh masyarakat dari seluruh lapisan sesuai dengan keragaman orang/khalayak yang akan menjadi target sebaran informasi.
4. Tepat waktu dan tempat (*muqtadlal hal*), yaitu informasi yang akan disebar harus sesuai dengan waktu dan tempatnya karena informasi benar yang disampaikan pada waktu dan/atau tempat yang berbeda bisa memiliki perbedaan makna.
5. Tepat konteks, informasi yang terkait dengan konteks tertentu tidak boleh dilepaskan dari konteksnya, terlebih ditempatkan pada konteks yang berbeda yang memiliki kemungkinan pengertian yang berbeda.
6. Memiliki hak, orang tersebut memiliki hak untuk penyebaran, tidak melanggar hak seperti hak kekayaan intelektual dan tidak melanggar hak *privacy*.





TENTANG

HUKUM DAN PEDOMAN BERMUAMALAH MELALUI MEDIA SOSIAL



Penyebaran Konten/Informasi (2)

1. Tidak boleh menyebarkan informasi

- hoax, ghibah, fitnah, namimah, aib, ujaran kebencian, dan hal-hal lain sejenis yang tidak layak sebar kepada khalayak;*
- untuk menutupi kesalahan, membenarkan yang salah dan menyalahkan yang benar, membangun opini agar seolah-olah b. berhasil dan sukses, dan tujuan menyembunyikan kebenaran serta menipu khalayak.

2. bersifat pribadi ke khalayak, padahal konten tersebut diketahui tidak patut untuk disebarkan ke ranah publik, seperti ciuman suami istri dan pose foto tanpa menutup aurat.

3. Setiap orang yang memperoleh informasi tentang aib, kesalahan, dan atau hal yang tidak disukai oleh orang lain tidak boleh menyebarkannya kepada khalayak, meski dengan alasan *tabayun*;

4. Setiap orang yang mengetahui adanya penyebaran informasi tentang aib, kesalahan, dan atau hal yang tidak disukai oleh orang lain harus melakukan pencegahan;

5. Orang yang bersalah telah menyebarkan informasi *hoax, ghibah, fitnah, namimah, aib, ujaran kebencian, dan hal-hal lain sejenis* kepada khalayak, baik sengaja atau tidak tahu, harus bertaubat dengan meminta maaf kepada Allah (*istighfar*) serta; (i) meminta maaf kepada pihak yang dirugikan (ii) menyesali perbuatannya; (iii) dan komitmen tidak akan mengulangi.

