

Reposting Content in Social Media: An Ethical and Islamic Legal Review

Ahmad Thoriq Akhsan Ramdhani¹, Novinta Sari², Fadilah Wahyuni Oktarima³,
Andi Indri Wahyuni⁴, Andira Nurqalbi⁵

¹²³⁴⁵Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

¹ahmadthoriqakhsanramdhani@gmail.com, ²novintasari180@gmail.com,
³fadilawahyuni207@gmail.com, ⁴andiindriwahyuni@gmail.com, ⁵andiranurqalbi20@gmail.com

Abstract

This study aims to identify and analyze Islamic principles relevant to the practice of reposting on social media. The main focus of this study is to assess the legal implications related to the dissemination of unverified or detrimental information, as well as to provide practical recommendations for social media users to be able to apply Islamic teachings in every digital interaction. The method used is the qualitative normative-Islamic legal method to analyze the practice of reposting content on social media from the perspective of Islamic ethics and law. Data were collected from various classical literature sources such as fiqh books, tafsir, and hadith and contemporary literature such as fatwas and academic articles. The results of the study indicate that repost content can allow users to spread information, images, videos, or opinions without creating original content, but in a way that allows the content to be seen by their own audience. In practice, several principles need to be considered, such as the truth of information and copyright protection. Islam also teaches to respect the property rights of others, including copyright of intellectual works, either in the form of attribution or permission before sharing the content on social media.

Keywords: *Repost Content, Social Media, Ethical Review, Islam, Islamic Law*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis prinsip-prinsip Islam yang relevan dengan praktik repost di media sosial. Fokus utama penelitian ini adalah menilai implikasi hukum terkait penyebaran informasi yang tidak terverifikasi atau merugikan, serta memberikan rekomendasi praktis bagi pengguna media sosial agar dapat menerapkan ajaran Islam dalam setiap interaksi digital mereka. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif normatif-hukum Islam untuk menganalisis praktik repost konten dalam media sosial dari perspektif etika dan hukum Islam. Data dikumpulkan dari berbagai sumber literatur klasik seperti kitab fiqh, tafsir, serta hadis

Correspondence authors:

Ahmad Thoriq Akhsan Ramdhani, ahmadthoriqakhsanramdhani@gmail.com

How to Cite this Article

Ramdhani, A. T. A. Sari, N. Oktarima, F. W. Wahyuni A. I. Nurqalbi, A. (2024). Reposting Content in Social Media: An Ethical and Islamic Legal Review. *Jurnal Paradigma*, 16(1), 62 - 71. <https://10.53961/paradigma.v16i1.205>



Copyright © 2024. Ahmad Thoriq Akhsan Ramdhani, Novinta Sari, Fadilah Wahyuni Oktarima, Andi Indri Wahyuni, Andira Nurqalbi. Jurnal Paradigma is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License (CC BY-SA 4.0)

dan literatur konteporer seperti fatwa dan artikkel akademink. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten repost dapat menjadikan pengguna untuk menyebarkan informasi, gambar, video, atau opini tanpa menciptakan konten asli, tetapi dengan hal lain tujuannya untuk menjadikan konten tersebut dilihat oleh audiens mereka sendiri. Dalam praktiknya perlu diperhatikan beberapa prinsip, seperti kebenaran informasi dan perlindungan hak cipta. Islam juga mengajarkan untuk menghormati hak milik orang lain, termasuk hak cipta atas karya intelektual baik itu berupa atribusi atau izin sebelum membagikan konten tersebut di media sosial.

Kata Kunci : *Repost Konten, Media Sosial, Tinjauan Etis, Islam, Hukum Islam*

Pendahuluan

Perkembangan pesat teknologi informasi dan media sosial dalam beberapa dekade terakhir telah mengubah cara manusia berinteraksi, berkomunikasi, dan menyebarkan informasi (Rizqy, et al; 2023; 37). Media sosial seperti Instagram, Twitter, Facebook, dan Tik Tok tidak hanya menjadi platform untuk berbagi momen pribadi, tetapi juga untuk berbagi ide, informasi, dan bahkan opini publik (Umbara, F. W. 2021; 574). Salah satu fitur yang paling sering digunakan oleh para pengguna adalah konten repost, yaitu tindakan memposting ulang konten yang sudah ada di platform tersebut. Praktik repost ini menjadi bagian integral dari ekosistem media sosial, dengan banyak pengguna yang melakukan repost untuk berbagi berita, mempromosikan ide, atau sekadar mengikuti tren tertentu (Divaliani, E. S., & Nurhakim, T. F., 2024; 80).

Dalam bisnis atau merek, repost konten juga bisa digunakan untuk memperkuat hubungan dengan pelanggan, namun juga penting untuk mengeksplorasi bagaimana prinsip-prinsip Islam mengatur tindakan ini, serta bagaimana umat Islam seharusnya bersikap dalam era media sosial yang penuh tantangan ini (Mahmud, A. 2024; 280). Posting ulang konten perlu dilakukan dengan bijak, terutama dalam hal hak cipta dan etika, meskipun repost konten tampak sebagai kegiatan yang sederhana dan biasa dalam dunia digital, ia membawa implikasi etis dan hukum yang tidak dapat diabaikan (Siddiq, M. I. 2022; 45). Dalam perspektif Islam, sebagai agama yang sangat menekankan pada akhlak, kejujuran, dan tanggung jawab sosial (Aisyah, S. F. 2024; 54), praktik repost perlu dianalisis lebih dalam untuk memastikan bahwa pengguna media sosial tetap menjaga prinsip-prinsip moral dan hukum yang terkandung dalam ajaran Islam (Agustini, S., Tan, W., & Geovanni, G. 2023; 358). Sebelum melakukan repost penting bagi seorang muslim untuk meminta izin dari pemilik konten atau minimal memberikan kredit yang jelas, menyebarkan informasi yang tidak benar, melanggar hak cipta, atau mengungkapkan informasi yang dapat merugikan orang lain bisa menjadi masalah serius dalam

konteks hukum Islam, yang memiliki panduan ketat mengenai amanah, kejujuran, dan perlindungan hak individu.

Penelitian terdahulu telah mengidentifikasi bahwa media sosial sering digunakan untuk menyebarkan informasi, baik yang bermanfaat maupun yang tidak terverifikasi. Seperti penelitian Aliya dan Yuliana tentang persepsi publik mengenai informasi palsu yang beredar begitu cepat (Aliya & Yuliana, 2024; 64). Studi tentang etika digital menunjukkan bahwa meskipun repost dapat menjadi alat untuk berbagi pengetahuan atau mempromosikan kebaikan, ia juga dapat menjadi sarana penyebaran informasi palsu (hoaks), kebencian, atau konten yang merugikan. Dalam konteks Islam, berbagai referensi teologis dan hukum bisa menjadi dasar hukum, seperti dalam Al-Qur'an (Surah Al-Hujurat: 6) dan hadis Nabi Muhammad SAW yang mengajarkan pentingnya kejujuran, menjaga amanah, dan menghindari fitnah (Saleh, 2024; 34), yang semuanya sangat relevan dengan praktik repost. Beberapa fatwa yang diterbitkan oleh lembaga-lembaga Islam kontemporer juga mengindikasikan kebutuhan untuk mematuhi prinsip-prinsip etis dalam penggunaan media sosial (Nasution & Elihami, 2022).

Oleh karena itu, penting untuk melakukan kajian mendalam mengenai konten repost dalam media sosial dari perspektif hukum dan etika Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis prinsip-prinsip Islam yang berkaitan dengan praktik repost, menilai implikasi hukum terkait penyebaran informasi yang tidak terverifikasi atau merugikan, serta memberikan rekomendasi praktis bagi pengguna media sosial dalam menerapkan ajaran Islam dalam setiap interaksi digital mereka. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya akan memperkaya wacana mengenai etika media sosial, tetapi juga memberikan panduan yang jelas tentang bagaimana umat Islam seharusnya berperilaku di dunia digital.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif normatif-hukum Islam untuk menganalisis praktik repost konten dalam media sosial dari perspektif etika dan hukum Islam (Sujoko et al, 2024; 92). Pendekatan ini dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menggali pandangan Islam terkait penyebaran informasi di dunia digital (Fitria et al, 2022; 143), serta untuk menilai implikasi hukum dan etika dari tindakan repost konten (Rinka et al, 2024; 1). Melalui pendekatan normatif, penelitian ini akan mengeksplorasi prinsip-prinsip dasar dalam Islam, seperti kejujuran, amanah, dan larangan menyebarkan fitnah, serta bagaimana prinsip-prinsip tersebut diterapkan dalam konteks media sosial saat ini (Rahman et al, 2023; 59).

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer mencakup teks-teks klasik seperti Al-Qur'an, Hadis, serta fatwa-fatwa ulama yang relevan dengan hukum Islam dalam menyebarkan informasi (Hakim et al, 2024; 12). Selain itu, karya-karya ilmiah yang membahas hukum Islam terkait media sosial juga akan digunakan untuk memberikan pemahaman yang lebih luas (Qudsy et al, 2021; 4). Sumber sekunder yang digunakan meliputi artikel-artikel ilmiah, jurnal, dan penelitian terkini (Darmalaksana & Wahyudin, 2022; 6). yang membahas etika media sosial, hak cipta, serta penerapan hukum Islam dalam dunia digital (Novita Nur Inayah, 2023; 76). Sumber-sumber ini akan memberikan perspektif kontemporer yang penting dalam menganalisis praktik repost dalam media sosial.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan studi literatur dari teks-teks klasik dan kontemporer. Literatur klasik seperti kitab fiqh, tafsir, dan hadis akan dijadikan dasar dalam menganalisis prinsip-prinsip Islam, sementara literatur kontemporer, termasuk fatwa dan artikel akademik, digunakan untuk memahami perkembangan penerapan hukum Islam di dunia digital (Sari et al, 2024; 326). Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan metode deskriptif-interpretatif dengan pendekatan hermeneutik untuk menafsirkan dan menghubungkan teks-teks tersebut dengan praktik repost konten dalam media sosial (Atif Nur Cahyani, 2022; 1). Pendekatan ini penelitian mampu menghasilkan pemahaman yang mendalam mengenai implikasi etis dan hukum repost dalam perspektif Islam (Yudo Handoko et al, 2024; 6).

Hasil dan Pembahasan

Konsep Repost dan Praktiknya

Konten repost merujuk pada tindakan memposting ulang atau membagikan kembali konten yang telah dipublikasikan sebelumnya oleh pengguna lain di media sosial (Naufaldhi, 2024; 31). Praktik ini menjadikan pengguna untuk menyebarkan informasi, gambar, video, atau opini tanpa menciptakan konten asli, tetapi dengan cara yang inovatif agar konten tersebut dilihat oleh audiens mereka sendiri. Repost selalu digunakan untuk berbagi informasi yang dianggap menarik, penting, atau relevan, serta untuk mendukung kampanye, menyebarkan berita, atau menunjukkan afiliasi dengan suatu ide atau kelompok (Anindya et al., 2021; 109). Dalam konteks media sosial, repost bisa dilakukan dengan menekan tombol "share", "retweet", atau "regram", yang menjadikan konten lebih tersebar luas dengan cepat, memperluas jangkauan audiens tanpa perlu membuat konten baru (Sembiring et al., 2023; 158).

Tetapi dalam praktiknya, konsep repost dapat disalahgunakan, di mana konten yang di-repost justru mendapatkan lebih banyak engagement dibandingkan dengan konten asli yang dibuat oleh kreator (Rinka & Irianto, 2024; 8762). Sebagai contoh, jumlah like atau interaksi pada konten repost bisa melebihi yang diperoleh dari konten original, yang menyebabkan konten asli menjadi kurang terlihat atau mendapatkan perhatian yang lebih sedikit. Kemudian, penyalahgunaan lainnya juga terdapat dalam isi konten yang bisa menyebarkan disinformasi yang merajalela (Silalahi & Sevilla, 2020; 8).

Prinsip Etika Islam dalam Penyebaran Informasi

Dalam perspektif Islam, amanah atau tanggung jawab dalam menyebarkan informasi adalah prinsip yang sangat penting (Tanti et al., 2024; 734). Allah SWT berfirman dalam Surah Al-Hujurat (49:6) yang mengingatkan umat Muslim untuk memverifikasi informasi sebelum diterima dan disebarkan, yang dalam konteks media sosial mengimplikasikan pentingnya memeriksa kebenaran konten sebelum melakukan repost. Praktik repost yang tidak didasari oleh niat yang baik dan tanpa memeriksa kebenaran informasi dapat merusak reputasi individu atau kelompok lain, yang melanggar prinsip amanah (Syarifah & Urfan, 2024; 2866). Oleh karena itu, umat Islam diwajibkan untuk memastikan bahwa setiap informasi yang dibagikan tidak merugikan orang lain atau menyebarkan kebohongan (fitnah).

Dalam konteks repost, ini berarti bahwa setiap informasi yang dibagikan kembali haruslah informasi yang benar dan akurat. Tindakan repost tanpa memverifikasi kebenaran konten dapat menyebabkan penyebaran informasi palsu atau menyesatkan, yang jelas bertentangan dengan prinsip Islam tentang kejujuran (Hastharita & Jasri, 2024; 673). Sidq atau kejujuran merupakan salah satu prinsip dasar dalam Islam yang tercermin dalam ajaran untuk selalu berbicara dan bertindak dengan benar (Trisnawati, 2021; 179). Sebagai contoh, Rasulullah SAW bersabda dalam hadis, "Tinggalkan apa yang meragukanmu dan ambillah yang tidak meragukanmu" (HR. Tirmidzi) (Nawawi, 2007; 38), yang mengingatkan umat untuk menghindari menyebarkan informasi yang tidak dapat dipastikan kebenarannya.

Islam juga mengajarkan untuk menghormati hak milik orang lain (Ilmiawan & Taufikurrahman, 2022; 17), termasuk hak cipta atas karya intelektual. Repost konten tanpa izin atau tanpa memberi penghargaan kepada pembuat asli dapat dilihat sebagai pelanggaran terhadap hak cipta, yang dalam pandangan hukum Islam merupakan tindakan yang tidak dapat dibenarkan. Meskipun Islam tidak memiliki konsep hak cipta secara langsung seperti dalam hukum modern, ajaran Islam menekankan pada penghormatan terhadap hak orang lain, yang tercermin dalam prinsip *laa tadlimu wa laa tudlamu* (jangan menzalimi dan jangan dizalimi)

(Maulana et al, 2024; 254). Oleh karena itu, umat Islam dianjurkan untuk selalu memberikan kredit yang layak kepada kreator asli saat membagikan konten yang bukan miliknya.

Implikasi Hukum Islam terkait Repost

Repost dapat menjadi sebuah tindakan yang sah dalam Islam jika konten yang dibagikan adalah informasi yang sah, bermanfaat, dan tidak merugikan pihak lain. Dalam konteks dakwah atau penyebaran ilmu pengetahuan, repost yang mengandung pesan positif atau ajaran agama dapat dianggap sebagai amal baik yang mendapat pahala. Seperti yang dijelaskan dalam hadis Nabi Muhammad SAW, "Siapa yang menunjukkan suatu kebaikan, maka ia mendapatkan pahala seperti pahala orang yang mengerjakannya" (HR. Muslim: 1893). Oleh karena itu, repost yang bertujuan untuk menyebarkan kebaikan, pengetahuan, atau ajaran Islam dapat dilihat sebagai perbuatan yang dianjurkan dalam Islam.

Sebaliknya, repost yang mengandung fitnah, ghibah (bergibah), atau informasi yang dapat merusak kehormatan orang lain jelas bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam. Dalam Surah Al-Hujurat (49:12), Allah SWT memperingatkan umat Muslim untuk tidak berprasangka buruk dan menghindari menggunjing orang lain. Repost konten yang berisi fitnah atau gosip yang merugikan orang lain bukan hanya dilarang, tetapi juga dapat mengakibatkan dosa besar bagi pelakunya. Oleh karena itu, umat Islam harus berhati-hati dan bertanggung jawab dalam memilih konten untuk di-repost, memastikan bahwa informasi tersebut tidak mengandung unsur kebohongan atau merugikan individu atau kelompok.

Dalam hukum Islam juga dijelaskan bahwa konten repost bisa dikaitkan dengan melanggar hak orang lain, termasuk hak cipta, dapat dianggap sebagai bentuk ketidakadilan atau penzaliman. Oleh karena itu, repost yang dilakukan tanpa izin atau tanpa memberikan penghargaan yang layak kepada pembuat asli dapat dianggap sebagai tindakan yang tidak sesuai dengan ajaran Islam. Meskipun hukum Islam tidak secara spesifik mengatur hak cipta dalam bentuk hukum modern, prinsip umum dalam Islam yang melarang pengambilan hak orang lain tanpa izin atau tanpa memberikan imbalan yang adil tetap berlaku. Dalam hal ini, umat Islam dianjurkan untuk selalu menghargai karya orang lain dan memberi penghargaan yang layak, baik itu berupa atribusi atau izin sebelum membagikan konten tersebut di media sosial.

Kesimpulan

Konten repost tindakan memposting ulang atau membagikan kembali konten yang telah dipublikasikan sebelumnya oleh pengguna lain di sosial media seperti membagikan informasi

yang dianggap menarik, penting, atau relevan, serta untuk mendukung kampanye, menyebarkan berita. Namun, sering disalahgunakan di mana konten yang telah direpost mendapatkan engagement lebih banyak dibandingkan konten asli yang di buat oleh kreator dan terjadinya disinformasi yang merajalela. Dalam perspektif Islam prinsip kejujuran konteks repost harus informasi yang benar, akurat dan menghormati hak milik orang lain. Dengan kata lain konsep repost harus memperhatikan berbagai hal yang tidak menimbulkan kerugian. Pendekatan normatif digunakan untuk mengeksplor prinsip Islami seperti kejujuran, amanah dan larangan menyebar fitnah dalam konteks media sosial.

Tindakan repost dalam konteks Islam merupakan sebuah tindakan memberikan informasi yang layak, bermanfaat, bagi orang lain sesuai dengan ajaran Islam. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan saran untuk mengembangkan lebih lanjut yang telah dibahas, namun penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan dalam metode ang digunakan sepenuhnya belum representative untuk kondisi yang lebih luas. Oleh karena itu, memerlukan metode yang lebih variatif. Dengan mempertimbangkan berbagai manfaat dan kerugian yang telah dibahas, marilah kita bersama-sama mengambil langkah konkret untuk menerapkan Solusi untuk mencapai tujuan bersama.

References

- Agustini, S., Tan, W., & Geovanni, G. (2023). Analisis Hukum Terhadap Penyampaian Informasi Elektronik yang Melanggar Norma Moral. *Ajudikasi: Jurnal Ilmu Hukum*, 7(2), 349-374.
- Aisyah, S. F. (2024). Etika Bisnis Islam: Implementasi Prinsip Keadilan Dan Tanggung Jawab Dalam Ekonomi Syariah. *El-Iqthisady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 49-61.
- Aliya, D. N., & Yuliana, N. (2024). Persepsi Publik di Indonesia mengenai Berita Hoaks di Media Sosial. *Sindoro: Cendikia Pendidikan*, 5(1), 61-70.
- Anindya, A., Hanana, A., & Elian, N. (2021). Upaya Meningkatkan Kesadaran Gender Kaum Muda Melalui Pesan Kesetaraan Gender Di Media Sosial Instagram. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 5(2), 103-112.
- Cahyani, Atif Nur. "Makna Simbolik Dalam Geguritan "Sengkuni Mbayi" Karya Setyawati Dwi Dijaman Sekarang (Kajian Antropologi Sastra)." *Jurnal Ikadbudi* 11.1 (2022): 6-12.

- Darmalaksana, Wahyudin. "Panduan penulisan skripsi dan tugas akhir: Artikel ilmiah, buku, hak paten." (2022).
- Divaliani, E. S., & Nurhakim, T. F. (2024). PERSEPSI GENERASI Z TERHADAP FITUR POSTINGAN ULANG PADA APLIKASI TIKTOK. *Jurnal Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1).
- Fitria, Wida, dan Ganjar Eka Subakti. "Era Digital dalam Perspektif Islam: Urgensi Etika Komunikasi Keagamaan di Indonesia." *Jurnal Penelitian Islam* 18.2 (2022): 143-157.
- Hakim, Moh Arif Rakman, and Amir Bandar Abdul Majid. "Criticism of the Ideological Interpretation of the Concept of Democracy (Shura) in the Tafsir of Al-Wa'ie: Hermeneutic Analysis of Khaled Abou El-Fadl." *Spiritus: Religious Studies and Education Journal* 2.1 (2024): 12-22.
- Handoko, Yudo, Hansein Arif Wijaya, and Agus Lestari. *Metode Penelitian Kualitatif Panduan Praktis untuk Penelitian Administrasi Pendidikan*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.
- Hastharita, R., & Jasri, J. (2024). Facebook dan Etika Digital: Pendekatan Hukum Islam terhadap Batasan Konten Media Sosial. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 1(4), 672-677.
- Ilmiawan, M. I., & Taufikurrahman, T. (2022). Hak Asasi Manusia Dalam Perspektif Islam. *AL-ALLAM*, 3(1), 16-25.
- Mahmud, A. (2024). Krisis Identitas di Kalangan Generasi Z dalam Perspektif Patologi Sosial pada Era Media Sosial. *Jurnal Ushuluddin: Media Dialog Pemikiran Islam*, 26(2).
- Maulana, A. G., Priyatama, A. B., Nugroho, K. A., Triyanta, A., & Baity, S. N. (2024). Perlindungan Nasabah Terhadap Klausula Eksonerasi Dalam Akad Pembiayaan Murabahah Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Positif. In *Prosiding Seminar Hukum Aktual Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia* (Vol. 2, No. 4, pp. 244-256).
- Nasution, A. M., & Elihami, Z. M. N. (2022). Pemanfaatan Sosial Media Tiktok sebagai Strategi Promosi dalam Berwirausaha Perspektif Ekonomi Islam. *Jikem: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 3155–3163.
- Naufaldhi, M. R. (2024). Strategi Kreatif Komunikasi Dakwah di Media Sosial Untuk Generasi Z Studi Kasus Realmasjid 2.0 (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).

- Nawawi, M. Y. B. S. (2007). Hadits Arba'in nawawiyah. Maktab Dakwah Dan Bimbingan Jaliyat Rabwah.
- Novita, Novita Nur Inayha. "Penguatan etika digital melalui materi "Adab menggunakan media sosial" pada mata pelajaran Pendidikan Agama Islam dalam membentuk karakter peserta didik menghadapi era Society 5.0." *Journal of Education and Learning Sciences* 3.1 (2023): 73-93.
- Qudsy, Saifuddin Zuhri, dan Althaf Husein Muzakky. "Dinamika Ngaji Online dalam Tagar Gus Baha: Kajian Living Quran di Media Sosial." *POROS ONIM: Jurnal Sosial Agama* 2.1 (2021): 1-19.
- Rahman, Syed Mohammad Hilmi Syed Abdul, et al. "Komunikasi Nabawi Sebagai Asas Panduan Interaksi Media Sosial: Prophetic Communication as a Model for Social Media Interaction." *Journal Of Hadith Studies* (2023): 59-70.
- Rinka, C., & Irianto, K. D. (2024). Pembajakan Hak Cipta Vidio Pada Situs Youtube Ditinjau Dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(5), 8761-8772.
- Rinka, Cindyra, and Kartika Dewi Irianto. "Pembajakan Hak Cipta Vidio Pada Situs Youtube Ditinjau Dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4.5 (2024): 8761-8772.
- Rizqy, M., Zachani, N. S. A., Fajri, S., & Suryandari, M. (2023). Pengaruh Media Teknologi Informasi Modern Terhadap Aktivitas Dakwah di Era Revolusi Industri 4.0. Aladalah: *Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, 1(1), 37.
- Saleh, M. (2024). Etika Komunikasi Islami: Solusi Untuk Kesuksesan Organisasi. Liwaul Dakwah: *Jurnal Kajian Dakwah Dan Masyarakat Islam*, 14(1), 27-46.
- Sari, Elpita, Tamrin Kamal, and Rosniati Hakim. "ISLAM SEBAGAI OBJEK STUDI DAN PENELITIAN: PENDEKATAN KEILMUAN DAN INOVASI METODOLOGIS." *IMTIYAZ: Jurnal Ilmu Keislaman* 8.2 (2024): 324-334.
- Sembiring, W. M., Subhilhar, H. K., & Ridho, H. (2023). Political Polarization in the 2018 North Sumatera Governor Election Campaign.
- Siddiq, M. I. (2022). Analisis Etika Bermedia Sosial Dalam Pemanfaatan Instagram Oleh Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).

- Silalahi, R. R., & Sevilla, V. (2020). Rekonstruksi makna hoaks di tengah arus informasi digital. *Glob. Komunika*, 3(1), 8-17.
- Sujoko, Anang, and Suko Widodo. *Komunikasi Politik: Ruang Lingkup, Teori, dan Metode Risetnya*. Universitas Brawijaya Press, 2024.
- Syarifah, A., & Urfan, N. F. (2024). Representasi Dampak Hoax Pada Film Budi Pekerti Karya Wregas Bhanuteja: Konten Viral. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 5(3), 2864-2876.
- Tanti, N. A. T., Gunawan, A., & Alfaien, N. I. (2024). PROFESIONALISME WARTAWAN DALAM PRESPEKTIF ISLAM. *Jurnal Komunikasi*, 2(9), 729-748.
- Trisnawati, E., Wahab, A., & Habbe, H. (2021). Implementasi Etika Berdagang Dengan Sifat Siddiq, Tabligh, Amanah, Fathanah Pada Waroeng Steak and Shake Cabang Boulevard Makassar. *Economos: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(3), 177-183.
- Umbara, F. W. (2021). User Generated Content di Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bisnis. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 4(2), 574.