

KERANGKA ETIKA KOMUNIKASI DIGITAL ISLAMI: STUDI HADIS ATAS FENOMENA MEME JOMOK

Muhammad Ali Mahrus

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Email: muhammadalimahrus386@gmail.com

Muhammad Rizieq AG

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Email: mrizieq99@gmail.com

Muhid

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Email: muhid@uinsa.ac.id

Abstrak: Penelitian ini menganalisis fenomena Meme Jomok dalam ruang komunikasi digital Indonesia melalui perspektif etika komunikasi Islam berbasis hadis Nabi Muhammad SAW. Penyebaran Meme Jomok yang sarat dengan humor seksual, ambiguitas makna, dan eksploitasi tabu menunjukkan adanya krisis etika komunikasi yang semakin ternormalisasi di media sosial. Dengan menggunakan pendekatan *library research* dan metode analisis kualitatif yang meliputi pendekatan normatif-teologis, analisis isi (*content analysis*), serta historis-hermeneutis, penelitian ini mengkaji relevansi nilai-nilai hadis terhadap dinamika komunikasi digital kontemporer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Meme Jomok beroperasi melalui mekanisme ambiguitas semiotik dan secara sistematis mereproduksi nilai permisif melalui proses desensitisasi moral. Hadis Nabi, khususnya yang menekankan prinsip *qaulan ma'rufan*, larangan *al-fahsh wa al-tafahhush*, tanggung jawab perkataan (*mas'uliyat al-kalām*), serta kewajiban *al-nahy 'an al-munkar*, terbukti memiliki relevansi normatif yang kuat dan dapat dikontekstualisasikan dalam ekosistem digital melalui pendekatan *qiyās* dan *maqāṣid al-shari'ah*. Penelitian ini merekonstruksi kerangka etika komunikasi digital Islami yang terdiri atas empat lapisan prinsip: *tabayyun al-muhtawā*, *al-ta'addud al-waṣā'if al-tawāṣulīyyah*, *al-mas'ulīyyah al-jamā'īyyah*, dan *al-tarbiyah al-raqmīyyah al-Islāmīyyah*. Kerangka ini diharapkan menjadi pedoman teologis-normatif bagi komunitas Muslim dalam menavigasi ruang digital secara etis dan bertanggung jawab.

Kata kunci: etika komunikasi islam; meme jomok; hadis; *qaulan ma'rufan*; literasi digital islami.



Abstract: This study investigates the phenomenon of Jomok Memes within Indonesia's digital communication sphere through the lens of Islamic communication ethics derived from the hadith of Prophet Muhammad (peace be upon him). The widespread circulation of Jomok Memes, characterized by sexual humor, semantic ambiguity, and the exploitation of taboo elements, reflects a growing ethical crisis that has become increasingly normalized on social media platforms. Employing a library research design with qualitative methods—normative-theological, content analysis, and historical-hermeneutical approaches—this study examines the relevance of hadith principles to contemporary digital communication practices. The findings reveal that Jomok Memes operate through mechanisms of semiotic ambiguity and systematically reproduce permissive values via processes of moral desensitization. Prophetic traditions, particularly those emphasizing *qaulan ma'rūfan* (speaking kindly), the prohibition of *al-fahsh wa al-tafahhush* (obscene and vulgar speech), communicative responsibility (*mas'ūliyyat al-kalām*), and the obligation of *al-nahy 'an al-munkar* (forbidding wrong), demonstrate strong normative relevance and can be effectively contextualized within the digital ecosystem through *qiyās* (analogical reasoning) and *maqāṣid al-shari'ah* (objectives of Islamic law). This study reconstructs an Islamic digital communication ethics framework comprising four principle layers: *tabayyun al-muḥtawā* (content verification), *al-ta'addud al-waṣā'if al-tawāṣuliyyah* (multiplicity of communicative functions), *al-mas'ūliyyah al-jamā'iyyah* (collective responsibility), and *al-tarbiyah al-raqmīyyah al-Islāmiyyah* (Islamic digital education). This framework serves as a theological-normative guideline for Muslim communities to navigate the digital space responsibly and ethically.

Keywords: islamic communication ethics; jomok meme; hadith; *qaulan ma'rūfan*; islamic digital literacy.

Pendahuluan

Kemajuan teknologi digital telah membawa perubahan besar terhadap pola komunikasi manusia. Media sosial kini tidak sekadar berfungsi sebagai alat penyebaran informasi, melainkan juga menjadi wadah pembentukan makna, ekspresi budaya, dan konstruksi identitas. Dalam konteks ini, muncul berbagai bentuk komunikasi baru, salah satunya adalah meme sebagai medium visual-verbal yang ringkas, satir, dan mudah tersebar.¹ Meme sering kali menjadi alat kritik sosial, hiburan, hingga ekspresi ideologis.

Namun, di balik fleksibilitas dan daya tariknya, meme juga menyimpan potensi problematik, terutama ketika mengandung unsur vulgaritas, pelecehan, atau penyimpangan nilai moral. Salah satu fenomena yang mencuat

¹ Zubair Abdul Afif, Andrean Viery, and Margaretha Evi Yuliana, *View of Etika Teknologi Informasi Dalam Komunikasi Digital: Pilar Moral Di Era Siber*, 2025. 1306.

dalam lanskap digital Indonesia adalah meme “Jomok”, yang kerap diasosiasikan dengan humor seksual, ambiguitas makna, serta eksploitasi unsur tabu.²

Fenomena Meme Jomok tidak dapat dilepaskan dari dinamika budaya digital yang cenderung permisif dan mengedepankan viralitas dibandingkan etika. Algoritma media sosial yang mendorong konten sensasional turut mempercepat penyebaran meme jenis ini, sehingga membentuk normalisasi terhadap komunikasi yang menyimpang dari nilai kesopanan.³ Hal ini menimbulkan pertanyaan mendasar terkait batasan etika dalam berkomunikasi di ruang digital, khususnya bagi masyarakat Muslim yang memiliki landasan normatif berupa Al-Qur'an dan hadis.⁴

Fenomena Meme Jomok dalam ruang digital mencerminkan krisis etika komunikasi yang ditandai oleh maraknya penggunaan humor vulgar, ambiguitas seksual, dan eksploitasi unsur tabu yang semakin ternormalisasi di media sosial.⁵ Permasalahan utama terletak pada bergesernya orientasi komunikasi dari prinsip qaulan ma'rūfan menuju logika hiburan dan viralitas, sehingga batas antara yang pantas dan tidak pantas menjadi kabur. Konten semacam ini tidak hanya menurunkan sensitivitas moral individu, tetapi juga berpotensi memperkuat stereotip sosial, merusak budaya kesopanan, serta membentuk pola pikir permisif terutama pada generasi muda.

Dalam perspektif Islam, komunikasi bukan sekadar aktivitas sosial, melainkan juga bagian dari tanggung jawab moral dan spiritual. Hadis Nabi Muhammad saw. secara eksplisit menekankan pentingnya menjaga lisan (qaul) sebagai cerminan keimanan, sebagaimana sabda beliau:

حَدَّثَنَا قُتَيْبَةُ بْنُ سَعِيدٍ: حَدَّثَنَا أَبُو الْأَحْوَصِ، عَنْ أَبِي حَصِينٍ، عَنْ أَبِي صَالِحٍ، عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلَا يُوْذِ جَارُهُ، وَمَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكْرِمْ ضَيْفَهُ، وَمَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكُنْ خَيْرًا أَوْ لِيَصْنُتْ»⁶

² Bimo Putro Nusuantoro, “Penerimaan Genenerasi Z Surabaya Terhadap Meme Jokes Homok (Jomok) Di Akun Instagram @tepresak” (undergraduate, UPN Veteran Jawa Timur, 2025), <https://repository.upnjatim.ac.id/39703/>.

³ Farrell Riskia Putra Sembiring and Aprilianti Pratiwi, *Meme Jomok Sebagai Representasi Interseksionalitas Ras Dan Gender Di Media Sosial | Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 2025, <https://warta-iski.or.id/index.php/WartaISKI/article/view/452>. 356

⁴ Khairil Qadri and Saepul Anwar, *Pandangan Al-Qur'an Etika Digital: Analisis Tematik Komunikasi Di Media Sosial*, 2025. 25.

⁵ Chery Narasyah Chiora Ulfa et al., “Humours as a Vehicle for Discussing Women’s Sexuality: A Case Study of Talkpod,” *Cultural Narratives* 1, no. 3 (July 2024): 134–43, <https://doi.org/10.59066/cn.v1i3.849>.

⁶ Abu ‘Abd Allah, Muhammad bin Isma‘il bin Ibrahim bin al-Mughirah bin Bardizbah al-Bukhari al-Ju‘fi, *Shahih Al-Bukhari* (Bairut: Dar Tawq al-Najah, 2012).11/ 6018

Telah menceritakan kepada kami Qutaibah bin Sa'id, telah menceritakan kepada kami Abu al-Ahwash, dari Abu Hashin, dari Abu Shalih, dari Abu Hurairah, ia berkata: Rasulullah ﷺ bersabda: Barang siapa beriman kepada Allah dan hari akhir, maka janganlah ia menyakiti tetangganya. Barang siapa beriman kepada Allah dan hari akhir, maka hendaklah ia memuliakan tamunya. Dan barang siapa beriman kepada Allah dan hari akhir, maka hendaklah ia berkata yang baik atau diam.

Hadis ini mengandung prinsip etika komunikasi yang relevan lintas zaman, termasuk dalam konteks komunikasi digital saat ini. Namun, transformasi medium komunikasi dari lisan ke digital menuntut reinterpretasi dan kontekstualisasi nilai-nilai hadis agar tetap aplikatif dalam menghadapi fenomena kontemporer seperti Meme Jomok.⁷ Oleh karena itu, keberadaan Meme Jomok tidak sekadar menjadi fenomena hiburan, melainkan problem serius yang berdampak pada dimensi moral, sosial, dan keagamaan, serta menuntut adanya reinterpretasi nilai-nilai hadis sebagai landasan etis dalam menghadapi dinamika komunikasi digital kontemporer.⁸

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena Meme Jomok melalui lensa etika komunikasi Islam, guna membedah sejauh mana konten tersebut bersinggungan dengan prinsip-prinsip moralitas dalam ruang digital. Secara lebih mendalam, kajian ini berupaya melakukan kontekstualisasi dan reinterpretasi hadis Nabi terkait kewajiban menjaga lisan, khususnya prinsip berkata baik atau diam sebagai filter etis terhadap narasi vulgar dan tabu yang kian ternormalisasi. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat merumuskan sebuah kerangka teologis-normatif yang mampu menjadi pedoman bagi masyarakat Muslim dalam merespons dinamika budaya visual kontemporer secara lebih bertanggung jawab, baik secara moral maupun spiritual.

Beberapa penelitian terdahulu telah menyoroti isu yang serupa. Misalnya, penelitian oleh Aprilianti Pratiwi dan Farrell Riskia Putra Sembiring,⁹ menegaskan bahwa Meme Jomok bukan sekadar hiburan absurd, melainkan alat penyebaran prasangka kompleks terhadap ras dan gender yang kini justru menjadi budaya populer di lingkup pemakai media sosial. Lebih lanjut, studi oleh Frans Tory Damara Pradipta yang¹⁰ memperingatkan bahwa

⁷ M. Kelfin Gilang Ramadhani, *Etika Islami Dalam Berkomentar Di Instagram @Taubatters: Kajian Terhadap Fatwa Mui Tentang Muamalah Di Media Sosial*, 2024. 19-20

⁸ Arif Rahman Hakim et al., "Etika Berkomunikasi Dalam Hadist Dan Tantangan Media Sosial Di Era Digital," *EDU SOCIETY: JURNAL PENDIDIKAN, ILMU SOSIAL DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT* 5, no. 3 (2025): 1460–68, <https://doi.org/10.56832/edu.v5i3.2417>.

⁹ Farrell Riskia Putra Sembiring and Aprilianti Pratiwi, "Meme Jomok Sebagai Representasi Interseksionalitas Ras Dan Gender Di Media Sosial," *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia* 8, no. 2 (December 2025): 354–71, <https://doi.org/10.25008/wartaiki.v8i2.452>.

¹⁰ Roshad and Amelia, "Analisis Praktik Kesederhanaan Mahar Oleh Masyarakat Muslim Tinjauan Hadis Nabi," *Rivayah: Jurnal Studi Hadis* 5 (2019).

lelucon digital seperti Meme "Jomok" dapat menormalisasi stereotip kelompok tertentu jika dikonsumsi oleh generasi muda yang tidak kritis dalam memilah makna di balik humor tersebut. Berbeda dengan kajian terdahulu yang cenderung menempatkan Meme Jomok sebagai fenomena budaya digital atau sosiologis semata, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengkajinya secara eksplisit melalui perspektif etika komunikasi Islam dan kontekstualisasi hadis Nabi. Fokus utama penelitian ini tidak lagi terbatas pada representasi identitas dan pola konsumsi media, melainkan sebagai refleksi kritis terhadap implementasi nilai moralitas lisan dan tanggung jawab spiritual individu di tengah arus budaya digital yang permisif.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan library research (studi kepustakaan), yakni penelitian dengan mengandalkan sumber-sumber tertulis sebagai basis analisis tanpa melakukan pengumpulan data empiris di lapangan.¹¹ Jenis penelitian ini dipilih karena permasalahan yang dikaji bersifat normatif-interpretatif, yakni menganalisis relevansi teks-teks hadis terhadap fenomena komunikasi digital kontemporer.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini bersifat integratif, mencakup tiga dimensi analisis, yaitu: (1) pendekatan normatif-teologis (*normative-theological approach*) untuk mengkaji prinsip-prinsip etika komunikasi dalam hadis Nabi; (2) pendekatan analisis isi (*content analysis*) dalam mengkaji fenomena Meme Jomok secara tekstual dan kontekstual; serta (3) pendekatan historis-hermeneutis untuk mengontekstualisasikan nilai-nilai hadis dalam realitas komunikasi digital.¹² Ketiga pendekatan ini saling melengkapi dalam rangka menghasilkan analisis yang komprehensif dan berimbang.

Data utama dalam penelitian ini diperoleh dari kitab-kitab hadis induk yang termasuk dalam Kutub al-Sittah., yakni *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*, *Ṣaḥīḥ Muslim*, *Sunan Abū Dāwūd*, *Sunan al-Tirmidhī*, *Sunan al-Nasā'ī*, dan *Sunan Ibn Mājah*, serta kitab-kitab syarh hadis yang relevan. Adapun sumber data sekunder mencakup artikel ilmiah bereputasi, buku-buku akademik dalam bidang komunikasi Islam, etika digital, serta kajian media sosial yang diterbitkan oleh penerbit akademik terpercaya.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dua metode pokok. Pertama, studi dokumentasi, yaitu proses identifikasi, pencatatan, dan klasifikasi hadis-hadis yang berkaitan dengan etika tutur, larangan perkataan

¹¹ Mestika Zed, *Metode Penelitian Kepustakaan* (Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2008), https://www.google.com/books?hl=id&lr=&id=zG9sDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=mestika+zed+metode+penelitian+kepustakaan&ots=P9eljTDO5t&sig=_EZ6jC3bvFBztpd0R-oAsknD1Cw.

¹² M. R. Sugiyono, *METODE PENELITIAN KUALITATIF. Untuk Penelitian Yang Bersifat Eksploratif, Enterpretif, Interaktif, Dan Konstruktif. Cocok Untuk 1. Mahasiswa S1, S2, Dan S3. 2. Dosen Dan Peneliti Ed. 3 Cet. 3 Thn. 2020, 2020*, https://elibrary.unpas.ac.id/index.php?p=show_detail&id=17996.

keji (*al-fahsh*), dan tanggung jawab komunikatif dalam Islam.¹³ Kedua, telaah pustaka (*literature review*) terhadap literatur akademis kontemporer yang mengkaji etika digital, meme budaya, dan komunikasi media sosial dalam perspektif Islam maupun kajian budaya secara umum.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis kualitatif Miles, Huberman, dan Saldaña yang mencakup tiga tahap utama, yaitu: pertama, reduksi data melalui proses seleksi dan pemusatan pada data yang sesuai dengan fokus penelitian; kedua, penyajian data dengan menyusun informasi ke dalam tema-tema yang terstruktur dan sistematis; ketiga, penarikan serta verifikasi kesimpulan melalui pengolahan temuan secara induktif yang kemudian dikaji ulang menggunakan sumber-sumber yang memiliki otoritas ilmiah.¹⁴ Selain itu, dalam menganalisis matan hadis, digunakan pendekatan *ma'āni al-ḥadīth* (pemahaman makna hadis) yang mempertimbangkan aspek lughawi (kebahasaan), *siyāq* (konteks), dan maqāṣid (tujuan normatif) dari setiap hadis yang dikaji.

Anatomi Meme Jomok: Konstruksi Tanda dan Normalisasi Humor Tabu dalam Ruang Digital

Meme Jomok merupakan artefak budaya digital yang beroperasi melalui mekanisme kompresi makna memadatkan pesan yang sarat muatan seksual atau tabu ke dalam format visual-verbal yang ringkas, mudah dibagikan, dan memiliki daya viral tinggi.¹⁵ Dalam perspektif semiotika, Meme Jomok bekerja melalui mekanisme konotasi berlapis, pada tingkat denotasi, gambar atau teks meme tampak seperti ungkapan biasa, tetapi pada tingkat konotasi, terdapat muatan seksual atau vulgar yang dipahami oleh komunitas pengguna tertentu (*in-group meaning*).¹⁶

Proses normalisasi Meme Jomok didorong oleh beberapa faktor struktural. Pertama, algoritma platform media sosial yang cenderung memprioritaskan konten dengan tingkat interaksi (*engagement rate*) tinggi, termasuk konten humor berbasis ambiguitas seksual.¹⁷ Kedua, dinamika kelompok (*group dynamics*) di mana berbagi Meme Jomok berfungsi sebagai

¹³ Hakim et al., “Etika Berkomunikasi Dalam Hadist Dan Tantangan Media Sosial Di Era Digital.”

¹⁴ Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, and Johnny Saldana, *Qualitative Data Analysis* (SAGE, 2014). 12-14

¹⁵ Nusuantoro, “Penerimaan Generasi Z Surabaya Terhadap Meme Jokes Homok (Jomok) Di Akun Instagram @tepresak.” 22-25.

¹⁶ Chery Narasyah Chiora Ulfa et al., “Humours as a Vehicle for Discussing Women’s Sexuality: A Case Study of Talkpod,” *Cultural Narratives* 1, no. 3 (2024): 134–43.

¹⁷ Sembiring and Pratiwi, “Meme Jomok Sebagai Representasi Interseksionalitas Ras Dan Gender Di Media Sosial.” 357

penanda identitas komunitas dan strategi pembangunan solidaritas sosial.¹⁸ Ketiga, ketiadaan literasi digital yang memadai membuat banyak pengguna, khususnya generasi muda, tidak mampu secara kritis mengevaluasi dampak konten yang mereka konsumsi dan sebar.

Penelitian Sembiring dan Pratiwi memperkuat argumen ini dengan menunjukkan bahwa Meme Jomok secara sistematis mereproduksi prasangka berbasis ras dan gender yang berpotensi mengokohkan struktur ketidaksetaraan sosial.¹⁹ Ini mengindikasikan bahwa humor dalam Meme Jomok tidak bersifat netral, melainkan sarat nilai yang dapat memperkuat bias sosial secara tidak sadar melalui mekanisme desensitization proses di mana paparan berulang terhadap konten tabu menurunkan sensitivitas moral audiens.²⁰

Etika Komunikasi Islam: Kerangka Normatif Hadis tentang *Qaulan Ma'rufan* dan Larangan *al-Fahsh*

Islam memiliki sistem etika komunikasi yang komprehensif, yang tidak hanya berdimensi horizontal (hubungan antarmanusia) tetapi juga vertikal (hubungan dengan Allah). Dalam kajian hadis, setidaknya terdapat empat prinsip utama yang relevan dengan fenomena Meme Jomok.²¹

Pertama, prinsip *qaulan ma'rufan* (perkataan yang baik), yang merujuk pada ungkapan yang baik, pantas, dan tidak menimbulkan kerusakan moral di tengah masyarakat.

حَدَّثَنَا قُتَيْبَةُ بْنُ سَعِيدٍ: حَدَّثَنَا أَبُو الْأَحْوَصِ، عَنْ أَبِي حَصِينٍ، عَنْ أَبِي صَالِحٍ، عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلَا يُوْذِ جَارَهُ، وَمَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكْرِمْ ضَيْفَهُ، وَمَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكْرِمْ ضَيْفَهُ، وَمَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكْرِمْ ضَيْفَهُ»²²

“Telah menceritakan kepada kami Qutaibah bin Sa’id, telah menceritakan kepada kami Abu al-Ahwash, dari Abu Hashin, dari Abu Shalih, dari Abu Hurairah, ia berkata: Rasulullah ﷺ bersabda: Barang siapa beriman kepada Allah dan hari akhir, maka janganlah ia menyakiti tetangganya. Barang siapa beriman kepada Allah dan hari akhir, maka hendaklah ia memuliakan tamunya. Dan barang siapa beriman kepada Allah dan hari akhir, maka hendaklah ia berkata yang baik atau diam.”

¹⁸ Zubair Abdul Afif, Andrean Viery, and Margaretha Evi Yuliana, “Etika Teknologi Informasi Dalam Komunikasi Digital: Pilar Moral Di Era Siber,” *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Bisnis*, 2025, 1306–11, <https://www.ojs.uadb.ac.id/Senatib/article/view/5545>.

¹⁹ Sembiring dan Pratiwi, “Meme Jomok Sebagai Representasi Interseksionalitas Ras Dan Gender Di Media Sosial.”362.

²⁰ Ulfa et al., “Humours as a Vehicle for Discussing Women’s Sexuality,” July 2024. 139.

²¹ Hakim et al., “Etika Berkomunikasi Dalam Hadist Dan Tantangan Media Sosial Di Era Digital.”1462

²² Abu ‘Abd Allah, Muhammad bin Isma’il bin Ibrahim bin al-Mughirah bin Bardizbah al-Bukhari al-Ju’fi, *Shahih Al-Bukhari*.11/ 6018

Hadis dalam *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī* ini secara eksplisit memerintahkan setiap muslim untuk memilih antara berbicara baik atau diam, sebuah prinsip yang para ulama sepakati sebagai standard minimum etis dalam berkomunikasi.²³ Ibn Hajar al-'Asqalānī dalam *Fath al-Bārī* menegaskan bahwa perintah berkata baik ini bersifat umum, mencakup setiap medium komunikasi yang digunakan manusia. Selain itu, seseorang dianjurkan untuk berkata baik demi mendatangkan kebaikan dan manfaat, serta memilih diam dari segala bentuk perkataan buruk dan mudarat.²⁴

Kedua, prinsip larangan *al-fahsh wa al-tafahhush* (perkataan keji dan ucapan kotor). Dalam hadis yang diriwayatkan oleh al-Tirmidhī, Nabi Muhammad bersabda bahwa seorang mukmin sejati bukanlah orang yang suka melaknat, mencaci, berkata kotor, atau berperilaku tidak senonoh.

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ يَحْيَى الْأَزْدِيُّ الْبَصْرِيُّ، قَالَ: حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ سَابِقٍ، عَنْ إِسْرَائِيلَ، عَنْ الْأَعْمَشِ، عَنْ إِبْرَاهِيمَ، عَنْ عَلْقَمَةَ، عَنْ عَبْدِ اللَّهِ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «لَيْسَ الْمُؤْمِنُ بِالطَّعَّانِ»، وَلَا اللَّعَّانِ، وَلَا الْفَاحِشِ، وَلَا الْبَذِيءِ.²⁵

“Telah menceritakan kepada kami Muḥammad bin Yahyā al-Azdī al-Baṣrī, ia berkata: telah menceritakan kepada kami Muḥammad bin Sābiq, dari Isrā'īl, dari al-A'mash, dari Ibrāhīm, dari 'Alqamah, dari 'Abdullāh, ia berkata: Rasulullah ﷺ bersabda Seorang mukmin itu bukanlah orang yang suka mencela, bukan pula yang suka melaknat, bukan orang yang berkata keji, dan bukan pula yang berkata kotor.”

Ketiga, prinsip *mas'ulīyyat al-kalām* (tanggung jawab perkataan). Hadis yang diriwayatkan oleh al-Bukhārī dan Muslim dari Abū Hurairah:

حَدَّثَنِي إِبْرَاهِيمُ بْنُ حَمَزَةَ: حَدَّثَنِي ابْنُ أَبِي حَازِمٍ، عَنْ يَزِيدَ، عَنْ مُحَمَّدِ بْنِ إِبْرَاهِيمَ، عَنْ عِيسَى بْنِ طَلْحَةَ التَّيْمِيِّ، عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ: سَمِعَ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: «إِنَّ الْعَبْدَ لَيَتَكَلَّمُ بِالْكَلِمَةِ مَا يَتَّبِعُ فِيهَا يَرِلُّ بِهَا فِي النَّارِ أَبَعَدَ مَا بَيْنَ الْمَشْرِ»²⁶

“Telah menceritakan kepadaku Ibrāhīm bin Ḥamzah: telah menceritakan kepadaku Ibnu Abī Ḥāzim, dari Yazīd, dari Muḥammad bin Ibrāhīm, dari 'Īsā bin Ṭalḥah al-Taimī, dari Abū Hurairah, bahwa ia mendengar Rasulullah ﷺ bersabda: Sesungguhnya seorang hamba benar-benar mengucapkan suatu kata yang ia tidak memperjelas (tidak memikirkannya dengan matang), lalu ia tergelincir karenanya ke dalam neraka sejauh jarak antara timur dan barat.”

²⁴ Aḥmad bin 'Alī bin Ḥajar al-'Asqalānī, *Fath Al-Bari Bi Syarḥ Ṣaḥīḥ al-Bukhārī* (Mesir: al-Maktabah al-Salafiyyah, n.d.).11/446.

²⁵ Abu 'Isa Muḥammad bin 'Isa al-Tirmidhī, *Al-Jami' al-Kabir (Sunan al-Tirmidhi)* (Bairut: Dar al-Gharb al-Islami, 1996).3/520

²⁶ Abu 'Abd Allah, Muḥammad bin Isma'īl bin Ibrāhīm bin al-Mughirah bin Bardizbah al-Bukhari al-Ju'fi, *Shahih Al-Bukhari*.8/100

Hadis ini menyatakan bahwa seorang hamba dapat terpeleset ke dalam api neraka hanya karena suatu kalimat yang diucapkan tanpa dipikirkan dampaknya. Dalam konteks digital, prinsip ini memiliki dimensi tambahan karena setiap unggahan dan penyebaran konten termasuk meme meninggalkan jejak digital (*digital footprint*) yang berpotensi memengaruhi ribuan bahkan jutaan audiens.

Keempat, prinsip *al-nahy 'an al-munkar bi al-lisān* (kewajiban mencegah kemungkaran melalui perkataan). Prinsip ini tidak hanya melarang seseorang dari memproduksi konten yang merusak, tetapi juga mengimposisi kewajiban aktif untuk mengoreksi dan tidak turut menyebarkan konten yang mendukung kemungkaran.

حَدَّثَنَا أَبُو بَكْرِ بْنُ أَبِي شَيْبَةَ ، حَدَّثَنَا وَكِيعٌ ، عَنْ سُفْيَانَ ، (ح) وَحَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ الْمُثَنَّى ، حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ جَعْفَرٍ ، حَدَّثَنَا شُعْبَةُ كِلَاهُمَا ، عَنْ قَيْسِ بْنِ مُسْلِمٍ ، عَنْ طَارِقِ بْنِ شَهَابٍ ، وَهَذَا حَدِيثُ أَبِي بَكْرٍ قَالَ : « أَوَّلُ مَنْ بَدَأَ بِالْخُطْبَةِ يَوْمَ الْعِيدِ قَبْلَ الصَّلَاةِ مَرْوَانُ ، فَقَامَ إِلَيْهِ رَجُلٌ ، فَقَالَ : الصَّلَاةُ قَبْلَ الْخُطْبَةِ ، فَقَالَ : قَدْ تَرَكْتُ مَا هُنَالِكَ ، فَقَالَ أَبُو سَعِيدٍ : أَمَا هَذَا فَقَدْ قَضَى مَا عَلَيْهِ ، سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ : مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيُغَيِّرْهُ بِيَدِهِ ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ ، وَذَلِكَ أَضْعَفُ الْإِيمَانِ²⁷.

“Telah menceritakan kepada kami Abū Bakr bin Abī Syaibah, telah menceritakan kepada kami Wakīf, dari Sufyān. (Dan dalam jalur lain) telah menceritakan kepada kami Muḥammad bin al-Muthannā, telah menceritakan kepada kami Muḥammad bin Ja'far, telah menceritakan kepada kami Syu'bah. Keduanya dari Qais bin Muslim, dari Ṭariq bin Syihāb dan ini adalah lafaz riwayat Abū Bakr ia berkata: “Orang pertama yang memulai khutbah pada hari raya sebelum salat adalah Marwān. Lalu seorang laki-laki berdiri menegurnya dan berkata: ‘Salat itu sebelum khutbah.’ Maka Marwān menjawab: ‘Yang dahulu itu sudah ditinggalkan.’ Maka Abū Sa’id berkata: ‘Adapun orang ini, sungguh ia telah menunaikan kewajibannya.’ Aku mendengar Rasulullah ﷺ bersabda: Barang siapa di antara kalian melihat suatu kemungkaran, maka hendaklah ia mengubahnya dengan tangannya. Jika tidak mampu, maka dengan lisannya. Jika tidak mampu, maka dengan hatinya, dan itu adalah selemah-lemahnya iman.”

Dalam konteks Meme Jomok, prinsip ini berimplikasi bahwa tindakan me-repost, membagikan, atau merespons dengan tawa terhadap meme tersebut pun termasuk dalam kategori partisipasi aktif dalam penyebaran kemungkaran.²⁸

²⁷ Abu al-Husayn Muslim ibn al-Hajjaj ibn Muslim al-Qushayri al-Naysaburi, *Shahih Muslim* (Turki: Dar al-Tiba'ah al-'Amirah, 2012). 1/50

²⁸ “PANDANGAN AL-QUR’AN ETIKA DIGITAL: ANALISIS TEMATIK KOMUNIKASI DI MEDIA SOSIAL | Journal of Educational and Religious Perspectives,” accessed May 5, 2026, <https://jurnal-muqaddimah.or.id/index.php/Al-Muqaddimah/article/view/12>.

Kontekstualisasi Hadis di Era Digital: dari Lisan ke Komunikasi Visual-Digital

Salah satu persoalan metodologis yang signifikan dalam penelitian ini adalah bagaimana mengontekstualisasikan beberapa hadis yang melalui historis berbicara tentang etika lisan (*ādāb al-kalām*) ke dalam realitas komunikasi digital yang berbeda secara substansial dari konteks produksinya.²⁹ Persoalan ini membutuhkan pendekatan hermeneutis yang memperhatikan *maqāṣid* (tujuan hukum Islam) di balik larangan-larangan tersebut.

Dalam kerangka *maqāṣid al-sharī'ah* yang diformulasikan oleh al-Ghazālī dan dikembangkan oleh Ibn 'Āshūr, proteksi terhadap akal (*hifẓ al-'aql*) dan kehormatan atau martabat (*hifẓ al-'ird*) merupakan dua dari lima pokok sasaran utama syariat.³⁰ Meme jomok secara langsung mengancam kedua *maqāṣid* ini: ia merusak akal melalui normalisasi pola pikir permisif dan merendahkan martabat manusia melalui eksploitasi humor seksual yang tidak proporsional.

Hakim dkk., dalam kajian mereka tentang etika berkomunikasi dalam hadis dan tantangan media sosial merumuskan tiga level kontekstualisasi yang relevan: (1) level tekstual, yaitu penerapan langsung larangan hadis terhadap praktik digital yang secara eksplisit memenuhi kriteria *al-fahṣh*; (2) level analogis (*qiyās*), yaitu perluasan hukum melalui analogi dari konteks lisan ke konteks digital berdasarkan kesamaan *'illah* (sebab hukum); dan (3) level *maqāṣidī*, yaitu evaluasi dampak komunikasi digital terhadap tujuan-tujuan utama syariat.³¹

Analisis Kritis: Pertentangan antara Kebebasan Berekspresi Digital dan Tanggung Jawab Moral dalam Perspektif Islam

Salah satu argumen yang kerap diajukan sebagai pembenaran Meme Jomok adalah hak kebebasan berekspresi dan nilai hiburan. Para pengguna umumnya berargumen bahwa Meme Jomok bersifat sarkastik dan tidak dimaksudkan untuk menyinggung pihak tertentu secara serius.³² Namun, argumentasi ini perlu dikritisi dari dua perspektif sekaligus.

Dari perspektif filsafat komunikasi, kebebasan berekspresi tidak pernah bersifat absolut, melainkan dibatasi oleh prinsip tanggung jawab

²⁹ M. Kelfin Gilang Ramadhani, *Etika Islami Dalam Berkomentar Di Instagram @Taubatters: Kajian Terhadap Fatwa Mui Tentang Muamalah Di Media Sosial*. 19.

³⁰ Muhammad al-Ṭāhir bin Muhammad bin Muhammad al-Ṭāhir bin 'Āsyūr al-Tunisi, *Maqāṣid Al-Syarī'ah al-Islāmiyyah* (Qatar: Kementerian Wakaf dan Urusan Islam, 2004). 167-140

³¹ Hakim et al., "Etika Berkomunikasi Dalam Hadist Dan Tantangan Media Sosial Di Era Digital." 1464-1467

³² Nusuantoro, "Penerimaan Generasi Z Surabaya Terhadap Meme Jokes Homok (Jomok) Di Akun Instagram @tepresak." 31

terhadap dampak yang ditimbulkan.³³ John Stuart Mill dalam teori kebebasan (*on liberty*) sendiri menegaskan bahwa kebebasan seseorang berakhir ketika mulai merugikan orang lain (*harm principle*). Meme jomok yang mereproduksi stereotip rasial, gender, atau seksual secara empiris terbukti menimbulkan kerugian sosial-psikologis bagi kelompok yang menjadi sasaran representasinya.³⁴

Dari perspektif Islam, konsep kebebasan berekspresi tidak dikenal dalam makna liberal yang tidak terbatas. Islam mengakui hak berkomunikasi (*haqq al-ta'bir*), tetapi hak ini selalu dibingkai dalam kerangka tanggung jawab moral dan kemaslahatan sosial.³⁵ Qadri dan Anwar menegaskan bahwa pandangan Al-Qur'an tentang etika digital menekankan bahwa setiap aktivitas komunikasi, termasuk yang dilakukan di ruang media sosial, merupakan bagian dari amanah yang akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah.³⁶

Lebih jauh, framing Meme Jomok sebagai sekadar hiburan tidak dapat dibenarkan secara epistemologis. Studi-studi komunikasi menunjukkan bahwa humor termasuk humor berbasis meme berfungsi sebagai salah satu mekanisme sosialisasi nilai yang paling efektif karena dikonsumsi dalam kondisi *low cognitive resistance* (resistensi kognitif rendah).³⁷ Artinya, ketika seseorang tertawa pada Meme Jomok, ia secara tidak sadar sedang mengasimilasi nilai-nilai permisif yang dikandung konten tersebut. Proses ini dalam ilmu psikologi sosial disebut sebagai *benign violation theory* yang kemudian berujung pada moral disengagement.³⁸

Rekonstruksi Kerangka Etika Komunikasi Digital Berbasis Hadis: Menuju Literasi Digital Islami

Berdasarkan analisis di atas, penelitian ini merekonstruksi suatu kerangka etika komunikasi digital berbasis hadis yang dapat difungsikan sebagai panduan praktis bagi komunitas Muslim dalam bernavigasi di ruang digital. Kerangka ini disusun dalam empat lapisan prinsip yang saling terkait.

Lapisan pertama adalah prinsip *tabayyun al-muhtawa* (verifikasi konten), yang mengharuskan setiap individu untuk memastikan bahwa konten yang akan diproduksi atau disebarkan tidak mengandung unsur *al-fahsh*, fitnah, atau

³³ Afif, Viery, and Yuliana, "Etika Teknologi Informasi Dalam Komunikasi Digital."1306

³⁴ Sembiring and Pratiwi, "Meme Jomok Sebagai Representasi Interseksionalitas Ras Dan Gender Di Media Sosial."365

³⁵ Khairil Qadri and Saepul Anwar, *Pandangan Al-Qur'an Etika Digital: Analisis Tematik Komunikasi Di Media Sosial*.25.

³⁶ Ibid. 28.

³⁷ Ulfa et al., "Humours as a Vehicle for Discussing Women's Sexuality," July 2024.140.

³⁸ Sembiring and Pratiwi, "Meme Jomok Sebagai Representasi Interseksionalitas Ras Dan Gender Di Media Sosial." 363.

informasi palsu.³⁹ Prinsip ini didasarkan pada ayat Al-Qur'an Surah Al-Hujurat ayat 6 tentang kewajiban tabayun (klarifikasi) sebelum menyebarkan informasi.

Lapisan kedua adalah prinsip *al-ta'addud al-waḥdā'if al-tawāṣulīyyah* (multifungsi komunikasi), yang mensyaratkan bahwa setiap konten yang disebarkan hendaknya memiliki nilai manfaat (*maṣlahah*) yang dapat diidentifikasi, baik bagi diri sendiri maupun masyarakat luas.⁴⁰ Humor dalam perspektif Islam tidak dilarang, tetapi harus memenuhi kriteria *al-miṣḥ al-mubāḥ*: tidak mengandung kebohongan, tidak merendahkan martabat orang lain, dan tidak berlebihan.

Lapisan ketiga adalah prinsip *al-mas'ulīyyah al-jamā'īyyah* (tanggung jawab kolektif), yang mengakui bahwa etika komunikasi digital bukan sekadar persoalan individu, melainkan juga tanggung jawab komunal.⁴¹ Ramadhani menunjukkan bahwa Fatwa MUI tentang muamalah di media sosial secara eksplisit menempatkan komunitas Muslim sebagai agen kolektif yang bertanggung jawab dalam menjaga ekosistem informasi digital yang sehat.⁴²

Lapisan keempat adalah prinsip *al-tarbiyah al-raḥmiyyah al-Islāmiyyah* (pendidikan literasi digital Islami), yang menuntut adanya upaya sistematis—melalui institusi pendidikan, keluarga, dan komunitas keagamaan untuk membangun kesadaran kritis terhadap konten digital berbasis nilai-nilai Islam.⁴³ Ulfa dkk., menegaskan bahwa humor berbasis seksualitas di media digital memerlukan penanganan multidimensi yang melibatkan perspektif budaya, psikologis, dan normatif secara simultan.

Kesimpulan

Penelitian ini telah menganalisis fenomena Meme Jomok dalam lanskap komunikasi digital Indonesia dari perspektif etika komunikasi Islam yang bersumber dari hadis Nabi Muhammad. Berdasarkan kajian yang telah dilakukan, terdapat beberapa kesimpulan utama yang dapat dirumuskan.

Pertama, Meme Jomok merupakan artefak budaya digital yang beroperasi melalui mekanisme ambiguitas semiotik, mengemas konten seksual atau tabu dalam format humor visual-verbal yang ringan namun berimplikasi sosial serius. Proses normalisasi Meme Jomok didorong oleh algoritma

³⁹ Hakim et al., "Etika Berkomunikasi Dalam Hadist Dan Tantangan Media Sosial Di Era Digital." 1466

⁴⁰ Khairil Qadri and Saepul Anwar, *Pandangan Al-Qur'an Etika Digital: Analisis Tematik Komunikasi Di Media Sosial*. 30

⁴¹ Afif, Viery, and Yuliana, "Etika Teknologi Informasi Dalam Komunikasi Digital." 1309.

⁴² M. Kelfin Gilang Ramadhani, *Etika Islami Dalam Berkomentar Di Instagram @Taubatters: Kajian Terhadap Fatwa Mui Tentang Muamalah Di Media Sosial*. 20

⁴³ Hakim et al., "Etika Berkomunikasi Dalam Hadist Dan Tantangan Media Sosial Di Era Digital." 1467

platform media sosial, dinamika kelompok digital, dan rendahnya literasi digital kritis di kalangan penggunanya.

Kedua, hadis-hadis Nabi tentang etika komunikasi, khususnya prinsip *qaulan ma'rūfān*, larangan *al-fahṣh*, dan tanggung jawab perkataan (*mas'ūliyyat al-kalām*), memiliki relevansi normatif yang kuat terhadap fenomena komunikasi digital kontemporer. Melalui pendekatan kontekstualisasi qiyāsī dan maqāṣidī, nilai-nilai hadis tersebut dapat dioperasionalkan sebagai standar etis yang aplikatif dalam mengevaluasi konten digital, termasuk Meme Jomok.

Ketiga, penelitian ini merekonstruksi sebuah kerangka etika komunikasi digital berbasis hadis yang terdiri atas empat lapisan prinsip: *tabayyun al-muḥtawā*, *al-ta'addud al-waṣā'if al-tawaṣuliyyah*, *al-mas'ūliyyah al-jamā'iyyah*, dan *al-tarbiyah al-raqmīyyah al-Islāmīyyah*. Kerangka ini diharapkan dapat berfungsi sebagai pedoman teologis-normatif yang praktis bagi individu Muslim maupun komunitas Islam dalam bernavigasi secara bertanggung jawab di ruang digital.

Keempat, penelitian ini menegaskan bahwa Islam tidak menolak humor atau hiburan secara prinsipial, namun mensyaratkan bahwa aktivitas komunikasi—dalam medium apapun—harus tunduk pada prinsip *al-maṣlaḥah wa dar' al-mafṣadah* (mendatangkan kemaslahatan dan mencegah kerusakan). Standar ini bersifat universal dan lintas medium, sehingga mutlak berlaku pula dalam ekosistem komunikasi digital yang terus berkembang.

Daftar Pustaka

- Al-Bukhari al-Ju'fī, Abu 'Abd Allah, Muhammad bin Isma'īl bin Ibrahim bin al-Mughirah bin Bardizbah. *Shahih Al-Bukhari*. Bairut: Dar Tawq al-Najah, 2012.
- Al-Naysaburi, Abu al-Husayn Muslim ibn al-Hajjaj ibn Muslim al-Qushayri. *Shahih Muslim*. Turki: Dar al-Tiba'ah al-'Amirah, 2012.
- Al-Tirmidhi, Abu 'Isa Muhammad bin 'Isa. *Al-Jami' al-Kabir (Sunan al-Tirmidhi)*. Bairut: Dar al-Gharb al-Islami, 1996.
- Afif, Zubair Abdul, Andrean Viery, and Margaretha Evi Yuliana. "Etika Teknologi Informasi Dalam Komunikasi Digital: Pilar Moral Di Era Siber." *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Bisnis*, 2025, 1306–11. <https://www.ojs.uib.ac.id/Senatib/article/view/5545>.
- Al-'Asqalānī, Aḥmad bin 'Alī bin Ḥajar. *Fath Al-Bari Bi Syarḥ Ṣaḥīḥ al-Bukhari*. Mesir: Al-Maktabah al-Salafiyyah, n.d.
- Farrell Riskia Putra Sembiring and Aprilianti Pratiwi. *Meme Jomok Sebagai Representasi Interseksionalitas Ras Dan Gender Di Media Sosial | Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*. 2025. <https://warta-iski.or.id/index.php/WartaISKI/article/view/452>.
- Hakim, Arif Rahman, Krenniti Sundari, Nur Sa'adah Pulungan, Ade Irma Manurung, and Ali Imran Sinaga. "Etika Berkomunikasi Dalam Hadist Dan Tantangan Media Sosial Di Era Digital." *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial Dan*

- Pengabdian Kepada Masyarakat* 5, No. 3 (2025): 1460–68. <https://doi.org/10.56832/Edu.V5i3.2417>.
- Khairil Qadri and Saepul Anwar. *Pandangan Al-Qur'an Etika Digital: Analisis Tematik Komunikasi Di Media Sosial*. 2025.
- M. Kelfin Gilang Ramadhani. *Etika Islami Dalam Berkomentar Di Instagram @Taubatters: Kajian Terhadap Fatwa Mui Tentang Muamalah Di Media Sosial*. 2024.
- Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, and Johny Saldana. *Qualitative Data Analysis*. SAGE, 2014.
- Muhammad al-Ṭāhir bin Muhammad bin Muhammad al-Ṭāhir bin 'Āsyūr al-Tunisi. *Maqāṣid Al-Syar'ah al-Islāmiyyah*. Qatar: Kementerian Wakaf dan Urusan Islam, 2004.
- Nusuantoro, Bimo Putro. “Penerimaan Generasi Z Surabaya Terhadap Meme Jokes Homok (Jomok) Di Akun Instagram @tepresak.” Undergraduate, UPN Veteran Jawa Timur, 2025. <https://repository.upnjatim.ac.id/39703/>.
- “PANDANGAN AL-QUR'AN ETIKA DIGITAL: ANALISIS TEMATIK KOMUNIKASI DI MEDIA SOSIAL | Journal of Educational and Religious Perspectives.” Accessed May 5, 2026. <https://jurnal-muqaddimah.or.id/index.php/Al-Muqaddimah/article/view/12>.
- Roshad and Amelia. “Analisis Praktik Kesederhanaan Mahar Oleh Masyarakat Muslim Tinjauan Hadis Nabi.” *Rinayah: Jurnal Studi Hadis* 5 (2019).
- Sembiring, Farrell Riskia Putra, and Aprilianti Pratiwi. “Meme Jomok Sebagai Representasi Interseksionalitas Ras Dan Gender Di Media Sosial.” *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia* 8, no. 2 (December 2025): 354–71. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v8i2.452>.
- Sugiyono, M. R. *METODE PENELITIAN KUALITATIF. Untuk Penelitian Yang Bersifat Eksploratif, Interpretif, Interaktif, Dan Konstruktif. Cocok Untuk 1. Mahasiswa S1, S2, Dan S3. 2. Dosen Dan Peneliti Ed. 3 Cet. 3 Thn. 2020*. 2020. https://elibrary.unpas.ac.id/index.php?p=show_detail&id=17996.
- Ulfa, Chery Narasyah Chiora, Seffina Nabilla Putri, Indah Ratri Sekar Pamuji, Rayoeng Dwi Chaerunnisya, and Muizzu Nurhadi. “Humours as a Vehicle for Discussing Women’s Sexuality: A Case Study of Talkpod.” *Cultural Narratives* 1, no. 3 (2024): 134–43.
- . “Humours as a Vehicle for Discussing Women’s Sexuality: A Case Study of Talkpod.” *Cultural Narratives* 1, no. 3 (July 2024): 134–43. <https://doi.org/10.59066/cn.v1i3.849>.
- Zed, Mestika. *Metode Penelitian Kepustakaan*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2008.
- Zubair Abdul Afif, Andrean Viery, and Margaretha Evi Yuliana. *View of Etika Teknologi Informasi Dalam Komunikasi Digital: Pilar Moral Di Era Siber*. 2025.